

Вариант системы №1

Проведем анализ параметров для таргетинга рекламы, которые может определить постапат по двум критериям: **значимость** и **достоверность**. Если критерий не имеет значения для таргетинга, то его не имеет смысла определять, кроме того если достоверность определения параметра низкая, то значимость в данном случае не имеет смысла.

Данные для таргетинга	Значимость для таргетинга	Достоверность определения
Пол	Высокая	Средняя
Возраст (± 7 лет)	Высокая	Средняя
Эмоции	Низкая	Средняя
Время + Время суток/года	Высокая	Высокая
Геолокация + Регион	Высокая	Высокая
Температура	Средняя	Высокая
Влажность	Средняя	Высокая
Освещенность	Средняя	Высокая

Таким образом практически все выделенные параметры имеет смысл определять, кроме эмоций человека.

Результирующий список параметров для таргетинга выглядит следующим образом: **пол, возраст, время, геолокация, температура, влажность, освещенность**.

Помимо постамата с предустановленной ОС, для распознавания заданных параметров необходимы следующие дополнительные аппаратные компоненты: **камера, датчики геолокации, температуры, влажности, освещенности**.

Для данного варианта предлагается разработать **собственную систему** для таргетинга рекламы. Собственная система для таргетинга и хранилище рекламы располагаются на внутреннем сервере, у которого, посредством REST запросов, постаматы запрашивают рекламу.

Из **преимуществ** собственной системы для таргетинга следует выделить:

- Нет необходимости работать через посредников с рекламодателями, что увеличивает прибыль с рекламы.
- Постаматы работают только с внутренним серверами, нет необходимости использования чужого API.
- Точность таргетинга высокая, так как система разрабатывается под конкретные параметры, определяемые постаментом.
- Нет строгих ограничений на параметры для таргетинга, которые обычно предоставляют сторонние API.
- Нет никаких ограничений на формат рекламы.

Из **недостатков** собственной системы для таргетинга следует выделить:

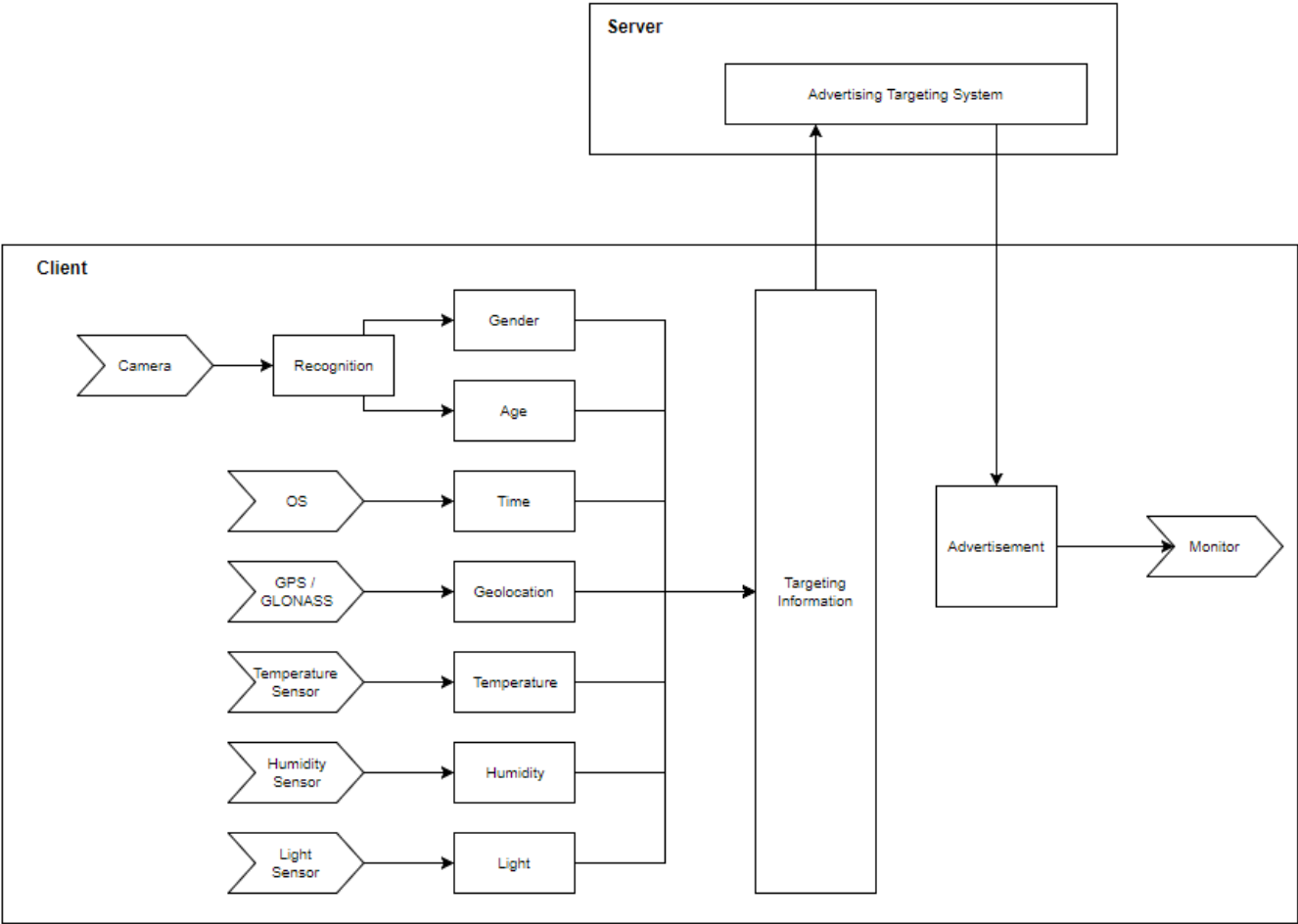
- Необходимость разработки такой системы для таргетинга.
- Необходимость работать с рекламодателями.
- Необходимость начальной классификации рекламы по категориям (тегам).
- Необходимость хранения рекламы на собственных серверах.

Для постаматов наилучшим образом подходит формат рекламы в виде **картинки и текста**. Реклама со ссылкой на сайт не подходит для постаматов, так как пользователь при переходе по ссылке должен переходить на внешний веб-сайт, что вызывает множество проблем. Кроме того,

пользователь постамата не будет записывать ссылку на тот или иной сайт, не сможет скопировать с сайта данные. Монетизация рекламы осуществляется за **каждый показ рекламы** на любом из постаматов.

В качестве операционной системы для постамата предлагается использовать **ОС Linux**, как свободно распространяемую систему с простым администрированием и возможностью реализовать все функциональные требования постамата.

Архитектурной схема системы:



Результирующая программно-аппаратная конфигурация системы:

Параметры для таргетинга	Пол, Возраст, Время, Геолокация, Температура, Влажность, Освещенность
Система для таргетинга	Собственная
Формат рекламы	Картинка + Текст
Монетизация рекламы	За каждый показ на постамате
Работа с рекламодателями, классификация рекламы, обновление базы данных рекламы	Собственные сотрудники
Базовые аппаратные комплектующие	Монитор, Многоядерный процессор, Видеокарта, Сетевая плата
Дополнительные аппаратные комплектующие	Камера, Датчики геолокации, температуры, влажности, освещенности
Операционная система	Дистрибутив ОС Linux
Выход в интернет	Локальная сеть поверх сети интернет (VPN)