

<<脫俗的設計經營>>

图书基本信息

书名：<<脫俗的設計經營>>

13位ISBN编号：9789862013397

10位ISBN编号：9862013397

出版时间：博碩文化股份有限公司

作者：Cathy Yeon Choo Lee 著

页数：224

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>

<<脫俗的設計經營>>

內容概要

一場知識與時尚的設計遊歷，進入脫俗的設計經營新思維 隨著有更多巧奪天工的設計良品席捲全世界，功能導向的尖端技術已不敷這個時代所需，設計的重要性更是不可同日而語。因應這樣的趨勢，所謂「設計經營」的新思維模式，就在將「設計」引進商業經營層面的聲浪中被催生出來。

然而，「設計經營」這個新思維除了給人設計？

還是經營？

傻傻分不清楚的混淆，也帶來了到底要將其歸類為設計？

還是經營的困擾。

而本書《脫俗的設計經營》在這樣的新思維中，針對「設計經營」提出一套定義與執行的方法，並且擔任讀者的嚮導角色。

時尚設計師不藏私的設計經營哲學 作者Cathy教授有鑑於市面上把「設計經營」這檔事講清楚、說明白的書少之又少，相當惋惜，於是親自執筆，完成這本《脫俗的設計經營》。

書中鉅細靡遺呈現作者想要表達的「設計經營」： . 將理論與實際結合：作者先以在設計職場打滾多年的過來人經驗，闡述自己如何將「設計經營」的理論與實務相結合。

並提出設計經營之所以脫俗，是在所謂4維設計上增添「行動（Action）」的元素，讓設計不再劃地自限，於是遂產生了設計是提供消費者服務的「服務設計」。

. 專家們的現身說法：為了使論述更具說服力！

還請來現正活躍在韓國設計經營這塊領域的學者、專家們，於書中講述他們對設計經營的獨到見解，以及推動韓國產業進步的原動力 - - 就是來自於他們對「設計經營」的貫徹力行。

. 知己知彼百戰百勝：作為一本脫俗的設計經營著作，自然不會只有設計經營的理論與實戰知識而已，書中更提供設計者的「自我檢測」來瞭解自己，達到「知己知彼，百戰百勝」的目的。

接著，便要透過商業計畫擬定的各項步驟，讓自己從事的商業活動更趨完整。

. 設計經營之延伸：書中延伸至與之息息相關的「品牌管理（Brand Management）」和「品牌設計（Branding）」的主題。

作者用淺顯易懂的口吻講述品牌設計的基本概念，並舉我們耳熟能詳的品牌作為例子，任何人都能輕鬆理解書中的大道理。

. 設計習慣之養成：平時日常生活中就應該要養成的設計習慣，像是收看新聞、攜帶相機、善用部落格等等，看似你我每天都接觸得到的瑣事，但被賦予全新的意含之後，你會發現，這些就是成為設計經營者的基本功。

<<脫俗的設計經營>>

作者簡介

Cathy Yeon Choo Lee 弘益大學校國際設計專門研究所 (IDAS) 設計經營系專任教授
EKATRINA NEW YORK Inc. 設計總監暨代表理事 Yeon Choo Lee目前為弘益大學校國際設計專門研究所 (IDAS) 設計經營系專任教授，同時身兼EKATRINA NEW YORK Inc. 設計總監暨代表理事。
曾於素有世界級設計者搖籃之稱的羅德島設計學院 (Rhode Island School of Design) 主修產業設計，先後取得學士及碩士學位。
畢業後任職於Gap Inc. New York，正式踏上時尚設計者之途。
歷經Liz Claiborne Inc. New York配件設計室長，並在擔任Ann Taylor Inc. New York設計理事的期間，建立自己在世界時尚市場中心穩固的設計哲學。
目前，以她專有的設計哲學為後盾，創立EKATRINA NEW YORK Inc.，現正發展為古典優雅當中結合時髦活潑元素的名牌。
並以弘益大學校設計專門研究所?設計經營系專任教授的身分，透過理論與實務之平衡協調，力行設計教育。

<<脫俗的設計經營>>

書籍目錄

Chapter 1 無限的可能性！

設計流程設計經營的趣味培養設計習慣將每天收看新聞生活化請攜帶數位相機活到老，就要琢磨設計能力到老去喜愛文化設計者，我的專業性為何？

Chapter 2 無盡新穎！

設計經營理論各種設計經營的想法誰是設計經營者？

設計者寫商業計畫？

何謂設計者所寫的商業計畫？

設計者必須寫商業計畫的理由Chapter 3 無數的學校！

設計經營實務在紐約當地所學之設計經營設計經營需要從職場學習Chapter 4 層次不同的設計經營流程2D、3D及4D服務設計的未來與重要性理解設計研究Chapter 5 有趣的發想 = 商業Know Yourself 當務之急！

了解自己！

1st 設計意識2nd 經營者的能力3rd 人際關係能力4th 溝通能力5th 經濟、財務能力專案主題要做什麼為什麼要做擬定商業計畫 商圈分析擬定商業計畫 標竿管理擬定商業計畫 事業描述擬定商業計畫 產品描述擬定商業計畫 專案描述擬定商業計畫 組織管理Chapter 6 販賣設計感性的縝密策略Special Lecture 向專家學習！

