

Autori: Gay, Richard; Charlesworth, Alan; Esen, Rita

Titlu: Marketing on-line: o abordare orientată spre client

Loc: București

Editură: ALL

An: 2009

Nr. pagini: 541

Din cuprins:

1. Principiile și motoarele noului mediu de marketing
2. Strategii și modele pentru lumea virtuală
3. Elemente de planificare a marketingului on-line
4. Cercetarea în marketingul on-line
5. Comportamentul cumpărătorului on-line
6. Marketingul prin motoare de căutare
7. Permișiunea și personalizarea on-line
8. Crearea site-ului web, design și conținut
9. Produsul on-line
10. Elemente de stabilire a prețului pe web
11. Instrumente de comunicare on-line
12. Distribuția și achizițiile on-line
13. Elemente juridice cu privire la marketingul on-line

