

La société de l'information. Perspective européenne et globale

Université Economique de Katowice, 2013

L'espace européen de l'information

"The future of Europe in information society. Selected challenges ahead of decision makers."
Marian SUPLATA

De la technoculture aux mutations de l'anthropologie digitale
Adia CHERMELEU

Future is t-smart
Carlo OTTONE, Mario G.R. PAGLIACCI, Giorgio CAPOCCIA, Stefano TIRINZI

L'Europe 2020 : sommes-nous tous prêts à devenir « smart » ?
Alessia MELASECCHÉ GERMINI, Matteo MARTINI

La société de l'information dans le monde : Etat des lieux et perspectives
Abdenour MOULOUD, Matouk BELATTAF

L'Union européenne et la société de l'information: état des lieux et perspectives
Matouk BELATTAF, Nacera NASROUN

Understanding the TragiComedy of the New Commons
Cristina MONTESI

La gestion de la migration qualifiée: le cas de la Slovaquie
Magdaléna PRIVAROVA, Andrej PRIVARA

La complexité des règles de droit applicables au transport routier de marchandises en Europe induit-elle une mauvaise information des entreprises du secteur ?

Sylvie AVIGNON
Sur quelles connaissances repose une économie de la connaissance ?
Maria HOREHAJOVA, Jana MARASOVA

Considérations sur l'éducation dans l'Union Européenne dans le cadre de la société de l'information
Adina POPOVICI BARBULESCU

Le web 2.0 : une mine d'or pour l'enseignement des langues de spécialité ?
Muriel BOURDON

Génération numérique des étudiants et pratiques universitaires TICE dans l'université
Marcela, MAFTOUL, Ewa, BOGALSKA-MARTIN

La formation initiale en FLE - du cyberchronotope à l'authenticité situationnelle
Emilia MUNTEANU

The idea of the shopping smart, that is, the generation of" smart "consumers'
Beata REFORMAT

Knowledge Creation in International Scientific Networks in UE. Case study of IP Netaware Katowice

Justyna MATYSIEWICZ, Sławomir SMYCZEK

Industries créatives – une opportunité pour le développement de Łódź métropolitaine?

Aleksandra JEWTUCHOWICZ

E-WOM – findings from the creative industries in Poland

Jolanta TKACZYK, Marcin AWDZIEJ

Place-based approach in new cohesion policy

Monika SLUPINSKA

The necessity to find a new code for the distribution of the wealth of nations

Eduardo DE SOUSA FERREIRA

Information & Communication Technology (ICT) in the Healthcare System

Dante ALPI, Elisabetta CALVO

Analyse exploratoire des univers virtuels

André BOYER

Is the community of Łódź informed about living in creative city? City of Łódź' branding strategy and its visibility

Mariusz E. SOKOŁOWICZ

La société de l'information et ses enjeux pour les entreprises

Business Intelligence for Information Society

Celina OLSZAK

Le rapport aux banques dans l'ère Internet : banque traditionnelle ou banque virtuelle?

Pamela TEREZIANI

Selling luxury wrist watches online: a content analysis of web sites

Joana MOTTA, Maria BARBOSA, Sandra FILIPE

Le travail non rémunéré dans une société de l'information

Marian KIKA, Maria URAMOVA

Corporate Social Responsibility and Intellectual Capital. Interaction and Voluntary Disclosure

Łukasz SUŁKOWSKI, Justyna FIJAŁKOWSKA

Services centres in Poland as the consequences of the information revolution

Marta ULBRYCH

Building a relationship between partners in the supply chain using online communication

Maciej URBANIAK

Brand engagement on Facebook based on mobile phone operators' activity within four European countries

Artur Bernard OLCZAK, Rita Karolina SOBCZYK

Information technology in retail trade
Barbara KUCHARSKA

Internationalisation des PME et Orientation Clients : les enjeux d'internet.
Ghislaine PELLAT, Catherine PEYROUX

Marketing communications' effectiveness in Poland – lessons from the business in information society
Miroslawa MALINOWSKA

Marketing knowledge management in structural approach; community of practice in Microsoft – international comparison.
Izabela SZTANGRET

The use of social media in the Polish retail banking in the era of marketing 3.0
Anna TARABASZ

Usability of mobile distribution channel for financial services
Marcin LIPOWSKI

Virtualization of marketing activities in terms of competitive advantage of the company
Magdalena SOBOCINSKA

How to tax e-commerce – global or national problem?
Jolanta GALUSZKA

L'offre et la demande de e-compétences des employés en Pologne – une approche d'estimation
Wojciech BORUCKI, Agnieszka SPRINGER

Le commerce électronique en Algérie : vers de nouvelles formes de vente en ligne
Abdelouahab MAKHLOUFI, Matouk BELATTAF

Internet: opportunité ou utopie pour une entreprise?
Francesca MARTINI, Cinzia TARDIOLI

How companies make use of clients' activity in the Internet
Krzyszyna MAZUREK-LOPACINSKA

Le panorama du commerce de détail et le rôle de l'Internet dans les canaux de distribution dans l'agglomération de Bratislava
Pavol KITA, Ladislav LAPSANSKY, Jaroslav KITA, Ferdinand DANO

Les usages et les risques d'Internet pour les citoyens et les consommateurs

Ethnocentric tendencies of Polish, Hungarian and Ukrainian consumers - the comparative analysis on the basis of direct researches
Elżbieta WOLANIN- JAROSZ

Incomes and expenditure of European e-consumers – comparative analysis
Robert WOLNY

Culture, e-culture et e-démocratie
Dominique ESTRAGNAT

L'impact des réseaux sociaux sur les comportements des jeunes consommateurs
Magdalena GREBOSZ, Jacek OTTO

Privacy risk - not a risk for Romanian online shoppers?
Adriana ZAIȚ, Patricea BERTEA

Jeux de hasard. Marché des illusions pour les consommateurs
Mario G.R. PAGLIACCI

Consumer risk in consumer-company relationship on market of professional e-services
Sławomir SMYCZEK

Customer perception of mobile commerce in Poland
Krzysztof KAPERA

Qualitative insight at the process of purchasing.
Monika NALEWAJEK, Radosław MACIK

Interactive shopping aids usage by consumers as a way to reduce shopping risk
Radosław MACIK, Monika NALEWAJEK

E-consumers against the risk of a failed purchase
Grzegorz MACIEJEWSKI

E-consumers attitudes towards collective buying - empirical research
Michał KUCIA

Discovering patterns of users' behaviour in e-shop – comparison of consumer buying behaviours in Poland and other European countries
Mariusz LAPCZYNSKI, Sylwester BIAŁOWAŚ

In the country or abroad? The Europeans doing shopping - research results
Magdalena JACIOW

The impact of global factors on the development of group - buying model
Katarzyna BILINSKA-REFORMAT

The frequency of use of media services by Poles in leisure time
Beata KOLNY

Les sources d'information sur l'offre de produits sur Internet pour le e-consommateur européen. Résultats de recherche.
Agata STOLECKA

L'utilisation d'Internet par les personnes âgées – le cas de la Pologne
Ewa FRACKIEWICZ

Polish upper class as a new consumer segment
Małgorzata BOMBOL

Les réseaux du cœur »... sur les sentiments (post)modernes
Bartłomiej BARCIK

Culture libre et hacking
Ioan PETRISOR, Daniela STANCIU, Liana STEFAN

E-démocratie? Où, comment les internautes affectent les processus démocratiques
Ewa BOGALSKA-MARTIN

Modern trends in consumer behaviour in era of e-communication
Agnieszka MARIE, Marta GRYBS