

DataSentics: Jak se neutopit v moři online reklamy

Ing. Jakub Štěch

“If you are not paying for it, you're not the customer; you're the product being sold.” – pravidlo, které vystihuje podstatu poskytování služeb na internetu. Přitom jsou všichni spokojeni: uživatelé mají zdarma službu, služba je financována reklamou. Zadavatel reklamy by ovšem byl rád, kdyby jeho prostředky nebyly vynaloženy nadarmo – rád by reklamu soustředil na ty uživatele, kteří se potenciálně mohou stát jeho zákazníky. A také by se rád dozvěděl více o těch stávajících.

Na této přednášce se podíváme pod pokličku fungování online reklamy a představíme si široké možnosti využití strojového učení pro vytěžování dat. Ukážeme si, co za data se vytěžuje a jak se dají využít např. klasifikační modely nebo techniky zpracování jazyka. Nebude chybět konkrétní příklad z českého bankovního prostředí.

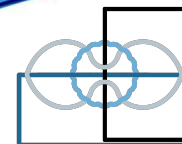
Jakub Štěch vystudoval Aplikované matematicko-stochastické metody na FJFI ČVUT a v současnosti studuje tamtéž doktorát v oboru Matematické inženýrství. Se spolužáky založil r. 2016 DataSentics, firmu zabývající se strojovým učením, která už stačila vyrůst na 50 zaměstnanců.

I ZDE
MŮŽE BÝT
VAŠE
REKLAMA

středa 6. listopadu

17:30 v posluchárně T-201

FJFI ČVUT, Trojanova 13



**MATEMATICKÉ
PROBLÉMY
NEMATEMATIKŮ**