

УДК 004.89

ПРИМЕНЕНИЕ АНАЛИЗА ТОНАЛЬНОСТИ В МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЯХ

Муров О.В. (Университет ИТМО)

Басосов А.О. (Университет ИТМО)

Научный руководитель - д.т.н., доцент

Котельников Е.В. (Университет ИТМО)

В данном исследовании рассматриваются различные подходы к анализу тональности текстов и возможность применения этих методов в маркетинговых исследованиях. Производится сравнение существующих методов.

Введение. Количество текстовых данных увеличивается каждый день быстрыми темпами. Большие объемы данных генерируют соцсети и интернет-форумы. Из подобных массивов данных возможно извлечь полезную информацию для научных исследований, социальных наблюдений и бизнеса. Комментарии и отзывы, описывающие какие-либо товары и услуги важны и могут помочь производителю получить обратную связь относительно продаваемых продуктов, составить прогноз, что является важным этапом маркетингового планирования.

Задачей анализа тональности является нахождение мнений в тексте и выявление их свойств. Исследуемые свойства зависят от поставленной задачи, субъектов исследования и объектов.

Целью работы является изучение методов применения анализа тональности в соцсетях и интернет-форумах, а также способов использования таких методов в маркетинге.

Таким образом, ставятся следующие задачи:

1. Рассмотрение основных подходов к анализу тональности и применение их в маркетинговых исследованиях;
2. Выделение различий и сходств в изученных подходах;
3. Сравнение результатов работы словарного метода и моделей машинного обучения.

Основная часть. В рамках исследования были описаны существующие методы анализа тональности, в том числе специализирующиеся на анализе социальных сетей. Также описаны различия между рассмотренными подходами. Были проанализированы статьи, в которых применялся анализ мнений в целях экономического прогнозирования и маркетинга. В рамках практической части было проведено сравнение методов на основе машинного обучения и на основе словарного подхода.

Выводы. В результате проведенного исследования поставленные задачи были выполнены. Предложены подходы применения анализа мнений с использованием информации из соцсетей и специализированных интернет-форумов на основе объединения словарного подхода и машинного обучения.

Муров О.В. (автор)

Подпись

Басосов А.О. (автор)

Подпись

Котельников Е.В. (научный руководитель)

Подпись