

عنوان مقاله:

ارائه روشی جهت یافتن K مؤثرترین گره ها برای تبلیغ در شبکه های اجتماعی مبتنی بر ساختار شبکه و الگوهای متفاوت رفتاری گره ها (مورد مطالعه: پاریس یار)

محل انتشار:

هشتمین کنفرانس بین المللی فناوری اطلاعات و دانش (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 9

نویسندگان:

مریم شهبواری - دانشکده مهندسی کامپیوتر و فناوری اطلاعات، دانشگاه صنعتی امیرکبیر، تهران، ایران

سیدعلیرضا هاشمی گلپایگانی - دانشکده مهندسی کامپیوتر و فناوری اطلاعات، دانشگاه صنعتی امیرکبیر، تهران، ایران

لیلا اسماعیلی - دانشکده مهندسی کامپیوتر و فناوری اطلاعات، دانشگاه صنعتی امیرکبیر، تهران، ایران

سیدمحمدرضا فخری - دانشکده مهندسی کامپیوتر و فناوری اطلاعات، دانشگاه قم، قم، ایران

خلاصه مقاله:

در سال های اخیر توجه ب بسیاری از بازاریاب ها بر مو ضوع انتشار اثر و بیشینه سازی آن در شبکه های اجتماعی معطوف بوده است. چرا که پیژوهش ها نشان داده اند که کاربران شبکه های اجتماعی بر تو صیه ی دو ستان خود یا دیگر مصرف کنندگانی که محصول را قبلاً خریداری کرده اند اعتماد بیشتری دارند و کمتر تحت تأثیر تبلیغات رسانه ای قرار می گیرند. از طرف دیگر اثرات اجتماعی بر فرایند انتشار اطلاعات، تأثیر مستقیم دارد و در هر شبکه ی اجتماعی کاربران پرنفوذی وجود دارند که تأثیر زیادی بر نظرات دیگران و انتشار اطلاعات در کل شبکه دارند؛ شرکت ها در تلاش اند تا با هدف قرار دادن پرنفوذترین کاربران شبکه های اجتماعی، فرایند انتشار را کنترل کرده و با صرف هزینه یاندرکی برای بازاریابی آن را به بیشترین حد ممکن برسانند. در این مقاله بیشینه سازی اثر در شبکه های اجتماعی و یافتن افراد پرنفوذ موردتوجه قرار گرفته است و یک مدل انتشار حدآستانه ی مبتنی بر مدل های رفتاری افراد در شبکه های اجتماعی ارائه شده است. از طرف دیگری توان الگوریتم حریصانه را به عنوان متداول ترین راه حل ارائه شده برای حل مسئله ی بیشینه سازی اثر بر شمرد که از زمان اجرای بلائیبرخوردار می باشد. در این مقاله ایده ای برای کاهش زمان اجرای الگوریتم حریصانه ارائه شده است. ارزیابی آزمایش های انجام شده حاکی از بهبود روش پیشنهادی نسبت به الگوریتم پایه می باشد.

کلمات کلیدی:

شبکه های اجتماعی، اثر اجتماعی، انتشار اثر، بیشینه سازی اثر، گره های پرنفوذ

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/548804>

