

3. Поляков Н. Е. Внедрение технологии блокчейн в образование: зарубежный опыт / Н. Е. Поляков, А. В. Солодов // Управление социально-экономическими системами: теория, методология, практика: сборник статей III Международной научно-практической конференции. — Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение», 2017. — Ч. 2. — С. 100–104.

ВИЗУАЛИЗАЦИЯ ДАННЫХ ПРИ ПОМОЩИ TABLEAU

Климович А. И.

*Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники
г. Минск, Республика Беларусь*

Шкор О.Н. – старший преподаватель

Знания — это сила, а знания, полученные из больших данных, — большая сила. Джон Форман

На сегодняшний день рациональное и правильное использование информации является неотъемлемой частью для решения проблем и задач. Благодаря технологическому процессу постоянно появляются новые технологии и инструменты.

Анализ данных является одной из самых проблемных сфер, так как количество данных получаемых от и о клиентах растет с каждым годом. Количество данных растет в несколько раз быстрее, чем аналитики успевают их обрабатывать. Именно поэтому сейчас человеческое участие в анализе данных уменьшается с каждым годом, так как такие инструменты как Business Intelligence и Big Data в синергии с ИИ и Machine Learning увеличивают эффективность и скорость анализа данных в несколько раз, при минимальном человеческом вмешательстве. Анализ и визуализация данных в Tableau [1] прост и интуитивен.

По данным Gartner [2], только 30 процентов предпринимателей сегодня имеют прямой доступ к BI-системам и аналитике, но это значение будет расти по мере того, как развивается элемент интеллектуального анализа данных.

В связи со стремительным развитием данной сферы, необходимо постоянно пробовать новые техники и инструменты для работы с данными, т. к. эффект от использования может значительно отличаться как по времени, так и в денежном выражении. Поэтому есть необходимость в выделении основных трендов в области работы с данными и визуализации.

Доступный искусственный интеллект.

По данным исследования компании Gartner, к 2020 году 85% директоров по информационным технологиям будут запускать программы ИИ благодаря различным ресурсам, в том числе и внешним. Однако при росте использования моделей машинного обучения необходимо быть уверенным в надежности результатов. В связи с этим data scientists ответственны за пояснение моделей. В свою очередь использование BI-платформ в качестве интерактивного метода для представления и проверки результатов может быть хорошим вариантом для специалистов.

Расположение аналитики внутри бизнес-процессов.

Для того, чтобы аналитика данных привела к действию, необходимо убедиться, что данные представлены в нужное время, в нужном месте, в нужной форме и правильному человеку. Например, в CRM Salesforce менеджеры по продажам могут видеть дополнительные данные по конкретному клиенту – предпочтения по продукту или количество времени на платформе, что поможет подготовить лучшее предложение для определенного заказчика.

Необходимость повышения уровня защиты данных.

С ростом объемов данных, которые предоставляет пользователь, и количеством утечек персональной информации у корпорации все более остро стоит вопрос конфиденциальности данных. Компании рассматривают варианты модернизации их информационных систем с целью обеспечения сохранности данных. По результатам Gartner, ответственность директоров по цифровым технологиям относительно защиты данных возросла на 10% с 2016 по 2017 год.

Data storytelling как новый язык в корпоративной культуре.

Поиск и правильная подача результатов анализа данных становится новым командным спортом. Организации развивают отделы по аналитике и визуализации данных, в связи с этим зарождаются между сотрудниками обсуждения относительно данных и их результатов, а не оспаривая единоличное мнение, как это было раньше. Этот подход формирует вовлечение, информирование и тестирование гипотез сотрудников. Чем больше людей будет понимать, как интерпретировать данные, тем больше потенциальный шанс развития бизнеса.

Развитие презентационных навыков у data scientists.

Аналитики данных с высоким уровнем математических навыков сейчас очень востребованы. Статистическое моделирование и машинное обучение становятся необходимым, но недостаточным условием на роль data scientist [3]. Отличительным фактором является на сколько

хорошо специалист может презентовать результат своей работы и донести мысль простым языком.

Сегодня в распоряжении есть огромные вычислительные ресурсы и гигантские объемы данных, изощренные методы искусственного интеллекта и машинного обучения, быстрые и надежные программные инструменты. Извлечение инсайтов, приносящих реальную ценность из имеющихся данных, – это одновременно и вызов

Список использованных источников:

1. Business Intelligence Trends, January 2019, Tableau [Электронный ресурс]. – Электронные данные. – Режим доступа: <https://www.tableau.com/reports/business-intelligence-trends>

2. Data & Analytics Insights, Gartner [Электронный ресурс]. – Электронные данные. – Режим доступа: <https://www.gartner.com/en/information-technology/insights/data-analytics>

3. Business Intelligence, тренды и взгляд изнутри, Khrystyian Shpilka, сентябрь 2018 [Электронный ресурс]. – Электронные данные. – Режим доступа: <https://vc.ru/services/45871-business-intelligence-trendy-i-vzglyad-iznutri>

ЧТО ПРИВЛЕКАЕТ СТУДЕНТОВ В ИХ БУДУЩЕЙ ПРОФЕССИИ?

Лыщик Д.С, Пузевич Я.Р, Самко М.В.

*Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники
г. Минск, Республика Беларусь*

Архипова Л.И. – к.э.н., доцент

Выбор профессии – наиболее сложный и ответственный шаг в жизни каждого. Несмотря на то, что практически любой человек осознает важность работы по душе, в современных условиях очень сложно найти именно то дело, которое позволит достойно зарабатывать и при этом с радостью строить карьеру, в силу чего большинство людей занимаются тем, что приносит им прибыль, но вовсе не душевное удовлетворение, что и может впоследствии оказаться большим упущением. Поэтому занятие любимым делом – залог успеха в работе.

Целью данного исследования является выявление отношения студентов к их будущей профессии – программист-маркетолог, а также выяснение того, в чём заключается «престиж» данной профессии для детерминированной группы опрашиваемых. Респондентам были предложены 10 вопросов, сгруппированных по ключевым параметрам:

какие факторы и насколько повлияли на выбор профессии;

предпринимают ли респонденты действия для самоподготовки к будущей профессии;

что привлекает наших студентов в их специальности.

Самый главный вопрос – узнать, уверены ли студенты в их выборе профессии? Результаты опроса студенческой молодежи на этот вопрос представлены на рисунке 1.

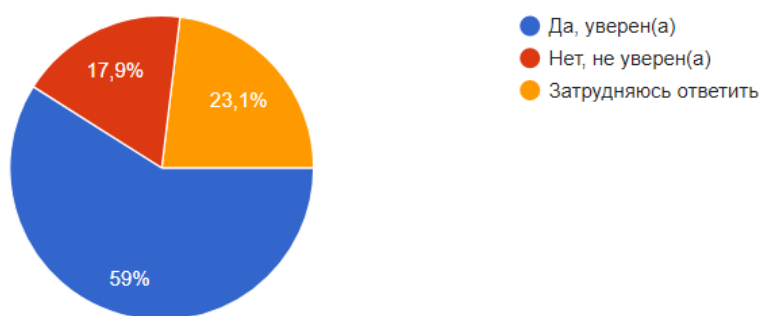


Рисунок 1 – Уверенность студента выборе профессии

На вопрос «Уверены ли Вы в своем профессиональном выборе?» – большинство студентов ответили, что «да, уверен(а)» (59%); 17,9% считают, что они не совсем уверены в выборе; 23,1% студентов заметили, что пока затрудняются ответить на данный вопрос.

На рисунке 2 представлены результаты опроса по первой группе вопросов,