

<<设计管理>>

图书基本信息

书名：<<设计管理>>

13位ISBN编号：9787122062659

10位ISBN编号：7122062651

出版时间：2009-9

出版时间：化学工业出版社

作者：徐人平

页数：228

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>

前言

“世界工厂”的中国正在从“中国制造”迈向“中国创造”。从“制造大国”到“制造强国”，从“中国制造”到“中国创造”，由“中国创造”引导“中国制造”，设计起着极其重要的作用。

设计创造财富，设计创造未来，设计创新已成为中国经济可持续发展的动力。然而，如何有效地运用设计这一手段，如何迅速地提高设计开发的效率，创建竞争优势，达到企业的创新战略目标，则是设计管理的工作范围和研究内容。

设计管理是对设计资源和设计活动进行计划、组织、领导和控制等一系列管理活动的总称。设计管理的基本出发点是提高设计开发的效率，创建竞争优势。研究的是如何在各个层次上整合、协调、设计所需的资源和活动，并对一系列设计战略和创新行为进行管理，寻求最合适的解决方法，进行有效沟通，以达到企业目标。

设计不是艺术家的即兴发挥，也不是设计师的个性追求。设计作为一门技术与艺术，宏观与微观、内在品质与外观质量相结合的边缘性学科，有着自身固有的学科特点和科学规律。

在现代经济生活中，设计需要考虑顾客价值和顾客需求，考虑市场环境和竞争状况，考虑企业自身的经济基础和工艺水平，必须符合社会化大生产、市场规律、政策法规以及相关准则。因此设计越来越成为有意识、有目的、有计划创新活动，成为与各学科、各单位、各部门相互协作的组织行为，与科研、生产、营销的关系越来越紧密，在知识经济中的作用也越来越重要。在这种情况下，如果缺乏系统、科学、有效的管理，必然导致盲目的、低效的、落后的设计，导致没有生命力的淘汰产品，浪费大量时间和宝贵的资源，甚至给企业带来灾难。同时设计师的创新思想也不可能得到贯彻和实施。

随着科学技术的日新月异，全球竞争的日益加剧，设计的内涵和外延都在不断发展变化。设计实际上已经不仅与产品融为一体，也日益与管理自然地融合在一起。设计管理作为一个新的研究领域，一种应对激烈竞争的最有潜力的有力武器，也正在飞速发展，并且受到越来越多的设计师的关注和讨论。

然而中国对于设计管理的研究还刚刚起步，国内对设计管理的一些论述大多是零散的、随意的、片面的、个人的、不成体系的，没有从设计创新和优势设计的角度出发，没有考虑顾客价值和核心能力，没有讨论设计的界面管理和界面协调问题，没有对设计管理的基本点和基本问题进行讨论，也很少涉及提高设计开发效率，创建竞争优势等设计管理的本质问题。

本书在讨论设计与设计管理的基本概念和产品创新管理的基本原理基础上，从顾客价值和核心能力出发，讨论了“为竞争优势而设计”的优势设计，并且从计划、组织、领导和控制等管理基本职能诸方面对设计进行了分析和研究，最后从设计界面和设计界面管理的角度对整个设计管理进行了归纳和总结。

全书特别强调了产品创新过程中快速原型在设计管理各项职能中的功能和作用，强调了设计界面管理中设计沟通的功能和策略，涵盖了设计管理的基本概念、基本理论和基本方法，反映了设计管理研究领域理论和方法的最新进展。

本书是《快速原型技术与快速产品开发》一书的姐妹篇，是在国家自然科学基金项目研究的基础上，吸取了相关领域最新工作进展和设计管理实践经验的研究成果编写而成的。

本书第一章由徐人平编写，第二章由王汉友编写，第三章由李响、王坤茜、李刚、陈本权编写，第四章由祝小林、欧阳代明编写，第五章由苟双晓、欧阳代明编写，第六章由郝敬宾、王坤茜、舒晓楠编写，第七章由李刚、舒晓楠编写，第八章由杨永发、徐人平、李民编写，第九章由徐人平、杜娜编写，河海大学的张安鸿和广东松山职业技术学院的胡贵平参加了本书的编写和案例工作，昆明船舶设备集团有限公司的李涛和朱彬蓉也参加了本书的编写工作。

