

目录	I
1. 汇报过程中老师提供的新思路	1
2. 文章加深工作	1
3. 特征值排序方法	1
4. 写文章的思路	1
参考文献	1

1. 汇报过程中老师提供的新思路

- (1) **购物预测**: 比如说京东商品的评价我们都可以抓取, 我们是否可以模仿该文章的思路, 去预测用户点击预览之后是否会购买该商品? 数据: 我们可以抓取商品评论; 方法: 回归或分类, 仿照该文章方法。
- (2) **选品位置摆放问题**: 能不能通过用户过往数据, 来预测新用户的隐私偏好, 进而预测用户购买产品的欲望, 来合理完成商场中的产品位置摆放问题?

2. 文章加深工作

可以进一步将文章的方法进行提升, 把原有的 LightGBM 模型换成其他回归模型, 进而将预测隐私偏好分数值转变为给多个商品排序问题。

但是从这个角度来加深文章的话, 就不能用该文章的数据模式, 而是要选择消费者的其他数据来预测消费者对不同商品的偏好。

3. 特征值排序方法

Shapley Value 用于贡献分配和特征值重要性分配
LASSO 路劲分析, 以出现的次序来为特征值排序

4. 写文章的思路

管科文章讲究方法与问题的适配性, 不要过度地炫技, 简明扼要说出方法与该问题的适配性即可, 更多的重心放在阐述问题上。

另一个问题是, 方法原理的说明没必要单独列一节。在撰写 main results 时一个结论一个结论按顺序写出观点。

参考文献

- [1] Wang W, Li B. Learning Personalized Privacy Preference from Public Data[J]. Information Systems Research, 2024.