

Miejsce promocji w strategiach marketingowych firm świadczących usługi internetowe.

Wstęp..... 4

Rozdział I.

Podstawowe pojęcia.....6

1. Określenie pojęcia strategii marketingowej.....6

1.1 Rynek docelowy.....8

1.2 Pozycja.....9

1.3 Produkt.....10

1.4 Cena.....11

1.5 Dystrybucja.....12

1.6 Reklama.....13

1.7 Promocja.....14

Rozdział II.

Promocja jako część strategii marketingowej.....16

1. Pojęcia promocji.....16

1.1 Reklama w sieci Internet – modele cenowe.....16

1.2 Sponsoring – skuteczna forma promocji w Internecie.....22

1.3 Promocja uzupełniająca – narzędzia stosowane w Internecie.....30

Rozdział III.

Powstanie i rozwój Internetu w Polsce

1. Internet w Polsce.....	36
1.1 Historia.....	36
1.2 Stan obecny.....	39
1.3 Dynamika rozwoju.....	42
2. Główne formy sieci Internet.....	51
2.1 Strony internetowe – jak sprzedawac produkty bezposrednio ze strony WWW?.....	51
2.2 Poczta elektroniczna – marketing poprzez E-mail.....	55
3. Stan usług internetowych w Polsce	57

Rozdział IV.

Rozwój koncepcji marketingu-mix.....64

1. Internet – nowe podejście do marketingu.....	64
2. Działania promocyjne.....	71

Zakończenie.....74

Bibliografia.....78