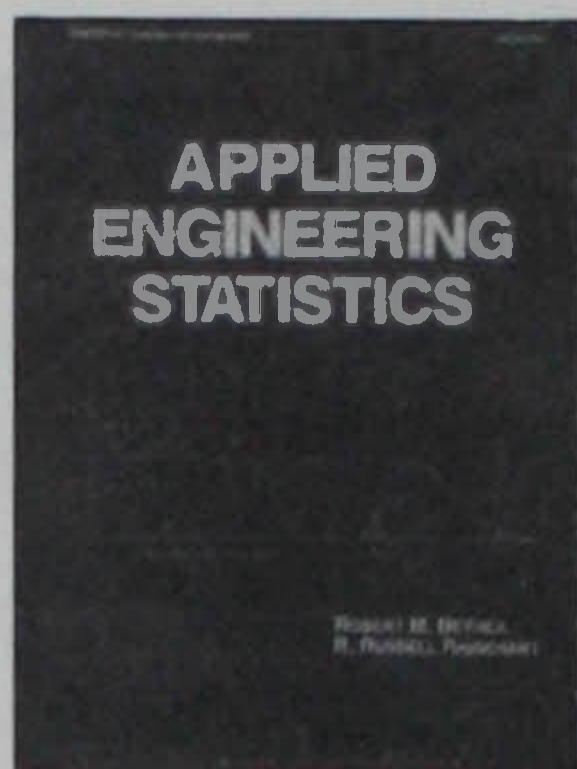


R.M. Bethea, R.R. Rhinehart, *Applied Engineering Statistics*, Marcel Dekker, New York, 1991, cartonado 18x26 cm, 424 pág., 66 fig., 29 quadros, ISBN 0.8247.7, preço US\$ 63.25.

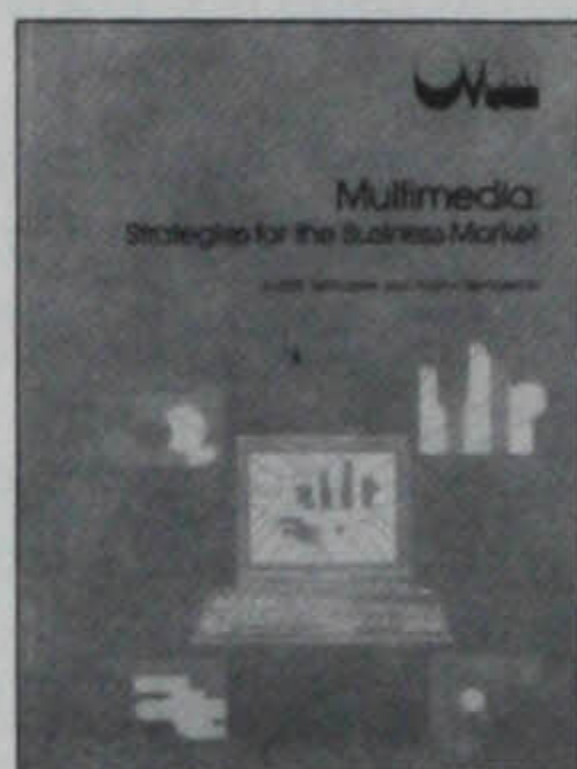


A estatística aplicada à engenharia, como disciplina importante na formação tecnológica moderna, tem sido objectivo de inúmeros livros. Dos que vimos, nunca nenhum deu o tratamento contido neste texto exemplar. É que trata as

diferentes técnicas quanto aos seus princípios e através de inúmeros exemplos resolvidos e comentados. Didacticamente bem concebido. O conteúdo é moderno. A apresentação gráfica é excelente. Temas abordados: distribuições discretas e contínuas, estatística descritiva, inferências e estimativas, formulação e ensaios, análise de variância, de regressão e experimental, controlo estatístico de processo, testes não-paramétricos, validação de modelos, fiabilidade e propagação de erros.



J. Jeffcoate, A. Templeton, *Multimedia: Strategies for the Business Market*, Ovum, London, 1992, brochado, A4, 402 pág., 44 fig., ISBN 0-903969-64-5, preço £ 725.



