

 RZECZPOSPOLITA
KONFERENCJE

DATA ANALYTICS FORUM 2017

24 - 25 X WARSZAWA

WYZWANIA NOWOCZESNEJ
ANALITYKI BIZNESOWEJ

NAJWAŻNIEJSZE
SPOTKANIE BRANŻOWE
W 2017 ROKU!

HOT TOPICS

DATA MINING / MACHINE LEARNING
CLOUD BI / INTERNET OF THINGS
DATA GOVERNANCE / DATA BLINDNESS
DATA LAKES / AUTOMATYZACJA
ZWIĘKSZANIE EFEKTYWNOŚCI
DEMOKRATYZACJA DANYCH / ROI
OPEN SOURCE / INTERNAL CONSULTING
SELF-SERVICE / R / JAKOŚĆ DANYCH
WZBOGACANIE DANYCH
ANALYTICS GOVERNANCE / RODO
WIZUALIZACJA / DATA SCIENCE
ANALYTICS ON THE EDGE

POZNAJ PRAKTYKI WIODĄCYCH FIRM:

AMS / BZ WBK / CREDIT SUISSE / CURRENCY ONE
GE DIGITAL / GENERALI / JLL / LUX MED / METLIFE / NC+ / OLX
ORANGE / PAYBACK / PKO BANK POLSKI / SANOFI-AVENTIS
SOLARISBANK / TIDK / WIRTUALNA POLSKA

20 INSPIRUJĄCYCH WYSTĄPIEŃ DOŚWIADCZONYCH MANAGERÓW Z POLSKI I ZAGRANICĄ!

NAJNOWSZE TRENDY W PRAKTYCZNYM UJĘCIU, CZYLI JAK JUŻ ROBIĄ TO INNI!

ŚWIEŻE SPOJRZENIE NA STRATEGIE ZARZĄDZANIA DANYMI W ORGANIZACJI!

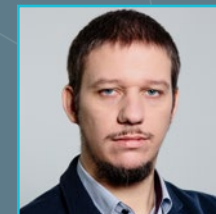
Jeżeli pracujesz w obszarze zarządzania danymi i ich analizy nie może zabraknąć Cię na najważniejszym spotkaniu branżowym w tym roku

DATA ANALYTICS FORUM 2017!

Spotkanie jest odpowiedzią na potrzeby praktyków – przyjdź i zdobądź obiektywną i merytoryczną wiedzę! Kompleksowa formuła wydarzenia pozwoli Ci w pełni dostosować program do Twoich potrzeb!

- » **SESJE WSPÓLNE** to szerokie spojrzenie na rynek i przegląd najnowszych trendów w organizacji zarządzania danymi oraz najlepsze praktyki w tym zakresie.
- » **SESJE RÓWNOLEGŁE** pozwolą Ci wybrać tematy, które są Tobie najbliższe niezależnie od pełnionych funkcji. Każdy znajdzie wśród nich coś dla siebie!
- » **ANALIZA CASE STUDIES** to najbardziej praktyczny sposób na prezentację zaawansowanych zagadnień z obszaru
- » **GRONO DOŚWIADCZONYCH EKSPERTÓW** z różnych branż to gwarancja kompleksowego omówienia tematów z wielu perspektyw.

Spotkajmy się na
DATA ANALYTICS FORUM 2017!



Łukasz Suchenek

Łukasz Suchenek

Project Manager
„Rzeczpospolita”

9:00

Rejestracja uczestników i poranna kawa

9:30

Nowe trendy w zaawansowanej analityce biznesowej – jakie narzędzia i rozwiązania przyniosą największą wartość Twojej firmie?

Przemysław Dobosz – ITS & Digital Business Partner, Sanofi – Aventis

- Machine learning – jakie są kluczowe trendy w rozwoju sztucznej inteligencji w służbie biznesu
- Rozwój narzędzi cloud i hybrydowych w analityce – jakie rozwiązania pozwalają zwiększyć wartość biznesu?
- Internet of Things – jak wdrożenie elementów IoT w przedsiębiorstwie może wspierać procesy analityczne i poprawić jakość posiadanych danych?
- Jak rozwój analityki w biznesie wpływa na strategię Data Management w organizacji

10:10

Data Governance – how to structure Data Governance process for high performing organisation

Mark Kukolus – Business Intelligence Analyst, Generali – United Kingdom Branch

- Performance culture & Data Governance as a core process for long term strategic & operational drivers
- Multidimensional analytical models as Data Governance baseline framework
- Importance of business rules in data governance – how to establish them and who should do it?
- Data Governance execution automation – budget as is vs. to be

10:50

Przerwa networkingowa

BLOK SESJI RÓWNOLEGŁYCH – STWÓRZ WŁASNĄ ŚCIEŻKĘ UDZIAŁU!

