第一图书网, tushu007.com

<<认知 设计意味着商机>>

图书基本信息

书名：<<认知 设计意味着商机>>

13位ISBN编号：9787807245896

10位ISBN编号：7807245891

出版时间：2008-10-1

出版时间：京华出版社

作者：（美）海施

页数：95

字数：38000

译者：杨慧鸣

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

<<认知 设计意味着商机>>

内容概要

设计意味着商机。
如果回答一个问题需要聪明才智，那么提出这个问题肯定是要动用创造力的。
最近，国际领先企业都在把工业设计视为法宝，这一点很容易就能认识到。
经济大师丹尼尔一平克宣称：“今天不管是在哪个行业，如果要想胜出，都必须懂设计。
”苹果公司总执行官史蒂夫。
乔布斯也骄傲地说自己“他坚决拥护美学和设计对企业成功的重要性。
”　　类似例子在媒体上也是。
现在每期的《商业周刊》都有一块在线创新栏目+登载了数不清的例子，说的都是由设计主导的战略如何导致成功。
网上杂志特别刊载了“设计的主宰者”，评论说“我们对设计从来没有这么热情和投入过——不只是因为现在设计比以前更重要了。
”　　工业设计师往常总是不免要解释，设计的投资回报问题，因为设计经常被看作是表面性的风格样式，其实设计能够并且应该是一种创造概念和领导战略的力量。
可今天，设计战略使公司利润翻转上升的例子有无数个，苹果、星巴克、摩托罗拉和塔基特零售公司都从他们以设计为核心的思一维和决策中获得了显而易见的重大财务收益。
设计师观察世界的方式，以及他们怀疑现实和生成概念的能力，他们挑战和推动已知世界的思想，使他们成为理想的合作对象。
设计师的活动范围现在已经从工作室转移到了大会议厅，这是一个将永远改变公司思维方式的转变。
　　在会议厅通过对这本书里所有文章充满创造力的研究和讨论，进一步证明了上述观点。
这些文章大多是鼓舞和激励性质的，有些还可能会影响到你们自己的战略。
作者们是特别从学术界和设计实践领域挑选出来的，在推动产品成功的设计方面有经验、知名度，也有一定的贡献。
《认知：设计意味着商机》这本书提供了明确、有信服力的证明。

<<认知 设计意味着商机>>

书籍目录

通过“ 视觉化品牌语言 ”建立品牌财富戴尔的设计意味着商机形式服务于感觉设计与经营在21世纪打造新的联合体2008年为什么是21世纪最重要的一年（一封来自未来的信）何曼米勒公司的故事：用好的设计塑造未来从无到有：创建一个品牌设计+创新=生意销售感觉：利用感觉维度驱动设计设计业的新形势：设计教育的主要方向真实产品普普通通是不够的：醒来闻闻咖啡的味道！
扫帚和碗是怎么说我们的将设计提高到一个全新高度——欧特克数字化工业设计解决方案美铝材料的应用与产品创新设计文章作者简介译后记特别致谢及译者介绍

章节摘录

通过“视觉化品牌语言”建立品牌财富　　消费者每天面对3000多条广告，要过滤的品牌信息之多史无前例。
他们不再象以前那样收看由传统的广播公司转播的电视节目，而是在花钱订购DVD来看。
为躲过烦人的广告，都在编写数字服务程序。
他们每天任务繁多，从众多无关紧要的信息中筛选出重要的来，同时又在寻找着其他标准用来评定一个品牌的可信度。
那么一个品牌必须做些什么才能触及这些消费者．让他们发现这个品牌所要提供的真正价值呢？
明智的企业都知道，要想成功地塑造一个品牌，需要关注品牌体验的每一个元素。
这种关注度将向消费者提供品牌的持久力，也能建立他们对品牌的信任和情感依赖。

编辑推荐

设计意味着商机，如果回答一个问题需要聪明才智，那么提出这个问题肯定是要动用创造力的。
最近，国际领先企业都在把工业设计视为法宝，这一点很容易就能认识到。
经济大师丹尼尔一平克宣称：“今天不管是在哪个行业，如果要想胜出，都必须懂设计。”苹果公司总执行官史蒂夫。
乔布斯也骄傲地说自己“他坚决拥护美学和设计对企业成功的重要性。”

第一图书网, tushu007.com

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