

Młody nabywca jako filar strategii marketingowej na przykładzie portalu Yahoo

BIBLIOGRAFIA PRACY LICENCJACKIEJ

Marketing zorientowany na młodego konsumenta

- BIBLIOGRAFIA
1. Afuach A., Tucci Ch.L., Biznes internetowy. Strategie i modele, Oficyna Ekonomiczna, Kraków 2003,
 2. Altkorn J., Podstawy marketingu, Instytut Marketingu, Kraków 2006,
 3. Berkeley H., Marketing internetowy w małej firmie, Helion, Gliwice 2005,
 4. Białycki K., Podstawy marketingu, Wyższa Szkoła Handlu i Prawa, Warszawa 2002,
 5. de Kare- Silver M., E- szk. Rewolucja elektroniczna w handlu, PWE, Warszawa 2002,
 6. Garbarski L., Rutkowski I., Wrzosek W., Marketing, PWE, Warszawa 2001,
 7. Gregor B., Stawiszyński M., e-Commerce, Oficyna Wydawnicza Branta, Bydgoszcz- Łódź 2002,
 8. Jung B. (red.), Media, komunikacja, biznes elektroniczny, Difin, Warszawa 2001,
 9. Kędzior Z. (red.), Marketing- współczesne obszary badania i zastosowania, CBI AE, Katowice 2000,
 10. Kołodko G.W. (red.), Nowa gospodarka, WSPiZ, Warszawa 2001,
 11. Kotler P., Armstrong G. i in., Marketing. Podręcznik europejski, Felberg SJA, Warszawa 2004,
 12. Kotler P., Kotler o marketingu. Jak kreować i opanować rynki, PSB, Kraków 1999,
 13. Łoboda M., Mącik R. (red.), Przedsiębiorczość internetowa, UMCS, Lublin 2005,
 14. Mazurek G., Więcej czyli głośniej. Społeczność konsumencka w Internecie, „Modernmarketing”, nr 11/2002,

15. Michalski E., Marketing, PWN, Warszawa 2004,
16. Parzydło M., Nowy wymiar, „Businessman Magazine”, nr 1/2001,
17. Prospekt emisyjny INTERIA.PL, INTERIA.PL S.A., Warszawa 2000,
18. Rekowski M., Wprowadzenie do mikroekonomii, AE, Poznań 2002,
19. Schroeder J., Wykorzystanie Internetu w procesie negocjacji w biznesie międzynarodowym. Internacjonalizacja i globalizacja przedsiębiorstwa i gospodarki, AE, Wrocław 2002,
20. Strzyżewska M. (red.), Marketingowe zastosowanie Internetu w Polsce, TFGN SGH, Warszawa 2002,
21. Sznajder A., Marketing wirtualny, Oficyna Ekonomiczna, Kraków 2002,
22. Unold J., Systemy informacyjne marketingu, AE, Wrocław 2001,
23. Urbanek D., Zarządzanie marką w warunkach globalizacji gospodarki, „Marketing i Rynek”, nr 10/2002,
24. Waszczyk M., Potrzeba etosu w biznesie elektronicznym, w: Etyczne podstawy kultury biznesu, pod red. J. Kubki, ZPPG, Gdańsk 2001,
25. Wetwood J., Plan marketingowy w praktyce, Helion, Gliwice 2005,
26. Wiktor J., Promocja. System komunikacji przedsiębiorstwa z rynkiem, PWN, Warszawa 2001,
27. Windham L., Orton K., Dusza nowego konsumenta. Postawy, zachowania, preferencje e-klientów, CeDeWu, Warszawa 2001,
28. Żabiński L. (red.), Marketing. Koncepcje, badania, zarządzanie, PWE, Warszawa 2002.

Jeśli szukają Państwo pomocy w napisaniu własnej pracy - potrzebują Państwo fachowych konsultacji to polecamy stronę [pisanie prac](#) - profesjonalna pomoc w pisaniu prac w granicach prawa.