

<<互联网产品用户体验>>

图书基本信息

书名：<<互联网产品用户体验>>

13位ISBN编号：9787302319436

10位ISBN编号：730231943X

出版时间：2013-6

出版时间：章剑林 清华大学出版社 (2013-06出版)

作者：章剑林

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>

<<互联网产品用户体验>>

内容概要

章剑林主编的这本《互联网产品用户体验》系统地介绍当前互联网经济中的用户体验相关理论和互联网产品设计、开发和商务运营基本知识，深入探讨了互联网环境下用户体验的设计要素、设计规划和体验度量等专业理论，并根据互联网产品的特点，重点对Web产品、ICT系统的用户体验设计和商业应用等进行案例分析，以培养学生在互联网产品用户体验方面分析问题和解决问题的能力。

《互联网产品用户体验》适用于高等院校开展面向互联网产品用户体验设计与应用的教学，可以作为电子商务、市场营销和商业设计等相关领域的专业学习书籍，也可作为企事业单位和政府部门相应人员在互联网产品方面学习的培训用书。

<<互联网产品用户体验>>

作者简介

章剑林，阿里巴巴商学院教授，副院长，主要研究方向为电子商务，商务智能和信息化技术，兼任教育部高等学校电子商务类专业教学指导委员会委员，中国电子商务协会移动商务专家委员会委员，中国云计算及SAAS服务专家委员会委员，中国电子商务研究中心特约高级研究员。

主持参与科研项目国家级4项、省部级12项以及大型横向课题多项，出版专著1部，发表论文35篇，主编教材9本，获中国核工业集团科学技术奖二等奖1项和浙江省教学成果奖二等奖1项，先后主持省级精品课程，省级重点教材、省级重点专业、省级优势专业、省新世纪教改、国家学生实训基地等多个教学改革项目。