11:20

Ilościowe metodologie powiedzą co, ale nie zawsze powiedzą dlaczego – jak zobaczyć w swoich danych więcej i prawidłowo je interpretować

Tomasz Jamiński – Head of Consumer to User Data Team Europe, OLX Group

CASE STUDY

- Data blindness – jak znaleźć złoty środek i wykorzystać posiadane dane do zwiększenia wartości biznesu
- Jak uniknąć błędów wynikających z posiadania dużych ilości danych
- Jak uniknąć zbędnego mnożenia danych i analiz
- Praktyczne wskazówki dotyczące weryfikacji danych płynących z analiz

W jakich obszarach biznesowych machine learning może wspierać podejmowanie decyzji i pomóc zwiększyć efektywność procesów

Artur Grządziel – Big Data Solution Architect, Data Scientist, GE Digital
CASE STUDY

- Dla kogo jest machine learning – kiedy warto zainwestować w rozwiązania automatyzacji procesów analitycznych?
- Jakie działy mogą zyskać z wdrożenia narzędzi machine learning
- Czego potrzebujesz, aby wdrożyć machine learning w swojej firmie?

12:00

Przerwa na zmianę sal

12:10

Demokratyzacja danych – jak narzędzia self-service zmieniają funkcjonowanie biznesu i wykorzystanie analityki**Waldemar Kruk – Business Solutions Advisor, AMS****Robert Piętka – Analityk Business Intelligence, AMS****CASE STUDY**

- Jak narzędzia self-service w analityce biznesowej zmieniają przebieg procesów w firmie?
- Jakie narzędzia wybrać i jak je efektywnie wdrożyć, aby zapewnić szerokiej grupie pracowników możliwość samodzielnego przeprowadzania analiz i tworzenia raportów
- Każdy ma swoją prawdę? Jakie ryzyka wynikają z wdrożenia narzędzi self-service?

Analityka w biznesie – jak zapewnić sprawną komunikację i realizację celów przez odpowiednie umocowanie w strukturze organizacji?**Michał Plit – Dyrektor Departamentu Analiz Strategicznych, Lux Med****Adam Sienkiewicz – Business Controller, Lux Med****CASE STUDY**

- Internal consulting – jako narzędzie realizacji wyniku
- Gdzie w strukturze organizacji ulokować analityków, aby byli realnym wsparciem dla biznesu
- DDD – Data driven decision – wyzwania dnia codziennego
- Nowe role, nowe oczekiwania – jakie umiejętności miękkie muszą posiadać analitycy, aby efektywnie wspierać biznes w codziennej pracy

12:55

Przerwa na lunch

13:55

Jak mieć doskonałe narzędzia analityczne i nie przepłacić? Czy narzędzia open source są dobre dla wszystkich?**Artur Maliszewski, Head of Business Intelligence, Currency One****CASE STUDY**

- ROI działów analitycznych – jak dzięki obniżeniu kosztów wdrożenia i utrzymania narzędzi analitycznych zwiększyć dochody z biznesu
- Narzędzia open source vs płatne w działach analitycznych – jakie narzędzia wybrać zależnie od potrzeb zespołów analitycznych
- Jak przyspieszyć użycie narzędzi open source
- Zaawansowana analityka w zasięgu ręki – na przykładzie R

Wzbogacanie danych organizacji na podstawie zewnętrznych baz i słowników referencyjnych**Przemysław Pawlak – Data Quality Manager, Metlife****CASE STUDY**

- Jakie dane możemy pozyskać z zewnątrz organizacji i w jaki sposób możemy uzyskać z nich użyteczną wartość biznesową
- Jakość danych zewnętrznych – w jaki sposób zweryfikować wiarygodność, kompletność i aktualność pozyskiwanej informacji
- Jak powinna wyglądać idealna współpraca z organami państwowymi i regulatorami w zakresie wymiany danych

14:35

Przerwa networkingowa i na zmianę sal

15:05

Data & Analytics Governance – jak opracować i wdrożyć strategię zarządzania danymi i analityką w organizacji

Marek Wilczewski – Dyrektor Biura Zarządzania Informacją, PZU

CASE STUDY

- Role i zadania biznesu i działów analitycznych w zarządzaniu danymi organizacji
- Jak przejść ze starego do nowego modelu zarządzania danymi
- Jak przeprowadzić transformację obszaru oraz systemów BI/analitycznych, aby wykorzystać w pełni potencjał posiadanych danych

Cloud BI – jakie korzyści może osiągnąć organizacja z wdrożenia analityki w Chmurze?

