

Obsah

Pár slov úvodem	7
1. kapitola	
Základní charakteristiky internetu	11
1.1 Podstata internetu	12
<i>Srovnání internetu s tradičními médii</i>	13
1.2 Uživatelé internetu	16
<i>Celosvětové statistiky uživatelů internetu</i>	17
<i>Uživatelé internetu v České republice</i>	19
1.3 Připojení k internetu	20
<i>Připojení firmy k internetu</i>	20
<i>Připojení koncového zákazníka k internetu</i>	25
2. kapitola	
Internet a marketing	27
2.1 Změny v důsledku využití internetu a informačních technologií	28
2.2 Změny v současném marketingu	29
<i>Podstata marketingu na internetu</i>	30
<i>Segmentace na internetu</i>	32
2.3 Internet a jeho využití v marketingu	34
<i>Základní služby internetu a jejich marketingové využití</i>	34
<i>Současné možnosti uplatnění internetu v marketingu</i>	36
3. kapitola	
Marketingový výzkum na internetu	41
3.1 Marketingový výzkum obecně	42
<i>Proces marketingového výzkumu</i>	43
<i>Metody sběru a vyhodnocování dat</i>	43
3.2 Základní aspekty marketingového výzkumu na internetu	44
<i>Výhody a nevýhody marketingového výzkumu na internetu</i>	45
<i>Proces marketingového výzkumu na internetu</i>	46
3.3 Dělení marketingového výzkumu na internetu	49
<i>Výzkum prostřednictvím internetu</i>	51
<i>Výzkum na internetu</i>	61
4. kapitola	
Marketingový mix a internet	65
4.1 Marketingový mix obecně	66
<i>Moderní koncepce – 4C</i>	67

4.2	Marketingový mix 4P a internet	73
	<i>Výrobek na internetu</i>	73
	<i>Cena na internetu</i>	74
	<i>Distribuce na internetu</i>	76
5. kapitola		
	Komunikace na internetu	79
5.1	Výhody a nevýhody komunikace na internetu	80
5.2	Komunikační mix na internetu	81
	<i>Reklama na internetu</i>	82
	<i>Public relations (PR) na internetu</i>	89
	<i>Podpora prodeje na internetu</i>	91
	<i>Přímý marketing a internet</i>	92
	<i>Virální marketing</i>	93
6. kapitola		
	Obchodování na internetu	97
6.1	Základní aspekty obchodování na internetu	98
	<i>Výhody a nevýhody obchodování na internetu</i>	101
6.2	Typy obchodů a služeb na internetu	103
	<i>E-commerce obchodní modely</i>	104
6.3	Struktura prodejních serverů	105
6.4	Nákupní chování na internetu	107
	<i>Nákupní proces a internet</i>	108
7. kapitola		
	Marketingové strategie pro internet	111
7.1	Strategické řízení v praxi	112
	<i>Marketingová strategie v podnicích</i>	113
7.2	Internetové marketingové strategie	117
	<i>Internetové marketingové strategie obecně</i>	117
	<i>Internetové komunikační strategie</i>	120
	<i>Internetové obchodní strategie</i>	136
8. kapitola		
	Využívat internet v marketingu – ano či ne?	147
8.1	Možnosti a problémy při využití internetu v marketingu	148
8.2	Strategie podniku a internetová strategie	150
8.3	Měření efektivity on-line marketingu	150
	Pár slov závěrem...	153
	Použitá literatura	154