

<<超越软件架构>>

图书基本信息

书名：<<超越软件架构>>

13位ISBN编号：9787508315508

10位ISBN编号：7508315502

出版时间：2005-5

出版时间：中国电力出版社

作者：霍曼

页数：227

字数：345000

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>

<<超越软件架构>>

内容概要

在21世纪，成功地管理业务和技术之间的关系是所有公司都要面对的棘手问题。

本书是对如何合理管理这一重要关系的实践性指导。

在现代经济中，每个软件决策都可能会对业务产生重大影响；反之，大多数业务决策也将影响到软件应用的生存能力。

本书在真实业务环境中为创建优秀软件方案提供了深刻的见解和有用的经验。

软件本应用于为组织创造价值，但它却更多地带来了混乱。

市场上也有一些功能强大的应用，但购买或认证这些技术却未必能成功。

优秀的方案一定要合理地融合到组织的结构当中。

软件专家Luke Hohmann描述了软件架构决策的业务分枝，并进而指导了如何理解和领会那些为创建成功的软件所必须解决的业务问题。

以本书为指导，业务经理和开发团队就能安然跨过那些常见的重要决策方面的雷区。

业务和技术之间的协作将使你得以创建优秀的技术方案，并确保你的组织获得成功——无论是现在还是将来。

<<超越软件架构>>

作者简介

Luke Hohmann是一名独立顾问，旨在提高客户在产品管理、软件开发和组织效率方面的能力。他在国有和私营公司中参加领导了开发、产品营销/管理、质量保证、支持及业务拓展。他所创建的软件覆盖从单用户程序到价值数百万美元的分布式企业级软件平台的全范围。Hohmann先生是《Journey of the Software Professional: A Sociology of Software Development》的作者，此外他还写大量软件开发方面的文章。

<<超越软件架构>>

书籍目录

Martin Fowler写的序言 Guy Kawasaki写的序言 前言 第1章 软件架构 1 1.1 软件架构的定义 1 1.2 关于软件架构的其他思想 1 1.3 为什么软件架构很重要 3 1.4 创建一个架构 5 1.5 模式和架构 7 1.6 架构的发展和成熟：特性和能力 7 1.7 架构的管理和维护 12 1.8 第一、第二和第三原则 13 1.9 建立对架构的理解 15 1.10 团队 16 本章小结 17 第2章 产品开发基础 19 2.1 什么是产品管理 19 2.2 为什么产品管理是重要的 19 2.3 产品开发过程：创建1.0版本 20 2.4 有所不为 25 2.5 商业计划 27 2.6 产品开发过程：创建版本 n.n.n 28 2.7 扩充产品开发过程 28 2.8 关键的产品管理理念 30 本章小结 36 第3章 市场架构和技术架构的区别 38 3.1 各自职责 38 3.2 开发解决方案的最初动力 39 3.3 在着眼未来做临时决定 43 3.4 预测未来 43 3.5 开发过程反馈 44 3.6 澄清 45 3.7 和谐工作 46 3.8 语境图和目标产品 48 本章小结 48 第4章 业务模型与许可证模型的结合 50 4.1 通用的软件业务模型 51 4.2 与业务模型相关的权限 60 4.3 业务模型的技术架构支持 61 4.4 执行许可证模型 65 4.5 市场成熟度对业务模型的影响 70 本章小结 71 第5章 技术授权 73 5.1 授权风险/回报 73 5.2 合同——行为的约束方式 76 5.3 业务模型发生冲突后进行谈判 80 5.4 许可协议的确认 80 5.5 已授权技术的管理 81 5.6 开源码许可 81 5.7 许可费用 82 5.8 许可经济 83 本章小结 84 第6章 可移植性 86 6.1 可移植性的直觉优势 86 6.2 可移植性的商业案例 87 6.3 创建可移植应用程序 89 6.4 多平台带来的痛苦 91 6.5 小心你做出的承诺 95 本章小结 95 第7章 部署架构 97 7.1 部署选择 97 7.2 顾客对部署架构的影响 99 7.3 公司对部署架构的影响 102 7.4 选择软件部署架构 104 7.5 部署架构和分工 104 7.6 信息设备 105 7.7 部署选择对软件架构的影响 106 7.8 消费型软件的未来 107 本章小结 107 第8章 集成和扩展 109 8.1 客户控制——驱动力 109 8.2 分层的业务架构逻辑结构 111 8.3 建立分层的业务架构 113 8.4 业务逻辑层的集成和扩展 116 8.5 持久性数据的集成和扩展 120 8.6 商业衍生物 123 8.7 管理多个版本上的API 128 本章小结 129 第9章 商标和商标元素 131 9.1 商标元素 131 9.2 管理授权商标 135 9.3 定制商标元素 135 9.4 改变商标元素 136 本章小结 137 第10章 可用性 139 10.1 可用性就是金钱 139 10.2 心理模型、比喻和可用性 141 10.3 技术架构对用户界面设计的影响 142 10.4 对速度的要求 146 本章小结 152 第11章 安装 154 11.1 立即可用的经验 154 11.2 哎呀!可能坏事 155 11.3 安装和架构 156 11.4 如何安装 158 11.5 小窍门 161 本章小结 162 第12章 升级 164 12.1 类似于安装，只是比安装更糟 164 12.2 减少升级的痛苦 167 12.3 市场成熟度和升级 169 本章小结 170 第13章 配置 171 13.1 可配置性——可用性的一个元素 171 13.2 系统环境 171 13.3 初始化和执行 173 13.4 数值设定 173 13.5 设定正确的数值 174 13.6 配置参数的提示 175 本章小结 176 第14章 日志 177 14.1 我想知道正在发生什么 177 14.2 不只是事实 179 14.3 日志格式和管理 180 14.4 数据日志的后处理 183 14.5 日志服务 184 本章小结 184 第15章 发布管理 186 15.1 没错，你真的需要这个 186 15.2 建立基线 186 15.3 发布管理 187 15.4 发布标识 188 15.5 SKU和序列号 192 15.6 发布管理对技术架构的影响 195 本章小结 196 第16章 安全 198 16.1 病毒、黑客和盗版 198 16.2 数字识别管理 200 16.3 交易安全 202 16.4 软件安全 204 16.5 信息安全 206 16.6 安全算法还是安全密钥？ 207 16.7 后门 207 16.8 安全和市场架构 208 本章小结 210 附录A 版本核查清单 212 A.1 跟踪信息 212 A.2 工程/开发 212 A.3 质量保证 212 A.4 技术出版物 213 A.5 核心产品管理 213 A.6 知识转移——专业服务 213 A.7 知识转移——销售和渠道 213 A.8 知识转移——技术支持 213 A.9 发布活动 214 附录B 战略性产品管理的模式语言 215 B.1 应用模式 215 B.2 捕获和共享结果 216 B.3 市场规划图 217 B.4 市场事件/市场节奏 218 B.5 特性/收益规划图 220 B.6 技术架构路线图 221 参考 223 参考文献 225 关于作者 228

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>