

آنالیز فاکتورهای تاثیرگذار بر کاربران شبکه های اجتماعی در بازاریابی ویروسی با تاکید بر استراتژیهای شبکه ای

کیوان زارعی^۱ «نویسنده مسئول»، فردین اخلاقیان^۲، سید امیر شیخ احمدی^۳

^۱ مدرس گروه کامپیوتر، دانشکده فنی، دانشگاه آزاد اسلامی، سنندج، ایران

Zarei.k@gmail.com

^۲ عضو هیئت علمی دانشکده فنی، دانشگاه کردستان، سنندج، ایران

f.akhlaghian@uok.ir

^۳ عضو هیئت علمی دانشکده فنی، دانشگاه آزاد اسلامی، سنندج، ایران

Amir.sheikhahmadi@gmail.com