|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Quellenangabe (Citavi/Zotero-Liste anfügen) | Zitierte Seite  | Zusammengefasster Inhalte/wörtliche Zitate/ |
| Lammenett, Erwin (2019): Praxiswissen Online-Marketing. Affiliate-, Influencer-, Content- und E-Mail-Marketing, Google Ads, SEO, Social Media, Online- inklusive Facebook-Werbung. 7. Aufl. 2019. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden. | 34 | Mitte der 1990er Jahre war der Begriff Online-Marketing noch relativ eng gefasst. Erumfasste die drei Unterdisziplinen Online-PR, Bannerwerbung und E-Mail-Marketing.Doch bald spalteten sich diese Unterdisziplinen des Online-Marketings mehr und mehrauf. Beispielsweise wurde aus der einfachen Bannerwerbung um die Jahrtausendwendedie Display-Werbung, die durch Themen wie Targeting, Social Ads, Rich Media, Video-Ads und dergleichen mehr immer komplexer wurde. Im weiteren Verlauf kamen neueDisziplinen hinzu, andere verschmolzen miteinander. Beispielsweise entstand aufgrunddes Siegeszuges der Smartphones das In-App-Advertising. In bestimmten Märkten verschmilztdas Customer-Relationship-Management mit dem Social Advertising zum SocialCRM. |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |