Ассоциативные правила

1. Какое свойство часто встречающихся наборов элементов используется для сокращения пространства поиска в методе Apriori
   1. Свойство монотонности
   2. **Свойство анти-монотонности**
   3. Свойство непрерывности
   4. Свойство распространенности
2. В контексте задачи анализа продуктовой корзины транзакцией называется:
   1. **Набор товаров, купленных покупателем за один визит в магазин**
   2. Группа логически объединённых последовательных операций по работе с данными, обрабатываемая или отменяемая целиком
   3. Минимальная логически осмысленная операция, которая имеет смысл и может быть совершена только полностью
   4. Данные об элементе заказа, включающие в себя его идентификатор, стоимость единицы товара, количество товаров и другую информацию о товаре
3. Достоверность ассоциативного правила X->Y
   1. **показывает, какова вероятность того, что купив набор товаров X, покупатель приобретет и набор товаров Y**
   2. показывает, какой процент транзакций содержит в себе как набор товаров X, так и набор товаров Y
   3. показывает степень доверия эксперта данному правилу
   4. показывает, какой процент экспертов признает данное правило верным
4. Поддержка ассоциативного правила X->Y
   1. **показывает, какой процент транзакций содержит в себе как набор товаров X, так и набор товаров Y**
   2. показывает, какова вероятность того, что купив набор товаров X, покупатель приобретет и набор товаров Y
   3. показывает степень доверия эксперта данному правилу
   4. показывает, какой процент экспертов признает данное правило верным
5. Выделяют несколько видов ассоциативных правил. Что из перечисленного не является одним из видов ассоциативных правил:
   1. Тривиальные
   2. Применимые
   3. Необъяснимые
   4. **Формальные**
6. Какая информация обычно не используется в задаче анализа продуктовой корзины
   1. **ФИО покупателя**
   2. Дата покупки
   3. Количество товаров одного вида
   4. Идентификатор товара
7. К этапам построения ассоциативных правил не относится:
   1. Выбор множества элементов
   2. Вычисление поддержки и достоверности различных наборов элементов
   3. Выбор пороговых значений достоверности и поддержки
   4. **Применение ассоциативных правил для развития бизнеса**
8. К способам сокращения количества различных элементов продуктовой корзины не относится
   1. Объединение товаров в иерархические категории
   2. Введение «виртуальных» товаров
   3. Отказ от учета редко покупаемых товаров
   4. **Представление транзакции в виде бинарного вектора**
9. Примером тривиального ассоциативного правила является правило:
   1. **Если покупатель заключает договор на сервисное обслуживание, значит он скорее всего покупает сложную технику**
   2. 30% покупателей, купивших молоко, покупают также соленые огурцы
   3. 65% покупателей, купивших шампанское, покупают конфеты
   4. 45% покупателей, купивших сыр, покупают также колбасу
10. Примером «виртуального» товара является:
    1. **«Продукция Кунгурского мясокомбината»**
    2. «Пиво»
    3. «Pepsi»
    4. «Замороженные овощи»