

Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°»

А. Г. Тюриков, Д. Е. Шляпин

ИНТЕРНЕТ-РЕКЛАМА

Учебное пособие

Москва, 2008

УДК 658.06.81.12

ББК 65.9 (2) 49

Т98

Рецензенты:

Христофорова И. В. — к. э. н., доцент Московского государственного университета сервиса;

Перекалина Н. С. — д. э. н., профессор Российского государственного технологического университета (МАТИ).

Т98 **Тюриков А. Г., Шляпин Д. Е. Интернет-реклама:**
Учебное пособие. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2008. — 144 с.

ISBN 978-5-91131-453-8

В учебном пособии проведен анализ Интернета и его роль в маркетинге, рассмотрены основные инструменты продвижения товаров и услуг в Интернете, инструменты работы с аудиторией, дана характеристика и подробное описание рекламных носителей и типов рекламных сетей. Также в учебном пособии рассмотрены особенности поисковых систем и каталогов, вопросы медиа-планирования и оптимизации рекламных расходов и анализа эффективности рекламной кампании.

Данное учебное пособие будет полезно как специалистам-практикам, начинающим специалистам, работникам различных фирм и организаций, занимающихся интернет-рекламой, так и преподавателям и студентам высших и средних профессиональных учреждений.

ISBN 978-5-91131-453-8

© А. Г. Тюриков, Д. Е. Шляпин, 2007

Содержание

Анализ Интернета и его роль в маркетинге	6
Что такое Интернет?	6
Интернет как новый маркетинговый канал	7
Информационный маркетинг, изучение рынка	7
Производство товара или услуги	8
Сервис и послепродажная деятельность	9
Реклама в Интернете	10
Основные инструменты продвижения товаров и услуг в Интернете	10
Итог	13
Вопросы для самоконтроля	14
Реклама	15
Пассивная и активная реклама	15
Ценовые модели размещения рекламы	16
Фиксированная плата (Flat Fee Advertising)	16
CPM (cost per thousand, M — римская цифра тысяча)	17
CPC (cost per click)	18
CPV (cost per visitor)	18
CPA (cost per action)	19
CPS (cost per sale)	19
Итог	19
Web-сайт	20
Что такое web-сайт?	20
Задачи сайта	20
Инструменты работы с аудиторией	22
Коммуникации между пользователями (community building)	24
Вопросы для самоконтроля	25
Рекламные носители	26
Баннеры	26
Rich-media — баннеры нового поколения	28
Frontline	31

Стандарты и спецификации	34
Текстовый блок (text-block)	34
Байрики и Interstitials (вставки)	36
Мини-сайты и коллажи	38
Критерии выбора рекламных носителей	39
Рекламные сети	41
Типы рекламных сетей	41
Эффективность размещения рекламы в сетях по сравнению с размещением рекламы напрямую	43
Поисковые машины и каталоги	45
Итоги	49
Особенности поисковых систем и каталогов	49
Поисковые системы (search engines)	49
Каталоги, или директории (directories)	50
Регистрация в каталогах	51
Индексация в поисковых системах	52
Список наиболее значимых поисковиков и каталогов. Поисковики Рунета	53
Каталоги Рунета	56
Е-mail-маркетинг	58
Списки рассылки	59
Дискуссионные листы	62
Конференции Usenet (группы новостей)	63
Web-конференции	64
Реклама на досках объявлений	64
Индивидуальные письма	65
Подпись для e-mail-сообщений	66
Вопросы для самоконтроля	67
Медиа-планирование. Оптимизация рекламных расходов и анализ эффективности рекламной кампании	68
Подготовка исходных данных для медиа-планирования	68
Сценарии рекламной кампании. Прогнозирование экономической эффективности	70
Оптимизация рекламных расходов. Практический пример	72
Анализ эффективности рекламной кампании	74
Оценка эффективности рекламных кампаний	75
Заключительные задачи	89
Глоссарий терминов по интернет-рекламе	91
Глоссарий терминов по поисковым системам и каталогам	107

Приложения	112
Приложение 1	112
Сравнительные характеристики ведущих баннерных сетей Рунета	112
Политика сети по отношению к участникам и рекламодателям	113
Возможности по фокусировкам показов	114
Технические возможности показов	115
Предоставляемые системой отчеты по показам ваших баннеров	118
Предоставляемые системой отчеты по показам баннеров на ваших страницах	119
Приложение 2	120
Сравнительные характеристики рекламных площадок Рамблер, Яндекс и Апорт!	120
Пояснения к таблице	122
Приложение 3	130
Российская аудитория Интернета	130
Библиографический список	137