

*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/statya/9318>

**Тип работы:** Статья

**Предмет:** Реклама и PR

-

Аналитический обзор рекламной деятельности в Интернете

Аннотация. Обзор рекламной деятельности в Интернете представлен в двух аспектах: в первой части статьи – с позиции классификации Интернет-рекламы, во второй – с позиции ее развития в России. Выделены основные характеристики Интернет-рекламы для России

Интернет-реклама – информация, распространенная с использованием средств Интернета, обычно адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования на формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке. Приведенное определение имеет достаточно широкий смысл и по своей структуре схоже со многими определениями различных видов рекламы, имеющее отличие лишь в способе распространения.

Приведем аналогичное понятие интернет-рекламы, но с несколько другой стороны: интернет-реклама – оповещение потребителей различными средствами, представленными в сети Интернет, о деятельности предприятия, направленное на достижение конечной цели – продажи товаров и услуг.

Современный уровень развития сети Интернет дает возможность создать презентацию любого продукта или услуги на уровне, недостижимом ни для какого другого СМИ. Данное свойство, в силу современности, может употребляться и к некоторым другим видам рекламы (телевидение, пресса и т.п.), однако из-за достаточно высоких расценок на размещение рекламы в них, это становится экономически невыгодным на практике.

Исходя из первой особенности, можно четко выделить следующую – низкая стоимость данного вида рекламы. В данном контексте также необходимо упомянуть то, что интернет-реклама никак не ограничивает объем размещенной информации, в то время как стоимость рекламы других видов, напрямую зависит от этого параметра.

Стоит отметить и такую особенность рекламы как таргетинг. Интернет позволяет не просто адресовать необходимое сообщение целевой группе, но и оперативно реагировать на реакцию клиентов.

Лишь при реализации прямого маркетинга было возможно вступить в диалог с непосредственным получателем рекламы, но Интернет так же позволяет делать это: пользователь может активно получать различные интересующие его сведения о товаре и в то же самое время рекламодатель получает возможность раскрыть весь спектр их товаров и услуг.

В России и мире в целом растет число пользователей Интернета, что так же является огромным плюсом, поскольку увеличивается потенциальная аудитория клиентов.

Оплата в интернет-рекламе за реальные контакты позволяет запланировать стоимость контакта и контролировать эффективность рекламных затрат в сети. Данное свойство несомненно важно для любого предприятия, ведь планирование и управление затратами – важная деталь успешной организации. Большое число видов оплаты за интернет-рекламу позволяет достаточно гибко подойти к рекламодателям и позволить им выбрать более удобную и подходящую для их бизнеса модель оплаты рекламы.

Как и всякому явлению интернет-рекламе присущи не только достоинства, но и недостатки.

К ним, прежде всего, стоит отнести ограниченность рекламной аудитории только пользователями Интернета. Несмотря на рост аудитории

1. Алашкин, П. Все о рекламе и продвижении в Интернете. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2009.- 220 С.
2. Бабаев А. Евдокимов Н. Иванов А. Контекстная реклама. – СПб: Питер, 2011 – 304 С.
3. Годин А.А., Годин А.М., Комаров В.М. Интернет-реклама. – М.: Дашков и Ко, 2009. – 168 С.
4. Гуров Ф.Н. Продвижение бизнеса в Интернет. – М.: Вершина, 2008. – 136 С.
5. Ромат, Е.В., Сендеров, Д.В. Реклама: теория и практика.– СПб.: Питер, 2013 – 512 С.
6. Тулупов В.В. Реклама: теория и практика. – Воронеж: Издательство ВГУ, 2011 – 400 С.

7. <http://www.akarussia.ru/node/2085> (дата обращения 25.04.2017)
8. [http://www.akarussia.ru/knowledge/market\\_size/id6210](http://www.akarussia.ru/knowledge/market_size/id6210) (дата обращения 25.04.2017)
9. [http://www.tadviser.ru/index.php/статья:Интернет-реклама\\_\(рынок\\_России\)](http://www.tadviser.ru/index.php/статья:Интернет-реклама_(рынок_России)) (дата обращения 25.04.2017)
10. [http://www.iseo.ru/press/blog/sravnenie\\_poiskovykh\\_sistem\\_runeta\\_vse\\_zh\\_protiv](http://www.iseo.ru/press/blog/sravnenie_poiskovykh_sistem_runeta_vse_zh_protiv) (дата обращения 25.04.2017)

*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/statya/9318>