

## Spis treści

Wstęp .....	9
-------------	---

### Część I. Systemy

<b>Iwona Chomiak-Orsa:</b> Mapowanie procesów podstawowym etapem realizacji przedsięwzięcia informatycznego.....	13
<b>Wiesława Gryncewicz:</b> Identyfikacja procesów informacyjnych realizowanych w urzędach skarbowych w Polsce.....	21
<b>Dorota Jelonek:</b> Portal korporacyjny w zarządzaniu zasobami informacyjnymi o otoczeniu przedsiębiorstwa .....	32
<b>Maja Leszczyńska:</b> Możliwości zastosowania technologii czasu rzeczywistego w międzyorganizacyjnym systemie informacyjnym logistyki .....	42
<b>Andrzej Niesler:</b> Integracja systemów informatycznych przedsiębiorstwa w architekturze z autonomicznym rejestrem usług sieciowych.....	56
<b>Monika Sitarska:</b> Portale korporacyjne jako element systemu zarządzania informacją i wiedzą w organizacji .....	66

### Część II. Metody

<b>Damian Dziembek:</b> Strategiczne implikacje dla organizacji gospodarczych wynikające z zastosowania wirtualnego outsourcingu informatycznego.....	79
<b>Wiesława Gryncewicz:</b> Analiza i ocena jakości zasobów informacyjnych w urzędach skarbowych w Polsce .....	96
<b>Łukasz Łysik:</b> Miary zastosowania technologii mobilnych w procesach handlowych.....	110
<b>Adam Nowicki, Mariusz Nosal:</b> Zasady ładu informatycznego w przedsiębiorstwie .....	121
<b>Jolanta Pondel, Maciej Pondel:</b> Pozyskiwanie informacji z Internetu .....	132
<b>Artur Rot:</b> Oprogramowanie dostarczane w formie usługi – model SaaS. Stan obecny, perspektywy rozwoju oraz przykłady rozwiązań .....	143
<b>Jadwiga Sobieska-Karpińska, Marcin Hernes:</b> Rozwiązywanie konfliktów w systemach rozproszonych za pomocą metod consensusu.....	154
<b>Ryszard Zygała:</b> Analiza modelu zarządzania efektywnością IT według Government Accountability Office.....	168

### Część III. Zastosowania – narzędzia

<b>Krzysztof Ćwikliński:</b> The financial convergence of Warsaw and New York stock exchange in information revolution era.....	181
---	-----

<b>Damian Dziembek:</b> Wybrane aspekty współpracy podmiotów w ramach wirtualnego outsourcingu informatycznego .....	190
<b>Karol Łopaciński:</b> Narzędzia promocyjnej działalności organizacji w przestrzeni Internetu.....	208
<b>Adam Nowicki, Bogdan Burkot:</b> Usługi sieciowe jako technologia integracji systemów informatycznych wspomagających procesy biznesowe. Ocena możliwości zastosowania.....	218
<b>Maciej Pondel:</b> Narzędzia wyszukiwawcze w pozyskiwaniu informacji z Internetu .....	228
<b>Gracja Wydmuch:</b> Integrated platform for composite knowledge management applications. Knowledge-centric approach.....	237
<b>Leszek Ziara:</b> Wykorzystanie hurtowni danych we wspomaganiu procesu podejmowania decyzji w przedsiębiorstwie .....	249

### Summaries

<b>Iwona Chomiak-Orsa:</b> Information processes mapping as the most important stage of IT-projects .....	20
<b>Wiesława Gryncewicz:</b> The identification of information processes in Polish inland revenues .....	31
<b>Dorota Jelonek:</b> Corporate portals in the management of information resources about enterprise environment.....	41
<b>Maja Leszczyńska:</b> Implementing real time technologies in logistic information systems .....	55
<b>Andrzej Niesler:</b> Enterprise integration architecture with an autonomous registry of Web services .....	65
<b>Monika Sitarska:</b> Enterprise information portal as a part of knowledge and information management systems in organization.....	75
<b>Damian Dziembek:</b> Strategic implications for economic organizations resulting from application of virtual IT outsourcing .....	95
<b>Wiesława Gryncewicz:</b> Analysis and estimation of information quality in Polish inland revenues .....	109
<b>Łukasz Łysik:</b> The application of mobile technology in sales – the measures .....	120
<b>Adam Nowicki, Mariusz Nosal:</b> The principles of the IT governance in an enterprise .....	131
<b>Jolanta Pondel, Maciej Pondel:</b> The acquisition process of information from the Internet.....	142
<b>Artur Rot:</b> Software as a service (SaaS) model – current state, development perspectives and the examples of application.....	153
<b>Jadwiga Sobieska-Karpińska, Marcin Hernes:</b> Solving conflicts in distributed systems using consensus methods.....	167

