



Рисунок 4 -Матрица путаницы

Подводя итог, на данном наборе данных и данными набором классов наилучший результат в текстовой классификации показал метод SVM.

В дальнейшем планируется доработать метод SVM. Результаты, которые будут получены в ходе его работы сравнить с уже имеющимися. Добавить больше алгоритмов. Прodelать тесты на других наборах данных с другим количеством классов.

УДК 621.967

А.А. Рауба, магистрант; И.Г. Сухорукова, ст. преп. (БГТУ, г. Минск)

РАЗРАБОТКА АЛГОРИТМА ИЛИ МЕТОДА МОНЕТИЗАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ В WEB- ПРИЛОЖЕНИЯХ

Разработчики создают приложения с разной целью. Кому-то нужно повысить уровень лояльности аудитории к своей компании, кто-то хочет получить больше клиентов, а кто-то просто желает заработать здесь и сейчас. Зачастую создаваемые приложения – это дополнительный маркетинговый канал для бренда, который во многих случаях начинает работать практически сразу после запуска.

При этом часть разработчиков создают что-то свое, поскольку хотят приобщиться к рынку, где некоторые приложения (например, WhatsApp) стоят миллиарды долларов.

Для монетизации сайтов существуют немного другие модели монетизационных процессов, в сравнении с мобильными или настольными, они в основном заключены в рекламных интеграциях, но

также присутствуют и другие виды заработка, которые зачастую используются в web-приложениях:

- партнерские программы;
- контекстная реклама;
- тизерная реклама;
- реферальная программа;
- баннеры;
- продажа ссылок;
- файлообменники;
- публикация заказных статей;
- прямые продажи;
- торговля трафиком.

Все эти варианты по-своему хороши, каждый преследует определенную цель, но каждый из этих методов имеет собственные минусы в отношении к пользователям: большая стоимость покупки приложения, надоедливая реклама, ограничения в использовании, высокая стоимость дополнительного функционала и т. д. Иногда различные подходы могут комбинироваться между собой, грань между функционалом, сервисом и контентом, равно как и между своим и чужим может быть весьма условной, стираться или отсутствовать напрочь. Все эти методы могут использоваться параллельно друг другу, при этом увеличивая или уменьшая прибыль и неудобства для пользователя. Эффективность методов проверяется только на практике, но надо подразумевать, что для разных типов приложений и решаемых ими задач подходят разные способы монетизации. Что-то подходит для ленивых, а что-то требует капитальных вложений и серьезной работы. Что-то дает отдачу быстро и в больших объемах, а что-то медленно и маленькими порциями. Где-то нужно ориентироваться на число пользователей, а где-то на число возвратов.

В рамках подготовки магистерской работы будет произведен анализ уже существующих методов монетизации приложений различных категорий (web, мобильные и т.д.), выявление ярких минусов и плюсов. На основе этих данных планируется разработать новый метод или алгоритм монетизации web-приложений, в котором будут отражены все положительные качества уже существующих методов. Созданный алгоритм будет применен в web-приложении по учету и анализу показателей работы персонала предприятия.

ЛИТЕРАТУРА

1. Ирина Ленград, «Мобильный маркетинг для бизнеса», стр. 1-18
2. Андрей Меркулов, «Монетизация бизнеса», стр. 12-25
3. Kathy Williams Chiang, Andrew Roman Wells, «Monetizing

Your Data», 2017

4. Монетизация приложений Windows [Электронный ресурс] – <https://msdn.microsoft.com/ru-ru/dn659712.aspx>

5. Способы монетизации сайта [Электронный ресурс] – <https://ifish2.ru/sposoby-monetizatsii-sajta/#i-2>

УДК 004.75

М. А. Левин, магистрант;
Д. В. Шиман, доц., канд. техн. наук (БГТУ, г. Минск)

МОДЕЛЬ НАГРУЗКИ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ НАГРУЗОЧНОГО ТЕСТИРОВАНИЯ ИНФОРМАЦИОННОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ

Для проведения нагрузочного тестирования в направлении объёмного тестирования и тестирования производительности необходимо провести следующие подготовительные этапы:

1. Анализ инфраструктуры;
2. Конфигурация тестового стенда;
3. Разработка модели тестовой нагрузки;
4. Реализация модели тестовой нагрузки.

По завершении этих этапов можно приступать к проведению тестирования и анализ результатов тестирования.

Анализ инфраструктуры проходит следующим образом: необходимо определить, какие программные и аппаратные средства используются для выполнения поддержки работоспособности системы на текущем уровне.

Конфигурация тестового стенда включает в себя определения параметров тестируемой системы и внедрение программного или программно-аппаратного (гибридного) средства для проведения тестов.

Разработка модели – самый сложный и длительный этап проведения тестирования. Он включает в себя аналитику данных о потенциальных пользователях, создание прототипов пользователей, оценка нагрузки, генерируемой разными видами пользователей, создание сводной характеристики каждого класса пользователей, описание сценария имитации каждого вида пользователей и выбор имитационных инструментов.

Реализация модели включает в себя написание программного средства/скрипта для готового программного средства для проведения тестирования и организацию средств для сбора аналитики по поведению среды во время тестирования (т.е. для сбора результатов тестирования).