

عنوان کتاب

سیستم های خبره و وب سایت های تجاری

مؤلفین:

حسن فتاح بکیان

علم، درسی (استاد دانشگاه)

ترجمه و ویراسته

۱۳۹۷

انتشارات جوهر حیات

سرشناسه	:	فتاح بگیان، حسن، ۱۳۶۷ -
عنوان و نام پدیدآور	:	سیستم های خبره و وب سایت های تجاری/ مولفین: حسن فتاح بگیان، علی دوستی استاد دانشگاه، توحید دوستی .
مشخصات نشر	:	ایلام: جوهر حیات.
مشخصات ظاهری	:	۷۰ ص.
شابک	:	۹۷۸-۶۰۰-۸۷۰۰-۷۵-۳
وضعیت فهرست نویسی	:	فنی
موضوع	:	نرم افزار -- تجاری
موضوع	:	Computer software --
شماره افزوده	:	فتاح بگیان، حسن، ۱۳۶۷
شماره افزوده	:	دوستی، علی، ۱۳۵۸
شماره روده	:	دوستی، توحید، ۱۳۶۸
رده بندی کنگره	:	۷۶/۷۶QA / ک۹د۸ ۱۳۹۷
رده بندی دیویی	:	۰۰۵/۱۴
شماره کتابت سی ملی	:	



سیستم های خبره و وب سایت های تجاری

مولفین: حسن فتاح بگیان، علی دوستی، استاد دانشگاه، توحید دوستی

ویراستار علمی: حسن فتاح بگیان

ویراستار ادبی: حسن فتاح بگیان

ناشر: جوهر حیات

طراح جلد: حسن فتاح بگیان

صفحه آرای: محمد امیدی

نوبت چاپ اول: ۱۳۹۷

شمارگان: ۱۰۰۰ نسخه

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۸۷۰۰-۷۵-۳

قیمت: ۱۰۰۰۰ تومان

نشانی: ایلام، بلوار دانشجو، روبروی دانشگاه پیام نور، مجتمع تجاری آریان، انتشارات جوهر حیات

تلفن: ۰۹۱۸۳۴۲۱۹۵۱ همراه: ۰۸۴) ۲۲۳۲۲۰۴

پیش گفتار

سیستم های خبره با هدف در دسترس قرار دادن مهارت های افراد متخصص، برای افراد غیر متخصص طراحی شده اند. این برنامه ها الگوی تفکر و شیوه عملکرد انسان را شبیه سازی می کنند و باعث نزدیکی عملکرد سیستم های خبره با عملکرد انسان یا فرد خبره می شوند. یکی از کاربردهای برنامه های خبره تسهیل سازی و افزایش فروش در سایتهای تجاری اینترنتی می باشد. این سیستم ها، اگر بدرستی بکار گرفته شوند می توانند تاثیر مثبت چشم گیری در افزایش بهره وری وب سایت های تجاری و افزایش فروش آنها داشته باشند. آنچه در این کتابچه آمده مطالعه مروری تحقیقات صورت گرفته در این خصوص می باشد.

۵	پیش گفتار
---	-----------

فصل اول

سیستم خبره

۱۱	مقدمه
۱۲	۱- تعاریف سیستم خبره
۱۴	۲- اجزای سیستم خبره
۱۵	۳- کاربرد سیستم خبره
۱۶	۴- منابع اطلاعات در یک سیستم خبره
۱۷	۵- فواید یک سیستم خبره
۱۸	۶- محدودیتهای یک سیستم خبره

فصل دوم

تجارت الکترونیک

۲۱	۱- مقدمه ای بر تجارت الکترونیک
۲۲	۲-۱ تعاریف تجارت الکترونیک
۲۳	۲-۲ انواع مدل های تجارت الکترونیک
۲۶	۲-۳ مراحل خرید و فروش الکترونیکی
۲۷	۲-۴ سیر تاریخی ارتباط با مشتری
۲۷	۱. تولید محصول توسط مشتری برای خویشتن
	۲- مرحله تولید برای مشتری شناخته شده: شکل گیری بنگاه های
۲۷	نخستین
۳۰	۴- مرحله مسابقه برای رضایت مشتری
۳۲	۳- تجارت الکترونیک مبتنی بر مشتری
۳۴	۴- عوامل موفقیت در بازاریابی الکترونیک

فصل سوم:

سیستم های خبره و افزایش فروش در وب سایت تجاری

- ۴۰ ۱-۱- تعریف وب سایت تجاری :
- ۴۲ ۱-۲- مراحل ایجاد وب سایت تجاری :
- ۴۳ ۱-۳- وب سایت تجاری از دید مشتری :
- ۴۵ ۱-۴- چهارچوب فرآیند ارزش وب سایت تجاری :
- ۴۷ ۱- سیستم های خبره پیاده سازی شده :
- ۶۴ ۲- نمونه های از سیستم های خبره آن لاین :
- ۶۷ ۳- نتیجه گیر :
- ۶۹ منابع و ه حذف