---

<b>Ryszard Zygała:</b> An analysis of IT effectiveness management model according to IT Government Accountability Office.....	177
<b>Krzysztof Ćwikliński:</b> Finansowa konwergencja Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie i Giełdy Papierów Wartościowych w Nowym Jorku w erze informacyjnej rewolucji .....	188
<b>Damian Dziembek:</b> Chosen aspects of entities cooperation in the scope of virtual IT outsourcing.....	207
<b>Karol Łopaciński:</b> Instruments of organization promotional activity in Internet space.....	217
<b>Adam Nowicki, Bogdan Burkot:</b> Web services as the technology of business process integration. Discussing the possibilities of use.....	227
<b>Maciej Pondel:</b> Tools of information acquisition from Internet.....	236
<b>Gracja Wydmuch:</b> Zintegrowana platforma dla łącznego wykorzystania narzędzi do zarządzania wiedzą. Podejście wiedzocentryczne .....	247
<b>Leszek Ziara:</b> Data warehouses in the support of decision processes in the enterprise .....	254

**Dorota Jelonek**

## **PORTAL KORPORACYJNY W ZARZĄDZANIU ZASOBAMI INFORMACYJNYMI O OTOCZENIU PRZEDSIĘBIORSTWA**

### **1. Wstęp**

Obserwując przemiany zachodzące w gospodarce, zauważamy stały wzrost znaczenia zasobów informacyjnych na tle zasobów materialnych czy finansowych. Źródłem sukcesu przedsiębiorstwa na konkurencyjnym rynku upatruje się w sprawnym, efektywnym systemie zarządzania oraz w postawie menedżerów, którzy szybko podejmują trafne decyzje. Podstawą wszystkich decyzji jest informacja, a w szczególności informacja o otoczeniu przedsiębiorstwa. Obecna sytuacja nie stwarza większych problemów związanych z pozyskiwaniem informacji, a jedynie z wyborem tych istotnych, które należy gromadzić w zasobach informacyjnych przedsiębiorstwa. Wykorzystywane rozwiązania technologii informacyjnej nie zawsze spełniają oczekiwania kadry zarządzającej, zwłaszcza w zakresie udostępniania im informacji w odpowiedniej formie i we właściwym czasie. Przyczyn tego stanu należy upatrywać w znacznym rozproszeniu gromadzonej informacji. W każdym przedsiębiorstwie poza informacją gromadzoną w zbiorach danych (bazy danych, hurtownie danych) istnieją znaczne ilości informacji zawarte w plikach pdf, doc, xls czy ppt, zapisanych najczęściej na dyskach lokalnych komputerów poszczególnych pracowników. Dostęp do tych informacji – ze względu na trudności z ich wyszukiwaniem – jest ograniczony, często nawet dla autorów tych dokumentów. Rozwiązaniem tego problemu są wszelkiego rodzaju repozytoria plików, dzięki którym składowanie plików jest prostsze i łatwiejsze, a dla przedsiębiorstwa – bardziej bezpieczne. Repozytoria są elementem kompleksowego rozwiązania określanego jako portal korporacyjny.

Portale korporacyjne są jednolitym i spersonalizowanym środowiskiem pracy. W prezentowanym artykule zostanie wykazane, że mogą być skutecznym narzędziem w zarządzaniu zasobami informacyjnymi o otoczeniu przedsiębiorstwa.

## 2. Zarządzanie informacją o otoczeniu przedsiębiorstwa

Pozyskana informacja o otoczeniu przedsiębiorstwa, podobnie jak inne zasoby przedsiębiorstwa, musi być właściwie gromadzona, przetwarzana i udostępniana kierownictwu i pracownikom. Należy zatem sprawnie zarządzać tymi zasobami i jako wsparcie wykorzystywać najlepsze rozwiązania technologii informacyjnej.

Zasoby informacyjne o otoczeniu przedsiębiorstwa to zbiór danych zgromadzonych w systemie informacyjnym przedsiębiorstwa, procedur ich przetwarzania oraz informacji dla użytkowników. Coraz częściej w zasobach tych ważne miejsce zajmuje wiedza.

