

Internet jako narzędzie marketingu na podstawie firmy X

Jeśli potrzebują Państwo więcej informacji o tej pracy, to proszę pisać - [kontakt](#)

licencjacka Nie była broniona

WSTĘP 3

Rozdział I Internet – współczesny środek przekazu informacji 6

1.1 Rodzaje usług sieciowych 6

1.2 Znaczenie informacji i nowe możliwości jej przekazu w XXI wieku 9

1.2.1 Interaktywna i multimedialna komunikacja w Internecie 11

1.2.2 Dostęp do informacji przez Internet 13

1.2.3 Komunikacja wewnętrzna firmy – Intranet 15

1.3 Eksploatacja Internetu w marketingu 17

Rozdział II Zastosowanie Internetu w kontekście marketingu-mix 23

2.1 E-rynek Internet i jako źródło nowych szans dla marketingu 23

2.2 Produkt 28

2.3 Dystrybucja i sprzedaż 32

2.4 Promocja 40

2.4.1 Internet a tradycyjne formy komunikacji 40

2.4.2 Reklama 44

2.4.3 Public relations i Internet 49

Rozdział III Prezentacja strony WWW 53

3.1 ZPM-Tarczyński jako podmiot działający na rynku produktów mięsnych 53

3.2 Witryna internetowa firmy X 55

ZAKOŃCZENIE 66

BIBLIOGRAFIA 68

Załączniki 70

1) Spis rysunków 70

Jeśli chcesz zamówić pisanie pracy od podstaw, to zapraszamy na stronę [pisanie prac](#) - sprawdzony serwis