

# Лабораторная работа №7

Smirnov Artem

RUDN University, 2022 Moscow, Russia

# Прагматика выполнения лабораторной работы

- Рекламодатели, рекламные агентства и каналы распространения рекламы давно и активно интересуются механизмами воздействия рекламы на потребителей;
- Это необходимо для того, чтобы:
  - сформулировать более эффективные рекламные стратегии;
  - показать результаты отдачи от рекламы;
  - доказать соответствие выбора рекламных площадок для размещения.

# Цель выполнения лабораторной работы

Рассмотреть модель распространения рекламы.

# Задача выполнения лабораторной работы

- Рассмотреть модель распространения рекламы в разных случаях.
- Сравнить решения, учитывающее вклад только платной рекламы и учитывающее вклад только сарафанного радио.

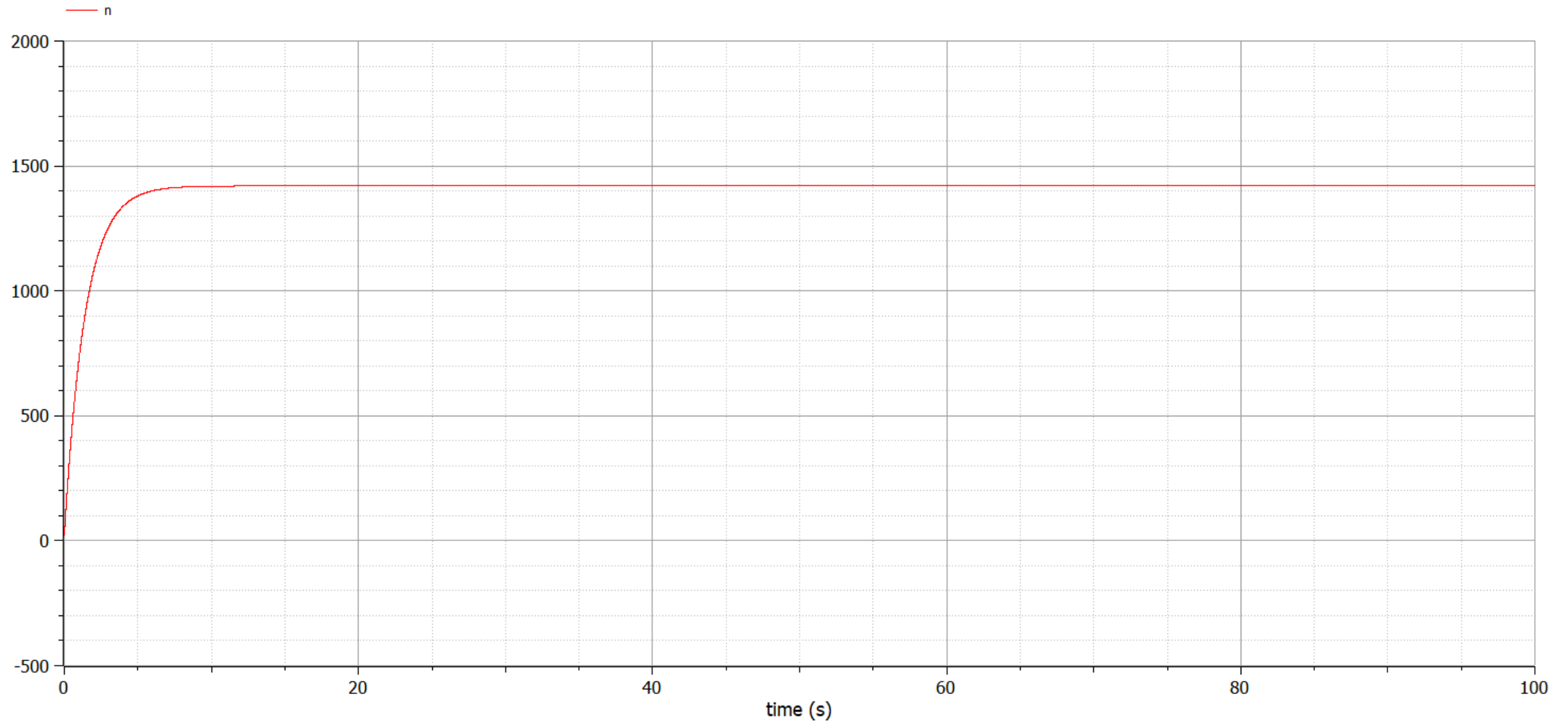
# Уравнения

$$\frac{\partial n}{\partial t} = (0.7 + 0.000012n(t))(N - n(t))$$

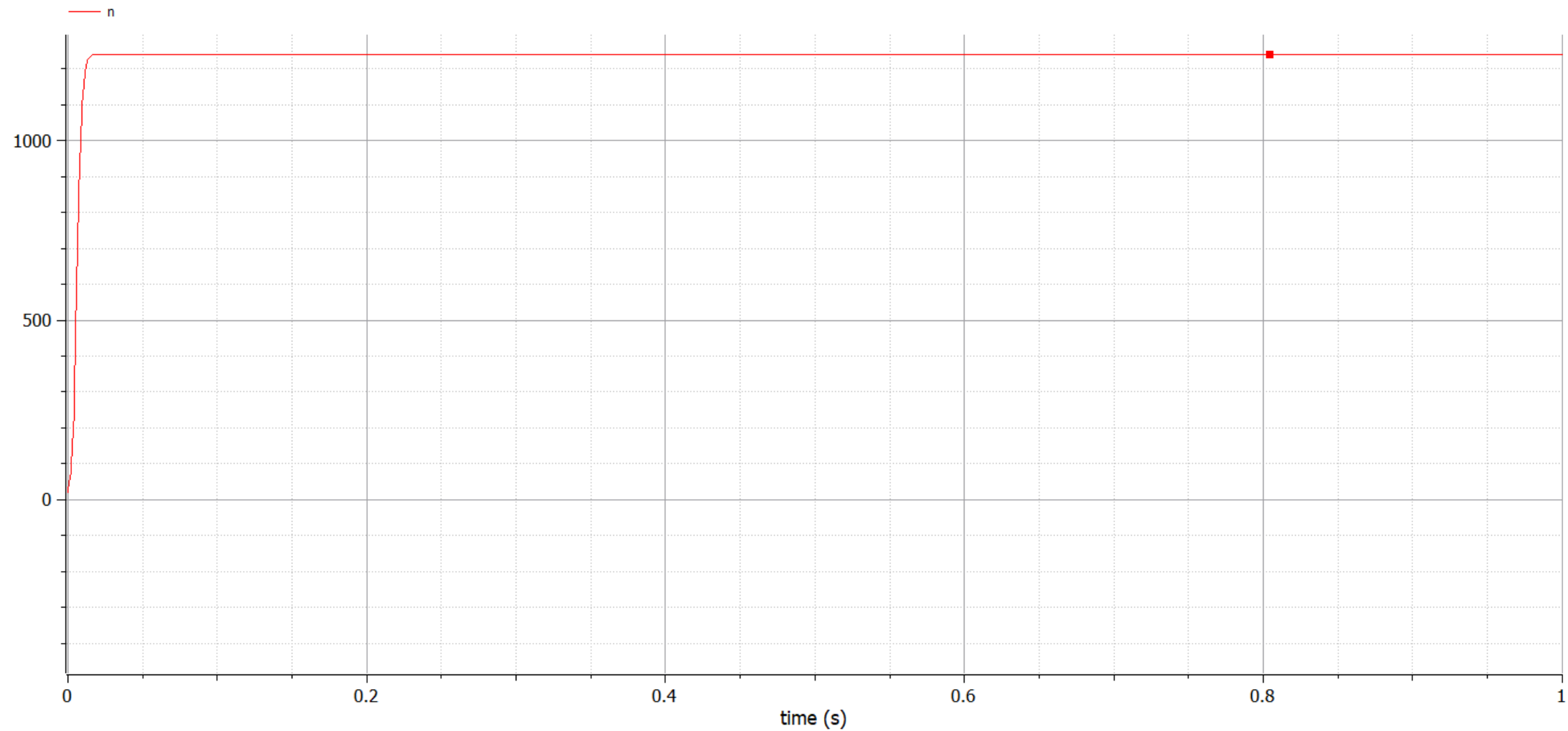
$$\frac{\partial n}{\partial t} = (0.00003 + 0.5n(t))(N - n(t))$$

