

عنوان مقاله:

توسعه و بومی سازی آنتولوژی استانداردگودرلیشن به منظور توسعه کاربردهای وب معنایی در تجارت الکترونیک ایران

محل انتشار:

دومین کنفرانس ملی محاسبات نرم و فن آوری اطلاعات (سال: 1390)

تعداد صفحات اصل مقاله: 6

نویسندگان:

سجاد احصایی - دانشجوی کارشناسی ارشد تجارت الکترونیک

شهداد شریعتمداری - عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد شیراز

بهمن اجدری - کارشناسی ارشد بازاریابی و تجارت الکترونیک

مریم پیشور - کارشناس مهندسی فناوری اطلاعات

خلاصه مقاله:

امروزه تجارت الکترونیک نتوانسته توصیه هایی مناسب برای یافتن کالا یا استفاده از فرایند تجاری که شامل پروفایلهای استفاده کنندگان یا منابع موجود در وب میب اشد را فراهم کند وب معنایی راه حلی ارایه داده است تا در محیطهای اقتصادی و بازار خریدار بتواند پیشنهادات فروشندگان را دریافت و از بین آنها بهترین گزینه را انتخاب نماید محصولات پیچیده نیاز به توصیفات مبتنی بر دانش یا آنتولوژی دارند درواقع هسته اصلی وب معنایی آنتولوژی ها هستند که ارتباط بین مفاهیم هر حوزه وقوانین حاکم میان آنها را تعریف کرده و به کمک آن می توان اشیا موجود در صفحات وب را معنادار و توصیف کرد که به این پروسه حاشیه نویسی گویند GOOD relation آنتولوژی است که درحال حاضر یک لغتنامه استاندارد برای تجارت الکترونیک دراختیار دارد و yahoo searchmonkey یک موتور جستجوی معنایی است که از آن استفاده می کند از آنجایی که هیچ آنتولوژی شناخته شده و استاندارد درحوزه تجارت الکترونیک در زبان فارسی وجود ندارد به توسعه و بومی سازی آنتولوژی استاندارد good relation به زبان فارسی و درحوزه فعالیت های خدماتی پرداخته ایم و سعی نموده ایم که درآنتولوژی طراحی شده شرایط تجارت سنتی را اعمال کنیم

کلمات کلیدی:

تجارت الکترونیک، وب معنایی، آنتولوژی توصیف محصول، حاشیه نویسی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/142929>