Zarządzanie zasobami informacyjnymi można zdefiniować jako sumę zasad, technik, systemów oraz urządzeń określających informacyjno-komunikacyjną strukturę przedsiębiorstwa. Zasadniczym celem zarządzania zasobami informacyjnymi jest dostarczenie menedżerom informacji i wiedzy, które zostaną wykorzystane w procesie podejmowania decyzji. Osiągnięcie tego celu zależy od realizacji następujących funkcji:

- pozyskiwania informacji,
- ich gromadzenia i przechowywania,
- przetwarzania informacji,
- prezentacji i udostępniania informacji.

Proces pozyskiwania informacji o otoczeniu przedsiębiorstwa powinien być prowadzony na podstawie wyników analizy potrzeb informacyjnych menedżerów. Zidentyfikowanie potrzeb informacyjnych powoduje uruchomienie procesu poszukiwania źródeł informacji, które zaspokoją te potrzeby. Można zaspokoić potrzeby informacyjne, korzystając z różnych źródeł informacji. Możemy dokonać ich podziału na źródła informacji pierwotnej lub informacji wtórnej. Najczęściej stosowane metody pozyskiwania informacji pierwotnych to badania ankietowe, wywiady i sondaże. Informacje pozyskiwane ze źródeł wtórnych dostarczają informacji określanych jako informacje wtórne. Informacje wtórne przedsiębiorstwo otrzymuje jako informacje zgromadzone i opracowane przez innych. Źródła wtórne to wszelkiego rodzaju publikacje (książkowe, w prasie codziennej, w prasie specjalistycznej), zestawienia statystyczne, analizy, opracowania branżowe, biuletyny informacyjne itp.

Jeżeli za kryterium typologiczne przyjmiemy pochodzenie źródeł informacji w stosunku do przedsiębiorstwa, to można wyróżnić zewnętrzne i wewnętrzne źródła informacji. Wewnętrznym źródłem informacji o klientach jest dział sprzedaży czy serwisu, informacji o dostawcach dostarcza dział zaopatrzenia itp. Do wewnętrznych źródeł danych należą także: wszelkie raporty (ustne i pisemne) pracowników przedsiębiorstwa, ich notatki służbowe, raporty z delegacji, notesy adresowe, kartoteki klientów, korespondencja handlowa, dane o zapytaniach ofertowych itp.

Informacje pochodzące ze źródeł zewnętrznych to informacje ze środków masowego przekazu, publikacji naukowych, prasowych i specjalistycznych, raporty systemów statystyki państwowej, informacje przekazywane na zewnątrz przez podmioty gospodarcze o swojej działalności i możliwe do uzyskania w trybie ogólnodostępnym.

Proces gromadzenia i przechowywania informacji o otoczeniu musi się odbywać w sposób uporządkowany, ponieważ zarówno otoczenie przedsiębiorstwa, jak i samo przedsiębiorstwo generują ogromną liczbę informacji. Celem tego procesu jest możliwość wykorzystywania zgromadzonych danych w przyszłości. Pojęcie danych dotyczy zazwyczaj wejść systemu informacyjnego i obejmuje fakty i liczby, które nie są aktualnie wykorzystywane w procesie podejmowania decyzji. Dane są wprowadzane do plików lub tabel, które potem są organizowane w bazę danych. Niestety najczęściej zaledwie część posiadanych zasobów jest gromadzona w takich zbiorach. Otrzymane wiadomości e-mail, zapisane strony WWW, faksy, zdjęcia, filmy czy prezentacje są przez użytkowników zapisywane w dowolnie tworzonych strukturach katalogów, które nie są czytelne dla pozostałych użytkowników. W ten sposób użytkownicy sami, najczęściej nieświadomie, ograniczają dostęp do tych zasobów.

Proces przetwarzania danych ma fundamentalne znaczenie dla wartości informacji, jaką otrzymają użytkownicy. Wprowadzone dane są modyfikowane w taki sposób, aby było możliwe wygenerowanie informacji użytecznych dla potencjalnych użytkowników. Przetwarzanie danych to przekształcanie treści i postaci danych przez wykonywanie operacji w celu uzyskania wyników w określonej z góry postaci. Odbywa się ono według określonych algorytmów. Jeśli przetwarzanie danych przebiega z wykorzystaniem technologii informacyjnej, to algorytmy przetwarzania danych wyrażone są w postaci programów komputerowych.

W procesie udostępniania informacji należy przestrzegać zasad [Nowicki (red.), 2005, s. 65]:

- selektywności,
- kompletności,
- komunikatywności,
- terminowości,
- tajności.

