

图书基本信息

书名：<<设计.三步成师!-跟着我找设计想法>>

13位ISBN编号：9787121174698

10位ISBN编号：7121174693

出版时间：2012-8

出版时间：电子工业出版社

作者：[美]埃伦·勒普顿

译者：于军

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>

内容概要

我们总是在讨论创意与设计，但是我们的脑子里能有多少好的想法，这些想法如何实践，这是很多设计师，特别是初出设计圈的人很头疼的问题。

本书内容包括：解决设计问题（头脑风暴、思维导图、核心团队、视觉研究、品牌矩阵、创意说明）、获取想法（视觉大脑、行动、联系、每一处每一物、标志索引标识、合作设计、视觉日记）、创造（物理性思维、各种工具、设计规则）、设计师如何思考等内容。

作者简介

作者：（美国）埃伦·勒普顿（Ellen Lupton）译者：于军 埃伦·勒普顿（Ellen Lupton），马里兰艺术学院平面设计研究所主管，作为知名的设计图书作者和知名设计策展人，她曾经出版了众多畅销设计书，如：《Thinking with Type》、《Indie Publishing》、《Graphic Design：The New Basics》等。

书籍目录

第1步设计,从问题开始 头脑风暴 如何在团队中开展头脑风暴 参考案例:顶尖设计师的思维峰会 参考案例:小型头脑风暴活动之馅饼实验室(PieLab) 思维导图 如何绘制思维导图 参考案例:Texturactiv 的标识设计 访谈与沟通 怎样进行访谈 参考案例:钥匙访谈录 核心用户群 如何组织核心用户群 参考案例:关爱安全中心的设计 参考案例:巴尔的摩超市的设计 视觉分析 如何进行视觉分析 品牌矩阵 如何创建品牌矩阵 参考案例:茶叶包装制样 品牌宣传册 如何打造品牌宣传册 实地研究 如何进行实地考察 参考案例:水族馆的标识设计 参考案例:巴尔的摩地铁导视设计 创意概要 如何提炼创意概要 参考案例:天天艺术组织的宣传材料设计 第2步如何获得灵感 视觉思维草图 如何勾勒视觉思维草图 参考案例:描绘人的心理状态 强迫联系 如何进行强迫联系 参考案例:自助洗衣店设计中的强迫联系 参考案例:强迫关联各种工具 参考案例:视觉双关 设计中的行为动词 用行为动词来激活一种思路 参考案例:活跃的图标 不拘一格,广泛选材 如何随时随地获得设计素材 参考案例:海地地震援助海报项目 对设计加以“修辞” 基本的修辞手法 参考案例:运用修辞手法设计出的椅子 图标,索引,符号 三种标志 参考案例:泰国佛教香料基金会的形象设计 有效的合作 如何团结协作 参考案例:团队协作修复壁画 联合设计 如何进行联合设计 参考案例:对外授权的联合设计 参考案例:格兰费内平台 视觉日记 如何创建视觉日记 预防文字的歧义 如何避免文字产生歧义 参考案例:美元店博物馆的双语语境 概念演示 如何进行概念演示 参考案例:在线新闻产品的互动概念设计演示 第3步给设计以生命:设计成形 动手让设计成形 如何动手整理 参考案例:报纸布局的设计材料整理 可替换的网格设计 如何设计可替换的网格 参考案例:“亚马逊网站”海报 参考案例:镶嵌的网格设计 基于系统设计的配套零件 如何设计零件工具包 参考案例:设计底特律动画的整体视觉 品牌语言 如何打造品牌语言 参考案例:FAB设计学校的品牌元素 设计的实物模型 如何创作实物模型 参考案例:银橡树酒瓶的设计实物模型 思考物理思维 如何从物理的角度进行思维 参考案例:二维到三维的诗歌海报设计 将问题暴露出来 如何将问题暴露出来 非常规工具 如何使用非常规工具 参考案例:为蛋农设计的标识 参考案例:在卫生纸上作画 参考案例:组合分解 重温你的设计 如何重温你的设计 参考案例:对收集的易拉罐进行视觉上的结构分解 修复思路 如何修复 参考案例:从民间艺术中吸取经验 附录A设计师的思维是怎样的 设计师是怎样进入状态的?

设计师如何创建形式?

设计=编辑,那么设计师怎样编辑?

章节摘录

版权页：插图：大多数设计项目的启动从问题开始，如改进产品、创作标识，或说明创意。

开始阶段，设计师、客户考虑问题的角度时常都过窄，减少了最后成功的可能。

宣称需要新的宣传手册的客户可能更擅长网站宣传、促销活动，或者营销方案。

认为客户需要新标识的设计师，可能会发现形象化图标或者新名称更适合于全球范围的目标客户。

追求更加环保的包装最终可能不仅设计出个性化产品，而且还可能形成制造和营销的新体系。

在设计过程的开始阶段，思路可以说是唾手可得，信手拈来，但是需要反复地斟酌推敲。

不久之后，这种如泉涌的灵感被缩减，只剩下最有机会成功的几个。

构思和尝试每种可行的概念需要花费一定的时间。

因此，设计师时常从一些生动形象、探索式的研究入手，其过程包括列出清单和画草图，即勾勒出轮廓线及列出仍不十分清晰的项目的示意图。

本章探讨设计师在创作过程的早期阶段用来解释（和提出）问题的技巧。

如头脑风暴和构思，有助于设计师萌发核心理念，而其他过程（如访谈、焦点小组和品牌导图）主要是了解用户需要什么，或者以前做过什么，寻求对问题的解释。

这些技巧当中的很多在项目的任何阶段都有可能发生。

头脑风暴是很多设计师创作过程的第一步，并且是其他思维手段的源头，所以我们一开始就对它进行描述。

为什么这种技巧是必要的呢（包括随意的或者有条理的）？

难道有创造力的人就不能坐下来创作吗？

大多数思维方法包括你思路的外在表达，以一种看得见、能比较，可分类和合并、评比和分享的方式确定下来。

思维不总是发生在大脑内部，思维有时就发生在当下，演变为实实在在的东西——词汇、轮廓、制样和方案。

除此之外，有越来越多的思维发生在向着一个共同目标努力工作的人们身上。

编辑推荐

《设计,三步成师!跟着我找设计想法》由电子工业出版社出版。

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>