# <<创意脑筋急转变>>

#### 图书基本信息

书名:<<创意脑筋急转变>>

13位ISBN编号:9787507409710

10位ISBN编号:7507409716

出版时间:1998-01

出版时间:中国城市出版社

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

## <<创意脑筋急转变>>

#### 书籍目录

#### 目录

- I.素质培育篇
- 第一章 创造心理基础分析 十八种创造心理要素
- 1.怀疑心理
- 2.实证心理
- 3.求知心理
- 4. 求新心理
- 5.求变心理
- 6. 求精心理
- 7.好奇心理
- 8.追求成功心理
- 9.自我表现心理
- 10.求名心理
- 11.求利心理
- 12.鞠躬尽瘁的心理
- 13.追求刺激的心理
- 14.追求美的心理
- 15.创造记录的心理
- 16.感情反射心理
- 17.受到怂恿的心理
- 18.来自不安的心理
- 第二章 创造性思维习惯的培育
- 1.养成变换角度的观察思考习惯
- 2.注意目标 抓住灵感
- 3.大脑不停地运转才会愈加灵活
- 4.创意首先要具备丰富的想像力
- 5.养成凭直觉获取灵感的能力
- 6.感知力与探索精神
- 7.脑筋急转弯迂回式思考
- 8.利用资料和信息开发思路
- 9.研究有价值的信息必须钻进去
- 10.成功是由小到大逐步发展的
- 11.逆向思考
- 12.反形象综合思维法
- 13.考虑从未用过的方法
- 第三章 创造性思维者应具备的条件
- 1. "脑内革命"的时代
- 2.充分发挥创造力
- 3.开发创造性思维的条件
- 4.开发创造性设想的四阶段论
- 5.创造性思维的结构
- 6.善于调动潜意识的能力
- 第四章 创造能源的开发与运用
- 1.问题意识是开发创造性能源的契机
- 2.爱动脑筋是调动创造性能源的最佳选择

#### <<创意脑筋急转变>>

- 3.明确的目标是开发设想的强大动力
- 4.问题意识是产生好设想的有力帮手
- 5.自信是成功的源泉
- 6.好奇心越强创造力越大
- 7.勇于怀疑敢于否定 .成功构想篇
- 第一章 破旧求新 适变必胜
- 1.创意须超凡脱俗名称必须漂亮
- 2.在品牌的功能上创造新意
- 3.打破传统名称的固定思维
- 4.新的构想必须从怀疑开始
- 5.从两性差异中寻找新的构想
- 第二章 消费者心理是一切构想的出发点
- 1.必须摸清消费者的复杂心理
- 2.消费者不愿接受的技术
- 3.消费者不愿接受的式样
- 4.突破传统形态的限制
- 5.按照新的需求开发新的造型
- 第三章 激烈的竞争产生惊人的构想
- 1.从销售的角度设计新构想
- 2.通过收购来研究新课题
- 3.试用先从内部开始
- 4.广泛搜购各地名产
- 5.绘制全国"名产特产地图"
- 6.将传统"秘方"与适宜新意结合起来
- 7.建立市场商品资料档案
- 8.思路必须紧随商品周期性转
- 9.判断潮流趋向的新观点
- 10.分析与研究的方法
- 第四章 信息是一切构想成功的关键
- 1.从不同行当人的心理上获取灵感
- 2.A国畅销 B国不灵
- 3.重视专业人员的意见及其构想
- 4.战胜竞争对手的策略
- 第五章 从消费者身上吸取创造智慧
- 1.利用"消费者智囊团"
- 2.老年产品的开发方针
- 3在孩子们身上寻找开发灵感
- 4.女性产品的开发
- 5.让女性进入开发部门
- 6中年男性智囊团的利用