Selektywność udostępniania informacji oznacza, że użytkownik otrzymuje tylko te informacje, które są mu niezbędne do podjęcia decyzji czy wykonania zadania. Nadmiar udostępnionych informacji wydłuża czas reakcji użytkownika, gdyż musi on ponownie uruchomić procedury wyszukiwania tych informacji, których oczekiwał.

Kompletność udostępnianych informacji zapewnia, że użytkownik otrzymuje wszystkie informacje potrzebne do podjęcia decyzji czy realizacji zadania. Przestrzeganie tej zasady zwalnia użytkownika od poszukiwania informacji dodatkowych.

Komunikatywność polega na wyrażeniu informacji w języku, który jest zrozumiały dla użytkownika. Należy zapewnić także taką formę prezentacji informacji, jakiej oczekiwał użytkownik.

Terminowość udostępniania informacji to dostarczenie ich użytkownikowi w takim czasie, by mógł je wykorzystać do rozwiązania danego problemu.

Tajność zapewnia udostępnianie danej informacji tylko upoważnionym do tego użytkownikom. W tym celu niezbędna jest klasyfikacja informacji przez ustalenie ich statusu jako: poufne, tajne, ściśle tajne, obojętne lub jawne. Następnie dla każdego użytkownika należy zdefiniować poziom jego praw dostępu do informacji oraz ustalić procedury identyfikacji i uwierzytelniania użytkownika, który zgłasza zapotrzebowanie na informację.

Wykorzystanie portalu korporacyjnego jako rozwiązania efektywnie wspomagającego realizację wszystkich wyróżnionych procesów zarządzania zasobami informacyjnymi zaprezentowano w punkcie 4 artykułu.

### 3. Definicja i architektura portalu korporacyjnego

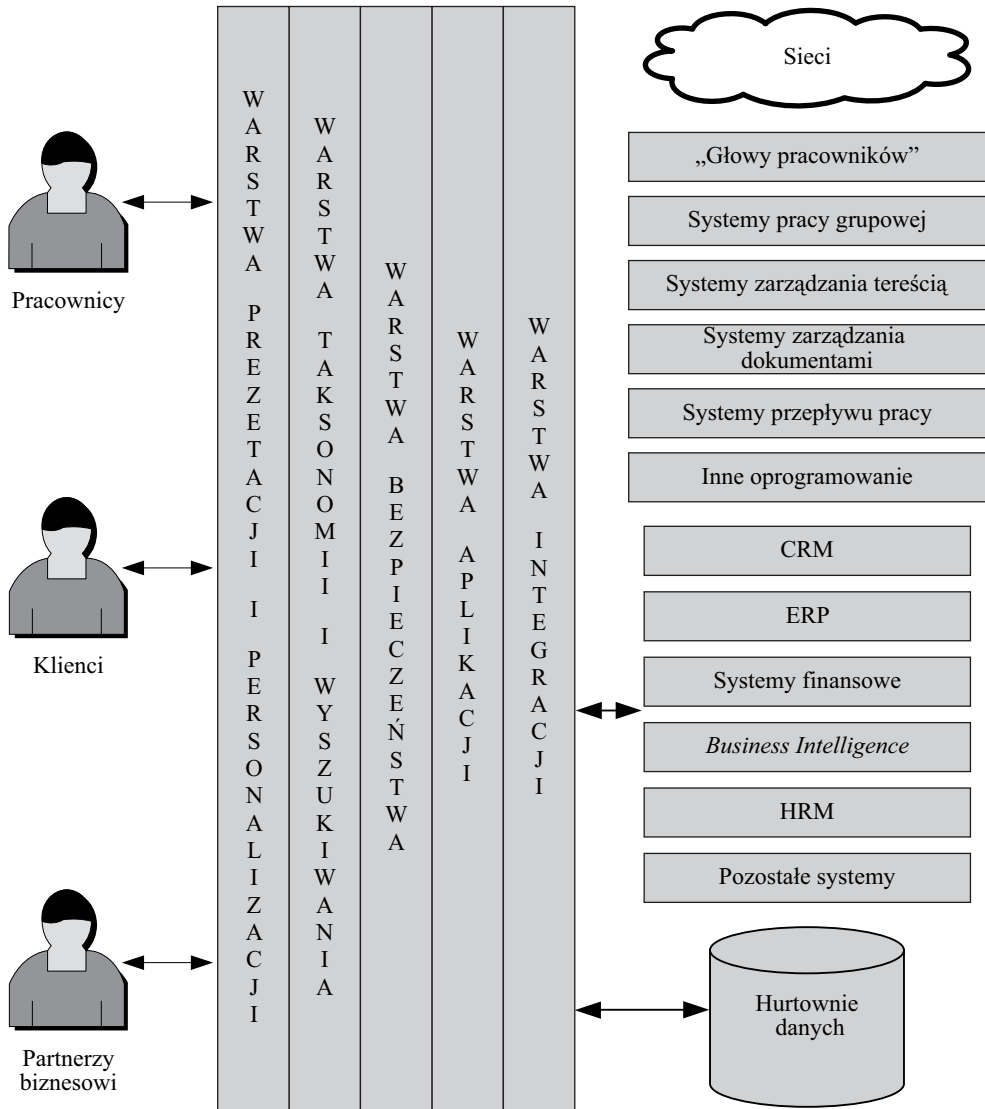
Portal korporacyjny (*corporate portals, enterprise information portals*) to rozwiązania technologiczne integrujące rozproszone aplikacje oraz zasoby danych, informacji i wiedzy celem usprawnienia procesu podejmowania decyzji i zwiększenia efektywności działań przedsiębiorstwa. Jeden wspólny interfejs umożliwia łatwy i szybki dostęp do tych zasobów potencjalnym użytkownikom: pracownikom, partnerom biznesowym i klientom. Ponadto otrzymują oni łatwy dostęp do informacji z otoczenia przedsiębiorstwa.

