Spis treści

Wprowadzenie 7

I. Wiedza o kliencie podstawą strategii i komunikacji omnichannel (*Edyta Abramek*) 11

II. Perspektywa użytkownika IoS kluczową determinantą strategii dopasowania biznes-IT (*Artur Machura*) 28

III. Przegląd metod modelowania i optymalizacji procesów (*Adam Mrozek*) 50

IV. Wykorzystanie danych do doskonalenia usług w organizacjach non profit (*Joanna Palonka*) 83

V. Architektura systemowa dla modelowania i zarządzania danymi masowymi (*Małgorzata Pańkowska*) 100

VI. Graf wiedzy: teoria i praktyczne zastosowanie (*Mariia Rizun*) 119

VII. Badania okulograficzne w wyszukiwarkach internetowych – przegląd badań (*Artur Strzelecki*) 137

VIII. Zastosowanie autopojezy społeczności agentów programowych we wspomaganiu procesów biznesowych organizacji (*Mariusz Żytniewski*) 172

Informacja o Autorach 189