

SPIS TREŚCI

Wstęp	7
Rozdział 1	
Systemy informacyjne w zarządzaniu przedsiębiorstwem	15
1.1. Pojęcie systemu	15
1.2. System informacyjny	19
1.3. System informacyjny a informatyczny	23
1.4. System informacyjny przedsiębiorstwa w otoczeniu biznesowym	25
1.5. System informacyjny a zarządzanie	27
Rozdział 2	
Systemy informacyjne w zarządzaniu wiedzą	31
2.1. Pojęcie wiedzy	31
2.2. Zarządzanie wiedzą	34
2.3. Technologia informacyjna a zarządzanie wiedzą	37
2.4. Systemy zarządzania wiedzą	42
2.5. Znaczenie systemów zarządzania wiedzą dla przedsiębiorstw	46
2.6. Internet źródłem wiedzy	47
2.7. Data Mining	48
2.8. Business Intelligence	52
2.9. Telenauczanie	56
Rozdział 3	
Systemy informacyjne a innowacyjność przedsiębiorstw	61
3.1. Pojęcie innowacji	61
3.2. Procesy innowacyjne	62
3.3. Rodzaje innowacji	68
3.4. Innowacyjność przedsiębiorstw	69
3.5. Wpływ technologii informacyjnej na innowacyjność przedsiębiorstw	73
3.6. Wpływ systemów informacyjnych na konkurencyjność firm	75
3.7. Innowacje bazujące na technologii informacyjnej	86
3.8. Technologia informacyjna w działalności przedsiębiorstw	88
3.9. Ciągła zmiana technologii a innowacyjność	91
3.10. Zarządzanie wiedzą a zarządzanie innowacją	97

Rozdział 4

Przedsiębiorstwa wirtualne	109
4.1 Pojęcie wirtualności	109
4.2. Definicja przedsiębiorstwa wirtualnego.....	111
4.3. Zarządzanie przedsiębiorstwem wirtualnym	119
4.4. Wirtualna organizacja pracy	124
4.5. Cykl życia przedsiębiorstwa wirtualnego	127
4.6. Wirtualność a innowacyjność	130
4.7. Wirtualne firmy innowacyjne w gospodarce rynkowej	132
4.8. Perspektywy rozwoju wirtualnych przedsiębiorstw innowacyjnych	135
4.9. Wirtualne sieci prywatne	136

Rozdział 5

Zarządzanie wiedzą i relacjami z klientem	141
5.1. Istota systemów zarządzania relacjami z klientem.....	141
5.2. Cele i zadania systemów zarządzania relacjami z klientem	145
5.3. Wdrożenie systemu	146
5.4. Korzyści z wdrożenia systemu.....	147
5.5. Funkcje zaawansowanych systemów zarządzania relacjami z klientem	149
5.6. Pozyskiwanie informacji o klientach	150
5.7. Internet w zarządzaniu relacjami z klientem	151
5.8. Systemy zarządzania relacjami z klientem a strategia przedsiębiorstwa.....	153
5.9. Systemy zarządzania wiedzą w relacjach z klientem.....	157

Rozdział 6

Najnowsze trendy biznesowe.....	159
6.1. Zmiany w otoczeniu przedsiębiorstw	159
6.2. Tendencje współczesnego biznesu	162
6.3. Telewizja interaktywna.....	164
6.4. Sztuczna inteligencja.....	164
6.5. Nowe formy globalizacji pracy	168
6.6. Zwiększanie efektywności wykorzystania informacji.....	171
6.7. Produkt z punktu widzenia klienta	174
6.8. Gospodarka elektroniczna szansą dla MSP	179
Podsumowanie	187
Spis rysunków.....	193
Spis tabel.....	194
Strony internetowe.....	194
Bibliografia.....	195