

Final Project (~11/25)

Aa 이름	📅 날짜	≡ 텍스트
<u>Front-end</u>	@2022년 11월 16일	
<u>Back-end</u>	@2022년 11월 16일	
<u>Movie.json data dump & load</u>	@2022년 11월 16일	
<u>ER Diagram 작성</u>	@2022년 11월 16일	
<u>템플릿</u>	@2022년 11월 15일	기획 의도 / 전체 목차 마인드 맵 / Vue 구조, Django 구조
<u>다국어</u>	@2022년 11월 15일	첫 화면 : 지도 이미지 + 여러 갈래의 라우터를 이용해서 언어를 선택하게 = 영어, 중국어, 일본어, 한국어

다국어 서비스 제공

- HOME : 사용자를 모국어 사이트로 안내하는 전용 랜딩 페이지

알고리즘

1. 영어권 / 중화권 / 일어권 / 한국어권 관객이 선호하는 영화 추천
 - a. 각 언어별 사이트의 영화 click 수 혹은 좋아요 click 수 데이터 수집
 - b. 영화 추천 사이트 1 생성 (각 국가별 추천 영화 5~10 개 랭킹 뜨게 구현)
2. 여행 목적지행 비행기에서 볼 영화 추천
 - a. 목적지 선택
 - b. movie의 language 정보를 기반으로
 - c. 영화 추천 사이트 2 생성
 - d. 디자인 : 지도 + 비행기 + 비행기 창문 (넘어가는 영화 팸플릿)
3. 사용자가 좋아요 누른 영화 장르 기반 추천

4. 사용자가 가입시, 선호하는 영화를 선택하고 그에 기반하여 영화 추천

기획 의도

- 사용자 친화적 영화 추천
 - 상황별 / 사용자별 추천
 - 언어에 따른 영화 추천 (현재 생활권 - NOW)
 - 언어 생활권에 따라 사용자의 정서가 다르기 때문에 같은 언어를 사용하는 관객들이 선호하는 영화에는 공통된
 - 여행 장소에 따른 영화 추천 (새로운 경험 - NEW!)
 -

다른 나라 문화를 직접 체험하기 이전에 간접 체험 → 깊은 이해

→ 외국인 친구들 : 다른 나라 영화 → 홍보? 다국어?

→ 문화 콘텐츠에는 국경이 없다

: 영화 사이트 ? 이유

→ (사용자 친화적)

- 언어
- 목적
- 상황

코로나로 인해 2년여간 불가능했던 해외 여행

지금은 상황이 점차 완화되어

여행이 가능해짐

준비하는 것부터 여행이고
계획하는 과정도 여행이고

사실, 비행기를 타고 가는 시간동안 할 수 있는 것이 별로 없고
대부분의 사람들이 잠을 자거나 영화를 봄
(통계)

여행 예열 단계

과정까지 즐기기 위해

비행기 [모니터] ← 추천 알고리즘
목적지와 연관된 영화 추천

항공사 기내 영화 → 이런 알고리즘을 제공할 것이다.

