

<<软件业的生存之道>>

图书基本信息

书名：<<软件业的生存之道>>

13位ISBN编号：9787121010897

10位ISBN编号：7121010895

出版时间：2005-5

出版时间：电子工业出版社

作者：卡苏玛

页数：258

字数：295000

译者：张云涛,龚玲,张燕

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>

<<软件业的生存之道>>

内容概要

近年来，软件行业在全世界的产值已达6 000亿美元。

这个行业是一个竞争非常剧烈的行业，但决定软件行业中公司成败的主要因素不是技术，而是商务。本书讨论了软件行业的七个基本问题，并把软件公司的商务模型归纳为三种：产品型，服务型，混合型。

三种模型各有优势，适合不同的公司、其不同的发展阶段及其所面临的不同的经济环境。

本书作者在深入调研和掌握第一手材料的基础上，提出了评估软件企业发展前景的八点基本要素，并分析了十个新创业软件企业的个案。

另外，作者还披露了几家软件巨头如IBM、Microsoft、Netscape等在逆境和顺境中求得生存和发展所采取的一些策略。

软件业的管理者、程序员、企业家等都会从本书中获得一些启发，并指导自己的工作。

<<软件业的生存之道>>

作者简介

Michael A.Cusumano (在美国普林斯顿大学获学士, 在哈佛大学获博士学位) 是MIT Sloan管理学院的Sloan管理评论方面的著名教授。

Cusumano教授是计算机软件产业的世界顶级专家之一。

他在世界各地的大约50个大公司担任过顾问工作, 这些公司包括阿尔卡特、AOL、AT&T、Business Ob

<<软件业的生存之道>>

书籍目录

第1章 软件商务：我的个人观点 软件技术 技术和管理的比较 我对软件商务的看法 国际化法则 欧洲人 日本人 美国人 务基础：两个案例的研究 Business Objects i2 Technologies 第2章 软件公司的策略：所需考虑的问题 产品和服务 理智的权衡 你仍需要选择 一些基本的财务衡量标准 产品公司变为服务（或混合）公司 完全不同的利润率 销售对象是谁 选择小环境市场还是大众市场 企业和个体消费者之间的差异 大众市场和小环境市场的差别 产品线和市场分割 水平或垂直（或同时从这两方面）分割市场 当心水平化的诱惑 当心产品打包的诱惑 当心增长过速和过度多元化的诱惑 持续营收的重要性 通过服务和维护持续获得收入 产品公司也可获得可预计的收入 产品的整体解决方案和“鸿沟” 产品公司需要了解标准的动态 即使面向小环境市场仍然可以成功 你能“越过鸿沟”并且加速发展 领导者、追随者还是配套者 技术领导者不一定是市场领导者 成为平台领导者极有益 多数公司是平台配套公司 公司的道德 小心对待收入确认 失去信誉，就会失去客户 行业领导伴随着行业责任 本章总结 第3章 服务、产品和更多的服务：软件如何成为行业 系统和服务启动这一行业 20世纪50年代的第一批软件企业 60年代科技创新的促进作用 最初的软件产品业务 IBM的分类计价策略 企业发展的进一步推进因素：和IBM兼容的软件 小环境应用市场的机遇 IBM：客户解决方案的100年 “产品整体解决方案” IBM软件能力的制约 服务，服务，服务 Gerstner的遗产和超越 基于新平台的新一代企业家 个人计算机硬件和软件的出现 PC软件成为新的大众市场 大众市场成功背后的脆弱性 互联网的“淘金热” 新软件产品的机会 新软件服务的机会 开放源代码和“自由”软件 相关背景 对软件商务的积极因素 负面因素和相关的质疑 本章总结 第4章 软件开发方法：超越软件工厂 常见问题及相应的解决方法 保持持续性的问题 软件工厂方案 软件工程协会 摘录自最近的软件评估 同步和稳定的本质 基本方法 缺陷的无限循环 关键概念和技术 互联网软件的过程修正 策略的执行及其微妙之处 高层过程 创新和设计策略 结构策略 团队管理 项目管理 测试和质量保证 世界性的比较 开发习惯的差异 开发习惯和结果之间的联系 具体情况的区域差别 向印度和别的地方外包 印度软件业的崛起 摩托罗拉在印度 Infosys的故事 关于外包软件开发的警告 本章总结 第5章 软件企业家：成功开始的基本要素 成败的关键在于自身 在经济景气和不景气的时期 事件的常态 在软件新创业企业中寻求什么 第1点：强大的管理团队 第2点：有吸引力的市场 第3点：具有吸引力的新产品、服务或混合型解决方案 第4点：客户感兴趣的明显迹象 第5点：克服“信任问题”的计划 第6点：显示早期增长和利润潜力的业务模型 第7点：策略和产品的灵活性 第8点：投资者有较大回报的潜力 本章总结 第6章 新企业案例分析：软件产品，服务和混合型解决方案 软件产品新企业 NuMega Technologies：非常好的产品，一般的市场，非常好的成果 Customer Dialogue Systems：很好的小型业务，难于进一步发展 Concentric Visions：华而不实的昂贵产品 firstRain：表面上一切都不错 软件服务型新企业 NetNumina Solutions：可行的领域，中等的业务规模，没有IPO Oneworld Software：一个不佳的细分市场 Cybergnostic：从一个人的咨询业务起家 混合解决方案新企业 Investhink：好的想法，差的实施，更差的销售 Marex：非常昂贵的尝试 202 H5 Technologies：开发产品并且可能会有客户 本章总结 第7章 结束语：软件业务的“理想”与“现实” 理想与现实 下一个要跨越的鸿沟 附录A 参考文献

<<软件业的生存之道>>

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>