

عنوان مقاله:

نقش و ارتباط وب معنایی در مدل B2B تجارت الکترونیک

محل انتشار:

چهارمین همایش ملی تجارت الکترونیک (سال: 1386)

تعداد صفحات اصل مقاله: 9

نویسندگان:

محمود درودچی - *Professor of Computer Science Cardinal Stritch University Milwaukee , WI*

امید ملازاده صادقیون - *دانشجوی کارشناسی ارشد فناوری اطلاعات (تجارت الکترونیک) دانشگاه مجازی*

خلاصه مقاله:

آمدن اینترنت و پیشرفت تجارت الکترونیک در محیط وب، باعث تغییر نوع تجارت از شکل سنتی به شکل مبتنی بر وب شده است. حال شرکتها و مشتریان با انبوه اطلاعات و صفحات وب در فضای سایبرمواجه شده اند که جستجو، جمع آوری و پردازش اطلاعات برای تامین نیازمندیهایشان کاری بسیار طاقت فرسا است که با عرضه تکنولوژی وب معنایی در این برهه از زمان این امر را تسهیل نموده است. در این مقاله به بررسی نقش وب معنایی روی مدل تاجر به تاجر (B2B) تجارت الکترونیک پرداخته و به تبیین اثر آن بر روی تجارت، مشتریان، اقتصاد و وب سرویس معنایی و مزایا و موانع استقرار آن را تشریح مینماییم.

کلمات کلیدی:

وب معنایی، تجارت الکترونیک، زبان نشانه گذاری توسعه پذیر، هستی شناسی، تجارت الکترونیک تاجر با تاجر

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/29316>

