

عنوان مقاله:

مروری بر مقالات هوش مصنوعی در بازاریابی

محل انتشار:

دومین کنفرانس بین المللی پیشرفت های اخیر در مهندسی، نوآوری و تکنولوژی (سال: 1402)

تعداد صفحات اصل مقاله: 15

نویسنده:

سارا فرنی - کارشناسی ارشد، دانشگاه الزهراء، تهران، ایران

خلاصه مقاله:

رشد تکنولوژی در سال های اخیر و ورود آن به حوزه ی بازاریابی عاملی ست که توجه محققان را از اواسط قرن بیستم به خود جلب کرده است. با توجه به اینکه شناسایی مقالات انجام شده در هر حوزه به درک اهمیت موضوع و ساخت بدنه ای قوی از ادبیات کمک میکند، هدف از این تحقیق بررسی مقالات انگلیسی زبان در زمینه ی هوش مصنوعی و بازاریابی است. در این بررسی کلیه مقالات از سال ۹۸۹۱ تا ۳۲۰۲ مد نظر بود و تجزیه تحلیل کتابخانه ای به کمک نرم افزار VOSViewer صورت گرفت. داده های مورد نظر از پایگاه "Web of Science" (WOS) جمع آوری شدند. نتایج در چهار بخش تجزیه تحلیل هم نویسندگی، تجزیه تحلیل همزمانی، تحلیل استنادی و استناد مشترک ارائه شدند. طبق نتایج به دست آمده هوساکوآ قوی ترین لینک استنادی میان دیگر نویسندگان، چهار کلمه کلیدی "هوش مصنوعی"، "هوش-مصنوعی"، "کلان داده" و "تکنولوژی" بیشترین تکرار، مجله مدیریت کالیفرنیا بیشترین و قوی ترین لینک در بین دیگر منابع و مقاله ی هوآنگ بیشترین استناد و هم استنادی را داشتند

کلمات کلیدی:

هوش مصنوعی، بازاریابی، تجزیه تحلیل کتابخانه ای، نرم افزار VOSViewer

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1767205>

