

## <<LBS应用开发>>

### 图书基本信息

书名：<<LBS应用开发>>

13位ISBN编号：9787115295347

10位ISBN编号：7115295344

出版时间：2012-11

出版单位：人民邮电出版社

作者：[西] Richard Ferraro,[土] Murat Aktihanoglu

页数：249

字数：389000

译者：李丽

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>

## &lt;&lt;LBS应用开发&gt;&gt;

## 前言

本书体现的是我们30年来在从事项目工作、管理项目、管理那些项目管理者的过程中所获得的见解和经验。

像大多数项目经理一样，我在开始管理项目之前也没有学过正式的项目管理。

刚开始的时候，管理项目对我来说仅仅是确定需要完成哪些工作，然后和其他人一起把工作做完。

在管理过几次项目后，我开始为工作制订计划，对工作进行管理，直到项目完成。

我做过的项目既有大大小小的增强型项目，也有数百万美元的项目。

这种类型的项目管理经历是大部分人学习项目管理的一种典型方式。

大多数项目经理都没有接受过多少正式的项目管理培训，也从来没有得到过指导。

但他们却有着出色的组织能力对完成项目交付物所要做的工作有着良好的感觉。

如果是出色的项目经理，他们的估算能力也相当不错，可以确保得到足够的预算和时间来完成项目。

在20世纪90年代中期之前我就是这么做的，那时我在一家大型饮料公司担任主管。

刚承担那个职务时，我从别人那里接手了一些项目——其中一个项目是政治任务，面临进度的压力，必须在6个月内做完。

前一任项目经理采取的方法看似很合理，但是后来发现对项目工作量的估算严重偏低。

由于种种原因，项目花了18个月才投入使用，不是最初估算的6个月。

对我来说，项目最让人沮丧的是我不能为项目经理提供他所需要的咨询和指导。

我没有掌握挽救项目所需的正规的项目管理知识。

有段时间我甚至天天都要和项目经理开会，但似乎也不过是盲人教瞎子罢了。

我接下来的工作是在那家公司组建一个项目管理办公室（PMO），并在世界各地的IT组织中推广正式的项目管理过程。

我刚开始是项目的参与者，后来逐步承担起了更多的责任，最后成为整个工作的项目经理。

这让我能够从一个典型的靠经验办事的项目经理转变为一个同时能够理解方法论的项目经理。

如果你的工作是建立一套方法并指导、培训别人，你就会深刻理解项目管理方法，懂得如何做好项目管理。

这就是我在那3年所做的事情。

3年后，我决定离开大公司。

我回顾了自己这些年所学到的东西。

我曾经工作多年都没有接受过正式的项目管理培训，但是现在接受了一大套方法的正式培训，也获得了这方面的经验。

我想利用自己的背景和经验创造一套项目经理能够理解并愿意接受的项目管理过程。

于是就产生了TenStep项目管理过程（以下简称TenStep），这套过程可以从[www.tenstep.com](http://www.tenstep.com)获取。

