

Spis treści

OD AUTORÓW.	9
---------------------	---

Michał Goliński

1. ŁĄCZNOŚĆ BEZPRZEWODOWA - WYBRANE ASPEKTY EKONOMICZNE	13
1.1. Techniki informacyjne i proces ich konwergencji jako przyczyna zmiany	13
1.2. Komunikacja bezprzewodowa	18
1.3. Telefonía komórkowa	20
1.4. Rynek telefonii komórkowej	25
1.5. Fenomen GSM.	29
1.6. Gospodarcze znaczenie branży telefonii komórkowej.	31
1.7. Problematyka regulacji.	36
1.8. Kierunki rozwoju telefonii komórkowej.	40
1.9. Podsumowanie.	52
Bibliografia	53

Krystyna Polańska

2. ZARYS SPOŁECZNO-GOSPODARCZYCH SKUTKÓW KOMUNIKACJI MOBILNEJ.	57
2.1. Komunikacja mobilna	57
2.2. Atomizacja biura	62
2.3. Moc sprawcza SMS-a	65
2.4. Kultura remiksu w wydaniu mobilnym	67
2.5. Dobrowolny m-identyfikator (lokalizacja, uwierzytelnienie).	70
2.6. Paradoks statycznej mobilności.	73
2.7. Zjawisko m-wykluczenia	75
2.8. Podsumowanie	76
Bibliografia	79

Andrzej Sobczak

3. M-GOVERNMENT JAKO NOWY KANAŁ ŚWIADCZENIA USŁUG PUBLICZNYCH - SZKIC.	83
3.1. Mobilna administracja	83
3.2. Od e-administracji do m-administracji.	84
3.3. Przegląd przedsięwzięć z zakresu m-administracji	87
3.3.1. Inicjatywy indywidualne	87
3.3.2. Projekt USE-ME.GOV.	90
3.3.3. Projekt SAFIR.	91

3.3.4. Projekt EU-DOMAIN.	92
3.3.5. Projekt VISUAL ADMIN.	93
3.3.6. Projekt PANDORA.	93
3.3.7. Projekt Multigov.	94
3.3.8. Projekt m-Tartu.	94
3.4. Od m-usługi publicznej do koncepcji wielokanałowego dostarczania usług publicznych.	95
3.5. Podsumowanie.	99
Bibliografia.	101

Aleksander Z. Wassilew

4. TECHNOLOGIE KOMUNIKACJI MOBILNEJ - IMPLIKACJE SPOŁECZNO-KULTUROWE.	103
4.1. Przepływy i mobilności w sieci globalnej.	103
4.1.1. Internet.	105
4.1.2. Złożoność globalna.	108
4.2. Globalizacja.	109
4.3. Czasoprzestrzeń i wirtualizacja pracy.	112
4.3.1. Organizacje wirtualne i telepraca.	115
4.4. Relacje międzyludzkie.	116
4.4.1. Wspólnoty wyobrażone.	118
4.4.2. Tożsamości.	119
4.5. Filtry i interfejsy.	121
4.6. Podsumowanie.	122
Bibliografia.	123

Andrzej Żurawski

5. DIAGNOZA STANU I PERSPEKTYWY ROZWOJU URZĄDZEŃ, PRODUKTÓW ORAZ USŁUG MOBILNYCH.	127
5.1. Rozwój rynku mobilnego.	127
5.1.1. Techniczne możliwości urządzeń przenośnych.	129
5.1.2. Technologie komunikacyjne.	129
5.1.3. Technologie pozycjonowania.	131
5.1.4. Technologie identyfikacyjne.	131
5.2. Mapa obszarów rozwoju m-produktów i m-usług.	132
5.3. Mobilna rozrywka i informacje (<i>Mobile Infotainment</i>).	134
5.3.1. Przykład serwisu informacyjnego.	135
5.4. Komunikacja mobilna (<i>Mobile Communication</i>).	136
5.4.1. Przykład mobilnego serwisu społecznościowego.	137
5.5. Mobilny handel (<i>Mobile Commerce</i>).	138
5.6. Mobilne płatności.	140
5.6.1. Przykład serwisu <i>m-commerce</i>	141

5.7. Mobilny marketing (<i>Mobile Marketing</i>)	143
5.8. Podsumowanie	144
Bibliografia	145
 <i>Krystyna Polańska</i>	
ZAKOŃCZENIE	147