

Internet of things : nowy paradygmat rynku / redakcja naukowa Łukasz Sułkowski, Dominika Kaczorowska-Spychalska. – Wydanie pierwsze. – Warszawa, 2018

Spis treści

Wstęp	7
Rozdział 1 Internet Przedmiotów - konwersja naukowo-przemysłowa <i>Ryszard Romaniuk</i>	11
Rozdział 2 Internet Rzeczy a cyfrowa transformacja - implikacje dla marketingu B2C <i>Grzegorz Mazurek</i>	33
Rozdział 3 Internet of Things w funkcjonowaniu i rozwoju organizacji inteligentnych okresu transformacji cyfrowej <i>Piotr Adamczewski</i>	58
Rozdział 4 Internet of Things - w poszukiwaniu przewagi konkurencyjnej <i>Łukasz Sułkowski, Dominika Kaczorowska-Spychalska</i>	80
Rozdział 5 Wearable Technology w sferze Internet of Things - elektryfikacja XXI wieku <i>Anna Tarabasz</i>	106
Rozdział 6 Miasto w dobie Internet of Things <i>Jacek Szoltysek</i>	128
Rozdział 7 Uniwersytet jako otwarty projekt w świecie Internet of Things <i>Grzegorz Baran</i>	157
Rozdział 8 Internet of Things - wykorzystywanie nowych technologii w ochronie zdrowia <i>Ewa M. Kwiatkowska</i>	180

Rozdział 9	
Internet of Things w branży motoryzacyjnej - nowe oblicze samochodu	
<i>Bartłomiej Stopczyński</i>	200
Rozdział 10	
Postrzeganie i użytkowanie technologii Internetu Rzeczy przez młodych konsumentów-wyniki badań	
<i>Radosław Mącik</i>	224
Załącznik	246

oprac. BPK