

عنوان مقاله:

هوش مصنوعی و تاثیرات آن در حوزه ی بازاریابی دیجیتال

محل انتشار:

ششمین همایش بین المللی مهندسی برق، علوم کامپیوتر و فناوری اطلاعات (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 8

نویسندگان:

حمیدرضا معتقدالحق - دانشجوی کارشناسی ارشد گروه فناوری اطلاعات ، واحد شیراز ، دانشگاه آزاد اسلامی ، شیراز ، ایران

امیررضا استخریان حقیقی - استاد یارگروه فناوری اطلاعات ، واحد شیراز ، دانشگاه آزاد اسلامی ، شیراز ، ایران

خلاصه مقاله:

از بازاریابی دیجیتال میتوان به عنوان یکی از بزرگترین حوزه هایی نام برد که هوش مصنوعی تحول عظیمی در آن به وجود آورده است. ما در این مقاله به ارتباط هوش مصنوعی و بازاریابی دیجیتال خواهیم پرداخت و تاثیراتی که ترکیب هوش مصنوعی و بازاریابی دیجیتال بر آینده حوزه بازاریابی آنلاین میگذارد را بررسی می نماییم. از آنجا که هوش مصنوعی توانایی خارقالعادهای در پردازش و آنالیز حجم بالای اطلاعات را دارد ، میتواند برای شرکتها در وقت و هزینه صرفه جویی زیادی کند. مهمتر اینکه هوش مصنوعی نتایج بهتر و مفیدتری از اطلاعات موجود استخراج خواهد کرد. این تحقیق بر اساس درک مفهوم هوش مصنوعی پایه ریزی شده است . برای درک کامل تاثیرات هوش مصنوعی در بازاریابی دیجیتال ، بازاریابی محتوی ، بازاریابی رسانه های اجتماعی ، بازاریابی ایمیلی و بهینه سازی موتور جستجو مورد بررسی قرار گرفته اند . روش شناسی این مقاله با استفاده ازمنابع نوشتاری نظیر مقالات علمی ، متون تجاری ، کتاب و غیره جمع آوری شده است. موضوع کلیدی این پژوهش تاثیر فناوری های هوش مصنوعی در بازاریابی دیجیتال است . از نظر کیفی توصیه های مناسب برای متخصصین بازاریابی ارائه می دهد. این مقاله قصد دارد راه حل هایی ارائه دهد تا بازاریابان تصمیمات بازاریابی بهتری اتخاذ نمایند.

کلمات کلیدی:

هوش مصنوعی ، بازاریابی دیجیتال ، الگوریتم ، داده ، یادگیری ماشین

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1433736>

