

СЪДЪРЖАНИЕ

Въведение	9
1. Концепция и инструментариум	13
1.1. Дефиниране на проблема	13
1.2. Концептуална рамка	15
1.3. Основни понятия	17
1.4. Логически модел на необходимите данни	18
1.5. Експлоративен анализ на данни от продажбени трансакции	21
1.6. Обекти от трансакционен клас	25
1.7. Дескриптивен анализ на данни от продажбени трансакции	27
1.8. Показатели за анализ на пазарната кошница	32
1.9. Извличане на асоциативни правила	40
1.9.1. Идентифициране на често срещани подмножества	41
1.9.2. Идентифициране на силни асоциативни правила	47
1.10. Визуален анализ на пазарната кошница	51
1.10.1. Визуализиране на абсолютната и относителната честота	53
1.10.2. Визуализиране на показателите за анализ на пазарната кошница	54
1.10.3. Визуализиране на асоциативни правила	60
2. Анализ на пазарната кошница с големи данни	69
2.1. Аналитичен подход	69
2.2. Данни	72
2.2.1. Импортиране и преобразуване	72
2.2.2. Преглед на трансакции, асортиментни позиции и продуктови групи	73
2.3. Експлоративен анализ на големи данни	74
2.4. Генериране на правила и извеждане на препоръки	81
2.5. Визуален анализ и интерпретация	89
2.6. Разширен анализ на пазарната кошница с отчитане на покриващия принос	98
Заклучение	105
Цитирани източници	109