第一图书网, tushu007.com

<<为iPad而设计>>

图书基本信息

书名：<<为iPad而设计>>

13位ISBN编号：9787115325662

10位ISBN编号：7115325669

出版时间：2013-9-1

出版时间：人民邮电出版社

作者：Chris Stevens

译者：陈勇,张晓雯

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

内容概要

iPad的流行为App的开发设计带来了革命性的挑战。
《为iPad而设计：打造畅销App》向读者展示了如何充分利用iPad的新特性，让开发者的App看起来更漂亮、用起来更顺手，而且还能冲进App排行榜，变得炙手可热。

《为iPad而设计：打造畅销App》作者克里斯·史蒂文森是Alice for the iPad的开发者，他在书中展示了如何将一款App从铅笔手绘草图变成苹果App Store商品的全过程。
到目前为止，这款应用已安装在超过50万台iPad上，作者在书中首次揭示了其成功背后的秘密，这将帮助开发者在App淘金热中拔得头筹。

《为iPad而设计：打造畅销App》强调实际可行的操作步骤，而非模棱两可的建议，包括如何产生创意、手绘App、做出原型设计、组织协作项目，以及App营销方面独家并且内行的建议。
在《为iPad而设计：打造畅销App》中，史蒂文森还向读者展示了用来做出超棒App的最新代码库、讨论了界面设计方面的抉择。

不管你是一个iPad App设计团队的管理者，还是一个想要寻求建议的设计师，或者是一名想搞明白在世界范围内都很成功的iPad App背后设计过程的程序员，《为iPad而设计：打造畅销App》都能引导你走向成功。

作者简介

克里斯·史蒂文森（Chris Stevens）是Alice for the iPad的设计师，这款应用软件曾经冲到过iPad应用商店（App Store）的首位并从那以后都卖得很好。
Alice for the iPad在全世界范围内超过50万台iPad上被安装，并且这个数字还在不断增加中。
Gizmodo网站（美国科技博客网站）说这款应用是“到目前为止最聪明的iPad图书”，英国BBC广播公司说她是“未来数字阅读的惊鸿一瞥”。
Alice for the iPad还曾在《奥普拉·温弗瑞秀》（美国脱口秀女王奥普拉·温弗瑞制作并主持的节目）上亮相，奥普拉对听众说这款软件“将改变孩子们的学习方式”。

克里斯曾经是《每日电讯》报（The Daily Telegraph）的科技专栏作者，后来他为《时代》（The Times）撰稿。
他还为CNET出品和导演过颇受欢迎的新鲜小展览——“空间泡泡”（Space Bubble）。
除了撰稿之外，克里斯还是一名插画师，一位剧作家。
他曾经为华纳兄弟（Warner Bros）、EMAP媒体公司以及《连线》（Wired，美国科技杂志）都工作过。
克里斯曾经作为记者获得过“卫报传媒奖”（Guardian Media Award）。

现在，克里斯经营着Atomic Antelope公司，就是创造出了Alice for the iPad的出版公司。
他直接和位于伦敦、纽约、东京的作者们一起创作新的图书。

<<为iPad而设计>>

书籍目录

第1部分 了解iPad
第1章 拥抱新模式
快速回顾用户界面设计史
为什么iPad不是放大版的iPhone
更多填充空间
采用不同的方式提交应用
价格优势
充分利用大尺寸触摸屏
探索360度的旋转
记住：人手不是鼠标
让iPhone程序适用于iPad
缩放规则
重新思考人体工学
挖掘休闲计算应用
发现新用途
第2章 进入iPad应用市场
赚钱
了解客户
尊重用户
注重市场竞争
大胆创意
让媒体报道自己的应用
特殊节假日
新电影上映时
激发讨论
第3章 获取灵感
抓住iPad的核心用法
将iPad作为视频娱乐设备
想象iPad上的游戏
将iPad用于教育的可能性
用iPad进行内容创作
用iPad发布报纸和杂志
iPad上的图书
第2部分 规划杀手级应用
第4章 与客户合作
阐释iPad应用的计划
向客户推销iPad应用的想法
改造现有的Flash应用
就设计达成一致
关于利润分配
第5章 开发独立的iPad应用
在团队中做设计
分工合作
全球化协作
自我激励

与iPad社区保持联系
第6章 苹果开发者的生活
跟苹果公司沟通
小团队模式
理解苹果
苹果公司想要什么
学着接受苹果公司的沉默
第7章 组织工作流程
规划应用软件
与设计师和程序员协作
用草图沟通iPad应用软件的设计
用Google Docs做项目协同
良好的工作实践
第3部分 针对触摸屏界面进行设计
第8章 让用户感到愉悦
理解iPad的优势
不要害怕精简应用软件
关于软件功能上的谬误
为手指设计
手指能直接进行操作
手指速度更快
总有手指可用
探索全新的符号学
iPad上的排版
理解iPad的人体工学
原型的重要性
做决定而不要仅提供选择
用户永远都是对的
关注细节就是全部
在应用软件中使用实物
为什么孩子是最佳软件测试员
在纸杯蛋糕里放置一枚手榴弹
第9章 设计图书和杂志
是否有必要将图书做成应用软件
要不要加入到iBook
制作图书应用软件
挑选强有力的来源蓝本
选择精美的插图
用来读的还是用来观看的
如何实现翻页及制作索引
改造现有杂志
第10章 Alice for the iPad的秘密
进入到兔子洞中
逐个场景地学习Alice
实体
碰撞形状
约束和连接

空间
关于代码示例
从兔子洞里出来
第11章 在iPad上使用声音
如何避免声音骚扰用户
准备iPad使用的声音
声音一定要能听得见
声音必须清楚并且不失真
声音决不能给处理器带来过度负担
选择音频格式
创建音轨和声音效果
第4部分 推广应用软件
第12章 零预算解决方案
了解媒体的工作方式
驾驭YouTube的能力
制作视频
了解摄像机
获得正确的曝光度
避免反光
要有创造性
讲述一个引人入胜的故事
黄金问题：它是什么？

为iPad应用命名
Angry Birds HD
Pages
Note Taker HD
The Calculator for iPad
记者的问题所在
第13章 跟踪销售情况并调整价格
推广精简版应用
做限时供应的市场活动
分析销售数据并提高利润
与投资者博弈

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