

ПРОГНОЗИРОВАНИЕ ОБЪЕМОВ И РАСПРЕДЕЛЕНИЯ КОНТЕКСТНОЙ ИНТЕРНЕТ-РЕКЛАМЫ

Хусейнов Д.Т., Лобачев В.А.

Московский Физико-Технический институт, факультет прикладной математики и управления, кафедра Вычислительной математики,
Россия, 141700, г. Долгопрудный, Институтский переулок, 9.
Тел.: (916) 4728209,
E-mail: dmitry.huseinov@gmail.com

В последние годы наиболее эффективным видом рекламы для целевого показа является контекстная Интернет-реклама. Рынок контекстной рекламы является самым быстрорастущим сегментом рекламной отрасли в мире.

Основная проблема, возникающая при моделировании веб-сервера контекстной рекламы - это подсчет ожидаемого объема продаж интернет-рекламы. В частности, для создания хорошей модели, необходимо разработать наиболее точный способ предсказания посещаемости сайтов представителями различных целевых аудиторий. Задача предсказания включает в себя, в частности, проблему восстановления посещаемости сайтов отдельными посетителями по множеству интегральных значений посещений различными группами Интернет-пользователей, причем эти группы могут перекрываться, то есть некоторые пользователи принадлежат одновременно к нескольким группам.

В данной работе эта задача сведена к исследованию сильно недоопределенной системы линейных уравнений большой размерности. Для того чтобы найти единственное решение этой системы, необходимо привести ее к системе уравнений, имеющей единственное точное или, при некоторых условиях, обобщенное решение.

Для этого нами разработан итерационный алгоритм последовательной кластеризации. При этом кластеризация, проводимая по критериям, отражающим смысл задачи, одновременно логически связана со структурой матрицы. Этот метод является гарантированно сходящимся и позволяет находить решение за разумное машинное время.

Литература

1. *Загоруйко Н.Г.* Прикладные методы анализа данных и знаний. – Издательство Института Математики, 1999. 270 стр.