第一图书网, tushu007.com

<<八大业务应用典型设计卷．营销业务应用篇．营>>

图书基本信息

书名：<<八大业务应用典型设计卷．营销业务应用篇．营销功能精化设计．1．上册、下册>>

13位ISBN编号：9787508367934

10位ISBN编号：7508367936

出版时间：2008-10

出版时间：中国电力出版社

作者：刘振亚 编

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

前言

加快信息化建设是党和国家的重要战略部署。
党的十七大提出了深入发展工业化、信息化、城镇化、市场化和国际化的新任务，要求大力推进信息化与工业化融合。
国资委、国信办在《关于加强中央企业信息化工作的指导意见》中提出：到2010年，中央企业要基本实现信息化向整个企业集成、共享、协同转变，建成集团企业统一集成的信息系统，多数中央企业的信息化基础设施、核心业务应用信息系统和综合管理信息系统达到或接近同行业的世界先进水平。
国家电网公司作为关系国家能源安全和国民经济命脉的国有重点骨干企业，肩负着重要的政治责任、经济责任和社会责任。
“十一五”是公司快速发展的重要战略机遇期。
认真落实科学发展观，加快推进信息化建设，提高经济效益和管理效率，为加快转变公司发展方式和电网发展方式，深入推进集团化运作、集约化发展、精益化管理和标准化建设，建设世界一流电网、国际一流企业提供坚强支撑，是关系公司发展全局的重要战略举措。
国家电网公司高度重视信息化工作，将加快信息化建设作为公司重要的基础建设，坚持以信息化带动生产专业化，推动管理现代化，在全公司组织实施信息化“SGl86”工程，即构筑“纵向贯通、横向集成”的一体化信息平台，建设财务管理、营销管理、安全生产、协同办公、人力资源、物资管理、项目管理、综合管理八大业务应用，健全完善安全防护、标准规范、管理调控、评价考核、技术研究、人才队伍六个保障体系。

内容概要

为全面推进并实现"SGl86"工程的总体目标和要求，国家电网公司组织营销业务应用标准化设计，形成了业务模型、需求规格、功能精化、数据模型、标准代码、IT架构6套设计成果。
标准化设计是营销信息化发展到一定阶段的必然要求，也是加快营销信息化建设的重要举措。
《营销IT架构设计》分册是《国家电网公司信息化建设工程全书八大业务应用典型设计卷营销业务应用篇》之一，是在借鉴营销信息化建设多年经验的基础上，充分考虑营销业务未来发展需求，对营销业务应用的业务架构、应用架构、数据架构、技术架构、物理架构、应用集成和安全架构等方面展开统一设计，为各网省公司的营销业务应用建设提供IT技术标准。
本书可供国家电网公司和下属各网省公司的营销业务应用建设的有关领导、业务专家、技术专家以及建设实施厂商的设计、实施人员使用。

书籍目录

序前言上册　综述　1　引言　2　功能精华设计总论　3　内容概述　新装、增容及变更用电　1　概述　2　新装、增容及变更用电界面控制组设计　3　新装、增容及变更用电逻辑组设计　4　接口设计　5　附录下册　供用电合同管理　1　概述　2　供用电合同管理界面控制组件设计　3　供用电合同管理逻辑件设计　4　接口设计　5　附录　用电检查处理　1　概述　2　用电检查管理界面控制组件设计　3　用电检查管理逻辑组件设计　4　接口设计　5　附录　95598业务处理　1　概述　2　95598业务处理界面控制组件设计　3　95598业务处理逻辑组件设计　4　接口设计　5　附录　客户联系　1　概述　2　客户联络界面控制组件设计　3　客户联络逻辑组件设计　4　接口设计　5　附录

章节摘录

插图：上册2 功能精化设计总论2.1 设计原则在进行功能精化设计时，遵循以下原则：标准化、规范化原则：遵循国网和行业相关标准，满足业界规范，体现标准化设计项目内涵。
完整性原则：完整覆盖业务功能说明，功能精化设计基于《营销需求规格设计》，设计范围包括l9个业务类和支撑功能，设计内容涵盖了《营销需求规格设计》的基本功能、辅助功能、提示信息、处理约束、信息处理要求、考核要素、非功能需求、统计要素、差异说明及表卡单据等，并与《营销需求规格设计》求之间形成点对点响应。
一体化原则：依据CRM理念，体现营销业务模型和需求规格说明书的成果，面向营销十一五规划，遵循“SGl86”工程，实现“以客户为中心”为市场、管理、效益等服务的一体化营销业务应用功能构件设计。
基于统一的支撑平台组件，设计营销业务应用各业务类具体功能组件，同时，将业务关联要求落实到具体功能点场景及组件设计中，满足营销业务运作的紧密关联要求。
适用性原则：适应电力营销业务需要，对《营销需求规格设计》的所有功能模块差异进行适应性设计，同时通过参数化、配置化以及支撑平台组件的设计满足业务项、业务流程和处理逻辑差异要求。
先进性原则：架构先进，采用组件方式，分为界面控制组件、逻辑组件、接口组件，降低功能设计耦合性；设计方法先进，采用RUP的设计方法，基于CIM模型。
采用面向组件方法进行设计，组件划分及方法设计需满足业务需求，同时考虑组件的可重用性。
扩展性原则：面向营销市场发展，应提供良好的扩展接口，通过参数化、配置化设计，构件封装多种方式的功能扩展，满足业务不断发展需要。
2.2 设计方法2.2.1 基于SOA理念的组件化设计软件技术是管理信息系统的核心技术之一，恰当的软件技术架构不仅可以提高系统技术性能，而且可以满足系统部署多样性的需求。

编辑推荐

《营销业务应用篇:营销功能精化设计1(套装全2册)》由中国电力出版社出版。

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