成功的品牌戰略Par t1. CareerPar t2. Branding無法做到最終視覺化，品牌經營則無以為繼Chapter 7 成功設計經營者的良好習慣擁有宏觀的視野 & 正面肯定的眼光務必尋找人生中的導師從最本土的開始善加管理時間與體力使人際關係圓滿將採訪生活化不熬夜工作體驗多樣的餐廳善用自己的部落格觀賞、感受、體驗並盡情逛街與書為友

<<脫俗的設計經營>>

章节摘录

真的沒有 設計經營發展成為一門學問，至今已超過30個年頭。
1996年，邁克爾·法爾Michael Farr說道：「所謂的設計經營，乃定義設計問題，發掘出最合適的設計者，並且能夠在交付的時間與預算範圍內予以解決之事。」，首次為此下了定義。

此後，許多學者與經營者、設計相關人士紛紛針對設計經營提出定義，撰寫著作。

名為設計經營Design Management的系所開始在全世界一流大學應運而生，這門學問成為學生們之間最夯的學問。

對於想學習設計、想進入設計相關研究所的人，以及畢業後想躋身於大企業，或夢想著發展個人事業，成為CDO Chief Design Officer的設計主修學生來說，是最具吸引力不過的學問了。

話雖如此，適合支持這門具有未來指標性又富魅力的學問，該相關書籍為何有如大海撈針，難以尋找呢？

書籍很多 只是我們全都能應用在現實生活中，且易於理解的書籍不敷所需而已。
縱觀一些優質的經濟學教科書、振奮人心的行銷書籍、有趣的品牌設計教材，可發現不少把設計經營視為未來趨勢或問題解決方法的案例。

而讀者們為了理解設計經營此門獨具魅力的學問，於是開始東翻西找，遍覽群書。

接著，只顧著消化這些連聽都聽不懂的專門用語和生澀艱硬的內容，把自己搞到胃絞痛。

還因為要把腦袋內一塌糊塗的內容組合Collage、拆卸再拼湊，而忙到天昏地暗。

或是一時運氣不錯，好不容易在書局找到一本名字就叫「設計經營」的書，大呼「好啊，終於被我找到了！

」後，卻又開始猶豫不已。

為何會這樣呢？

原因就在於，大部分的設計經營相關書籍都側重於大企業的經營方式。

若你現在從事著無關乎三星的Any Call手機、LG的Dios電冰箱、現代信用卡（譯注：現代 - 奇亞汽車集團旗下的信用卡公司）的企劃、經營，或者設計工作，那麼這些書根本就派不上用場。

我是設計顧問Design Consultant 從我擔任設計顧問之餘，人們詢問我的諸多問題來看，「我正經營著一間小型的設計公司，生產少量的高級配件在賣場銷售，像我們這樣規模不大的業者也可以搞設計經營嗎？

」 「我是皮鞋設計師，是擁有小間皮鞋工廠的皮鞋匠，我該如何在我的工廠裡反映設計經營呢？

」 每每遇到這類問題，我都會如此回答：「好，那麼首先我們一起試著寫看看商業計

畫Business Plan，最近一次的專案是什麼呢？

專案描述Project Description又是為何呢？

」 是的，設計經營的根本就是商業計畫Business Plan。

在設計經營領域中所謂的商業計畫，是以設計知識與技術作為基礎，憑著極具創意又兼冒險性的經營模式，創造出最終產品的全部過程之相關計畫。

建立商業計畫的同時，有必要具體完成公司的財產利益Company Asset為何？

應該設計麼？

該集中投資於何種部分等等。

隨之而來的是，設計經營者要安排時間計畫Timeline、設定專案目標Project Goal；以商業計畫為藍本繪圖，進行模型樣本Mock up Sample打造與C.I. . B.I.作業。

推出最終產品的那一刻，設計經營者們就得再著手其他商業計畫。

如此這般既有創意又令人開心的循環，對我而言，無非是幸福無窮的過程！

當然，此等無止盡的設計過程，是沒有保障說能夠全都帶來成功果實這樣的好康。

某些計畫先推出物品。

某些計畫從行銷開始。

某些計畫須以品牌設計和C.I. . B.I.結案方能大放異彩。

<<脫俗的設計經營>>

某些計畫的收尾是成為另一個商業計畫的試金石。

從無止盡的過程中，所預見的創造性發現是誕生於設計經營之基礎，也就是著眼大局Big Picture的能力Skill。

撰寫商業計畫，勾勒概念Concept，乃至於將該概念化為實際的整個過程，正是當今這個時代所必需之設計經營。

而著眼大局的能力並不會一夕之間就出現。

去解讀大趨勢Mega Trend，訓練著眼大局的能力吧。

去閱讀每天的報紙、收看新聞，來解讀大趨勢吧。

去用數位相機拍攝世間的風情萬種來解讀大趨勢吧。

去和各種人物做交流，並體現於生活中解讀大趨勢吧。

去體驗不同風味的餐廳，恣意地Eye-Shopping來解讀大趨勢吧。

去盡情參與文化活動，並在部落格分享該文化吧。

管理設計者的時代已然過去。

期許各位能夠解讀大趨勢，同時管理設計。

也希冀各位能發揮設計者的感性，將建立商業計畫的習慣生活化。

打從本書序言開始便要自結論強調起：「不具專業性與能力的設計經營者終究無法生存下來...」

弘益大學校國際設計專門研究所 設計經營系專任教授 Cathy Yeon Choo Lee

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>