

Wykorzystanie internetowych zasobów i narzędzi komunikacji internetowej w obszarze marketingu przedsiębiorstwa

Wstęp.....4

Rozdział 1.

Teoretyczne aspekty zarządzania przedsiębiorstwem.

1.1 Istota i znaczenie zarządzania przedsiębiorstwem.....5

1.2 Rola marketingu w organizacji.....7

1.3 Zasoby internetowe w ujęciu marketingowym9

Rozdział 2.

Współczesne metody komunikacji w marketingu.

2.1 Social media marketing.....11

2.2 Blog.....13

2.3 Newsletter i E-mail.....16

2.4 Strony internetowe i reklamy.....17

Rozdział 3.

Analiza i kierunki rozwoju komunikacji w zarządzaniu przedsiębiorstwem.

3.1 funkcjonowanie działu marketingu.....20

3.2 Zmiany w marketing.....21

Rozdział 4.

Skuteczność poszczególnych narzędzi komunikacji marketingowej i ich rozwój.

4.1 Metoda badania.....23

4.2 Charakterystyka osób biorących udział w badaniu23

4.3 Ocena formy komunikacji marketingowej przez respondentów.....25

4.4 Podsumowanie zebranych wyników.....28

Zakończenie.....30

Bibliografia