

Analiza sieci internetowej pod kątem reklamowym. Internet jako medium przekazu

dr Marcin Chrzęścik

Wydział Nauk Ekonomicznych i Prawnych
Uniwersytet Przyrodniczo-Humanistyczny w Siedlcach

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

Słowa kluczowe: Internet, reklama, proces projektowania

Abstract

This publication describes the Internet as an advertising platform. The Internet as a medium of communication is a constantly evolving environment, giving more and more advertising opportunities. 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.

Keywords: Internet, advertising, design process