Portal pozwala jego użytkownikom korzystać z narzędzi i aplikacji korporacyjnych, usług internetowych, spersonalizowanych informacji o klientach, produktach i rynkach, a także efektywnie zarządzać tymi zasobami. Na rysunku 1 przedstawiono schemat architektury portalu korporacyjnego.

Kolejne warstwy w architekturze portalu korporacyjnego realizowane są w odpowiedzi na wyniki analizy potrzeb informacyjnych użytkowników. Mechanizm personalizacji pozwala na dostosowanie interakcji z użytkownikiem do jego potrzeb, wymagań i możliwości.

Warstwa wyszukiwania zapewnia użytkownikom portalu proste i szybkie dotarcie do potrzebnych im informacji przez automatyczne prezentowanie użytkownikom informacji odpowiednich dla ich roli w organizacji.

Warstwa bezpieczeństwa odpowiada za identyfikację i uwierzytelnienie użytkowników, autoryzację dostępu, zapewnia poufność dostępu, odpowiada za integralność danych i realizuje usługę niezaprzeczalności nadania komunikatu. Warstwa integracji zapewnia zaś użytkownikom portalu dostęp do wszystkich aplikacji przedsiębiorstwa, np. systemów ERP, aplikacji *e-commerce*, systemów *Business Intelligence* (BI) itp. Zastosowanie rozwiązania *single sign-on* pozwala użytkow-



Rys. 1. Schemat architektury portalu korporacyjnego

Źródło: opracowano na podstawie [Olszak, Ziemia (red.) 2007, s. 349].

nikowi po jednokrotnym logowaniu w portalu na dostęp do wszystkich aplikacji i zasobów informacyjnych, do których ma uprawnienia. Dostęp może być do informacji zarówno statycznych, jak i dynamicznych. Dane i informacje statyczne to np. teksty, dokumenty, obiekty multimedialne. Do prezentacji tego rodzaju zawartości wykorzystywane są często specjalne narzędzia typu *plug-in*, np. Acrobat Reader. Dostęp do zawartości dynamicznej umożliwia prezentację zawartości tworzonej na



bieżąco. Zawartość dynamiczną stanowią informacje pobierane z baz danych, np. cenniki lub informacje o dostępności produktów, raporty lub wykresy generowane z każdym ich wywołaniem, rezultaty wyszukiwań, personalizowana informacja generowana na podstawie zdefiniowanych w portalu reguł personalizacji. Portal funkcjonuje jak interfejs do innych systemów, który zapewnia dostęp do rozproszonych danych w różnych systemach.

Istotną funkcją portalu jest możliwość zarządzania treścią. Treści portalu lub jego wydzielone części mogą być redagowane przez dowolną liczbę redaktorów. Zaletą większości rozwiązań portalowych jest maksymalne uproszczenie procesu publikowania zawartości. W rezultacie funkcje redaktora mogą pełnić osoby niebędące informatykami i nieposiadające wiedzy na temat programowania w języku HTML.

