**心得報告**

四企管三乙B10433014吳佳玲

上一堂課學習如何找到目標客群，而這堂課學習如何找出目標客群的重要特徵，也就是如何找出重要的特徵變數，課程中比較了傳統目標市場法與AI目標市場法的幾個項目，而AI目標市場法主要使用機器學習加上人類專家，其中初

步介紹了機器學習的運作模式和幾項模型，其中最令我印象深刻的地方在於決策樹的部分，有一位同學提出對於所有變數內級距的次數為甚麼不能都相同?原來是因為在實際收集數據時，並非所有變數內級距的次數皆能收集到同樣的樣本數，也就是若一個統計數據中有些數字太過整齊，可能為刻意編排，除了機器學習外，對於分析出的數字如何解讀，就需要長年的經驗累積，在之前的演講課有提到希望我們能多閱讀產業相關文章，讓自己多了解產業的發展和實務面，在未來對於許多圖表、數字的解讀時，能更加有深度。