

<<信息驱动的商务>>

图书基本信息

书名：<<信息驱动的商务>>

13位ISBN编号：9787111356134

10位ISBN编号：7111356136

出版时间：2011-9

出版时间：机械工业出版社华章公司

作者：Robert Hillard

译者：李妹芳,郭俊平,祝洪凯

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<信息驱动的商务>>

内容概要

在当前经济全球化的形势下，任何组织都需要利用信息来创造最有活力的、反应迅速、适应性强的企业。

管理信息已经成为业务发展中至关重要的方面。

作者借助在全球著名公司和组织中总结的信息技术，通过信息驱动的商务揭示了企业领导人应该如何更有效地治理、管理和利用其公司的信息。

《信息驱动的商务:管理数据和信息的最优化》是技术和思想的结合，高屋建瓴地围绕核心思想——信息驱动的商务来展开分析。

把信息驱动的商务应用于实际业务问题将会给企业带来立竿见影的效果。

《信息驱动的商务:管理数据和信息的最优化》是一本介绍信息驱动商务的实践指南，适合任何信息化企业的管理人员和技术人员阅读。

<<信息驱动的商务>>

作者简介

Robert Hillard是MIKE

2.0项目（www.openmethodology.org）的创始人之一，该项目为信息和数据管理项目提供一套标准的解决方案。

作为一名国际性的咨询领导者，他为全世界范围的企业客户提供咨询服务。

他是Deloitte（德勤）事务所的合伙人之一，在该领域有20多年的经验，重点专注于信息管理的标准化解决方案，率先在政府监管项目中采用XBRL（可扩展商业报表语言）以及倡议信息是商业资产而不是技术问题。

你可以从www.infodrivenbusiness.com中获取更多关于他的信息。

<<信息驱动的商务>>

书籍目录

译者序

前言

作者简介

第1章 理解信息经济

1.1 是否是互联网创造了“信息经济”

1.2 电子数据存储的起源

1.3 存量和流量

1.4 商业数据

1.5 改变商业模式

1.6 信息共享和基础设施共享

1.7 治理新的商业

1.8 信息经济中的成功学

尾注

第2章 信息语言

2.1 结构化查询语言

2.2 统计学

2.3 XQuery语言

2.4 电子表格

2.5 文档和Web页面

2.6 知识、通信和信息理论

尾注

第3章 信息治理

3.1 信息货币

3.2 数据的经济价值

3.3 信息治理的目标

3.4 企业模型

3.5 信息所有权

3.6 策略价值模型

3.7 重新封装信息

3.8 生命周期

尾注

第4章 描述结构化数据

4.1 网络和图

4.2 图论概述

4.3 关系模型

4.4 关系概念

4.5 基数和实体-关系图

4.6 范化

4.7 时间和数据给关系模式带来的影响

4.8 把图论应用于数据模型

4.9 有向图

4.10 范化模式

尾注

第5章 数据的“小世界”商业指标

5.1 “小世界”

<<信息驱动的商务>>

5.2 问题量化及其解决方案

5.3 把信息抽象成图

5.4 指标

5.5 解释结果

5.6 遍历信息图

5.7 信息关系很快变得复杂

5.8 使用信息技术

尾注

第6章 衡量信息量

6.1 信息的定义

6.2 热力熵

6.3 信息熵

6.4 熵和存储

6.5 企业信息熵

6.6 决策熵

6.7 结束语和应用

尾注

第7章 描述企业

第8章 基于信息搜索的计算模型

第9章 复杂性、混沌和系统动力学

第10章 比较数据仓库体系结构

第11章 信息的分层视图

第12章 主数据管理

第13章 信息和数据质量

第14章 安全

第15章 向公众开放

第16章 构建增量知识

第17章 企业信息架构

尾注

展望未来

<<信息驱动的商务>>

章节摘录

版权页：插图：开发综合的信息管理策略的方法涵盖这种需要复杂化的信息。

需要给员工说明在发表个人博客时应该保护公司信息的隐私性。

在合适的情况下，客户合同应该包含隐私条件，公开表明可以发布信息的方式。

公共关系部门应该一直监测信息的全部引用，这些引用很可能和业务相关，包括博客和社交网络网站。

理解在线社交网络站点的强大之处和重要性是非常重要的，这些网站允许用户维护大量的业务系统之外的联系往来。

很多业务往来邀请员工在这些站点和客户联系，虽然鼓励在业务系统之内记录这些关系，但是它们都必然会发生。

理解外部网络的强大、广度和使用它们是管理和业务相关的复杂信息的一项重要方面。

15.9群众的力量可以提升你的数据质量虽然企业在通过社交网络使员工和客户能够更好的协作上面临挑战，但是由于企业可以开放面向更多的信息流，并慎重计划战略来充分利用内外部关系，不但可以为内部员工和外部客户提供高质量的web站点，而且这些web站点可以极大提高企业数据的基础质量。

当人们想到数据质量，往往会首先关注客户数据。

确保客户数据的准确性的最好的方式是为客户提供一种方式，使他们能够在线更新自己的详细信息。这么做本身就是一项很重要的功能，但是为了达到信息真正有效，它需要和客户经常在web上做的事情相关，比如检查其账号、订单以及和企业相关的其他交互。

真正有效的企业能够更新每次交互的客户部分详细信息，并且可以把这些更新提供给与数据相关的所有利益相关者，从而有效地构建一个类似Facebook的平台，使得客户能够识别（朋友）关系、偏好和活动。

除了改善客户服务，值得记住的是，当通过多重关系和外界联系时，维持一个假的身份要困难得多，而且需要指数级数量的字体。

企业数据包含的信息远远不只包括客户的详细信息。

企业内外的在线合作都可以从某种程度上提升数据。

企业面临的最常见的问题之一是维持一份对复杂业务术语定义的准确理解。

<<信息驱动的商务>>

媒体关注与评论

“ Robert-Hillard真正做到了！

仅仅就企业所面临的海量信息量挑战这个问题。

在管理信息上是无法做到‘临时应付’的。

有效地对信息进行管理的战略重要性是不可逆转的——那些认为可以通过某些措施逃避信息管理的将会遭遇很严重的后果。

《信息驱动的商务:管理数据和信息的最优化》为读者提供了如何发现、控制和优化信息资产的综合指导。

” ——美国信息及图像管理协会（AIIM）副主席，Atle Skjekkeland “这本书讲述了一门非常复杂的课题——信息理论。

它呼吁人们为高效地过渡到新的信息经济时代做出行动。

无论你是一名准备投入社会工作的学生、一位经验丰富的信息管理专家。

还是一名追求通过更好的信息管理使企业蒸蒸日上的高层管理人员。

你都可以从Hillard的创新思维和实践指导中受益。

” ——知识管理、全球碳捕获和封存研究院资深副总裁。

Sean McClowry “《信息驱动的商务:管理数据和信息的最优化》把信息管理基础的广阔的历史视角和信息治理的先进技术出色地结合在一起。

包括作者率先提出的信息的经济价值的概念。

信息治理的衡量指标是什么？

《信息驱动的商务:管理数据和信息的最优化》为这个深刻的问题提出了一些独特的见解。

对于企业管理层、信息技术专家和其他渴望更好地理解信息在社会和商业中的作用的人来说。

这是一本难得的好书。

” ——《Master Data Management and Customer Data Integration for a Global Enterprise》的作者之一，Lawrence Dubov

<<信息驱动的商务>>

编辑推荐

《信息驱动的商务:管理数据和信息的最优化》是商务智能与信息化技术丛书之一。

<<信息驱动的商务>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>