

W kierunku rozszerzonego przedsiębiorstwa. Analiza sektorowa rozwoju ICT w Polsce.

redakcja naukowa Tadeusz Kasprzak

*Zapoczątkowana publikacjami z początku lat dziewięćdziesiątych ubiegłego wieku historia serii wydawniczej *Studia Informatyki Gospodarczej* jest zarazem historią integracji systemów informacyjnych, która początkowo koncentrowała się wokół hasła komputerowo zintegrowanego wytwarzania (...), a następnie zajęła się reżynżynierią procesów łamiącą tradycyjne wewnętrzne struktury przedsiębiorstw. Obecnie zajmuje się ona opisem obszaru procesów wewnętrznych i zewnętrznych (...). Z kolei w prezentowanej pracy głównym zagadnieniem jest wyjście organizacji poza pole własnych procesów biznesu i wkroczenie na teren relacji międzyorganizacyjnych".*

Prof. zw. dr hab. Tadeusz Kasprzak

Spis treści:

Wstęp

Tadeusz Kasprzak

ROZDZIAŁ 1. Ogólne tendencje rozwoju informatyzacji w Polsce i na świecie

Mirosława Lasek

1. Ogólne tendencje oraz kierunki rozwoju informatyzacji przedsiębiorstw na świecie i w Polsce
 2. Etapy rozwoju informatyzacji przedsiębiorstw w Polsce
 3. Stan i rozwój informatyzacji polskich przedsiębiorstw w świetle badań GUS
 4. Stan wdrożeń systemów zintegrowanych (ERP i CRM) w polskich przedsiębiorstwach
 5. Nowe funkcje i moduły systemów zintegrowanych
 6. Informatyzacja przedsiębiorstw a przystąpienie Polski do UE
 7. Przyszłość rozwoju systemów zintegrowanych dla przedsiębiorstw
 8. Plany polskich przedsiębiorstw w zakresie inwestowania w technologie informacyjne
- Podsumowanie
Literatura

ROZDZIAŁ 2. Zastosowanie technologii ERP w sferze finansowo-bankowej

Dariusz Dziuba

Wprowadzenie

1. Ewolucja technologii ERP
 2. Strategie dostawców technologii ERP
 3. Strategie zastosowań ERP w sektorze bankowo-finansowym w Europie
 4. Specyfika zastosowań ERP w sektorze finansowo-bankowym
 5. ERP w dużych bankach – Deutsche Postbank jako studium przypadku
 6. Moduły CRM jako główny obszar zainteresowania banków
 7. ERP – potencjalne korzyści, koszty i inne ograniczenia
 8. Alternatywa dla banków – ERP w outsourcingu
- Podsumowanie
Literatura

ROZDZIAŁ 3. CRM w strategiach marketingu partnerskiego

Tadeusz Kasprzak

1. Szkic teorii marketingu partnerskiego
2. CRM – system integrujący procesy zarządzania sprzedażą i obsługą klienta
3. Strategie rozwoju CRM – Hurtownie Danych
4. Strategie CRM i strategie biznesu
5. Rachunek ekonomiczny CRM

Literatura

ROZDZIAŁ 4. Zarządzanie łańcuchami dostaw sektora produkcji żywności wykorzystujące technologie informacyjne

Wacław Szymanowski

Wprowadzenie

1. Geneza i charakterystyka zintegrowanego i wirtualnego systemu zarządzania łańcuchem dostaw
 - 1.1. Etapy tworzenia zintegrowanego i wirtualnego systemu zarządzania łańcuchem dostaw
 - 1.2. Modele łańcuchów dostaw
 - 1.3. Podstawowe pojęcia i cechy zarządzania łańcuchami i sieciami dostaw
 - 1.3.1. Cechy zarządzania łańcuchem dostaw (SCM)
2. Modelowanie łańcuchów i sieci dostaw
 - 2.1. Zasady orientacji funkcjonalnej i orientacji procesowej
 - 2.2. Metodologia ciągłego usprawniania łańcuchów dostaw
 - 2.3. Kryteria oceny wyboru wariantu rekonstruowanego łańcucha dostaw
3. Przesłanki przebudowy łańcucha dostaw żywności
 - 3.1. Przebudowa systemów logistycznych z orientacji produkcyjnej na klienta
 - 3.2. Zróżnicowane systemy organizacji dostaw na rynek
 - 3.3. Efekt Forrester'a i jego wpływ na zarządzanie łańcuchami dostaw
 - 3.4. Specyfika systemów dystrybucji żywności
 - 3.5. Potrzeba przebudowy łańcuchów dostaw żywności
4. Przebudowa podstawowego modelu zarządzania łańcuchem dostaw na podstawie wyboru scenariusza opartego na najlepszych praktykach
 - 4.1. Zasady przebudowy modelu zarządzania łańcuchami dostaw
 - 4.2. Etapy budowy wariantu łańcucha dostaw odpowiadającego najlepszym praktykom
 - 4.3. Podstawowe pojęcia związane z przebudową modelu łańcucha dostaw
 - 4.4. Struktura podstawowego modelu łańcucha dostaw
 - 4.5. Rozbudowana struktura podstawowego modelu łańcucha dostaw – generowanie efektywnych scenariuszy
 - 4.6. Metody mapowania procesów i decyzji
 - 4.7. Przykład przebudowy łańcucha dostaw warzyw i owoców w Holandii
 - 4.8. Uwagi końcowe
5. Uwarunkowania tworzenia sieciowego modelu dostaw żywności
 - 5.1. Cechy sieci dostaw
 - 5.2. Podstawowe cechy łańcuchów i sieci logistycznych – porównanie
 - 5.3. Podstawowe pojęcia służące budowie modelu zarządzania siecią logistyczną
 - 5.4. Zasady budowy i tworzenia modelu zarządzania siecią logistyczną
6. Handel jako ogniwo integracji dostaw żywności
 - 6.1. Ewolucja form dystrybucji w Polsce na przełomie wieków

