

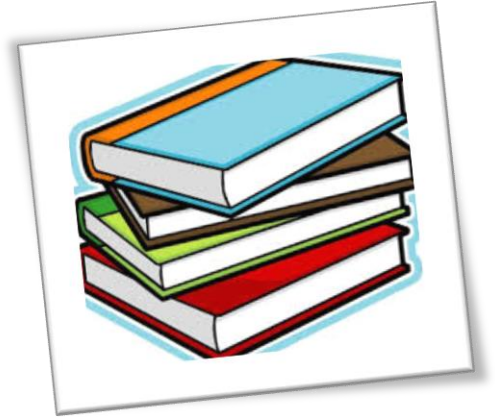
درسنامه

کتاب کاربرد فناوری های نوین

(قسمت سوم)

صفحه ۴۴-۳۸

تهیه کننده: وجیهه عابد



شبکه های اجتماعی

اجتماعات مجازی شکل دهنده شبکه های اجتماعی هستند. درون یک شبکه اجتماعی، گروهی از انسانها با هم تعامل دارند. در شبکه های اجتماعی افراد به وسیله انتشار دیجیتالی اطلاعات، حضور دیجیتالی دارند.

تفاوت وب ۱ با ۲

وب سایتهایی که کاربران فقط می توانند محتوای موجود را دریافت کنند و نمی توانند در آن محیط با دیگران تعامل داشته باشند مبتنی بر وب یک (نسل اول وب) هستند. در وب دو (نسل دوم وب) تعامل به عنوان رکن اصلی این وب سایتها است.

تعریف ویکی ها: وب سایت هایی هستند که در آن افراد مختلف می توانند صفحاتی را با موضوعات مختلف ایجاد کرده و برای آن محتوا ایجاد کنند.

گفت و گو کنید

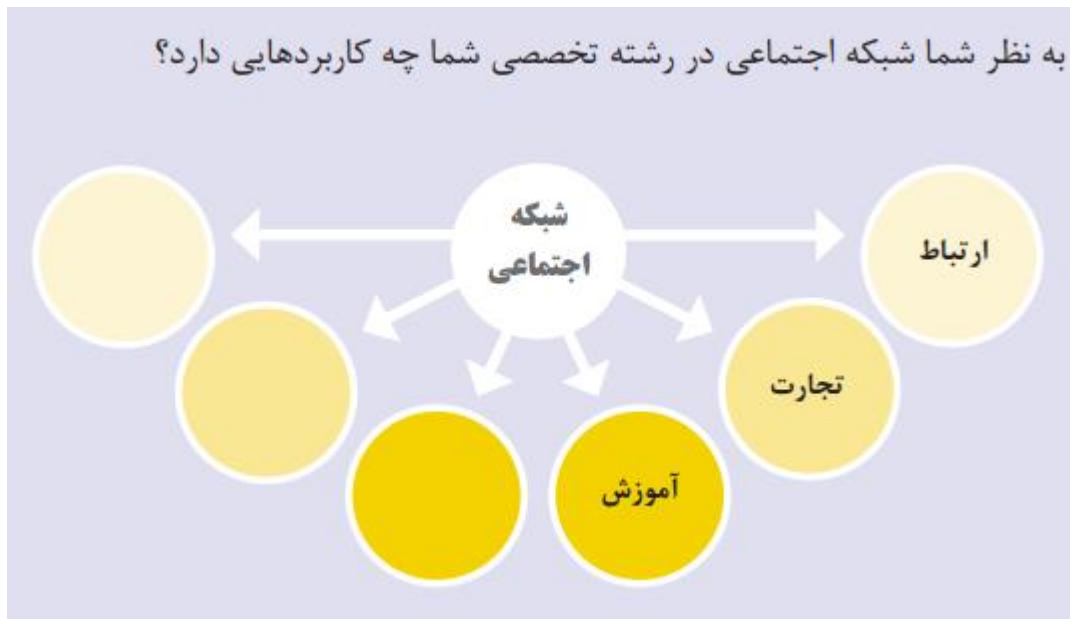
سایر ابزارهای وب دو را در جدول تکمیل کرده و میزان و نحوه استفاده خود از آنها را بیان نمایید.

