

빅데이터 애널리틱스 과정
데이터 기반 마케팅 애널리틱스 (Data Driven Marketing Analytics)
2018
Syllabus

담당교수: 송인성, 연구실 58 동 303 호, 02-880-2649, isong@snu.ac.kr

수업 목표

본 과목에서는 마케팅 빅데이터를 통계 및 머신러닝 분야의 다양한 분석 기법을 적용하여 제품, 가격, 촉진, 유통 등의 마케팅 의사 결정에 효율적으로 활용할 수 있는 마케팅 데이터 사이언티스트의 역량을 갖추는 것을 목표로 한다.

교재 : 자체 제작 교재 배포

평가

중간고사	30 %
기말고사	30%
숙제, 출석, 수업참여도	40%

수업 진행 계획

Session	주제	Examples of Analytical Tools
1	Introduction & Pricing Analytics I	
2	Pricing Analytics I	Regression
3	Pricing Analytics II	Model Selection, Shrinkage
4	Promotion Analytics	Bayesian MCMC
5	Advertising Analytics, Product Analytics	VAR, Conjoint
6	중간고사	
7	Segmentation and Positioning Analytics	Cluster, MDS, Factor
8	Customer Equity Management & Customer Analytics	LTV
9	Customer Analytics	Logit/Probit, DA, Logistic, Tree, Neural Nets, SVM
10	Targeting Analytics	Recommendation System, Market Basket Analysis
11	Social Media Analytics	Text Mining
12	기말고사	