

C priedas. Internetinio marketingo tyrimų sritys 2004–2013 m.

C.1 lentelė. Internetinio marketingo tyrimų sritys 2004–2013 m.

Table C.1. Internet marketing research areas in 2004–2013

| Eil. nr. | IM tyrimų sritis | Mokslininkai |
|----------|---|--|
| 1 | 2 | 3 |
| 1. | E. marketingo evoliucija | Taylor <i>et al.</i> 2010; Schibrowsky <i>et al.</i> 2007 |
| 2. | Teisiniai ir socialiniai aspektai | Kiškis 2009; Scott 2013 |
| 3. | Nacionaliniai vartotojų / verslo elgsenos ypatumai e. erdvėje | Apšvėloaie 2012; Al-Madi <i>et al.</i> 2013; Vuylsteke <i>et al.</i> 2010; El-Gohary 2012; Glavas <i>et al.</i> 2014 |
| 4. | E. strategija | Varadarajan <i>et al.</i> 2009; Sultan <i>et al.</i> 2004; Hallböck <i>et al.</i> 2013; Roy <i>et al.</i> 2010; Winer 2009; Li 2007 |
| 5. | IM įtaka įmonės veiklai | Tiago <i>et al.</i> 2012; Reuber <i>et al.</i> 2011; Shuai <i>et al.</i> 2011; Galloway <i>et al.</i> 2011; Ivanov 2012; Bell <i>et al.</i> 2012 |
| 6. | Marketingo operacijų efektyvumas | Kalaighnam <i>et al.</i> 2008; Tsai <i>et al.</i> 2011 |
| 7. | Internetinio marketingo taikymas įvairiose industrijose | Lachenmeier <i>et al.</i> 2013; Lin <i>et al.</i> 2006; El-Gohary 2012; Peng 2012; Kim <i>et al.</i> 2007; Verdouw <i>et al.</i> 2013 |
| 8. | Internetinio marketingo įtaka vartotojų elgsenai | Scully <i>et al.</i> 2012; Obadā 2013; Lai <i>et al.</i> 2013; O’Hern <i>et al.</i> 2013 |
| 9. | Socialinė medija | Constantinides 2009; Chen <i>et al.</i> 2011; Kirtiş <i>et al.</i> 2011; de Vries <i>et al.</i> 2012; Eagleman 2013 |
| 10. | Virusinė rinkodara | Swanepoel <i>et al.</i> 2009; Yang <i>et al.</i> 2010; Camarero <i>et al.</i> 2011; Kaplan <i>et al.</i> 2011 |

C.1 lentelės tęsinys

| | | |
|-----|--|--|
| 11. | Mobilus marketingas | Gao <i>et al.</i> 2013; Pescher <i>et al.</i> 2014; Varnali <i>et al.</i> 2010; Watson <i>et al.</i> 2013; Sultan <i>et al.</i> 2009; Shankar <i>et al.</i> 2010 |
| 12. | Atsiliepiamų įtaka | Park <i>et al.</i> 2007; Chen <i>et al.</i> 2011; Park <i>et al.</i> 2009; Decker <i>et al.</i> 2010; Chandrashekar <i>et al.</i> 2010; Schindler <i>et al.</i> 2013; Lin <i>et al.</i> 2007; Tian 2013; Lin <i>et al.</i> 2005; |
| 13. | Lankomumo duomenų analizė | Kwan <i>et al.</i> 2005; Bucklin <i>et al.</i> 2009; Drèze <i>et al.</i> 2004; Qiu <i>et al.</i> 2005; Mark R. <i>et al.</i> 2008 |
| 14. | Personalizavimas | Montgomery <i>et al.</i> 2009 |
| 15. | Prekės ženklo strategija | Scott 2013; Asmussen <i>et al.</i> 2013 |
| 16. | Internetinio puslapio kokybės ir dizaino tyrimai, elementų analizė | Baloglu <i>et al.</i> 2006; Peng 2012; Woodlock 2005; Maurer <i>et al.</i> 2011; Kim <i>et al.</i> 2007; Neill <i>et al.</i> 2012; Shin <i>et al.</i> 2013; Schäfer <i>et al.</i> 2013 |
| 17. | Internetiniai kuponai | Cheng <i>et al.</i> 2008 |
| 18. | Marketingo priemonės | Glavas <i>et al.</i> 2014; Winer 2009 |
| 19. | E. priemonių diegimo aspektai | Hashim <i>et al.</i> 2014; El-Gohary 2012 |
| 20. | Paieškos sistemų tyrimai | Vuylsteke <i>et al.</i> 2010; Kim <i>et al.</i> 2007; Nabout <i>et al.</i> 2012 |
| 21. | IT plėtros poveikis vartotojams | Apvāloaie 2012; Taylor <i>et al.</i> 2010; Labrecque <i>et al.</i> 2013; Barrutia <i>et al.</i> 2005 |
| 22. | Ekologijos aspektai e. marketinge | Chan 2013 |
| 23. | Privatumas | Christiansen 2011 |
| 24. | Internetiniai dienoraščiai | Lin <i>et al.</i> 2006; Singh <i>et al.</i> 2008; Onishi <i>et al.</i> 2012 |
| 25. | Technologijų valdymas | Fenwick <i>et al.</i> 2009; Decker, Trusov (2010); Lee <i>et al.</i> 2007; Long <i>et al.</i> 2007; |
| 26. | Segmentavimo aspektai | Kim <i>et al.</i> 2007; Hiziroglu 2013 |
| 27. | Pažinimo aspektai | Huang <i>et al.</i> 2012 |

C.1 lentelės pabaiga

| | | |
|-----|------------------------------------|--|
| 28. | Apsipirkimo įprotis | To <i>et al.</i> 2007; Andrews <i>et al.</i> 2013; Kim <i>et al.</i> 2012; |
| 29. | IM edukacija | Zhou <i>et al.</i> 2012 |
| 30. | Rinkos struktūra | Gabrielsson <i>et al.</i> 2011 |
| 31. | Socialinė komercija | Yadav <i>et al.</i> 2013; Tsai <i>et al.</i> 2012 |
| 32. | Tiekimo grandinės valdymas | Verdouw <i>et al.</i> 2013; Green <i>et al.</i> 2012; Samiee 2008; Walters 2008 |
| 33. | Reklama | Aksakallı 2012 |
| 34. | Kainodara | Ford <i>et al.</i> 2005; Lii <i>et al.</i> 2009; Pan <i>et al.</i> 2004 |
| 35. | Verslas– verslui santykių valdymas | Lages <i>et al.</i> 2008; Samiee 2008 |
| 36. | Turinio marketingas | Leibtag 2014 |
| 37. | Produktas | Ozer 2004; Zhang <i>et al.</i> 2004 |
| 38. | Patikimumas | Rahimnia <i>et al.</i> 2013; Tsiakis 2012; Urban <i>et al.</i> 2009 |
| 39. | Baneriai | Qiu <i>et al.</i> 2009 |
| 40. | Reputacija | Hung <i>et al.</i> 2012; Reuber <i>et al.</i> 2011 |
| 41. | Virtualios technologinės galimybės | Reuber <i>et al.</i> 2011 |
| 42. | Elektroniniai atsiskaitymai | Hanafizadeh <i>et al.</i> 2014; Zavareh <i>et al.</i> 2012; Ariff <i>et al.</i> 2012 |
| 43. | Pardavimų kanalai | Gabrielsson <i>et al.</i> 2011 |