



파이썬
중



R언어
중



Google Analytics
구글 애널리틱스
중하



팀 블로그 365BPM
농식품 미래기획단



#냄새를 보는 그녀
#후각스타그램

1



도전을 즐기는 마케터 박유진입니다

Introudce myself

기획안 작성

대외활동

학교 팀 프로젝트

데이터 분석

SNS 콘텐츠 기획

Part

1

introduce myself

기획안 작성

대외활동

학교 팀 프로젝트

데이터 분석

SNS 콘텐츠 제작

박유진?

생년월일: 1995년 01월 08일
주소: 경기도 성남시 분당구 서현동
중앙공원로 54번지
이메일: parkuj95@naver.com
번호: 010-2735-5581

Education

학교: 명지대학교 식품영양학과
졸업(2020.08)
교육: 서울북부여성발전센터 빅데
이터분석 마케팅전문가 과정
(2020.06~2020.11)

Enjoy

요리하기

먹고 싶은 음식을 하거나
먹어봤던 음식을 재현하는
것을 좋아함

기타치기

아직 미숙하지만, 코로나로
인해 새롭게 가지게 된 취미
좋아하는 아티스트의 곡을
기타로 완주하기 위해
노력함

카페, 맛집 다니기

'이왕 먹을 거면 맛있는
데로 가자'가 삶의 모토이
고 스트레스를 풀기에 좋은
취미

Part

2

Introduce myself

기획안 작성

대외활동

학교 팀 프로젝트

데이터 분석

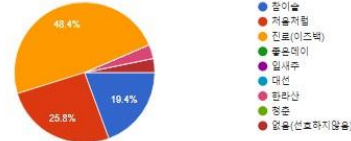
SNS 콘텐츠 제작

진로 이즈 백 설문조사



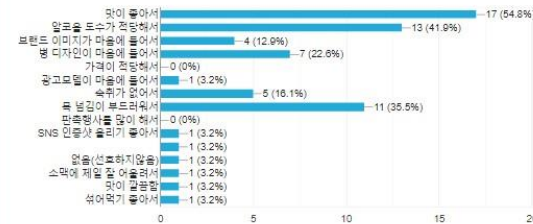
2-4. 다음 브랜드 중에 가장 선호하는 소주 브랜드는 무엇입니까?

출발 31개



2-5. 위 브랜드를 가장 선호하는 이유는 무엇입니까?(복수응답 가능)

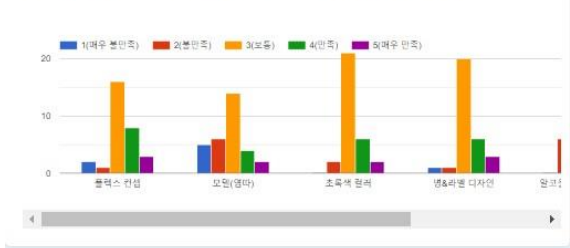
출발 31개



4-8. <진로 이즈 백> 광고 이미지를 참고하셔서 각 속성 별 호감도를 평가해주세요.



4-9. <처음처럼 플렉스> 광고 이미지를 참고하셔서 각 속성 별 호감도를 평가해주세요.



프로젝트 명

진로 이즈 백 마케팅 설문조사
기간: 2020년 6월

내용

설문지 문항 작성, 구글 설문지 작성
(경쟁사 처음처럼과 만족도 비교 조사)

성과 및 느낀점

설문문항을 생각해보고 문항을 정할 때, 내가 소비자라면 어떤 걸 선택할지 생각해볼 수 있었음

설문조사를 통해 진로 이즈 백의 광고가 처음처럼보다 긍정적인 것을 알게 되었고, 진로 이즈 백의 전반적 만족도가 높음을 알 수 있었음



I. 조사 개요

- 조사 목적
- 조사 설계
- 응답자 프로파일

II. 조사 내용

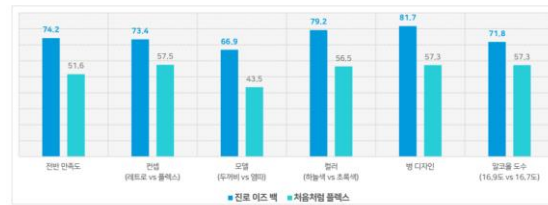
- 소주 브랜드 인식 현황
- 소주 음주 및 구매 형태
- 리뉴얼 제품 및 광고 평가
- 향후 구매 및 추천 의향

III. 결론 및 제언

진로 이즈 백 vs 처음처럼 플렉스 호감도 비교

Q3. 리뉴얼 제품 및 광고 평가

처음처럼 플렉스 컨셉 대비 진로 이즈 백의 레트로 컨셉과 하늬새 컬러, 병 디자인에 대해 더 높은 호감도를 보임
모텔 영타에 대해서는 특히 낮은 호감도를 보이며 브랜드에 부정적 이미지 형성