پاسخ: شبکه های اجتماعی، ویکی ها، بلاگها و RSS از انواع ابزارهای وب دو هستند.

کاربرد شبکه های اجتماعی

شبکه های اجتماعی به عنوان قویترین و کامل ترین ابزار تعاملی (و در نتیجه وب دو) دارای کاربردهای بسیار فراوانی نظیر برقراری ارتباط، دریافت اطلاعات عمومی و تخصصی، انجام فعالیتهای تجاری، آموزش و غیره هستند.

گفت و گو کنید

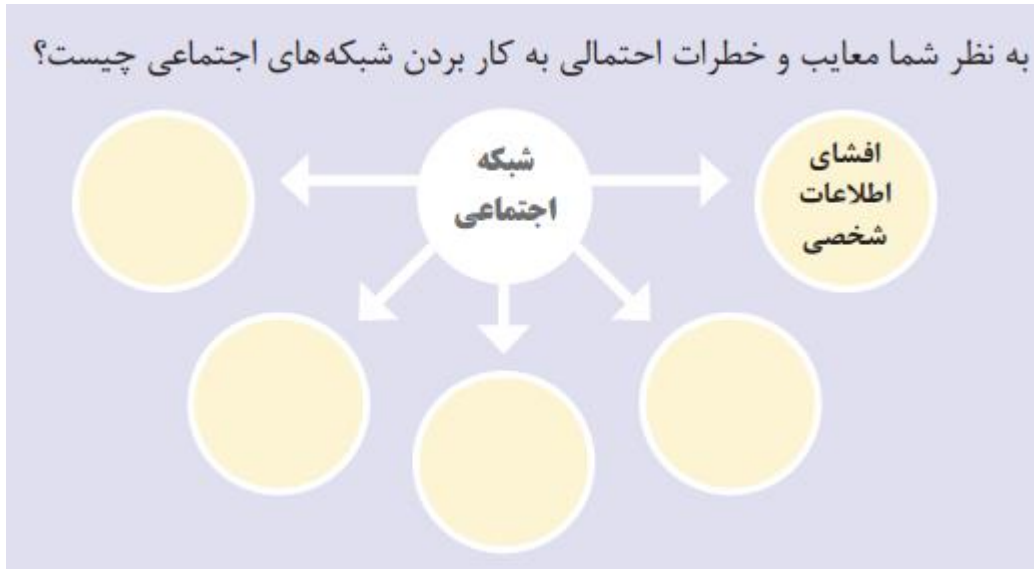


پاسخ: ارتباط - تجارت - آموزش - امکان عبور از مرزهای جغرافیایی - ایجاد ارتباط شبانه روزی - شکل گیری و تقویت خرد.

امنیت

جوامع دیجیتالی و شبکه های اجتماعی همانند جوامع سنتی از انسانها تشکیل شده است. وجود انسانهای بسیار زیاد در این جوامع و برداشته شدن مرزهای جغرافیایی، فرهنگی و تخصصی باعث می شود شبکه های اجتماعی مانند شمشیر دو لبه، هم سازنده و هم مخرب باشند. استفاده از اطلاعات تخصصی افراد مختلف و تعامل با صاحب نظران از مزایای شبکه های اجتماعی است. از سوی دیگر افراد هویت دیجیتالی خود را از طریق اطلاعاتی که به اشتراک می گذارند تعریف می کنند. این اطلاعات می تواند به صورت عمدی یا غیرعمدی ناصحیح باشد و موجب گمراهی کاربران دیگر شود.

گفت و گو کنید



پاسخ: افشای اطلاعات شخصی - به خطر افتادن حریم شخصی - اعتیاد به شبکه های اجتماعی - تعارض ارزشها و باورهای اجتماعی - حواس پرتی و به تعویق انداختن کارها - جعل هویت و کلاهبرداری شبکه های اجتماعی .

