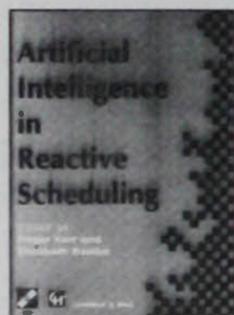


# INFORMÁTICA E GESTÃO COMPUTERS AND MANAGEMENT



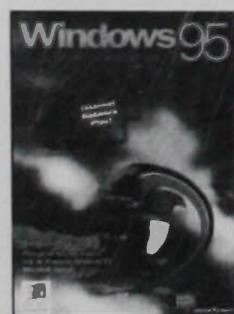
**Rob Walters, *Computer-Mediated Communications: Multimedia Applications*, Artech House, Norwood, 1995, cartonado, 15,5 x 23,5 cm, 438 pág., 68 fig., 35 quadros, ISBN 0-89006-757-0, preço £45.** O autor procura simplificar a transição do mundo das mensagens para o

mundo do tempo real e inversamente, associando diferentes aspectos da informática com as comunicações, donde resultam estranhas designações, como video sob pedido, correio electrónico, acesso remoto, correio por fax e outras originalidades da convergência de várias tecnologias e serviços: o que é comunicação com computadores, trabalho em grupo, integração computador e telefone, processamento de meios, redes e serviços de multimédia, plataforma PC, implementação de sistemas de comunicação com computador, suas aplicações e o futuro.



**R. Kerr, E. Szelke (eds.), *Artificial Intelligence in Reactive Scheduling*, Chapman & Hall, London, 1995, cartonado, 16 x 24 cm, 174., 53 fig. e quadros, ISBN 0-412-72900-8, preço £ 45.** Comunicações apresentadas num workshop de IFIP. Os sistemas de escalamento reactivo têm-se deslocado da

formulação teórica para a implementação no terreno fabril em on-line, analogamente ao escalamento preditivo em off-line. Este conjunto de trabalhos trata um escalador oportunístico, do escalamento reactivo para o activo usando multi-agentes, sistemas para escalamento reactivo de eventos independentes (REAKTION), escalamento reactivo baseado em casos, algoritmos para escalamento de veículos, quadro preto, escalamento dinâmico, base de conhecimento, redes neuronais e aquisição de conhecimento para escalamento reactivo.



**Jaime de Yraolagoitia, *Windows 95*, Editorial Paraninfo, Madrid, 1995, 3.ª ed., brochado, 161 x 24,5 cm, 530 pág., 292 fig., ISBN 84-283-2201-5, preço 5200\$00.** Eis uma boa versão do Windows 95 em castelhano, elaborado por um especialista de informática, que proporciona

o aproveitamento de todas as capacidades do computador, de maneira simples e rápida, além das novas possibilidades das comunicações, tornando o computador uma importante ferramenta de comunicação, capaz de comunicar com o exterior através do correio electrónico, fax e rede Internet. São 16 capítulos e 2 apêndices muito bem organizados, descritos e ilustrados, sobre janelas e objectos, programas, ficheiros, gestão de discos, multimédia, Windows 95 num portátil, comunicações Microsoft Exchange, fax e serviços electrónicos.

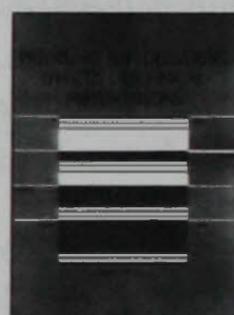
**Francis Léonard, *Exporter vers les marchés industriels*, Presses Poly. et Uni. Romandes, Lausanne, 1995, 2.ª ed., brochado, 16 x 24 cm, 160 pág., 24 pág., ISBN 2-88074-294-3, preço 55 FS.** As estratégias, os

mercados, as organizações e os homens, eis o subtítulo deste livro sobre exportação de produtos, em resposta à mundialização da economia e internacionalização do comércio. Ao questões abordadas tratam da natureza do marketing industrial e gestão das exportações, decisões no marketing industrial de exportação e determinantes das estratégias, condições do mercado e do ambiente (exportar para EUA, Japão e Chile), estruturas de organização e os homens envolvidos. São 9 capítulos com indicações úteis nas decisões empresariais e que interessam aos profissionais da gestão de produtos. Leitura leve e proveitosa.



**David Adamy, *Preparing and Delivering. Effective Technical Presentations*, Artech House, Norwood, 1987, brochado, 21 x 27 cm, 165 pág., 51 fig., 3 quadros, ISBN 0-89006-246-3, preço £29.** As técnicas de apresentação são cada vez mais um requisito para o sucesso das exposições a audiências.

O computador já é usado para este efeito, mas outras técnicas existem, mais tradicionais, que convém dominar. Estes 10 capítulos e 3 apêndices (com 7 exercícios) podem ser bastante benéficos nas exposições orais em qualquer profissão. Aqui se aprende a preparação de uma sessão pública, estrutura da alocução, ajudas visuais (projector de slides, quadros, demonstrações), criação dos meios visuais, logísticas, técnicas de apresentação, circunstâncias difíceis e pouco usuais, dominar as situações de múltiplos oradores e resumos no mundo real.



**J. Jeffcoate, *Multimedia Publishing: Market Opportunities*, Ovum, London, 1995, brochado, A4, 346 pág., 21 fig., 47 quadros, ISBN 1-898972-55-9, preço £750.** Neste livro examina-se o impacto da multimedia na indústria das publicações.

Mostra como este mercado crescerá desde 1996, prevendo o consumo de CD-ROM e serviços on-line na educação e nos negócios até 2005, além das consequências para o tráfego de telecomunicações gerado pela publicação on-line. Analisa a indústria gráfica, tecnologia e produtos, cenários de mercado, principais editores mundiais, directórios de editores e de fornecedores de tecnologias de informação. Observa-se o significado e importância dos diferentes intervenientes no processo: editores, distribuidores e fornecedores. Atende-se a aspectos legais, regulamentares e técnicos.



**Encomende à Redacção os livros do seu interesse**