*Base: Random (N=311) %

조사 요약 및 결론

20대 젊은층 & 여성의 호감도가 높다

- 20대부터 40대까지 광고주 호응을 얻고 있으나 특히 20대 젊은층이 선호
- 깔끔한 맛과 예쁜 병 디자인에 높은 만족도를 보이며 남성보다 여성이 더 높은 호감을 보이고 있음
- 두꺼비 캐릭터를 활용한 SNS 마케팅 및 젊은층의 반응성 확산으로 SNS를 통한 브랜드 인지도 확실히 이루어지고 있음

소주시장의 원조 새로운 강자로 돌아왔다

- 소주시장 1, 2위 장이슬 / 처음처럼 대비 진로는 브랜딩 이미지, 및 병 디자인에서 높은 호감을 보이며 인기 상승
- 리뉴얼 제품은 전반적으로 좋은 평가를 받고 있으며 깔끔한 맛과 병 디자인에서 특히 높은 만족도를 보임
- 소주시장 1위 이자 지사 대비 소주브랜딩 인 참여율과 카-업 없는 차별화 필요

레트로 컨셉은 여전히 경쟁력이 있다

- 두꺼비를 모델로 깔끔한 맛을 강조한 광고는 전반적으로 호응을 얻고 있음
- 복고 마케팅에 대항하여 경쟁 브랜드 처음처럼이 선방한 플렉스 컨셉은 모텔 영타에 대한 낮은 호감도를 보이며 진로의 레트로 컨셉에 더 우호적인 반응
- 다양한 스토리텔링과 현대적인 재해석이 가미된 레트로 마케팅으로 지속적인 재미를 부여하는 것이 중요

프로젝트 명	내용	성과 및 느낀점
진로 이즈 백 마케팅 조사 보고 기간: 2020년 6월	진로 이즈 백 설문조사를 엑셀 피벗테이블로 분석하고 차트를 활용하여 시각화함	설문문항을 생각해보고 작성한 경험은 처음이었으나 진로 이즈 백과 경쟁사에 대한 만족도를 보고서 작성을 통해 알 수 있었고, 소비자의 만족도가 전반적으로 진로 이즈 백이 높다는 것을 알 수 있었음

아로나민 골드 소비자 인식

- 광고 캠페인 연관어 -

소비자의 사선이 2018년 광고(모델 및 문구)
중심에서 2020년 피로(총 1.86%) 및 제품성분
(총 1.66%) 중심으로 변화함
광고에서 성분을 언급한 것에
영향을 받은 것으로 보임
성분 중에 '낙'와 '푸로셀티아민'에 대한
빈도가 높았음

2018년 광고 연관어			
no	단어	빈도	%
1	광고	203	0.39%
2	비타민	111	0.19%
3	피로	97	0.17%
4	낙	89	0.15%
5	성분	62	0.09%
6	아로나민	48	0.07%
7	영양제	24	0.04%
8	효과	21	0.04%
9	비타민C	19	0.03%
10	아로나민	18	0.03%
11	추진	16	0.03%
12	제품	15	0.03%
13	문구	13	0.02%
14	문구	12	0.02%
15	성분	11	0.02%
16	비타민	10	0.02%

2020년 광고 연관어			
no	단어	빈도	%
1	비타민	153	1.34%
2	비타민	123	1.09%
3	비타민	85	0.75%
4	영양제	77	0.68%
5	낙	71	0.62%
6	비타민	66	0.58%
7	비타민	56	0.49%
8	비타민	52	0.46%
9	비타민	42	0.37%
10	비타민	36	0.32%
11	비타민	35	0.31%
12	비타민	35	0.31%
13	비타민	33	0.29%
14	비타민	32	0.28%
15	비타민	31	0.27%
16	비타민	31	0.27%
17	비타민	31	0.27%
18	비타민	31	0.27%
19	비타민	31	0.27%
20	비타민	31	0.27%

아로나민 씨플러스 소비자 인식

- 광고 캠페인 연관어 -

소비자가 광고에서 주목하는 내용은 2018년 광고 문구나 모델
2020년 제품 성분 및 효능(항산화, 피부, 아연 등)으로 변화

2018년 광고 연관어			
no	단어	빈도	빈도%
1	광고	66	0.51%
2	완벽한	26	0.20%
3	영양제	16	0.12%
4	영양제	16	0.12%
5	비타민	15	0.12%
6	모델	14	0.11%

2020년 광고 연관어			
no	단어	빈도	빈도%
1	비타민	34	4.50%
2	영양제	9	1.19%
3	피로회복	8	1.06%
4	항산화	8	1.06%
5	피부	6	0.79%
6	영양	4	0.53%
7	아연	4	0.53%
8	영양	3	0.40%
9	피부	3	0.40%
10	비타민	2	0.26%
11	영양제	2	0.26%
12	항산화	2	0.26%
13	활성비타민	2	0.26%
14	비타민	1	0.13%
15	영양제	1	0.13%