$$\frac{\partial n}{\partial t} = (0.57\sin(t) + 0.38\cos(13t)n(t))(N - n(t))$$

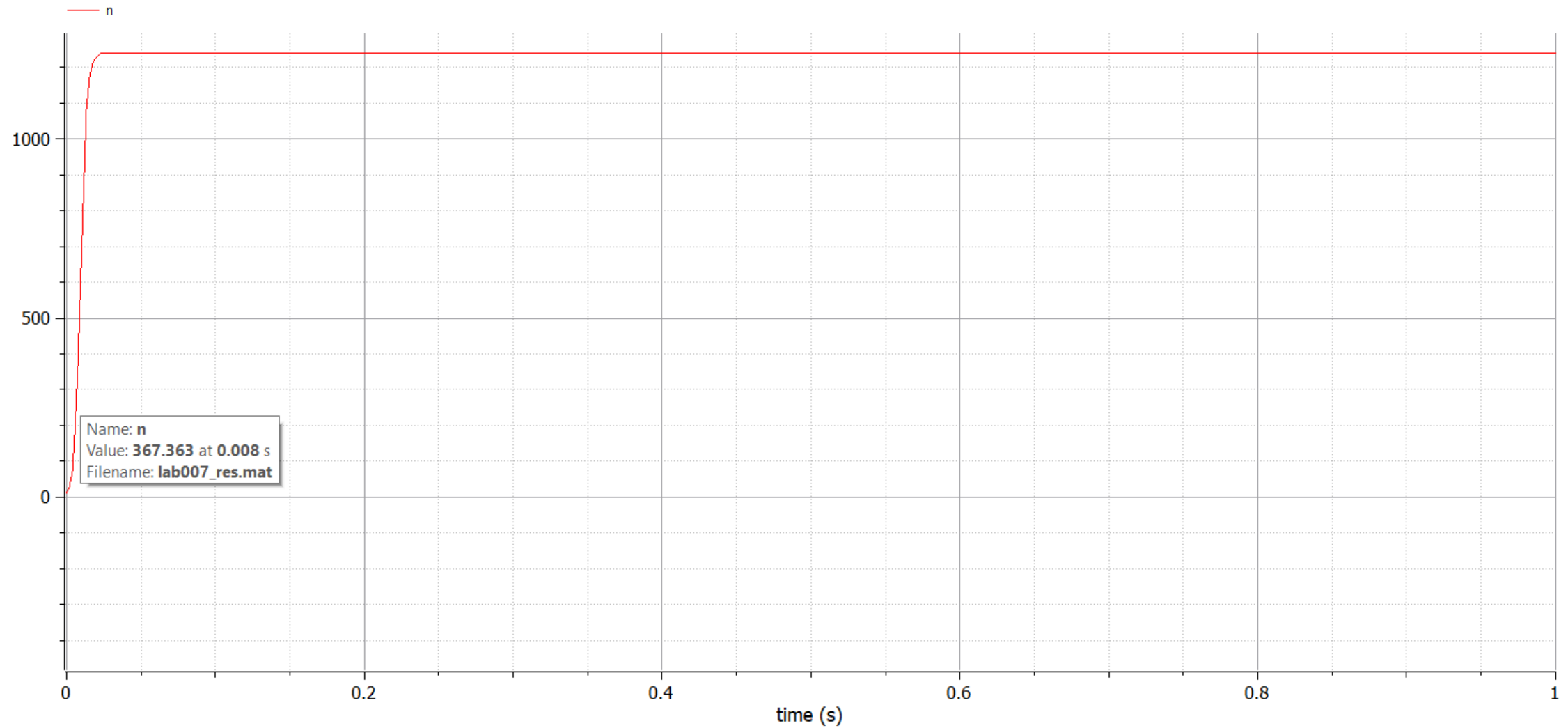
# Случай 1: $a_1 > a_2$



## Случай 2: $a_1 < a_2$

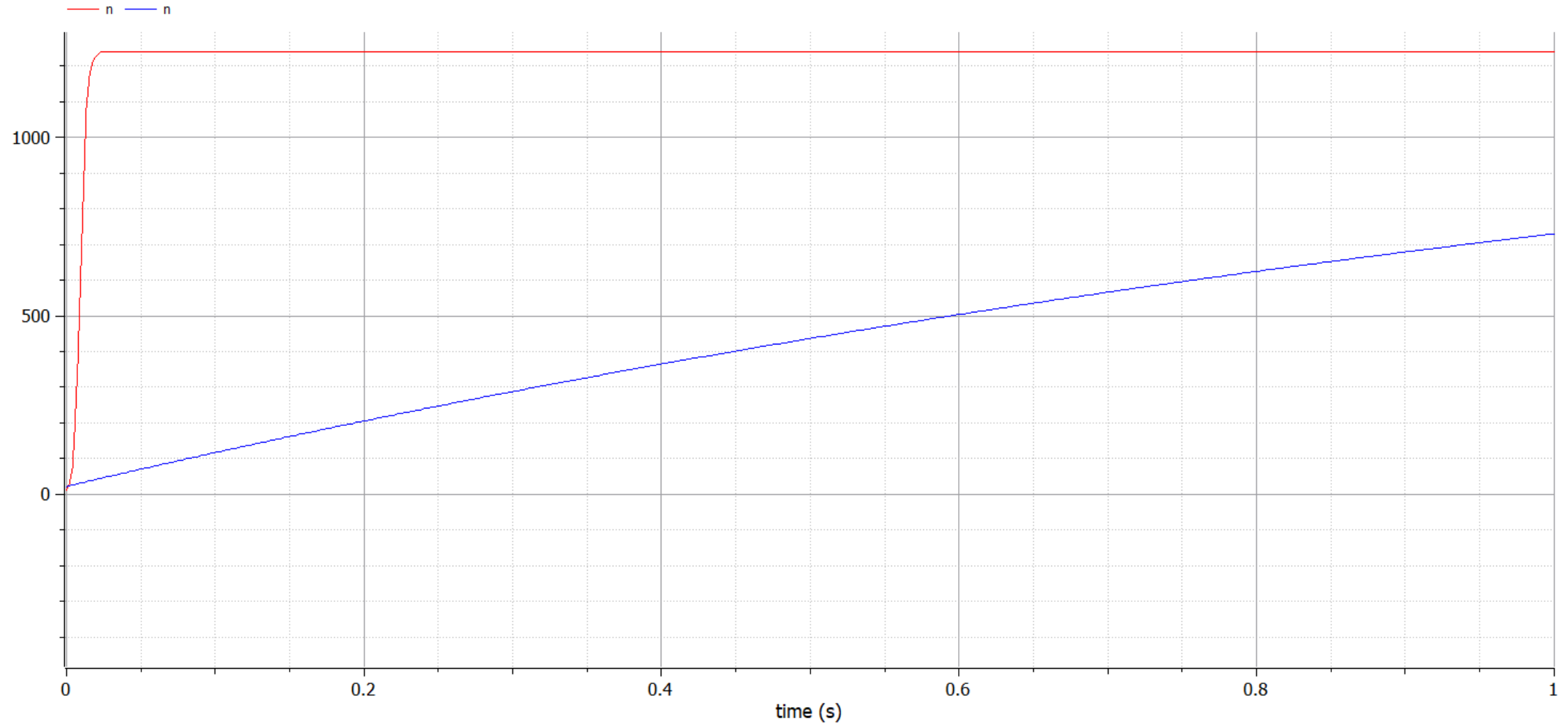


# Случай 3: $a_1 \approx a_2$





# Сравнение эффективности сарафанного радио и платной рекламы



# Вывод

1. Рассмотрел модель эффективности рекламы в разных случаях.
2. Сравнил решения, учитывающее вклад только платной рекламы и учитывающее вклад только сарафанного радио.

**Спасибо за внимание**