

## عنوان مقاله:

بررسی و نحوه استفاده هدفمند کلان داده ها در دیجیتال مارکتینگ (مروری) (MECECONF02)

## محل انتشار:

دومین کنفرانس علمی پژوهشی مکانیک، برق، کامپیوتر و علوم مهندسی موناکو (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 5

## نویسندگان:

سیدحسین نجات - دانشجوی مقطع دکترا دانشگاه آزاد اسلامی تهران مرکز رشته مهندسی کامپیوتر- نرم افزار

تینا صلواتی ها - کارشناس ارشد دانشگاه آزاد اسلامی

## خلاصه مقاله:

کلان داده یا بیگ دیتا را میتوان یکی از اصطلاحات پرتکرار در حرف ها و نوشته های مربوط به فناوری اطلاعات دانست. به زبان ساده میتوان گفت موضوع بیگ دیتا، به حجم زیاد داده ها مربوط است؛ حجمی که هر روز نیز رو به افزایش است و هر یک از ما، در هر مقیاسی که فعال باشیم، جلوه هایی از آن را مشاهده و تجربه کرده ایم بیگ دیتا دارایی های اطلاعاتی مجموعه یا سازمانی است که حجم بالا دارند و با سرعت زیاد تولید می شوند در حقیقت آنچه مردم می خرند، دنبال می کنند یا در مورد آن ارتباط برقرار می کنند تنوع گسترده دارند و نیازمند شیوه های پردازش نوآورانه با هزینه مناسب هستند و این داده ها می تواند چشم اندازی از آینده و هدف گیری مناسب را نشان دهد و از آن در دیجیتال مارکتینگ بهره برد.

## کلمات کلیدی:

بیگ دیتا، کلان داده، ذخیره سازی، امنیت، داده کاوی، دیجیتال، مارکتینگ

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1133791>

