

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/kursovaya-rabota/292294>

Тип работы: Курсовая работа

Предмет: Информационные технологии

Содержание

Введение 2

1. Теоретические основы использования чат-ботов 3

1.1. Понятие и сущность чат-ботов 3

1.2. Чат-боты и их применения в разных областях 7

2. Использование чат-ботов в юридической деятельности 11

2.1. Применение искусственного интеллекта в юридической деятельности 11

2.2. Чат-бот для юриста и адвоката 27

Заключение 32

Список литературы 34

Введение

Введение. Ни для кого не секрет, что Интернет стал неотъемлемой частью жизни современного общества. В настоящее время большинству людей сложно представить себя без использования социальных сетей, различных мессенджеров и доступа к Всемирной паутине.

Не удивительно, что, смотря на подобное развитие социума, экономическая среда активно внедряет новейшие прорывы в сфере информационных технологий в свою структуру. Так большинство крупных рекламных площадок используют историю поисковых запросов пользователя для выдачи наиболее релевантных предложений, а при помощи социальных сетей можно отслеживать целевую аудиторию, интересующуюся тем или иным товаром.

Внедрение Интернет-технологий повлияло и на сферу маркетинга. Повсеместно распространяются и развиваются Интернет-магазины и площадки, увеличивается качество сервиса и доставки, активно развиваются каналы продаж. Одним из таких каналов является чат-боты.

Объект исследования - чат-боты.

Предмет исследования - использование чат-ботов в юридической деятельности.

Цель работы - изучить использование чат-ботов в юридической деятельности.

Задачи работы:

- изучить понятие и сущность чат-ботов;
- рассмотреть чат-боты и их применение в разных областях;
- раскрыть применение искусственного интеллекта в юридической деятельности;
- изучить чат-боты для юриста и адвоката.

Методы исследования: теоретические – теоретический анализ научных источников, методы сопоставления и аналогии, синтез и обобщение; эмпирические – оценка эффективности внедрения информационных технологий.

Структура исследования состоит из введения, двух глав, заключения, список литературы.

1. Теоретические основы использования чат-ботов

1.1. Понятие и сущность чат-ботов

Чат-бот – это сервис, который ведет диалог с посетителем сайта или онлайн-магазина при помощи текстовых или голосовых сообщений. Он позволяет автоматизировать простые и рутинные операции, которые возникают при работе с клиентом. Например, ответы на часто возникающие вопросы,

автоматизация процесса продажи, консультирование покупателя о свойствах товара и так далее . Бота, как правило, внедряют либо непосредственно в структуру самого сайта, где он ведет диалог с пользователем в окне браузера, либо его разрабатывают при помощи специальных инструментов и конструкторов для работы в различных мессенджерах и социальных сетях. Когда пользователь отправляет рабочему боту определенный запрос, то робот способен ответить либо сообщением, голосовым или текстовым, на поставленный вопрос, либо же выполнить некоторое заранее прописанное действие, например, оформление заявки на покупку или бронирование номера в отеле.

Всех ботов можно разделить на функционирующих на основе некоторых правил и на основе искусственного интеллекта. Чат-боты, логика которых управляется сводом правил, являются наиболее распространенными и в то же время ограниченными. На вход они должны получать четкую и конкретную команду от пользователя. В ином случае бот не сможет корректно ответить на запрос. При разработке чат-бота такого вида разработчик должен заранее просчитать все возможные действия, которые будет предпринимать пользователь при общении с ботом, и создать соответствующую структуру поведения.

Боты, в чьей основе лежат машинное обучение и искусственный интеллект, более сложны в разработке, но их эффективность гораздо выше. Общение с таким чат-ботом гораздо сильнее походит на общение с живым человеком, а сам пользователь уже не обязан вводить максимально точные команды и запросы. Но разработка бота с искусственным интеллектом имеет существенный недостаток. Он заключается в необходимости разработки сложных алгоритмов и обладание мощной технической базой. Подобными ресурсами обладают только большие и развитые компании, соответственно делая недостижимым создание «умного» бота маленькими компаниями.

