

Spis treści

Wprowadzenie	7
I. Wiedza o kliencie podstawą strategii i komunikacji omnichannel (<i>Edyta Abramek</i>).....	11
II. Perspektywa użytkownika IoS kluczową determinantą strategii dopasowania biznes-IT (<i>Artur Machura</i>)	28
III. Przegląd metod modelowania i optymalizacji procesów (<i>Adam Mrozek</i>)	50
IV. Wykorzystanie danych do doskonalenia usług w organizacjach non profit (<i>Joanna Palonka</i>).....	83
V. Architektura systemowa dla modelowania i zarządzania danymi masowymi (<i>Małgorzata Pańkowska</i>)	100
VI. Graf wiedzy: teoria i praktyczne zastosowanie (<i>Mariia Rizun</i>).....	119
VII. Badania okulograficzne w wyszukiwarkach internetowych – przegląd badań (<i>Artur Strzelecki</i>)	137
VIII. Zastosowanie autopojezy społeczności agentów programowych we wspomaganiu procesów biznesowych organizacji (<i>Mariusz Żytniewski</i>)	172
Informacja o Autorach	189