我在制订TenStep过程时，关注的是两个最重要的原则。

首先，方法论是可伸缩的，要做到易于理解，能够让项目经理管理大、中、小项目。

项目经理可以通过最精简的项目管理体系来管理小项目，不会因为少做了什么不必要的工作而感到内疚。

而对大型项目也可以使用更高阶的项目管理体系，不会因为要求较高而心怀歉意。

其次，TenStep方法中10个步骤的排列方式体现了项目管理能力的递进关系。

最下面的步骤表示的是每个项目经理在每个项目上都应当遵循的过程。

随着层级越来越高，一般也需要更加严谨、精密的做法，特别是对大型、复杂的工作。

我在大型PMO工作时，也从为世界各地的项目经理提供教练和培训的工作中获得了乐趣。

在做教练时，我发现如果能够在课程中包含一些示例，项目经理会更容易学习。

例如在学习变更管理时，如果能在他们的项目中实际应用这个原则，包含一些使用范围变更管理的具体例子，再加上一些误用这个过程的案例，那对项目经理来说会更容易掌握。

如果想不出来和具体项目相关的例子，我会从其他可能相关的项目中找出一些例子来。

本书就是那种教学方法的积累。

## <<LBS应用开发>>

市面上到处都是项目管理书籍、报刊专栏、最佳实践、技巧和陷阱。

问题不在于“是否能找到项目管理方法”，而在于“你能否记住在项目适当的时候使用正确的方法”。

让我们正视这个事实：很少有几个报刊专栏或书籍能够吸引你反复研读。

项目管理方面的内容就是这种情况。

项目管理书籍一般都是读过一次（也许只是浏览一下）以后就再也不会起来看了。

如果能通过一个故事抑或一则寓言来说明项目管理的教训，那么就可以把项目管理经验教训更好地传递给读者。

读者将理解这些经验教训在什么样的环境下才真正适用于项目。

这些教训也因此会更容易理解，并且更重要的是，更容易记住。

本书在50个易于理解的故事中应用了50个重要的项目管理教训。

除了主要教训外，每个故事还和其他项目管理概念和定义融合在一起。

希望读者能够发现书中的信息对工作有用，同时希望读者能够在项目中吸取这些经验教训。

Tom Mochal

## <<LBS应用开发>>

### 内容概要

《LBS应用开发》分为三部分，第一部分主要从宏观角度介绍位置感知及LBS应用，第二部分介绍与开发LBS应用相关的技术，第三部分讨论基于LBS应用的商业和创业。

从介绍LBS的概念入手，《LBS应用开发》涵盖了定位技术、地图选择、应用类型、移动平台、连接问题、服务器端整合，还为创业者提供了商业建议，涉及如何创收、保护隐私、发布应用、保护知识产权和寻求风险投资等内容。

《LBS应用开发》适合移动应用设计开发人员和有志在移动大潮中成功创业的各领域人士阅读。

## <<LBS应用开发>>

### 作者简介

Richard Ferraro, 现任Golden Gekko公司销售副总裁及移动业务发展总监, 该公司是全球领先的移动应用方案提供商。Richard此前是LBS创业公司GeoMe Mobile创始人, 他拥有阿尔塔行政管理学院国际工商管理硕士学位。

Murat Aktihanoglu, 风险投资公司ERA创始人, 该公司拥有120名创业导师、10位运营合作伙伴, 为互联网及移动创业公司提供免费的办公场所、服务和指导。Murat毕业于土耳其毕尔肯大学。

## <<LBS应用开发>>

### 书籍目录

#### 第一部分 LBS蓝图

##### 第1章 基于位置的服务

- 1.1 什么是基于位置的服务
- 1.2 商业LBS和用户LBS
  - 1.2.1 GPS在交通运输业
  - 1.2.2 GPS与RFID对比
  - 1.2.3 紧急响应服务
  - 1.2.4 服务定位软件的应用
  - 1.2.5 社交网络应用
- 1.3 移动LBS在发展中遇到的挑战
  - 1.3.1 访问成本
  - 1.3.2 手机厂商和运营商
  - 1.3.3 隐私立法和公众认知
- 1.4 LBS未来的机遇
- 1.5 小结

##### 第2章 定位技术

- 2.1 什么是定位技术
  - 2.1.1 基站三角测量
  - 2.1.2 卫星导航GPS
  - 2.1.3 标准GPS
  - 2.1.4 辅助GPS
  - 2.1.5 蓝牙或独立式GPS
- 2.2 小区识别码(Cell ID)
- 2.3 无线定位系统
- 2.4 新定位方法
  - 2.4.1 混合定位技术
  - 2.4.2 P-Cell技术
  - 2.4.3 IMU技术
  - 2.4.4 推拉机制
- 2.5 小结