Dariusz Flisiak – Business Intelligence & Data Warehouse Director, Credit Suisse

CASE STUDY

- Modele BI w Chmurze, wyzwania z integracją danych
- Potencjał analityki i dojrzałość organizacji
- Obecnie wykorzystywane narzędzia BI / analityczne
- Architektura IT oraz architektura danych
- Kompetencje
- Bezpieczeństwo / aspekty prawne

15:45


Zakończenie pierwszego dnia Forum



9:00

Rejestracja uczestników i poranna kawa

9:30

 **Steps to find suitable BI set-up and making it work in the reality: from implementation of the system towards creating a data driven culture**

Mari Hermanns – Head of Business Intelligence, solarisBank

- Definition of expectations for BI: defining the need for business intelligence in the organization
- Decision on tools: simple steps to take to find the BI tool most suitable for the needs of the organization
- Durability of BI: building a data-driven culture that maximises the return of investment of BI

10:10

Business Intelligence a RODO – jak wejście nowych przepisów wpłynie na procesy analityczne w firmie

Xawery Konarski – Starszy Partner, Adwokat, Traple Konarski Podrecki i Wspólnicy

- Kluczowe zmiany jakie wymusi wejście w życie RODO
- Gromadzenie i katalogowanie danych w świetle nowych przepisów
- Jak zmieniają się zasady udostępniania danych
- Anonimizacja a modele analityczne
- Prawo do bycia zapomnianym

10:50

Przerwa networkingowa

BLOK SESJI RÓWNOLEGLYCH – STWÓRZ WŁASNĄ ŚCIEŻKĘ UDZIAŁU!

11:20

Efektywna i efektowna komunikacja wyników analiz – jak przygotować prezentację, aby była zrozumiała dla odbiorców

Paweł Kopacki – Kierownik Działu Analiz Sprzedażowych i Big Data, Grupa Wirtualna Polska

CASE STUDY

- Jak kreować interesujące opowieści w oparciu o dane
- Innowacyjne narzędzia i rozwiązania wspierające wizualizację wyników
- Budowanie kontekstu
- Strategiczne użycie koloru
- Innowacyjne rozwiązania w wizualizacji wyników
- Przykłady – wizualizacje w praktyce

Jak stworzyć środowisko data science w analityce digitalowej – koszty, narzędzia, współpraca z biznesem

Adam Wiafkowski – Digital Data Scientist, Orange

CASE STUDY

- Jak stworzyć efektywne środowisko data science w digitalu, odpowiadające na potrzeby biznesowe?
- Jak dobrać najlepszą metodykę, architekturę i narzędzia do pracy z dostępnymi danymi
- Narzędzia oraz zakres działań dedykowany dla data scientist – automatyzacja działań, eksploracja, analiza dużych zbiorów, logi
- Przykłady wykorzystania niestandardowych źródeł danych
- Ograniczenia w wykorzystaniu data science

12:00

Przerwa na zmianę sal

12:10

Analytics on the edge – jak wykorzystać dane płynące z Internetu Rzeczy dla osiągnięcia korzyści biznesowej**Kazik Surata – Manager Business Intelligence, JLL****CASE STUDY**

- Jakie dane warto zbierać i analizować i jaką korzyść można z nich uzyskać
- Internet of Things – jak wdrożenie elementów IoT oraz związanej z nimi analityki może wspierać procesy analityczne, operacyjne i poprawić jakość posiadanych danych
- Korzyści i ryzyka związane z wykorzystaniem rozwiązań IoT w analityce

Jakość danych – kluczowy warunek sukcesu wykorzystania danych w organizacji przy wsparciu narzędzi BI**Dariusz Gałęzowski – Dyrektor Biura Jakości Danych, PKO Bank Polski****CASE STUDY**

- Definicje i słowniki – w jaki sposób uzgodnić rozumienie danych i ich definicji
- Co zrobić, aby pracownicy na każdym szczeblu stale dbali o jakość wprowadzanych i przetwarzanych danych?
- Jak rozwijać kulturę organizacji, aby zapewnić dbałość o jakość wprowadzanych danych
- Najefektywniejsze narzędzia weryfikacji jakości wprowadzanych i przetwarzanych danych

12:50

Przerwa na lunch

13:50

Jak zarządzać danymi w organizacji – rola Chief Data Officera**Michał Hoppel – Chief Digital Officer, BZ WBK****CASE STUDY**

- Po co w firmie CDO?
- Wdrożenie zasad zarządzania danymi w firmie
- Jak zaangażować właścicieli danych
- Korzyści z działających procesów jakości danych

Jak Business Intelligence może wspierać bieżącą działalność operacyjną**Wojciech Olszówka – Head for the reporting systems IT, NC+****CASE STUDY**

- W jaki sposób zwiększyć zyski firmy przez wykorzystanie narzędzi BI w punkcie sprzedaży?
- Zintegrowanie analityki na różnych poziomach zarządzania
- Operacjonalizacja BI

14:30

Przerwa networkingowa i na zmianę sal

14:40

Jak wdrożyć i wykorzystać data mining w Twojej firmie

Rafał Łafkowski, Director of Analytics, Payback

CASE STUDY

- Realizacja projektu data mining – od planowania do wdrożenia
- Przygotowanie danych – jak przeprowadzić audyt posiadanych zasobów i przygotować je do wykorzystania narzędzi zgłębiania danych
- Na co zwracać uwagę tworząc modele predykcyjne?

