

<<程序员2009精华本>>

图书基本信息

书名：<<程序员2009精华本>>

13位ISBN编号：9787121103049

10位ISBN编号：7121103044

出版时间：2010-2

出版时间：电子工业

作者：程序员杂志社

页数：652

字数：1500000

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>

<<程序员2009精华本>>

内容概要

本书适合开发者、项目经理、CTO & CIO、编程爱好者阅读收藏。

年度典藏，新年奉献。

五大篇章：特别策划·专题，聚焦年度热点背后的技术、产品和企业；软件·人物篇、软件大师访谈，程序人生；实践·架构篇、谈关键技术，论架构精粹；技术专区、分析技术趋势，汇集实践心得；2009开发年鉴、荟萃软件业年度产品与工具，知晓程序天下事。

<<程序员2009精华本>>

书籍目录

特别策划篇 产品经理的5种能力 XOOPS 发布有期：谁说开源不计划？
 TechExcel 的“灵魂”缔造者 LiveBOS 的深度需求工程 创意搜狗输入法设计 浅
 谈51.com 产品设计 傲游的设计思想之源 普元：执行力打造企业级平台产品 市场
 与Windows 的双向选择 产品经理就是总经理 软件中国2009 年大势图 基础技术：坚定创新
 发展的步伐 企业级技术2009 展望 融：越过冬天的鸿沟 从跨国巨头们言行看移动领域发
 展趋势 游戏行业，冬天里的一把火？
 外包：韬光养晦，伺机而动 迈向云安全2.0 时代 企业Web 2.0 2009 年之八大预测 百期
 程序员，技术编年史 语言的观察者 2001 年以来的数据库技术领域回顾 .NET 技术发展历
 览 Java 历史回顾 C++ Lite Memo 企业软件开发百月变迁 互联网的前世今生 追溯
 多核计算环境变迁的历史 从网格计算到云计算 虚拟化风云 操作系统大事记 移动十
 年 我们迫切需要软件工程的核心理论 在实践和创新中不断成长 IT 服务外包，一直在路
 上——中国IT 服务外包行业回顾与展望 时势造英雄，英雄造时势——《程序员》人物报道100 期
 盘点 IT 培训8 年路 移动应用修炼之道 移动生态风云变 一个手机浏览器的发展史
 带玩家进入游戏性之环——Gameloft “午夜保龄”创意全揭秘 寻找金矿的入口 移动应用
 在Android 平台上的部署 智能手机应用安全现状及前瞻 AppStore 模式下的移动产品推广销售
 策略 将移动市场细分 选好你的创业切入点 特色移动应用产品展示 架构师大阅兵
 中国软件时代需要架构师——淘宝网资深总监兼首席架构师王文彬博士专访 架构师必然是孤独的
 领袖 解密微软的架构师之路——专访Windows HPC Server 架构师徐明强 我眼中的网络游戏系
 统架构师——访巨人网络平台中心总监兼信息中心总监戴剑峰 转型：产品团队与架构师——
 金山WPS 架构师手记 在敏捷中，我不愿被称为“架构师”——专访ThoughtWorks Cruise 产品“
 架构师”Chris Stevenson “产业架构师”纵横谈——高焕堂纵论中外产业架构 架构师岗位能
 力测评 你够资格做架构师吗？
 ——架构师能力调查 一切从架构的基本元素出发——专访汤森路透集团企业架构师刘晓晖 中
 国ISV 生存现状调查 解读中国ISV 生存现状——倪光南院士访谈录 中国ISV 生存现状调查
 中国ISV 成长录 开放平台大势图 五种开放平台概述 淘宝开放平台 开心农场是怎样
 炼成的？
 ——专访“五分钟”CEO 郜韶飞 移动应用创新，从创意到共赢——从0 到1/10 的aHome 互联
 网加印刷——名片天下的应用创新 Twitter 赢在开放，三年创造奇迹 保持技术与应用的创新
 优势——软件产品、技术以及标准的对话 开放平台下的商业模式浅析 游戏引擎启示录
 UE3/Atlas 引擎在实际项目开发中的应用 玩家创造世界的网游云计算平台——盛大“零世界”
 从“开心水族箱”谈起——Flash Social Game 游戏引擎开发 传说中的网页游戏引擎——蓝港
 在线webgame “快乐神仙”游戏引擎 在线游戏引擎展示——涂鸦软件之“涂鸦世界” 联众“
 精武世界”游戏引擎展示 优秀产品三部曲 用互联网的思想经营产品 百度产品经理探秘：
 需求把握和正确决策 产品规划七宗罪 开放平台规划攻略 从免费甜点至法式正餐之旅—
 —摇篮网在线亲子乐园“成长阶梯”产品营销启示录 互联网产品推广五大思考 大型互联网
 产品运营开发与发布 以使命和客户价值为驱动——阿里旺旺产品运营观 BlackBerry 开发经历
 ——PodTrapper 项目的经验教训 Windows7：再现辉煌 第七代Windows——再现微软时刻
 Windows 7 中的架构视点 客户端与服务器的对话——Windows 7 是新产品吗？
 嵌入式，与Windows 7 保持同步 谁为Windows 7 买单？
 Windows 7 研发背后不为人知的故事 Moblin 不与Windows 7 竞争 Windows 7 不是微软的
 革命——英巴卡迪诺大中华区总经理琚伟访谈 Vista 栽树，Windows 7 乘凉 Windows 7 的推出
 与操作系统的变迁 在Windows 7 中寻找渐渐远去的WinFS 云计算：开始实践 TaaS 应用——
 无锡云计算中心实践 实践中的探索者——友友云计算系统 基于云计算的数据安全应用
 基础设施云实践——世纪互联CloudEx 八百客：走在云端的SaaS 实践者 规划云计算的规模：
 云中的扩容 软件·人物篇实践 架构篇技术专区特别专题2009 开发年鉴

