第一图书网, tushu007.com

<<构思策划实现>>

图书基本信息

书名：<<构思策划实现>>

13位ISBN编号：9787112072187

10位ISBN编号：7112072182

出版时间：2005-11

出版时间：中国建筑

作者：潘荣

页数：160

字数：250000

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

第一图书网, tushu007.com

内容概要

本书以专题产品为切入点，从产品设计的专项共性着手研究，探讨有关专题产品的设计思路，重点把握设计核心、设计的个性特色，并在导入设计的过程中寻找解决问题的方法，其目的在于培养我们的设计师具有更为正确分析问题和敏锐地把握设计的能力。
设计没有一成不变的法则，它因人而异、因设计项目的不同又有其特殊性。
因此，本书不能做到面面俱到，只是介绍一些常规的方法，籍由此而希望读者由此及彼、举一反三，通过这些方法可以不断地在具体的设计实践中得到灵活运用。
　本书适用于本科、专科、高职等工业设计专业的学生及相关设计人员。

书籍目录

前言第一章 产品专题设计的概念 第一节 引论 第二节 产品专题设计研究的意义 第三节 产品专题设计研究的内容与目的 第四节 成功专题产品开发的特点 第五节 专题产品设计与分类第二章 专题设计关注的相关问题 第一节 设计思潮与设计 第二节 绿色设计与可持续设计 第三节 安全设计 第四节 专题产品设计的评价方法 第五节 适当设计 第六节 工业设计与市场 第七节 新产品设计的策略 第八节 专题产品设计的三种状态 第九节 设计的未来趋势 第三章 专题创新与设计问题的解决技巧 第一节 设计与创始力 第二节 文化的认知 第三节 设计的创造方法 第四节 创造设计的风气 第五节 亲身体验胜于一切虚拟与想像 第六节 动脑会议 第七节 原形创造是创新的捷径 第八节 培养异花授粉的能力第四章 专题产品设计要点 第一节 把握时尚因素 第二节 协调功能与创意的矛盾 第三节 具有鲜明的个性特征 第四节 通俗易懂的语意表达 第五节 和谐的人机环境界面第五章 专题产品研究设计方法导入 第一节 提出设计 第二节 制定计划 第三节 设计准备 第四节 设计定位与目标确定 第五节 具体设计展开 第七节 市场推广 第八节 改良专题产品实施方案与步骤 第九节 概念专题产品实施方案与步骤 第十节 市场调研内容与方法第六章 专题设计案例——学生手机设计 第一节 设计课题分析 第二节 设计产品调研 第三节 设计概念导入 第四节 设计提案参考文献第七章 设计图例

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