

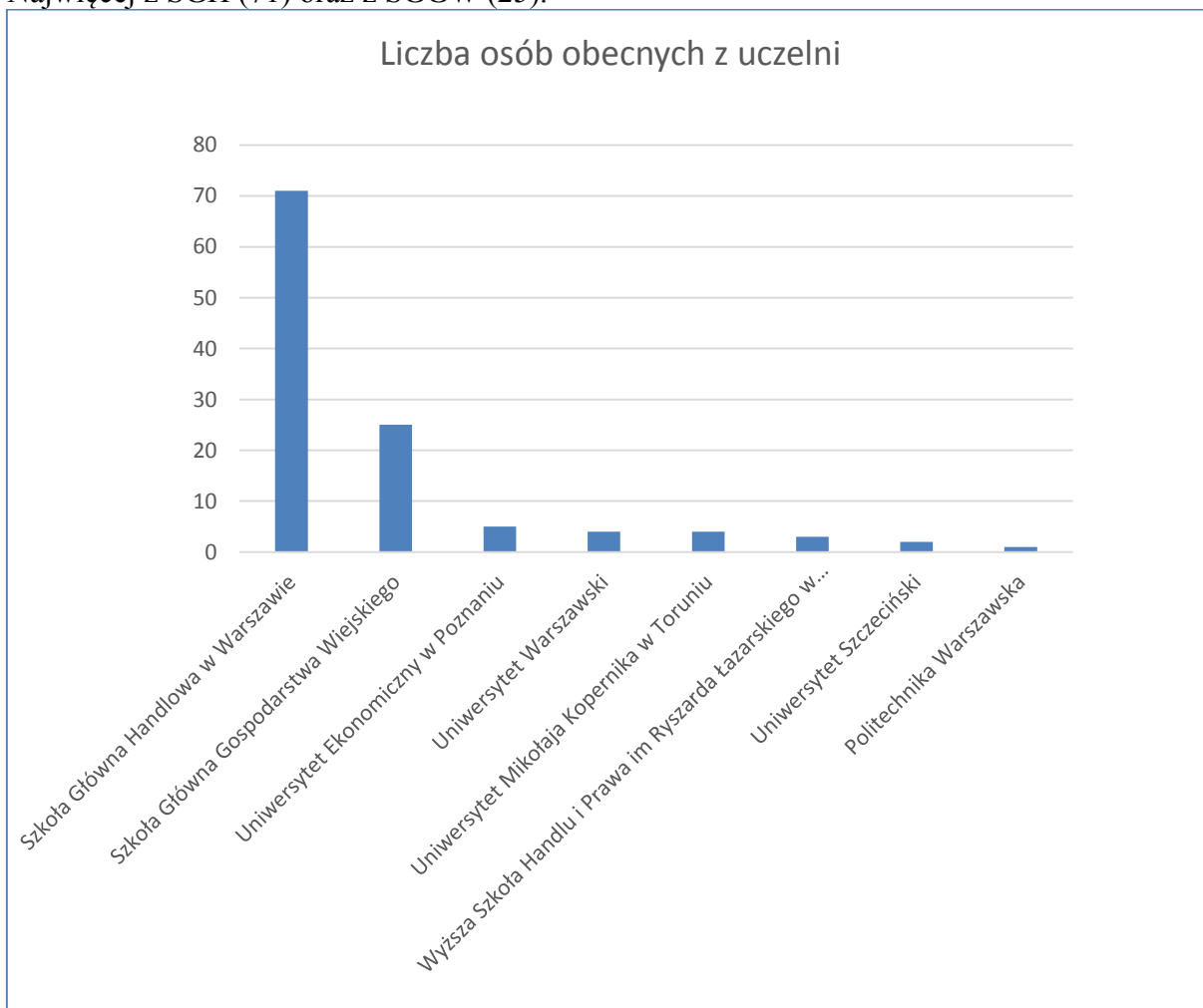
MODELOWANIE DLA BIZNESU 2016 – Sprawozdanie

Za nami druga edycja otwartej konferencji naukowej „Modelowanie dla biznesu”, organizowanej przez działające w Szkole Głównej Handlowej w Warszawie Studenckie Koło Naukowe Business Analytics. Wydarzenie to miało miejsce 10 marca 2016 roku w siedzibie firmy SAS Institute Polska, współpracującej z Kołem od samego początku jego działalności.



Tegoroczna konferencja miała na celu zaproszenie gości z całej Polski oraz zbudowania sieci kół naukowych na różnych uczelniach zajmujących się tematyką SAS i modelowaniem danych pod okiem SAS Institute i SKN Business Analytics SGH. Konferencję otworzył Adam Bartos, Dyrektor Zarządzający SCS Expert.

Według danych rejestracyjnych na konferencję zarejestrowali się studenci z całej Polski. Najwięcej z SGH (71) oraz z SGGW (25).



Konferencja była skierowana nie tylko do studentów, ale też do przedstawicieli firm instytucji publicznych, takich jak: banki, firmy telekomunikacyjne, konsultingowe, mediowe, farmaceutyczne czy szpitale. Największa liczba uczestników zarejestrowanych z 1 firmy to 5 – byli to przedstawiciele Deutsche Bank Polska S.A, na drugim miejscu z firmy Freelance PL (3).