Чат-бот имеет ряд неоспоримых преимуществ. Одним из наиважнейших свойств является возможность вести работу с клиентами в режиме «онлайн» без перебоев днем и ночью. Это позволяет потенциальному покупателю совершить заказ или получить необходимую информацию о товаре или услуге в удобное ему время суток. При этом ответ от бота будет получен с высокой скоростью, а клиенту не придется ждать, пока появится оператор. Для компании подобная функция полезна тем, что появляется возможность принимать заказы во вне рабочее время, тем самым увеличивая процент продаж и выручку и снижая затраты на работу персонала .

К весомым преимуществам можно отнести и доступность чат-бота для самого клиента. Современный пользователь с сильной неохотой устанавливает специальные приложения компаний на свой смартфон. Особенно если по его предположению оно понадобится ему единично или не более пары-тройки раз. Это может привести к тому, что клиент попросту не установит приложение, а значит, существует большая вероятность, что контакт с возможным покупателем не будет установлен.

Чат-боты способны решить эту проблему следующим образом. Почти у всех, кто пользуется смартфоном, установлены различные мессенджеры. Находясь в них предполагаемому клиенту гораздо удобнее подписаться на чат-бота и через него осуществить заказ или получить нужную информацию. При этом отсутствует необходимость скачивать и устанавливать дополнительные приложения, что экономит время и технические ресурсы пользователя.

Также компания получает возможность при помощи бота осуществлять информирование клиента о различных акциях, новинках и предлагать индивидуальные предложения в ненавязчивом формате. Но современные боты не лишены недостатков. Основным узким местом является ограниченность возможностей бота. Несмотря на то, что технологии разработки развиваются семимильными шагами, их все еще недостаточно для покрытия всех требований пользователя. Также одной из проблем использования бота является то, что клиенты все еще находятся в стадии привыкания к роботизированным консультантам. Многие до сих пор могут отказываться от их помощи, считая их недостаточно компетентными и даже способны их упрекнуть в бездушности и отсутствии эмпатии. Это доказала группа исследователей, которая выяснила, что в случае, если человек распознает, что общается не с живым человеком, а с ботом, то вероятность осуществления продажи падает на 79,7%. Но несмотря на это, роботы способны продавать эффективнее неопытных сотрудников до четырех раз лучше и продуктивнее .

В качестве примера эффективной работы чат-бота можно рассмотреть внедрение робота в деятельность University of the People (UoPeople). Это один из крупнейших в мире некоммерческих онлайн-университетов. Количество обучающихся по всему миру превышает 20 000 студентов самых разных возрастов, направлений и специальностей. В определенный момент перед университетом встал вопрос о том, каким образом лучше всего донести потенциальным студентам информацию о программах и какой квалификацией необходимо обладать для поступления.

Ключевая проблема UoPeople заключалась в том, что большинство абитуриентов перед тем, как подать

заявление, задавали огромное количество вопросов университету в социальной сети Facebook. Несмотря на то, что персонал университета работал по всему миру и имелась возможность отвечать на все вопросы, этого было недостаточно. Основной загвоздкой было то, что порой приходилось вести долгий диалог с возможным кандидатом, который мог длиться более часа и даже двух.

UoPeople решили, что этот процесс можно и нужно автоматизировать. На этом этапе было принято решение создать чат-бота в Facebook Messenger. Был разработан бот, задача которого заключалась в информировании потенциального студента об университете, программах, на которые можно было поступить, стоимости и сроках обучения, а также удовлетворяет ли кандидат всем предъявляемым университетом требованиям. И в случае, если абитуриент отвечает требованиям, чат-бот предлагал подать заявление на обучение в UoPeople.

В данной ситуации чат-бот являлся воронкой для генерации лидов. Пользователь начинал общение с роботом, который в свою очередь в начале опрашивал является ли его собеседник студентом университета или пока лишь только заинтересован в поступлении. После получения ответа на этот вопрос изменялась и дальнейшая структура общения с пользователем: либо выдавались ответы по обучению действующих студентов, либо о том, как поступить в университет.