Cykl życia modeli uczenia maszynowego i statystycznego w firmie

Łukasz Grała – Architekt danych, TIDK

- Czy uruchomienie modelu przez Data Scientist to koniec projektu?
- Czy modele się audytuje i koryguje?
- Jak to jest w metodyce CRISP-DM?

15:20

Zakończenie Forum i wręczenie certyfikatów



PRELEGENCI ZAGRANICZNI

**Mari Hermans – Head of Business Intelligence, solarisBank**

Mari is a leading BI expert for fintech ventures. She is heading business intelligence at solarisBank overseeing the development of an automated banking platform that relies on data analytics and actionable intelligence. Her vision is that BI should be a cross-functional department that supports all internal stakeholders, by making the use of internal data easily accessible and understandable. She is working towards the goal that everyone in the organisation can use BI tools independently to answer their questions and gain valuable insights in order to perform their daily tasks, whereas the BI department itself would focus on more complex analysis. She has gathered fintech experience before at FinLeap and payleven and worked as a senior consultant for PwC. Mari graduated from Stockholm School of Economics and Maastricht University with distinction. Mari was listed in the Forbes 30under30 for Finance in Europe 2017 and as a top10 under 35 in the German finance industry by Capital magazine.

**Mark Kukolus – Business Intelligence Analyst, Generali – United Kingdom Branch**

Performance-focused professional with successful track record in operations development and improvement, especially in Management Information Systems, Financial Processes and Information Technology. He is business intelligence & corporate performance management expert who delivered programmes & projects for large and mid-market enterprises including Volvo Group, Polpharma, Aviva, SKOK Stefczyka, Intertoll Europe as well as institutional clients including European Commission in Brussels and European Investment Bank in Luxembourg. Through various roles, working directly with executives, high performing teams and other entrepreneurs he fosters control and automation methods in enterprises & institutions management and operations. Currently he works at Generali for global corporate insurance operations in the City of London. Previously he acted as Managing Partner and in other roles for BICPM, for the last decade delivering solutions for clients in the CEE region and Western Europe. Recognised as expert in Managerial Finance & Accounting (Wharton Business School, IESE, University of Gdansk certified and Bloomberg speaker), Financial Controlling, Analytics and Reporting Automation, as well as processes and systems related to SSC / BPO / ITO development & improvement. He also holds Master of Science in Control Engineering from Gdansk University of Technology.

**Przemysław Dobosz – ITS & Digital Business Partner, Sanofi**

Ukończył Wydział Cybernetyki Wojskowej Akademii Technicznej w Warszawie. Posiada certyfikacje CCNP, Microsoft i Prince. W branży farmaceutycznej pracuje od 12 lat. Specjalizuje się w budowaniu innowacyjnych rozwiązań w obszarze Digital i Multichannel dla branży farmaceutycznej.

**Dariusz Flisiak – Business Intelligence & Data Warehouse Director, Credit Suisse**

Specjalizuje się w zarządzaniu informacją w przedsiębiorstwach, analityce biznesowej, informatycznych systemach analitycznych oraz zarządzaniu wynikami i efektywnością. Posiada ponad czternastoletnie doświadczenie w tych obszarach zdobyte w konsultingu biznesowym i technologicznym na międzynarodowych projektach dla klientów sektora finansowego, telekomunikacyjnego, produkcyjnego i publicznego.

**Dariusz Gałęzowski – Szef ds. Systemu Zarządzania Danymi oraz Jakością Danych, PKO BP SA**

Od 2004 roku w PKO BP SA. Menager z ponad 10 letnim doświadczeniem w obszarach Planowania i Kontrolingu, Informacji Zarządczej, Hurtowni Danych a obecnie Systemu Zarządzania Danymi. Lider po stronie Banku w zakresie opracowywania a następnie wdrażania Rekomendacji D – Rekomendacje związane z zagadnieniami Informacji Zarządczej oraz Systemu Zarządzania Danymi w tym jakością danych. Współtwórca oraz odpowiedzialny za rozwój obszarów Data Science. Mentor i opiekun programów praktyk i staży, współpracuje z uczelniami, promotor wiedzy z zakresu jakości oraz analizy danych.

**Łukasz Grala – Architekt danych, TIDK**

Architekt danych w TIDK – Data Scientist as a Service. Doktorant Wydziału informatyki Politechniki Poznańskiej w obszarze data miningu i uczenia maszynowego. Od 2010 roku Microsoft Most Valuable Professional (MVP) w kategorii Data Platform. Certyfikowany trener Microsoft, posiada od lat wszystkie certyfikaty Microsoft w zakresie danych, analizy, BI i Big Data. Prelegent na licznych konferencjach w kraju i na świecie. Lider Data Community (dawniej PLSSUG), członek zarządu PTI oddział Wielkopolski.

