

## عنوان مقاله:

کاربرد بازاریابی های عصبی در علوم و فنون مدیریت نوین

## محل انتشار:

دومین همایش ملی پژوهش های نوین در حوزه علوم انسانی و مطالعات اجتماعی ایران (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 8

## نویسندگان:

احسان غلامپور - دانشجو کارشناسی ارشد، گروه مدیریت، واحد مشهد، دانشگاه آزاد اسلامی، مشهد، ایران

محسن جلالی مجیدی - عضو هیات علمی تمام وقت، گروه مدیریت، واحد مشهد دانشگاه آزاد اسلامی، مشهد، ایران

## خلاصه مقاله:

در عصر حاضر در بسیاری از موارد ماشین ها جایگزین انسانها شده اند و بسیاری از کارهای فیزیکی که در گذشته توسط انسانها انجام می گرفت امروزه توسط ماشین ها صورت می گیرد. اگرچه قدرت کامپیوترها در ذخیره، بازاریابی اطلاعات و اتوماسیون اداری و ... غیر قابل انکار است، اما همچنان مواردی وجود دارد که انسان ناچار است خودش کارها را انجام دهد. اما به طور کلی، موارد مرتبط با ماشین شامل سیستم هایی است که در آن به علت ارتباطات پیچیده بین اجزا، مغز انسان از درک ریاضی این ارتباطات قاصر است. مغز انسان به مرور زمان با مشاهده توالی رفتارهای سیستم و گاه آزمایش نتیجه ای که بر اثر دستکاری یکی از اجزای سیستم به دست می آید تا حدی می تواند عادات سیستم را شناسایی کند. این روند یادگیری بر اثر مشاهده مثالهای متنوع از سیستم، به کسب تجربه منجر می شود. در چنین سیستمهایی مغز قادر به تجزیه و تحلیل داخلی سیستم نیست و تنها با توجه به رفتارهای خارجی، عملکرد داخلی سیستم را تخمین می زند و های آن را پیش بینی می کند. یکی از مسائل مهم تحقیقاتی در زمینه علوم کامپیوتر، پیاده سازی مدلی شبیه به سیستم داخلی مغز انسان برای تجزیه و تحلیل سیستم های مختلف بر اساس تجربه است. در این راستا شبکه های عصبی یکی از پویاترین حوزه های تحقیق در دوران معاصر هستند که افراد متعددی از رشته های گوناگون علمی را به خود جلب کرده است. استفاده از شبکه های عصبی در حل مسائل پیچیده کاربردی این روزها بیش از پیش رواج یافته است. در این مقاله پس از معرفی اجمالی شبکه های عصبی و الگوریتم های ژنتیک، ارتباط و سهم آن ها در بازاریابی و کسب و کار مورد بررسی قرار گرفته است.

## کلمات کلیدی:

بازاریابی، شبکه های عصبی، الگوریتم ژنتیک، هوش مصنوعی

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/534776>

