



اطلاعات شهری مربوط به فروشگاه‌ها از جمله محل و محبوبیت و کالاهای موجود در هر فروشگاه می‌تواند کمک زیادی به شهروندان و تصمیم سازان دولتی و همچنین صاحبان مشاغل انجام دهد. هرچند به دست آوردن این اطلاعات و به روزرسانی آن‌ها می‌تواند بسیار سخت و دشوار باشد، روش‌های متعددی برای استفاده از خرد جمعی برای حل این موضوع پیشنهاد شده است که در بعضی موارد از بازی سازی نیز کمک گرفته اند. اکثر این روش‌ها بر روی موقعیت دقیق فروشگاه‌ها تمرکز کرده اند و اطلاعاتی از کالاهای موجود هر فروشگاه را نیز کاوش نمی‌کنند.

چکیده پایان نامه

در این پایان نامه با استفاده از یک بازی موقعیت محور روشی را پیشنهاد و پیاده سازی کرده ایم که اطلاعات نا مطمئن و غیر دقیق بازیکن‌ها را به اطلاعات دقیق تر تبدیل کند. همچنین با تمرکز بر روی کالاهای موجود در فروشگاه‌ها می‌توان اطلاعات بیشتری نیز استخراج کرد. در این پژوهش با استفاده از بازی توانسته‌ایم روشی پیشنهاد کنیم که هر فرد تعداد مسئله‌های بیشتری را حل کند و جواب‌های مفیدتری نیز بدهد.

دانش جمعی، بازی، اطلاعات شهری، بازی جدی، بازاریابی

کلمات کلیدی

Game, Crowdsourc, Location-based game, Urban data, serious game, Marketing

کلمات کلیدی انگلیسی