



Mini - skrypt do wykładu „Pokolenie Google”

dr hab. Magdalena Sobocińska

Wrocław, dnia 6 listopada 2017 r.

Serwis korporacyjny – serwis internetowy poświęcony firmie oraz prowadzonej przez nią działalności, prezentujący marki będące własnością firmy; zazwyczaj pełni funkcję informacyjną; jego poszczególne działy komunikują pozycję firmy różnym grupom odbiorców (klientom, przedstawicielom mediów, inwestorom, pośrednikom, a także potencjalnym pracownikom).

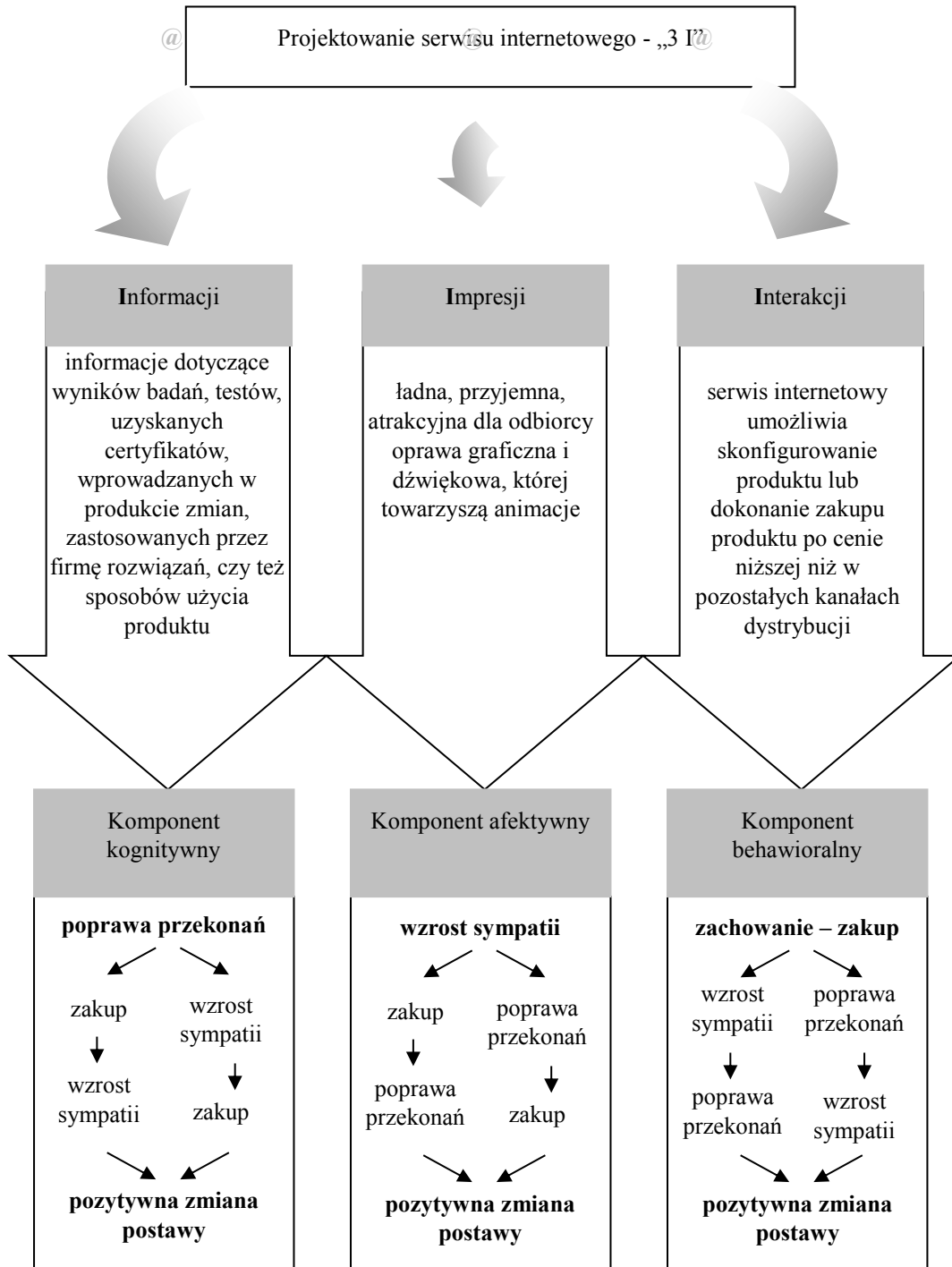
Serwis produktowy – serwis internetowy poświęcony konkretnej marce produktu; może posiadać zarówno informacyjny charakter, jak i dostarczać użytkownikom przede wszystkim wrażeń i rozrywki.

Blog korporacyjny – pamiętnik pisany przez pracowników i osoby zarządzające firmą, który umożliwia dwustronną komunikację z odbiorcami, zaprezentowanie portfela marek oraz pozyskiwanie informacji zwrotnej.

Generatywność Internetu – rozumiana jako zestaw cech takich jak:

- ułatwianie wykonywania szerokiego zbioru zadań,
- zdolność dostosowywania się do różnorodnych zadań,
- łatwość obsługi,
- dostępność .

Wpływ serwisu internetowego na zmiany postaw odbiorców wobec marki



Źródło: M. Sobocińska, Wirtualizacja konsumpcji i jej wpływ na zarządzanie produktem [w:] J. Kall, B. Sojkin, (red.), Zarządzanie produktem – teoria, praktyka, perspektywy, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Poznaniu, Poznań 2008; opracowanie własne z wykorzystaniem graficznej prezentacji zmiany postawy przedstawionej w: Rice Ch., Understanding Customers, Butterworth-Heinemann, Oxford 1997