

БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

Факультет прикладной математики и информатики

Кафедра теории вероятностей и математической статистики

Аннотация к дипломной работе

**«Расчет и прогнозирования ставок
в контекстной рекламе»**

Жестков Александр Павлович

Научный руководитель –
профессор, доктор физ.-мат. наук Медведев Геннадий Алексеевич

Минск, 2018

Реферат

Дипломная работа, 47 страниц, 20 рисунков, 3 таблицы, 3 источника.

Ключевые слова: Контекстная реклама, Аукцион, Ставка, Позиция, Стратегия, онлайн-гипермаркет 21vek.by.

Объект исследования: аукционы контекстной рекламы Google AdWords.

Цель работы: Изучить принципы аукционов контекстной рекламы Google, высчитать методы расчета ставок в аукционах.

Применение результатов: применение полученных методов на реальных данных интернет-магазина 21vek.by и реализация онлайн программы по расчету и автоматизации ставок для аукционов

Элемент научной новизны: На рынке программ для автоматизации интернет-рекламы на сегодняшний день нет единого решения для расчета ставок в контекстной рекламе, которое бы использовала все доступные бизнес-данные для прогнозирования.

Во время реализации проекта и написании дипломной работы я изучил принцип работы аукционов контекстной рекламы Google AdWords, детально изучил методы расчета ставок в аукционах. Они показали, что эффективность рекламы не зависит напрямую от ставки, она же в свою очередь зависит от таких показателей как: прибыли с рекламируемого товара, вероятности конверсии на сайте, коэффициента искренности аукциона, стоимости позиции и ожидаемому количеству кликов.

Я применил полученные методы и алгоритмы в реализации онлайн сервиса по расчету ставок для интернет-гипермаркета 21vek.by. Программа рассчитывает и прогнозирует оптимальную ставку для более чем 150 тыс. рекламным объявлений в день. Также в онлайн интерфейсе отображены важные бизнес показатели, которые нужны менеджерам для принятия определенных решений, например, окупаемость тех или иных рекламных кампаний.

Abstract

Thesis, 47 pages, 20 figures, 3 tables, 3 sources.

Keywords: Context advertising, Auction, Bid, Position, Strategy, online hypermarket 21vek.by.

The object of the study: the Google AdWords contextual advertising auctions.

The purpose of the work: to study the principles of Google's contextual advertising auctions, calculate the methods for calculating bids in auctions.

Application of the results: application of the methods obtained on the real data of the online store 21vek.by and the implementation of an online program for calculating and automating bids for auctions.

Element of scientific novelty: In the market of programs for automation of Internet advertising today there is no single solution for calculating rates in contextual advertising, which would use all available business data for forecasting.

During the implementation of the project and writing the thesis, I studied the principle of the Google AdWords contextual advertising auctions, studied in detail the methods of calculating bids in auctions. They showed that the effectiveness of advertising does not directly depend on the rate, it also depends on such indicators as: the profit from the advertised product, the likelihood of conversion on the site, the coefficient of sincerity of the auction, the value of the position and the expected number of clicks.

I applied the received methods and algorithms in the implementation of the online service for calculating rates for the online store 21vek.by. The program calculates and forecasts the optimal rate for more than 150 thousand advertisements per day. Also, the online interface displays important business indicators that managers need to make the decisions, for example, payback of certain advertising campaigns.