

<<电子商务个性化>>

图书基本信息

书名：<<电子商务个性化>>

13位ISBN编号：9787302139744

10位ISBN编号：7302139741

出版时间：2007-1

出版时间：清华大学

作者：余力

页数：275

字数：347000

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<电子商务个性化>>

内容概要

本书全面系统地论述了电子商务个性化的理论、技术、方法及其典型应用。

全书共分12章，第1章主要介绍了电子商务个性化的产生和发展、理论基础、相关技术及其最新发展动态；第2-9章主要阐述了电子商务个性化推荐的相关理论、方法及技术，包括个性化服务分析、电子商务推荐系统、用户建模技术、个性化推荐方法、关联规则推荐、智能信息代理、个性化的eCRM；第10-12章分别介绍了电子商务个性化分别在电子超市、数字图书馆及证券领域的应用。

本书可作为电子商务、信息系统、数据库、数据挖掘等相关领域研究与开发人员的参考用书；还可供高等院校的电子商务、信息管理与信息系统、计算机应用、管理科学与工程、系统工程等专业的研究生和高年级本科生作为参考书使用。

<<电子商务个性化>>

作者简介

余力，博士，中国人民大学信息学院讲理由。

毕业于北京航空航天大学经济管理学院。

目前主要从事个性化推荐、电子商务、DSS与商业智能、CRM、IT项目管理等领域的研究工作。

主持或参与国家自然科学基金、省部级科研项目5部。

在Expert System with Application、《计算机科学》、《计算机集成制造系统》、《计算机工程》、《系统工程理论与实践》等国内外重要学术期刊、学术会议发表论文20多篇，其中SCI、EI、ISTP检索7篇，撰写专著1本。

<<电子商务个性化>>

书籍目录

第一篇 基础理论 第1章 绪论 1.1 电子商务个性的产生与发展 1.2 电子商务个性化的理论基础 1.3 电子商务个性化的应用领域 第2章 个性化服务分析 2.1 个性化服务概述 2.2 个性化服务的特征与形式 2.3 个性化服务技术 2.4 个性化服务体系结构 2.5 个性化服务应用比较研究 第3章 电子商务个性化概述 3.1 电子商务个性化概念 3.2 电子商务个性化需求 3.3 电子商务个性化服务内容 3.4 正确认识电子商务个性化的价值 第4章 电子商务推荐系统 4.1 电子商务推荐系统简介 4.2 推荐系统类型 4.3 推荐系统架构 第5章 电子商务用户建模 5.1 获取用户信息 5.2 用户建模技术 5.3 用户聚类模型 第二篇 方法技术 第6章 个性化推荐技术 6.1 个性化推荐技术 6.2 推荐评价 6.3 个性化推荐技术的关键问题 6.4 国内外电子商务推荐技术比较分析 第7章 关联规则推荐 第8章 个性化智能信息代理 第9章 个性化的eCRM 第10章 电子超市购物推荐系统分析参考文献

<<电子商务个性化>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>