

РЕФЕРАТ

Дипломна робота: 88 с., 13 рис., 10 табл., 2 додатки, 17 джерел.

ТЕЛЕБАЧЕННЯ, РЕЙТИНГИ, РЕКЛАМНА АКТИВНІСТЬ,
ПРОГНОЗУВАННЯ, МЕТОД ГРУПОВОГО УРАХУВАННЯ АРГУМЕНТІВ,
МЕТОД ЗВОРОТНОГО ПОШИРЕННЯ ПОМИЛКИ.

В роботі досліджується проблема прогнозування рекламної активності на телебаченні України. Основна задача – якісне прогнозування рейтингів рекламних повідомлень, що, в свою чергу, дозволить створити ефективне розміщення рекламних роликів на телеканалах. Для цієї мети були розглянуті метод групового урахування аргументів та метод зворотного поширення помилки. Проведена порівняльна характеристика результатів, отриманих завдяки використанню різних методів прогнозування. За допомогою отриманих результатів можливо буде визначити найбільш ефективну стратегію просування товару на телебаченні. Виявлено основні вимоги до написання програмного продукту, що дозволить задовольнити потреби користувача-медіапленера. Програма розроблена на мові програмування Python на базі Jupyter Notebook.