

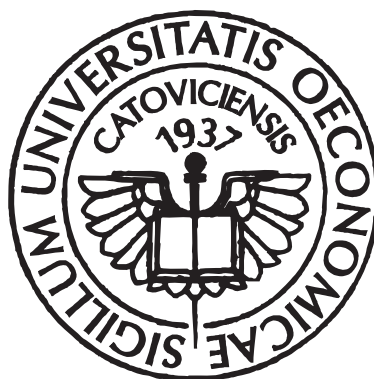
**SYSTEMY INTELIGENCJI BIZNESOWEJ
JAKO PRZEDMIOT BADAŃ
EKONOMICZNYCH**

Studia Ekonomiczne

**ZESZYTY NAUKOWE
WYDZIAŁOWE
UNIWERSYTETU EKONOMICZNEGO
W KATOWICACH**

**SYSTEMY INTELIGENCJI BIZNESOWEJ
JAKO PRZEDMIOT BADAŃ
EKONOMICZNYCH**

**Redaktorzy naukowi
Celina M. Olszak, Ewa Ziemba**



Katowice 2012

Komitet Redakcyjny

Krystyna Lisiecka (przewodnicząca), Anna Lebda-Wyborna (sekretarz),
Florian Kuźnik, Maria Michałowska, Antoni Niederliński, Irena Pyka,
Stanisław Swadźba, Tadeusz Trzaskalik, Janusz Wywiół, Teresa Żabińska

Komitet Redakcyjny Wydziału Ekonomii

Stanisław Swadźba (redaktor naczelny), Magdalena Tusińska (sekretarz),
Teresa Kraśnicka, Maria Michałowska

Rada Programowa

Lorenzo Fattorini, Mario Glowik, Miloš Král, Bronisław Micherda,
Zdeněk Mikoláš, Marian Noga, Gwo-Hsiu Tzeng

Redaktor

Jadwiga Popławska-Mszyca

© Copyright by Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach 2012

ISBN 978-83-7875-015-4

ISSN 2083-8611

Wersją pierwotną „Studiów Ekonomicznych” jest wersja papierowa

Wszelkie prawa zastrzeżone. Każda reprodukcja lub adaptacja całości
bądź części niniejszej publikacji, niezależnie od zastosowanej
techniki reprodukcji, wymaga pisemnej zgody Wydawcy

WYDAWNICTWO UNIwersYTETU EKONOMICZNEGO W KATOWICACH

ul. 1 Maja 50, 40-287 Katowice, tel. 32 257-76-30, fax 32 257-76-43
www.wydawnictwo.ue.katowice.pl, e-mail: wydawnictwo@ue.katowice.pl

SPIS TREŚCI

WSTĘP	9
Celina M. Olszak: ANALIZA I OCENA DOROBKU NAUKOWEGO Z ZAKRESU BUSINESS INTELLIGENCE – WYBRANE ZAGADNIENIA	11
Summary	26
Jerzy Korczak, Helena Dudycz, Mirosław Dyczkowski: INTELIGENTNY KOKPIT DLA MENEDŻERÓW – KONCEPCJA SYSTEMU	27
Summary	37
Milena Tvrđíková, Martin Skýba: WYKORZYSTANIE CLOUD COMPUTING W BUSINESS INTELLIGENCE	39
Summary	50
Małgorzata Nycz: PRZETWARZANIE W CHMURZE: REWOLUCJA CZY EWOLUCJA W PRZETWARZANIU DANYCH	53
Summary	63
Piotr Adamczewski: SYSTEMY ERP-BI W ROZWOJU ORGANIZACJI INTELIGENTNYCH	65
Summary	75
Leszek Ziara: FUNKCJONALNOŚĆ KOKPITÓW MENEDŻERSKICH W SYSTEMACH BUSINESS INTELLIGENCE. PRZEGLĄD WYBRANYCH ROZWIĄZAŃ	77
Summary	88
Zbigniew Buchalski: INTELIGENTNY SYSTEM WSPOMAGANIA DECYZJI OPARTY NA EFEKTYWNYM WYKORZYSTANIU WIEDZY EKSPERCKIEJ	89
Summary	98
Jan Ministr, Peter Rozehnal: USE OF INTERNET DATA RESOURCES FOR BUSINESS DECISION MAKING	99
Summary	108

