

<<设计管理基础>>

图书基本信息

书名：<<设计管理基础>>

13位ISBN编号：9787566702692

10位ISBN编号：7566702696

出版时间：2012-10

出版时间：湖南大学出版社

作者：凯瑟琳·贝斯特

页数：199

字数：210000

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>

## <<设计管理基础>>

### 前言

设计管理是一门对产品、服务、环境的设计及其背后所涉及的人员、项目、流程和步骤进行有效管理的学科。

同样，设计管理是对不同的相关学科（例如设计学、管理学、市场营销学和金融学）和不同角色（例如客户、设计师、项目团队和股东）之间关系的管理。

创意产业（又名创意经济）包括了设计、艺术、手工艺、广告、建筑、时尚、电影、音乐、电视、广播、表演艺术、出版和互动软件等领域。

全球产业发展趋势显示：创意产业是全世界发展最快的产业之一，发展创意产业是增加企业甚至整个国家的竞争优势的最佳途径之一。

此外，对影响创意产业的文化、政治、社会的整体研究需求也日益增长。

由于设计本身就是从以人为本的角度去解决问题，所以它具备良好的条件，能通过更加综合完备的途径去面对当今世界的挑战。

设计并不是独立于其他学科和行业而单独运行的，它和诸多因素关系密切。

与设计相关的外部背景很显然是商业、社会、技术和政治环境。

设计与市场营销、管理、工程、金融、法律和经济等学科的关系也很明显。

与设计相关的内部背景包括品牌与创新、用户与市场调研、客户情况与设计稽核、预算与团队以及项目目标，这些内部背景被用来控制设计活动的方向，从而达到优化商业、社会和经济利益的目的。

.....

## <<设计管理基础>>

### 内容概要

对任何设计师而言，可持续发展都是一个日益重要的问题。不论涉及的是工业设计、平面设计还是建筑设计，《可持续设计变革》清楚地解释了关键理论，让设计师更容易适应和融入工作实践。在本书中，安妮·切克和保罗·米克尔斯维特探讨了设计思维和设计创业如何解决可持续发展议程的问题。他们还研究如何通过设计过程提供方法以驱动企业，组织企业和广大社会进行可持续变革。其中围绕设计和可持续发展的辩论通过国际案例研究和采访都清楚地介绍和解释出来，达到了理论和实践相结合的目的。

## <<设计管理基础>>

### 作者简介

凯瑟琳·贝斯特是一名设计师、咨询顾问、教育家兼作家。作者编著的《设计管理：管理设计的战略、流程和实施》（AVA 2006），对于设计行业和商业的学生、教育工作者和专业人士而言，是一本非常重要的文献，现在已经翻译成了多语言版本。作者为学院和企业讲授的课程包括设计、战略和创新，专门研究设计管理教学和学习中的跨学科和协同工作的方法、工具和流程。

## <<设计管理基础>>

### 书籍目录

#### 第一章 设计的环境

- 1.1 设计与商业的文化
- 1.2 金融、技术和法律
- 1.3 社会、政策和环境
- 1.4 市场要求和用户需求
- 1.5 设计评审、设计任务书和设计提案
- 1.6 人员
- 1.7 项目
- 1.8 产品和服务

#### 第二章 设计概述

- 2.1 设计的力量
- 2.2 设计和社会
- 2.3 设计项目
- 2.4 设计过程
- 2.5 设计技巧
- 2.6 设计规划
- 2.7 项目管理
- 2.8 设计的成功
- 2.9 案例研究  
易读伦敦：漫步英国首都的新方式

#### 2.10 观点剖析

索伦娜·沃尔曼

陈文龙与浩瀚设计

迈尔斯·帕克博士

#### 第三章 管理学概述

- 3.1 经济学
- 3.2 商业和企业
- 3.3 管理过程
- 3.4 商业和企业规划
- 3.5 管理实践
- 3.6 工商管理
- 3.7 商业成功
- 3.8 案例研究

