

The background of the slide is a dark blue gradient. On the left side, there is a complex, glowing blue molecular structure. It consists of numerous interconnected hexagonal and pentagonal rings, some of which are highlighted with bright blue light points at their vertices. The structure appears to be a network or a cluster of molecules, with some parts being more prominent than others.

PROJETO APLICADO I

ETAPA FINAL

ORGANIZAÇÃO ESCOLHIDA

- Amazon.com, Inc.: empresa multinacional de tecnologia sediada em Seattle, EUA;
- Especializada em comércio eletrônico, computação em nuvem, streaming e inteligência artificial;
- Reconhecida como uma das cinco maiores empresas de tecnologia do mundo;
- Criada em 1994 como uma livraria online;
- Vende uma ampla variedade de produtos: eletrônicos, software, videogames, vestuário, móveis, alimentos, brinquedos e joias;
- Oferece serviços de download e streaming de vídeo, música e audiolivros;
- Produz eletrônicos de consumo;
- Maior varejista online do mundo;
- Líder em assistentes de inteligência artificial;
- Fornece plataformas de streaming ao vivo e serviços de computação em nuvem.



OBJETIVO DE ESTUDO E PROBLEMA DE PESQUISA

- Promover o crescimento do comércio eletrônico;
- Utilizar técnicas de Clusterização e recomendação de produtos;
- Base de dados de vendas da empresa;
- Análise dos dados identificando padrões de comportamento dos clientes.





OBJETIVO DE ESTUDO E PROBLEMA DE PESQUISA

Sistemas de recomendação:

- Coletam informações sobre as preferências do usuário.
- Fazem sugestões personalizadas de produtos.
- Melhoram a experiência do usuário, satisfação do cliente e impulsionam as vendas.
- Usam técnicas de aprendizado de máquina e mineração de dados.
- Analisam comportamento do usuário para sugerir itens relevantes.

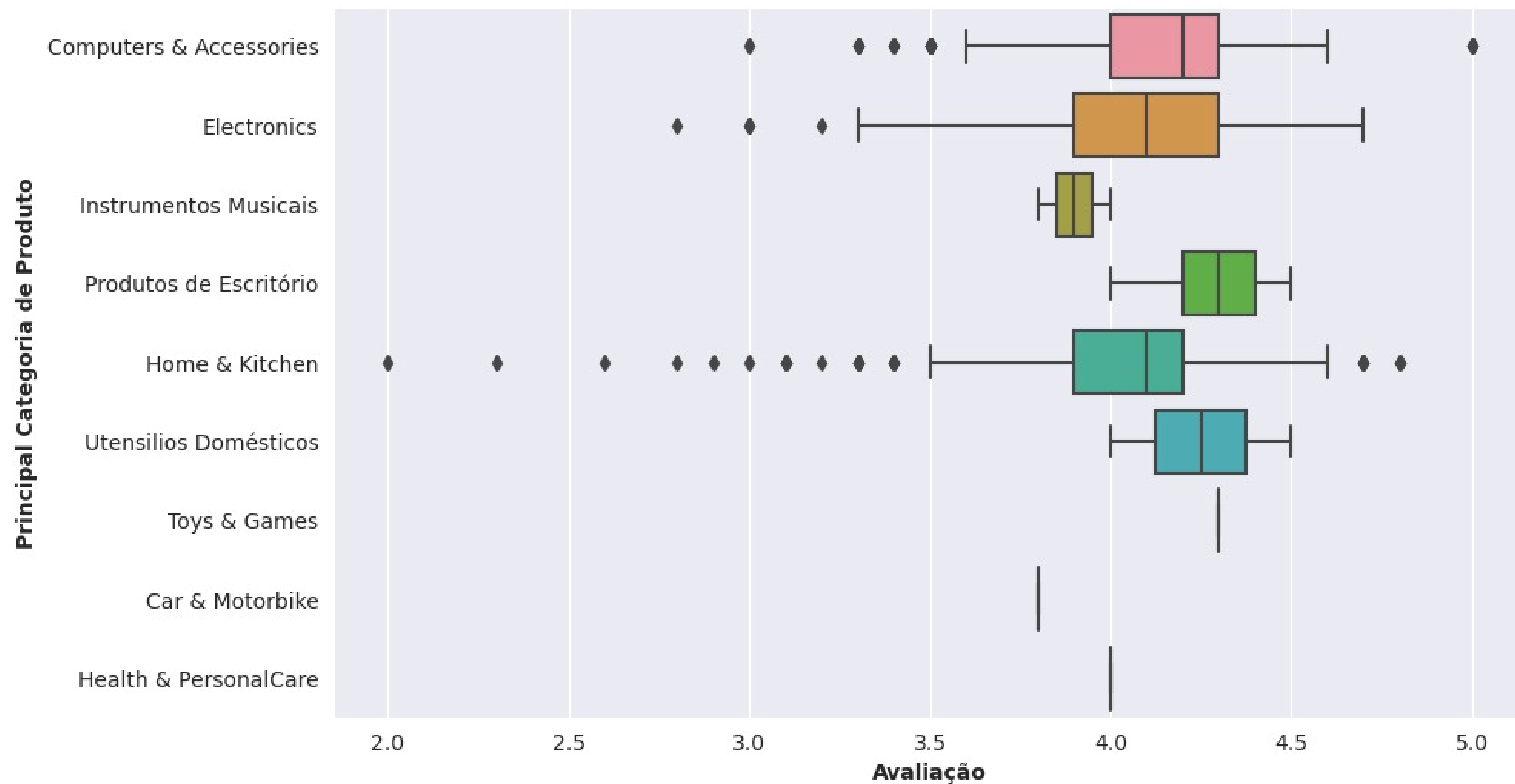
Clusterização de produtos para e-commerce:

