

Rola promocji w funkcjonowaniu sklepu internetowego

Wstęp..... 4

Rozdział 1

Charakterystyka i istota promocji

- 1.1. Pojęcie promocji..... 6
- 1.2. Rodzaje promocji..... 11
- 1.3. Specyfika promocji w internecie..... 24

Rozdział 2

Geneza i specyfika handlu elektronicznego

- 2.1. Historia i rozwój handlu elektronicznego29
- 2.2. Charakterystyka handlu elektronicznego..... 30
- 2.3. Rodzaje i modele handlu elektronicznego..... 32
- 2.4. Wady i zalety handlu elektronicznego..... 39

Rozdział 3

Funkcjonowanie sklepów internetowych

- 3.1. Rodzaje sklepów internetowych..... 41
- 3.2. Standardy sklepów internetowych..... 44
- 3.3. Elementy sklepu internetowego..... 45
- 3.4. Narzędzia do budowy sklepu internetowego..... 46
- 3.5. Bariery wdrażania sklepu internetowego47

Rozdział 4

Ocena znaczenia promocji w funkcjonowaniu sklepu na podstawie badań

- 4.1. Charakterystyka wybranego sklepu internetowego..... 50
- 4.2. Metoda badań51
- 4.3. Analiza wyników badań..... 57
- 4.4. Wnioski72

Zakończenie.....	73
Bibliografia.....	74
Spis tabel	78
Spis rysunków.....	79
Ankieta.....	80