

Obsah

Pár slov na úvod.....	10
1. FORMY MARKETINGOVEJ KOMUNIKÁCIE V PROSTREDÍ INTERNETU.....	12
1.1 Tradičné formy e-marketingovej komunikácie	13
1.1.1 Web stránka	14
1.1.2 Kontextová reklama	16
1.1.3 Bannerová reklama	23
1.1.4 Reklama na internetových vyhľadávačoch	28
1.1.5 PPC reklama	30
1.1.6 E-katalógy.....	33
1.1.7 E-mail marketing	34
1.1.8 Public relation	41
1.2 Nové formy e-marketingovej komunikácie.....	43
1.2.1 Spriaznené web stránky.....	43
1.2.2 Affiliate programy	44
1.2.3 Sociálne siete	46
1.2.4 Odborné portály a diskusie na internete	46
1.2.5 Mikrostránky	47
1.2.6 Advergaming	49
1.2.7 Virálny marketing.....	51
1.2.8 Blogy.....	59
2. ELEKTRONICKÝ MARKETING	60
2.1 Komunikačné kanály v prostredí internetu	60
2.2 Web stránky, E-shop, Blog, Sociálny sieť.....	61
2.2.1 Webová stránka	61
2.2.2 E-shop	71
2.2.3 Blog	72
2.2.4 Sociálne siete	75
3. ELEKTRONICKÉ OBCHODOVANIE (E-COMMERCE).....	83
3.1 Základy elektronického obchodu	83
3.2 Obchodné modely elektronického obchodovania	86
3.2.1 B2B (Business to Business).....	88
3.2.2 B2C (Business to Consumer)	91
3.3 Dopad elektronických obchodov na marketing	92
3.3.1 E-shop.....	92
3.3.2 E-aukcie	103

3. 3. 3 Úspora času a nákladov pri e-aukciách	112
3. 3. 5 Druhy elektronických trhovísk	114
3. 3. 6 Tvorba cien na e-trhoviskách	117
4. VÝSKUMNÁ ČASŤ MONOGRAFIE	118
4.1 Analýza faktorov úspešnosti podnikania na vybranom trhu.....	118
4. 1. 1 Cieľ a metódy	119
4. 1. 2 Vyhodnotenie a interpretácia výsledkov	121
4. 1. 3 Diskusia	126
4.2 Analýza vybraného internetového trhu	126
4. 2. 1 Cieľ a metódy	126
4. 2. 2 Vyhodnotenie a interpretácia výsledkov	127
4. 2. 3 Diskusia	130
4.3 Analýza segmentácie a preferencií užívateľov vybraného internetového médi.....	131
4. 3. 1 Cieľ a metódy	131
4. 3. 2 Vyhodnotenie a interpretácia výsledkov	132
4. 3. 3 Diskusia	135
4.4 Analýza segmentácie a preferencií užívateľov vybranej sociálnej siete	135
4. 4. 1 Cieľ a metódy	136
4. 4. 2 Vyhodnotenie a interpretácia výsledkov	136
4. 4. 3 Diskusia	140
4.5 Nakupovanie na internete z pohľadu zákazníkov	140
4. 5. 1 Cieľ a metódy	140
4. 5. 2 Vyhodnotenie a interpretácia výsledkov	141
4. 5. 3 Diskusia	146
4.6 Analýza postojov užívateľov internetu na vybranom trhu k nakupovaniu prostredníctvom e-shopov	146
4. 6. 1 Cieľ a metódy	147
4. 6. 2 Vyhodnotenie a interpretácia výsledkov	148
4. 6. 3 Diskusia	153
4.7 Analýza preferencií zákazníkov e-shopov	153
4. 7. 1 Cieľ a metódy	154
4. 7. 2 Vyhodnotenie a interpretácia výsledkov	155
4. 7. 3 Diskusia	158
4.8 Analytický pohľad na vybrané aspekty e-commerce	159
4. 8. 1 Cieľ a metódy	159
4. 8. 2 Vyhodnotenie a interpretácia výsledkov	160

4. 8. 3 Diskusia	166
4.9 Analýza účinnosti vybraných sociálnych médií v e-commerce	167
4. 9. 1 Cieľ a metódy	167
4. 9. 2 Vyhodnotenie a interpretácia výsledkov	169
4. 9. 3 Diskusia	177
4.10 Analýza návštevnosti e-shopov na vybranom internetovom trhu	178
4. 10. 1 Cieľ a metódy	178
4. 10. 2 Vyhodnotenie a interpretácia výsledkov	179
4. 10. 3 Diskusia	184
4.11 Elektronické obchodovanie z pohľadu prevádzkovateľov e-shopov na vybranom internetovom trhu	185
4. 11. 1 Cieľ a metódy	185
4. 11. 2 Vyhodnotenie a interpretácia výsledkov	186
4. 11. 3 Diskusia	188