**ЗМІСТ**

|  |  |
| --- | --- |
| Вступ…………………………………………………………………………Розділ І. Теоретико-методичні засади організації рекламної діяльності підприємства в Інтернеті1.1 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 Інтернет2.1 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……………………………………………………………………… | 361525354552626570 |