

Российский государственный педагогический университет им. А. И. Герцена
Институт информационных технологий и технологического образования

Модели машинного обучения для прогнозирования потенциальных показателей загружаемого видеоролика на основе обработки больших данных

Выполнил:

студент 4 курса

09.03.01 Информатика и вычислительная техника,
Технологии разработки программного обеспечения

Шумякин Илья Сергеевич

Руководитель:

к. ф.-м. н., доцент кафедры ИТиЭО

Власов Дмитрий Викторович

Санкт-Петербург, 2023

Актуальность

Работа актуальна в связи с увеличением потребности в аналитических подходах к публикации видеороликов среди создателей контента

Предмет разработки

Прогнозная модель

Цель работы

Разработка прогнозной модели для расчёта потенциальных показателей загружаемого видеоролика с помощью различных методов обработки больших данных

Задачи

1. Проанализировать и синтезировать имеющийся набор данных, импортированный с вспомогательного сервиса YouTube Studio.
2. Разработать методику для прогнозирования потенциальной эффективности нового видеоролика, расчёта потенциального времени просмотра от возраста или пола зрителей, расчёта потенциального количества просмотров от наличия или отсутствия субтитров.
3. Провести вычисления на основе имеющихся данных.

Задача 1

Текст

Задача 2

Текст

Задача 3

Текст

Гипотеза: если данную разработку внедрить в практику работы специалистов, которые публикуют видеоролики, то увеличится охват аудитории, а также появится возможность предусматривать и исправлять ошибки технического характера, во время подготовки видеоматериалов.

Методы исследования: общие теоретические методы анализа, синтеза, обобщения, классификации, математического моделирования, и также эмпирические методы.

Практическая значимость заключается в разработке конкретной прогнозной модели, которая позволит наиболее точно определить критерии производительности конкретного видеоролика и поможет скорректировать вводные данные при публикации информации.

Источники

1. Голенок, А. А. Способы продвижения современных мобильных игр / А. А. Голенок. — Текст : непосредственный // Известия ВУЗов. Серия "Экономика, финансы и управление производством". — 2021. — № 01(47). — С. 125-133.
2. Градюшко, А. А. Платформа YouTube как площадка для массмедиа: оценка эффективности / А. А. Градюшко. — Текст : непосредственный // Труды БГТУ. — 2019. — № 02(4). — С. 63-69.
3. Константюк, В. А. YouTube: желание в медиа и серийность / В. А. Константюк. — Текст : непосредственный // Цифровая культура. — 2012. — № 03(8). — С. 42-51.
4. Круглова, Л. А. Российские телевизионные каналы на платформе YouTube / Л. А. Круглова. — Текст : непосредственный // Вестник РУДН. Серия: Литературоведение. Журналистика. — 2020. — № 2. — С. 351-359.
5. Нестеренко, Н. Ю. Особенности продвижения компании при помощи YouTube / Н. Ю. Нестеренко. — Текст : непосредственный // Вестник науки и образования. — 2019. — № 01(1). — С. 81-84.
6. Панюкова, С. А. Научно-популярный сторителлинг на YouTube-канале / С. А. Панюкова. — Текст : непосредственный // Цифровая культура Челябинска. — 2021. — № 02(9). — С. 122-128.
7. CTR (Интернет) — Текст : электронный // Wikipedia : [сайт]. — URL: [https://ru.wikipedia.org/wiki/CTR_\(Интернет\)](https://ru.wikipedia.org/wiki/CTR_(Интернет)) (дата обращения: 04.09.2021).
8. Grow your channel now. — Текст : электронный // YouTube Creator Academy : [сайт]. — URL: <https://creatoracademy.youtube.com/page/home> (дата обращения: 15.09.2021).