Płatne i bezpłatne formy reklamy internetowej

1. Altkorn J. Kramer T., Leksykon Marketingu, PWE, Warszawa 1998.
2. Altkorn J., Podstawy marketingu, Instytut Marketingu, Kraków 1995.
3. Bailyn E., Bailyn B., Przechytrzyć Google, Wyd. Helion, Gliwice 2012.
4. Gadzinowski, Net, Secret Service, nr 3/2000.
5. Czajkowski M., Internet w Windows 95/98, Gliwice 1999.
6. Charkiewicz, *Internet-podręcznik dla studentów i nie tylko*, Wyd. Translator S.C., Warszawa 1995.
7. Krupa P., Ossowski M., E- mail marketing, Wydawnictwo Helion, Gliwice 2013.
8. Łabanowski, Dołączanie do sieci, *Enter Nr specjalny*, wiosna 1996.
9. Smoleń, Marketing w Internecie, *Marketing w Praktyce*, Nr 9/10 1996.
10. Internet, Naukowa i Akademicka Sieć Komputerowa, www.nask.org.pl
11. Gonzales, E-mail do wynajęcia, *PC Magazine Po Polsku*, Nr 7(29) 1995.
12. Gamdzyk, Sieć do połowu pieniędzy, *Businessman Magazine*, Nr 8(65) 1996, *Raport specjalny*.
13. Łabanowski, Wpuszczeni w Internet, *Enter Nr Specjalny*, Wiosna 1996.
14. C.Gonyea, W.M.Gonyea*, Selling on the Internet: how to open an electronic storefront and have millions of consumers come to you!*, MCGraw-Hill, New York 1996.
15. Smoleń, Marketing na stronach WWW, *Marketing w Praktyce*, Nr 12 1996.
16. Smoleń, Marketing w Internecie, *Marketing w Praktyce*, Nr 9/10 1996.
17. Miłosz, Czy polski Internet musi zdrożeć?, *Forum*

Akademickie, Nr 6 1996.
18. http://www.wibro.agh.edu.pl/info/www/index.html, 14/09/1999.
19. Trojański, Przez witrynę do klienta, Businessman, nr 5/2000 r.
20. Ruszczyk, Internet w biznesie, Gdańsk 1997.
21. Majewski, Wartość dodana – źródło popularności serwisów WWW, „Modern Marketing" nr 5/2000 r.
22. Nowak, Czy Internet może być elementem marketing-mix Twojej Firmy?, „Modern Marketing", nr 1/2000.
23. Majewski, 7 sekretów skutecznej reklamy w Internecie, Wiedza i Praktyka, Warszawa 2000 r.
24. Konikowski, Efektywny banner. Ważniejszy wygląd czy lokalizcja?, „Magazyn Internet", nr 4/2000.
25. Konikowski, ABC promocji on – line, „Magazyn Internet", nr 9/98.
26. Konikowski, 15 elementów skutecznej promocji online, „Magazyn Internet" nr 1/2000.
27. Konikowski, Nie tylko banery, Magazyn Internet, nr 5/1999.
28. Konikowski, Z papieru na strony WWW, „Magazyn Internet" nr 6/2000.
29. Cygan, Rich Media – wielka nadzieja reklamodawców, „Modern Marketing", nr 5/99.
30. Konikowski, Media planning, czyli po co i gdzie?, „Magazyn Internet", nr 3/99.
31. Sznajder, Strategia reklamy, „Reklama w praktyce", Wiedza i praktyka nr 3,4/2000,.
32. J. Clancy, Śmiertelna szybkość wchodzenia do sieci, „Gazeta Wyborcza", nr 147/2000.
33. Cygan, J. Tarasiewicz, Lojalny internauta, "Modern Marketing", nr 6/99.
34. Kay, A Targeting Tutorial, http://www.wilsonweb.com, 12/12/1999.
35. Długiewicz , Serwery reklamowe, „Modern Marketing", nr 6/99.
36. Golonka, Ad serwer w praktyce,

http://www.modernmarketing.pl/3-2000/3-2000_art2.shtml, 16/06/2000.
37. Konikowski, Media planning, czyli po co i gdzie?, „Magazyn Internet”, nr 3/99.
38. Sznajder, Strategia reklamy, „Reklama w praktyce”, Wiedza i praktyka nr 3,4/2000.
39. Kay, A Targeting Tutorial, http://www.wilsonweb.com, 12/12/1999.
40. Długiewicz, Serwery reklamowe, „Modern Marketing”, nr 6/99.

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.