

کاربرد سیستم های توصیه گر در تجارت الکترونیک

نویسنده: مهدی اسدبک

موسسه انتشاراتی اسدزاده

سرشناسه	اسدبک، مهدی، ۱۳۷۲-
Asadbak, Mehdi	
عنوان و نام پدیدآور	کاربرد سیستم‌های توصیه‌گر در تجارت الکترونیک / نویسنده مهدی اسدبک
مشخصات نشر:	تهران: انتشارات اسدزاده، ۱۳۹۸.
مشخصات ظاهری	۷۶ص: مصور، جدول، نمودار.
شابک	۹۷۸-۶۲۲-۹۹۴۳۵-۴۰۰-۱۸۰۰۰۰ ریال
وضعیت فهرست نویسی	فیا
یادداشت	کتابنامه: ص ۶۵-۶۶
موضوع	نظام‌های توصیه‌گر
موضوع	(Recommender systems (Informatic filteri
موضوع	بازرگانی الکترونیکی
موضوع	Electronic commerce
موضوع	بازرگانی الکترونیک - الگوهای ریاضی
موضوع	Electronic commerce Mathematical models
رده بندی کنگره	۸۷۶/۹
رده بندی دیویی	۰۰۵
شماره کتابشناسی ملی	۰۰۲



موسسه انتشاراتی اسدزاده

تهران. میدان انقلاب. بازار بزرگ کتاب. واحد ۲۲. نشر پخش گراه ۰۹۱۲۳۳۷۴۷۱۸-۶۶۴۸۰۴۶۸

عنوان: کاربرد سیستم‌های توصیه‌گر در تجارت الکترونیک
نویسندگان: مهدی اسدبک

صفحه آرایی و طراحی جلد: نوژن گرافیک

ویرایش: شورای بررسی موسسه انتشاراتی اسدزاده

نشر و پخش: موسسه فرهنگی انتشاراتی اسدزاده

نوبت چاپ: اول، ۱۳۹۸

شمارگان: ۱۰۰۰ نسخه

چاپ: پاسارگاد

قیمت: ۱۸۰۰۰ تومان

شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۹۹۴۳۵-۴۰۰

فهرست مطالب

مقدمه		Error! Bookmark not defined.
فصل اول: کلیات تحقیق		
مقدمه		۳
بیان مسئله		۴
اهمیت و ضرورت تحقیق		۵
پیشینه تحقیق		۵
فصل دوم: سیستم توصیه گر و کاربرد آن در تجارت الکترونیک		
مقدمه		۹
تعریف سیستم های توصیه گر		۹
تعاریف و اصطلاحات عمده		۱۰
کاربردهای سیستم های توصیه گر		۱۱
انواع سامانه های توصیه گر		۱۱
سامانه توصیه گر چند معیاره		۱۳
فصل سوم - چارچوب عمومی برای سیستم های توصیه گر		
مقدمه		۱۷

۱۸	ارزیابی سیستم های توصیه گر
۱۸	بررسی دقت سیستم های توصیه گر
۲۳	بررسی ARM
۲۵	سیستم توصیه گر پیشنهادی
۲۵	گرفتن دادهها از سایتهای تجارت الکترونیک
۲۷	روش پیشنهادی
۳۰	ارزیابی تجربی
۳۷	فصل چهارم: راجوبی برای فیلترینگ مشارکتی در سیستم های توصیه گر جهت سرعت بخشیدن به الگوریتم k-nearest neighbors
۳۸	مقدمه
۳۹	فرایند CF از RS
۳۹	RS طیف گسترده ای از برنامه های کاربردی
۴۱	مشخصات چارچوب فیلترینگ پیشنهادی
۴۲	۴-۵ پارامترهای سیستم های توصیه گر و فرمول سازی
۴۵	۴-۶ معیارهای شباهت و پیشنهاد مناسب
۴۵	۴-۶-۱ معرفی
۴۵	۴-۶-۲ مثال اجرایی جهت اندازه گیری شباهت
۴۹	مورد مطالعه
۵۱	فرایند استاندارد سازی
۵۱	معرفی
۵۵	تعاریف اولیه:
۵۶	اجزا جاکار:
۵۶	متوسط مجذور اجزاء تفاوت

۵۸		معیار شایستگی پیشنهاد شده:
۵۸		روش ادغام
۵۹		طراحی و پیاده سازی سخت افزار
۶۱		چارچوب پیشنهادی و نتایج
۶۲		فصل پنجم: نتیجه گیری و کارهای آینده
۶۳		نتایج
۶۴		کارهای آینده
۶۵		منابع فارسی
۶۶		منابع انگلیسی

در بسیاری از مطالعات گذشته، تنها داده‌های خرید کاربران در تجارت الکترونیک در سیستم توصیه‌گر مورد استفاده قرار می‌گرفت، در حالی که داده‌های الگوی رفتاری و ناوبری استفاده نشده‌اند. به هر حال فیلتر کردن روش‌های مشارکتی بر اساس الگوهای رفتاری و ناوبری مشتریان در سایت‌های تجارت الکترونیک را توسعه داده‌اند. در این مقاله، ما روش‌های جهت توسعه بیشتر یک سیستم توصیه‌گر جدید را بهبود می‌بخشیم. سیستم پیشنهادی، به ترتیب، سطوح اعتماد بین محصولات انتخاب شده و بین محصولات در سبد قرار داده و بین محصولات خریداری شده، را محاسبه می‌کند و پس از آن که سطح اولویت از طریق ترکیب خطی از سه سطح بالایی اعتماد، تخمین زده شد. برای ارزیابی اثربخشی روش پیشنهادی، یک مطالعه تجربی با احداث یک سایت تجارت الکترونیک تجربی برای آلبوم‌های لوح فشرده انجام شد. نتایج حاصل از مطالعه تجربی به وضوح نشان داد که روش پیشنهادی نسبت به روش بهتر است.

کلمات کلیدی: سیستم توصیه‌گر، فیلترینگ مشارکتی، مبتنی بر کلیک جریان داده