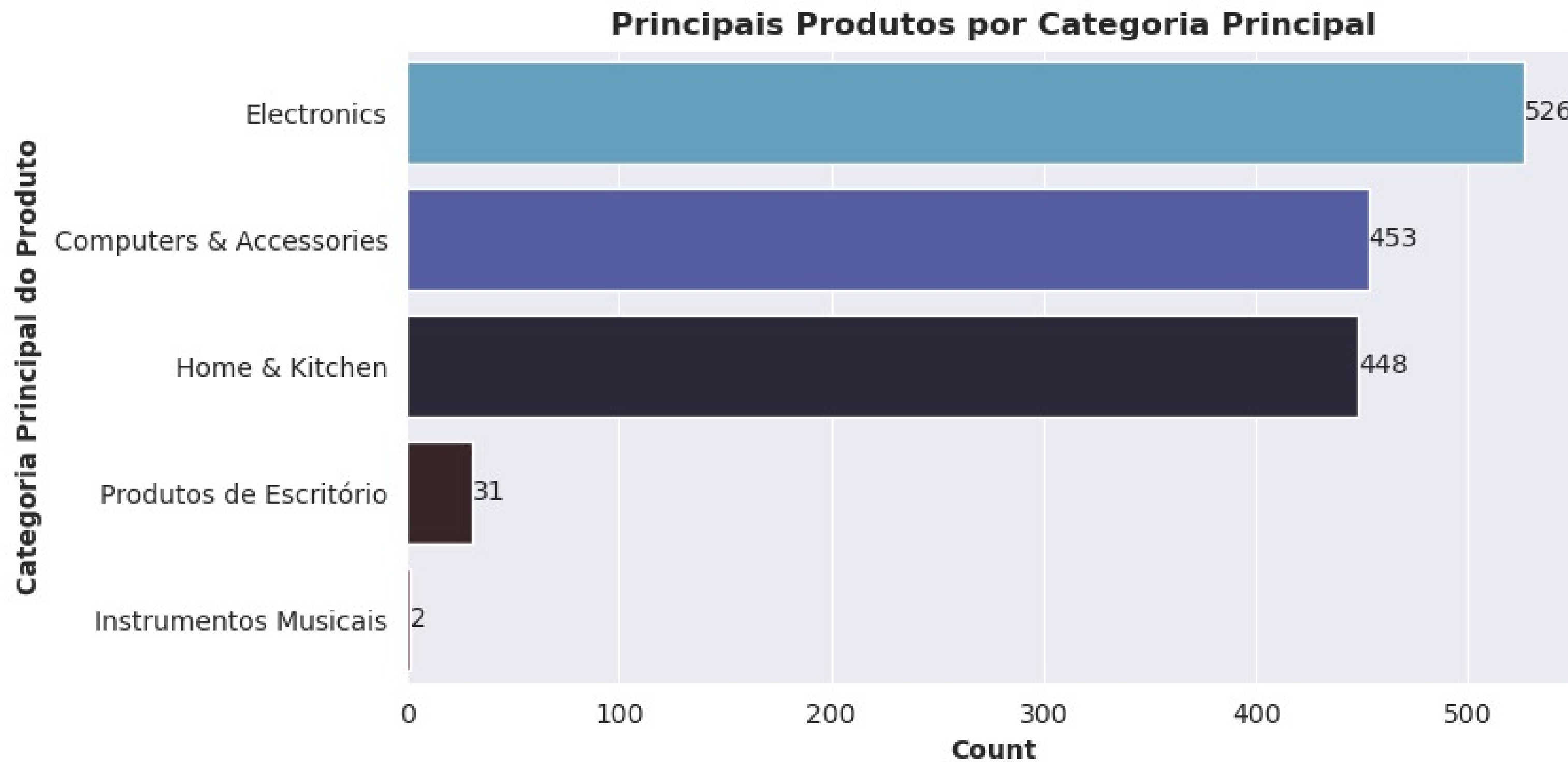
- Agrupa itens do catálogo em clusters com base em características semelhantes.
- Melhora organização, categorização e busca de produtos.
- Fornece visão clara do comportamento do cliente e identifica padrões de compra.
- Direciona campanhas de marketing e otimiza sugestões de produtos.
- Melhora experiência do usuário, aumenta vendas e fidelidade do cliente.
- Implementada com algoritmos de aprendizado de máquina e mineração de dados.





