

Zarządzanie informacją – operacyjny system informacyjny

Wstęp

Rozdział 1.

Znaczenie zarządzania operacyjnego w działalności przedsiębiorstw

1.1. Istota zarządzania operacyjnego

1.2. Strategiczne aspekty działalności operacyjnej

1.3. Elementy otoczenia zarządzania operacyjnego

1.4. Operacyjny system informacyjny

1.4.1. Funkcje systemu

1.4.2. Potrzeby informacyjne (zakres przedmiotowy decyzji operacyjnych)

1.4.3. Zasoby informacyjne dla potrzeb zarządzania operacyjnego

1.4.4. Przegląd operacyjnych systemów komputerowych

1.5. Metodyka doskonalenia operacyjnego systemu informacyjnego

Rozdział 2.

Wspomaganie informacyjne współpracy logistycznej przedsiębiorstw

2.1. Zakres przedmiotowy działalności logistycznej przedsiębiorstwa

2.2. Charakterystyka systemu informacji logistycznej w przedsiębiorstwie

2.3. Podstawowe przesłanki współpracy przedsiębiorstw w zakresie logistyki

2.4. Uwarunkowania informacyjne współpracy logistycznej przedsiębiorstw

2.5. Zastosowanie EDI we współpracy logistycznej przedsiębiorstw

Rozdział 3.

Analiza procesów informacyjnych związanych z przygotowaniem i realizacją outsourcingu

3.1. Podstawy teoretyczne outsourcingu

3.1.1. Znaczenie outsourcingu w nowoczesnym zarządzaniu

3.1.2. Kontraktowe ujęcie przedsiębiorstwa

3.1.3. Outsourcing jako narzędzie zarządzania strategicznego

3.2. Umowa outsourcingu

3.2.1. Zakres umowy outsourcingu

3.2.2. Prawne aspekty outsourcingu

3.3. Procesy informacyjne w outsourcingu

3.3.1. Procesy informacyjne w przygotowaniu i realizacji kontraktu niekompletnego

3.3.2. Przygotowanie umowy outsourcingu

3.3.3. Wybór dostawcy usługi

3.3.4. Wdrażanie i monitorowanie umowy outsourcingu

Rozdział 4.

Informacyjny system zarządzania relacjami z klientem

4.1. Istota koncepcji Zarządzania Relacjami z Klientami

4.2. Strategie zarządzania Relacjami z Klientami

4.3. Struktura Informatycznego Systemu Zarządzania Relacjami z Klientami

4.4. Aplikacje Systemu Zarządzania Relacjami z Klientami

4.5. Projektowanie i doskonalenie Informatycznego Systemu Zarządzania Relacjami z Klientami

4.6. Procedura wdrażania Informatycznego Systemu Zarządzania Relacjami z Klientami

4.7. Przykłady zastosowania Informatycznego Systemu Zarządzania Relacjami z Klientami

4.7.1. Mediacom – program akwizycji zleceń reklamowych jako

przykład zastosowania uproszczonej wersji Systemu Zarządzania Relacjami z Klientami (Reklamodawcami) w BROKER FM

4.7.2. Wdrożenie CRM Clientele dla serwisu i wsparcia technicznego w Internet Partners – studium przypadku

Rozdział 5.

Negocjacje gospodarcze jako proces informacyjny

5.1. Pojęcie negocjacji gospodarczych

5.2. Informacyjne aspekty planowania negocjacji

5.3. Zakres informacji wykorzystywanych w technikach negocjacyjnych

5.4. Zasady komunikacji w negocjacjach

5.5. Informacyjne aspekty oceny negocjacji

5.6. Komputerowe systemy wspomagania negocjacji

5.7. Studium przypadku – proces informacyjny w planowaniu negocjacji producenta napojów z hipermarketem

Zakończenie

Bibliografia

Spis tabel

Spis rysunków