

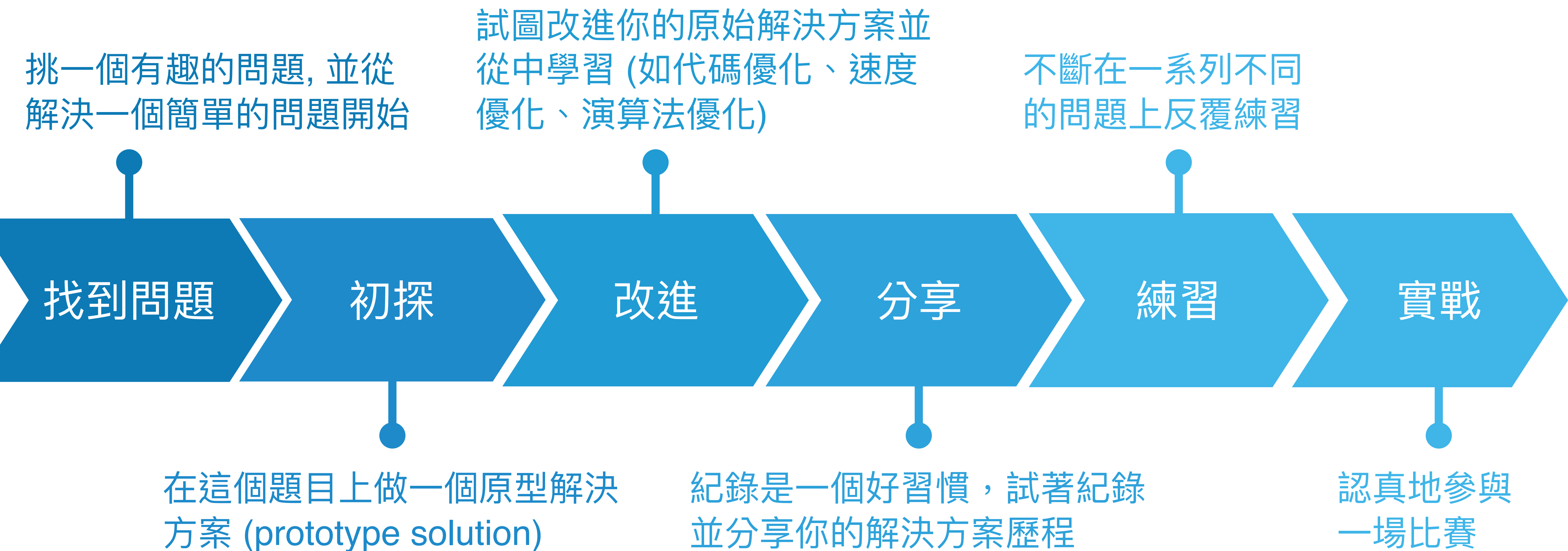
Day 1

資料清理數據前處理

資料介紹與評估指標



學習路徑



首次面對資料，我們應該思考哪些問題？

Questions	Explanation	Examples
為什麼這個問題重要？ (Why it is important)	A. 好玩 B. 企業的核心問題 C. 公眾利益 / 影響政策方向 D. 對世界很有貢獻	A. 預測生存 (吃雞) 遊戲誰可以活得久, PUBG B. 用戶廣告投放, ADPC C. 停車方針 , 計程車載客優化 D. 肺炎偵測
資料從何而來？ (Where do data come from)	<ul style="list-style-type: none">來源與品質息息相關根據不同資料源，我們可以合理的推測/懷疑異常資料異常的理由與頻率	資料來源如： 網站流量、購物車紀錄、網路爬蟲、格式化表單、 Crowdsourcing 、紙本轉電子檔
資料的型態是什麼？ (What are they)	A. 結構化資料需要檢視欄位意義以及名稱 B. 非結構化資料需要思考資料轉換與標準化方式	A. 結構化：數值, 表格, ...etc B. 非結構化：圖像、影片、文字、音訊, ... etc
我們可以回答什麼問題？ 問題：指標 (What is our goal)	每個問題都應該要可以被驗證 → 有一個可供衡量的數學評估指標 (Evaluation Metrics)	常見的衡量指標如： 分類問題：正確率, AUC, MAP, ...etc 迴歸問題：MAE, RMSE, ...etc 補充資料： 衡量指標

範例一：我們應該要 / 可以回答什麼問題？

生存 (吃雞) 遊戲

- 玩家排名：平均絕對誤差 (Mean Absolute Error, MAE)
- 怎麼樣的人通常活得久/不久 (如加入遊戲的時間、開始地點、單位時間內取得的資源量, ...) → 玩家在一場遊戲中的存活時間：迴歸 (Mean Squared Error, MSE)



範例二：我們應該要 / 可以回答什麼問題？

廣告投放

- 不同時間點的客群樣貌如何 → 廣告點擊預測 → 預測哪些受眾會點擊或行動：Accuracy / Receiver Operating Curve, ROC
- 哪些素材很好/不好 → 廣告點擊預測 → 預測在版面上的哪個廣告會被點擊：ROC / MAP@N (eg. MAP@5, MAP@12)



解題時間 It's Your Turn

請跳出PDF至官網Sample Code & 作業
開始解題

