# 0. 활용 데이터

기존 찍검 데이터로 Deep Learning 추천 적용 -> 찍검 데이터(21. 08) 전처리 시행

**# 2. 해결 방안**

- 구매여정지도의 “탐색->인지->고려->구매”의 구매과정 이론을 반영하여 고객 선호도를 확인하고자 함(가설). 즉, 단순히 고객이 한번 search한 item을 다른 고객에게 추천해주는 것이 아니라, **고객이 확실히 관심을 보이는 item을 기반으로 추천시스템을 적용**할 수 있음.

**# 3. 분석 프로세스**

1. 데이터 전처리(주피터 확인) 후 Ratings 도출(User\_id, product\_id, Ratings)
2. 기본 추천 모델링 (Collaborative Filtering, Factorization Machine 등 생성)
3. 딥러닝 기반 추천 모델링 개발
4. 평가 지표 RMSE (Rating을 예측)& Top K 추출 & 성능 비교

**# 4. 전처리 및 모델링 과정**

0. 데이터전처리(Implicit feedback 1,2,3 정의), User\_profile 반영 추천시스템 필요

1. 추천시스템 BaseLine 개발

2. Latent Vector 기반 딥러닝 추천 시스템 개발

**# Term project proposal**

**1. Introduction**

- 현상 : 추천 필요, 언택트 서비스 활성화, 코로나 이후 화장품 구매 증가

- 키포인트 : 데이터 누적,

- 관련연구

- 연구동기

- 연구목적

**2. 개념적 배경(Case study & 문헌조사)**

- 언택트 마케팅, 고객여정지도, 뷰티커머스 선행연구 조사

**3. 연구방법론(Design Science Method + Theory) (추천시스템 , , )**

- 방법론 : 개발이면 디자인 사이언스 방법론 중심 또는 혼합 방법론

- 이론 : 고객여정지도(Customer Journey Map)

- 추천 시스템 : Implicit feedback 설명

**4. 연구결과(추천 시스템 적용 및 평가)**

- 방법론

**5. 결과 토의 및 시사점(결과 토의 및 연구 한계)**

- 추천 시스템 개발 후 So what? 마케팅 프로모션 제안

6. Contribution (학문적 및 실무적 시사점)

- 한계 : 시간 정보를 반영하지 못함.

-

# References: 유튜브 딥 뉴럴 네트워크 추천시스템 적용 2016

뷰티 커머스 논문(1), 연구실 논문(2)