В ходе диалога с абитуриентами робот узнавал уровень образования кандидата, его квалификацию и желаемое направление обучения. Все вопросы в таком случае выдавались в автоматическом режиме, что экономило время операторов и повышало скорость обратной связи. Это решение дало университету возможность обработать огромное количество заявок абитуриентов совершенно без участия человека, что положительно сказалось на уровне дохода организации.

После того, как успех внедрения чат-бота стал очевиден, UoPeople провели масштабную рекламную кампанию, которая серьезно увеличила трафик пользователей на странице в Facebook. Результатом совокупности этих действий стало невероятное увеличение количества поступивших и поступающих студентов. Всего лишь за несколько недель удалось совершить такой объем продаж, который ранее достигался за несколько месяцев работы живых операторов, отвечавших на вопросы абитуриентов вручную. UoPeople за такой относительно небольшой промежуток времени смогли добиться следующих результатов:

1. Более 40 тыс. абитуриентов обратились к чат-боту с различными вопросами, связанными с зачислением;
2. Более половины из них заинтересовались обучением в этом университете;
3. Пятая часть решили заполнить заявление. Резюмируя все вышесказанное, хотелось бы отметить, что чат-бот это уникальный инструмент для коммуникации с потребителем, поскольку он значительно упрощает ее. За счет того, что с компанией можно связаться с помощью чат-бота, компания может сократить расходы на сотрудников, заполучить лояльность покупателей, а также получать драгоценную обратную связь напрямую от потребителя. В то же время не стоит забывать, что чат-бот не решает всех проблем, связанных с коммуникацией и продажами, иногда введение чат-бота может быть даже неэффективным. Поэтому необходимо рассматривать каждый случай индивидуально и, исходя из этого, принимать решение о целесообразности разработки чат-бота .

1.2. Чат-боты и их применения в разных областях

Чат-боты считаются одним из самых перспективных сегментов программного обеспечения с искусственным интеллектом, доля которого растёт с каждым годом. Увеличение спроса на чат-боты и снижение стоимости их разработки стимулирует активный рост индустрии.

Чат-бот – это в первую очередь результат взаимодействия человека с искусственным интеллектом.

Благодаря встроенным алгоритмам, любой чат- бот может помогать клиентам решать различные задачи, например поиск информации, оказание услуг во многих сферах. Также чат-боты можно классифицировать по платформе внедрения и функциональности. Они могут быть как простыми – бот в Telegram, так и сложными, которые обладают искусственным интеллектом – голосовой помощник Siri.

В основном чат-боты подразделяются на 2 вида:

1. Примитивные чат-боты.

Такие боты не способны к самообучению. Они ограничены и отвечают только на те команды, которые были занесены в их память. Если попросить их выполнить другую команду, то в лучшем случае - вы не получите нужного результата, в худшем – чат-бот выдаст вам ошибку.

2. Продвинутые чат-боты.

Вот тут уже поинтереснее. Они обладают искусственным интеллектом, и работа их основана на машинном

обучении. Для их использования не обязательно подбирать определенные фразы или давать конкретные команды, чтобы быть понятным. Они понимают живую речь и постоянно обучаются, получая новые знания из взаимодействия с человеком.

Примитивный – стандартный чат-бот в Telegram. Обычно его функционал ограничен, и выполняет он несколько заданных ему команд.

Продвинутый – голосовой помощник Siri. Данное приложение основано на искусственном интеллекте, который использует обработку естественной речи, чтобы отвечать на вопросы и давать рекомендации. Благодаря этому, Siri приспосабливается к каждому пользователю индивидуально, изучая его предпочтения в течение долгого времени .

Сферы, в которых чаще всего используют чат-ботов:

Наиболее часто чат-ботов используют в продажах, саппорте и маркетинге. Они сводят рутинную работу к алгоритмам, тем самым повышая производительность.

Банки – начиная от онлайн-расчетов процентов по займам и кредитам и заканчивая выполнением определенных денежных транзакций и общением с клиентами.

Операторы связи – в основном используют их для тех. поддержки, когда ответом на вопрос клиента может служить стандартная в большинстве случаев фраза.

Онлайн-торговля – предоставление информации по ассортименту, доставке, оплате.

Обучаемый чат-бот H&M.

Здравоохранение – достаточно широкий круг возможностей, например предоставление определенных медицинских материалов, либо запись на прием к необходимому врачу.

