

عنوان مقاله:

مروری بر توصیه گره های اجتماعی در تجارت الکترونیک

محل انتشار:

دومین کنفرانس بین المللی رویکردهای نوین در علوم، مهندسی و تکنولوژی (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 17

نویسندگان:

منیر بهنام - دانشجوی کارشناسی ارشد کامپیوتر، نرم افزار، دانشگاه علوم و تحقیقات خراسان رضوی نیشابور

وهاب مصدق - دانشجوی کارشناسی ارشد کامپیوتر، نرم افزار، دانشگاه علوم و تحقیقات خراسان رضوی نیشابور

خلاصه مقاله:

ما اکنون میدانیم که اجتماع فقط برای نقل و انتقال اطلاعات نیست بلکه میتوان روشهای مختلفی را برای تعاملات بین مردم بیان کرد. در جوامع امروزی که بیشتر وقت خود را به دنبال صرفه جویی در وقت هستند تجارت الکترونیک بسیار پر کاربرد خواهد بود مخصوصا زمانی که بتوانند بهترین پیشنهاد را با صرفه جویی در وقت از سایت مورد تقاضا دریافت نمایند. با فن آوری های شبکه های اجتماعی در حال رشد، و سیستم عامل ها، اغلب شرکت های تجارت الکترونیکی، در حال ایجاد پروفایل های شبکه های اجتماعی از خودشان هستند. در همین راستا سیستم های پیشنهاد دهنده شروع به فعالیت کرده تا بتوانند با استفاده از نظرات کاربران و دوستانی که با آنها هم عقیده هستند بهترین پیشنهاد را به تقاضای کاربر بدهند. به طوریکه این تقاضا در کمتر از زمان ممکن و با صحت و درستی باشد. در این تحقیق پس از شرح مقدمه ای بر مفاهیم بنیادی سیستم های پیشنهاد دهنده به بررسی فاکتورهای اساسی در طراحی سیستم های پیشنهاد دهنده خواهیم پرداخت و سپس مفاهیم خوشه بندی و الگوریتم مطرح در این زمینه را بررسی خواهیم کرد

کلمات کلیدی:

سیستم های پیشنهاد دهنده، فیلترینگ، خوشه بندی، داده کاوی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/418872>

