

Abstract: 本発表では、サービスやマーケティングに関する階層ベイズモデルを利用したいくつかの事例研究を紹介する。紹介する内容は、インターネット上のレビューデータ、日常生活での購買履歴データ、映画の視聴履歴などのデータを統計的モデリングを用いて分析した結果である。また、本発表で紹介する研究内容は、東北大学経済学部・経済学研究科の学部・大学院一貫教育プログラム(データ科学)に所属した博士前期課程 1 年生の大学院生が書き上げた修士論文の内容に基づいている。本発表の目的は、同内容を紹介することで博士前期課程に在籍する大学院生の研究意欲の促進に寄与することである。