

sina 新浪博客

故事:我在你的夜里

新浪首页 登录 注册



FelixLiu的博客

http://blog.sina.com.cn/u/1959357162 [订阅] [手机订阅]





转载▼



FelixLiu

微博

正文 字体大小: <u>大 中 小</u>

读"Reinforcement learning for Online Optimization of Banner Format and Delivery" (2012-04-16 22:22:30)

标签: 在线学习 多臂赌博机 mdp 计算广告学 it 分类: 计算广告学

这篇论文主要讲了两种在线学习的模型——马尔科夫决策过程(Markov Decision Processes)和多臂赌博机问题模型 (Multi-Armed Bandit Problems)

通常验证两种不同形式的广告效果,可以通过A/B test的方式,通过实验,选择效果好的进行广告投放。这便是最原始的尝试-错误(trial-and-error)模型。对这个过程进行模型化,就可以利用在线学习模型来解决改问题。本篇文章要解决的问题场景是:对于要投放的条幅(banner)广告,如何确定1)最恰当的广告形式 2)最合适的广告展现时间 3) 广告展现的最佳序列。这三个问题都可以抽象出相同的元素:状态(Stats),动作(actions)和回报(rewards)。在某个状态下,选择某个动作,可以跳转到另外一个状态,同时伴随回报。通过抽象出这三个元素,可以应用下面两个在线学习算法:

1. 马尔科夫决策过程(MDP)

写留言

加关注



读"Reinforcement learning for Online Optimization of Banner Format and Delivery" FelixLiu 新浪博客

MDP可以定义为五元组(S: A: T: Pt: Rt), 其中S是状态的集合, A是动作的集合, T是时间序列: Pt是状态见转 移的概率矩阵,Rt是状态转移过程中的汇报。在这个框架下,寻找最优策略就变成了寻找最大的累计回报问 题。由于不知道P t和R t, 因此, 文章提出了一个Q-学习算法。通过不断的迭代, 随机选出状态, 动作, 计算路 径上的累加值,最后选出最大值即刻。

2. 多臂赌博机问题模型(MABP)

MABP相对于MDP要简单得多,而且容易操作和实现。该模型名字字源于一个有多个手臂的赌博机,摇动其中某 个手臂会有一定得到回报的概率,因此,需要决定的是每次摇哪个学臂。最常用的算法是最佳置信限界法(Upper Confidence Bound):每次对每只可摇的手臂计算一个分值,该分值考虑已经知道的该手臂的回报和该手臂尝试的 次数。公式如下: $p_j = x_j + sqrt(2 * ln(n) / n_j)$,其中, x_j 是手臂i的平均回报,n是已经摇动手臂的总数, n_j 是 对第i个手臂摇动的次数。通过该公式可以知道,当一个手臂的回报很大(x_j很大)时,p_j有可能大;当一个手臂 被摇动的次数少时(n_j小), p_j有可能大。因此该公式兼顾了已知回报和未知的探测。

该类算法也很难通过实验来验证效果,因此文章中举了两个case study来对MDP和MABP进行说明。其中对MABP 的验证主要是统计了再n轮迭代之后选择最优情况所占总情况的比例。

这篇文章算是计算广告中在线学习的基础文章了,文章中列举的方法也是学术上比较常规的方法。MABP模型很 常用,尤其对于MABP的求解可以通过动态epsilon的算法,个人觉得可以得到更好的结果。



0

喜欢 赠金筀

相关博文

上帝不小心打翻了调色板

呼毕勒汗

2小时不间断爆笑他们如何做到

老丑

《鸿门宴》重点字词与句子翻译学

高原的风中山

分享:

阅读(896) 评论(0) 收藏(0) 转载(1) 喜欢▼ 打印 举报

前一篇:读"Click-Through Rate Estimation for Rare Events in Online Advertising"

后一篇:读"How Effective is Targeted Advertising?"的摘要和介绍

已投稿到:

排行榜

儋州马拉松和黄埔马拉松

用户350958426

泛舟国王湖,聆听德国最美湖泊的沙漠玫瑰_



百分15年回报容易

流水白菜

十月8日分析:节后还有反弹走

阿丁1970

更多>>

做第一个评论者吧! 抢沙发>>

发评论

	() ()
	股市 市本 版本 版本 版
•	被裁了你你

登录名: 密码: 找回密码 注册 ✔ 记住登录状态

■ 评论并转载此博文

发评论

以上网友发言只代表其个人观点,不代表新浪网的观点或立场。

< 前一篇

后一篇 >

[发评论]

读"Click-

读"How Effective is Targeted Advertising?"的摘要和介绍

Through Rate Estimation for Rare Events in Online Advertising"



推荐博文

携程"年坑100亿"折射互联网

网盘衰落之后,为何这款私人云盘

短期调整或将仍有反复

人工智能与隐私保护

从"一人户"到"复式洗",消费

台湾科技挣扎,人祸大于天灾?

收入份额=市场份额,虎嗅想干什

传奇的谢幕,谈岩田聪和他的任天

日のからは、対象のでは、

圣松做之——培根香葱花

曼惊艳流行的婚礼蛋

查看更多>>

新浪BLOG意见反馈留言板 不良信息反馈 电话:4006900000 提示音后按1键(按当地市话标准计费) 欢迎批评指正新浪简介 | About Sina | 广告服务 | 联系我们 | 招聘信息 | 网站律师 | SINA English | 会员注册 | 产品答疑

Copyright © 1996 - 2017 SINA Corporation, All Rights Reserved 新浪公司 版权所有