브랜드별 위드클라우드

아로나민 골드는 상위 152위, 씨플러스는 상위 118위까지 연관어에 대한 시각화 결과는 아래와 같음



프로젝트 명

아로나민 2018년 보고서와 아로나민 2020 트레킹
보고
기간 : 2020년 10월

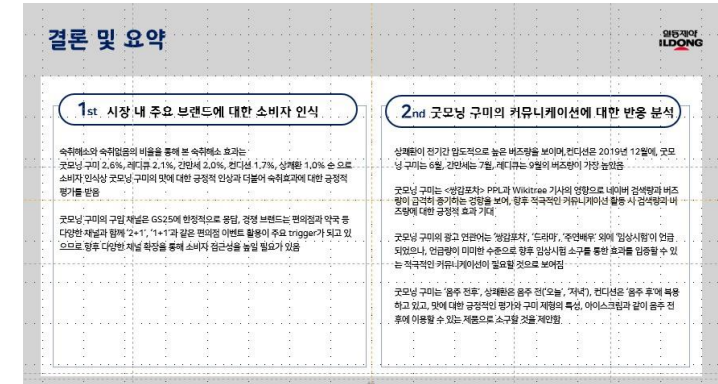
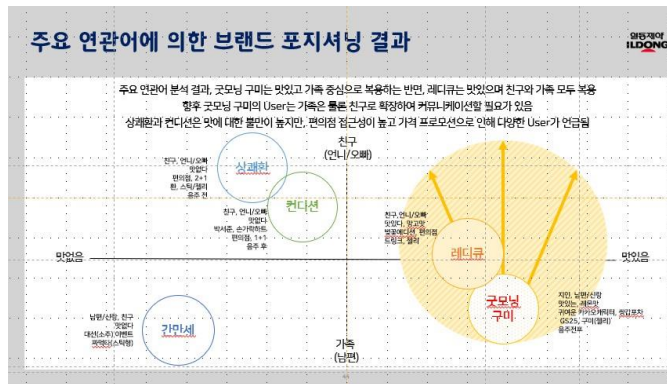
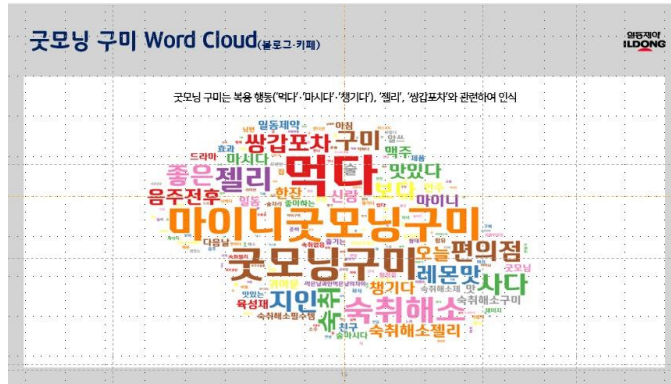
내용

2020년 아로나민의 광고가 소비자에게 어떤 인식을
주는지 분석하기 위해 속성 별 키워드 추출을 함

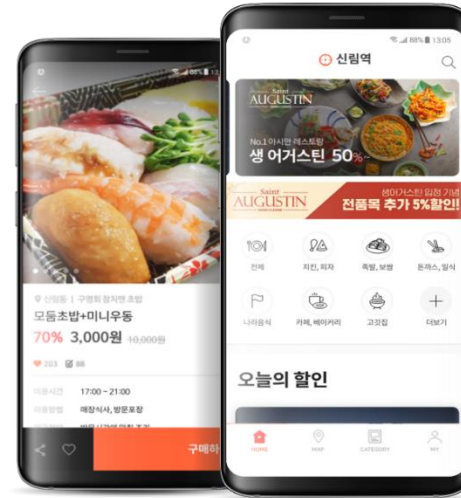
성과 및 느낀점

트레킹 보고서를 작성하며 아로나민 2020년 광고에서
성분에 대한 이야기가 많이 나오는 것을 알 수 있었음.
준비기간까지 하면 3주간 하였는데, 미리 목차를
정했다면 더 원활하고 상세한 결과물이 나왔을 것이라
느낌

* 일동제약 PT 시 프리젠티 담당



프로젝트 명	내용	성과 및 느낀점
마이니 굿모닝 구미 텍스트마이닝 결과 분석 기간: 2020년 10월	마이니 굿모닝 구미와 경쟁사(간만세, 레디큐, 컨디션, 상쾌함) 데이터 분석 기반 마케팅 보고 마이니 굿모닝과 경쟁사의 속성별 키워드 추출함	마이니 굿모닝 구미가 시장에서 어떤 위치인지 크롤링하고 데이터를 분석하면서 알 수 있었음. 또한, 경쟁사와의 토픽 모델링을 그려서 자사 브랜드가 어떻게 포지셔닝을 해야 하는지 생각할 수 있는 시간이었음



