

Modélisation et étude des dynamiques d'achat au sein de réseaux sociaux

Type de contenu : Texte

Titre(s) : Modélisation et étude des dynamiques d'achat au sein de réseaux sociaux : Mémoire de fin d'étude - Systèmes informatiques et modélisation

Auteur(s) : Lautier Guillaume (EN 2010)

Autre(s) responsabilité(s) : Le Troadec Guillaume (EN 2010)
MCF S. Vérel (Gestionnaire de projet)

Editeur, producteur : Lanvéoc-Poulmic : Ecole navale, 2012

Description matérielle : 49 p.

: 30 cm

: figures

: tableaux

Note(s) : Annexes

Bibliogr.

Sites internet

Note de thèses et écrits académiques : Laboratoire I3S, Université de Nice

Résumé ou extrait : Ce projet de fin d'études se penche sur les dynamiques d'achat des individus et l'influence de la structure d'un réseau social sur ces dynamiques. Afin d'y parvenir, un modèle économique fondé sur un modèle multi-agents, ou Individual Based Model, a été conçu, dans lequel des phénomènes d'imitation, de différenciation et d'innovation forment un ensemble de règles collectives. Cette simulation multi-agents est réalisée sur la plateforme de modélisation NetLogo. La première phase a été la conception du modèle en coopération avec une étudiante en économie. Nous avons ainsi établi les fondements économiques du modèle tels que les classes de richesse ou la répartition de la population. Le modèle a ensuite été confronté à un réseau social simple : cette étape a notamment permis d'étudier l'influence des paramètres économiques de la simulation. Puis nous avons réparti les individus suivant des réseaux connus, tels que le modèle de Watts et Strogatz, le modèle de ségrégation de Schelling ou une répartition par attachement préférentiel. Chacun de ces réseaux possédant des paramètres qui lui sont propres, nous avons observé leur influence sur le comportement d'achat de la population, notamment en terme de propagation d'information ou de connexité du réseau.