

Sklepy Internetowe

Wstęp.....3

Rozdział 1.

Internet jako nowe medium.....4

Rozdział 2.

Reklama i promocja w Internecie.....6

2.1. Promocja tradycyjna.....8

2.2. Rejestracja w systemach wyszukiwawczych.....8

2.3. Wymiana linków.....9

2.4. Poczta elektroniczna jako narzędzie promocji.....9

2.5. Wartość dodana.....10

2.6. Bannery reklamowe.....10

2.7. Sponsoring.....11

Rozdział 3.

Usługa World Wide Web.....13

3.1. Historia powstania WWW.....13

3.2. Funkcjonowanie WWW.....14

3.3. HTML – język opisu stron.....15

Rozdział 4.

Sklep wirtualny – zasada działania17

4.1. Charakterystyka sklepu wirtualnego.....17

4.2. Katalog.....17

4.3. Elektroniczny koszyk na zakupy.....19

Rozdział 5.

Programy do tworzenia serwisów sklepów internetowych.....21

Rozdział 6.

Transakcje w Internecie.....24

Rozdział 7.

Wybrane sklepy internetowe 30

7.1. Porównanie sklepów internetowych na świecie i w Polsce.....30

7.2. Opis i ocena przykładowych sklepów internetowych.....33

7.2.1. Kryteria oceny.....33

7.2.2. Wirtualne sklepy zagraniczne.....33

7.2.3. Wirtualne sklepy polskie.....38

Podsumowanie i wnioski.....43

Bibliografia.....45

Uwaga: W pracy nie ma przypisów.