**Artur Grządziel – Big Data Solution Architect, Data Scientist, GE Digital**

Praktyk z ponad dziesięcioletnim doświadczeniem w branży IT. Architekt Rozwiązań BigData oraz Data Scientist w GE Digital (IT Centre of Excellence Krakow). Wcześniej zdobywał doświadczenie pracując dla największych firm IT oraz klientów z branży FMCG, telekomunikacyjnej oraz bankowej. Stypendysta Prezesa Rady Ministrów. Absolwent Wydziału Elektroniki i Technik Informatycznych Politechniki Warszawskiej (Informatyka) oraz studiów w Szkole Głównej Handlowej (Zarządzanie Projektami, Zarządzanie Wiedzą). Doktorant Instytutu Badań Systemowych Polskiej Akademii Nauk.

**Michał Hoppel – Chief Data Officer, BZ WBK**

Chief Data Officer doświadczony we wdrażaniu zasad zarządzania danymi w instytucji finansowej oraz praktycznym wykorzystaniu tych mechanizmów, a także we współpracy w ramach międzynarodowych grup bankowych. Zarządzający różnymi działami IT w bankowości od ponad 18 lat, głównie w dziedzinie rozwoju systemów oraz zarządzania hurtowniami danych.

**Tomek Jamiński – Head of Consumer to User Data Team Europe, OLX Group.**

Swoje doświadczenie w obszarach e-commerce, business intelligence oraz badań rynkowych zdobywał zarówno w domenie online, jak i FMCG. Posiada unikalne zrozumienie mechaniki i kultury obu tych światów. Energję czerpie z podejmowania ciekawych wyzwań biznesowych i przecierania nowych szlaków. Pasjonuje się budowaniem interdyscyplinarnych zespołów, zbudowanych z krytycznie myślących liderów. Skoncentrowany na rozwoju silnych stron każdego człowieka. Absolwent Politechniki Poznańskiej na kierunku Elektronika i Telekomunikacja oraz studiów podyplomowych z zakresu Zarządzania Przedsiębiorstwami na Uniwersytecie Ekonomicznym w Poznaniu. Prywatnie mąż i tata, dla którego dbanie o rodzinę i ciepło domowe jest najważniejsze. Fotograf z zamiłowania. Aktywny sportowo – trenuje aikido oraz taniec.



Xawery Konarski – Adwokat, Starszy Partner, Traple Konarski Podrecki i Wspólnicy

Ekspert prawny z ponad 20-letnim doświadczeniem w nowych technologiach. Starszy partner i współzałożyciel kancelarii Traple Konarski Podrecki i Wspólnicy. W Kancelarii nadzoruje prace zespołów Technologie Media Telekomunikacji. Doradza polskim i międzynarodowym przedsiębiorstwom w zakresie prawa telekomunikacyjnego, IT, Internetu oraz ochrony danych osobowych. Zasiada w Radzie Polskiej Izby Informatyki i Telekomunikacji (PIIT), jest członkiem zarządu PIIT. Jest doradcą prawnym Związku Pracodawców Branży Internetowej IAB Polska oraz Polskiej Izby Ubezpieczeń (PIU). Jako ekspert brał udział w pracach legislacyjnych nad szeregiem ustaw z zakresu prawa nowych technologii, w tym ustawy o ochronie danych osobowych. Jest arbitrem Sądu Polubownego ds. domen internetowych przy PIIT. Doradza Izbom Gospodarczym oraz Związkom Pracodawców przy tworzeniu kodeksów postępowania dotyczących wdrożenia RODO. Wielokrotnie rekomendowany w polskich i zagranicznych rankingach prawników specjalizujących się w TMT (min. Chambers Europe, Legal 500, Rzeczpospolita). Autor kilkudziesięciu pozycji naukowych z zakresu prawa nowych technologii i ochrony danych osobowych, w tym Komentarza do ustawy o świadczeniu usług drogą elektroniczną.



Paweł Kopacki – Kierownik Działu Analiz Sprzedażowych i Big Data, Grupa Wirtualna Polska

Inżynier Zarządzania, stawiający na ludzi przywódca transformacyjny, wyznawca Gemba Kaizen z wielkim umiłowaniem technologii w biznesie, pasjonat narzędzi do wizualizacji, obróbki i eksploracji danych dla wsparcia decyzji menedżerskich. W branży marketingu elektronicznego od 10 lat, lider zespołów sprzedażowych online, w ostatnich latach związany z sektorem wydawniczym, gdzie przewodził zespołom Sprzedaży, Analiz oraz Traffic. W ramach projektów dofinansowanych przez Unię Europejską współpracował w obszarze analiz biznesowych z rozpoczynającymi działalność przedsiębiorcami, brał udział w projekcie stworzenia klastra przedsiębiorczości zarządców nieruchomości. Obecnie Kierownik Działu Analiz Sprzedażowych i Big Data w Pionie Sprzedaży Grupy Wirtualna Polska. Specjalista DIMAQ, aktywny działacz Stowarzyszenia IAB Polska, szef i współzałożyciel Grupy Roboczej Adbloki.



