

АНОТАЦІЯ

Магістерська дисертація: 98 с., 9 рис., 2 табл., 4 додатки, 15 джерел.

Робота присвячена дослідженню методів побудови контекстної реклами. Актуальність даної теми у наш час підтверджує високий попит використання контекстної реклами в інтернеті.

Метою роботи є розробити інтелектуальну систему для побудови контекстної реклами, а також проаналізувати існуючі системи.

Об'єктом дослідження є Text Mining. Предметом дослідження є підходи до побудови контекстної реклами.

Результати роботи:

- реалізовано інтелектуальну систему побудови контекстної реклами, на основі цієї системи побудовано веб-сервіс.

Новизна роботи:

- розроблений спосіб аналізу та класифікації тексту.

Основними результатами роботи є підтвердження того, що методи штучного інтелекту, а саме нейронні мережі можна успішно застосовувати для вирішення задач побудови контекстної реклами; розроблена інтелектуальна система для аналізу та класифікації тексту, з використанням нечіткого пошуку; на основі отриманих даних була побудована навчальна вибірка для нейронної мережі.

За результатами проведених досліджень опубліковано роботу у матеріалах міжнародної конференції SAIT 2016

ДОМЕН, НТТР, НТМL, ПАРСЕР, ТЕХТ МІNІNІNГ, ХЕШІВАННІЯ, ВК-ДЕРЕВА.