

<<设计管理与设计创新>>

图书基本信息

书名：<<设计管理与设计创新>>

13位ISBN编号：9787122054074

10位ISBN编号：7122054071

出版时间：2009-8

出版时间：化学工业

作者：李艳

页数：335

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>

<<设计管理与设计创新>>

前言

长期以来，以OEM（Original Equipment Manufacture，代工生产或贴牌生产）为主的生产模式，使我国企业处于制造业“6+1”环节中资源消耗量最大、环境污染最严重，但利润最微薄的“1”（加工制造），而经济发达国家的大型跨国企业只要掌控着“设计”与“营销”两大环节，有的甚至连厂房都没有，就可以获得比我们高十倍、数十倍的利润。

2008年，百年一遇的金融海啸席卷全球，导致我国一些企业出现亏损、倒闭甚至破产。

痛定思痛，主要是由于我们的企业缺乏“自主品牌”，我们的产品没有“自主知识产权”，因而处处受制于人。

“好设计，好生意。

”设计创新促进企业创新，而科学有效的设计管理将为设计提供环境、流程、工具和保障。

美国、英国、芬兰、韩国、日本等经济发达国家高度重视设计与设计管理，并将其提高到国家策略的高度上，“设计”与“创新”不仅为他们提供了青春不老的生命力，还为他们插上了在全世界高飞的翅膀。

“师夷长技以制夷”，设计与创新也必然是我们的强国之路。

只有加强设计管理，才能使我国的企业经营模式由OEM转向ODM（Original Design Manufacturing，原创设计生产），再发展到OBM（Original Brand Management，原创品牌管理）和OSM（Original Strategy Management，原创策略管理），走中国自主创新之路，培育自主知名品牌，使我国产品真正由“中国制造”转变为“中国创造”，使我国由“制造大国”转变为“创造大国”、“品牌大国”。

然而工业设计在我国出现的历史还不长，设计管理更是处于萌芽阶段。

宣传设计管理知识，为中国的设计与创新事业贡献自己的绵薄之力，这正是写作本书的动力所在。

本书从以下九个方面为读者介绍设计管理的理论：设计、管理、设计管理；设计管理与设计创新；设计战略；形象设计管理；高效能设计团队；设计项目管理；设计法规和设计合同管理；设计创新风险管理；设计知识管理。

为了帮助读者更好地学习这些理论，本书有针对性地精选、剖析了38个中外著名企业的设计创新与设计管理的经典案例，图文并茂，深入浅出，可读性强。

本书适合读者为设计师、设计类学生、设计管理者、企业管理者、营销人员。

本书也可以作为高等院校中设计、制造、营销、企业管理、工商管理、软件设计等专业的教材。

关心中国设计与创新事业的热心读者、设计爱好者也可以将本书作为插架之书。

全书由李艳承担主要编著工作，由陈华新教授担任主审，曲振波、田蕴、潘慧锦、李兴泉、张青、靳同红、张蓓蓓、谢琳等对本书的编写工作提供了许多帮助和支持。

本书引用案例的目的在于帮助阐释理论，无商业传播目的。

由于编者水平和时间等原因，书中还存在诸多缺点和不足，衷心期待读者批评和指正。

<<设计管理与设计创新>>

内容概要

面对经济全球化，中国企业只有自主创新、创建自主品牌，才是中国由制造大国走向制造强国的唯一出路。

本书列举了38个中外著名企业关于设计创新、设计管理的经典成功案例，结合设计管理与设计创新的基本理论，深入剖析、总结了这些企业成功的宝贵经验，供企业设计人员、管理人员学习和参考。

本书语言通俗，图文并茂，故事情节引人入胜，让读者在轻松的阅读气氛中掌握理论，获取成功经验。

本书读者为企业设计师、设计管理者、企业管理者、营销人员等，也可作为高等院校设计、制造、营销、企业管理、工商管理、软件设计等专业的教材或教学参考书。

<<设计管理与设计创新>>

书籍目录

第一章 基本概念 第一节 设计 一、什么是设计 二、什么是工业设计 三、设计的目的 四、设计的基本原则 五、现代设计的特点 六、现代产品设计 第二节 管理 一、什么是管理 二、管理的特性 三、设计与管理的关系 第三节 设计管理 一、什么是设计管理 二、设计管理的形成和发展 三、设计管理的内容 四、设计管理的作用 案例设计管理改变三星未来 本章小结 参考文献 第二章 设计管理与设计创新 第一节 设计创新与企业创新 一、中国设计创新的现状 二、企业的四“O”经营模式及其与设计的关系 三、“世界工厂”与自主创新 四、工业设计与企业创新 案例一 创新设计拯救“苹果” 案例二 芬兰，以工业设计为重点引领创新、创意经济 第二节 设计管理与设计创新 一、设计管理优化企业内环境 二、设计管理增强企业和品牌的竞争力 三、设计创新方法论 四、从国家高度重视设计创新和设计管理 案例三 韩国的设计与设计管理 案例四 超思电子——创新是唯一的出路 本章小结 参考文献 第三章 设计战略 第一节 设计战略与企业战略 一、设计战略 二、影响设计战略的因素 三、设计战略的制定 案例一 “让我们做得更好！”——荷兰飞利浦公司设计战略的变迁 第二节 设计战略的类型 一、全球化战略 二、本土化战略 三、多样化战略 四、标准化战略 五、可持续发展战略 六、“蓝海”战略 案例二 韩国跨国企业的中国制胜之道——从中国制造到全方位设计研发的战略转变 案例三 民族企业的先锋——海尔战略研究 案例四 瑞典宜家（IKEA）的可持续发展战略——打造“绿色链条” 案例五 低成本和差异化——解读Swatch神话 案例六 价值创新——谭木匠，一把木梳打天下 案例七 创造生活方式——索尼公司的市场攻略 本章小结 参考文献 第四章 形象设计管理 第五章 设计团队管理 第六章 设计项目管理 第七章 设计法规与合同管理 第八章 设计创新风险管理 第九章 设计知识管理

<<设计管理与设计创新>>

章节摘录

第一章 基本概念 第一节 设计 美国麻省理工斯隆管理学院院长莱斯特·卢梭在其新著《知识经济时代》中指出，21世纪企业成功元素已经由土地、黄金和石油转为除文化和数码之外的另一个极其重要的元素——设计。

也就是说，设计概念已经由物件造型和视觉美感等层面上得到了新的升华，涵盖了市场、生产、采购、物料等更加广泛的范畴，渗入了企业管理这一更为广阔的领域…… 一、什么是设计 设计作为人类生物性和社会性的生存方式，其渊源是伴随“制造工具的”人的产生而产生的。

可以说，设计的历史，和人类的历史一样古老。

马克思在《1844年经济学哲学手稿》中写道：“动物只是按照它所属的那个种的尺度和需要来建造，而人却懂得按照任何尺度来进行生产，并且懂得怎样处处都把内在的尺度运用到对象上去；因此，人也按照美德规律来创造。

”因此，可以说设计是人类一种有意识的创造活动，是“人的本质力量的对象化”。

<<设计管理与设计创新>>

编辑推荐

受金融危机的冲击，这条贴牌生产之路已经越来越艰难，许多出口企业面对巨大的生存压力，对于一度创造神化的中国制造业来说，如何突破眼前的困境？

谁生存下去？

谁又能活得更好？

<<设计管理与设计创新>>

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>