

# DATA SCIENCE 2

VORLESUNG 1 - INTRO

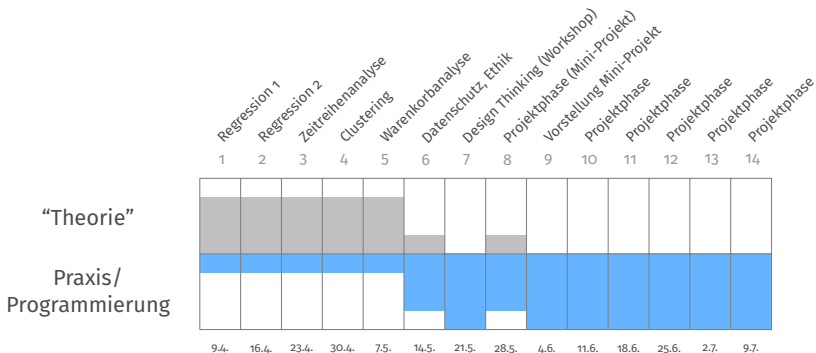
PROF. DR. CHRISTIAN BOCKERMANN

HOCHSCHULE BOCHUM

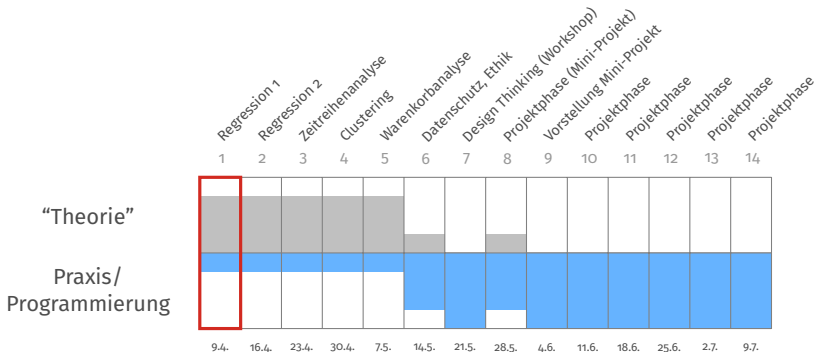
SOMMERSEMESTER 2024

- 1 Organisatorisches
- 2 Wiederholung – ML, Klassifikation
- 3 Regression – Motivation/Beispiele

## Aufbau der Vorlesung



## Aufbau der Vorlesung



## Ziel des Kurses/der Projektphase

- Datengetriebenes Denken fördern
- Lern-Probleme in Anwendungen identifizieren
- Ideen für Data Science Lösungen entwickeln
- Exploration+Prototyping von Daten/Modellen

## Projektphase

- Zusammenhängenden Anwendungsfall bearbeiten
- Unterschiedliche Aufgaben in gleichem Fallbeispiel
- Gruppenarbeit, gemischte Studiengänge (!?)

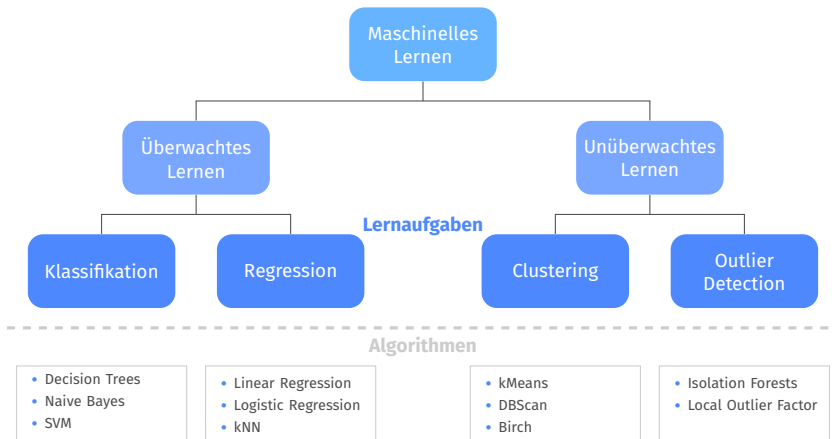
## Prüfungsleistung

- Präsentation des Projektes (Vortrag)
- Hausarbeit über das Projekt ca. 10 Seiten
- Abgabe + Präsentation in Gruppen

## Alternative (in Klärung)

- 6 Seiten Hausarbeit im LNCS Stil (Formatvorlage)
- 1 oder 2 Reviews von anderen Hausarbeiten (je max. 1/2 Seite)

# Wiederholung – ML, Klassifikation





**Lernaufgaben** definieren Ein- und Ausgabe, sowie das Ziel der Modellierung, z.B.

“Entscheide für einen Text  $x$  ob er zur Klasse *Spam* oder zur Klasse *KeinSpam* gehört.”

