문항1. 빅데이터를 활용하는 목표 4가지에 대해 서술하시오.(72점)

CRM 분야는 빅데이터 분석이 가장 많이 활용되는 분야로 고객빅데이터 (CRM빅데이터)분석을 통해 차별화된 고객서비스 제공함

금융분야의 가장 대표적인 업종인 은행업종은 대출의사결정과 관련하여 해당 기업에 대한 도산예측(bankruptcy prediction)과 개인의 신용등급예측(credit rating prediction)에 금융빅데이터 분석을 적극 활용함

## 문항2. 스몰데이터의 정의와 필요성에 대해 서술하시오.(28점)

## 스몰데이터는 개인의 취향이나 필요, 건강 상태, 생활 양식 등에서 나오는 소량의 정보들을 말합니다. 거대한 양의 데이터를 분석해 결과를 도출하는 빅데이터와는 접근 방식이 다릅니다.

## 빅데이터는 이미 진행된 과거의 데이터를 가지고 분석을 합니다. 하지만 가만히 생각해 보면 새로운 창조를 지향하고 있는 요즘, 지나간 정보만으로 새로운 것을 생각해 낼 수 있을까요? 쉽지 않은 일입니다. 우리의 일상에서 혁신적인 제품으로 인정받고 있는 제품과 서비스들을 한번 떠올려 보세요. 포스트잇, 스마트폰, 스냅쳇(자기파괴앱 기술이 적용된 SNS) 등은 빅데이터가 아닌 우리의 감성과 작은 행동들을 관찰한 결과 탄생한 것입니다.

세계적인 브랜딩 컨설팅사 린드스트롬 컴퍼니의 CEO인 마틴 린드스트롬(Martin Lindstrom) 역시 스몰데이터의 중요성을 강조하고 있는데요. 그는 소비자가 어떤 브랜드에 이끌리는 것은 ‘감성의 영역’이기 때문에 소비자의 니즈를 제대로 파악하기 위해서는 빅데이터가 아닌 스몰데이터를 봐야 한다고 주장하며 스몰데이터의 가치에 힘을 싣고 있습니다.