

<<管理信息系统>>

图书基本信息

书名：<<管理信息系统>>

13位ISBN编号：9787300103174

10位ISBN编号：7300103170

出版时间：2009-3

出版时间：中国人民大学出版社

作者：Kenneth C. Laudon,Jane P. Laudon

页数：436

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

前言

随着我国加入WTO，越来越多的国内企业参与到国际竞争中来，用国际上通用的语言思考、工作、交流的能力也越来越受到重视。

这样一种能力也成为我国各类人才参与竞争的一种有效工具。

国家教育机构、各类院校以及一些主要的教材出版单位一直在思考，如何顺应这一发展潮流，推动各层次人员通过学习来获取这种能力。

双语教学就是这种背景下的一种尝试。

双语教学在我国主要指汉语和国际通用的英语教学。

事实上，双语教学在我国教育界已经不是一个陌生的词汇了，以双语教学为主的科研课题也已列入国家“十五”规划的重点课题。

但从另一方面来看，双语教学从其诞生的那天起就被包围在人们的赞成与反对声中。

如今，依然是有人赞成有人反对，但不论是赞成居多还是反对占上，双语教学的规模和影响都在原有的基础上不断扩大，且呈大发展之势。

一些率先进行双语教学的院校在实践中积累了经验，不断加以改进；一些待进入者也在模仿中学习，并静待时机成熟时加入这一行列。

由于我国长期缺乏讲第二语言（包括英语）的环境，开展双语教学面临特殊的困难，因此，选用合适的教材就成为双语教学成功与否的一个重要问题。

我们认为，双语教学从一开始就应该使用原版的各类学科的教材，而不是由本土教师自编的教材，从而可以避免中国式英语问题，保证语言的原汁原味。

各院校除应执行国家颁布的教学大纲和课程标准外，还应根据双语教学的特点和需要，适当调整教学课时的设置，合理选择优秀的、合适的双语教材。

顺应这样一种大的教育发展趋势，中国人民大学出版社同众多国际知名的大出版公司，如麦格劳-希尔出版公司、培生教育出版公司等合作，面向大学本科生层次，遴选了一批国外最优秀的管理类原版教材，涉及专业基础课，人力资源管理、市场营销及国际化管理等专业方向课，并广泛听取有着丰富的双语一线教学经验的教师的建议和意见，对原版教材进行了适当的改编，删减了一些不适合我国国情和不适合教学的内容；另一方面，根据教育部对双语教学教材篇幅合理、定价低的要求，我们更是努力区别于目前市场上形形色色的各类英文版、英文影印版的大部头，将目标受众锁定在大学本科生层次。

本套教材尤其突出了以下一些特点：保持英文原版教材的特色。

本套双语教材根据国内教学实际需要，对原书进行了一定的改编，主要是删减了一些不适合教学以及不符合我国国情的内容，但在体系结构和内容特色方面都保持了原版教材的风貌。

专家们的认真改编和审定，使本套教材既保持了学术上的完整性，又贴近中国实际；既方便教师教学，又方便学生理解和掌握。

突出管理类专业教材的实用性。

本套教材既强调学术的基础性，又兼顾应用的广泛性；既侧重让学生掌握基本的理论知识、专业术语和专业表达方式，又考虑到教材和管理实践的紧密结合，有助于学生形成专业的思维能力，培养实际的管理技能。

体系经过精心组织。

本套教材在体系架构上充分考虑到当前我国在本科教育阶段推广双语教学的进度安排，首先针对那些课程内容国际化程度较高的学科进行双语教材开发，在其专业模块内精心选择各专业教材。

这种安排既有利于我国教师摸索双语教学的经验，使得双语教学贴近现实教学的需要；也有利于我们收集关于双语教学教材的建议，更好地推出后续的双语教材及教辅材料。

篇幅合理，价格相对较低。

为适应国内双语教学内容和课时上的实际需要，本套教材进行了一定的删减和改编，使总体篇幅更为合理；而采取低定价，则充分考虑到了学生实际的购买能力，从而使本套教材得以真正走近广大读者。