프로젝트 명	내용	성과 및 느낀점
어플 라스트 오더 마케팅 전략 보고서 기간 : 2019년 12월	라스트 오더 앱 분석 및 경쟁사, 벤치마킹한 기업조사 향후 마케팅 제언	스타트업 앱을 조사하여 직접 사용해볼 수 있었고, 스타트업으로 아직 많은 자료가 있지 않아서 마케팅 전략을 작성하는 데 어려움이 있었음

Product & Main target

한울^{한울}자연주의 향균 스프레이
깽이폴 패브릭 스프레이

깽이폴^{한울}은 국내에 자생하는 토종 야생화입니다.
깽이폴 패브릭 스프레이는 향균 효과가 탁월한 깽이폴을 활용한 한국적인 자연주의 제품입니다.

자연주의 오프로 화학성분을 사용하는 향균 스프레이와 차별화
화학제품에 거부감이 있는 밀레니얼 세대에게 어필

피부 재생 촉진, 클라직 합성 촉진, 엘라닌 합성 억제 등의 기능***이 있어
깽이폴 러빙 출시 가능

Main Target : 독립해서 생활하는 2030 학생 및 사회 초년생

*깽이폴: 깽이폴, 향균 등으로 불린다. 학명은 *Jeffersonia dubia* Benth. et Hook.
**중지: 농림축산식품부(2017), 농촌진흥청(2017) 8800 Report
***중지: 대한한국화학(2017), 공개특허 10-2017-0025351

Communication strategy

한울^{한울}

인플루언서 조효진의 자취 꿀템 추천



콘텐츠 컨셉:
자취생들에게 꼭 필요한 꿀템을 추천한다.
시청자의 눈길을 끌 수 있도록 **꿀템**의 자취
꿀템 등의 단어를 노출한다.

장를 노출 장면 예시:
"여러분 솔직히 이불빨라 잘 하시나요? 하하..
자취하면 다들 아시잖아요. 바빠서 빨래는 못
하고
어우, 질린자진드기 (생략)
이건 진짜 꿀템이요."

【 실행방안 】

친근한 이미지를 가지고 있으면서 밀레니얼 세대에 영항력이 있는
인플루언서와 협업한다. 자취에 필요한 여러가지 상품을 추천하
며 깽이폴 패브릭 스프레이를 자연스럽게 노출하는 네이티브 콘텐츠
를 제작한다.

【 기대효과 】

자취 등의 단어를 강조해, 이코 빨래를 할 여건이 되지 않는 사
랑들을 위한 상품이라는 것을 인지시킨다.
인플루언서의 구독자를 비롯해 유튜브를 즐겨 찾는 2030 세대를
에게 깽이폴 스프레이의 성능에 대한 신뢰도와 관심도를 높일 수
있다.

카카오톡 깽이폴 패브릭 스프레이 선물하기 이벤트



【 실행방안 】

상품 출시 일정에 맞추어 카카오톡
플러스친구에게 이벤트 메시지를
전송한다. 깽이폴 패브릭 스프레이
를 카카오톡 선물하기 채널에서
30% 할인가로 판매한다.
"팔래하기 힘든 부모님, 더러운 내
친구들" 위한 선물을 추천한다.

【 기대효과 】

함인 프로모션을 시행해 제품에
대한 관심을 유발한다.
선물을 고민하는 과정에서 친구들
위한 선물을 구매할 뿐 아니라,
자신이 필요에 인지하지 못했던
패브릭 스프레이에 대한 필요성을
알게 될 수 있다.

프로젝트 명

내용

성과 및 느낀점

2019 아모레퍼시픽 브랜드 공모전
기간 : 2019년 5월

자사 제품 자료 조사와 기존 자사 제품의 라인업을
추가하여 신제품 출시 기획 및 커뮤니케이션 전략

마케팅에서 커뮤니케이션 형태를 고민할 수 있었음.
제품을 생각해보고 마케팅해볼 수 있는 뜻 깊은
시간이었음. 분량이 5장으로 하는 것이 쉽지않아
요약 스킬을 향상시킬 필요성을 느꼈음



프로젝트 명	내용	성과 및 느낀점
핑거푸드 기획(유럽탐방 선발에 앞서 기획안 작성) 기간 : 2019년 6월	한국 핑거푸드를 조사하고 해외 핑거푸드, 해외 시장조사를 하여 한식 퓨전화된 핑거푸드 기획	약 1주일의 시간 동안 아이디어를 내고 보고서를 작성 했는데 합격을 하여 결과물이 좋았음. 좀 더 시간적 여유를 두고 핑거푸드의 기획에 시간을 두었다면 더 좋은 성과물이 나왔을 것이라 느낌

나라찬

참된 마음이 가득 찬 사람으로 자라나라

급식의 목적

수용자들의 교정교육
청소년기의 성장과 발달 및 건강한 생활을 위한 식단 제공

급식소 컨셉

수용자들의 교정교육
청소년기의 성장과 발달 및 건강한 생활을 위한 식단 제공

Copyright©2012. Saabyeol Yu. All Rights Reserved.

