

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/esse/73122>

Тип работы: Эссе

Предмет: Информатика основы

-

Профайлинг в социальных сетях - это процесс создания профиля пользователя с использованием его или ее общедоступных и добровольно предоставляемых социальных данных.

Социальные данные - это информация, которой пользователи социальных сетей публично обмениваются, которая включает метаданные, такие как местоположение пользователя, разговорный язык, биографические данные и / или общие ссылки.

Социальные профили - это описание социальных характеристик отдельных лиц, которые идентифицируют их на сайтах социальных сетей, таких как LinkedIn и Facebook, при использовании таких инструментов, как digg и Delicious, а также приложений для совместной работы, таких как Jive, IBM Connections или Socialtext. Профили описывают любое количество характеристик людей, таких как интересы, опыт, профессиональные связи, статус, недавняя деятельность и географическое положение. Профили - это цифровая ДНК человека, и где будет происходить пометка контента, связанного с людьми.

Социальный профиль также отображает информацию, которая помогает понять тип и силу отношений человека с другими; например, их уровень участия и вклада в различные инициативы, проекты, сообщества или разговоры; их репутация среди других участников и так далее.

Создание надежного социального профиля позволяет людям узнавать людей, которые могут извлечь выгоду из общения с ними. Компании также начинают экспериментировать с социальными профилями как средством укрепления идентичности бренда своей организации.

По мнению автора эссе, влияние на мировую экономику и человеческую психологию сильно прослеживается в использовании социальных сетей.

Список литературы

1. Fontinelle, Amy "Social Data". Investopedia. <https://www.investopedia.com/terms/s/social-data.asp>
2. J. Frizzo-Barker, P. A. Chow-White, M. Mozafari & D. Ha "An empirical study of the rise of big data in business scholarship," International Journal of Information Management, vol. 36, issue 3, pp. 403-413, June 2016.
3. F. Mansour, "Understanding how big data leads to social networking vulnerability," Computers in Human Behavior, vol. 57, pp. 348-351, Apr. 2016.
4. Vu, Xuan Truong; Abel, Marie-Hélène; Morizet-Mahoudeaux, Pierre (2015-10-01). "A user-centered and group-based approach for social data filtering and sharing". Computers in Human Behavior. Computing for Human Learning, Behaviour and Collaboration in the Social and Mobile Networks Era. 51, Part B: 1012-1023.

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/esse/73122>