

Spis treści

Wstęp	7
ROZDZIAŁ 1. Wprowadzenie do Business Intelligence	11
1.1. Historia powstania BI	11
1.2. BI jako samodzielna dziedzina	12
1.3. BI a zarządzanie firmą	14
1.4. Przegląd zastosowań BI w wybranych obszarach biznesowych	16
Studium przypadku (część 1)	18
ROZDZIAŁ 2. Hurtownie danych	21
2.1. Wprowadzenie	21
2.2. Definicja hurtowni danych	23
2.3. Model logiczny – schemat gwiazdzisty	24
2.4. Źródła danych	27
2.5. Wybrane aspekty projektowania hurtowni danych	29
Studium przypadku (część 2)	31
ROZDZIAŁ 3. Podstawy analityki biznesowej	36
3.1. Raportowanie i analiza danych	36
3.1.1. Wprowadzenie	36
3.1.2. Przetwarzanie analityczne on-line	37
3.1.3. Model danych	37
3.1.4. Podstawowe operacje analizy danych wielowymiarowych	38
Studium przypadku (część 3)	45
3.2. Zarządzanie informacją	46
3.2.1. Wprowadzenie	46
3.2.2. Informacja zarządcza	49
Studium przypadku (część 4)	61
3.2.3. Informacja strategiczna	62
ROZDZIAŁ 4. Zaawansowana analityka biznesowa	69
4.1. Wprowadzenie	69
4.2. Klasyfikacja	71
Studium przypadku (część 5)	79
4.3. Grupowanie	81
4.4. Odkrywanie reguł asocjacyjnych	83

4.5. Inne metody	88
4.6. Przegląd wybranych zastosowań BI w zakresie eksploracji danych	88
Studium przypadku (część 6)	92
ROZDZIAŁ 5. Analityka wokół klienta	94
5.1. Wprowadzenie	94
5.2. Customer Intelligence	95
5.3. Personalizacja komunikatu marketingowego	96
5.4. U progu rewolucji	98
ROZDZIAŁ 6. Business Intelligence a zarządzanie wartością przedsiębiorstwa	105
6.1. Kapitał informacyjny w kreowaniu wartości firmy	105
6.1.1. Aktywa niematerialne	105
6.1.2. Kapitał informacyjny	107
Studium przypadku (część 7)	109
6.2. Zarys metodyki wdrożeniowej	110
6.3. Poziomy wsparcia procesów biznesowych	115
6.3.1. Automatyzacja	115
6.3.2. Usprawnianie	117
6.3.3. Nowy proces	119
6.3.4. Podsumowanie	121
6.4. Problem estymacji zwrotu z inwestycji wdrożeń BI	121
6.5. Zarządzanie zmianą i rola kapitału ludzkiego	124
6.6. Uwagi końcowe	126
Studium przypadku (część 8)	129
Zakończenie	131
Literatura	133
Indeks	139