

# SPIS TREŚCI

<b>WSTĘP</b> .....	7
<b>1. SPECYFIKA ŚRODOWISKA SMART WORLD</b> .....	11
1.1. Koncepcja Smart World .....	11
1.2. Wymagania techniczne i środowiskowe .....	18
1.3. Wyzwania społeczne i organizacyjne .....	30
<b>2. ORGANIZACJE W SMART WORLD</b> .....	44
2.1. Organizacja w erze przełomów, zmian i zrównoważonego rozwoju .....	44
2.2. Inteligencja organizacji – obszary, kierunki i dynamika rozwoju .....	58
2.3. Organizacje przyszłości w teorii i praktyce ery Smart World .....	68
<b>3. BUDOWA PRZEWAGI KONKURENCYJNEJ PRZEDSIĘBIORSTW W SMART WORLD</b> .....	79
3.1. Proces budowy konkurencyjności w środowisku Smart World i jego elementy ...	79
3.2. Problemy i bariery procesu kształtowania konkurencyjności współczesnych przedsiębiorstw – przegląd doświadczeń międzynarodowych .....	89
3.3. Źródła i strategie budowy przewagi konkurencyjnej w dobie Przemysłu 4.0 i środowiska Smart World .....	99
<b>4. PERSONALIZACJA W ZRÓWNOWAŻONEJ PRODUKCJI I KONSUMPCJI W ŚRODOWISKU SMART WORLD</b> .....	113
4.1. Koncepcja zrównoważonej produkcji i konsumpcji .....	113
4.2. Personalizacja jako efekt oczekiwani współczesnego klienta .....	120
4.3. Serwicyzacja produkcji przemysłowej jako nowa strategia funkcjonowania przedsiębiorstw .....	128
<b>5. WYZWANIA DLA MODELI BIZNESU W DOBIE PRZEMYSŁU 4.0</b> .....	135
5.1. Wiedza i kompetencje inżynierów i menedżerów – diagnoza wymagań .....	135
5.2. Współpraca sieciowa małych i średnich przedsiębiorstw – korzyści i obawy ....	142
5.3. Rozwój nowych modeli biznesu – analiza trendów .....	148

<b>6. PROJEKT MODELU BIZNESU</b> .....	158
6.1. Megatrendy .....	158
6.2. Filary technologiczne .....	164
6.3. Architektura modelu biznesu .....	168
6.4. Architektura techniczna .....	172
6.5. Architektura społeczna .....	173
6.6. Procesy .....	175
<b>7. PLANOWANIE CYBER-FIZYCZNYCH SIECI PRODUKCYJNYCH DLA MODELI BIZNESU</b> ..	177
7.1. Implementacja idei Przemysłu 4.0 dla networkingu przedsiębiorstw .....	177
7.2. Model platformy integracji klienta i producenta .....	183
7.3. Koncepcja metodyki prototypowania sieci przedsiębiorstw .....	190
<b>8. INNOWACYJNOŚĆ MODELU BIZNESU</b> .....	195
8.1. Orientacja na proces kreowania innowacji .....	195
8.2. Transformacja biznesu – nowa era innowacji .....	198
8.3. Innowacyjne elementy modelu biznesu na bazie Canvas .....	201
8.4. Zarządzanie talentami jako element architektury społecznej .....	205
<b>9. WARTOŚĆ I KONKURENCYJNOŚĆ MODELU BIZNESU</b> .....	210
9.1. Kreowanie wartości poprzez model biznesu .....	210
9.2. Źródła przewagi konkurencyjnej modelu biznesu .....	216
9.3. Strategiczna karta wyników .....	222
9.4. Kluczowe wskaźniki efektywności .....	231
9.5. Weryfikacja modelu – studium przypadku .....	236
<b>10. PRAKTYCZNE ASPEKTY MODELI BIZNESU W ŚRODOWISKU SMART WORLD</b> .....	241
10.1. Środowisko Smart World .....	241
10.2. Fabryki przyszłości .....	252
10.3. Cyber-fizyczne sieci przedsiębiorstw .....	257
<b>KIERUNKI ROZWOJU MODELI BIZNESU W ŚRODOWISKU SMART WORLD</b> .....	263
<b>BIBLIOGRAFIA</b> .....	267
<b>SŁOWNIK WAŻNIEJSZYCH POJĘĆ</b> .....	291
<b>INDEKS</b> .....	299