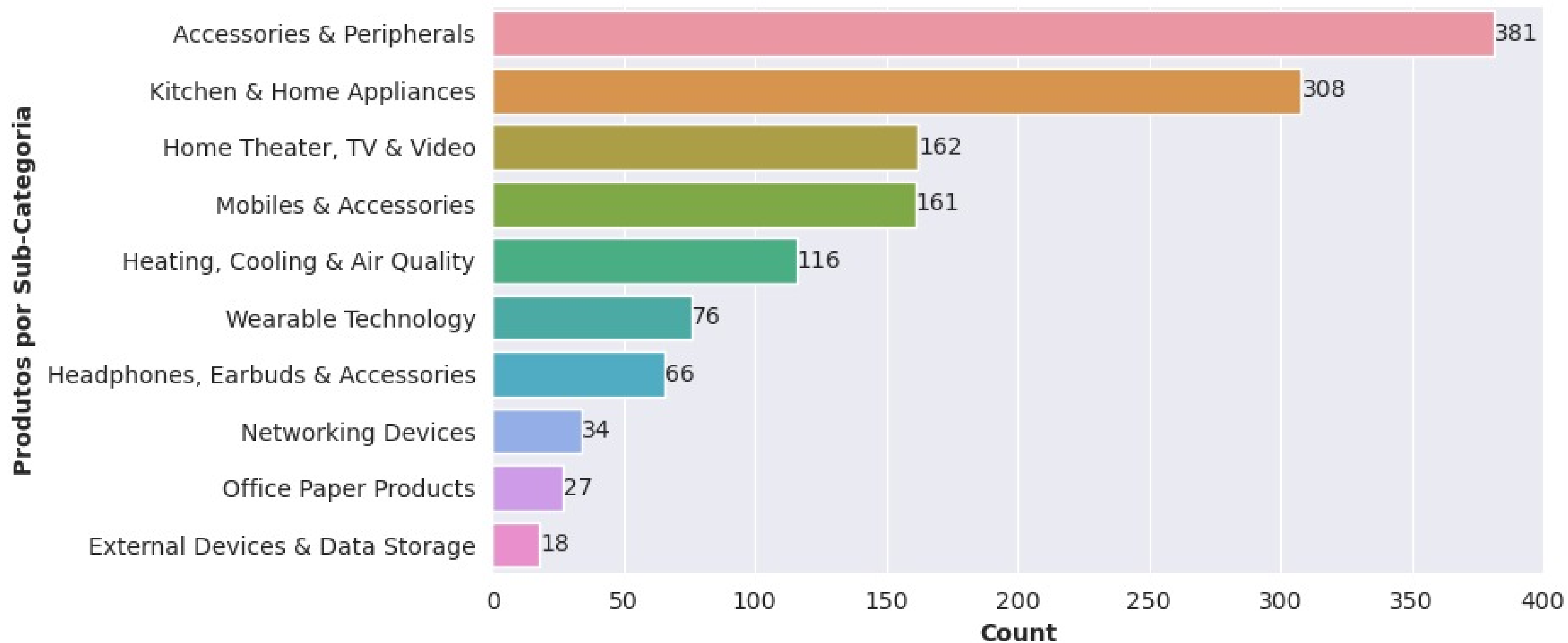
Distribuição das Avaliações por Principal Categoria de Produto