Waldemar Kruk – Business Solutions Advisor, AMS

Absolwent UW, SGH i Executive MBA (UW we współpracy z University of Illinois at Urbana – Champaign USA). Z branżą reklamową związany od 1994 r. Ekspert w obszarze badań mediów, analityce premium, big data. Prezes w spółkach Polskie Badania Reklamy Zewnętrznej sp. z o.o. oraz Polskie Badania Outdooru Sp. z o.o. Członek Rady Nadzorczej Instytutu Badań Outdooru Sp. z o.o. Doradca ds. rozwiązań biznesowych w AMS SA (Grupa Agora). Właściciel INSIGHT PRO, firmy doradczej specjalizującej się w analizach strategicznych, data-miningowych oraz narzędziach wspomagających marketing sprzedaży.



Rafał Latkowski – Director of Analytics, Payback

Od początku działania PAYBACK w Polsce jest odpowiedzialny za realizację projektów Customer Insights i Business Intelligence na rzecz Programu PAYBACK i jego partnerów. Od 15 lat związany z komercyjnym wykorzystaniem analityki i Data Mining w sektorach usług finansowych, telekomunikacyjnych, programach lojalnościowych i sieciach sprzedaży detalicznej. Wcześniej pracował m.in. w takich firmach jak Nutech Solutions, SAS Institute czy Raiffeisen Bank Polska. Oprócz osiągnięć biznesowych, w swoim dorobku posiada również liczne publikacje naukowe o tematyce Data Mining. Jest absolwentem Informatyki i Matematyki Uniwersytetu Warszawskiego. W wolnym czasie kontynuuje pracę naukową i dydaktyczną w zakresie Data Mining / Data Science.

**Artur Maliszewski – Kierownik zespołu Business Intelligence, Currency One**

Razem ze swoim zespołem jest odpowiedzialny za utrzymywanie środowiska analitycznego, dostarczanie wiedzy i rekomendacji osobom podejmującym decyzje, zasilenie raportów BI w dane, tworzenie modeli z wykorzystaniem machine learning i wbudowywanie ich w produkty firmy. Wcześniej współpracował z najbardziej rozpoznawalną firmą e-commerce w Polsce, funduszami inwestycyjnymi oraz wspierał startup'y internetowe. Absolwent Politechniki Poznańskiej, specjalizacji Systemy Wspomagania Decyzji.

**Wojciech Olszówka – Wojciech Olszówka, Head for the reporting systems IT, NC+**

Od wielu lat związany z branżą płatnej telewizji premium. Zajmuje się wszelkimi aspektami raportowania dotyczącymi bazy CRM od modelowania struktur, projektowania mechanizmów replikacji po mechanizmy i narzędzia do dystrybucji informacji za pomocą raportów do odbiorców wewnątrz i na zewnątrz organizacji oraz projektowania i realizacji różnorodnych procesów kontrolnych i interfejsów komunikacyjnych pomiędzy bazami danych.

**Robert Piętka – Analityk Business Intelligence, AMS**

Związany z rynkiem mediów i badań od 2000 roku. Analityk business intelligence, odpowiedzialny za obszary badawcze, analizy ilościowe oraz raportowanie. Aktywnie uczestniczy w rozwoju nowych narzędzi analitycznych, data miningu i rozwiązań Big Data w ramach wsparcia sprzedaży. Absolwent UW na wydziale socjologii.

**Michał Plit – Dyrektor Departamentu Analiz Strategicznych, Grupa LUX MED**

Absolwent SGH, członek ACCA. Karierę zawodową rozpoczynał w RSM Salustro Reydel, pracując w Dziale Audytu. Zdobył doświadczenie na stanowiskach Kontroler Finansowego (Sephora, Lux Med) Dyrektora Finansowego (Alshaya CEE, Ulitimate Fashion) Obecnie na stanowisku Dyrektora Kontrolingu Strategicznego Grupy LUX MED. Prywatnie: wielbiciel rodziny, podróży, piłki nożnej, brydża i gier planszowych.

**Adam Sienkiewicz – Business Controller, Grupa LUX MED**

Absolwent Wydziału Zarządzania Uniwersytetu Warszawskiego. Rozpoczął karierę w 2007 roku w międzynarodowej grupie finansowej Oney Banque Accord pracując kolejno na stanowiskach: Kierownik Zespołu Call Center, Analityk w Dziale Marketingu, Kierownik Działu Marketingu. Od roku 2011 pracował w Provident Polska jako Starszy Analityk ds. Zarządzania Wynikiem Oddziałów. Od roku 2012 pracuje w GRUPIE LUX MED jako Business Controller.