提供强大的教学支持。

依托国际大出版公司的力量，本套教材为教师提供了配套的教辅材料，如教师手册、PowerPoint讲义、试题库等，并配有内容极为丰富的网络资源，从而使教学更为便利。

<<管理信息系统>>

内容概要

由美国纽约大学教授肯尼思·C·劳东和信息系统专家简·P·劳东合著的Essentials Of Business Information Systems (Seventh Edition) 是一本优秀的管理信息系统教材，堪称学习国外先进的管理信息系统知识的范本。

第7版保持了以前版本的特色，提出了一个包括人员、组织和技术的综合框架，阐述真实世界中的公司是如何运用信息技术和信息系统来实现企业目标的。

全书体系更简明，内容更精炼，强调职业导向，书中提供的管理信息系统知识对学生未来的职业成功都是十分有用的。

本书适合用作国内高校双语教学“管理信息系统”课程的教材。

因篇幅有限，原著中的术语表被删除，放在中国人民大学出版社工商管理出版分社的网上，读者可登录 www.rdjg.com.cn 阅读或下载。

作者简介

肯尼思·C·劳东 (Kenneth C. Laudon)，纽约大学斯特恩商学院信息系统专业教授，拥有斯坦福大学经济学学士学位和哥伦比亚大学博士学位。

出版有关电子商务、信息管理、组织和社会的著作12部，发表相关论文40多篇。

劳东教授曾获美国科学基金会资助，研究美国社会福利局

书籍目录

第1篇 数字时代的信息系统 第1章 工作中的管理信息系统 第2章 电子业务：企业如何运用信息系统
第3章 利用信息系统取得竞争优势第2篇 信息技术基础设施 第4章 信息技术基础设施：硬件和软件
第5章 商业智能基础：数据库和信息管理 第6章 通信、互联网和无线技术 第7章 信息系统的安全第3
篇 数字时代的关键系统应用 第8章 实现运营卓越和客户亲近：企业应用 第9章 电子商务：数字市场
和数字商品 第10章 改进决策和管理知识第4篇 建立和管理系统 第11章 建立信息系统 第12章 信息系
统中的伦理议题和社会议题

章节摘录

插图：Each of these groups has different needs for information given their different responsibilities, and each can be seen as major information constituents. Senior managers need summary information that can quickly inform them about the overall performance of the firm, such as gross sales revenues, sales by product group and region, and overall profitability. Middle managers need more specific information on the results of specific functional areas and departments of the firm, such as sales contacts by the sales force, production statistics for specific factories or product lines, employment levels and costs, and sales revenues for each month or even each day. Operational managers need transaction-level information, such as the number of parts in inventory each day or the number of hours logged on Tuesday by each employee. Knowledge workers may need access to external scientific databases or internal databases with organizational knowledge. Finally, production or service workers need access to information from production machines, and service workers need access to customer records in order to take orders and answer questions from customers. So far we have talked about business as if it operated in a vacuum. Nothing could be further from the truth. In fact, business firms depend heavily on their environments to supply capital, labor, customers, new technology, services and products, stable markets and legal systems, and general educational resources. Even a pizza parlor cannot survive long without a supportive environment that delivers the cheese, tomato sauce, and flour !

Figure 2-4 summarizes the key actors in the environment of every business. To stay in business, a firm must monitor changes in its environment and share information with the key entities in that environment. For instance, a firm must respond to political shifts, respond to changes in the overall economy (such as changes in labor rates and price inflation) , keep track of new technologies, and respond to changes in the global business environment (such as foreign exchange rates) . In its immediate environment, firms need to track and share information with suppliers, customers, stockholders, regulators, and logistic partners (such as shipping firms) . Business environments are constantly changing; new developments in technology, politics, customer preferences, and regulations happen all the time. In general, when businesses fail, it is often because they failed to respond adequately to changes in their environments.

编辑推荐

《管理信息系统(第7版)》由中国人民大学出版社出版。

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>