.技巧运用篇

- 第一章 有效思考的技巧
- 1.思考方式的变换
- 2.思考时间的变换
- 3.思考空间的变换
- 4.思考逻辑的变换

## <<创意脑筋急转变>>

- 5.用答案反求过程法
- 6.请教第三者
- 7.反复确认法

第二章 成功人士的独特思维方式

- 1.于完美处找问题
- 2.追求完美与审慎的态度
- 3.扩大思考领域
- 4.从数量中求质量
- 5.与众不同的思考方式
- 6.积极乐观的自我暗示

第三章 创造性的分割组合技巧

- 1.直接结合与飞跃结合
- 2.要素替代
- 3.反向思考 "推不动拉拉看"
- 4.花样翻新的思考方式
- 5.放大或缩小
- 6.利用检核表的技巧
- 7. "矛盾撞击"术
- 8.积极的"吹毛求疵"法
- 9.强制结合法
- 10.强制关系法

第四章 触类旁通的启发技巧

- 1.从他事他物中获得灵感
- 2.从报刊上寻找灵感
- 3.飞禽走兽均可给人以启迪
- 4.类比法的灵活运用
- 5.从动物等的身体构造上获取方法
- 6.寻找出要素中的要素

.产品开发篇

第一章 商品的概念

- 1.商品的 "5W1H"
- 2.目标产生构想
- 3.未来生活形式的预测
- 4.日常生活中具体的生活行动
- 5.商品随目标的改变而改变
- 6.身体的启示
- 7.如何判断关键事物

第二章 新产品开发的要素

- 1.成功的广告词
- 2.商品供应的场合
- 3.开发新产品的六大原则
- 4.世间万物是最完美的构想对象
- 5.由人体工学原理来启发思路
- 6.人体工学的检查

第三章 开发新产品的基本概念

- 1.根源物质产品的不可取代性
- 2.根源物质的深层消费心理

## <<创意脑筋急转变>>

- 3.深入事物本质追求新构想
- 4. "根源形态"的疑问
- 5.打入"拒绝者市场"的诀窍
- 第四章 产品的系统性开发
- 1.观念的更新
- 2.家庭食品的研究
- 3.追踪调查的启示
- 4.从消费者的立场出发
- 5.商品组合三原则
- 6.商品构造十原则
- 7.单一商品的市场学已行不通
- 8.新"生活方式"与商品构造化
- 9. "构造化观念"的新构想
- 10.商品构造化的六个步骤
- 11.商品构造化的机能
- 12.商品的"生活构造化"
- 13.社会价值的实现
- 14.从构造化中发现新点子
- V.强化训练篇
- 第一章 强化创新能力训练
- 1.提高感性
- 2.在平凡中寻找不平凡
- 3.注意任何新事物
- 4.把新事物的特征抽象化
- 5.即时想像与即时联想
- 6.即时记录
- 第二章 想像力 联想能力训练
- 1.联想是创意的源头
- 2.荒诞滑稽的话题的联想
- 3.依次推理联想训练
- 4.广泛吸收集聚焦点
- 5.智力激励法
- 6.冥想术与催眠法的运用训练
- 第三章 康顿创造性设想技法训练
- 1.改变视点
- 2.使提案更活跃更具体的启示法
- 3.用符号展开想像的训练法
- 第四章 强化日常生活中的创造能力
- 1.集中力的训练
- 2.洞察力训练
- 3.想像力的强化训练
- 4.游戏刺激创造力的训练
- 5.用小发明提高创造力的训练
- 6.成功感受三阶段训练法
- 7.好奇心冒险精强化神训练法.激发创造灵感的成功典范
- 1.钓起财富的灵感

## <<创意脑筋急转变>>

- 2.驱之不散的黄金念头
- 3.玩具狗的启示
- 4.梦想成真的奇迹
- 5.不可忽视突发的奇想
- 6.灵活机智的应变力
- 7.举一反三是创造的基本原理
- 8.反传统的思考方式
- 9.寄生虫钓竿
- 10.奇人的奇迹之道
- 11.创新必须抓住消费者的心理
- 12.利用宇宙动力的奇思异想
- 13. " 藏宝洞 " 的诱惑
- 14.穷则变 变则通
- 15.一鸣惊人的狂想
- 16.超前超群的先见之明
- 17.时间就是金钱
- 18.逐日实现的童话
- 19.三十年梦想成真
- 20.沉寂百年的发现获新生

# <<创意脑筋急转变>>

#### 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