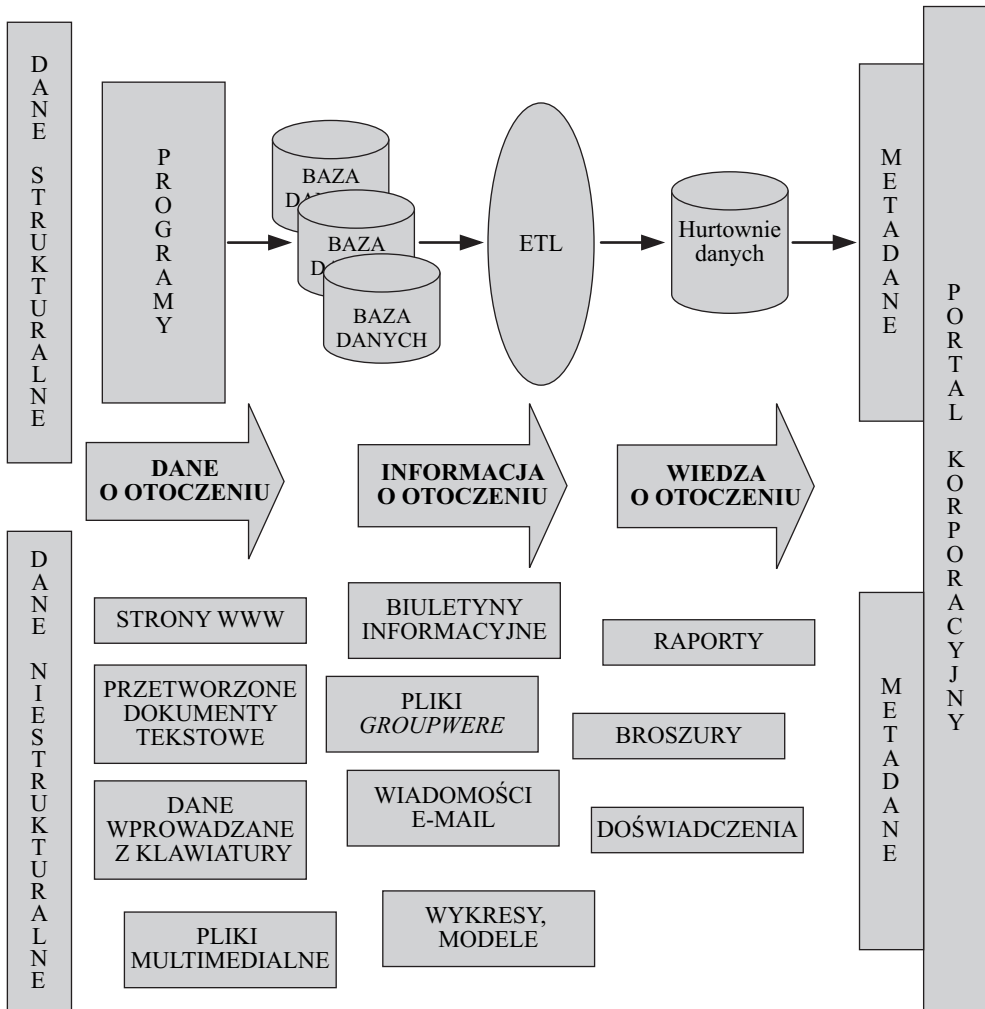
Portal zapewnia możliwość współpracy i pracy grupowej zdefiniowanych grup użytkowników portalu przez mechanizmy wymiany informacji (e-mail, fora dyskusyjne, czat itp.), organizacji pracy (kalendarze grupowe, dystrybucja zadań itp.) i wspólnej pracy nad dokumentami. Jednym z mechanizmów pozwalających na taką współpracę są „wirtualne pokoje współpracy” określane jako *eRoom*. Członkowie zespołu korzystają z tzw. przestrzeni projektowej umożliwiającej m.in. wymianę dokumentów, udział w dyskusjach oraz zarządzanie listami zadań w sposób uporządkowany i kontrolowany.

Funkcjonalność portalu, określana jako automatyzacja zadań i *workflow*, umożliwia zarządzanie zadaniami oraz automatyzację procesów biznesowych. Użytkownicy są powiadamiani o konieczności wykonania zadań przypisanych do ich ról lub możliwe jest automatyczne wywoływanie zadań wykonywanych przez aplikacje zewnętrzne wspierające dany proces biznesowy. Kadra zarządzająca ma do dyspozycji narzędzia weryfikacji efektywności i prawidłowości przebiegu poszczególnych procesów.