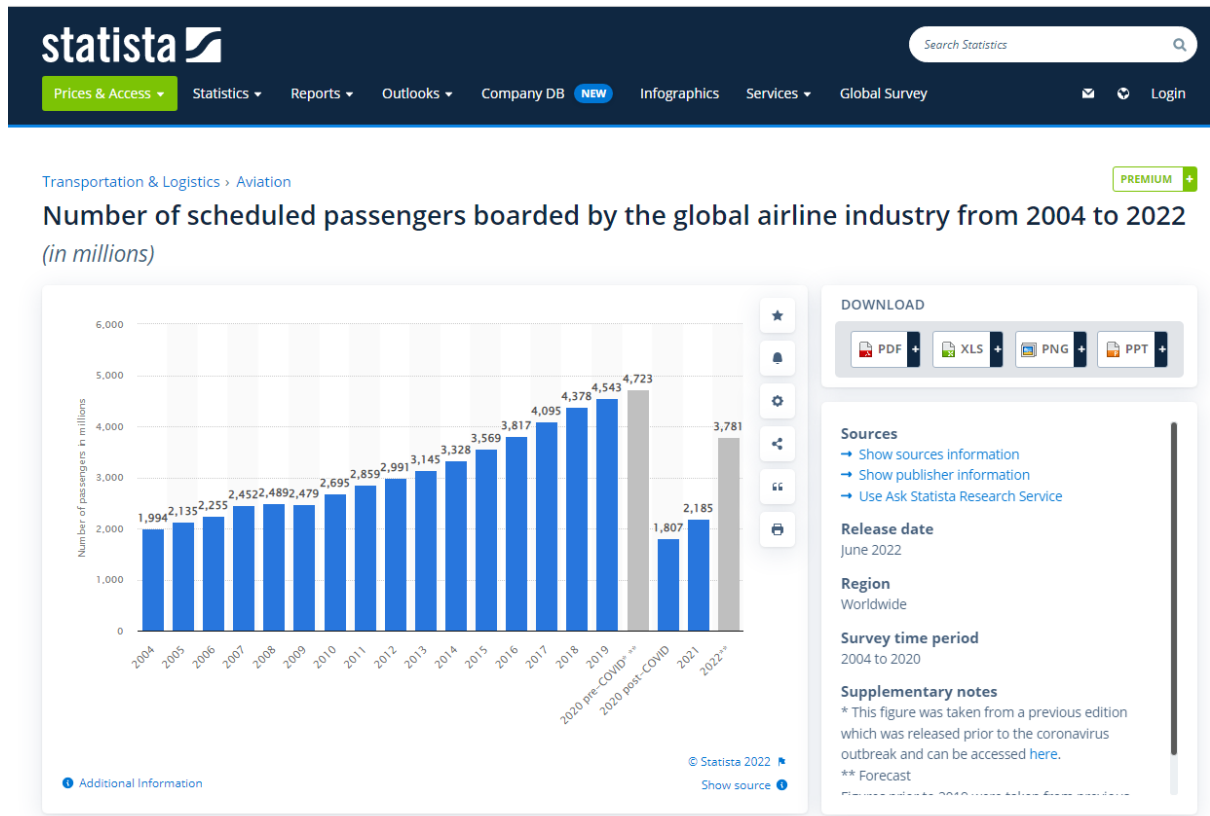
| 기내 영화 리스트

open api

| 여행 목적지

영화 판권 ——> 우리가 추천 (보는 사람 국적 혹은 목적지별 추천) ——> 항공사 적용

```
body > app-root > div > ke-sky-program > ke-basic-layout > div:nth-child(2) > div >
div > ke-entertainment-result > div > ul > li:nth-child(1) > a > span.entertain-
result__desc > span.entertain-result__info > span.entertain-result__rated.ng-star-
inserted > span._hidden
```



항공 산업의 성장

<https://www.statista.com/statistics/564717/airline-industry-passenger-traffic-globally/>

1. 기업

- 항공 산업의 성장
- 코로나로 인한 성장세 약화 → 새로운 기획 필요, 사람을 끌어들이기 섬세한 기획 ((2020 COVID_19 OUTBREAK))
- 디지털 산업 성장
- 항공 여행 산업과 디지털 미디어 산업의 결합
- 기내에서는 개인 데이터 사용 불가능 → 항공사가 제공하는 디지털 서비스를 이용할 수밖에 없게 됨
- 사용자의 시간을 가장 의미 있게 보내는 방법이 무엇일까?



Airbus and Boeing aircraft with in-flight entertainment and connectivity (IFEC) 2017

Number of in-service Airbus and Boeing narrowbodies worldwide in 2017, by IFEC offering



Global airline travelers - interest in digital screens interiors on airplanes 2019

Share of airline travelers worldwide who are interested in airplanes whose interior featured digital scr...

2. 사용자

- 지루한/상투적인 기내 모니터 콘텐츠에 지침
- 무슨 영화를 봐야할지 모름
 - 비긴어게인만 봄
 - 라라랜드
- 여행지에 도착을하면
- 어떤 나라는 아예 테마여행처럼 꾸며둔 곳이 있어서
- 미리 그 영화를 봤으면 좋았을걸....
 - 오스트리아 - 팔츠부르크 - 사운드 오브 뮤직 (의 도시)
- 사용자에서 의미있는 경험을 제공
- 도움이 됨 (이해도 상승)

기사

<https://www.hani.co.kr/arti/economy/marketing/910037.html>

2016년 국제항공운송협회(IATA)가 전 세계 145개국 6920명의 승객을 대상으로 한 설문조사 결과를 보면, 취침(69%, 복수응답)보다 더 많은 77%의 응답자가 장거리 비행 때 영화감상을 하며 시간을 보낸다고 답했다. 대한항공 관계자는 “전체 탑승객의 99.9%가 비행하면서 짧게라도 기내 엔터테인먼트를 이용하고 있다”고 말했다.

In Flight Entertainment



“기내 엔터테인먼트 시장은 매년 15% 이상 성장해 2020년까지 연간 7조원 규모에 달할 것으로 전망된다”고 분석했다. 한 항공업계 관계자는 “장거리 여행 수요가 늘어나고 다양한 항공사의 서비스를 접해본 승객들이 늘어나면서 항공사 간 기내 엔터테인먼트 경쟁도 거세지고 있다”며 “기내 엔터테인먼트가 그 항공사 이미지와 연결되기도 해, 기내 엔터테인먼트의 중요성은 더 커질 것으로 보인다”고 말했다.

IDEA

- random lodash 밥 친구 영화
- d3 geo map
- 웹 디자인 (사진 / 동영상)
- detail.html → trailer/teaser 영상

1116

하세진 : 모델 구조화 Vue Movielist / Moviedetail / User / Login / Signup 뼈대 제작

장유하 : backend django 모델링, d3 geomap 시도