##### 第3章 地图

- 3.1 地图API
- 3.2 地图API比较
  - 3.2.1 MapQuest
  - 3.2.2 Google Maps
  - 3.2.3 Bing Maps
  - 3.2.4 Yahoo! Maps
  - 3.2.5 CloudMade
  - 3.2.6 Mapstraction
  - 3.2.7 关于许可
- 3.3 地图供应商
  - 3.3.1 NAVTEQ
  - 3.3.2 Tele Atlas
  - 3.3.3 OpenStreetMap
- 3.4 基于浏览器的位置

## <<LBS应用开发>>

- 3.4.1 Fire Eagle
- 3.4.2 Loki
- 3.4.3 Geode
- 3.4.4 原生浏览器支持
- 3.5 小结
- 第4章 内容选择
  - 4.1 内容许可证
  - 4.2 内容分发格式
    - 4.2.1 GeoRSS
    - 4.2.2 GeoJSON
    - 4.2.3 KML
  - 4.3 第三方许可内容
  - 4.4 用户生成的内容
    - 4.4.1 隐私
    - 4.4.2 质量
    - 4.4.3 版权问题
    - 4.4.4 实施和性能
  - 4.5 Mashups(混搭网站)
    - 4.5.1 消费者混搭网站
    - 4.5.2 数据混搭网站
    - 4.5.3 商业混搭网站
  - 4.6 混搭网站编码实例
    - 4.6.1 使用KML
    - 4.6.2 使用JavaScript
  - 4.7 小结
- 第二部分 技术
- 第5章 消费者应用
  - 5.1 目标导航
    - 5.1.1 智能手机上的GPS辅助导航Telmap
    - 5.1.2 基于Nokia手机的GPS辅助导航Ovi Maps
    - 5.1.3 创建导航部件平台uLocate
    - 5.1.4 Google的(免费)地图导航
  - 5.2 与他人或当地联系
    - 5.2.1 用有地理标记的相片编故事的Whrrl
    - 5.2.2 让位置进入主流的Loopt
    - 5.2.3 让LBS服务全球的GyPSii
    - 5.2.4 使LBS更容易的Sniff
    - 5.2.5 通过LBS贯穿真实和虚拟世界的Friendticker
  - 5.3 娱乐或游戏
    - 5.3.1 位置感知冒险游戏GPS Mission
    - 5.3.2 位置感知寻宝藏游戏Geocaching
    - 5.3.3 基于位置的社交网络游戏
  - 5.4 前沿应用
    - 5.4.1 增强现实
    - 5.4.2 Layar : AR浏览的拓荒者
  - 5.5 小结
- 第6章 移动平台

## <<LBS应用开发>>

- 6.1 移动电话行业动态
- 6.2 移动开发技术与发行方式的变化
- 6.3 Java ME
- 6.4 Symbian
- 6.5 iPhone和iPad
  - 6.5.1 iOS开发工具的限制条件
  - 6.5.2 简单的iPhone应用
  - 6.5.3 Apple App Store
- 6.6 Android
  - 6.6.1 简单的Android应用
  - 6.6.2 Android Market
- 6.7 webOS
- 6.8 BlackBerry OS
- 6.9 Windows Mobile
- 6.10 LiMo
- 6.11 MeeGo
- 6.12 BREW
- 6.13 移动开发框架
  - 6.13.1 PhoneGap
  - 6.13.2 Kyte移动应用程序框架
  - 6.13.3 Big5
  - 6.13.4 Titanium Mobile
  - 6.13.5 QuickConnect
  - 6.13.6 Rhodes框架
- 6.14 测试
- 6.15 小结
- 第7章 连接问题
  - 7.1 连接中的关键成功因素
    - 7.1.1 智能手机
    - 7.1.2 功能手机
  - 7.2 位置数据的安全性
    - 7.2.1 缓冲位置文件
    - 7.2.2 数据库服务器
  - 7.3 位置感知平台实例
    - 7.3.1 iPhone和iPad实例
    - 7.3.2 Android实例
    - 7.3.3 Java ME实例
    - 7.3.4 Palm webOS实例
  - 7.4 小结
- 第8章 服务器端集成
  - 8.1 服务器的功能
  - 8.2 服务器API
    - 8.2.1 REST
    - 8.2.2 XML数据交换格式
    - 8.2.3 JSON数据交换格式
  - 8.3 空间数据库
    - 8.3.1 PostgreSQL和PostGIS