Чат-бот в сфере здравоохранения.

Туризм – в основном используют для рекламирования своих предложений. Рассылка «горящих» туров. Но так же может быть функционал бронирования билетов.

Чат-бот Aviasales в Telegram.

Преимущества чат-ботов:

Чат-боты облегчают работу не только клиентам, но и компаниям, которые их используют.

Например, благодаря им, увеличиваются объемы продаж, так как чат-бот может предложить действительно нужный товар, а если чат-бот оснащен искусственным интеллектом, то он может запомнить их предпочтения для следующих покупок.

Чат-боты способствуют большему обслуживанию клиентов, сокращая расходы на персонал, ведь по данным исследований, 80% запросов решаются без участия человека.

Чат-боты способны работать 24/7 и консультируют клиента намного быстрее любого сотрудника.

Чат-боты могут задавать вопросы и генерировать лиды, таким образом любая компания получает необходимую информацию о заказчиках, что позволяет заранее знать, какие у них потребности .

Итог:

У чат-ботов несомненно есть будущее. С каждым годом на разработку и улучшение чат-ботов выделяют из государственного бюджета все больше денежных средств, и как мы можем заметить, с каждым годом функционал чат-ботов расширяется. Это действительно очень универсальная технология, которая способна облегчить работу и заменить человеческую деятельность в определенных отраслях.

Список литературы

1. Азимов А. Хоровод. Я, робот / Айзек Азимов; пер. с англ. Н.А. Сосновской, А.Д. Иорданского. – М., 2020.
2. Андреев В.К., Лаптев В.А., Чуча С.Ю. Искусственный интеллект в системе электронного правосудия при рассмотрении корпоративных споров // Вестник Санкт-Петербургского университета. Право. – 2020. – № 1.
3. Андреев А. Какое будущее ожидает чат-боты. Перспективы и предсказания. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://apix-drive.com/ru/blog/marketing/chat-bots-future>.
4. Белоус Е. Как чат боты создают ценность для вашего бизнеса / Энциклопедия маркетинга [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.marketing.spb.ru/lib-comm/dm/bot.htm>
5. Бирюков П.Н. Искусственный интеллект и «предсказанное правосудие»: зарубежный опыт // Lex Russica. – 2019. – № 11.
6. Гринштейн С. Когда голосовые помощники начнут по-настоящему помогать. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://habr.com/ru/post/303962>.
7. Гурбанов Р.А. Оглы. Европейская хартия об этических принципах применения искусственного интеллекта в судебных системах: ценностные ориентиры // Журнал зарубежного законодательства и сравнительного

правоведения. – 2020. – № 1.

8. Гуров О. Этические вопросы искусственного интеллекта: мост между человеком и технологией. 26 июля 2019. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://russiancouncil.ru/analytics-and-comments/analytics/eticheskie-voprosy-iskusstvennogo-intellekta-most-mezhdu-chelovekom-i-tekhnologiyey>.

9. Добробаба М.Б., Чаннов С.Е. Цифровое право: проблемы понимания в субъективном и объективном смыслах // Информационное право. – 2020. – № 1.

10. Залоило М.В. Современные юридические технологии в правотворчестве: научно-практическое пособие / под ред. Д.А. Пашенцева. – М., 2020.

11. Залоило М.В. Фрагментация как современная тенденция развития правового пространства // Право. Журнал Высшей школы экономики. – 2020. – № 1.

12. Козориз А. В. Чат-боты как результат цифровизации маркетинговых коммуникаций коммерческих предприятий: предварительные результаты // Вопросы устойчивого развития общества. – 2020. – №6. – с. 125-132.

13. Кузнецов В. В. Перспективы развития чат-ботов // Успехи современной науки. – 2021. – №12. – С. 16-19.

14. Макарова Е. Что такое чат-боты и какие они бывают.[Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.carrotquest.io/chatbot/chatbot-types>.

15. Смыслова, Л. В. Чат-бот как современное средство интернет- коммуникаций / Л. В. Смыслова // Молодой ученый. – 2022. – № 9 (195). – С. 36-39.

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/kursovaya-rabota/292294>