章节摘录

最近的一两年，我总是可以在各种各样的邮件列表以及招聘论坛中看到产品经理招募的信息。除此之外，还有很多自己创业的朋友也常常问起我是否有产品经理的人选推荐。印象里，CSDN的产品经理概念是从Blog产品开始的，当时的产品经理，对CSDNBlog有不小的推动作用。

结合这个产品，很多项目逐渐推广开来，也让CSDN的Blog用户在很短一段时间内就超过了10万。

后来，我开始回头考虑，产品经理的角色到底是什么？

他们要想方设法得到企业高层的信赖与支持，他们要推动产品开发的进度，他们要用各种关系和资源推广自己的产品，他们甚至要去完成很多细节的设计工作。

为什么忽然之间市场对产品经理的需求有了如此之大的跨越？

这就像在前不久CSDN主办的软件开发2.0火会上，CSDN掌门人蒋涛所提到的：Business of Software已经成为我们不得不重视的一项工作，这也是我们为什么要从《程序员》的角度来看产品经理的原因。

产品的价值 任何一项单独的技术，在它没有被产品化之前，其应用价值都可以被看成是0。这绝非危言耸听！

在技术社区，我们常常可以看到很多对纯技术顶礼膜拜的开发者。

这其中不少圣徒对于如何做软件、如何做市场、如何销售技术的工作视而不见，这也是不少技术创业失败的根本原因。

下面我们作一个假设：如果一项好的技术其应用价值为1，那么基于这项技术所开发出的软件产品应用价值可以达到10；当然，软件市场上产品很多，但好的产品在其中的比例不会超过10%，由于产品并不仅仅包含技术，那么我们可以认为一个做得好的产品的应用价值超过100；即使你完成了一个很好的软件产品，如果没有有效的途径销售，或者获取其他资源，那么它并不能成为一个商品，而成为商品之后的产品影响力再大一个数量级是可以预计的，这样一个商品所带来的应用价值也许就是1000了；更进一步，市场上流行的商品或者是领域内领先的商品，其价值再乘以十倍，其应用价值则达到10000！

或许有些人会认为这种计算方法有失偏颇，但相信大多数人此刻都已经明白，软件产品的价值其实并不仅仅只取决于技术。

我试图去说明的是软件产品的价值点，它不仅仅在于技术，但技术在软件产品中同样非常重要。倘若没有最初的1，那么也绝不会有后来的10000。

当然，上面这个笼统的假设并不能全面概括技术、产品设计、产品开发以及推广等相关工作的真正价值。

不同的产品，对应的不同市场，是应该有不同价值点的。

以现在很多互联网产品为例，推广的模式和资源成为了限制互联网产品发展的一个重要瓶颈。

更重要的是，作为产品所在的组织，其组织架构以及工作流程等方面也面临着重要的挑战。

仅在软件开发阶段，需求工程、项目管理、开发方法、质量监督等多方面环节都可以说具备非常重要的价值，这也是完整产品不可或缺的重要组成部分。

所有的这些工作汇总起来之后，产品的开发便成了一件极为琐碎的工作。

协调和平衡各种各样的关系、充分调配资源、准确的把握产品发展策略等工作，在原有的组织结构里越来越难以开展。

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>