SPIS TREŚCI

Wstęp 7

Rozdział 1

Analiza kierunków rozwoju systemów informacyjnych wspomagających zarządzanie 12

1.1. Przesłanki powstania i rozwoju SIWZ 12
1.2. Charakterystyka faz rozwojowych i wpływ technologii na rozwój systemów informacyjnych 13
1.3. Tendencje integracyjne w rozwoju systemów informacyjnych 22

Rozdział 2

Metoda technologii obiektowej w tworzeniu przedsięwzięć biznesowych 26

2.1. Technologia obiektowa i techniki tworzenia aplikacji biznesowych 26
2.2. Model tworzenia aplikacji obiektowych w systemach informacyjnych 29

Rozdział 3

Metody obiektowo rozproszone w e-biznesie 36

3.1. Model rozproszonych aplikacji biznesowych w architekturze CORBA 36
3.2. Model rozproszonych aplikacji biznesowych w architekturze EJB .. 48
3.3. Komponentowy model obiektów w środowisku Windows 66

Rozdział 4

Technologie internetowe w tworzeniu systemu informacyjnego przedsiębiorstwa 76

4.1. Metody tworzenia dynamicznych serwisów informacyjnych 76
4.2. Metody budowania przedsięwzięć internetowych 88

Rozdział 5
Badanie stanu zaawansowania przedsiębiorstw w realizacji przedsięwzięć internetowych (e-biznesu) 105

5.1. Koncepcja architektury aplikacji intemetowej oceny stanu przygotowania przedsiębiorstwa do transformacji intemetowej 107
5.2. Kryteria oceny stopnia transformacji intemetowej i analiza wyników oceny na poziomie przedsiębiorstwa 109
5.3. Zastosowanie rozwiązania teorii zbiorów przybliżonych do zbudowania reguł decyzyjnych oceny możliwości wdrożenia przedsięwzięć internetowych 115
5.4. Zastosowanie modelu taksonomicznego oceny stanu przygotowania branż do transformacji intemetowej w podejściu klasycznym 121
5.5. Zastosowanie modelu taksonomicznego oceny stanu przygotowania branż do transformacji intemetowej w klasyfikacji rozmytej 131

Rozdział 6
Modele strategii realizacji e-biznesu w przedsiębiorstwie 138

6.1. Sformułowanie i wdrażanie strategii e-biznesowych 139
6.2. Modele działalności e-biznesowych i ich typologia 153
6.3. Implikacje zastosowania obiektownej i intemetowej technologii w strategii budowania systemu informacyjnego przedsiębiorstwa i realizacji e-biznesu 162
6.4. Strategia budowania modeli biznesu internetowego 184
Zakończenie 191
Literatura 194
Summary 199
Załączniki 203
Spis tabel i rysunków 223