

عنوان مقاله:

آنتولوژی در وب معنایی و ارتباط آن با تجارت الکترونیک

محل انتشار:

دومین همایش بین المللی افق های نوین در علوم پایه و فنی و مهندسی (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 10

نویسندگان:

زینب عبدی - دانشجوی دپارتمان کامپیوتر- آموزشکده فنی دختران قم- دانشگاه فنی و حرفه ای استان قم- قم

ناهید آزادی چگنی - دانشجوی دپارتمان کامپیوتر- آموزشکده فنی دختران قم- دانشگاه فنی و حرفه ای استان قم- قم

فائقه فقیه موسوی - مدرس دپارتمان کامپیوتر- آموزشکده فنی دختران قم- دانشگاه فنی و حرفه ای استان قم- قم

خلاصه مقاله:

آنتولوژی جایگاه بسیار والایی را در بازیابی اطلاعات پیدا کرده‌اند. امروزه کاربران با حجم عظیمی از اطلاعات مواجه هستند که برای دستیابی و استخراج اطلاعات از آنتولوژی استفاده میکنند. توسعه تجارت الکترونیک سبب تغییرات بزرگی شده است و چگونگی رسیدن سفارش کالا به مشتری و عملکرد داخلی آن ربط پیدا کرده است. برای هدایت این امر باید ماشینها به طور معنایی آگاه شوند. وب معنایی به دنبال این است که بتواند ارتباط ماشینها با یکدیگر را برقرار کنند. آنتولوژی نقش بسیار مهمی در استخراج و بازیابی اطلاعات در وب معنایی را دارد و در تجارت الکترونیک چگونگی رسیدن کالا به مشتری و ارتباط بین ماشینها را از طریق وب معنایی و آنتولوژیها انجام میشود. در این مقاله به تشریح آنتولوژیها و تعریف وب معنایی، و اهمیت آنتولوژی در وب معنایی پرداخته و سپس به ارزیابی عوامل موفقیت در تجارت الکترونیک و اهمیت وب معنایی در این رابطه میپردازد.

کلمات کلیدی:

آنتولوژی، وب معنایی، تجارت الکترونیک، طبقه بندی صفحه وب مبتنی بر آنتولوژی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/980341>