**Kazik Surała – Manager Business Intelligence, JLL**

Z wykształcenia astronom, z zamiłowania expert analizy i wizualizacji danych. Ma ponad 12 lat doświadczenia we wdrażaniu rozwiązań analitycznych zdobytego w największych na świecie firmach konsultingowych, między innymi w Londynie. Ekspert w zakresie Business Intelligence oraz zarządzania i analizy danych. W JLL odpowiedzialny jest za przygotowywanie i wdrażanie innowacyjnych rozwiązań analitycznych i raportowych umożliwiających lepsze zrozumienie portfolio nieruchomości oraz maksymalizację korzyści płynących z integracji wszystkich dostępnych źródeł danych. W trakcie swojej kariery projektował i realizował projekty analityczne i raportowe dla największych światowych klientów z branży finansowej, telekomunikacyjnej oraz sprzedaży detalicznej.

**Adam Wiatkowski – Digital Data Scientist, Orange**

Konsultant web analityki, data scientist, big data, a także programista java script, R oraz Python, a także miłośnik platform SAS i Javy. Jako konsultant pracował dla kilku wiodących agencji interaktywnych, efektywnościowych a także po stronie korporacji. W Data Science specjalizuje się w analizie danych online szczególnie w kontekście środowisk sprzedażowych, crm, customer intelligence. Jest upartym wyznawcą ciągłego kształcenia się i poszerzania wiedzy. W wolnych chwilach podróżnik i czytelnik literatury fantasy. Obecnie pracuje w Orange jako Digital Data Scientist na potrzeby działu UX.

**Marek Wilczewski – Dyrektor Biura Zarządzania Informacją, Grupa PZU**

Od 9 lat jest odpowiedzialny za Strategię Zarządzania Informacją w Grupie, w tym za standaryzację informacji, koordynację procesów Data Governance i Data Quality oraz budowę, rozwój i utrzymanie korporacyjnej Hurtowni Danych oraz obszarów raportowo-analitycznych (w tym Business Intelligence, analityczny CRM). Od wielu lat jest menadżerem w licznych projektach biznesowych (regulacyjnych, zarządczych i analitycznych) oraz technologicznych z obszarów takich jak: wdrożenie MIS, CRM, ERP, ABC, Solvency II, FATCA, Fraud Detection, wdrożenia dużych systemów, integracja i optymalizacja hurtowni danych, Big Data czy mobilność. Od marca 2016 r. jest również członkiem Rady Nadzorczej PZU Centrum Operacji SA. Członek Podkomisji Standaryzacji Informacji w PIU, odpowiada za wymianę informacji z UFG ze strony PZU. Jest mgr inż. informatyki, ukończył studia podyplomowe z ubezpieczeń na Akademii Finansów oraz pedagogikę.

DATA ANALYTICS FORUM 2017

WYZWANIA NOWOCZESNEJ ANALITYKI BIZNESOWEJ

TERMIN I MIEJSCE WYDARZENIA: 24–25 października 2017 r., Warszawa

- Wyrażam zgodę na przesyłanie przez Gremi Media S.A. z siedzibą w Warszawie, ul. Prosta 51, na udostępniony przeze mnie adres poczty elektronicznej i numer telefonu informacji handlowych w rozumieniu ustawy z dnia 18 lipca 2002 r. o świadczeniu usług drogą elektroniczną (Dz. U. 2002 nr 144 poz. 1204 ze zm.). W każdym momencie przysługuje mi prawo do odwołania powyższej zgody.
- Wyrażam zgodę na przekazanie moich danych osobowych, w tym adresu poczty elektronicznej i telefonu spółkom powiązanim z Gremi Media S.A. z siedzibą w Warszawie, ul. Prosta 51, oraz partnerom wydarzeń na przetwarzanie ich przez w/w podmioty w celu marketingu bezpośredniego ich produktów lub usług oraz w celu przesyłania informacji handlowych w rozumieniu ustawy z dnia 18 lipca 2002 r. o świadczeniu usług drogą elektroniczną (Dz. U. 2002 nr 144 poz. 1204 ze zm.). W każdym momencie przysługuje mi prawo do odwołania powyższej zgody.
- Przyjmuję do wiadomości, że moje dane osobowe umieszczone zostają w bazie danych administratora danych tj. Gremi Media S.A. z siedzibą w Warszawie, ul. Prosta 51, i zgodnie z treścią art. 23 ust. 1 pkt. 3 i 5 ustawy o ochronie danych osobowych (Dz. U. Nr 133 poz. 883 z 1997 r. ze zm.) i mogą być przetwarzane w celu wykonania zawartej ze mną umowy oraz w celu marketingu bezpośredniego własnych produktów lub usług administratora danych. Jednocześnie przyjmuję do wiadomości, że podanie przeze mnie danych jest dobrowolne i przysługuje mi prawo wglądu do swoich danych, ich poprawiania oraz usunięcia z bazy.

