

Spis treści

Wprowadzenie

Jarosław Królewski, Paweł Sala

7

Część I

PODSTAWY – SOLIDNY BACKGROUND

1. Marka z potencjałem	11
Paweł Tkaczyk	
2. Marketing 3.0	18
Michał Dziekoński	
3. Rynek internetowy w Polsce i na świecie	39
Tomasz Surmacz	
4. Wpływ Internetu na gospodarkę	64
Krzysztof Belech	
5. Social media – społeczny wymiar Internetu	81
Dominik Kaznowski	
6. Rola edukacji w środowisku online	104
Paweł Kolenda	

Część II

SKŁADOWE SUKCESU

7. Usability i User Experience	113
Jarosław Królewski	
8. Marketing mobilny	139
Monika Mikowska, Andrzej Ogonowski oraz Anna Zarudzka, Adrian Kielich, Piotr Koźniewski, Marcin Nowak, Paweł Zieliński	
9. E-mail marketing	180
Paweł Sala	
10. Automatyzacja marketingu	222
Grzegorz Błażewicz, Bartłomiej Piechota	
11. Gry w Internecie	236
Jacek Jankowski, Magdalena Drabik-Kochmańska	
12. Wideo i audio w sieci	248
Teresa Wierzbowska	
13. Od e-commerce do „zakupów totalnych”	268
Justyna Dziegieć	
14. Vademecum budowania platformy e-commerce	283
Anna Siemińska	

15. Copywriting	293
<i>Leszek Łuczyn</i>	
16. Content marketing	304
<i>Barbara Stawarz</i>	
17. Kampanie społeczne w Internecie	320
<i>Joanna Świercz, Anna Jadwiga Orzech</i>	

Część III JAK TO POLICZYĆ?

18. Badania mediów internetowych	359
<i>Andrzej Garapich</i>	
19. Monitoring mediów społecznościowych	384
<i>Jarosław Roszkowski</i>	
20. Human Crafted Rules vs Artificial Intelligence. Dokąd zmierza nowoczesny marketing	422
<i>Jarosław Królewski</i>	

Część IV NIEZBĘDNIK NOWOCZESNEGO MARKETERA

21. Nowy wymiar handlu. Ewolucja czy rewolucja	433
<i>Bartosz Józefowski</i>	
22. Omnichannel, czyli o wszechsprzedaży	438
<i>Magdalena Urbaniak oraz Aneta Głowacka, Damian Gałuszka</i>	
23. Z technologią za pan brat	459
<i>Jarosław Królewski, Miłosz Baluś</i>	
24. Jak współpracować z zespołem IT	470
<i>Przemysław Tarczyński</i>	
25. Zarządzanie projektami (hipsterzy budują ziemiankę)	479
<i>Maciej Wiktorowski</i>	
26. Obsługa klienta w sieci	492
<i>Michał Kasperczyk</i>	
27. Wybrane prawne aspekty marketingu w sieci	510
<i>Łukasz Gładki, Wojciech Piwowarczyk</i>	
28. Marketing w start-upach	526
<i>Marek Przysaś</i>	

Bibliografia	539
O Autorach	544