

Spis treści

Wprowadzenie	7
<i>Jarosław Królewski, Paweł Sala</i>	

Część I

PODSTAWY – SOLIDNY BACKGROUND

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

Część II

SKŁADOWE SUKCESU

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

15. Copywriting	293
<i>Leszek Luczyn</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>Lukasz Gładki, Wojciech Piwowarczyk</i>	
28. Marketing w start-upach	526
<i>Marek Przysaś</i>	

Bibliografia	539
O Autorach	544
