

Sumário

Agradecimentos	7
Apresentação	13
Prefácio	15
Parte I – Introdução à Personalização	21
Capítulo 1 – O que é Personalização?	23
1.1 Introdução	23
1.2 Marketing de Massa x Marketing Direto	25
1.3 Como Funciona a Personalização?	26
1.4 Objetivos da Personalização	27
1.5 Locais onde Personalização Pode Ser Aplicada	28
1.6 Tipos de Personalização	29
1.7 Como Personalizar seu Site ou Loja?	30
Resumo do Capítulo	30
Capítulo 2 – Sistemas de Recomendação	31
2.1 Introdução	31
2.2 Personalização x Internet	32
2.3 Sistemas de Recomendação Comerciais	33
2.4 Identificando o Cliente	34
2.5 Descobrimdo os Hábitos de Consumo	35
2.6 Gerando Recomendações	38
2.7 Novas Pesquisas em Sistemas de Recomendação	39
Resumo do Capítulo	40
Capítulo 3 – Classificação de Sistemas de Recomendação	41
3.1 Introdução	41
3.2 Entrada/Saída	42
3.2.1 Informações do Usuário-Alvo	43
3.2.2 Informações da Comunidade de Usuários	44
3.2.3 Oferta (da Recomendação)	46
3.3 Método de Recomendação	49
3.4 Outros Aspectos de Projeto	51
3.4.1 Grau de Personalização	51
3.4.2 Entrega das Recomendações	52
Resumo do Capítulo	54

Parte II – Técnicas de Sistemas de Recomendação	55
Capítulo 4 – Filtragem Colaborativa Automática	57
4.1 Introdução	57
4.2 Histórico da Filtragem Colaborativa	59
4.3 Medindo Similaridade	61
4.3.1 Coeficiente de Pearson	62
4.3.2 Co-seno	64
4.4 Determinando Vizinhanças	65
4.5 Geração das Recomendações	66
4.6 Vantagens da FC	68
4.7 Desvantagens da FC	69
4.7.1 “Falso” Bom Vizinho	70
Resumo do Capítulo	70
Capítulo 5 – Filtragem Baseada em Conteúdo	73
5.1 Introdução	73
5.2 Por que é Preciso FBC?	75
5.3 Histórico da Filtragem Baseada em Conteúdo	76
5.4 Medindo a Similaridade entre Textos	78
5.5 O Modelo Vetorial e TF-IDF	78
5.5.1 Preparação dos Textos	79
5.5.2 Determinando o TF-IDF	80
5.6 Implementação de TF-IDF	83
5.7 Vantagens da FBC	83
5.8 Desvantagens da FBC	84
Resumo do Capítulo	85
Capítulo 6 – Frames de Recomendação	87
6.1 Introdução	87
6.2 Frames de Recomendação	88
6.3 Utilizando Dados Demográficos	89
6.4 Gerando R-Frames Automaticamente	90
6.5 Processo de Recomendação	91
6.6 Vantagens	93
6.7 Desvantagens	93
6.8 Considerações Finais	94
Resumo do Capítulo	94
Capítulo 7 – Sistemas de Recomendação Híbridos	95
7.1 Introdução	95
7.2 Por que Combinar FC e FBC?	96
7.3 Classificação para Sistemas Híbridos	97
7.4 Exemplos de Sistemas Híbridos	97
Resumo do Capítulo	100

Parte III – Aplicações de Sistemas de Recomendação	101
Capítulo 8 – Sites Personalizados	103
8.1 Introdução	103
8.2 Amazon.com	103
8.3 CDNow	108
8.4 Pão-de-Açúcar	109
8.5 Musician’s Friend	110
8.6 3M	111
8.7 GUS	112
8.8 Estratégias de Personalização	113
8.8.1 Listas de Recomendação Genéricas	113
8.8.2 Comentários de Usuários e Avaliações	114
8.8.3 Recomendações por Associação de Produtos	114
8.8.4 Personalização Profunda	115
8.9 Considerações Finais	115
Resumo do Capítulo	117
Capítulo 9 – Personalização x Privacidade	119
9.1 Introdução	119
9.2 Por que é Preciso Privacidade?	120
9.3 Soluções para Garantir a Privacidade	121
9.4 Privacidade Internacional	123
9.5 Considerações Finais sobre Privacidade	124
Resumo do capítulo	125
Capítulo 10 – Tendências Futuras	127
10.1 Introdução	127
10.2 TV Digital	128
10.2.1 Conceitos de TV Digital	128
10.2.2 TV Digital x Personalização	131
10.2.3 Locadora Virtual	131
10.3 Computação Pervasiva (Pervasive Computing)	132
10.3.1 Escolas do Futuro	133
10.3.2 Perfil Móvel	133
10.3.3 Recomendando Via GPS	134
10.3.4 Recomendação Utilizando Celulares	134
10.4 Considerações Finais	135
Resumo do Capítulo	136
Apêndice A – TechLens+: Recomendação em Bibliotecas Digitais	137
Soluções para Sobrecarga de Artigos	138
Perfis do Usuário	139
Algoritmos Desenvolvidos	140
Algoritmos Não Híbridos	141

Híbridos	142
Teste dos Algoritmos	144
Off-line	145
On-line	146
Resultados	150
Considerações Finais	151
Apêndice B – Referências Bibliográficas	153
Índice Remissivo	157