

Разработка концепции сервиса для прогнозирования новостных трендов и интернет-явлений на основе нейросетевой модели

Научный руководитель – Борреманс Александра Дирковна

Перешитов Кирилл Александрович

Студент (бакалавр)

Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого,
Инженерно-экономический институт, Информационные системы в экономике и менеджменте, Санкт-Петербург, Россия

E-mail: krlprtv@gmail.com

Актуальность. В настоящее время маркетинг является неотъемлемой частью успешной деятельности любой организации. Современные методы продвижения товаров и услуг предусматривают не только использование максимального количества каналов привлечения новой аудитории, но и сокращение стоимости маркетинга в пересчете на одного пользователя. Одним из самых затратоэффективных способов является вирусный маркетинг, где распространением материалов занимаются сами пользователи, которые и являются целевой аудиторией (ЦА) бизнеса [1]. Более того, преимуществом вирусного маркетинга является то, что реклама является нативной и воспринимается как часть контента, что кажется пользователю естественным и не содержащим прямого или косвенного призыва к покупке.

Задачей данного исследования является создание ИТ-сервиса, выявляющего новостные тренды на ранних этапах их зарождения. Предлагаемый программный продукт представляет собой инструмент, анализирующий события в интернете и оповещающий об этом маркетологов различных организаций. Подобный сервис позволит обеспечить маркетологам дополнительное время на создание уникального контента, определение ЦА и развертывание рекламной кампании, что даст дополнительное конкурентное преимущество на рынке.

Цель работы заключается в описании инструмента, способного определять аномальную популярность интернет-явлений до того, как количество уникальных пользователей, ознакомившихся с рекламным материалом, достигнет своего пика и охват начнет уменьшаться.

Для реализации цели решаем задачи стоит выделить следующие шаги:

- 1) Определение ценности, которую бизнес может получить от данного инструмента
- 2) Определение метрик популярности событий в интернете и инструментов их определения
- 3) Составление технического задания для реализации программного инструмента
- 4) Сравнение других методов маркетинга и расчет стоимости получения схожего охвата
- 5) Составление концептуальной нейросетевой модели [2], способной выполнять поставленные задачи
- 6) Создание прототипа и дизайна сервиса

Для решения задач будут необходимы следующие подходы и методы:

- 1) Метод управления проектами в сфере разработки SCRUM - гибкая методология, которая позволит доставлять минорные и мажорные обновления с течением добавления функционала, управлять изменениями и планировать бюджет разработки [5].

- 2) Метод системного анализа, который позволит декомпозировать задачу и выделить основной функционал, провести анализ рынка, разработать даталогическую модель обмена данными и построить календарный план проекта
- 3) Математические методы в экономике необходимы для определения финансовой целесообразности данного проекта, расчета NPV, точки безубыточности и оптимизировать затраты [3].
- 4) Дизайн-мышление как творческо-аналитический подход позволит погрузиться в проблемную область и глубже понять потребности пользователя, а также найти новые решения данной задачи
- 5) Методология управления ИТ-услугами ITIL даст возможность выстроить процессы в области управления рисками, управления изменениями, инцидентами и проблемами [4].

Источники и литература

- 1) Костарева А. М., Старкова Н.О. Особенности применения вирусного маркетинга в развитии рыночной деятельности современных предприятий // Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета., 2013.
- 2) Горбатков С.А., Полупанов Д.В., Макеева Е.Ю., Бирюков А.Н. Методологические основы разработки нейросетевых моделей экономических объектов в условиях неопределенности. Москва, 2012.
- 3) Хазанова Л. Э. Математические методы в экономике: Учебное пособие. - 3-е изд. Москва, 2002.
- 4) England R., Owing Itil(R): A Skeptical Guide For Decision-Makers. Two Hills, 2009.
- 5) Schwaber K., Beedle M. Agile software development with Scrum. Pearson, 2001.