1

구매관리

물품구매청구서

번호	식재료명	단위	규격	수량	예산단가	예산총액
1	장미수 잎아열미	kg	4	2	17,800	35,600
2	백미(국산)	kg	20	1	48,000	48,000
3	미역(국산)	kg	1	5	8,830	44,150
4	고등어(수입 냉동)	kg	1	45	2,750	123,500
5	[농민식물] 토마토류	kg	1	17	2,480	42,160
6	오이(가시채용-국산)	kg	1	2	2,400	4,800
7	당근(국산)	kg	1	2	3,000	6,000
8	[이종일] 마늘상운 이종일 표기금지	kg	5	3	21,900	65,700
9	[백설] 고소한 들기름	mL	300	3	6,700	20,100
10	들깨(국산)	kg	1	1	9,667	9,667
11	[오뚜기] 고소한 들기름	mL	320	1	7,250	7,250
12	[이마트] 고소하게 달달볶은 볶음참깨	g	200	1	3,280	3,280
13	[사조해프] 식용유	L	0.9	2	3,980	7,960
14	[생프 한여름농장] 쫄면소금	kg	1	1	3,000	3,000
15	[생프] 국간장	mL	500	1	3,250	3,250
16	[매일매일 고춧가루] 고춧가루	g	360	1	19,800	19,800
17	[CJ] 백설 한여름농장	kg	1	1	1,680	1,680
18	[생프] 진간장 금5	L	1.8	1	8,300	8,300
19	마늘(건마늘-국산)	g	300	1	3,180	3,180
20	[생프] 들기름	kg	1	2	1,280	2,560
						462,937

Copyright©2012. Saabyeol Yu. All Rights Reserved.

프로젝트 명

내용

성과 및 느낀점

나라찬 급식소 프로젝트
기간 :: 2018년 10월

가상의 급식소[소년원 급식소]를 정하고 청소년기의
성장과 발달 및 건강한 생활을 위한 식단 제공을 위해
구매 파트를 맡아 메뉴의 식재료에 대한 구매청구서
작성

메뉴에 맞는 구매청구서 표를 작성할 수 있었음
aT와 유통사의 가격을 알 수 있었고, 재료에 맞는 적정
가격을 찾는 것을 할 수 있었음
참여도가 낮은 조원도 있었는데, 직접적으로 말을
했었고 조금씩 참여, 향후 참여도가 낮은 조원이 있는
프로젝트를 한다면, 좀 더 커뮤니케이션을 해야겠다고
느낌

* PT 시 프리젠티어를 담당

03 컨셉



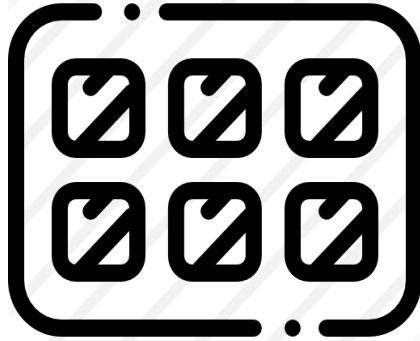
04 조리과정



- ⑨ 볶음밥을 6개의 통에 같은 양으로 담고
청양고추로 데코레이션을 하고,
식은 후에 냉동 보관한다.

프로젝트 명	내용	성과 및 느낀점
냉동밥 신제품 기획 기간 : 2020년 5월	조리 이후 1달 동안 냉동한 것을 시식하고 평가하는 프로젝트	냉동밥 제작에 밥알의 식감이 생각만큼 쉽지는 않다는 것을 알 수 있었음. 특히, 아쉬움이 남았던 닭고기의 용량이 시중에서보다 많이 들어가서 현실성이 부족하다는 것을 느껴 정확한 용량을 알아두는 것이 필요함을 느낌

* PT 시 프리젠테이션 담당



프로젝트 명	내용	성과 및 느낀점
50대 직장인에 맞는 1일 메뉴 기획 기간 : 2018년 5월	사용자에 대한 인터뷰 한 후 기획안 제언	탄단지(탄수화물, 단백질, 지방)에 맞는 비율의 식단을 정하기 위해 많은 고민을 하였음. 함께 한 조원들의 역량이 높아서 많이 배울 수 있는 팀 프로젝트였음

