

Нейронные сети в медиасфере

Г.А. Павлов

Поволжский государственный университет телекоммуникаций и информатики, Самара, Россия

Обоснование. Рекламные тексты играют очень важную роль в сетях общего пользования и маркетинге, помогая различным организациям привлечь интерес потенциальных клиентов и покупателей и убедить их в необходимости приобретения продукта или услуги. Независимо от этого, необходимо определить наиболее продуктивные методы взаимодействия в медиатекстах для достижения целей.

Цель — выявление оптимальных стратегий использования нейронных сетей в маркетинге.

Методы. Для достижения цели были использованы методы анализа, выборки, сортировки и примеры применения нейронных сетей.

Результаты. Нейронные сети обширно применяются в медиапространстве для расширения рекомендаций контента, то есть интереса потребителя, повышения эффективности аналитики и рекламы. Что является мощным элементом воздействия для создания более интересных и разнообразных, еще не использовавшихся медийных продуктов и эффективных рекламных решений.

Примеры использования нейронных сетей:

- 1) автоматическое создание заметок на основе контента пользователя;
- 2) подбор и аналитика музыкальных предпочтений в приложениях с музыкой и плеерах;
- 3) использования голосовых помощников для взаимодействия с пользователем и помощи в реализации его задач;
- 4) различные приложения для исследования и рекомендаций по здоровью с помощью алгоритмов подбора действий в тех или иных ситуациях;
- 5) алгоритмы, подходящие для создания различного медиаконтента, такого как рекламные баннеры, логотипы, обложки, картины.

Выводы. Нейронные сети создают все больший ажиотаж вокруг себя и привлекают внимание как базовых пользователей, так и компаний различных сфер услуг для разработки и производства контента, вследствие чего являются очень мощным инструментом воздействия.

Ключевые слова: нейронные сети; маркетинг; медиасфера; эффективность использования.

Сведения об авторе:

Георгий Андреевич Павлов — студент, группа PCO-32, факультет цифровой экономики и массовых коммуникаций; Поволжский государственный университет телекоммуникаций и информатики, Самара, Россия. E-mail: betepok.v2@gmail.com

Сведения о научном руководителе:

Марина Александровна Вержаковская — кандидат физико-математических наук, доцент, заведующий кафедрой связей с общественностью; Поволжский государственный университет телекоммуникаций и информатики, Самара, Россия. E-mail: m.verzhakovskaya@psuti.ru