

Znaczenie Internetu w działalności marketingowej przedsiębiorstwa.

Wstęp..... 4

Rozdział I.

Marketing w internecie.

1.1. Czym jest marketing?..... 6

1.2. Internet jako nowe środowisko dla marketingu.....9

1.2.1 Powstanie i rozwój Internetu 13

1.2.2. Rozwój Internetu w Polsce 15

1.3. Technologie internetowe wykorzystywane w marketingu..... 18

Rozdział II.

Kierunki wykorzystania internetu w działalności marketingowej przedsiębiorstwa.

2.1. Internet w kształtowaniu produktu i jego ceny 25

2.1.1. Strategia produktowa w e-marketingu..... 27

2.1.2. Strategia cenowa w e-marketingu..... 27

2.2. Internet w dystrybucji..... 32

2.3. Internet w promocji i kreacji wizerunku firmy 33

2.3.1. Kreowanie wizerunku firmy (e-branding) 37

2.3.2. Firmowa strona WWW..... 38

2.4. Internet w badaniach marketingowych..... 42

Rozdział III.

Zastosowanie internetu w marketingu przedsiębiorstw o różnej wielkości.

3.1. Struktura badanych przedsiębiorstw.....	45
3.2. Motywy i korzyści wykorzystywania Internetu w przedsiębiorstwie	48
3.3. Cele i zakres wykorzystywania Internetu w przedsiębiorstwie	52
3.4. Rola Internetu w zintegrowanej komunikacji marketingowej przedsiębiorstwa	56

Zakończenie 60

Bibliografia 62

Spis tabel i rysunków 63