<<互联网产品用户体验>>

书籍目录

第1章 互联网经济与用户体验 1.1 互联网经济与体验经济 1.1.1 经济学与体验 1.1.2 体验与经济价值的递增 1.1.3 互联网经济的经济学特征 1.2 用户体验及其设计范畴 1.2.1 用户体验概念 1.2.2 用户体验设计及范畴 1.3 国内外知名企业的用户体验 1.3.1 用户体验设计历史与现状 1.3.2 谷歌用户体验 1.3.3 百度用户体验 1.3.4 淘宝用户体验 1.3.5 腾讯用户体验 1.3.6 网易用户体验 1.4 拓展阅读 本章小结 实践任务 思考题 参考文献第2章 用户体验设计经典理论 2.1 用户接受理论 2.1.1 理性行为理论 2.1.2 计划行为理论 2.1.3 创新扩散理论 2.1.4 技术接受模型 2.1.5 技术采纳与使用整合理论 2.2 用户心理学 2.2.1 设计心理学 2.2.2 需求层次理论 2.2.3 用户行为与激励机制 2.3 工业设计 2.3.1 工业设计与用户体验 2.3.2 交互设计 2.3.3 设计美学 2.4 统计分析 2.4.1 数据与统计 2.4.2 统计分析基本方法 2.4.3 统计分析在用户体验中的应用案例 本章小结 实践任务 思考题 参考文献第3章 用户体验要素 3.1 用户体验的工作分类 3.1.1 信息架构 3.1.2 交互设计 3.1.3 形象设计 3.2 用户体验的要素模型 3.2.1 5个层面 3.2.2 要素模型 3.3 用户体验要素的应用 3.3.1 战略层 3.3.2 范围层 3.3.3 结构层 3.3.4 框架层 3.3.5 表现层 3.4 拓展阅读 本章小结 实践任务 思考题 参考文献第4章 用户体验与产品设计 4.1 用户体验设计与心流理论 4.1.1 心流体验与设计 4.1.2 用户体验的经验设计 4.2 用户体验与情感化设计 4.2.1 产品设计的三种水平 4.2.2 互联网产品设计的三层次 4.2.3 互联网产品的情感化设计 4.3 用户体验与交互设计 4.3.1 互联网产品用户体验与交互设计 4.3.2 互联网产品交互设计模式 4.3.3 互联网产品交互设计规范与原则 4.4 用户体验与前端设计 4.4.1 认识前端设计 4.4.2 前端设计优化与用户体验 本章小结 实践任务 思考题 参考文献第5章 用户体验研究规划 5.1 用户体验研究计划的设计 5.1.1 为什么需要研究 5.1.2 研究什么问题 5.1.3 如何进行研究 5.2 用户体验的研究方法 5.2.1 研究基础：用户招募与访谈 5.2.2 简易人物角色 5.2.3 情境调查 5.2.4 任务分析 5.2.5 卡片分类 5.2.6 焦点小组 5.2.7 可用性测试 5.2.8 问卷调查 5.2.9 日常反馈和行为数据分析 5.2.10 竞品分析：竞争产品的用户体验与比较研究 5.2.11 用户体验研究的方法组合 本章小结 实践任务 思考题 参考文献第6章 用户体验度量 6.1 用户体验度量基础 6.1.1 可反映用户体验的数据 6.1.2 变量的分析与处理 6.1.3 选择参加者 6.1.4 研究方案设计 6.1.5 数据类型 6.1.6 常用统计与数据呈现 6.2 用户需求 6.2.1 用户需求的获取 6.2.2 用户需求的类型 6.2.3 用户需求度量方法 6.3 用户行为度量——可用性绩效度量 6.3.1 任务成功度量 6.3.2 任务时间度量 6.3.3 错误度量 6.3.4 效率度量 6.3.5 易学性度量 6.4 用户行为度量——可用性问题 6.4.1 可用性问题定义 6.4.2 发现与评估可用性问题 6.4.3 可用性问题的度量与报告 6.5 用户态度度量 6.5.1 用户态度的构成与表现 6.5.2 用户态度数据获取 6.5.3 用户态度度量方法 6.6 产品数据度量 6.6.1 产品数据记录的相关技术 6.6.2 产品数据介绍 6.6.3 产品数据度量思路 6.7 其他用户体验度量维度 6.7.1 眼动行为度量 6.7.2 言语行为度量 6.7.3 面部表情度量 本章小结 实践任务 思考题 参考文献第7章 Web产品用户体验 7.1 Web产品解构与设计原则 7.1.1 Web的特点 7.1.2 网站解构 7.1.3 网站设计的原则 7.2 Web用户体验设计 7.2.1 网站结构 7.2.2 功能布局 7.2.3 色彩设计 7.2.4 信息导航 7.2.5 内容优化 7.3 社会性Web服务的用户体验 7.3.1 社会性网络服务的特征 7.3.2 社会性网络服务与人类关系 7.3.3 社会网络服务用户体验设计 7.4 拓展阅读 本章小结 实践任务 思考题 参考文献第8章 ICT系统用户体验 8.1 ICT系统用户体验 8.1.1 ICT设备用户体验发展趋势 8.1.2 移动用户体验的三个层次 8.1.3 移动设备的交互设计 8.1.4 手机产品的用户体验设计 8.2 触屏手机与平板的交互设计 8.2.1 触屏手机概述 8.2.2 触屏手机界面设计的内容及原则 8.2.3 触屏手机客户端界面设计实例 8.2.4 触屏版网页应用的设计 8.3 沉浸系统的用户体验 8.3.1 虚拟现实 8.3.2 未来的移动用户体验——增强现实 8.4 拓展阅读 本章小结 实践任务 思考题参考文献

<<互联网产品用户体验>>

编辑推荐

章剑林主编的这本《互联网产品用户体验》是新一代高等学校电子商务实践与创新系列规划教材之一。
教材共分8章，内容包括：互联网经济与用户体验，用户体验设计经典理论，用户体验要素，用户体验与产品设计，用户体验研究规划，用户体验度量，Web产品用户体验，ICT系统用户体验。

<<互联网产品用户体验>>

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>