

УДК 004.9

СЕРВИС ПРОФИЛИРОВАНИЯ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ

Симин О.В., Пухаев Х.И., Бодунов Г.А. (Военно-космическая академия имени
А.Ф.Можайского)

Научный руководитель – к.т.н. капитан Менисов А.Б.
(Военно-космическая академия имени А.Ф.Можайского)

В докладе представлены актуальность оптимизации средств профилирования пользователей социальных сетей, исследование предметной области и основные этапы разработки клиент-серверного приложения для улучшения работы организаций, связанных с спортивной деятельностью населения.

Введение. В настоящее время государственные и коммерческие организации, работающие в области спорта, столкнулись с противоречием, а именно, с необходимостью профилирования разных слоев населения, занимающихся спортом, для их оперативного информирования и вовлечения в спортивные мероприятия и отсутствием единой платформы и инструментов для сопровождения и контроля спортивной деятельности населения. В работе под термином «профилирование пользователей» понимается процесс сбора необходимых данных о пользователе социальных сетей и определение образа релевантной спортивной деятельности на основе анализа этих данных. Анализ современных исследований показал, что агрегация данных фитнес-трекеров (устройств и приложений) и применение алгоритмов машинного обучения позволит частично разрешить данное противоречие.

Основная часть. Цель разработки сервиса профилирования пользователей спортивных социальных сетей заключается в повышении точности определения образа релевантной спортивной деятельности.

Для достижения этой цели были разработаны:

- модель классификации пользователей спортивных социальных сетей на основе нечеткого голосующего пула алгоритмов машинного обучения;
- методика и программная реализация сбора данных из социальной сети Strava;
- клиент-серверное приложение профилирования пользователей спортивных социальных сетей.

Выводы. Практическая значимость сервиса профилирования пользователей социальной сети заключается: в возможности улучшения работы организаций, связанных с созданием, согласованием, бюджетированием и проведением спортивных мероприятий и в расширении аналитики посещаемости и востребованности у целевой аудитории.