

SOMMAIRE CONTENTS

INTRODUCTION	9
Celina Olszak	
BUSINESS INTELLIGENCE FOR INFORMATION SOCIETY	11
Summary	23
Pamela Terenziani	
LE RAPPORT AVEC LES BANQUES A L'ERE INTERNET: BANQUE TRADITIONNELLE OU VIRTUELLE?	24
Résumé.	33
Joana Motta, Maria Barbosa, Sandra Filipe	
SELLING LUXURY WRIST WATCHES ONLINE. A CONTENT ANALYSIS OF WEB SITES	34
Summary	46
Marian Kika, Maria Uramova	
LE TRAVAIL NON REMUNERE DANS UNE SOCIETE DE L'INFORMATION.	47
Résumé.	59
Łukasz Sułkowski, Justyna Fijałkowska	
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY AND INTELLECTUAL CAPITAL INTERACTION AND VOLUNTARY DISCLOSURE	60
Summary	75
Marta Ulbrych	
SERVICES CENTRES IN POLAND AS THE CONSEQUENCES OF THE INFORMATION REVOLUTION	76
Summary	88

Maciej Urbaniak	
BUILDING A RELATIONSHIP BETWEEN PARTNERS IN THE SUPPLY CHAIN USING ONLINE COMMUNICATION	89
Summary	96

<u>Artur Bernard Olczak</u> , Rita Karolina Sobczyk	
BRAND ENGAGEMENT ON FACEBOOK BASED ON MOBILE PHONE OPERATORS' ACTIVITY WITHIN FOUR EUROPEAN COUNTRIES	97
Summary	108

Barbara Kucharska	
INFORMATION TECHNOLOGY IN RETAIL TRADE	109
Summary	119

Ghislaine Pellat, Catherine Peyroux	
INTERNATIONALISATION DES PME ET ORIENTATION CLIENTS: LES ENJEUX D'INTERNET	120
Résumé.	132

Mirosława Malinowska	
MARKETING COMMUNICATIONS' EFFECTIVENESS IN POLAND – LESSONS FROM THE BUSINESS IN INFORMATION SOCIETY.	133
Summary	143

Izabela Sztangret	
MARKETING KNOWLEDGE MANAGEMENT IN STRUCTURAL APPROACH. COMMUNITY OF PRACTICE IN MICROSOFT – INTERNATIONAL COMPARISON	144
Summary	157

Anna Tarabasz	
THE USE OF SOCIAL MEDIA IN THE POLISH RETAIL BANKING IN THE ERA OF MARKETING 3.0	159
Summary	168

Marcin Lipowski	
USABILITY OF MOBILE DISTRIBUTION CHANNEL FOR FINANCIAL SERVICES	170
Summary	179
Magdalena Sobocińska	
VIRTUALIZATION OF MARKETING ACTIVITIES IN TERMS OF COMPETITIVE ADVANTAGE OF THE COMPANY	180
Summary	191
Jolanta Gałuszka	
HOW TO TAX E-COMMERCE – GLOBAL OR NATIONAL PROBLEM?	193
Summary	202
Wojciech Borucki, Agnieszka Springer	
L'OFFRE ET LA DEMANDE DES E-COMPETENCES DES EMPLOYES EN POLOGNE – UNE APPROCHE D'ESTIMATION.	203
Résumé.	217
Abdelouahab Makhloufi, Matouk Belattaf	
LE COMMERCE ELECTRONIQUE EN ALGERIE: VERS DE NOUVELLES FORMES DE VENTE EN LIGNE.	218
Résumé.	229
Francesca Martini, Cinzia Tardioli	
INTERNET: OPPORTUNITE OU UTOPIE POUR UNE ENTREPRISE?	230
Résumé.	240
Krystyna Mazurek-Łopacińska	
HOW COMPANIES MAKE USE OF CLIENTS' ACTIVITY IN THE INTERNET?	242
Summary	253

Pavol Kita, Ladislav Lapsansky, Jaroslav Kita, Ferdinand Dano	
LE PANORAMA DU COMMERCE DE DETAIL ET LE ROLE	
DE L' INTERNET DANS LES CANAUX DE DISTRIBUTION	
DANS L'AGGLOMERATION DE BRATISLAVA.	
	254
Résumé.	262
LE RÉSEAU PGV	264
PGV NETWORK	265