

일 시	2020년 8월 20일 (목)	장 소	Zoom (온라인 미팅)
작 성 자	은혜원	작 성 일	2020년 8월 20일 (목)
참 석 자	MCUBE팀 (서정아, 신민경, 은혜원, 이청파, 정지혜), 이현호 교수님		
안 건	2차 팀프로젝트 온라인 팀티칭		
회의내용	<ul style="list-style-type: none"> • 주제 구체화 – 코로나로 인한 소비패턴 변화 양상을 보이는 매출 탄력성 분석하여 지수화 • 주제 관련 안건 – 1) 매출 탄력성의 지수화 위한 통계지수 기준 정하기 2) 전반적인 데이터 분석 방법 • 데이터 확보 – 빅콘테스트 문제데이터 (혁신 아이디어 분야) 제공 <ul style="list-style-type: none"> 1) 유동인구 데이터 (SK텔레콤) - 성별, 지역별, 연령별, 시간대별, 동별 2) 카드매출 데이터 (신한카드) - 매출건수, 매출금액 집계 3) 유통데이터 (GS리테일) - 편의점 4) 물류데이터 (CJ올리브네트웍스) - 택배 → 서울시 (중구, 노원구), 대구시 (중구, 수성구) 각각 2개 지역구 2019년 2월 ~ 5월, 2020년 2월 ~ 5월 동일 기간 • 데이터 관련 안건 – SNS 빅데이터 분석 활용 접목 		
결정사항	<ul style="list-style-type: none"> • 주제 관련 안건 <ul style="list-style-type: none"> - 통계분석도 빅데이터 분석의 일부 - 지수 포인트 : 소비패턴을 효과적으로 표현할 수 있는 지수 개발 (지수 자체는 통계적으로 계산되는 것이기 때문에 빅데이터 분석을 통한 확률적 지수 구하기 어려움) - GAP 분석 ← 다양한 비교 포인트 가능 (3-4개 정도의 기준점 ex. 상품별, 지역별, 성별, 연령별) - 상품군의 level을 추상화하여 적정 수준 조정 후 데이터별 접점 찾기 (카드매출, 편의점, 택배쪽 상품을 매개로 함께 분석하여 비교 시각화 + 유동인구 지역별 시각화) - Data Cube DW (Data Warehouse) Fact : 지수(ex. 매출탄력성) 또는 복합지수 Dimension : 지역별, 성별, 상품별, 기간별 → 데이터 큐브 만들어서 조합하기 (ex. 데이터 레벨에 따라 16개를 구하고 효과적으로 시각화하여 2019년도와 2020년도를 비교 시각화) • 데이터 관련 안건 <ul style="list-style-type: none"> - 주의) 데이터 절대적인 값의 크기가 아닌 상대적인 위치값의 증감 기준 데이터 표준화 작업 필요. GAP 분석을 통한 지수화 패턴변화를 보는 목적에 맞게 다양한 빅데이터 관점에서의 분석 - 텍스트마이닝 – 실제 여론을 통해 데이터 분석 결과 검증 목적 (신뢰도) 		
특이사항	<ul style="list-style-type: none"> • 3차 오프라인 팀티칭(8/25)까지 분석모델 제시할 수 있도록 노력하기 <p>(분석 포인트 찾아서 다양한 관점으로 시도하기 + 전반적 시각화 제시하기 + 텍스트 마이닝으로 분석 결과 신뢰도 검증)</p>		