

---

# CUPRINS

---

## Despre Teză

<b>1</b>	<b>ANALIZA - DATA MINING</b>	<b>10</b>
1.1	Elemente generale în DATA MINING . . . . .	10
1.2	Ce se poate rezolva cu Data Mining . . . . .	23
1.2.1	Clasificare . . . . .	25
1.2.2	Noțiunea de clustering . . . . .	28
1.2.3	Descoperirea regulilor de asociere . . . . .	35
1.3	Elemente și aplicații Data mining . . . . .	37
1.4	Relația cu Web Data mining . . . . .	38
<b>2</b>	<b>E-COMMERCE</b>	<b>42</b>
2.1	Definirea conceptului și exemplificarea principalelor trăsături specifice e-commerce-ului în afaceri . . . . .	42
2.2	Avantajele și furnizarea de servicii pentru E-commerce . . . . .	46
2.2.1	Avantajele E-Commerce-ului . . . . .	46
2.2.2	E-commerce o rețetă către succes . . . . .	48
<b>3</b>	<b>WEB MINING</b>	<b>51</b>
3.1	Generalități . . . . .	51
3.1.1	Evoluția sistemelor informatice . . . . .	51
3.1.2	World Wide Web, E-Commerce și Business Intelligence . . . . .	52
3.1.3	Evoluția WEB . . . . .	53
3.1.4	Internetul și managementul informației electronice . . . . .	57
3.2	Web Content Mining . . . . .	59
3.3	Web structure mining . . . . .	71
3.4	Web usage mining . . . . .	77

<b>4</b>	<b>FUNDAMENTE TEORETICE PENTRU ALGORITMI DATA MINING</b>	<b>92</b>
4.1	Modelul Naïve Bayes pentru dezambiguizarea nesupravegheată a înțelesului cuvintelor . . . . .	92
4.1.1	Modelul Naïve Bayes . . . . .	93
4.1.2	Estimarea parametrilor $\alpha_k$ și $\theta_{kj}$ folosind algorimul EM . . . . .	94
4.2	Algoritmul PageRank . . . . .	96
<b>5</b>	<b>APLICAȚII DATA MINING</b>	<b>102</b>
5.1	Introducere . . . . .	102
5.2	Fișier de tip log . . . . .	102
5.3	Utilitare pentru analizarea fișierelor web . . . . .	107
5.4	Experimente și rezultate . . . . .	112
5.5	Concluzii și cercetări viitoare . . . . .	120