

هوش تجاری و بکارگیری

اطلاعات در کسب و کار

تألیف و ترجمه:

پروین پای

www.ketab.ir

سرشناسه: نیرآبادی، نیره، ۱۳۶۵-
عنوان و نام پدیدآور: هوش تجاری و بکارگیری اطلاعات در کسب و کار/تالیف و ترجمه نیره
نیرآبادی.

مشخصات نشر: تهران: نوآوران دانش، ۱۴۰۱

مشخصات ظاهری: ۱۵۵ ص.

شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۵۹۴۷-۱۳-۹

وضعیت فهرست نویسی: فیپا

یادداشت: کتابنامه: ص. ۱۵۱ - ۱۵۵.

موضوع: هوش تجاری، داده‌های کلان

موضوع: Business intelligence, Big data

رده‌بندی کنگره: HD۳۸/۷

رده‌بندی دیویی: ۶۵۸/۴۷۲

شماره کتابشناسی ملی: ۸۸۷۴۶۶۹

اطلاعات رکورد کتابشناسی: فیپا

عنوان: هوش تجاری و بکارگیری اطلاعات در کسب و کار

تألیف و ترجمه: نیره نیرآبادی

طراح جلد: الویرا صیامی

نوبت چاپ: اول، ۱۴۰۱

شمارگان: ۵۰۰ جلد

شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۵۹۴۷-۱۳-۹

قیمت: ۷۸۰۰۰ تومان

انتشارات نوآوران دانش

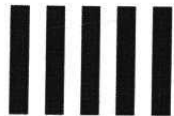
کلیه حقوق چاپ و نشر مخصوص و محفوظ ناشر است.

میدان انقلاب، ابتدای خیابان آزادی، تقاطع خیابان جمالزاده جنوبی، پلاک ۸۴ واحد ۴

تلفن مرکز پخش: ۶۶۵۶۸۹۱۷ - ۶۶۵۶۸۹۰۳ - ۰۹۳۷۹۶۶۴۶۰۸

سفرارش اینترنتی: www.novinelc.com

۹	پیش‌گفتار
۱۱	فصل اول: آشنایی با مفهوم هوش تجاری
۱۳	مفهوم هوش تجاری
۱۴	چارچوب هوش تجاری
۱۵	اهمیت بکارگیری هوش تجاری
۱۸	سیستم‌های مبتنی بر هوش تجاری
۲۱	فصل دوم: ارکان و اهداف هوش تجاری
۲۱	عناصر مؤثر بر هوش تجاری
۲۳	اجزای هوش تجاری
۲۵	اهمیت هوش تجاری
۲۷	اهداف اصلی هوشمندی کسب‌وکار
۲۷	اثر بخشی هوش تجاری
۲۸	ارزیابی هوش تجاری
۳۱	فصل سوم: کیفیت محتوایی اطلاعات و دسترسی اطلاعات
۳۱	مقدمه
۳۳	کیفیت محتوی اطلاعات و سیستم‌های اطلاعاتی
۳۳	کیفیت محتوی اطلاعات و قابلیت اعتماد
۳۴	کیفیت دسترسی اطلاعات
۳۵	کیفیت دسترسی به اطلاعات و سیستم‌های اطلاعاتی
۳۷	تعامل فراهم‌کننده و استفاده‌کننده از اطلاعات
۳۹	فصل چهارم: استفاده از اطلاعات در فرآیندهای کسب‌وکار
۴۰	سیستم‌های اطلاعاتی
۴۳	ویژگیهای اطلاعات
۴۳	مزایای حاصل از بهکارگیری سیستم‌های اطلاعاتی در سطح سازمان



فصل پنجم: تحلیل هوش تجاری و پذیرش داده‌های بزرگ در سازمان‌ها	۵۱
حوزه‌های موجود در هوش تجاری و استفاده از داده‌های بزرگ در سازمان‌ها	۵۱
هوش تجاری و داده‌های بزرگ در بازاریابی رابطه‌ای	۵۶
تجزیه و تحلیل وبسایت‌ها	۵۷
طراحی و تجزیه و تحلیل کمپین‌های بازاریابی	۵۹
سیستم توصیه‌گر	۶۱
وبسایت‌های مقایسه قیمت	۶۲
خرید گروهی	۶۳
سیستم‌های مدیریت ارتباط با مشتری	۶۴
هوش تجاری و تحلیل‌های مبتنی بر داده‌های بزرگ در مدیریت ارتباط با مشتری	۶۹
هوش تجاری و داده‌های بزرگ در برنامه‌ریزی و بودجه‌بندی (تخصیص بودجه)	۷۶
هوش تجاری و داده‌های بزرگ در فروش و توزیع	۷۷
هوش تجاری و داده‌های بزرگ در بیمه	۷۸
هوش تجاری و داده‌های بزرگ در ارزیابی ریسک اعتباری	۸۱
هوش تجاری و داده‌های بزرگ در مهندسی و تولید	۸۳
هوش تجاری و داده‌های بزرگ در مخابرات	۸۵
هوش تجاری و داده‌های بزرگ در بخش انرژی	۸۶
هوش تجاری و داده‌های بزرگ در بخش مالی و بانکی	۸۸
هوش تجاری و داده‌های بزرگ در صنعت لجستیک (تدارکات)	۹۱
هوش تجاری و داده‌های بزرگ در مراقبت‌های بهداشتی	۹۴
هوش تجاری و داده‌های بزرگ در مدیریت منابع انسانی	۹۴
فصل ششم: هوش تجاری، کلان داده و حاکمیت داده	۹۷
مقدمه	۹۷
از هوش تجاری گرفته تا داده‌های کلان و علوم داده	۹۸
تکامل و برنامه‌های کاربردی	۱۰۶

پیش‌گفتار

امروزه داشتن توان رقابتی اساس بقای سازمان‌ها است و برخورداری از توان رقابتی و حفظ آن بیش از هر چیزی نیازمند اطلاعات است. هوش تجاری فرایند مداومی است که اطلاعات قابل استفاده‌ای را در اختیار تصمیم‌گیرندگان می‌گذارد و سیستم هوش تجاری، دستیابی به داده‌ها و اطلاعات در فرآیند کسب‌وکار را فراهم می‌نماید. هوش تجاری امکانی را به سازمان به عنوان یک سیستم می‌دهد تا بتواند تشخیص دهد که چه اتفاقی افتاده و چه چیزی در حال رخ دادن است.

کسب‌وکار در هزاره سوم دارای شرایط استراتژیک و ویژه‌ای است. رقابت بین بنگاه‌های اقتصادی هر روز فشرده‌تر شده و نرخ نوآوری رو به افزایش است. با این تفسیر در عصر اطلاعات، کسی که اطلاعات دارد، دارای قدرت است و هر سازمان و شرکتی که از این قدرت برخوردار باشد در صنعت و حرفه خود در مقایسه با رقبای خود متمایز و ممتاز می‌شود. بنابراین تسلط بر فناوریهای نوین همچون هوش تجاری در کسب‌وکارها یک الزام و ضرورتی اجتناب‌ناپذیر تلقی می‌شود.