Part

3

Introduce myself

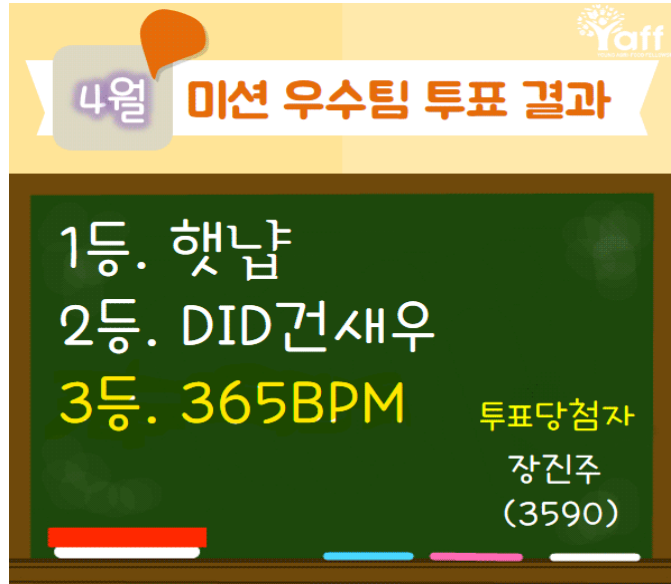
기획안 작성

대외활동

학교 팀 프로젝트

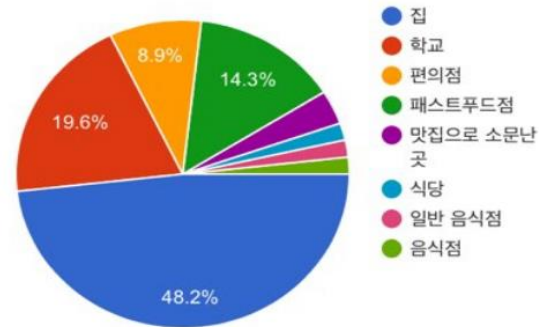
데이터 분석

SNS 콘텐츠 제작



혼밥을 한다면 주로 어디서 하시
나요?

응답 56개



활동명

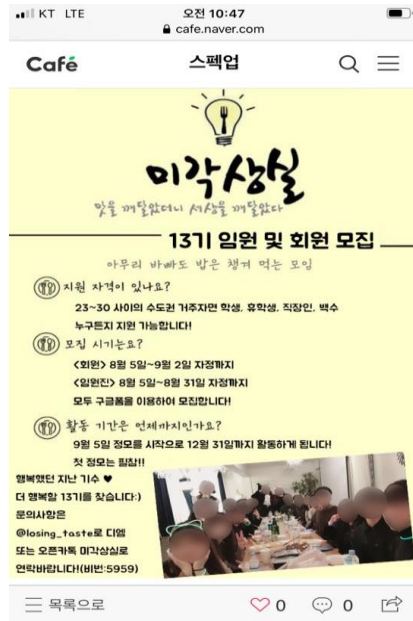
내용

성과 및 느낀점

농식품미래기획단 Yaff 5기(한국농수산식품유통공사)
기간: 2018년 3월~2018년 12월

아이디어 내기, 블로그 포스팅 작성

관심이 있는 식품, 농식품에 대한 최근 트렌드를
대외활동을 하면서 배울 수 있었음. 또한 중간에 취업을
하게 된 조원이 있었는데, 배려를 하여 그 조원의 역할
비중을 줄였고, 이 기회를 통해 직장인이 시간적으로
부족하다는 것을 알게됨



활동명	내용	성과 및 느낀점
연합 맛집 동아리(미각상실) 2019년 3~4월	자신이 원하는 메뉴나 음식점을 골라 정해서 먹어보고 평점을 카페에 작성	서울 지역의 다양한 맛집을 다니면서, 맛에 대한 평가도 하고 사람과도 친해질 수 있는 시간이었음

Part

4

Introduce myself

기획안 작성

대외활동

학교 팀 프로젝트

데이터 분석

SNS 콘텐츠 제작



활동명	내용	성과 및 느낀점
<p>영양사현장실습(보건소) : 영양사현장실습으로 2주간 처인구 보건소에서 실습 기간 : 2018년 6월 17일~6월 28일</p>	<p>보건소 인바디 방문자 검사 진행 및 분석 유치원생 아이들에게 식품군 설명 금연-절주 설명, 요양원 한달 간 메뉴 선정</p>	<p>인바디 검사자에게 인바디 결과에 분석할 수 있는 시간이었으며 의사소통능력이 향상함. 아이들에게 식품군에 대해 알려주면서 소통하고 한번 더 공부할 수 있는 기회 또한, 실제 보건소에서 일하는 현직자를 보며 배울 점이 많았고, 단기간이지만 일해본 기분을 느낌</p>



