

# Spis treści

|                                                                                     |     |
|-------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Wprowadzenie . . . . .                                                              | 9   |
| Nadeszła AI. To co teraz? . . . . .                                                 | 17  |
| Piewcy AI i sprzedawcy maści<br>na szczury. . . . .                                 | 33  |
| Technorealizm: czerwona pigułka?<br>Niebieska? Nie musisz wybierać. . . . .         | 45  |
| Znaleźć miejsce AI w strategii. . . . .                                             | 59  |
| Przewaga konkurencyjna wymyślona<br>na nowo . . . . .                               | 71  |
| Zaranie zrozumienia języka naturalnego<br>w biznesie: przykład marketingu . . . . . | 83  |
| Demokratyzacja i aspekty<br>antykonkurencji w AI . . . . .                          | 97  |
| Współpracująca AI . . . . .                                                         | 111 |
| Pojutrze . . . . .                                                                  | 123 |
| Wnioski . . . . .                                                                   | 133 |

>>>>>>>>>>