

Spis treści

Wprowadzenie / 7

Rozdział 1

Zarządzanie działalnością promocyjną przedsiębiorstwa w Internecie / 13

Etapy planowania, realizacji i analizy kampanii promocyjnej
w Internecie / 13

Narzędzia promocji internetowej / 28

Strona internetowa przedsiębiorstwa jako podstawa działalności
promocyjnej w Internecie / 29

Kampanie reklamowe typu *display* / 33

Promocja w wyszukiwarkach internetowych / 41

Marketing bezpośredni w Internecie / 49

Specyfika internetowego public relations / 53

Promocja w portalach społecznościowych / 57

Rozdział 2

Metody szacowania skuteczności promocji internetowej / 64

Skuteczność jako kategoria naukowo-badawcza / 64

Pomiar aktywności użytkowników na stronie internetowej / 71

Szacowanie skuteczności promocji w Internecie
przy zastosowaniu metod wskaźnikowych / 84

Marketingowe metody szacowania skuteczności promocji
w Internecie / 99

Rozdział 3***Business Intelligence* jako technologia wspierająca pomiar skuteczności promocji w Internecie / 106***Istota technologii Business Intelligence / 106**Narzędzia systemów klasy Business Intelligence / 110**Zastosowanie narzędzi Business Intelligence do badania skuteczności promocji w Internecie / 116***Rozdział 4****Koncepcja modelu szacowania skuteczności promocji internetowej / 123***Wstępne założenia konstrukcji modelu / 123**Budowa modelu pojęciowego tematycznej hurtowni danych / 128**Projekt modelu logicznego tematycznej hurtowni danych / 139***Rozdział 5****Analiza skuteczności kampanii e-mailingowych z wykorzystaniem zaprojektowanego narzędzia / 159***Ogólna charakterystyka kampanii będących przedmiotem analiz / 159**Określenie zakresu analiz wielowymiarowych na potrzeby zaprojektowanej hurtowni tematycznej / 163**Szacowanie skuteczności kampanii promocyjnych przy wykorzystaniu zaprojektowanego narzędzia / 180***Rozdział 6****Empiryczna weryfikacja modelu na podstawie wyników badań przeprowadzonych wśród przedsiębiorstw / 204***Organizacja badań empirycznych i zastosowane metody badawcze / 204**Wyniki i wnioski z przeprowadzonych badań / 205***Zakończenie / 220****Słownik użytecznych terminów / 222****Wybrane pozycje bibliograficzne / 229**