

تبلیغات اینترنتی

www.ketab.ir

مقدمه وزیر نظر: سید حامد، سرپرور تمیز (مدرس دانشگاه)

مؤلفین: وحید جدی، مرضیه مهادفر، الهام مهادفر



انتشارات بین المللی سرادقیه

سرشناسه	جدی، وحید، ۱۳۶۷-
عنوان و نام پدیدآور	تبلیغات اینترنتی/ مولفین وحید جدی، مرضیه مهرادفر، الهام مهرادفر + مقدمه، زیر نظر سیدحامد هنرپرور تمیز.
مشخصات نشر	تهران: سرادقیه، ۱۴۰۱.
مشخصات ظاهری	۶۶ ص.
شابک	978-622-94632-4-6
وضعیت فهرست نویسی	فیا
یادداشت	کتابنامه: ص. ۶۵.
موضوع	آگهی‌های تبلیغاتی در اینترنت Internet advertising اینترنت و تبلیغات Internet in publicity مهرادفر، مرضیه، ۱۳۶۹- مهرادفر، الهام، ۱۳۷۱- هنرپرور تمیز، سیدحامد، ۱۳۶۲- HF۶۱۲۶ ۶۵۹/۱۴۴ ۸۸۴۴۰۱۵ فیا
شناسه افزوده	
شناسه افزوده	
شناسه افزوده	
رده بندی کنگره	
رده بندی دیویی	
شماره کتابشناسی ملی	
اطلاعات رکورد	
کتابشناسی	



انتشارات بین المللی سرادقیه تبلیغات اینترنتی

مؤلفین:	وحید جدی، مرضیه مهرادفر، الهام مهرادفر
مقدمه، زیر نظر:	سیدحامد هنرپرور تمیز
طراحی جلد:	سیدحامد هنرپرور تمیز
صحافی و چاپ:	چاپ الماس
نوبت چاپ، سال چاپ و شمارگان:	اول ۱۴۰۱/ ۱۰۰ نسخه
شابک:	۹۷۸-۶۲۲-۹۴۶۳۲-۴-۶
قیمت:	تومان

نشانی دفتر مرکزی: تهران - میدان انقلاب - خیابان ۱۲ فروردین - پاساژ ناشران طبقه اول

تلفن انتشارات: ۰۹۱۲۰۲۴۹۶۵۶

فهرست

۹	 آغاز سخن
۱۱	 مقدمه
۱۳	 بنیان فکری
۱۵	 تعریف تبلیغات اینترنتی
۱۶	 تاریخچه تبلیغات
۱۷	 روند تبلیغات
۱۷	 تبلیغات اینترنتی در ایران
۱۹	 چرا تبلیغات اینترنتی
۲۱	 مدل های کسب و کار
۲۴	 اشکال تبلیغات اینترنتی
۲۶	 تبلیغات مبتنی بر بازی
۳۱	 تبلیغات ناخواسته
۳۳	 تبلیغات مبتنی بر حمایت
۳۵	 زیر ساخت های سیستم
۳۷	 مزیت کسب و کار تبلیغات اینترنتی
۴۰	 محدودیت کسب و کار تبلیغات اینترنتی
۴۱	 اینترنت در ایران

آغاز سخن

از آنجا که از عنوان این اثر بر می‌آید، تبلیغات اینترنتی یکی از راه‌های کسب و کار، بازاریابی و تبلیغات است که پیغام‌های مورد نظر را از طریق اینترنت به دست مخاطب می‌رساند. در این سبک با استفاده از شیوه‌ها و استراتژی‌های هوشمند، گونه‌های مختلفی از محصولات تبلیغاتی یا متنی جهت معرفی محصول را بر روی قسمت‌های مختلف اینترنت قرار می‌دهیم. میانه دهه ۱۹۹۰ میلادی متولد شد؛ در عین حال، قبل از حوالی سال ۲۰۰۰ میلادی با وجود اینکه برخی از کسب و کارها به استفاده از پشتیبانی آنلاین هجوم آورده بودند، اما هنوز اینترنت به عنوان یک پلتفرم تبلیغاتی جایگاه و اولویت خاصی پیدا نکرده بود. در ادامه راه، با رشد روزافزون دنیای وب و اطلاع مردم از برخی از ویژگی‌های خاص و برتر تبلیغات اینترنتی، این سبک از کار به تدریج جای خود را در میان آگهی دهنده‌ها باز کرد.

معمولاً در اولین تجربه‌های استفاده از اینترنت، حتی بنرهای تبلیغاتی پیش پا افتاده هم می‌توانند هوش از سر افراد ببرند! اما رفته رفته هر یک از مخاطبان اینترنت به یک کاربر حرفه‌ای تبدیل شده و به هر تبلیغات اینترنتی روی خوش نشان نمی‌دهند. غافل از این که تبلیغات اینترنتی هم پا به پای کاربران مسیر حرفه‌ای شدن را می‌پیماید.