## <<LBS应用开发>>

- 8.3.2 MySQL空间支持
- 8.3.3 Microsoft SQL Server空间支持
- 8.3.4 Oracle空间
- 8.3.5 IBM DB2 Spatial Extender
- 8.4 性能
- 8.5 返回POI示例
- 8.6 第三方LBS服务器
  - 8.6.1 MapServer
  - 8.6.2 ESRI ArcGIS Server
  - 8.6.3 Maptitude
  - 8.6.4 GeoMedia
  - 8.6.5 MapInfo Professional
  - 8.6.6 Microsoft MapPoint
- 8.7 小结
- 第三部分 LBS应用商业化
- 第9章 LBS商业化
  - 9.1 消费者是收入的来源
    - 9.1.1 计费网关
    - 9.1.2 程序内收费
  - 9.2 企业是收入的来源
    - 9.2.1 版面费用
    - 9.2.2 位置数据收费
  - 9.3 把知识产权转化为财富
    - 9.3.1 许可
    - 9.3.2 贴标签
  - 9.4 小结
- 第10章 隐私之争
  - 10.1 到底什么是隐私
  - 10.2 隐私之争
    - 10.2.1 隐私威胁
    - 10.2.2 位置推与拉
  - 10.3 谁在管理LBS隐私
  - 10.4 隐私立法
    - 10.4.1 避开数据隐私陷阱
    - 10.4.2 移动电话产业协会的最佳实践指南
  - 10.5 遵守隐私法规
    - 10.5.1 设置用户资料
    - 10.5.2 选择加入屏幕
    - 10.5.3 不确切的位置
    - 10.5.4 服务条款
    - 10.5.5 地理围栏
  - 10.6 小结
- 第11章 应用分销
  - 11.1 产品好不好，要看卖得好不好
  - 11.2 发布应用
    - 11.2.1 应用商店概况
    - 11.2.2 怎样在商店中发布应用

## <<LBS应用开发>>

### 11.3 应用商店的可发现性

#### 11.3.1 应用评论

#### 11.3.2 应用排名

#### 11.3.3 应用分析

#### 11.3.4 应用可发现性

### 11.4 通过第三方分销

#### 11.4.1 通过内容合作者分销

#### 11.4.2 通过口碑销售

### 11.5 小结

## 第12章 坚守你的商业理想

### 12.1 战略规划

#### 12.1.1 选择正确的经营策略

#### 12.1.2 制订营销策略：商业计划

#### 12.1.3 发展策略：外部合作伙伴

### 12.2 寻找投资

#### 12.2.1 匹配业务发展阶段的投资

#### 12.2.2 引导性资助

#### 12.2.3 朋友、家庭和傻瓜资助

#### 12.2.4 天使投资人

#### 12.2.5 风险投资家

### 12.3 固守你的经营策略

#### 12.3.1 商标注册和品牌保护

#### 12.3.2 为你的成果申请专利

### 12.4 小结

## 附录A 第2章中用到的Java示例代码

## 附录B 商业计划大纲

## 附录C 投资建议书(样本)

## <<LBS应用开发>>

### 媒体关注与评论

“ 本书帮你解开基于位置的移动服务之谜。  
” ——读者评论

## <<LBS应用开发>>

### 编辑推荐

零基础掌握位置感知应用基于LBS应用的商业和创业指南为创业者提供商业建议LBS应用专家创业真经技术与商业并重的入门佳作

## <<LBS应用开发>>

### 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>