

Задание 2

1. Провести анализ российских баннерных сетей.

Для этого необходимо выделить наиболее известные компании, предоставляющие услуги размещения баннеров на своих Интернет-ресурсах. Результаты оформляются в виде таблицы (табл. 1), на основании которой делается вывод о наиболее эффективном размещении баннерной рекламы.

Таблица 1. Сравнительные характеристики баннерных сетей

Услуги по размещению баннеров	Компания 1	Компания 2	Компания 3
На главной странице			
1 месяц			
На других страницах			
1 месяц			
1 клик			
1000 просмотров			
Посещаемость информационного ресурса			
Приблизительное количество пользователей в день			

2. Провести сравнительный анализ рекламной компании в Интернет и обычной рекламной кампании. Выявить преимущества и недостатки Интернет-кампании.

3. Привести примеры трех компаний, использующих Интернет-рекламу, как основной механизм рекламной кампании.

Содержание отчета по практической работе

1. Таблица сравнительных характеристик баннерных сетей.

2. Отчет о сравнительных характеристиках рекламных компаний в Интернете и вне него.

3. Список компаний, использующих Интернет-рекламу, с указанием процентных соотношений Интернет-рекламы ко всем мероприятиям, проводимым в рамках рекламной кампании, типов, используемой Интернет-рекламы и адреса, по которым она размещается (для баннерной и другой рекламы, размещаемой в рамках сайта).