프로젝트 명	내용	성과 및 느낀점
노인급식경영 국내 사례와 해외 사례 비교 2019년 6월	노인급식경영을 하는 사례를 국내와 해외 자료 조사하고 노인급식경영을 활성화하기 위한 방안 제시	실제 노인급식경영을 하는 곳이 없다는 것을 다시 한번 알게 되었고, 다양한 식품회사에서 노인을 위한 실버푸드를 제공하고 있다는 것을 느낌. 팀 프로젝트는 마음이 맞는 친구와 함께했는데, 좀 더 하는 업무에 대한 공유가 있었으면 좋겠다고 느꼈음

Part

5

Introduce myself

기획안 작성

대외활동

학교 팀 프로젝트

데이터 분석

SNS 콘텐츠 제작

2) SentiAnalysis / 출력값

```

C:\Python\Anaconda3\python.exe C:/Users/LG/PycharmProjects/curble_crawling/SentIA
총 개수: 7482
훈련 데이터 셋: 5237
테스트 데이터 셋: 2245
Most Informative Features
연속감 = True          neg : pos = 11.0 : 1.0
역할 = True           neg : pos = 11.0 : 1.0
달다 = True           neg : pos = 8.5 : 1.0
플라스틱 = True      neg : pos = 6.6 : 1.0
그저다 = True         neg : pos = 6.1 : 1.0
깊이 = True           neg : pos = 6.1 : 1.0
끝다 = True           neg : pos = 6.1 : 1.0
높다 = True           neg : pos = 6.1 : 1.0
메트 = True           neg : pos = 6.1 : 1.0
비교 = True           neg : pos = 6.1 : 1.0
비뚤다 = True         neg : pos = 6.1 : 1.0
상세 = True           neg : pos = 6.1 : 1.0
이야기 = True         neg : pos = 6.1 : 1.0
임상부 = True         neg : pos = 6.1 : 1.0
조심하다 = True       neg : pos = 6.1 : 1.0
지(지)다 = True       neg : pos = 6.1 : 1.0
조기 = True           neg : pos = 6.1 : 1.0
초당 = True           neg : pos = 6.1 : 1.0
치수 = True           neg : pos = 6.1 : 1.0
원칙 = True           neg : pos = 6.1 : 1.0

```

정확도: 74.43287126948775 ⑤ 분류기 정확도: 74.34%

Most Informative Features

•사실 사용후 **만족감**을 알려면 더 길게 써봐야 할것 같지만...

•배송이 4일이나 걸렸구요, 의자는 **,,,,,** 고정 **역할**을 하는지 다소 의문스럽긴 하네요.

•생각보다 작아서 놀랐어요. 그냥 **플라스틱** 앉은뱅이 의자 느낌..?

•의자 **깊이**가 너무짧아 등허리가 많이 불편하네요.

•밑에 방석이나 **메트** 깔고 앉아야겠어요 엉덩이가 살짝 배겨요

•요리조리 잘 앉아 보는데 잘 앉았는지 여부에 대해 **상세**한 설명이 없어서 바르게 앉았는지 자가테스트가 안되는 점은 좀 아쉬워요

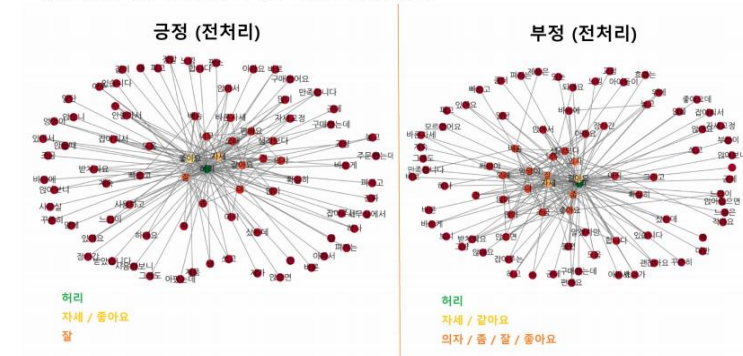
•허리에 문제가 있으신 분은 **조심**해서 사용하세요. 저는 자에서 사용했었는데요. 바른자세가 아니였는지 허리에 부담이 오네요

