

SPIS TREŚCI

Jonas Jetschni, Vera G. Meister Prototypical implementation of a decentralized semantic-web-based information system for specific study programs.....	7
Małgorzata Pańkowska University 3.0 as a viable system in ArchiMate 3.3.....	22
Joanna Palonka, Teresa Porębska-Miąc A blog as an effective communication tool in e-business.....	34
Mariia Rizun Moodle platform as a knowledge management system: Results of a questionnaire research.....	49
Nina Rizun, Paweł Kapłański, Yurii Taranenko The method of a two-level text-meaning similarity approximation of the customers' opinions.....	64
Grace L. Samson, Joan Lu PaX-DBSCAN: A proposed algorithm for improved clustering.....	86
Andrzej Soltysik Information technologies in supporting communication processes in human capital management in an organization.....	122
Artur Strzelecki, Małgorzata Furmankiewicz, Piotr Ziuziański The use of management dashboard in monitoring the efficiency of the internet advertising campaigns illustrated on the example of Google Analytics.....	136
Paweł Weichbroth Facing the brainstorming theory. A case of requirements elicitation.....	151
Wiesław Wolny Sentiment analysis of Twitter data using emoticons and emoji ideograms.....	163

STRESZCZENIA

Jonas Jetschni, Vera G. Meister

Prototypowa implementacja zdecentralizowanego systemu informacyjnego opartego na sieci semantycznej dla specyficznych programów studiów 21

Małgorzata Pańkowska

Uniwersytet 3.0 jako realistyczny system w ArchiMate 3.3 33

Joanna Palonka, Teresa Porębska-Miąc

Blog jako skuteczne narzędzie komunikacji w e-biznesie 48

Mariia Rizun

Platforma moodle jako system zarządzania wiedzą: wyniki badania ankietowego 63

Nina Rizun, Paweł Kapłański, Yurii Taranenko

Metoda dwupoziomowego przybliżonego obliczenia podobieństwa znaczenia tekstów opinii klientów 85

Grace L. Samson, Joan Lu

PaX-DBSCAN: propozycja algorytmu dla doskonałego grupowania 121

Andrzej Soltysik

Technologie informatyczne we wspieraniu procesów komunikacyjnych w zarządzaniu kapitałem ludzkim w organizacji 135

Artur Strzelecki, Małgorzata Furmankiewicz, Piotr Ziuziański

Kokpit menedżerski w monitorowaniu skuteczności kampanii reklamowych na przykładzie Google Analytics 150

Paweł Weichbroth

Rewizja teorii burzy mózgow na przykładzie pozyskiwania wymagań 162

Wiesław Wolny

Analiza wydźwięku danych z Twittera z wykorzystaniem emotikonów i emoji 171