

<<设计管理>>

图书基本信息

书名：<<设计管理>>

13位ISBN编号：9787564044794

10位ISBN编号：7564044799

出版时间：2011-9

出版时间：北京理工大学

作者：(法)博丽塔·博雅·德·墨柔塔|译者:范乐明//汪颖//金城

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;设计管理&gt;&gt;

## 前言

前言 本书应该命名为“”，以感谢在1997年欧洲设计奖竞赛期间同意接受调研的33家企业。

尽管所有这些公司都以优秀的产品设计而富有盛名，但这项研究揭示出它们并非用同一种模式来对设计进行管理。

在所有这33家公司所采用方法的基础上，我们归纳出了一个模型，即设计成功的三层次模型，这构成了本书的主线。

本书的第1篇对设计领域进行了描述，包括设计作为一种过程和作为过程的结果之间的区别；设计师所拥有的技能，以及从设计的历史中我们能够学到什么。

另外，鉴于“好的设计就是商业上的成功”，本篇最后谈到了设计与其他经济要素的关系、公司绩效和设计管理的重要性。

本书的第2篇解释了当一个组织遵从价值创造模型时，设计如何在其中创造价值，即设计作为差异化工具、协调式工具和变革型工具。

在此，与设计管理领域相关的理论、概念和研究事项得以详细展开。

设计作为差异化工具：当设计战略着眼于创建一个更好的品牌，改进产品、包装或服务水平时，它就会通过促进销售、出口和消费者感知价值来增加经济价值。

设计作为协调式工具：当设计战略着眼于对创新过程中的变化进行管理时，它会担当一种对新产品开发管理的有效工具。

设计创造价值，是因为其能够帮助公司协调各个部门的职能，避免冲突，激励跨学科团队合作，改善项目团队中设计师之间的沟通。

设计关系到公司过程的管理和面向消费者的创新管理。

设计作为变革型工具：当设计战略通过改善公司与其环境间的关系、预测未来市场和竞争前景、创造新的市场、预见趋势来创造价值时，它就会产生实质性的战略价值。

这会对组织的定位产生直接的影响。

设计还会对组织中的变革管理和学习过程做出贡献。

第3篇定位于专业实践，其中提出了很多设计管理工具。

市场营销、工商管理及设计管理的相关人员都可以在管理设计项目的决策过程中使用这些工具。

这部分内容包括如何在操作层面上开发设计项目（操作型设计管理），如何管理设计部门（功能型设计管理）及如何开发设计战略（战略型设计管理）。

总之，这本书阐述了公司实施成功设计的不同方式。

感谢接受调研的33家公司！

## <<设计管理>>

### 内容概要

《设计管理：运用设计建立品牌价值与企业创新》研究了优秀产品设计的33家企业，阐述了公司成功实施设计的不同方法，归纳出设计成功的三层次模型。

本书共三部分：第一部分对设计领域进行描述；第二部分解释了当一个组织遵从价值创造模型时，设计如何在其中创造价值；第三部分定位于专业实践，其中提出了很多设计管理工具。

本书深入浅出，案例丰富，对从事工业设计、市场管理、设计管理、项目管理的人士大有裨益。

作者简介

作者：(法国)博丽塔·博雅·德·墨柔塔(Brigitte Borja de Mozota) 译者：范乐明 汪颖 金城 合著者：刘吉昆

## <<设计管理>>

### 书籍目录

- 第1篇 设计管理基础
- 第1章 设计领域
- 第2章 设计历史：企业家肖像
- 第3章 设计与商业绩效
- 第4章 设计管理
- 第2篇 设计的价值
- 第5章 设计与营销：通过设计实现差异化
- 第6章 设计与创新：通过设计进行协调
- 第7章 设计与战略：通过设计实现变革
- 第3篇 设计管理实践
- 第8章 设计公司
- 第9章 操作型设计管理
- 第10章 职能型设计管理：管理设计部门
- 第11章 战略型设计管理
- 译后记

## &lt;&lt;设计管理&gt;&gt;

## 章节摘录

版权页：插图：外部化有时也是一种准内部化，因为与合作伙伴签署的协议遵循“网络管理”的逻辑。

企业有自己的设计师，但也会与外部的合作伙伴联络，从而具备后备能力，或平衡内部设计服务的工作负担。

今天，商业中对于设计的需求越来越多样化。

商业需要发展全面设计的概念，但也需要一些专业设计资源（比如CAD专家或设计师）来辅助内部团队或进行有前景的设计研究。

五、管理项目预算财务管理围绕三点进行：支付类型、项目预算和如何评估成本效率。

一些企业在他们没有经验的设计项目上缺乏自信，会选择去征求几个设计公司的意见，甚至有时候在没有付费的情况下就要求得到设计公司的创意解决方案。

结果他们选择了竞争力较差的设计者，其在创意问题上时间花费较少，对项目只会进行肤浅的分析。

人们必须承认这种做法——在选择过程中，顾问公司进行没有报酬的竞争——在广告公司间很普遍，但这却可能污染设计行业，因为它们比广告公司的预算更少。

设计服务收取报酬有很多种方式：固定费用、按小时收费、特许权使用费和按设计问题的复杂程度收费。

设计公司预估项目中会包含的工作，精确定义合同中各个条款：支付、规划和视觉解决方案的数目。

为了确保项目成果，设计公司可以在合同中增加排他性和保密条款。

模型制作费要单独计算。

设计中心能够很好地提供对预算有效性的判断。

如何确定预算和计算费用？

在确定项目的长期费用中，把下面费用计算进去很重要：（1）合作伙伴间建立信任的费用，因为成功的设计政策依赖客户企业和设计公司长期的良好合作。

（2）了解客户企业的间接费用——对工作情况的了解，主管的个性以及公司文化的限制。

换言之，假如企业把内部设计转向外包的话，与公司熟悉所产生的费用是外部化的间接成本。



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>