

<<设计网事>>

图书基本信息

书名：<<设计网事>>

13位ISBN编号：9787302217992

10位ISBN编号：7302217998

出版时间：2010-1

出版时间：清华大学出版社

作者：千鸟

页数：264

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

在所有信息技术领域，网页设计、网站设计长期是个几乎搞不清楚的、弱勢的、被边缘化的职能岗位。

但在近些年的发展，不断地有远见卓识的从业者认识到，“设计”不应该就这么简单，应该能够与开发进行更为紧密地配合，并赋予更高层次概念上的提升。

尤其在各种互联网新概念、客户端新技术的冲击下，很多从业者突然发现“设计”开始变得无所不能、无处不在。

于是，我们开始综合考虑如何通过“以用户为中心的设计（LJCD）”来实现更好的“用户体验（UE）”？

如何利用传统图书馆学信息管理的“信息架构（IA）”理论组织内容？

如何把传统工业、软件领域的“交互设计（ID）”结合到互联网技术中？

如何把已经成熟的“软件工程、系统工程”理论总结成“产品管理（PM）”方法论？

本书收录了“千鸟志”2005—2009年专业技术相关的大部分精华，掐头去尾正好三年。

严格来说“千鸟志”只是我的个人博客，我认为有价值的技术类网志应具备三个要素，首先实践并提出新观点，其次观点认识必须成熟且不能自相矛盾，最后观点需要成体系。

国内做Web Design的同行们走过的路一般都类似，我给自己的定位是游走在设计、研发（注意不是技术）之间的边缘人。

我写Blog的目的很单纯：实践和记录。

不小心便成了所谓的“行业人士”。

同时，慢慢地我发现所经历的2005—2008年正是国内互联网产品设计发展最快的三年，作为摸爬滚打的一分子，我享受了自己的全部。

长期以来大家都在学习国外的先进理论，但我发现引进版图书容易存在观念陈旧、本地化不够等问题。

内容概要

本书由国内顶级互联网产品设计师讲解国内Web Design八年发展史，是国内第一本互联网产品设计领域的个人原创出版物。

本书是结合作者多年实践经验，在业内率先总结出清晰严谨的知识结构。

第1章介绍互联网产品；第2章分析“少即是多”的设计理念；第3章阐述“以用户为中心”的设计；第4章分解“架构”和“交互”不同目的的设计理念；第5章论证敏捷迭代的互联网产品设计团队协作方法；第6章强调客户端技术实现的重要性；第7章还原SEO本质，并提出正确的执行思路；第8章列举典型产品设计案例和方案；第9章从职业设计师角度总结可持续发展之路；第10章用生活中的遭遇来阐述UCD思想。

为了方便读者查阅，本书还专门提供了除目录索引之外的语录、标签索引。

本书适合互联网技术领域的设计师，以及所有互联网设计从业者阅读。

作者简介

千鸟，互联网产品设计师、架构师，UCDChina发起人；计算机背景，曾习软件开发、网络通讯和系统工程；98年触网，01年建站，04年开始写网志，迄今浏览量愈千万；专注于互联网技术领域UCD理论的转化与实践，中国本土互联网产品相关行业最早期从业者之一；分别服务过大陆和海外的软件、网络、广告公司，做过相关领域咨询顾问和培训师；在网络互动娱乐、电子商贸、在线广告、户外旅行、人文地理等行业应用有丰富积累；对内容组织、信息服务、社会化网络等新媒体产品形态有较深入研究。

书籍目录

第1章 互联网产品 1.1 从网页设计开始 1.2 与用户体验的这两年 1.3 设计兴国 1.4 立足于传统行业设计 1.5 设计的技术含量 1.6 自己设计自己用 1.7 互联网设计操作参考v1 1.8 互联网设计操作参考v2 软件与网站产品的区别 1.10 软件与网站设计的区别 1.11 做设计还是做产品 1.12 由建筑设计想到的

第2章 少即是多 2.1 网页不需要漂亮 2.2 简单就是力量 2.3 信息之美 2.4 内容呈现的减法 2.5 体讲究拒绝 第3章 以用户为中心 3.1 心智模型的差异 3.2 用户喜欢点什么 3.3 时间算法 3.4 活着的 3.5 对比暗示 3.6 横排和竖排 3.7 三达不溜 第4章 架构思想和交互意识 4.1 可用之前先保证可访问 给网站界面预留退路 4.3 网站的架构体系 4.4 让网站容易被发现 4.5 简洁有语义的页面地址 4.6 通研究视线轨迹改良设计 4.7 结构和交互的关系 4.8 网址导航的组织方法 4.9 网站背后的信息架构 4. Tag的关系和呈现 4.11 Tag的创建和组织 4.12 内容、标签和分类 4.13 使用标签是迟早的事 4.14 用户不需要信息快餐第5章 设计团队和沟通 流程 5.1 Yahoo! 的项目工作流程 5.2 把用户体验整合进流程 5.3 信息架构的流程引入 5.4 把体验理论变成现实 互联网设计瀑布递推 5.6 互联网设计敏捷迭代 角色 5.7 模拟高效团队 5.8 纵深协作方式 5.9 做自己的事 5.10 策划和执行 5.11 产品经理的责任 5.12 传达并推动 5.13 用户体验的误解 5.14 设计和技术的误解 产出 5.15 设计页面结构原型 5.16 产品原型文档构想 5.17 用文档来推动产品 5.18 文档体系 5.19 两类线框图的比较 5.20 产品规范之道 5.21 交付物不是越多越好 第6章 客户站技术 第7章 搜索引擎友好 第8章 案例和方案 第9章 知识积累和职业生涯 第10章 生活中的遭遇

章节摘录

插图：1.组织理念并分层思想信仰——以用户为中心的设计实现目标——良好的用户体验具体指标——可访问性、兼容性、可用性、标准化、搜索引擎友好接受来自IBM的概念定义启发，依次分为思想、目标、指标三大逻辑层面。

关键在于指标问题上，我认为Web-based产品因为客户端多样性原因，远不止可用性这一项，经过补充排序，结果如下：可访问性、兼容性、可用性、标准化、搜索引擎友好。

可以看到可访问性、兼容性、标准化、搜索引擎友好都是Web-based产品独有的，这也是做Web比做Soft麻烦的根本原因。

相对来说，我处理可访问性、兼容性、标准化、搜索引擎友好。

比可用性更得心应手。

这与我的背景、经验和兴趣有关。

因此我不会去做Soft-based的事情，并且完全有理由相信，可用性不是最重要的指标。

理念只是贯穿全局的方针原则，并不具有实际的指导意义。

虽然理念都有独立的中心思想，但操作层面有交集，所以容易引起各种争论。

以做事角度看，从任何理念角度深入下去，都可能不同程度地见到效果。

但要把事情做到极致，需要平衡各项指标。

2.组织流程和方法概念阶段——网站目标、用户需求、功能规格、内容说明设计阶段——信息架构、交互设计、界面设计、导航设计、信息设计、视觉设计制作阶段——原型制作、前端编程曾在纵深协作方式。

中提出扁平结构协作初步设想.减少沟通环节避免理解缺失，用灵活性来适应互联网的快速产出和快速迭代，整个流程分概念、设计、制作三大阶段。

编辑推荐

《设计网事:互联网产品设计实践》：见证国内八年网页设计、网站设计、互联网产品设计发展史笔记。
见证国内三年基于互联网的用户体验、以用户为中心、信息架构、交互设计实践心得。

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>