

# Spis treści

<b>Autorzy</b> .....	7
<i>Grzegorz Mazurek</i> <b>Wstęp</b> .....	17
<i>Grzegorz Mazurek, Konrad Zach</i> <b>Rozdział 1. Strategia i planowanie e-marketingowe</b> .....	27
<i>Jolanta Tkaczyk</i> <b>Rozdział 2. Konsument w internecie</b> .....	53
<i>Michał Kot</i> <b>Rozdział 3. Badania marketingowe online</b> .....	75
<i>Anna Miotk</i> <b>Rozdział 4. Mierzalność działań online</b> .....	125
<i>Paweł Gruszecki</i> <b>Rozdział 5. Wybrane aspekty prawne e-marketingu</b> .....	145
<i>Grzegorz Krzemień, Grzegorz Mazurek, Marta Ulman</i> <b>Rozdział 6. Usługi interaktywne</b> .....	165
<i>Grzegorz Krzemień, Grzegorz Mazurek, Konrad Zach</i> <b>Rozdział 7. Serwisy WWW: oś komunikacji online</b> .....	185
<i>Katarzyna Gawlik, Bartosz Borowiec</i> <b>Rozdział 8. Projektowanie interfejsów</b> .....	211
<i>Wojciech Szymański</i> <b>Rozdział 9. Pozycjonowanie stron internetowych (SEO)</b> .....	243
<i>Jarostaw Sokołowski, Łukasz Sowiński, Roman Bębenista</i> <b>Rozdział 10. Google AdWords i analityka webowa</b> .....	275
<i>Dagmara Plata-Alf, Grzegorz Mazurek, Arkadiusz Miegiń</i> <b>Rozdział 11. Reklama internetowa</b> .....	313
<i>Paweł Sala</i> <b>Rozdział 12. E-mail marketing</b> .....	331

<i>Dagmara Plata-Alf</i> <b>Rozdział 13. Marketing Automation</b> .....	349
<i>Szymon Lisowski</i> <b>Rozdział 14. Social media marketing</b> .....	365
<i>Tomasz Woźniak</i> <b>Rozdział 15. Technologie mobilne w marketingu</b> .....	383
<i>Magdalena Tobiasz, Wojciech Szymański</i> <b>Rozdział 16. Content marketing</b> .....	397
<i>Magdalena Daniłóś</i> <b>Rozdział 17. Wideo marketing na YouTube</b> .....	413
<i>Aleksander Winciorek</i> <b>Rozdział 18. Internet PR i influencer marketing</b> .....	427
<i>Konrad Zach</i> <b>Rozdział 19. Personal branding</b> .....	449
<i>Grzegorz Mazurek</i> <b>Rozdział 20. Przyszłość e-marketingu</b> .....	465
<i>Grzegorz Mazurek</i> <b>Zakończenie</b> .....	479