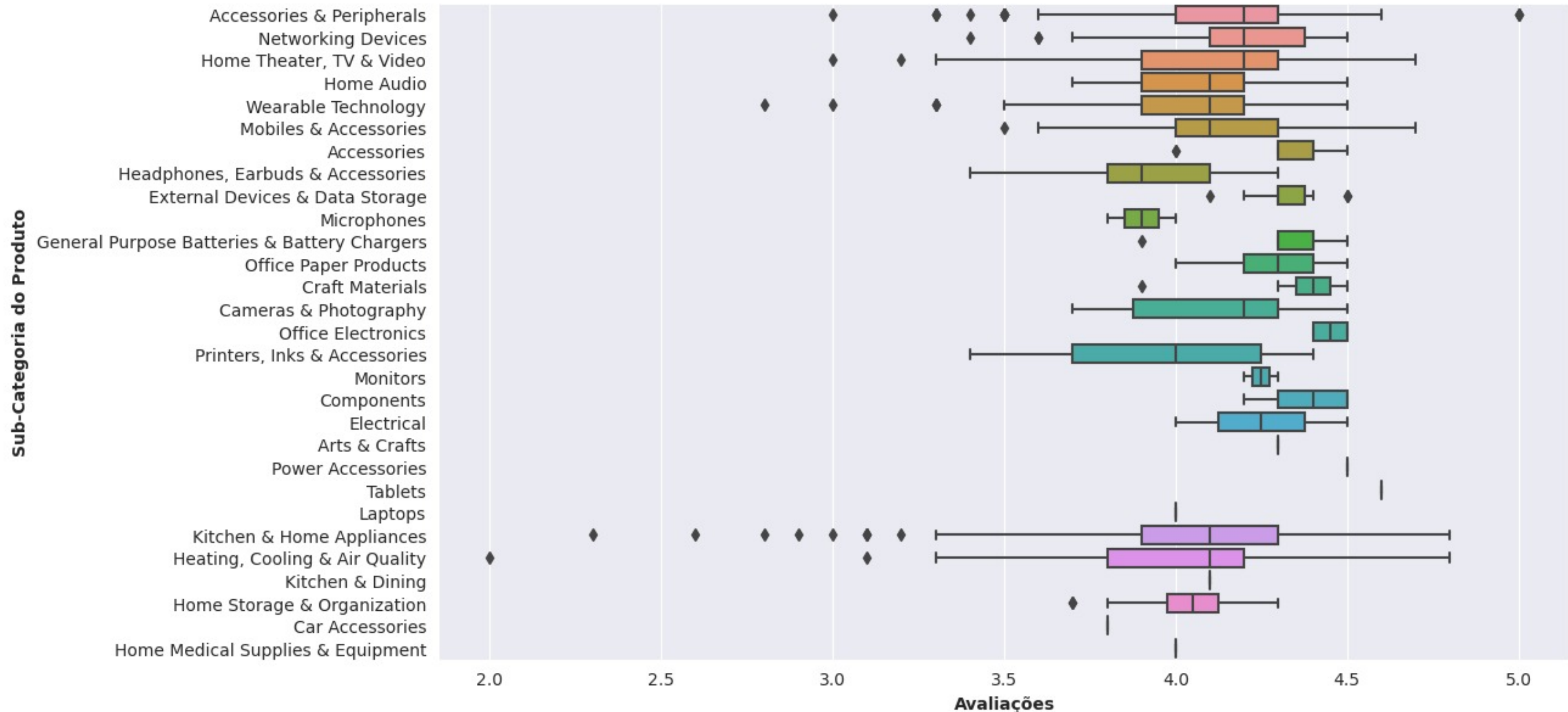


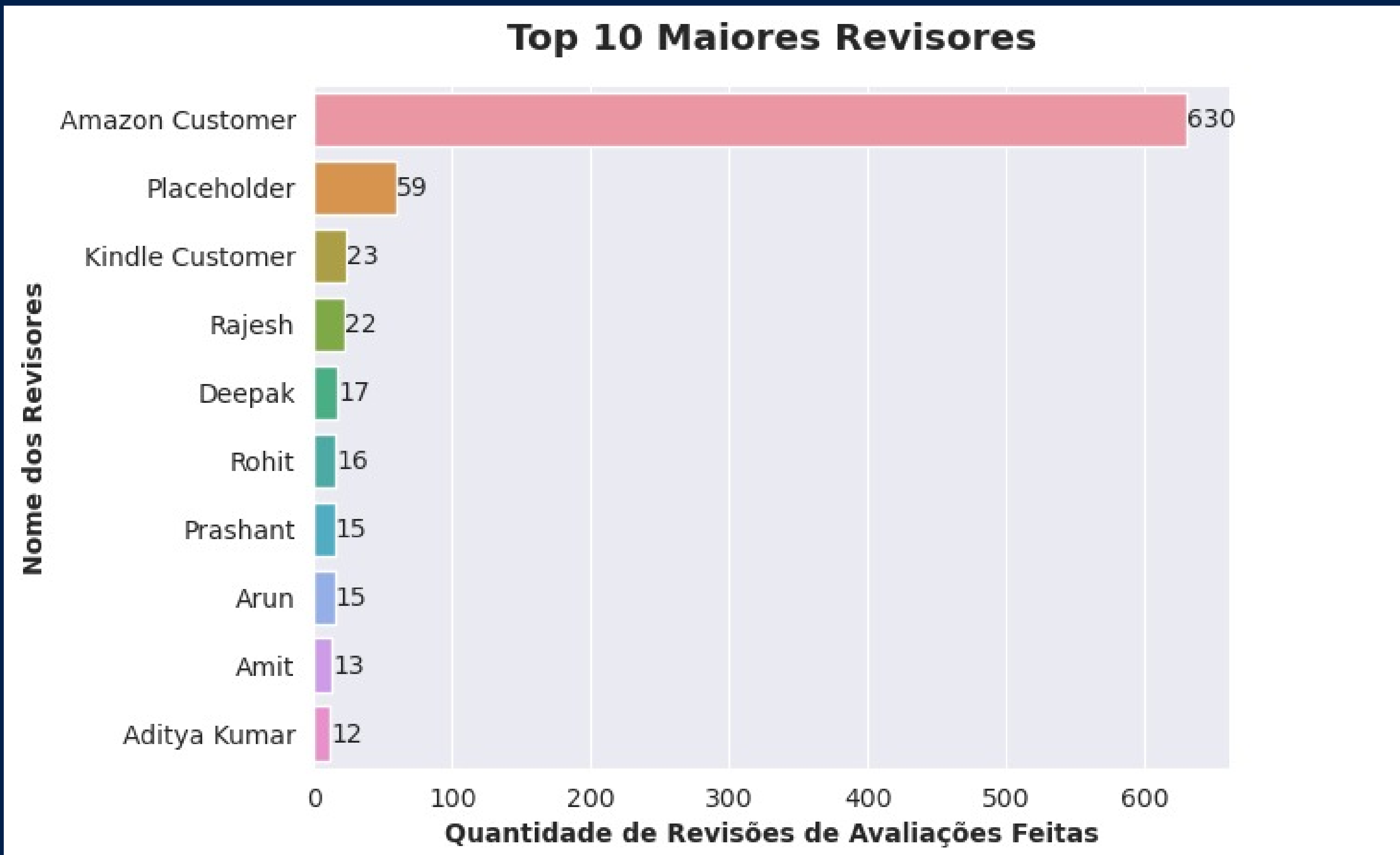
