

Społeczności internetowe w Polsce

Wstęp.....3

1. Internet jako miejsce prowadzenia biznesu

1.1. Historia Internetu5

1.2. Internet jako narzędzie komunikacji marketingowej10

1.3. Rodzaje biznesu w Internecie15

1.4. Komunikacja marketingowa i reklama internetowa17

2. Społeczności internetowe

2.1. Rozwój społeczności internetowych, geneza, przyczyna, skala zjawiska..... 24

2.2. Psychologia społeczności internetowych..... 29

2.3. Społeczności internetowe w Polsce..... 32

2.3.1 Portale społecznościowe32

2.3.2. Portale randkowe36

2.3.3. Społeczności gier MM039

3. Komercyjne znaczenie społeczności internetowych

3.1. Portale społecznościowe42

3.2. Gry MM046

3.3. Portale randkowe55

Zakończenie58

Bibliografia60

Spis tabel i rysunków64