

Spis treści

Streszczenie	7
Search engine and social media marketing	8
Abstract	8
Wprowadzenie	9
1. Marketing cyfrowy	11
1.1. Search Engine Marketing.....	13
1.1.1. Search Engine Optimization	16
1.1.2. Słowa kluczowe	19
1.1.3. Rodzaje SEO	22
1.1.4. E-A-T.....	29
1.1.5. SEO dla e-commerce.....	31
1.1.6. Lokalne SEO.....	36
1.1.7. SEO w przypadku treści wideo	42
1.2. Reklama w wyszukiwarkach.....	48
1.2.1. Charakterystyka reklamy w wyszukiwarce Google.....	49
1.2.2. Struktura konta reklamowego w Google Ads	53
1.2.3. Słowa kluczowe	57
1.2.4. Rodzaje określania stawek	61
1.2.5. Pozostałe funkcjonalności	62
2. Marketing w mediach społecznościowych	65
2.1. Metody wykorzystania mediów społecznościowych w działaniach marketingowych.....	67
2.2. Reklama na portalu Facebook.....	73
2.2.1 Opcje konfiguracji reklamy	74
2.2.3 Remarketing	80
2.2.4 Podsumowanie.....	81
3. Skuteczność reklamy na portalu Facebook jako narzędzia do dotarcia do grupy docelowej odbiorców	83
3.1. Metodyka narzędzia i organizacja badań	84
3.2. Charakterystyka i dobór próby	86
3.3. Ogólne wyniki badań	87

3.4. Analizy szczegółowe.....	91
3.5. Dyskusja.....	96
3.6. Ograniczenia	99
Bibliografia	100