امنیت و حریم خصوصی

افراد برای حضور دیجیتال خود سطوح مختلفی از اطلاعات شخصی مانند نام، سن، اطلاعات بانکی، اطلاعات تماس و غیره را ارائه می کنند. تصمیم گیری در مورد ارایه ی این اطلاعات در سایت های معتبر باید پس از مطالعه ی قسمت «حریم خصوصی» انجام شود. تمامی ارائه کنندگان خدمات دیجیتال موظف به رعایت قوانین حریم خصوصی هستند. تعریف مهندسی اجتماعی: مهندسی اجتماعی راه دریافت اطلاعات از کاربر توسط افراد سودجو است به طوری که کاربر متوجه نیت سوء آن افراد نباشد. افرادی که به دریافت اطلاعات حساب بانکی و یا وجه به نام سازمان های خیریه اقدام می کنند .

ابزارهای مخرب

راههای بسیاری برای دریافت اطلاعات و سوءاستفاده از کاربران وجود دارد. ویروسها، تروجانها، ترس افزارها و غیره، انواع مختلفی از ابزارهای سوءاستفاده هستند.

برای مثال: در ابتدای نشانی سایت بانک ها **Https** قرار دارد. حرف **S** نشانگر وجود کانال ارتباطی ایمن بین سایت مقصد و کاربر است. در این حالت اطلاعات منتقل شده بین وب سایت و کاربر رمزگذاری می شود و در مقابل حملات رایانه ای ایمن است .

تحقیق کنید

انواع ابزارهای به خطر انداختن کاربران فضای مجازی را شناسایی کنید. راههای مقابله با هریک را بنویسید.

پاسخ:

<p>ویروس</p> <p>۱- آنتی ویروس ۲- عدم استفاده از فلش های آلوده</p>	<p>باج افزار</p> <p>۱- رمزگذاری فایل ها ۲- محدود کردن دسترسی</p>	<p>تروجان</p> <p>۱- آنتی ویروس ۲- فایروال</p>
<p>کی لاگر</p> <p>۱- عدم دانلود فایل های مشکوک ۲- آنتی ویروس</p>	<p>روت کیت</p> <p>۱- عدم دانلود فایل های مشکوک ۲- آشکار ساز روت کیت</p>	<p>کرم</p> <p>۱- آنتی ویروس ۲- عدم استفاده از فلش های آلوده</p>

داده کاوی

داده کاوی به مفهوم استخراج اطلاعات نهان یا الگوها و روابط مشخص در حجم زیادی از داده ها است. لذا می توان اطلاعات لازم را در چرخه ی عمر محصول بوسیله ی داده کاوی به دست آورد. «چرخه عمر» محصول با معرفی آن به بازار شروع می شود. پس از آنکه محصول در بازار شناخته شد، از نظر فروش رشد می کند، به بلوغ

می رسد و پس از مدتی حضور در بازار با ورود رقبا، فناوری های جدید یا مدل های بهروز، فروش آن افت پیدا می کند.



نمودار چرخه ی عمر محصول

تحلیل اطلاعات مربوط به نیازهای مشتریان آتی محصول، ویژگی های بازار هدف، تکنولوژی های موجود و ...	توسعه
تحلیل اطلاعات مورد نیاز برای تبلیغات و معرفی محصول، تفاوت با رقبا، ویژگی های جدید	معرفی
تحلیل اطلاعات بازخوردهای مشتریان، اثربخشی تبلیغات، پیشنهادات تشویقی	رشد
تحلیل اطلاعات مشتریان برای نگه داشتن بیشتر محصول در رقابت، تبلیغات، بازاریابی، کشف بازارهای جدید	بلوغ
تحلیل اطلاعات در رابطه با رقبا، ویژگی های مورد انتظار برای اضافه شدن به منظور کاهش سرعت افول و ...	افول

گفت و گو کنید

به نظر شما چه فعالیت‌هایی می‌تواند به فروش محصول یا خدمت در شبکه‌های اجتماعی کمک کند؟

پاسخ: تبلیغات منظم و مستمر، ارزش قائل شدن برای مشتریان، عضویت در صفحات و گروه‌های مرتبط با محصول.