CENA:

- 2750 zł/os + 23% VAT**

Cena obejmuje: udział w dwudniowym forum, materiały, lunch, przerwy kawowe.

UWAGI/KOD PROMOCYJNY:

WARUNKI ZGŁOSZENIA:

- Warunkiem zgłoszenia udziału w usłudze edukacyjnej jest przesłanie wypełnionego formularza rejestracyjnego na stronie www.konferencje.rp.pl, e-mailem pod adres **wojciech.winiarski@rp.pl** (dalej „Zgłoszenie”) oraz otrzymanie e-mailowego potwierdzenia o uczestnictwie w usłudze edukacyjnej.
- Przesłane Uczestnikowi przez Organizatora potwierdzenie Zgłoszenia równoznaczne jest z zawarciem umowy o świadczenie usługi edukacyjnej, stanowi warunek dopuszczenia do usługi edukacyjnej oraz podstawę do obciążenia Uczestnika opłatą za usługę.
- Wpłaty należy dokonać w terminie 14 (czternastu) dni od daty otrzymania wezwania do dokonania płatności za udział w usłudze edukacyjnej, nie później jednak niż 2 (dwa) dni przed jej rozpoczęciem. Wpłaty należy dokonać na rachunek:
Gremi Media S.A. ul. Prosta 51, 00-838 Warszawa
Ing Bank Śląski S.A. 14 1050 1025 1000 0090 3096 4259
Niedokonanie wpłaty we wskazanym terminie nie jest jednoznaczne z rezygnacją Uczestnika z udziału w usłudze edukacyjnej.
- Uczestnik jest uprawniony do rezygnacji z usługi edukacyjnej na następujących zasadach:
 - rezygnacja winna zostać złożona na piśmie i przesłana Organizatorowi w trybie wskazanym w ust. 1;
 - w przypadku doręczenia rezygnacji w terminie co najmniej 21 (dwudziestu jeden) dni przed jej rozpoczęciem Organizator obciąża Uczestnika opłatą administracyjną w wysokości 400 zł +23% VAT;
 - w przypadku doręczenia rezygnacji w terminie krótszym niż 21 (dwadzieścia jeden) dni przed jej rozpoczęciem, Uczestnik zobowiązany jest do zapłaty pełnych kosztów uczestnictwa w usłudze edukacyjnej (100% ceny) wynikających z zawartej umowy.
- W przypadku nieodwołania zgłoszenia uczestnictwa oraz niewzięcia udziału w wydarzeniu, zgłaszający Uczestnik zobowiązany jest do zapłaty pełnych kosztów uczestnictwa w usłudze edukacyjnej (100% ceny) wynikających z zawartej umowy.
- W przypadku gdyby usługa edukacyjna nie odbyła się z powodów niezależnych od Organizatora, Uczestnikowi zostanie zaproponowany, według uznania Organizatora, udział w usłudze edukacyjnej w innym terminie lub w ciągu 14 dni roboczych zostanie zwrócona pełna kwota wpłaty.
- Organizator zastrzega sobie prawo odmowy uczestnictwa w usłudze edukacyjnej osoby powiązanej w jakimkolwiek charakterze z podmiotem konkurencyjnym dla współorganizatora usługi edukacyjnej wskazanego w programie. W przypadku ujawnienia powyższych okoliczności po dokonaniu wpłaty za uczestnictwo w usłudze edukacyjnej, pełna kwota wpłaty zostanie zwrócona w ciągu 14 dni roboczych. Organizator zastrzega sobie także prawo odmowy uczestnictwa w usłudze edukacyjnej bez podawania przyczyny.
- Dokonanie Zgłoszenia jest równoznaczne z akceptacją niniejszych warunków oraz akceptacją warunków Regulaminu i upoważnieniem Organizatora do wystawienia faktury VAT bez składania podpisu przez Uczestnika albo osobę upoważnioną ze strony zgłaszającego Uczestnika.
- Organizator zastrzega sobie prawo do wprowadzania zmian dot. programu, prelegentów oraz do odwołania wydarzenia.

Nazwa Firmy/Osoba fizyczna:

.....

NIP:

ulica, nr domu, nr lokalu:

.....

Miejscowość/kod pocztowy:

.....

Telefon:

Faks:

e-mail:

DANE UCZESTNIKA/UCZESTNIKÓW:

Imię i nazwisko:

Stanowisko:

e-mail:

Telefon:

Imię i nazwisko:

Stanowisko:

e-mail:

Telefon:

miejscowość, data i podpis

--

pieczęćka firmy