



Para saber mais

A base de dados que vamos utilizar neste curso foi retirada e modificada do artigo de Moro et al. (2014). Este artigo teve a proposta de realizar a mineração de dados de clientes de banco. O trabalho iniciou com um conjunto de 150 atributos dos clientes e foi realizada uma escolha semi-automática dos atributos mais relevantes, os 22 da base que estamos utilizando. Além disso, o uso de algoritmos de árvores de decisão revelou outros atributos importantes como taxa de juros do euro, direção da ligação e experiência do agente bancário.

Referência: [Moro et al., 2014] S. Moro, P. Cortez and P. Rita. A Data-Driven Approach to Predict the Success of Bank Telemarketing. Decision Support Systems, Elsevier, 62:22-31, June 2014.