- 6.2. Typologia ogniw handlu żywnością
 - 6.2.1. Typologia form handlu na rynkach rzeczywistych
 - 6.2.2. Typologia form handlu na rynkach elektronicznych
 - 6.2.3. Przykłady handlu elektronicznego produktami rolnymi i żywnością
 - 7. Centra i platformy logistyczne
 - 7.1. Elementy infrastruktury sieci
 - 7.2. Centra logistyczne i ich rodzaje – przyszły model w Polsce
 - 7.3. Wielkopolska Giełda Rolniczo-Ogrodnicza jako przykład ewolucyjnego modelu budowy centrum logistycznego
 - 8. Elektroniczna platforma e-Handel jako narzędzie wspomaganie zarządzania łańcuchem dostaw
 - 9. Tworzenie więzi partnerskich z wykorzystaniem technologii informacyjnych
 - 9.1. Zasady i etapy tworzenia związków partnerskich
 - 9.2. Wykorzystanie technologii informacyjnych do tworzenia związków partnerskich
- Literatura

ROZDZIAŁ 5. Wiodące branże rynku elektronicznego w Polsce. Charakterystyka dynamiki i ocena

Witold Chmielarz

Wprowadzenie

- 1. Finanse elektroniczne
 - 1.1. Bankowość elektroniczna
 - 1.1.1. Specyfika bankowości elektronicznej i przeprowadzonych badań
 - 1.1.2. Charakterystyka elektronicznej bankowości dla klientów instytucjonalnych
 - 1.1.3. Charakterystyka elektronicznej bankowości dla klientów indywidualnych
 - 1.2. Elektroniczne domy maklerskie
 - 1.2.1. Specyfika elektronicznych domów maklerskich
 - 1.2.2. Charakterystyka wybranych cech elektronicznych domów maklerskich
 - 1.2.3. Porównanie internetowych domów maklerskich
 - 1.3. Elektroniczne płatności
 - 1.3.1. Specyfika płatności elektronicznych
 - 1.3.2. Charakterystyka elektronicznego odwzorowania płatności na rynku elektronicznym
 - 1.3.3. Ocena przydatności płatności na rynku elektronicznym z punktu widzenia klienta
- 2. Handel elektroniczny
 - 2.1. Handel elektroniczny w małych i średnich firmach
 - 2.1.1. Specyfika branż i założenia badania
 - 2.1.2. Analiza wyników badania
 - 2.1.3. Analiza możliwości wykorzystania internetu w rozwoju małych i średnich firm
 - 2.2. Księgarnie internetowe
 - 2.2.1. Specyfika księgarni internetowych i założenia badania
 - 2.2.2. Analiza wybranych witryn księgarni internetowych
 - 2.2.3. Analiza rynku elektronicznego w branży księgarskiej na wybranych przykładach
 - 2.3. Sklepy komputerowe w internecie
 - 2.3.1. Specyfika branży usług informatycznych
 - 2.3.2. Charakterystyka wybranych sklepów komputerowych w przestrzeni elektronicznej
 - 2.3.3. Analiza branży komputerowej na rynku elektronicznym
 - 2.4. Branża usług motoryzacyjnych w internecie
 - 2.4.1. Specyfika branży motoryzacyjnej i założenia prowadzonych badań
 - 2.4.2. Charakterystyka witryn w branży motoryzacyjnej

- 2.4.3. Ocena rynku elektronicznego w branży motoryzacyjnej
- 3. Usługi elektroniczne
 - 3.1. Rynek elektroniczny w rekrutacji pracowników
 - 3.1.1. Specyfika branży rekrutacyjnej i założenia prowadzonych badań
 - 3.1.2. Charakterystyka wybranych portali rekrutacyjnych
 - 3.1.3. Analiza możliwości wykorzystania portali rekrutacyjnych na rynku elektronicznym
 - 3.2. Usługi turystyczne w internecie
 - 3.2.1. Specyfika branży turystycznej
 - 3.2.2. Charakterystyka turystycznych systemów internetowych
 - 3.2.3. Ocena możliwości wykorzystania internetu w działalności turystycznej

Podsumowanie

Literatura

Wykaz skrótów