Janina A. Jakubczyc, Mieczysław L. Owoc: IDEA WSPOMAGANIA KREATYWNOŚCI DECYDENTA ZA POMOCĄ KLASYFIKACJI KONTEKSTOWEJ	109
Summary	118
Wojciech Fliegner: ODKRYWANIE PROCESÓW JAKO KONCEPCJA KOMPUTEROWEGO WSPOMAGANIA KREATYWNOŚCI	119
Summary	129
Helena Dudycz: BADANIE UŻYTECZNOŚCI WIZUALIZACJI W SEMANTYCZNYM WYSZUKIWANIU INFORMACJI BAZUJĄC NA APLIKACJI DLA ONTOLOGII MODELU DU PONTA	131
Summary	142
Damian Dziembek: INTELIGENCJA ORGANIZACJI WIRTUALNEJ ..	143
Summary	159
Jan Brzóska: CYFRYZACJA I INTELIGENTNE RYNKI – KOMPONENTY REGIONALNEJ STRATEGII INNOWACJI ..	161
Summary	172
Dorota Jelonek: ROLA KLIENTA W ROZWOJU ORGANIZACJI KREATYWNEJ	175
Summary	184
Jarosław Kobiela: ZNACZENIE ETAPU TESTOWANIA SYSTEMU W METODYCE WDROŻENIA mCRM	185
Summary	193
Jadwiga Sobieska-Karpińska, Marcin Hernes: WYKORZYSTANIE METOD CONSENSUSU W PROCESIE ZARZĄDZANIA ŁAŃCUCHEM DOSTAW	195
Summary	208
Paweł Lorek: METODY OPTYMALIZACJI DECYZJI GOSPODARCZYCH NA KONKURENCYJNYM RYNKU ENERGII ELEKTRYCZNEJ	209
Summary	217
Zbigniew Buchalski: INTERNETOWY SERWIS DO WSPOMAGANIA USŁUG KURIERSKICH	219
Summary	229

Ewa Stroińska: TRANSFORMACJA STRUKTURY ORGANIZACYJNEJ WYWOŁANA WDROŻENIEM TECHNOLOGII TELEINFORMATYCZNYCH (ICT) DO ORGANIZACJI	231
Summary	242
Stefan Nowak, Aneta Herbuś: WDRAŻANIE INNOWACJI W PRZEDSIĘBIORSTWIE SPOSOBEM NA OSIĄGNIĘCIE POZYCJI KONKURENCYJNEJ NA RYNKU	245
Summary	254
Aleksandra Radziszewska: WYKORZYSTANIE KREATYWNOŚCI PROSUMENTÓW W KONTEKŚCIE ROZWOJU MEDIÓW SPOŁECZNOŚCIOWYCH	255
Summary	265
Beata Butryn, Maciej Laska: MEDIA SPOŁECZNOŚCIOWE W ZEWNĘTRZNEJ KOMUNIKACJI GOSPODARCZEJ	267
Summary	278
Robert Kutera, Łukasz Łysik: WPŁYW MEDIÓW SPOŁECZNOŚCIOWYCH NA KSZTAŁT WEWNĘTRZNYCH PROCESÓW KOMUNIKACYJNYCH W PRZEDSIĘBIORSTWIE	279
Summary	289
Łukasz Łysik, Robert Kutera: WYKORZYSTANIE MEDIÓW SPOŁECZNOŚCIOWYCH W KOMUNIKACJI MARKETINGOWEJ PRZEDSIĘBIORSTWA	291
Summary	300
Agnieszka Ulfik, Stefan Nowak: E-LEARNING ORAZ ELEKTRONICZNE PLATFORMY WSPOMAGAJĄCE ADMINISTRACJĘ PUBLICZNĄ W KONTEKŚCIE SPOŁECZEŃSTWA INFORMACYJNEGO	301
Summary	312
Joanna Wójcik: E-LEARNING 2.0 JAKO NARZĘDZIE WSPIERAJĄCE KREATYWNOŚĆ	315
Summary	326
Piotr Betlej: BARIERY I CZYNNIKI ROZWOJU ELEKTRONICZNYCH FORM KSZTAŁCENIA	327
Summary	339