O termo multimédia está na moda. Com a diversidade de meios de comunicação consequentes da microelectrónica e das tecnologias de informação, a palavra multimédia serve de ligante à multiplicidade de conceitos e tranquiliza os espíritos de síntese. Conhecer as estratégias que os diversos mercados suscitam constitui uma preocupação dos profis-

sionais e empresas com actividade no moderno sector. Há um mercado imenso para cada tipo de produto, mas será indispensável medir as respectivas dimensões para se gerir os negócios com lucidez e suporte quantitativo. Este livro tem a intenção de dar informações actuais. Para isso faz uma revisão dos multimédia disponíveis, explica o significado dos multimédia para os utilizadores, analisa o software existente e os fornecedores de aplicações e estuda seis casos: empresa aérea, banco, siderurgia, fábrica de automóveis, editora e hospital. Útil e prático.



Keith West, *Inside IBM: Technologies and Strategies for the 1990s*, Computer Technology Research, Charleston (U.S.A.), 1992, brochado, 21,5x28 cm, 174 pág., 10 fig., 2 quadros, ISBN 0-927695-871, preço USD 230.



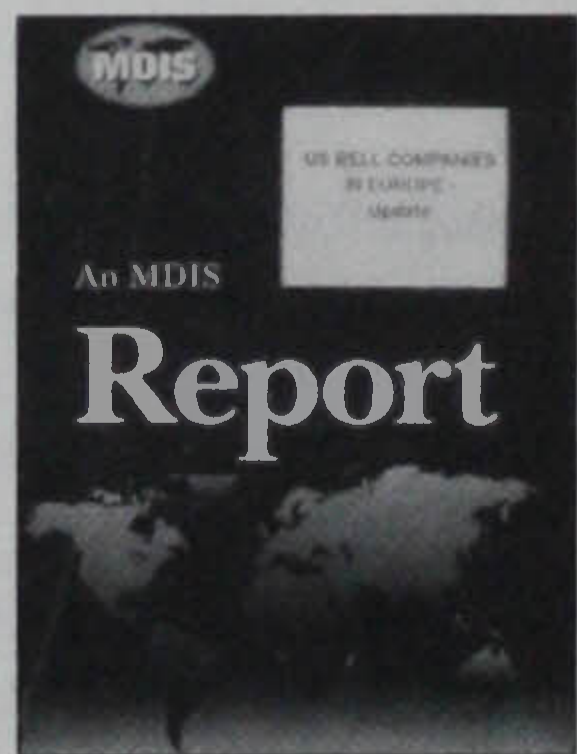
Conhecer o interior da IBM foi sempre uma aspiração de quem se move no terreno da informática. A maior empresa internacional de computadores exerce um fascínio irresistível, pois durante cinco décadas não encontrou competidores à mesma altura. Mas as coisas estão a mudar-se na evolução tecnológica. Daí que seja ainda mais atractiva a penetração nos meandros das tecnologias e estratégias que

esse colosso informático prevê para a última década do século XX. Este estudo não tem outra finalidade. Começa com um sumário executivo, à boa maneira administrativa. Depois trata o fim da mística, as reformas para o mercado global, eixos do futuro, os produtos da IBM, redes e conexões, para onde vai agora a IBM?, software na IBM, tendências para o futuro, poderá a IBM continuar sem se repartir? Naturalmente que se trata de um

relatório precioso, tanto para académicos como para profissionais. As empresas que pululam na órbita informática não devem perder as apreciações e observações tecidas.



Peter Fletcher, *US Bell Companies in Europe-Update*, MDIS, Chichester, 1992, A4, 122 pág., 1 fig., 21 quadros, ISBN 1-85822-007-6, preço £ 395.



A Bell lançou-se dos EUA para a Europa por pressões regulamentares e comerciais que impediam o seu crescimento e a satisfação dos respectivos accionistas. Ao mesmo tempo o mercado Europeu, em franco desenvolvimento, apresentava-se aliciante. Há dois anos, quando emergiu na Europa, foi produzida uma primeira edição deste relatório. Entretanto os acontecimentos no mundo fizeram evoluir as telecomunicações que deram novas orien-

tações à holding Bell. O vasto conjunto de empresas do grupo internacional definiu estratégias em todo o mundo, a caminho da integração total das tecnologias de informação a nível planetário. É dessa estratégia que este documento trata, analisando as implementações das seguintes corporações: Ameritech, Bell Atlantic, BellSouth, NYNEX, Pacific Telesis, Southwestern Bell e US West Incorporated. É uma radiografia das actividades

nos serviços de telecomunicações nos países de todos os continentes. Interessa às empresas do sector. Contacto: Helena Mancey, MDIS Ltd, U.K., Fax +44 (0) 243 533418.