

عنوان مقاله:

ارایه ی یک مدل جهت انتخاب گره های پایه پرترفدار در تحلیل شبکه های اجتماعی با رویکرد کلونی مورچگان

محل انتشار:

کنفرانس ملی نوآوریهای علوم مهندسی برق (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 8

نویسندگان:

محمود نوروزیزاده - دانشجوی کارشناسی ارشد نرم افزار، واحد فومن و شفت، دانشگاه آزاد اسلامی، فومن، ایران

مهدی فرخ بخت فومنی - گروه مهندسی کامپیوتر، واحد فومن و شفت، دانشگاه آزاد اسلامی، فومن، ایران

خلاصه مقاله:

امروزه جهان تبدیل به یک برد تبلیغاتی شده است. با توجه به رشد انفجاری تبلیغات و بی اثر شدن آن در نگرش مردم، بازاریابی هدفمند میتواند یک راه حل نجات برای فروشندگان و عرضه کنندگان خدمات باشد. با توسعه ی برنامه ها، ابزارهای مبتنی بر اینترنت امکان محاوره هزاران نفر به صورت برخط به سادگی فراهم شده است. یک شبکه اجتماعی مانند فیسبوک، توئیتر، تلگرام و... به عنوان یک ساختار اجتماعی از اشخاص تعریف میشود که با هم محاوره دارند. در پیشینه پژوهش، در حوزه های مختلف بر روی مباحث، بودجه بندی و انتخاب گره پایه، اهداف کمپین بازاریابی، تولید پیام، محلی سازی کمپین، المان ها و ابزارهای کمپین و انتشار و هدایت پخش کمپین در بازاریابی و ویروسی بحث و راهکارهایی پیشنهاد شد. این مقاله به بررسی اجتماعات در جهت پیمایش های سودآور، تمرکز مینماید. طرح پیشنهادی با رویکرد خوشه بندی گره های شبکه ی اجتماعی، محاسبه ی گره های پایه، گره های حرکت، انتخاب گره های مسیر با الگوریتم کلونی مورچگان، مسیرهای سودآور را جهت پیمایش ارایه میکند. در ارزیابی کاربران فیسبوک پایگاه SNAP انتخاب شد و اطلاعات در هر خوشه، مسیرهای بهینه، کاربران پایه و خوشه های برتر تجزیه و تحلیل شدند. نتایج ارزیابی نشان میدهد که با پیمایش موثر شبکه میتوان تا 14/08 درصد میزان بازاریابی گره ها را در واحد زمان نسبت به پیمایش عادی بهبود داد.

کلمات کلیدی:

الگوریتم کلونی مورچگان، مدل سازی و ویروسی تبلیغات، پیمایش سودآور، پایگاه SNAP.

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/732188>

