**Содержание**

[Введение 3](#_Toc131612641)

[Глава 1. Интернет-реклама как виртуальная реальность 5](#_Toc131612642)

[1.1. История развития интернет-рекламы 5](#_Toc131612643)

[1.2. Интернет-реклама: понятие и виды 9](#_Toc131612644)

[Глава 2. Методические позиции изучения интернет-рекламы 17](#_Toc131612645)

[2.1. Классификация методов изучения интернет-рекламы 17](#_Toc131612646)

[2.2. Исследование интернет-рекламы: рефлексия пользователей 32](#_Toc131612647)

[Заключение 37](#_Toc131612648)

[Список использованных источников 39](#_Toc131612649)

[Приложение 43](#_Toc131612650)