

Obsah

1. Internetový marketing	4
1.1 Případová studie Mitsubishi	4
1.2 Internetový marketing – Teoretická východiska	6
1.3 Testové otázky	12
1.4 Literatura ke kapitole	15
2. E-mail marketing	16
2.1 Případová studie Groupe SEB	16
2.2 E-mailový marketing – Teoretická východiska	17
2.3 Testové otázky	22
2.4 Literatura ke kapitole	25
3. Search Engine Marketing (SEM)	26
3.1 Případová studie DilPa	26
3.2 SEM a SEO – Teoretická východiska	27
3.3 Testové otázky	34
3.4 Literatura ke kapitole	37
4. Direct marketing	38
4.1 Případová studie Continental AG	38
4.2 Direct marketing – Teoretická východiska	42
4.3 Testové otázky	49
4.4 Literatura ke kapitole	52
5. Marketing ve stavebnictví	53
5.1 Případová studie Zelené stavby Brno	53
5.2 Marketing ve stavebnictví - Teoretická východiska	56
5.3 Testové otázky	70
5.4 Literatura ke kapitole	73
6. Nákupní marketing	74
6.1 Případová studie Siemens	74
6.2 Nákupní marketing – Teoretická východiska	77
6.3 Testové otázky	88
6.4 Literatura ke kapitole	91
7. Karty chytrých praktik	92
7.1 Stručný a výstižný název, který čtenáře zaujme	92
7.2 Jedno kliknutí myši	95