

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/nauchnaya-statya/369828>

Тип работы: Научная статья

Предмет: Маркетинг

-

Актуальность темы исследования связана с тем, что в современном конкурентном мире ведения бизнеса развитие новых видов рекламы в том числе с применением цифровых технологий и массовых коммуникаций, является важнейшей частью продвижения. В общем понимании нативная реклама – это реклама, которая показывает ценность продукта, но не отражает его конкретных преимуществ и не несет призыва покупки, а воспринимается как рекомендация.

Основные преимущества нативной рекламы перед банерной: опережение по количеству клиентов, большая лояльность пользователей, возможности взаимодействия с рекламой [1].

Хорошая и современная идея для нативной рекламы – это онлайн-тесты. Тесты совмещают в себе элементы игры и нативной рекламы. И за счет этого, вовлеченность потенциальных покупателей может увеличиваться в геометрической прогрессии, а также и их готовность приобрести продукт.

Список литературы

1. Сидорова Н.В., Казакова Ю.В., Кораблёв А.А., Герасикова Е.Н. Нативная реклама как новый инструмент маркетинга: преимущества и перспективы// Современные методы, модели и технологии управления социально-экономическими системами: Материалы международной научно-практической конференции, Калуга, 25 ноября 2020 года. – Калуга - 2021. – С. 256-264.

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/nauchnaya-statya/369828>