



بخشی از ترجمه مقاله

عنوان فارسی مقاله :

شناخت قدرت تأثیر رهبران عقیده در شبکه‌های تجارت الکترونیک: یک
چشم‌انداز از نظریه پویایی عقیده

عنوان انگلیسی مقاله :

Understanding influence power of opinion leaders in e-commerce
networks: An opinion dynamics theory perspective



توجه !

این فایل تنها قسمتی از ترجمه میباشد. برای تهیه مقاله ترجمه شده کامل
با فرمت ورد (قابل ویرایش) همراه با نسخه انگلیسی مقاله، [اینجا](#) کلیک نمایید.



بخشی از ترجمه مقاله

5. Conclusions

This paper considered a social network with multiple opinion leader subgroups. It established a very general bounded confidence-based opinion dynamics model for opinion leaders and followers, when the opinion leader subgroups possessed different target opinions. We then utilized a computer simulation technique to investigate the relationship between the proportion of opinion leaders, confidence levels of opinion followers, and degrees of trust of opinion followers toward the opinion leaders. The results provided a quantitative analysis for the collective decision-making of a social group in e-commerce networks. In summary, through the comparative analysis of the three factors, the degrees of trust of opinion followers toward opinion leaders have a more important effect on the influence power of opinion leaders. Thus, in order to maximize the propagation effect in e-commerce, enhancing opinion leaders' credibility is a crucial precondition.

5. نتیجه‌گیری

این مقاله یک شبکه اجتماعی با چند زیرگروه رهبر عقیده را مورد نظر قرار داد و یک مدل بسیار کلی از پویایی عقیده مبتنی بر اطمینان محدود را در زمانی که زیرگروه‌های رهبر عقیده دارای نظرات هدف متفاوتی بودند، برای رهبران و طرفداران عقیده ایجاد نمود. ما سپس از تکنیک شبیه‌سازی کامپیوتری برای بررسی رابطه بین نسبت رهبران عقیده، سطوح اطمینان طرفداران عقیده، و میزان اعتماد طرفداران عقیده نسبت به رهبران عقیده استفاده کردیم. این نتایج یک آنالیز کمی را برای تصمیم‌گیری جمعی یک گروه اجتماعی در شبکه‌های تجارت الکترونیک فراهم آورد. به طور خلاصه، از طریق آنالیز مقایسه‌ای سه عامل، میزان اعتماد طرفداران عقیده نسبت به رهبران عقیده دارای تأثیر مهمی بر قدرت تأثیر رهبران عقیده می‌باشد. بنابراین، به منظور به حداکثر رساندن اثر انتشار در تجارت الکترونیک، افزایش اعتبار رهبران عقیده یک پیش‌شرط ضروری می‌باشد.



توجه!

این فایل تنها قسمتی از ترجمه می‌باشد. برای تهیه مقاله ترجمه شده کامل با فرمت ورد (قابل ویرایش) همراه با نسخه انگلیسی مقاله، [اینجا](#) کلیک نمایید.

برای جستجوی جدیدترین مقالات ترجمه شده، [اینجا](#) کلیک نمایید.