Principais Produtos por Sub-Categoria





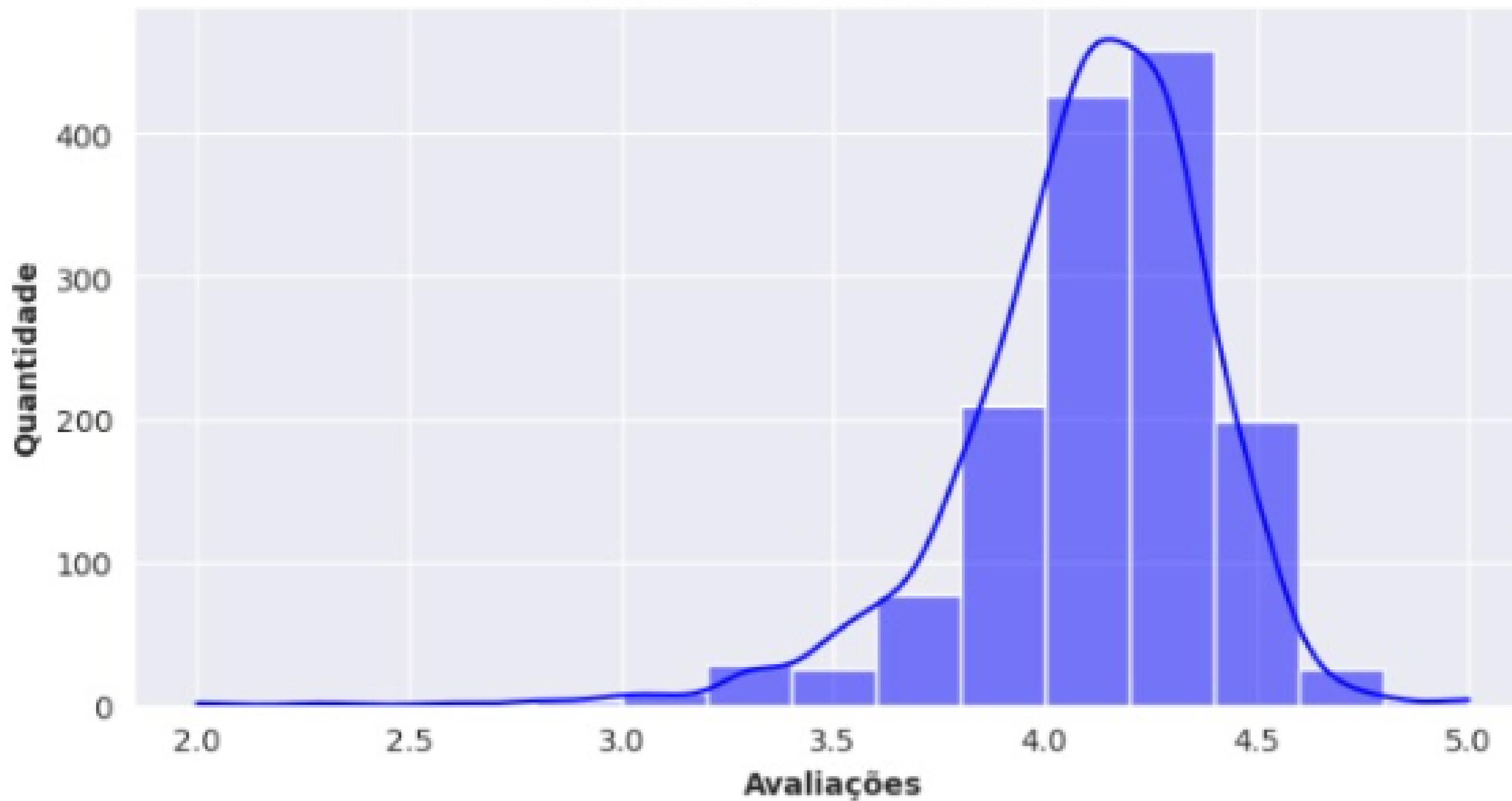
Distribuição das Avaliações por Sub-Categoria do Produto

