

Здравствуйте, уважаемые члены экзаменационной комиссии!

Вашему вниманию предлагается выпускная квалификационная работа на тему – **«ТЕМА»**.

Smart Speaker — устройство, относящееся к классу интеллектуальной бытовой техники, представляющее из себя динамик со встроенными компьютером, микрофоном и, возможно, видеокамерой и жидкокристаллическим сенсорным экраном.

Все функции устройства связаны с развитостью соответствующего виртуального голосового помощника. Устройство способно к ограниченному речевому взаимодействию с пользователем, воспроизведению музыки, аудиокниг, трансляции подкастов, зачитыванию прогноза погоды, информации о пробках на дорогах, о ближайших спортивных мероприятиях, установке будильника, оформлению списков задач в персональном расписании (ставить напоминания) и т. п. Как правило, устройство может управлять другими умными устройствами, такими как: смарт-шторы, смарт-кондиционеры, смарт-холодильник, умным освещением и прочими умными бытовыми электроприборами, представляя из себя центральный узел умного дома.

Примеры устройств:

- Amazon Echo
- Apple HomePod
- Google Home
- Invoxia Tribu
- Lenovo Smart Assistant
- Sonos
- Яндекс.Станция.

Голосовой помощник — программное обеспечение, позволяющее управлять мобильным устройством или компьютером посредством голосовых команд. Современный голосовой помощник может упростить поиск информации в Интернете, запустить различные системные функции и приложения, и даже выступать в роли виртуального собеседника.

На сегодняшний день наблюдается тенденция к закреплению за популярными операционными системами собственных голосовых помощников. Так, на iOS штатным ассистентом является программа Siri, на Android — Google Assistant, на Windows — Cortana.

Радиореклама — это возможность представить яркие образы, нарисовать живописные картины с помощью музыкальных и звуковых эффектов. Главное условие правильного построения радиорекламы — узнаваемые образы, способные донести информацию о рекламируемом товаре.

Для того чтобы заказать создание аудиорекламы в Компас Вам необходимо связаться с нашими менеджерами. Они помогут Вам выбрать подходящий вид аудиоролика и составят для Вас уникальный текст рекламного сообщения.

Выделяют несколько видов аудиороликов — это простые информационные, игровые, музыкальные и имиджевые ролики, у каждого из которых свои плюсы.

- Простая аудиореклама
- Игровой аудиоролик
- Музыкальный аудиоролик.
- Имиджевая аудиореклама.

Основные площадки для размещения онлайн-аудиорекламы — это медиа и сервисы, которые работают со следующими формами контента:

На российских радиостанциях помимо традиционного способа донесения рекламной информации до слушателя — предзаписанный аудиоролик в контенте — активное развитие получает он-лайн аудиореклама. Этому способствует современное потребление аудиоконтента через интернет и мобильные устройства. Через онлайн-аудиорекламу с большой точностью попадания в целевую аудиторию обеспечивается интерактивный контакт со слушателем. При этом используются такие элементы как баннер-компаньон и аудиореклама с голосовой реакцией. Баннер-компаньон — это графический элемент, размещаемый на экране устройства, в том числе поверх экрана

блокировки на смартфонах, в момент воспроизведения рекламного аудиоролика. Аудиореклама с голосовой реакцией – реакция пользователя на короткий интро-ролик с предложением получить дополнительную информацию о продукте или услуге. Среднее время пребывания пользователя на площадках, охваченных онлайн-аудиорекламой в России составляет 5-7 часов в неделю, при этом 2/3 потребления осуществляется через мобильные устройства.

Как работает Голосовая реклама:

— Интригуем пользователя коротким аудиосообщением и задаём вопрос о продукте или связанных с ним ассоциациях. Например: «VK Fest в этом году соберет еще больше исполнителей и звезд! Скажи, ты хочешь билет со скидкой?»

— На любой положительный ответ пользователя отвечаем развернутым сообщением о продукте и/или открываем ссылку рекламодателя.

— Если пользователь не проявил интерес, возвращаем его к любимой музыке от лица бренда.

Российский рынок аудиорекламы в интернете пока очень мал по сравнению с другими форматами: по данным IAB Russia, в прошлом году он составил 155 млн руб. Рынок видеорекламы в интернете в прошлом году вырос на 26% и достиг оборота в 8,3 млрд руб., считали эксперты Ассоциации коммуникационных агентств России. По данным GlobalWebIndex, в I квартале 2018 г. голосовым поиском в России воспользовались 16% пользователей рунета.

Баннерная реклама в интернете позволяет пользователю кликнуть на нее, у аудиорекламы возможности прямого контакта с пользователями до сих пор не было. Новый формат аудиорекламы стоит в разы дороже обычного, что позволит рекламным площадкам увеличить доходы. Новый формат, возможно, и не станет главным драйвером роста рынка аудиорекламы в рунете и в мобильных приложениях, но определенно сможет привлечь новых рекламодателей – тех, кому нужна обратная связь.

Во время прослушивания онлайн-радио запускается рекламный блок управляемый голосом в результате чего слушатель может ответить рекламодателю.

Голосовая реклама интригует пользователя коротким аудиосообщением. Пользователю задают вопрос о продукте связанных с ним ассоциациях. Например: «В этом году в нашем городе выступает Стинг! Скажи ты хочешь билет со скидкой?» На любой положительный ответ пользователя с IP радиостанции подгружается файл с дополнительной информацией о продукте. Если пользователь не проявил интерес, то он возвращается к любимой музыке, данные об этом отправляются на сервер и далее обрабатываются рекламным отделом. В случае проявления дальнейшего интереса пользователю с IP рекламодателя подгружается сайт с дополнительной информацией на его устройство и далее следует возобновление программы. Отрицательный ответ также ведет к возобновлению программы и сбору соответственной статистики.

Радиостанция транслирует свой эфир как по FM частоте так и в интернет. При передаче эфира в интернет помимо аудио потока передается еще один поток сервис каналы «теги», которые содержат в себе информацию о звуковом файле, название трека, альбома , имени исполнителя. Так же в данном потоке содержится система распознавания умной колонки для воспроизведения аудиорекламы с голосовой реакцией. По реакциям пользователей на голосовую рекламу собирается статистика для рекламного отдела радиостанции так и для непосредственного рекламодателя с возможностью дальнейшей обработки.

Таким образом, цель работы достигнута. Спасибо за внимание!
Доклад окончен.