**ЗМІСТ**

|  |  |
| --- | --- |
| Вступ…………………………………………………………………………  Розділ І. Теоретико-методичні засади організації рекламної діяльності підприємства в Інтернеті  1.1 Сутність та види реклами підприємства в Інтернеті…………………  1.2 Характеристика процесу організації рекламної діяльності підприємства в Інтернеті……………………………………………………  Розділ ІІ. Аналіз рекламної діяльності в Україні в мережі Інтернет  2.1 Характеристика сучасного рекламного середовища в Інтернеті…….  2.2 Аналіз та тенденції розвитку рекламної діяльності у мережі Інтернет………………………………………………………………………  Розділ ІІІ. Організація рекламної діяльності в Інтернеті у агентстві "Мегаполіс- Житомир"  3.1 Обґрунтування рекламної стратегії, адаптованої під мережу Інтернет………………………………………………………………………  3.2 Визначення напрямків та оцінка ефективності рекламної діяльності підприємства в Інтернеті……………………………………………………  Висновки …………………………………………………………………….  Список використаної літератури …………………………………………..  Додатки……………………………………………………………………… | 3  6  15  25  35  45  52  62  65  70 |