

<<社交网络分析及案例详解>>

图书基本信息

书名：<<社交网络分析及案例详解>>

13位ISBN编号：9787115296863

10位ISBN编号：7115296863

出版时间：2013-1

出版时间：Carlos Andre、Reis Pinheiro、漆晨曦、柴雪芳 人民邮电出版社 (2013-01出版)

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<社交网络分析及案例详解>>

内容概要

《社交网络分析及案例详解》由皮涅罗所著，共分三大部分：第一部分介绍了社交网络分析的原理，社交网络分析研究立足社会学的角度，介绍了基于图论原理的社交网络理论基础，以及一些常用的计算指标和社交网络总体网络架构；第二部分展示了客户流失和捆绑套餐推广两个电信公司案例研究，研究承袭书中第一部分对社交网络分析的概念界定，利用分析软件的计算能力，以企业业务问题的实际解决为驱动进行实证分析；第三部分展示的是如何利用SAS软件解决社交网络分析的问题，SAS解决方案的不同模块可以分别用于社交网络分析、指标测算、计算得分、群体识别以及网络结构图的绘制等。

《社交网络分析及案例详解》目标读者对象包括企业市场经营管理人员、数据分析人员、IT系统运营人员、BI从业人员、营销策划人员、社交网站分析人员，以及统计学、应用数学、计算机等专业的学者和研究人员。

<<社交网络分析及案例详解>>

作者简介

Carlos Andre Reis Pinheiro始于1998年从事商业智能及分析环境的工作，他当时为巴西的世界船运公司开发了独立的数据集市。

在2010年，Pinheiro博士在SAS爱尔兰分公司开展他在社交网络方面的研究，开发新的保险模型。也是在那一年，他继续了在Oi（巴西最大的电信公司）的工作，该公司在2009年兼并了巴西电信。他目前领导一个分析实验室，研究和开发解决商业问题的统计和数学模型。

他也是隶属于都柏林城市大学计算学院的商业信息团队的研究员。

Pinheiro博士曾经担任编辑部成员、项目委员会、以及在几个国际期刊和会议的评论家。

<<社交网络分析及案例详解>>

书籍目录

目 录	第一部分 社交网络分析基础理论	1
第1章 社交网络分析介绍	31.1 社交网络分析的演进	1.2 基于节点和连接建立社交网络
1.3 影响	1.4 社交网络的结构	1.5 社交网络分析方法
1.6 图形理论和社交网络分析	1.7 统计学和社交网络分析	1.8 本章小结参考文献
第2章 社交网络分析的常规方法	232.1 社交网络分析的图形方法	2.2 社会关系的图形化
2.3 运用图形来分析社会关系	2.4 社会关系的水平测量	2.5 图形中的指向与无指向
2.6 图形中的单一关系与多重关系	2.7 本章小结参考文献	第3章 社交网络分析的理论基础
333.1 社交网络分析的数据类型	3.2 鉴别社交网络内的节点和连接	3.3 分析的方式和水平
3.4 网络内的相关节点	3.5 自中心网络	3.6 多重关系
3.7 测量范围	3.8 关系的二元测量	3.9 关系的名义测量
3.10 关系的有序测量	3.11 关系的间距测量	3.12 本章小结参考文献
第4章 势能及影响的测量	534.1 网络类型	4.2 用度中心度来测量势能
4.3 度中心度的扩展层次	4.4 用接近中心度来测量势能	4.5 特征向量
4.6 用中间中心度测量势能	4.7 本章小结参考文献	第二部分 社交网络分析案例研究
67第5章 电信运营环境	695.1 电信市场的新挑战	5.2 电信环境中的社交网络
5.3 基于人工神经网络的传统预测模型	5.4 综合建模方法	5.5 基于综合建模的可行实施方案
5.6 综合建模方法的好处	5.7 本章小结参考文献	第6章 社交网络建模
876.1 客户影响因素建模	6.2 社交网络分析建模数据抽取过程	6.3 社交网络分析建模数据准备过程
6.4 社交网络基础指标的计算	6.5 客户影响力因素的计算	6.6 根据已发生事实调优影响力因素
6.7 本章小结参考文献	第7章 社交网络模型评估	1157.1 基于商业问题评估客户影响力因素
7.2 绘制社交网络图	7.3 根据相似性计算客户之间的距离	7.4 本章小结
第8章 模型的商业效果评估	1418.1 客户影响力与流失发展的关系	8.2 客户影响力与捆绑套餐推广的关系
8.3 商业问题链状过程中社交网络的发展演变	8.4 捆绑套餐扩散过程的时序分析	8.5 数据分析可视化升级
8.6 地理可视化分析	8.7 本章小结	第9章 案例研究的一些说明
1739.1 产品和业务选择	9.2 进一步思考和未来工作方向	9.3 本章小结参考文献
第三部分 SAS的社交网络分析能力	185第10章 基础统计	18710.1 描述分析
10.2 排序(SORT)	10.3 频数(FREQ)	10.4 单变量分析(Univariate Analysis)
10.5 基于关系相似性的聚类	10.6 多维标度法(Multidimensional Scaling)	10.7 聚类(Clustering)
10.8 本章小结参考文献	第11章 连接分析节点概览	20511.1 定义节点和连接
11.2 使用连接分析宏计算网络测算指标	11.3 集中度尺度	11.4 结果分析
11.5 本章小结参考文献	第12章 社交网络分析的可视化功能	21712.1 网络可视化工作室
12.2 网络图形	12.3 宏DS2CONST	12.4 本章小结参考文献
第13章 用于社交网络分析的OPTGRAPH过程介绍	22713.1 认识网络中的群	13.2 网络的个体尺度
13.3 本章小结	译者后记	233

<<社交网络分析及案例详解>>

编辑推荐

- 1) 适应big data时代潮流，聚焦社交网络分析，无论是作为专业研究还是市场营销实践的热点方向。
- 2) 基于行业内部实际数据，深入浅出，讲解社交网络分析模型方法的过程中，也落实营销应用实战

。电信行业无论在数据仓库/BI系统建设方面，抑或在数据分析、数据挖掘及其支撑的精确营销方面，均远远走在其他行业前列，一直以来，在上述各方面的业务技术规范和分析方法理论，亦引导并启发着其他行业以致全社会的实践和技术发展进步。

《社交网络分析及案例详解》基于电信企业社交网络分析的实证分析，应该亦能起到此作用。

- 3) 译者是常年从事电信企业专业数据分析、数据挖掘、数据仓库研究工作的人员，专业积累深厚且专业眼光独到。

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>