

Obsah

Předmluva	VII
Úvod	IX
Seznam použitých zkratk	XI
1. Historie a současnost geografických informačních systémů	1
1.1 Historický vývoj geografických informačních systémů	1
1.2 Současné využití geografických informačních systémů	2
Klíčová slova	5
Shrnutí	6
2. Role informace v procesu rozhodování	7
Klíčová slova	12
Shrnutí	12
3. Geografická informace	13
3.1 Použitá terminologie	13
3.2 Geografická poloha	16
3.3 Uložení geodat v počítači	17
3.4 Geografická informace na Internetu	20
3.5 Kvalita geodat	24
3.6 Vazba GIS na jiné obory	26
Klíčová slova	26
Shrnutí	26
4. Integrace geografických IT do IS organizace	28
4.1 Zdroje geodat na Internetu	29
4.2 Poces zavádění IS v organizaci	32
4.3 Integrace GIT do IS organizace	36
4.3.1 Cíle projektu	36
4.3.2 Budování databáze	37
4.3.3 Restrukturalizace a generalizace dat	37

4.3.4	Analýza a syntéza dat	37
4.3.5	Tvorba výstupů	39
4.4	Kvantifikování nákladů a přínosů GIT	40
	Klíčová slova	42
	Shrnutí	42
5.	Prostorově orientované systémy pro podporu rozhodování (SDSS)	43
5.1	Znalostní inženýrství	44
5.2	Expertní systémy	44
5.3	Systém pro podporu prostorového rozhodování	46
	Klíčová slova	47
	Shrnutí	47
6.	Geografické IT ve veřejné správě	48
6.1	GIS a legislativa	50
6.2	Příklad zavádění GIT v rámci příhraniční česko-rakouské spolupráce	53
6.2.1	Využití GIT v rakouském městě Gänse Dorf	53
6.2.2	Zavádění GIT ve městě Kyjov	54
6.3	Problémy integrace GIT do IS úřadů veřejné správy	59
	Klíčová slova	60
	Shrnutí	60
7.	Geografické IT pro podporu rozhodování v oblasti odpadového hospodářství	61
7.1	Role krajských úřadů	61
7.2	Projekt Evidence zařízení k nakládání s odpady prostředky GIT na Krajském úřadu Jihomoravského kraje	64
	Klíčová slova	65
	Shrnutí	66
8.	Uplatnění GIT v marketingu	67
8.1	GIT v marketingových činnostech	67
8.1.1	GIT v analýze vnějšího prostředí	67
8.1.2	GIT ve firemní analýze	67
8.1.3	GIT ve formulaci marketingových cílů	68
8.1.4	GIT při tvorbě marketingového strategického plánu	68
8.1.5	GIT při tvorbě marketingového taktického plánu	68
8.2	Marketing s využitím Internetu	69
8.3	Mapy lžou?	70
8.4	GIT v městském marketingu	73
8.4.1	Základní komponenty a prioritní oblasti městského marketingu	74
8.4.2	Návrh marketingové strategie	75

8.4.3 Realizace a propagace.	76
Klíčová slova	78
Shrnutí	78
9. SDSS a správci rozvodných sítí.	79
Klíčová slova.	83
Shrnutí	83
10. ICT v precizním zemědělství.	85
10.1 Fuzzygeoprvky v precizním zemědělství.	86
10.2 Precizní zemědělství a nároky na vzdělanost.	88
Klíčová slova.	91
Shrnutí	91
11. Geografické IT v pojišťovnictví.	93
11.1 Současný stav v pojišťovnictví a pojišťování	93
11.2 Neurčitost v procesu rozhodování	95
11.3 Využití GIT pro podporu rozhodnutí o pojištění nemovitosti proti živelní pohromě – povodni na vybraném území	96
Klíčová slova.	100
Shrnutí	100
12. Modelování terénu a virtuální realita jako nástroj plánování.	101
12.1 Způsoby uložení modelu terénu	101
12.2 Analýzy nad DMT	104
12.3 Virtuální realita.	106
Klíčová slova.	107
Shrnutí	107
13. Ekonomické aspekty zavádění geografických IT do IS podniku	108
Klíčová slova.	110
Shrnutí	110
Závěr	111
Přílohy	113
Literatura	131
Seznam obrázků	137
Rejstřík	139