

Zastosowanie systemów ekspertowych w obsłudze klientów sklepów internetowych

Praca magisterska napisana w Katedrze Informatyki w Górnośląskiej Wyższej Szkole Handlowej im. Wojciecha Korfantego w Katowicach.

WSTĘP 5

ROZDZIAŁ I CHARAKTERYSTYKA FUNKCJONOWANIA SKLEPÓW INTERNETOWYCH 8

1.1 WPROWADZENIE 8

1.1.1 Rodzaje sklepów internetowych 8

1.1.2 Zasady funkcjonowania sklepów internetowych 9

1.1.3 Wady i zalety sklepów internetowych 11

1.2 CZYNNIKI DECYDUJĄCE O POPULARNOŚCI SKLEPÓW INTERNETOWYCH 13

1.2.1 Lojalność klienta 19

1.3 DORADZTWO I OBSŁUGA KLIENTÓW W SKLEPACH INTERNETOWYCH 26

1.3.1 Czynniki decydujące o dokonaniu zakupu 26

1.3.2 Metody komunikacji z klientem 28

1.3.3 System ekspertowy jako potencjalny doradca 31

ROZDZIAŁ II ISTOTA TECHNOLOGII SYSTEMÓW EKSPERTOWYCH (SE) 33

2.1 POJĘCIE SYSTEMÓW EKSPERTOWYCH 34

2.1.1 Obszary zastosowań SE 36

2.1.2 Wady i zalety SE 37

2.1.3 Architektura SE 38

2.2 POZYSKIWANIE WIEDZY 40

2.3 REPREZENTACJA WIEDZY W SE 43

2.3.1 Logika formalna 44

2.3.2 Nieformalne metody przedstawiania wiedzy 47

2.4 STRATEGIE ROZWIĄZYWANIA PROBLEMÓW 50

2.4.1	Rozwiązywanie problemów metodami AI	51
2.4.2	Strategie rozwiązywania sytuacji konfliktowych	59
2.5	TWORZENIE SE	60
2.5.1	Analiza wstępna	61
2.5.2	Analiza i projektowanie	62
2.5.3	Wykonanie prototypu	63
2.5.4	Implementacja	63
2.5.5	Wdrożenie	63
2.5.6	Eksploatacja	64
2.5.7	Narzędzia stosowane w tworzeniu SE	64
	ROZDZIAŁ III SYSTEM SZKIELETOWY PC-SHELL	66
3.1	ARCHITEKTURA	66
3.1.1	Moduł sterujący	68
3.1.2	Translator języka opisu bazy wiedzy	68
3.1.3	Reprezentacja wiedzy	68
3.1.4	Elementy architektury tablicowej w systemie	69
3.1.5	Symulator sieci neuronowej	69
3.1.6	Wnioskowanie	70
3.1.7	Wyjaśnienia	70
3.1.8	Parametryzacja baz wiedzy	71
3.2	KOMUNIKACJA Z INNYMI APLIKACJAMI	71
3.2.1	Dostęp do baz danych	71
3.2.2	Dynamiczna wymiana danych (DDE)	73
3.2.3	Automatyzacja OLE	76
3.2.4	Integracja z innymi aplikacjami	77
3.2.5	Współpraca z WWW	78
	ROZDZIAŁ IV KONCEPCJA INTERNETOWEGO SERWISU DORADCZEGO DLA BRANŻY ROWEROWEJ	79
4.1	CHARAKTERYSTYKA BRANŻY ROWEROWEJ	79
4.2	INTERNETOWY SKLEP ROWEROWY	80
4.2.1	Konfiguracja	80
4.2.2	Opis produktów	82
4.2.3	Ilustracja oferty	84
4.2.4	Sprzedaż krzyżowa (cross-selling)	85
4.2.5	Proces komunikacji i obsługi	85
4.2.6	Promocja sprzedaży	86
4.2.7	Doradztwo w sklepach rowerowych	86

4.3 MOŻLIWOŚCI USPRAWNIENIA PRZEBIEGU PROCESU ZAKUPU W SKLEPIE INTERNETOWYM 88

4.4 KONCEPCJA SYSTEMU EKSPERTOWEGO DLA INTERNETOWEGO SKLEPU ROWEROWEGO 90

4.4.1 Analiza i projektowanie 90

4.4.2 Wykonanie prototypu 93

ZAKOŃCZENIE 108

WYKAZ LITERATURY 110

SPIS TABEL 113

SPIS RYSUNKÓW 114

Jeśli chcesz zamówić pisanie pracy od podstaw, to zapraszamy na stronę [pisanie prac](#) - sprawdzony serwis