

<<信息咨询概论>>

图书基本信息

书名：<<信息咨询概论>>

13位ISBN编号：9787030218742

10位ISBN编号：7030218744

出版时间：2008-7

出版时间：科学出版社

作者：柯平 编

页数：449

字数：575000

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>

<<信息咨询概论>>

内容概要

本书是《21世纪信息管理丛书》之一，是南开大学精品课程教材。

本书内容包括三大部分：第一部分是信息咨询的一般原理与方法，系统探讨信息咨询的基本理论问题，描述信息咨询的产生与发展；反映国内外信息咨询研究的最新成果；介绍信息咨询的基本原理与过程，讲授信息咨询的一般方法，研究了信息咨询的用户与需求。

第二部分是信息咨询业管理，系统介绍了信息咨询职业、信息咨询管理与信息咨询产业，讨论了新形势下的信息咨询管理应注意的各种问题。

第三部分是信息咨询的专门领域，分别介绍科技信息咨询、经济信息咨询、决策信息咨询、社会信息咨询和数字参考咨询，以专门的咨询原理与方法为主，突出咨询的针对性，并选择典型信息咨询案例进行分析，适应实践教学与案例教学的需要。

本书集新颖性、应用性与系统性于一身，融传统咨询与现代网络咨询教学于一体，理论与实践紧密结合，突出技术方法应用与内容的针对性，兼顾各大咨询领域，知识点全面，在继承的基础上开拓创新。

本书还配有课件光盘。

本书可供高等院校信息管理类及相关专业作教材使用，供各类信息咨询工作者和信息管理工作及其他读者学习参考。

<<信息咨询概论>>

作者简介

柯平，男，湖北英山人。

南开大学国际商学院教授、硕士生导师。

1979—1986年武汉大学信息管理学院学习，获学士，硕士学位。

1994年全国首届科技情报专业博士研究生毕业，获理学博士学位。

曾在郑州大学担任信息管理系主任7年，创办信息管理与信息系统专业，指导信息资源管理方向硕

<<信息咨询概论>>

书籍目录

总序前言 1 信息咨询的基本理论 1.1 信息咨询的概念与特征 1.1.1 咨询 1.1.2 信息咨询 1.1.3 信息咨询的特征 1.2 信息咨询的产生与发展 1.2.1 古代咨询 1.2.2 现代咨询 1.2.3 现代信息咨询 1.3 信息咨询业务的性质与功能 1.3.1 信息咨询业务的构成要素 1.3.2 信息咨询业务的性质 1.3.3 信息咨询业务的功能 1.4 信息咨询业务的类型 1.4.1 国内外咨询业务的划分 1.4.2 咨询业务的类型 1.4.3 信息咨询业务的类型 1.5 信息咨询理论研究 1.5.1 咨询学的理论流派 1.5.2 咨询学的研究内容与学科体系 1.5.3 信息咨询学的研究内容与学科体系 1.5.4 信息咨询理论研究的现状与发展趋势

2 信息咨询基本原理与过程 2.1 信息咨询程序与模式 2.1.1 信息咨询委托程序 2.1.2 信息咨询服务的一般过程 2.1.3 信息咨询的程序模式 2.1.4 信息咨询介入模式 2.2 信息咨询问题分析 2.2.1 检索型信息咨询问题分析 2.2.2 分析型信息咨询问题分析 2.2.3 综合型信息咨询问题分析 2.3 信息咨询招标与咨询合同 2.3.1 信息咨询招标 2.3.2 信息咨询定价 2.3.3 信息咨询合同的签订 2.3.4 信息咨询合同的内容与格式 2.4 项目建议书 2.4.1 项目建议书的作用 2.4.2 项目建议书的内容与结构 2.4.3 项目建议书的撰写 2.4.4 项目建议书的演示说明 2.5 咨询报告 2.5.1 咨询报告的类型 2.5.2 咨询报告的撰写 2.5.3 咨询报告的演示说明

3 信息咨询方法论 3.1 信息咨询方法论体系 3.1.1 研究方法论和实施方法论 3.1.2 哲学方法、一般方法和专门方法 3.1.3 定性分析方法和定量分析方法 3.2 信息咨询的定性方法 3.2.1 调查方法 3.2.2 宏观分析方法 3.2.3 微观分析方法 3.3 信息咨询的定量方法 3.3.1 时间序列分析法 3.3.2 回归分析法 3.3.3 数学模型法

4 信息咨询用户与需求 5 信息咨询职业 6 信息咨询产业 7 信息咨询管理 8 科技信息咨询 9 经济信息咨询 10 决策信息咨询 11 社会信息咨询 12 数字参考咨询参考文献

<<信息咨询概论>>

章节摘录

1 信息咨询的基本理论 1.4 信息咨询业务的类型 1.4.1 国内外咨询业务的划分 国外，按咨询业务内容的学科属性划分为五大咨询领域：工程咨询、管理咨询、政策咨询、科技咨询和专业咨询。

我国关于咨询业务划分大多是从企业的管理咨询角度划分的。

中国企业管理咨询公司将企业咨询分为技术咨询和管理咨询两大类，又按不同的标准区分：按咨询内容分为综合咨询和专题咨询。

按咨询人员分为外来人员咨询和内部人员咨询。

外来人员咨询包括外请第三者（遇到困难时）如专职咨询公司、上级指导机构；利害关系者（遇到矛盾时）如买方或交易对方、银行信贷部门、协作单位；上级主管部门或资格审定者（需要督促或评审时）如标准局、行业质量检验部门、上级主管部门。

内部人员咨询（自我咨询）包括总公司（总厂）对下属企业；厂部对车间、科室。

按发起者分，有指令性安排的咨询；自发性申请的咨询。

按咨询时间分，有长期咨询；短期或一次性咨询。

按咨询对象分，有对企业群的咨询；对个别企业的咨询。

杨世忠（2003）亦有类似的划分：按咨询主体不同分为自我咨询、利益相关者咨询和第三方咨询；

按咨询内容分为综合咨询、专业咨询、专题咨询；按咨询的性质分为认定咨询和非认定咨询；

按咨询者介入的程度分为调查咨询、建议咨询和全程咨询；按咨询者的目的分为营利咨询和非营利咨询。

陈翔宇等（1994）综合国内学者关于咨询活动的研究以及咨询业的发展，将我国咨询领域划分为七大类：工程咨询领域、企业管理咨询领域、科技咨询领域、信息咨询领域、决策咨询领域、涉外咨询领域、专业咨询领域。

工程咨询领域：主要包括基本建设工程咨询、工业工程咨询和工厂建设工程咨询。

企业管理咨询领域：主要包括企业经营战略咨询、市场营销管理咨询、生产管理咨询、质量管理咨询、财务成本管理咨询和物资管理咨询。

科技咨询领域：主要包括工业技术咨询、农业技术咨询和科技发展战略咨询。

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>