

1. Record Nr.	UNISA996466358903316
Titolo	Computational Logic in Multi-Agent Systems [[electronic resource]] : 4th International Workshop, CLIMA IV, Fort Lauderdale, FL, USA, January 6-7, 2004, Revised Selected and Invited Papers // edited by João Leite
Pubbl/distr/stampa	Berlin, Heidelberg : , : Springer Berlin Heidelberg : , : Imprint : Springer, , 2005
ISBN	3-540-30200-X
Edizione	[1st ed. 2005.]
Descrizione fisica	1 online resource (XII, 251 p.)
Collana	Lecture Notes in Artificial Intelligence ; ; 3259
Disciplina	004/.015113
Soggetti	Artificial intelligence Computer communication systems Mathematical logic Artificial Intelligence Computer Communication Networks Mathematical Logic and Formal Languages
Lingua di pubblicazione	Inglese
Formato	Materiale a stampa
Livello bibliografico	Monografia
Note generali	Bibliographic Level Mode of Issuance: Monograph
Nota di bibliografia	Includes bibliographical references and index.
Nota di contenuto	Invited Papers -- Distributed Algorithms for Dynamic Survivability of Multiagent Systems -- Programming Groups of Rational Agents -- Negotiation in Multi-agent Systems -- An Abductive Framework for Information Exchange in Multi-agent Systems -- Fault Tolerant and Fixed Scalable Structure of Middle-Agents -- Symbolic Negotiation with Linear Logic -- Planning in Multi-agent Systems -- Planning Experiments in the DALI Logic Programming Language -- A New HTN Planning Framework for Agents in Dynamic Environments -- Knowledge Revision and Update in Multi-agent Systems -- Revising Knowledge in Multi-agent Systems Using Revision Programming with Preferences -- A New Framework for Knowledge Revision of Abductive Agents Through Their Interaction -- Weighted Multi Dimensional Logic Programs -- (Dis)Belief Change Based on Messages Processing -- Learning in BDI Multi-agent Systems -- Learning in BDI Multi-agent Systems -- The Apriori Stochastic Dependency Detection (ASDD) Algorithm for Learning Stochastic Logic Rules.

Over recent years, the notion of agency has claimed a major role in defining the trends of modern research. Influencing a broad spectrum of disciplines such as sociology, psychology, philosophy and many more, the agent paradigm virtually invaded every subfield of computer science, because of its promising applications for the Internet and in robotics. Multi-agent systems (MAS) are communities of problem-solving entities that can perceive and act upon their environments to achieve their individual goals as well as joint goals. The work on such systems integrates many technologies and concepts in artificial intelligence and other areas of computing. There is a full spectrum of MAS applications that have been and are being developed: from search engines to educational aids to electronic commerce and trade. Although commonly implemented by means of imperative languages, mainly for reasons of efficiency, the agent concept has recently increased its influence in the research and development of computational logic-based systems. Computational logic, by virtue of its nature both in substance and method, provides a well-defined, general, and rigorous framework for systematically studying computation, be it syntax, semantics, and procedures, or implementations, environments, tools, and standards. Computational logic approaches problems, and provides solutions, at a sufficient level of abstraction so that they generalize from problem domain to problem domain, afforded by the nature of its very foundation in logic, both in substance and method, which constitutes one of its major assets.

2. Record Nr.	UNINA9910367586603321
Titolo	Shops und kommerzielle Warenangebote : Publikumsorientierte Instrumente zur Steigerung der Museumsattraktivität / Hartmut John
Pubbl/distr/stampa	Bielefeld, : transcript Verlag, 2015 2015, c2000
ISBN	9783839400555 3839400554
Edizione	[1st ed.]
Descrizione fisica	1 online resource (132)
Collana	Schriften zum Kultur- und Museumsmanagement
Classificazione	AK 86700
Soggetti	Museum Kulturmanagement Cultural Management Museumsmanagement Museum Management Practical Museography Praktische Museumskunde
Lingua di pubblicazione	Tedesco
Formato	Materiale a stampa
Livello bibliografico	Monografia
Nota di contenuto	Frontmatter 1 Inhalt 7 Vorwort 11 Merchandising als Bestandteil eines integrierten Museumskonzeptes 15 Museumsladen in NRW 31 Erfolgreiche Museumsshops 59 Integration von Museumsshops in das Marketingkonzept von Museen 69 Steuerpflicht für Museumsshops 79 Organisations- und Tregerschaftsmodelle für Museumsshops 93 Der Museumsshop in Tregerschaft eines Fordervereins 103 Die GmbH als Museumsshop-Betreiber 111 Autoren 127 Bildnachweis 129 Backmatter 130
Sommario/riassunto	Die Beiträge des Tagungsbandes vermitteln anschaulich verschiedene Zugänge zur Problematik von Museumsshops und unterstützen Museen beim Aufbau eines kommerziellen Warenangebots. Zwar bieten auch in Deutschland immer mehr Museen ihren Besuchern den Service eines hauseigenen Museumsshops; gerade bei Um- und Neubauten gehört der Museumsladen fast schon zur Regelausstattung. Dennoch besteht

hier nach wie vor ein großer Informationsbedarf, und den Entscheidungsträgern in den Museen stellen sich bei der Einrichtung eines Shops zahlreiche Fragen, etwa nach der besten Betriebsform oder dem passenden Verkaufssortiment. Die Beiträge des vorliegenden Tagungsbandes sollen bei der Entscheidungsfindung helfen und vermitteln anschaulich verschiedene Zugänge zur Problematik von Museumsshops und des Aufbaus eines kommerziellen Warenangebots. Der Band bildet die ideale Ergänzung zu dem Handbuch »Der Museumsshop«, das 1999 bei transcript erschienen ist.

»Die Autoren um Hartmut John machen eines klar: die Bedenken, Kultur dürfe keine kommerziellen Gedanken verfolgen, muten im internationalen Vergleich antiquiert an. Ein gut geführter Museumsshop sollte vielmehr in das Gesamtkonzept einer Kultureinrichtung einfließen.«

»Der Museumsshop bleibt damit nach wie vor im Gespräch. Letztlich, das zeigt auch diese Publikation, werden die richtige Wahl des Betreibermodells, die Lösung der Personalfrage und eine gute Hand bei Gestaltung und Wareneinkauf über Erfolg oder Mißerfolg eines solchen Instruments zur Steigerung der Museumsattraktivität entscheiden.«
