

Санкт-Петербургский государственный университет
Экономический факультет
Кафедра «Информационных систем в экономике»

АННОТАЦИЯ
к магистерской диссертации

Автор магистерской диссертации: **Степанов Кирилл**

Научный руководитель: **к. ф.-м. н., доцент Аббакумов Вадим Леонардович**

Тема магистерской диссертации: «Определение целевой аудитории рекламной интернет-кампании с помощью алгоритма Restricted Boltzmann Machine»

Объем рынка интернет-рекламы в 2012 году составил 56,3 млрд рублей, что на 35% больше, чем в предыдущем. Об этом сообщила Комиссия экспертов Ассоциации Коммуникационных Агентств России (АКАР), подводя итоги развития рекламного рынка России за 2012 год. Одной из главных причин такого впечатляющего роста является возможность обратиться с рекламным сообщением к узкой четко очерченной аудитории. Даже если целевая аудитория точно определена, распознать то, что данный анонимный пользователь принадлежит ей, непросто — как правило посетитель сайта анонимен.

Задача определения целевой аудитории — это задача распознавания принадлежности пользователя к целевой аудитории конкретной рекламной кампании. За счет этого рекламодатель экономит, не показывая свою рекламу тем, кому она не интересна и получает доход за счет привлечения покупателей, заинтересованных в его товарах.

Задача решается посредством построения математической модели, которая различает пользователей интернета, которых может заинтересовать товар или услуга рекламодателя. Крупные рекламные компании разработали и постоянно совершенствуют свои модели.

В магистерской диссертации Кирилла Степанова предпринята попытка усовершенствовать модель, которой пользуется ОАО «Адривер» за счет добавления в нее модуля распознавания целевой аудитории рекламной кампании, основанного на применении новой перспективной модели, Restricted Boltzmann Machine (к сожалению для этой модели пока нет устоявшегося термина на русском языке).

Подходы, основанные на применении Restricted Boltzmann Machine, показали отличные результаты при распознавании речи и в других областях

Целью данной работы является построение модели для распознавания целевой аудитории в нескольких рекламных кампаниях ОАО «Адривер» и сравнение полученных результатов с теми, которые были получены с помощью модели, используемой в ОАО «Адривер».

Для достижения поставленной цели были написаны программы, реализующие алгоритм Restricted Boltzmann Machine и построены целевые аудитории.

Результаты проведенного исследования могут быть использованы в дальнейшем при разработке и внедрении нового поколения моделей ОАО «Адривер».

29 мая 2013 г.

_____ Аббакумов В.Л.