

عنوان مقاله:

نقش الگوریتم های رتبه دهی در تجارت الکترونیک

محل انتشار:

اولین همایش ملی فناوری اطلاعات و شبکه های کامپیوتری دانشگاه پیام نور (سال: 1391)

تعداد صفحات اصل مقاله: 13

نویسندگان:

روزبه عزیزمحمدی - دانشجوی دکتری

شکیب زهره وندی - دانشجوی ارشد مهندسی صنایع

غزاله خضرای - دانشگاه امیرکبیر

خلاصه مقاله:

باتوسعه تجارت الکترونیکی جذب بازدیدکنندگان جدید و حفظ آنان از اهمیت ویژه ای برخوردار است و بطور کلی مدیریت ارتباط با دیگران هدف اصلی سازمان های تجاری می باشد یکی از روشهای ایجاد این ارتباط و تقویت آن کشاندن کاربر به سایت شرکت و معرفی محصولات و خدمات شرکت می باشد و موتورهای جستجو یکی از مهمترین وسایل معرفی سایت به کاربران و مشتریان می باشد در حال حاضر مهمترین بخش در موتورهای جستجو واحد رتبه بندی می باشد و الگوریتم های متفاوت و مخفی برای رتبه بندی وجود دارد با کمک رتبه بندی می توان کیفیت یک صفحه وب را با کمک یک موتور جستجو تعیین کرد اندازه گیری دقیق میزان کارایی اجرای الگوریتم های لینک برای ما بسیار مفید است زیرا این اندازه گیری های دقیق ما را قادر می سازد تا آگاهی یابیم که چقدر زمان لازم است تا کاربر به وسیله موتور جستجوی خاصی به سایت ما دسترسی پیدا کرده و عملیات مورد نظر ما را به اجرا درآورد تا با کاهش این زمان بتوان میزان مراجعه به سایت مربوطه را افزایش داد

کلمات کلیدی:

الگوریتم pagerank ، الگوریتم Hits الگوریتم salsa الگوریتم blogrank الگوریتم irank

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/196017>

