

## عنوان مقاله:

مدل اعتماد مبتنی بر شهرت در اجتماعات تجارت الکترونیک همتا به همتا با قابلیت تشخیص و مقابله با حملات بدخواهان

## محل انتشار:

هشتمین کنفرانس انجمن رمز ایران (سال: 1390)

تعداد صفحات اصل مقاله: 6

## نویسندگان:

رضا عزمی - استادیار گروه مهندسی کامپیوتر دانشگاه الزهرا تهران

معصومه کردیان - دانشجوی کارشناسی ارشد فناوری اطلاعات

## خلاصه مقاله:

در این مقاله یک مدل محاسباتی اعتماد مبتنی بر شهرت ارائه شده که در آن اعتماد بصورت اعتماد به کالا و اعتماد به طرفین معامله محاسبه می شود محاسبه هرکدام از این اعتماد ها براساس تجربیات شخصی و توصیه های دیگران است و درجه اعتبار این تجربیات براساس تعداد و واریانس های آنها محاسبه می شود اعتبار توصیه کنندگان نیز با استفاده از نظرات همسایه های برتر و تجربیات شخصی بدست می آید روشهای اعتبار سنجی مطرح شده و استفاده از فاکتورهای چون زمان ارزش و ضریب نمره منفی معامله قابلیت تشخیص و مقابله با حملات بدخواهان و ایزوله کردن آنها را به مدل میدهد مدل در یک شبکه ی تجارت الکترونیک همتا به همتا پیاده سازی و برتری های آن در مقایسه با یک مدل مرجع ارزیابی شده است.

## کلمات کلیدی:

مدل محاسباتی اعتماد، تجارت الکترونیک، اعتماد مبتنی بر شهرت، اعتماد به کالا، حملات بدخواهان، شبکه همتا به همتا

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/125089>