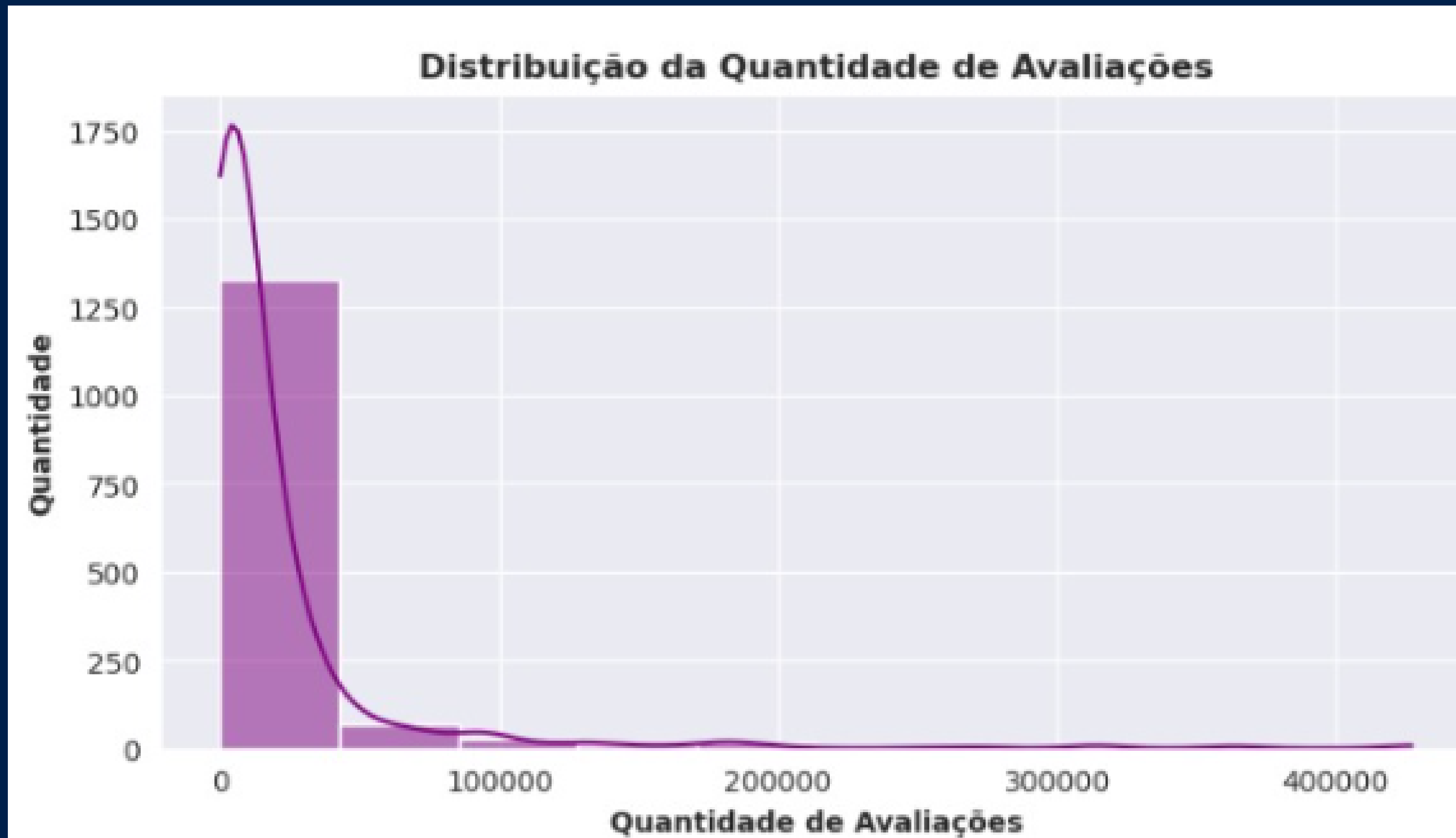






Distribuição das Avaliações







REFERÊNCIAS

<https://aws.amazon.com/machine-learning/> <https://www.amazon.com/b?ie=UTF8&node=16008589011>

<https://aws.amazon.com/about-aws/> <https://www.aboutamazon.com/about-us>

<https://www.sec.gov/Archives/edgar/data/1018724/000101872421000014/amzn20201231xex101.htm>

<https://influencemarketinghub.com/amazon-statistics/#toc-1>

<https://techcrunch.com/2022/04/29/amazon-still-undisputed-king-of-public-cloud-but-microsoft-iscreeping-closer/>

<https://www.insiderintelligence.com/content/amazon-dominates-us-ecommerce-though-itsmarket-share-varies-by-category>

<https://www.amazon.science/blog/how-alexa-is-learning-to-converse-more-naturally>



INTEGRANTES

ANTÔNIO ALCIVAN DA SILVA – TIA: 22501355

ÍTALO PEDRO DOS SANTOS PEREIRA – TIA: 22502440

JOYCE RHAELLEM ALVES COSTA – TIA: 22514287

PRISCILA GABRIELLY MENDES – TIA: 22504370

RAFAEL KAZUO KONDO – TIA: 22009183