

Wspomaganie decyzji klienta w systemach handlu elektronicznego.

Wstęp.....4

Rozdział 1.

Teoria zachowan konsumenta

- 1.1. Podstawowe pojęcia i definicje.....6
- 1.2. Relacje producent – konsument.....9
 - 1.2.1. E-commers.....9
 - 1.2.2. Lojalnosc konsumenta.....11
- 1.3. Decyzje konsumenta na rynku elektronicznym 12

Rozdział 2.

Wybrane metody wspomagania decyzji wielokryterialnych

- 2.1. Metoda ahp16
- 2.2. Metoda electre..... 21
- 2.3. Metoda topsis..... 32

Rozdział 3.

Model systemu wspomagania decyzji wyboru ofert w internetowym serwisie porównującym ceny

- 3.1. Analiza internetowych systemów porównujących ceny..... 35
- 3.2. Algorytm wyboru..... 37
- 3.3. Projekt rozbudowy systemów porównujących..... 40
 - 3.3.1. Wejscia systemu..... 40
 - 3.3.2. Weryfikacja obliczeniowa w srodowisku meczowym..... 44

3.4. Opis działania podsystemu wspomagania decyzji.....	47
---	----

Zakończenie	48
--------------------------	-----------

Spis rysunków	49
----------------------------	-----------

Spis tablic	50
--------------------------	-----------

Literatura	51
-------------------------	-----------