

Tomasz Aleksandrowicz

Opinie użytkowników mediów społecznościowych, a podejmowanie decyzji zarządczych w wybranych spółkach giełdowych.

### **Streszczenie**

Cel niniejszej dysertacji to poznanie i zbadanie potencjału informacji w mediach społecznościowych pod kątem możliwości jej wykorzystywania przez przedsiębiorstwa. Informacja ta może służyć m. in. do podejmowania decyzji co do rozwoju produktów i usług oraz wykrywania potencjalnych obszarów innowacji i szans rynkowych.

Pierwszy rozdział poświęcony jest mediom społecznościowym jako narzędziu komunikowania społecznego. Zdefiniowano w nim media społecznościowe, omówiono ich genezę i rozwój, a także przedstawiono najważniejsze serwisy oraz ich użytkowników.

Rozdział drugi poświęcony jest podejmowaniu decyzji zarządczych w kontekście komunikowania społecznego i wykorzystywaniu informacji w procesie decyzyjnym. Omówiono modele podejmowania decyzji, pojęcie informacji, możliwości i ograniczenia jej wykorzystywania w zarządzaniu, a także jej źródła ze szczególnym uwzględnieniem mediów społecznościowych.

W rozdziale trzecim omówiono metodologię badań, która opiera się o analizę zawartości oraz technologię automatycznego przetwarzania danych przy pomocy języka statystyczno-analitycznego R, stosowanego do analiz big data.

Rozdział czwarty stanowi prezentację wyników badań analizy ilościowej i jakościowej zgromadzonego materiału badawczego, a całość wieńczą wnioski i rekomendacje potwierdzające możliwości wykorzystywania informacji społecznej w procesie podejmowania decyzji zarządczych.

*Tomasz Aleksandrowicz*  
KRAKÓW 19/3/2019