

<<网络管理>>

图书基本信息

书名：<<网络管理>>

13位ISBN编号：9787563515738

10位ISBN编号：7563515739

出版时间：2008-1

出版时间：北京邮电大学

作者：郭军编著

页数：372

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>

<<网络管理>>

内容概要

本书的第2版于2003年出版，2004年被评为北京市高等教育精品教材，在许多高校的相关课程教学中得到采用。

本次改版主要增加了网络管理的新标准NETCONF、NETCONF的管理信息和操作的描述语言XML，以及NGN业务量控制、数字内容安全、基于数据挖掘的网络故障告警关联分析等内容。

全书分为12章，由序篇、上篇（网络管理模型）和下篇（网络管理功能及其关键技术）3部分组成。序篇介绍网络管理的基本概念，及其相关的基础理论和技术；上篇从OSI系统管理模型出发，讲解CMIP、TMN和SNMP 3大网络管理模型的体系结构、管理信息模型和通信协议，并对新型网络管理模型以及XML和NETCONF协议进行了介绍；下篇首先讲解OSI定义的网络管理5个功能领域，然后介绍业务量控制、路由选择、网络自愈、信息安全、智能化网络管理等关键技术。

本书可以作为信息工程、通信工程、自动化、计算机科学技术等本科专业及信息与计算机类专业研究生的教材和教学参考书，也可作为专业技术人员的参考和培训资料。

<<网络管理>>

书籍目录

序篇	第1章 导论	1.1 网络与网络管理	1.1.1 网络技术的发展	1.1.2 网络管理的重要性
	1.1.3 网络管理的目标	1.1.4 网络管理的方式	1.2 网络管理基础理论与技术	1.2.1
网络性能分析理论	1.2.2 网络的可靠性理论	1.2.3 网络优化理论	1.2.4 人工智能理论与技术	1.2.5
1.2.5 面向对象的分析与设计技术	1.2.6 数据库技术	1.2.7 计算机仿真技术		
1.3 本书的主要内容	1.3.1 网络管理体系结构	1.3.2 管理信息通信协议	1.3.3 管理信息模型	1.3.4
1.3.4 网络管理功能	1.3.5 业务量控制	1.3.6 路由选择	1.3.7 网络自愈	1.3.8
网络信息安全	1.3.9 智能化网络管理	第2章 OSI系统管理模型	2.1 OSI系统管理体系结构	
2.1.1 OSI系统管理体系结构	2.1.2 Agent的支持服务	2.2 公共管理信息协议	2.2.1 管理信息通信	2.2.2
2.2.2 公共管理信息服务 (CMIS)	2.2.3 公共管理信息协议 (CMIP)	2.3 管理信息模型	2.3.1 管理信息模型	2.3.2
2.3.2 被管对象类	2.3.3 属性	2.3.4 管理操作	2.3.5	2.3.6
2.3.6 行为	2.3.7 包	2.3.8 被管对象的命名	2.3.9 兼容性与同质异构	2.3.10
OSI的管理信息结构标准	2.4 被管对象定义法	2.4.1 GDMO简介	2.4.2 模板 (templates)	2.4.3
2.4.3 模板说明	2.5 对象描述语言	2.5.1 ASN.1	2.5.2 模板meta语言	
2.6 被管对象定义例	2.6.1 模板的利用	2.6.2 被管对象定义例	第3章 电信管理网	
3.1 新型电信网管理体系结构的要求	第4章 SNMP网络管理模型	第5章 SNMP模型的发展	第6章
第6章 新型网络管理模型下篇	网络管理功能及其关键技术	第7章 OSI网络管理功能	第8章 业务量控制技术	第9章
第9章 路由选择技术	第10章 网络自愈技术	第11章 网络信息安全技术	第12章 智能化网络管理	缩略语
	参考文献			

章节摘录

第一章 导论东方人在罗马城里开设了丝绸店。

这些丝绸经商船定期运来，每年春天还由船只货运商带来新花色的丝绸样品，有的样品还带有罗马常见花卉的图案。

丝绸店里的东方人除了向来店里的顾客推荐外，还会拿着这些样品，去一些经常来店里买东西的妇人家里，让她们欣赏和品评。

有的关系好的，还可以获得赠送。

——（意）费力罗《来自东方的贸易》虽然真正意义上的全球贸易体系大约在500年前才出现，但是在上一个千年之初，中国人便已经是杰出的国际贸易人员，那时在欧洲就能买到中国丝绸。

——（美）菲利普R凯特奥拉《国际市场营销学》（第11版）从今天的视角看来，中国人可以说是国际市场营销的先驱者。

在新世纪回顾历史的时候，我们祖先的业绩还被这些商品流通发达地域的学者们称道。

我们要向我们的祖先学习。

〔本章概述〕揭示企业迈向国际市场，开展国际市场营销的动因；了解国内市场营销与国际市场营销的联系与区别；国际市场营销与国际贸易的联系与区别；我国开展国际市场营销的意义。

第一节 开展国际市场营销的动因中国海尔公司开发生产的小型电冰箱在美国热销，奇瑞公司在伊朗生产的汽车走下生产线；日本丰田在天津生产的皇冠轿车获得中央电视台CCTV高级轿车2005年度大奖，巴西在哈尔滨合资制造的支线客机投入南方航空公司的运营。

编辑推荐

《信息通信专业教材系列·网络管理(第3版)》可以作为信息工程、通信工程、自动化、计算机科学技术等本科专业及信息与计算机类专业研究生的教材和教学参考书,也可作为专业技术人员的参考和培训资料。

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>