

# **Нейронные сети в кластеризации пользователей для таргетированной рекламы**

**Склифасовский Денис Олегович**

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, Москва,  
Россия, 221676@edu.fa.ru

**Аннотация.** Текст аннотации содержит информацию о методологии, цели исследования и конечных результатах. Рекомендуемый объем – до 200 слов.

**Ключевые слова:** нейронная сеть, машинное обучение, нейрон, нейросеть, кластеризация, перцептрон, нейронная сеть Кохонена.

## **ВВЕДЕНИЕ**

В настоящее время социальные сети отвечают за треть всей интернет-рекламы.

Целевая реклама и индивидуализация стоят во главе стратегий продвижения разнообразных товаров. Эта сфера стремительно развивается, и крайне важно быть в курсе последних изменений.

Исследования в этой области привлекли значительное внимание по двум основным причинам.

Во-первых, обилие информации о продукте, доступной для клиентов, непрерывно увеличивается. Соответственно, важно помочь им разобраться в этой информации, чтобы найти наиболее подходящий для них товар или услугу.

Во-вторых, понимание потребностей текущих и потенциальных клиентов является неотъемлемой частью управления взаимоотношениями с клиентами.

Возможность точного, а также эффективного определения потребности клиентов и, в результате, выдачи им рекламы товаров, которые они сочтут желательными, открывает огромные возможности для роста бизнеса.

Применение нейронных сетей в маркетинге позволит предложить клиентам наиболее подходящие товары, рекламные продукты и услуги, что усилит эффективность методов стимулирования продаж. Это будет способствовать стабильной работе предприятия на рынке в условиях жесткой конкуренции, неопределенности и значительного влияния внешних факторов на его операции.

Ключевой целью данного проекта является изучение алгоритмов, которые можно применить для кластеризации пользователей социальных сетей.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

- 1) изучить существующие алгоритмы кластеризации;
- 2) выбрать алгоритмы кластеризации для кластеризации пользователей

социальных сетей;

- 3) изучить существующие нейронные сети и их применение в кластеризации;
- 4) выбрать нейронные сети для кластеризации пользователей социальных сетей.