全书由杨永发和徐人平统稿。

限于水平和时间关系，书中不足之处恳请读者批评指正。

<<设计管理>>

内容概要

设计是从需求出发寻求顾客满意的产品解的过程，设计必须加以管理，设计管理是对设计资源和设计活动进行计划、组织、领导、控制等一系列活动的总称，设计管理的基本出发点是提高设计开发的效率，创建竞争优势。

本书在讨论设计与设计管理基本概念和产品创新管理基本原理的基础上，从顾客价值和核心能力出发，讨论了“为竞争优势而设计”的优势设计，并且从计划、组织、领导和控制等管理基本职能诸方面对设计进行了分析和研究，最后从设计界面和设计界面管理的角度对整个设计管理进行了归纳和总结。

全书特别强调了产品创新过程中快速原型在设计管理各项职能中的功能与作用，强调了设计界面管理中设计沟通的功能和策略，涵盖了设计管理的基本概念、基本理论和基本方法，反映了设计管理研究领域的理论和方法的最新进展。

本书可作为工业设计、艺术设计、广告设计、机械设计及其他设计类专业本科生和研究生教材，也可作为MBA及其他管理类专业研究生教材，还可供从事产品创新设计和开发的设计技术人员和设计管理人员参考。

作者简介

徐人平，1949年生，博士，教授，博士生导师，曾任教育部高等学校工业设计专业教学指导分委员会委员，高等学校包装工程专业教学指导分委员会委员，中国机械工业教育协会工业设计学科教学委员会副主任委员，中国包协包装教学委员会副秘书长，云南省包协科技与教育委员会主

<<设计管理>>

书籍目录

第1章 设计与设计管理 1.1 设计概论 1.2 优势设计 1.3 设计管理概述 1.4 本书框架 思考题
第2章 设计战略管理 2.1 设计战略概述 2.2 设计战略分析 2.3 设计竞争战略 2.4 基于快速原型的竞争战略 思考题
第3章 产品创新管理 3.1 产品创新概述 3.2 产品创新原理 3.3 产品创新技法 3.4 基于快速原型的创新 思考题
第4章 设计决策管理 4.1 设计决策概述 4.2 设计评价决策方法 4.3 设计决策内容 4.4 设计决策案例分析 思考题
第5章 设计计划管理 5.1 设计计划管理概述 5.2 设计计划编制方法 5.3 设计计划内容 5.4 设计计划案例分析 思考题
第6章 设计组织管理 6.1 设计组织概述 6.2 设计组织的结构 6.3 设计组织的运作形态 6.4 设计组织的变革 思考题
第7章 设计领导管理 7.1 设计领导概述 7.2 设计团队管理 7.3 设计人员管理 7.4 设计领导管理案例分析 思考题
第8章 设计控制管理 8.1 设计控制概述 8.2 设计控制工具——阶段门法 8.3 设计质量控制 8.4 基于快速原型的适应性控制 思考题
第9章 设计界面管理 9.1 界面与设计界面 9.2 主要设计界面分析 9.3 设计界面管理概述 9.4 设计界面管理中的设计沟通 思考题
参考文献

章节摘录

第1章 设计与设计管理 “21世纪是设计的世纪”这是著名华裔物理学家杨振宁和德国哲学家沃尔夫冈·韦尔施不约而同对人们的提醒。

21世纪是飞速发展的世纪，是激烈竞争的世纪，也是重视设计的世纪。

设计创造财富，设计创造未来，设计创新是中国经济可持续发展的动力。

设计不是艺术家的即兴发挥，也不是设计师的个性追求。

设计是运用自然科学和社会科学的知识去寻求顾客满意的解，要在当时当地的材料、工艺、经济的约束条件下用最佳的方式去实现。

要把企业的设想和规划转变为现实，如果没有全面考虑各种现实情况和因素，是不可能实现企业战略目标的。

导致设计失败的主要问题往往不是技术问题而是管理问题，因此，设计需要管理。

设计管理是对设计资源和设计活动进行计划、组织、领导、控制等一系列活动的总称。

有效地运用设计手段，迅速地提高设计开发效率，积极创建竞争优势，努力达到企业战略目标，是设计管理的工作范围和研究内容。

所以在某种程度上可以说设计管理比设计本身更加重要。

1.1 设计概论 纵观历史可以发现20世纪企业的竞争是规模的竞争（60年代）、价格的竞争（70年代）、质量的竞争（80年代）和市场反应速度的竞争（90年代），进入21世纪，技术创新则成为企业经营战略的重点和热点，其实质就是设计的竞争。

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>