1. Giới thiệu.
2. Mô hình.

Để tạo ra tiện ích nhưng mong muốn, ta cần phải phân tích từng câu trong bình luận của mỗi khách hàng, ví dụ ta có câu bình luận của khách hàng như sau: “The voice of my Moto phone was unclear, but the camera was good” ta rút trích khía cạnh “voice” và “camera” cùng với đó là cảm xúc “neagtive” và “positive” tương ứng với từng khía cạnh. Để đạt được mục tiêu này, ta chia thành hai vấn đề cần giải quyết đầu tiên là rút trích khía cạnh trong câu, sau đó cần phải xác định cảm xúc được chỉ ra theo từng của khía cạnh đó.

Mô hình của tiện ích được sử dụng từ mô hình của bài báo“ *A Joint Model of Term Extraction and Polarity Classiﬁcation for Aspect-based Sentiment Analysis* ” bởi Hy Nguyễn, Kiyoaki Shirai được công bố trong hội nghị quốc tế Knowledge and Systems Engineering (KSE), mô hình giải quyết được cả hai vấn đề chính là rút trích các khía các trong câu và phân lớp cảm xúc cho những khía cạnh đó,

1. Các công việc sắp tới.