•남편주려고산건데 작아요 **초당**용인줄전한테는사이즈잘맞아요

•어른이 착석하기는 작습니다 한**치수** 큰거루 해야 할듯

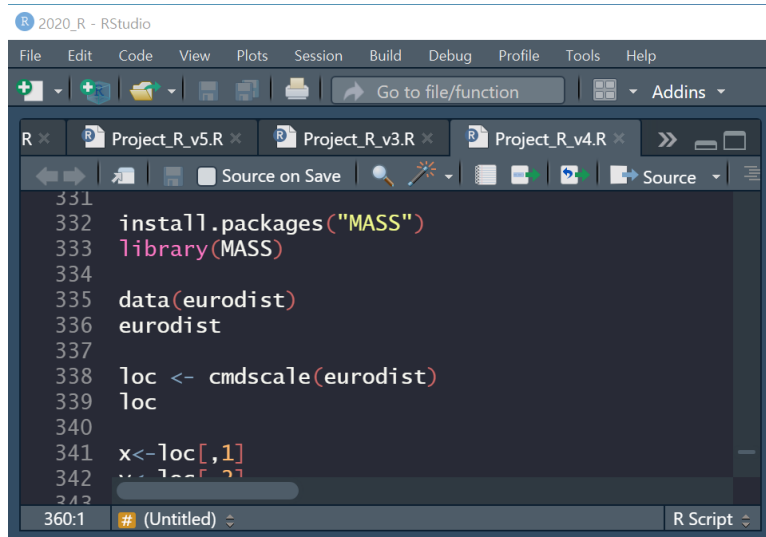
4) Network Visualization (Apyori) / 긍·부정리뷰 결과 비교

- 데이터 전처리를 통해 중요 단어 추출
- 긍정/부정 리뷰 모두 분석된 단어에 큰 차이는 보이지 않으나, 긍정 리뷰의 경우 '좋아요'가 더 높은 수치를 보이고 있음.



프로젝트 명	내용	성과 및 느낀점
에이블루 커블체어 리뷰 파이썬 분석 프로젝트 기간 : 2020년 8월	커블체어 리뷰를 형태소, 하기 위해 코드를 작성하고 중요 단어 추출(TF-IDF)를 추출함	커플 체어의 리뷰를 크롤링하여 감정분석을 하였고, 사용자의 언어가 많이 나오는 것을 형태소 분석을 통해 알 수 있었음. 좀 더 코드 공부를 하고 했다면 더 상세한 단어가 추출할 수 있을 것이라 느낌

R Studio



```

331
332 install.packages("MASS")
333 library(MASS)
334
335 data(eurodist)
336 eurodist
337
338 loc <- cmdscale(eurodist)
339 loc
340
341 x<-loc[,1]
342 y<-loc[,2]
343
360:1 # (Untitled) R Script

```

R언어를 배우면서 코드를 배울 수 있었고, 단어를 추출하는 문법을 배울 수 있었음

구글 애널리틱스



구글 아카데미를 수강한 후 GAIQ를 취득할 수 있었음
구글 애널리틱스(GA)를 배우면서 이탈률이 많이 발생한다는 것을 알 수
있었고, 이에 대한 이탈률 최소화를 하는 것이 필요하다고 느낌

Part

5

introduce myself

기획안 작성

대외활동

학교 팀 프로젝트

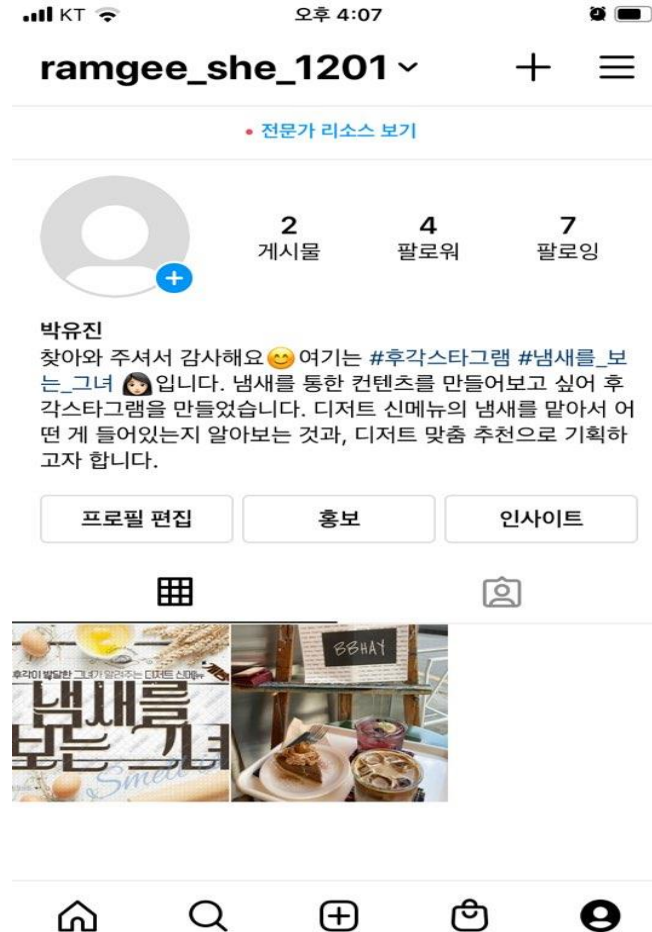
데이터 분석

SNS 콘텐츠 제작

SNS #후각스타그램



디지털마케팅을 배우면서 인스타그램 콘텐츠를 제작할 수 있었고, 장점을 살린 콘텐츠를 기획할 수 있게 됨



감사합니다!

박유진

Tell : 010-2735-5581

Email :

parkuj95@naver.com