

Spis treści

Wstęp	9
1. Gospodarka oparta na wiedzy a rozwój modeli e-biznesu	15
1.1. Kierunki rozwoju gospodarki opartej na wiedzy	15
1.2. Rozwój technologii ICT jako wyzwanie dla e-biznesu	24
1.3. Ekonomia wiedzy a infrastruktura sieci	29
1.4. Kształtowanie się pojęcia rynku wirtualnego	38
2. Modele e-biznesu – tendencje rozwojowe	43
2.1. Modele e-biznesu – uwagi wstępne	43
2.2. Innowacyjne modele e-biznesowe – tendencje rozwojowe	48
2.3. Modele e-biznesu – kontekst prawa własności intelektualnej oraz prawa konkurencji (standardy de facto i efekty sieciowe)	52
2.3.1. Pogranicze praw własności intelektualnej oraz prawa konkurencji	52
2.3.2. Zarządzanie patentami jako model biznesowy	53
2.3.3. Patentowanie a standaryzacja	55
2.3.4. Przykład Rambus	57
2.3.5. Sprawa Samsung/Apple	59
2.3.6. Sprawa Oracle/Google	61
2.3.7. Kooperacja a konkurencja – w kierunku konkurencji dynamicznej	64
2.3.8. Sprawa Google/Motorola Mobility	66
2.4. Prawo własności intelektualnej a modele biznesowe wyszukiwarek	68
2.4.1. Problem definiowania twórczości	68
2.4.2. Wyszukiwarki a prawo autorskie	72
2.4.3. Możliwości przeciwdziałania naruszeniom praw autorskich w internecie	75
2.4.4. Nowe metody zwalczania piractwa	82
2.4.5. Ochrona oprogramowania komputerowego i baz danych	85
2.4.6. Sprzedaż praw wyłącznych a prawo do informacji i wiedzy	87
2.5. Serwisy społecznościowe – przyszłość modeli e-biznesu (kontekst odpowiedzialności operatorów ISP)	88
2.6. Nowe szanse dla małych i średnich firm	94

2.7. Usługi <i>consumer finance</i> – nowe szanse dla innowacyjnych modeli e-biznesu	97
2.8. Grid Computing i <i>Cloud Computing</i>	107
2.9. Ochrona prywatności w internecie	111
2.9.1. Problemy definiowania danych osobowych	111
2.9.2. Kierunki zmian koncepcji ochrony prywatności	115
3. Strategia dobrowolnego dzielenia się aktywami niematerialnymi na rynkach technologii ICT – sieciowe platformy usługowe	120
3.1. Uwagi wstępne	120
3.2. Otwarte innowacje (kooperacja a konkurencja)	124
3.3. Wiązanie produktów – między wymuszonym a dobrowolnym udostępnianiem aktywów niematerialnych	127
3.4. Dobrowolne udostępnianie aktywów niematerialnych – nowa strategia budowania pozycji rynkowej	133
3.5. Dwu- (wielu)stronne modele biznesowe	139
3.6. Przykłady rynków dwu- (wielu)stronnych	142
3.7. Systemy kart płatniczych	144
3.8. Rynek dóbr systemowych – inne ujęcie rynku dwustronnego	148
4. Przekształcenia modeli biznesowych mediów elektronicznych	153
4.1. Konwergencja mediów i cyfryzacja kontentu	153
4.2. Kreowanie treści przez użytkowników w internecie	156
4.3. Przyszłość telewizji w środowisku mediów elektronicznych	158
4.4. Problem delimitacji reżimu prawnego mediów elektronicznych	165
4.5. Sposoby i formy rozpowszechniania treści w internecie	169
4.6. Kartel telewizji mobilnej – sprawa spółki Info-TV-FM	173
4.7. Przenikanie się różnego rodzaju treści w internecie	174
4.8. Rozwój rynku reklamy internetowej	182
5. Komunikacja elektroniczna (ewolucja w kierunku łączności mobilnej)	184
5.1. Pojęcie rynku telekomunikacyjnego	184
5.2. Regulacyjne determinanty modeli biznesowych usług mobilnych	188
5.3. Polityka i prawo konkurencji w telekomunikacji	192
5.4. Wpływ regulacji na konkurencję na rynku telefonii mobilnej	199
5.5. Regulacja hurtowego rynku usług mobilnych	203
6. Koncepcja re-use – ponowne korzystanie z publicznych zasobów wiedzy	209
6.1. Wprowadzenie	209
6.2. Problem zakresu otwartości publicznych zasobów wiedzy	213
6.3. Przykłady projektów otwartości zasobów publicznych	215

6.4. Kluczowa rola państwa w budowie infrastruktury	216
6.5. Modele biznesowe – problemy wstępne	218
6.6. Ruch Open Access a strategię budowy repozytoriów	220
6.7. Modele finansowania repozytoriów	223
6.8. Koncepcja repozytorium w noweli do ustawy o dostępie do informacji publicznej oraz w założeniach do projektu ustawy o dostępie do publicznych zasobów wiedzy	225
6.9. Zasady korzystania z publicznych zasobów wiedzy	228
6.10. Niejasności, wątpliwości i ograniczenia projektowania repozytorium	231
6.11. Problemy dostępu do publicznych zasobów wiedzy objętej prawami autorskimi	234
6.12. Czy formy spółek <i>spin-off</i> lub <i>spin-out</i> mogą być przydatne dla projektowania repozytorium?	238
6.12.1. Potrzeba wsparcia ze strony państwa	238
6.12.2. Modele transferu wiedzy między nauką a biznesem (<i>spin-off/spin-out</i>)	241
6.12.3. Spółki <i>spin-off</i> i <i>spin-out</i> w przedsiębiorczości akademickiej w Polsce	243
Bibliografia (wybór)	248