#### **4. Funkcje zarządzania zasobami informacyjnymi realizowane z wykorzystaniem portalu korporacyjnego**

Portal korporacyjny jest skutecznym narzędziem integrującym wszelkie działania w zakresie zarządzania zasobami informacji o otoczeniu przedsiębiorstwa. Na rysunku 2 przedstawiono elementy konceptualnego modelu portalu korporacyjnego. Zaprezentowano zbiory danych strukturalnych i źródła danych niestukturalnych. Widoczny jest proces transformacji danych w informacje, a zbiorów informacji – w wiedzę.

Portal korporacyjny wykorzystuje metadane i XML, aby zintegrować niestukturalne dane, dołączyć pliki tekstowe, raporty, wiadomości e-mail, wykresy, zdjęcia itp. do strukturalizowanych zbiorów danych. Przedstawiony na rysunku element ETL (*Extract, Transform and Load*) to zbiór narzędzi wspomagających proces pozyskania danych do hurtowni danych. Zadaniem tych narzędzi jest:



Rys. 2. Elementy koncepcyjnego modelu portalu korporacyjnego

Źródło: opracowano z wykorzystaniem [Dias 2001, s. 272].

- pozyskanie danych ze źródeł zewnętrznych,
- przekształcenie danych,
- załadunek danych do hurtowni danych.

Wszystkie funkcje zarządzania zasobami informacyjnymi o otoczeniu są efektywnie realizowane w ramach przedstawionego rozwiązania. Możliwości portalu korporacyjnego często są wręcz określane nie na poziomie zarządzania informacją, ale na poziomie zarządzania wiedzą w przedsiębiorstwie.

Wiedza w przedsiębiorstwie dzieli się na wiedzę jawną (*explicit*), ustrukturalizowaną, zapisaną w dokumentach i bazach danych, oraz wiedzę cichą (*tacit*), będącą

„własnością” umysłów pracowników przedsiębiorstwa. Na rysunku 1 wśród różnych źródeł informacji uwzględniono także „głowy pracowników”. Do wymiany wiedzy w przedsiębiorstwie służą mechanizmy zaimplementowane w portalu korporacyjnym: fora dyskusyjne, czat czy rozmowy telefoniczne za pośrednictwem sieci (VoIP).

Funkcja pozyskiwania informacji o otoczeniu jest realizowana w portalu korporacyjnym z wykorzystaniem mechanizmów integracji zasobów informacyjnych rozproszonych w różnych systemach, np. systemach dziedzinowych: sprzedaż, finanse, zaopatrzenie, systemach CRM, systemach monitorowania otoczenia itp.

Tradycyjnie rozumiane otoczenie przedsiębiorstw funkcjonujących na rynkach elektronicznych ulega rozszerzeniu do e-otoczenia. Konkurowanie na rynku, który funkcjonuje 24 godziny na dobę, 7 dni w tygodniu i 365 dni w roku, a konkurencja z podobną ofertą jest „o jedno kliknięcie obok”, jest niezwykle trudne i wymaga stałej obserwacji tego otoczenia. W pozyskiwaniu informacji o e-klientach, e-konkurentach, potencjalnych e-konkurentach, e-dostawcach oraz ogólnych trendach na e-ryнку użyteczne mogą być technologie agentów programowych (szerzej: [Jelonek 2006b, s. 139-146]). Pozyskiwanie informacji bezpośrednio z witryn internetowych umożliwiają techniki *web mining* (szerzej w: [Olszak, Ziemia (red.) 2007, s. 276-280]).

Portal korporacyjny gromadzi i przechowuje dane, wykorzystując hurtownie danych (*data warehouse*) i tematyczne hurtownie danych (*data mart*). Hurtownie danych to zintegrowane zbiory danych pozyskanych z heterogenicznych źródeł.

W przetwarzaniu danych i informacji portale korporacyjne korzystają m.in. z systemów zarządzania treścią (CMS), systemów zarządzania danymi (DMS) i systemów *Business Intelligence* (BI). Systemy CMS przetwarzają, filtrują i udoskonalają niestrukturalne wewnętrznie oraz zewnętrzne dane i informacje zawarte w różnych papierowych i elektronicznych formatach [Olszak, Ziemia (red.) 2007, s. 345]. Systemy *Business Intelligence* wykorzystują analityczne przetwarzanie danych (OLAP) i eksplorację danych (*data mining*). Spośród systemów zarządzania danymi najczęściej wykorzystywana jest technologia ETL.

