

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://studservis.ru/gotovye-raboty/kontrolnaya-rabota/69998>

Тип работы: Контрольная работа

Предмет: Реклама и PR

Оглавление

Введение 3

1.1. Интернет реклама, ее преимущества и недостатки 4

1.2. Практическая часть 20

Заключение 22

Список литературы 23

Введение

«Реклама – это способность чувствовать и передавать сердцебиение бизнеса словами, на бумаге и в чернилах» (Лео Бернетт – основатель «Leo Burnett Company»). И это так и есть. Более того, о том, насколько сильно воздействуют на потребителя правильно подобранные слоганы, статьи и остроумные фразы маркетологов, даже спорить не приходится.

И если раньше реклама шла только по телевизору или печаталась в газетах, то сейчас основная ее часть распространилась и на интернет, ибо грех не воспользоваться ситуацией, когда ежедневно во Всемирную паутину заходят более 5 миллиардов пользователей.

Актуальность работы состоит в том, что реклама в интернете стала одним из самых распространенных видов. Постепенно она вытесняет другие типы рекламы, заполняет собой даже те ниши, которые прежде не использовались. Например, теперь рекламу можно увидеть во время просмотра коротких видео роликов, во время чтения личных сообщений, на страничках социальных сетей.

Цель работы: изучить преимущества и недостатки интернет рекламы.

Интернет реклама часто помогает привлечь внимание целевой аудитории, так как она демонстрируется только в тех случаях, когда пользователь сам ищет информацию о товаре, услугах, стремится узнать больше о стоимости или функциональных особенностях.

1.1 Интернет реклама, ее преимущества и недостатки

Рассмотрим несколько основных видов интернет-рекламы, являющимися актуальными на сегодняшний день:

- Контекстная реклама
- Таргетированная реклама
- Медийная реклама (баннеры)
- Тизерная реклама
- Реклама в E-mail рассылках
- Реклама в приложениях для смартфонов
- Push-уведомления

Контекстная реклама

Основная фишка этой рекламы заключается в том, что она привязывается к какому-либо контексту. Т.е. если Вы ищете плитку для ванной, то и объявления будут с предложениями схожей тематики: купить настенную или напольную плитку, предложения дизайн-проектов, в редких случаях – предложение потребительских кредитов на ремонт квартиры. Но ни в коем случае не будет объявлений по продаже ноутбуков, газовых плит, продуктов питания, лекарств и всего остального, что «не в тему». Это связано с тем, что каждое объявление привязывается к вполне конкретным ключевым словам. Настолько конкретным, что «купить видеокарту 1080» и «купить видеокарту 1080 ti» – это не просто «не одно и то же», это 2 в корне разных продукта.

Такой подход позволяет привлечь на Ваш сайт именно целевую аудиторию, которой Ваши товары/услуги действительно нужны, а в качестве приятного бонуса – минимизировать затраты на привлечение целевых

посетителей.

В плане «где показывать?» контекстная реклама подразделяется на 2 вида:

- страница поисковой выдачи. Т.е. пользователь вводит поисковый запрос, попадает на страницу с поисковой выдачей. На этой же странице можно встретить и рекламные объявления. Каждое такое объявление будет помечаться, как «реклама».
- размещение рекламных блоков на сайтах. Т.е. владелец сайта сдает у себя площадки для рекламных блоков Google AdSense или Яндекс.Директ. Реклама в этих блоках тоже выводится «по теме» (или «около темы»). В данном случае тема страницы – керамическая плитка. На ней 2 объявления: объявление от магазина, которое продает плитку именно этой марки, а также предложение о бесплатном дизайн-проекте кухни или ванной.

Список литературы

1. Беданоква З.К. Рекламный текст как отражение активных процессов в лексической системе русского языка / З.К. Беданоква // Вестник Адыгейского государственного университета . 2006. №1. С.192-194.
2. Бернадская Ю.С. Текст в рекламе: учеб. пособие / Ю.С. Бернадская. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008. – 288 с.
3. Жумаев О.Ю. Специфические особенности текста рекламы / О.Ю. Жумаев // Вестник Челябинского государственного университета. 2011. No 25 (240). Филология. Искусствоведение. Вып. 58. С. 63-67.
4. Куликова Е.В. Рекламный текст через призму прецедентных феноменов / Е.В. Куликова // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского, 2010, No 6. С. 334-340.
5. Парабеллум, А. Инфобизнес с нуля. 100 шагов к созданию своей денежной империи / А. Парабеллум, Н. Мрочковский, О. Горячо. – М.: Питер, 2014. – 192 с.
6. Проческу Г.В. Лингвистические особенности рекламных слоганов и способы их перевода / Г.В. Проческу // LingvoMaster.RU [Электронный ресурс] – URL: <http://www.lingvomaster.ru/files/227.pdf> (дата обращения 31.07.2015).
7. Розенталь Д.Э. Язык рекламных текстов: учеб. пособие / Д.Э. Розенталь, Н.Н. Кохтев. – М.: Высш. школа, 1981. – 125 с.
8. Ромат Е.В. Реклама / Е.В. Ромат. – СПб: Питер, 2001. – 496 с.
9. Смирнов, Василий Прибыльная контекстная реклама. Быстрый способ привлечения клиентов с помощью Яндекс.Директа / Василий Смирнов. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013. – 192 с.
10. Строева И.С. Особенности функционирования некоторых рекламных текстов / И.С. Строева // ПГЛУ [Электронный ресурс] – URL: http://www2.pglu.ru/upload/iblock/e96/uch_2010_ii_00042.pdf (дата обращения 31.07.2015).
11. Тюрина С.Ю. О понятиях рекламный дискурс и рекламный текст / С.Ю. Тюрина // Вестник ИГЭУ Вып. 1 [Электронный ресурс] – URL: <http://ispu.ru/files/75-77.pdf> (дата обращения 31.07.2015).
12. Халилов, Дамир Маркетинг в социальных сетях / Дамир Халилов. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013. – 240 с.
13. Храповицкий, Кирилл SEO-копирайтинг. Практическое руководство по созданию "правильных" текстов / Кирилл Храповицкий. – М.: Наука и техника, 2014. – 304 с
14. Эксперт № 26 (70), 22 – 28 мая 2006. – 96 с.
15. Яковлев, Алексей Контекстная реклама. Основы. Секреты. Трюки / Алексей Яковлев , Алексей Довжиков. – М.: БХВ-Петербург, 2012. – 248 с.

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://studservis.ru/gotovye-raboty/kontrolnaya-rabota/69998>