**Lernaufgaben** definieren Ein- und Ausgabe, sowie das Ziel der Modellierung, z.B.

“Entscheide für einen Text  $\mathbf{x}$  ob er zur Klasse *Spam* oder zur Klasse *KeinSpam* gehört.”

Eingabedaten werden typischerweise in einen **Merkmalsraum**  $\mathcal{X}$  der Dimension  $d$  abgebildet

$$\mathbf{x} \in \mathcal{X} \subseteq \mathbb{R}^d$$

Die Ausgabemenge  $\mathcal{Y}$  kann eine Menge von Klassen oder eine reelle Zahl sein, z.B.

$$\mathcal{Y} = \{\text{Spam}, \text{KeinSpam}\}$$

Das Ziel besteht darin, eine Funktion (Modell)  $f : \mathcal{X} \rightarrow \mathcal{Y}$  zu lernen, mit

$$f(\mathbf{x}) = \begin{cases} +1, & \text{falls } \mathbf{x} \text{ Spam Nachricht} \\ -1, & \text{sonst} \end{cases}$$

Das Ziel besteht darin, eine Funktion (Modell)  $f : \mathcal{X} \rightarrow \mathcal{Y}$  zu lernen, mit

$$f(\mathbf{x}) = \begin{cases} +1, & \text{falls } \mathbf{x} \text{ Spam Nachricht} \\ -1, & \text{sonst} \end{cases}$$

Bei der **binären Klassifikation** wird häufig  $\mathcal{Y} = \{-1, +1\}$  gewählt.

Lern-Algorithmen erwarten Daten häufig in Form einer Tabelle:

d Merkmale					
ID	$a_1$	$a_2$	...	$a_d$	$y$
1	0	0	...	1	-1
2	0	1	...	1	+1
3	1	0	...	1	-1

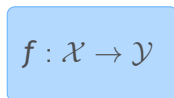
$$\begin{aligned}\text{Beispiel } \mathbf{x}_2 &= (x_{a_1}, x_{a_2}, \dots, x_{a_d}, y) \\ &= (0, 1, \dots, 1, +1)\end{aligned}$$

- Beispiele werden auch *examples* oder *instances* genannt
- Merkmale (engl. *features*) werden auch *attributes* oder *Variablen* (Statistik) bezeichnet

$a_1$	$a_2$	$\dots$	$a_d$	$y$
0	0	$\dots$	1	-1
0	1	$\dots$	1	+1
1	0	$\dots$	1	-1

Trainingsdaten  $\mathbf{X}, \mathbf{y}$

Algorithmus/  
Optimierung



Modell

$a_1$	$a_2$	$\dots$	$a_d$	$y$
1	1	$\dots$	0	?

Neue Daten  $x'$ ,  
 $y$  unbekannt

Vorhersage

$$\hat{y} = f(x')$$

# Regression – Motivation/Beispiele

## Hausarbeit: Kundendaten aus Online-Shop

id	discounts	sport	beauty	luxury	fancy	age	category
1	0.140	0.040	0.330	0.210	0.420	50	HIGH
2	0.360	0.140	0.310	0.210	0.340	19	LOW
3	0.270	0.060	0.310	0.210	0.420	73	HIGH
4	0.330	0.150	0.390	0.180	0.280	49	MID
5	0.360	0.160	0.330	0.200	0.310	53	MID

- Kategorisierung der Kunden in Klassen low/mid/high
- Grundlage: Umsatz des Kunden in letzten 2 Jahren
- Klassifikator zur Vorhersage



## Hausarbeit: Kundendaten aus Online-Shop

id	discounts	sport	beauty	luxury	fancy	age	category
1	0.140	0.040	0.330	0.210	0.420	50	HIGH
2	0.360	0.140	0.310	0.210	0.340	19	LOW
3	0.270	0.060	0.310	0.210	0.420	73	HIGH
4	0.330	0.150	0.390	0.180	0.280	49	MID
5	0.360	0.160	0.330	0.200	0.310	53	MID

## Hausarbeit: Kundendaten aus Online-Shop

id	discounts	sport	beauty	luxury	fancy	age	sales
1	0.140	0.040	0.330	0.210	0.420	50	6404
2	0.360	0.140	0.310	0.210	0.340	19	1200
3	0.270	0.060	0.310	0.210	0.420	73	3802
4	0.330	0.150	0.390	0.180	0.280	49	2098
5	0.360	0.160	0.330	0.200	0.310	53	3763

### Was, wenn wir den Kundenumsatz direkt vorhersagen?

- Wert eines Kunden: *Customer Lifetime Value*
- Wieviel Umsatz wird mit Kunde erzeugt?

## Weitere Beispiele

- Lieferzeit von Paketen
- Fahrtzeiten
- Umsatzprognosen
- und vieles mehr...