Funkcja prezentacji i udostępniania informacji o otoczeniu jest realizowana w portalu z wykorzystaniem aplikacji analitycznych, np. standardowego raportowania, kwerend typu *ad hoc*, przeglądarek katalogowych, dystrybucji sieci, wizualizacji danych.

Realizacja funkcji udostępniania zasobów informacyjnych użytkownikom jest ściśle związana z optymalizacją narzędzi i procedur wyszukiwania właściwej informacji. Portal korporacyjny zapewnia użytkownikom szybkie wyszukiwanie potrzebnych im informacji. Możliwe jest także zastosowanie narzędzi, które będą sugerowały użytkownikowi skorzystanie z dodatkowych informacji, o których być może nie wie, a które mogłyby być dla niego wartościowe w danej sytuacji.

Jedną z najważniejszych zalet portali jest personalizacja umożliwiająca dostarczanie właściwej informacji właściwym odbiorcom przez dostosowanie widzianej

przez użytkownika i dostępnej dla niego zawartości portalu do jego roli w organizacji (przekładającej się na uprawnienia) oraz osobistych preferencji. Do podstawowych obszarów personalizacji zaliczyć można: personalizację danych udostępnianych użytkownikowi, personalizację formatu prezentacji danych, personalizację nawigacji umożliwiającą szybki dostęp do informacji i aplikacji, z których użytkownik korzysta najczęściej.

Portal może być także aktywnym źródłem informacji, ponieważ umożliwia użytkownikom zapisywanie się na różnego rodzaju listy dystrybucyjne, otrzymywanie powiadomień o nowych dokumentach opublikowanych na portalu, a także otrzymywanie określonych informacji w momencie pojawienia się ich na stronach portalu.

## 5. Zakończenie

W dynamicznie zmieniającym się otoczeniu przedsiębiorstwa, które chcą utrzymać i umacniać swoją pozycję na rynku, muszą posiadać umiejętność szybkiego, elastycznego reagowania na potrzeby rynku. Integracja wszystkich zasobów informacyjnych o otoczeniu z wykorzystaniem portalu korporacyjnego pozwoli usprawnić procesy zarządzania zasobami informacyjnymi w przedsiębiorstwie. Przedstawione rozwiązanie portalu korporacyjnego zapewnia dostęp do zasobów danych, informacji i wiedzy przez zunifikowane środowisko WWW oraz oferuje wielokanałowe możliwości komunikacji i współpracy. Wszyscy potencjalni użytkownicy portalu: pracownicy działów *front-office*, kierownictwo wszystkich szczebli zarządzania, dostawcy, partnerzy oraz klienci, mogą uzyskać spersonalizowany dostęp do niezbędnych dla nich informacji i wiedzy.

## Literatura

- Dias C., *Corporate Portals: a Literature Review of New Concept in Information Management*, "International Journal of Information Management" 2001, 21.
- Jelonek D., *Systemy informatyczne w komputerowym wspomaganie biznesu*, [w]: A. Nowicki (red.), *Komputerowe wspomaganie biznesu*, Wydawnictwo Placet, Warszawa 2006a.
- Jelonek D., *Systemy wczesnego ostrzegania w monitorowaniu otoczenia e-przedsiębiorstwa*, [w]: L. Kiełtyka (red.), *Integracja IT z systemami zarządzania w organizacjach gospodarczych*, Wydawnictwo P.H.U. SALUS, Toruń 2006b.
- Nowicki A. (red.), *Wstęp do systemów informacyjnych zarządzania w przedsiębiorstwie*, wydanie II zmienione i uzupełnione, Wydawnictwo Politechniki Częstochowskiej, Częstochowa 2005.
- Olszak C., Ziemia E. (red.), *Strategie i modele gospodarki elektronicznej*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2007.
- Ziemia E., *Metodologia budowy serwisów internetowych dla zastosowań gospodarczych*, AE, Katowice 2005.

---

## **CORPORATE PORTALS IN THE MANAGEMENT OF INFORMATION RESOURCES ABOUT ENTERPRISE ENVIRONMENT**

### **Summary**

This paper presents corporate portal as a new concept in information management. The corporate portals provide an easy access to enterprise digital information. Corporate portals use meta-data and eXtensible Markup Language to integrate unstructured data about business environment to structured data from enterprise operational databases supplying an access to corporate information through a personalized interface, available over the internal hypertext network – the Internet. A corporate portal functions as a gateway to all information and knowledge resources about business environment in an enterprise.

---

**Dorota Jelonek** – dr w Katedrze Informatyki Ekonomicznej Politechniki Częstochowskiej.