MAS控股公司：道德零售商

#### 3.9 观点剖析

吕迪亚历山大·穆勒贝耶勒

约书亚·科恩

凯文·麦克莱

#### 第四章 会计和财务

- 4.1 财务机构
- 4.2 财务会计
- 4.3 财务报告
- 4.4 会计管理
- 4.5 绩效评估

<<设计管理基础>>

4.6 评估设计价值

4.7 案例研究

Phelophepa医疗列车：传递价值

4.8 观点剖析

菲利普·高德

托马斯·洛克伍德

科基茨托夫·别勒斯基

第五章 营销和品牌传播

5.1 用户、消费者和市场

5.2 了解生产和消费

5.3 市场营销

5.4 营销传播

5.5 品牌

5.6 品牌传播

5.7 愿景、价值观和品牌

5.8 案例研究

Zipcar愿景：建立世界上最大的汽车共享俱乐部

5.9 观点剖析

马尔科姆·罗伯特

饭田直子

奥黛丽·安碧妮

第六章 设计和创新

6.1 设计、管理和创新

6.2 以设计为驱动的创新

6.3 以品牌为驱动的创新

6.4 大型企业的设计管理

6.5 中小型企业的设计管理

6.6 案例研究

飞利浦设计：为可持续社会而设计

6.7 观点剖析

马特·巴特勒米

索尼娅·达尔

西蒙·梅

结束语

术语

参考书目和来源

更多资源

## 章节摘录

版权页：插图： 浩瀚设计是中国地区最大的独立设计咨询公司之一。

浩瀚设计由台北的一个小工作室起家，目前有六个不同的分支机构，已经横跨松德里奥（意大利）、圣何塞（美国）、上海、厦门、台北、胡志明市（越南）六大城市，成为一个拥有超过230名员工的公司。

设计过程：创新原型 公司要在全球协同运作，不必每个分部独立运作。

我作为浩瀚设计首席执行官和主席，要采取不同的办法。

佛教理论认为一切事物是有条件的、相对的、相互依存的。

我看到管理纪律和自由是研究创新的两方面。

为了让设计师在两个看似不同，而又并存的文化中茁壮成长，浩瀚设计鼓励设计师把眼光放在三个关键能力上：专业技能、资源整合和知识的价值。

对我来说，伟大的设计来自管理创新。

在浩瀚设计内部，设计人员可以发挥自己的专业知识，如电脑辅助设计技能、研究分析或素描技能。

当设计师可以用不同的资源整合专业知识，出色的技能则能为项目作出杰出的贡献。

最后，当跨学科模式和知识交叉成为需求，并且整合到设计中时，具有这类能力的设计师更有利于浩瀚内部管理。

他们可以帮助塑造一个设计项目的综合策略。

回顾浩瀚设计20年的实践，它全面改变了一个基于专业知识的数字管理系统的制度开发过程。

这种制度有助于隐性知识变成显性知识，并大大降低了每个设计师的学习成本。

此外，它提供了两种方式增加客户产品开发的创新价值：提供这种累计的数据库和为客户提供一站式的服务。

该系统随着Web 2.0的发展正在升级。

在中国，目前有超过一百万学生进入设计学校，每年有20多万设计毕业生。

在中国设计学校频繁互访时，我观察到这个庞大的逐渐增长的设计力量将改变设计在全球市场中的运作方式。

不同于设计师通过满足用户需求来迎合市场这种传统的方式，在不久的将来，用户也会参与到产品研发中去。

这样一个过程将会更开放，更民主。

设计价值在于提供和执行综合解决方案。

设计师以专业技能为主的角色演变成为解决方案的提供者角色，设计理念也会随之变化。

因此，不可避免的，革命性的变革将在中国的设计教育中出现。

这已经成为一种更具活力的设计文化，正在中国各地兴起。

以2009年上海车展为例。

它不仅是世界第三大车展，也意味着中国是世界头号汽车市场。

中国各大汽车制造商也抓住这个机会，展示其内部团队开发的概念车。

其中，吉利的概念车“智能吉利”，吸引了国际媒体的关注。

甚至有人评论说，这种吉利的智能概念车，可能是对智能汽车潜在竞争对手的挑战。

吉利的智能概念车的设计目标客户是那些享受上海等大城市生活方式的人群。

可持续设计思想在汽车的设计中起着很大一部分作用，具有独特功能的三座布局，将司机的座位和方向盘设在中前方，稍后两侧有两个全尺寸座椅，儿童座椅在后面。

这三加一的设计可同时满足左撇子和右撇子司机，并增加了可用的内部空间。

<<设计管理基础>>

编辑推荐

《设计管理基础》是一本针对设计管理的学生和创意产业专业人士的有效工具书。

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>