

SPIS TREŚCI

Wstęp	7
1. Charakterystyka Internetu i jego rozwój	13
Początki i rozwój Internetu	13
Charakterystyka użytkowników Internetu	21
Wpływ Internetu na gospodarkę i życie społeczne	24
Zastosowanie Internetu w działalności gospodarczej	29
Najważniejsze narzędzia Internetu stosowane w marketingu	35
2. Prawne uwarunkowania funkcjonowania Internetu	43
Reklama internetowa w Polsce	44
Przyznawanie domen internetowych	46
Rejestracja adresów internetowych w Polsce	51
Regulacje dotyczące handlu w Internecie	53
3. Zastosowanie sieci WWW w działaniach marketingowych	57
Znaczenie i zakres zastosowania sieci WWW w marketingu	57
Zastosowanie Internetu przez polskie przedsiębiorstwa	71
Sposoby docierania do stron WWW	74
4. Badania marketingowe	82
Internet a wtórne badania marketingowe	83
Możliwości zastosowania Internetu w pierwotnych badaniach marketingowych	84
5. Zastosowanie Internetu w procesie tworzenia produktu	87
Marketingowa koncepcja rozszerzonego produktu i wpływ Internetu na kształtowanie jego elementów	87
Planowanie i tworzenie nowego produktu	95
Promowanie nowego produktu w fazie wprowadzania go na rynek docelowy ..	96

6. Promocja w Internecie	98
Promocja kraju i działania promocyjne organizacji międzynarodowych	98
Działania promocyjne przedsiębiorstw.....	101
Reklama w sieci (<i>webvertising</i>)	105
Public relations	120
Sponsoring.....	123
Promocja uzupełniająca (promocja sprzedaży) w sieci.....	125
Telemarketing w Internecie	130
Strategie promocyjne	131
Targi i wystawy	132
Powiązania między promocją on-line a tradycyjnymi formami promocji	134
„Antywitryny” i przeciwdziałanie reklamie on-line	139
Agencje reklamowe i domy mediowe jako instytucje świadczące usługi w promocji on-line.....	141
7. Dystrybucja oraz handel w sieci – cybersklepy	150
Handel elektroniczny w Polsce.....	155
Transakcje w Internecie.....	156
Koncepcje marketingowe w handlu elektronicznym	165
Giełdy i aukcje w Internecie	168
Płatności i dostarczanie produktów	175
8. Najnowsze tendencje zastosowania Internetu w biznesie i powstawanie organizacji wirtualnych.....	179
9. Analizy przypadków.....	185
Zakończenie.....	212
Wykaz wybranych adresów internetowych przydatnych w marketingu	214
Słownik podstawowych pojęć.....	221
Bibliografia.....	227
Indeks.....	235