Firmy i instytucje	Liczba osób obecnych z firm i instytucji
Deutsche Bank Polska S.A.	5
Freelance PL	3
Bisnode Polska Sp. z o.o.	2
Orange Polska S.A.	2
Samodzielny Publiczny Szpital Kliniczny im. Prof w Orłowskiego CMKP	2
Bank Zachodni WBK S.A.	2
Bank BPH S.A.	1
USP Zdrowie Sp. z o.o.	1
Telewizja Polska S.A.	1
Accenture Sp. z o.o.	1
Bank Pocztowy S.A.	1

Pierwszym prelegentem był Kamil Stupak, student Szkoły Głównej Handlowej, honorowy i były prezes SKN Business Analytics, a obecnie również konsultant w SAS Institute Polska. W swojej prezentacji pokazał metodę ABT w porządkowaniu danych. Według Kamila “odpowiednie przygotowanie danych nie tylko zajmuje około 80% czasu analityka, lecz także przekłada się na 80% finalnego sukcesu modelu”.

Kolejny referat wygłosił Wojtek Skwirz, również honorowy prezes SKN Business Analytics. Wojtek przedstawił rolę regularyzacji jako metody doboru zmiennych objaśniających do modelu w erze Big Data.

Kolejna prezentacja została wygłoszona przez przedstawicielkę biznesu – panią Agatę Sady, z Nestle Polska S.A. Pani Agata Sady opowiedziała o roli analityki danych w codziennym życiu firmy FMCG i konieczności zastosowania pragmatycznego i intuicyjnego podejścia do analizy dużych i szybko zmieniających się danych w procesach biznesowych i operacyjnych.

Następna prezentacja, wygłoszona przez dr Karola Przanowskiego, dotyczyła rozwiązania problemu wzajemnego zrozumienia pomiędzy środowiskiem biznesowym a analitycznym. Gotowe modele w Excelu przygotowane przez dr Przanowskiego mają pomóc analitykom na etapie wstępnych rozmów z biznesem w celu przekonania go do korzyści biznesowych z ich pracy.

Przedostatnia prezentacja została wygłoszona przez Łukasza Siemaszko, studenta SGH i członka SKN Business Analytics. Łukasz opowiedział o modelowaniu atrybucji w e-commerce i o tym jak analityka może pomóc zespołom marketingowym w odpowiednim dotarciu do potencjalnych klientów w e-commerce.

Ostatnia już prezentacja wygłoszona przez pana Rafała Wojdana z SAS Institute dotyczyła roli kategoryzacji treści i text mining jako innowacyjnego wsparcia hurtowni danych w Centrum Onkologii-Instytut im. Marii Skłodowskiej-Curie.

Konferencję zamknęli dr Karol Przanowski, opiekun i mentor SKN Business Analytics oraz pan Marek Frysz z SAS Institute, zachęcając studentów do wspólnych projektów w obszarze analizy danych oraz analizowania realnych analiz, na przykład pomagających w uporządkowaniu danych w hurtowni danych Szpitalu.

Podsumowując, konferencja zakończyła sukcesem, średnia ocena uczestników w 5-stopniowej skali to 4,87 (dla porównania w 2014 r. – 4.77). Najlepiej została oceniona prezentacja pani Agaty Sady z Nestlé Polska S.A.

L.p.	Prezentacja	Średnia ocen (ogółem)	Średnia ocen (kobiety)	Średnia ocen (mężczyźni)
1.	K. Stupak (Podejście ABT w przygotowaniu dużych zbiorów danych do modelowania)	4,51	4,48	4,54
2.	W. Skwirz (Regularyzacja jako metoda doboru zmiennych objaśniających do modelu statystycznego)	4,54	4,43	4,66
3.	A. Sady (Analityka w realiach FMCG. Modelowanie popytu w Nestlé Polska S.A)	4,85	4,97	4,72
4.	K. Przanowski (Jak skutecznie prezentować milionowe korzyści z Advanced Analytics? – Zastosowania modeli predykcyjnych)	4,59	4,55	4,64
5.	Ł. Siemaszko (Modelowanie atrybucji w e-commerce)	4,80	4,9	4,67
6.	R. Wojdan (Praktyczne wykorzystanie kategoryzacji treści jako innowacyjne wsparcie hurtowni danych w Centrum Onkologii-Instytut im. Marii Skłodowskiej-Curie)	3,75	3,91	3,54

Prestżowa lokalizacja i pomoc logistyczna zaoferowana przez naszego Partnera umożliwiła wyjście z inicjatywą poza krąg wydarzeń stricte uczelnianych. Kolejny czynnik, który wyróżnił Modelowanie dla Biznesu 2016 spośród innych tego typu przedsięwzięć naukowych, stanowiło **przesunięcie akcentu na praktyczne spojrzenie na tematykę analizy danych**. Ten wyjątkowy charakter wydarzenia zachęcił do uczestnictwa dużą liczbę gości, studentów – sala była pełna od początku do samego końca. Mamy nadzieję, iż sukces ten zaowocuje w niedalekiej przyszłości dalszym rozwojem współpracy Kół Naukowych i środowisk biznesowych. Zaś kolejna edycja Konferencji – już w przyszłym roku.

Szczegółowy plan konferencji oraz prezentacje z wykładów znajdują się na stronie: http://www.sas.com/pl_pl/events/2016/konferencja-modelowanie-dla-biznesu/index.html.

Organizatorzy

Zdjęcia:

