

РЕФЕРАТ

Повна назва «Дослідження математичних методів та моделей оцінювання ефективності рекламних заходів для інтернет-магазину».

Магістерська робота за фахом: 124 «Системний аналіз».

Студент гр. СА-19-1м ДДМА, О. Г. Стульнєв. – Краматорськ, 2020.

Робота містить 129 стор.: 39 рис., 25 табл., 25 слайдів.

У першому розділі розглянуто поняття реклами, проаналізовано принципи оцінювання ефективності рекламної кампанії та проведено критичний аналіз програмних засобів оцінки ефективності реклами для інтернет-магазину.

У другому розділі виконано дослідження математичних методів та моделей оцінювання ефективності рекламних заходів для інтернет-магазину. Розроблено комплексну математичну модель для оцінювання ефективності рекламної кампанії.

У третьому розділі представлені результати експериментальних досліджень оцінки ефективності реклами та виконано проектування інформаційної системи.

У четвертому розділі здійснена комп'ютерна реалізація системи і проведена оцінка економічної ефективності використання розробленої системи.

У п'ятому розділі розроблені заходи щодо забезпечення безпечних і комфортних умов праці на робочих місцях.

Метою магістерської роботи є розробка комплексної методики оцінювання ефективності рекламних заходів для інтернет-магазину через дослідження математичних методів та моделей для підвищення якості стимулювання користувачького попиту в інтернет-магазині торговельного підприємства.

Об'єктом дослідження є процес оцінювання ефективності рекламних заходів для інтернет-магазину.

Предметом дослідження є математичні методи та моделі, що використовують для оцінювання ефективності рекламної кампанії.

При виконанні магістерської роботи використовувалися методи аналізу та синтезу при розгляді процесу оцінювання ефективності реклами. При розробці математичної та інформаційної моделей системи застосовувалися методи статистики, моделювання і формалізації.

Новизна дослідження полягає в формуванні комплексної методики взаємопов'язаних економіко-математичних методів для оцінювання ефективності рекламної кампанії.

Практичне значення одержаних результатів дослідження полягає в поліпшенні роботи інтернет-магазину за рахунок корегування рекламних кампаній із застосуванням інформації з розробленої інформаційної системи про вплив рекламних кампаній на дохід від інтернет-магазину.

ІНТЕРНЕТ-МАГАЗИН, РЕКЛАМА, СТИМУЛЮВАННЯ ПОПИТУ, РЕКЛАМНА КАМПАНІЯ, ПРИБУТОК, MYSQL, МОДЕЛЬ, ДІАГРАМИ, UML, LARAVEL

РЕФЕРАТ

Полное название «Исследование математических методов и моделей оценки эффективности рекламных мероприятий для интернет-магазина».

Магистерская работа по специальности: 124 «Системный анализ».

Студент гр. СА-19-1м ДГМА, О. Г. Стульнев. - Краматорск, 2020.

Работа содержит 125 стр. : 39 рис., 25 табл., 25 слайдов.

В первом разделе рассмотрено понятие рекламы, проанализированы принципы оценки эффективности рекламной кампании и проведен критический анализ программных средств оценки эффективности рекламы для интернет-магазина.

Во втором разделе выполнено исследование математических методов и моделей оценки эффективности рекламных мероприятий для интернет-магазина. Разработана комплексная математическая модель для оценки эффективности рекламной кампании.

В третьем разделе представлены результаты экспериментальных исследований оценки эффективности рекламы и выполнено проектирование информационной системы.

В четвертом разделе осуществлена реализация системы и проведена оценка экономической эффективности использования разработанной системы.

В пятом разделе разработаны мероприятия по обеспечению безопасных и комфортных условий труда на рабочих местах.

Целью магистерской работы является разработка комплексной методики оценки эффективности рекламных мероприятий для интернет-магазина через исследование математических методов и моделей для повышения качества стимулирования пользовательского спроса в интернет-магазине.

Объектом исследования является процесс оценки эффективности рекламных мероприятий для интернет-магазина.

Предметом исследования являются математические методы и модели, используемые для оценки эффективности рекламной кампании.

При выполнении магистерской работы использовались методы анализа и синтеза при рассмотрении процесса оценки эффективности рекламы. При разработке математической и информационной моделей системы применялись методы статистики, моделирования и формализации.

Новизна исследования заключается в формировании комплексной методики взаимосвязанных экономико-математических методов для оценки эффективности рекламной кампании.

Практическое значение полученных результатов исследования заключается в улучшении работы интернет-магазина за счет корректировки рекламных кампаний с использованием информации с разработанной информационной системы о влиянии рекламных кампаний на доход от интернет-магазина.

ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИН, РЕКЛАМА, СТИМУЛИРОВАНИЕ СПРОСА, РЕКЛАМНАЯ КАМПАНИЯ, ПРИБЫЛЬ, MYSQL, МОДЕЛЬ, ДИАГРАММЫ, UML, LARAVEL

ABSTRACT

The full name is "Research methods and models evaluating the effectiveness of promotional activities for e-Commerce".

Master's work in the specialty: 124 "System Analysis".

Student gr. SA-19-1m DSMA, O.G. Stulnev. - Kramatorsk, 2020.

The work contains 125 pages, 39 Fig., 25 Table., 25 Slides.

The first section considers the concept of advertising, analyzes the principles of evaluating the effectiveness of the advertising campaign and conducted a critical analysis of software tools for evaluating the effectiveness of advertising for the online store.

In the second section, a study of mathematical methods and models for evaluating the effectiveness of advertising activities for the online store. A comprehensive mathematical model for evaluating the effectiveness of the advertising campaign has been developed.

The third section presents the results of experimental studies to assess the effectiveness of advertising and designed the information system.

In the fourth section, the computer implementation of the system is carried out and the cost-effectiveness of the developed system is evaluated.

The fifth section develops measures to ensure safe and comfortable working conditions in the workplace.

The purpose of the master's thesis is to develop a comprehensive methodology for evaluating the effectiveness of advertising activities for the online store through the study of mathematical methods and models to improve the quality of stimulating user demand in the online store of a commercial enterprise.

The object of research is the process of evaluating the effectiveness of advertising activities for the online store.

The subject of the study are mathematical methods and models used to evaluate the effectiveness of the advertising campaign.

In performing the master's thesis, methods of analysis and synthesis were used in considering the process of evaluating the effectiveness of advertising. Methods of statistics, modeling and formalization were used in the development of mathematical and information models of the system.

The novelty of the study is the formation of a comprehensive methodology of interrelated economic and mathematical methods for evaluating the effectiveness of the advertising campaign.

The practical significance of the results of the study is to improve the work of the online store by adjusting advertising campaigns using information from the developed information system on the impact of advertising campaigns on the income from the online store.

ONLINE STORE, ONLINE ADVERTISING, SALES PROMOTION,
ADVERTISING CAMPAIGN, PROFIT, MYSQL, MODEL, DIAGRAMS, UML,
LARAVEL