

Typy działań komunikacji internetowej w świetle bezpieczeństwa społecznego

mgr Edyta Świnarska

Wydział Humanistyczny

Uniwersytet Przyrodniczo-Humanistyczny w Siedlcach

Internet jako medium przekazu jest cały czas rozwijającym się środowiskiem, dającym coraz większe możliwości komunikacji marketingowej. W dobie powszechnej cyfryzacji oraz rosnącej dynamiki korzystania z zasobów Internetu, rynek reklamy w sieci ciągle się rozrasta. Internet otwiera ogromne możliwości dla reklamodawców.

Niniejsza publikacja ma na celu ukazanie sposobu, w jaki powstają przekazy reklamowe, jakich narzędzi używają firmy do ich tworzenia oraz w jaki sposób są one wykorzystywane w praktyce.

Słowa kluczowe: reklama, promocja, drobne anonse, ogłoszenia promocyjne

Abstract

The Internet as a medium of communication is a constantly evolving environment, giving more and more opportunities for marketing communication. In the age of widespread digitization and the growing dynamics of the use of Internet resources, the online advertising market continues to grow. The Internet opens up huge opportunities for advertisers.

This publication is designed to show how advertising messages are generated, what tools companies use to create them, and how they are used in practice.

Key words: advertising, promotion, small ads, promotional ads