

<<交互设计>>

图书基本信息

书名：<<交互设计>>

13位ISBN编号：9787308102551

10位ISBN编号：7308102556

出版时间：2012-7

出版时间：浙江大学出版社

作者：黄琦,毕志卫

页数：150

字数：175000

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>

<<交互设计>>

内容概要

《交互设计》结合大量的网页和软件设计的实践，系统的介绍交互设计的原理、原则、流程工具和方法，特别提出了交互设计师即是产品经理的观点和论述，将对中国的互联网交互设计实践将起到一定的指导和借鉴作用。

全书分成4篇：第1篇交互设计概述，主要介绍了什么是目标导向的交互设计，并阐述了其国内外研究现状等；第2篇设计原则，主要介绍交互设计的原理和原则，配合大量的实例进行说明；第3篇工具集，介绍交互设计的流程、工具和方法，以方便读者快速入门；第4篇设计创新，主要介绍了如何综合运用交互设计技术解决实际问题 and 进行有效的设计创新。

本书特色：

(1)

本土化，更加贴近中国的交互设计实际。

本书对流行的交互设计原理、概念等进行梳理，结合中国WEB产品开发的实际，给出了更敏捷和有效的设计流程，通过组合使用相关的设计工具，有效地满足实际的需求；

(2)

案例详实、丰富。

本书提供了100幅的图表、照片，配合相关的说明，以期增加读者的现场感；通过阅读图例就能基本掌握一些简单的工具和方法。

(3)

关注交互设计方法与工具，强调实践，注重实效。

本书的主旨是培养交互设计师而不是可用性专家，因此更加注重解决问题的能力 and 有效的表达。对设计师的核心能力进行了探讨，并给出了如何培养这些技能的方法和教程。

<<交互设计>>

作者简介

黄琦，浙江大学计算机科学与技术专业博士后，浙江大学软件学院副教授、硕士生导师，信息学部青年骨干教师。

主要研究方向为交互设计、智能图形图像处理、信息产品设计等。

主持10余项国家自然科学基金、浙江省重大科技专项、浙江省自然科学基金、中国博士后基金项目等，获得省部级奖2项，发表论文20多篇，其中SCI/EI收录10余篇，合作完成学术著作2部，参与组织了2010全国交互设计学术会议以及多届国际计算机辅助工业设计与概念设计（CAID&CD）学术会议等。

毕志卫，资深设计师，2004年加入淘宝网，先后从事界面艺术设计师，交互设计师，产品经理等工作。一线实践经验丰富，业内获得一致好评，在软件学院几年的教学中，得到师生的广泛认可。

<<交互设计>>

书籍目录

第一章 交互设计概论

引言

1.1 交互设计的提出

1.1.1 计算机的使用者逐渐由专家转向普通用户

1.1.2 从使用产品到和产品交互产生的认知摩擦

1.1.3 市面上存在着大量的不良设计

1.2 什么是交互设计

1.2.1 交互设计的定义

1.2.2 以目标为导向的设计过程

1.2.3 交互设计和周边学科

1.3 交互设计和周边

1.4 学好交互设计的建议

练习

网络资源和读物

第二章 基于UCD的用户需求研究

本章提要

2.1 UCD的基础设计理论

2.1.1 心理模型和实现模型

2.1.2 隐喻和GUI界面

2.1.3 映射及其应用

2.1.4 心流和和谐界面

2.2 理解用户：用户需求建模

2.2.1 用户档案与角色模型

2.2.2 场景模型

2.2.3 用例图

2.2.4 搭建信息架构

第三章 需求获取

本章提要

3.1 理解商业需求

3.1.1 确认关键利益相关者

3.1.2 抓住利益相关者的需求

3.1.3 解释并记录需求

3.1.4 市场需求文档 (MRD)

3.2 制定设计目标

3.2.1 商业目标

3.2.2 用户目标

3.2.3 成功标准

3.3 制定产品设计原则

3.3.1 通用的设计原则

3.3.2 制定设计原则

练习

第四章 原型设计

4.1 什么是原型设计

4.2 几种原型

4.2.1 纸原型

<<交互设计>>

4.2.2 线框图

4.3 如何进行原型设计

4.3.1 使用合适的设计模式

4.3.2 有效的可视化交流

第五章 设计模式应用

本章提要

5.1 概述交互设计模式

5.1.1 模式是什么

5.1.2 交互设计模式

5.1.3 模式的价值

5.2 搜索框

5.3 注册表单

5.4 旋转木马？

5.5 步骤条

5.6 搜索结果页

5.7 新手帮助

5.8 评价/评分

练习

网络资源和推荐读物

第六章 细节设计

本章提要

6.1 文字

6.1.1 字体和大小

6.1.2 行长和行距

6.1.3 对比度

6.1.4 超链接

6.1.5 样式排版

6.2 文字设计的原则

6.2.1 可辨识度

6.2.2 可读性

6.3 文案设计

6.4 色彩的原理

6.4.1 显示器和平面设计的差异

6.4.2 常见的色彩搭配方法

6.4.3 不和谐的色彩搭配

6.4.4 色彩和情绪

6.5 色彩之分组、联系和区别

6.6 色彩之文化差异和习惯用法

6.7 为更多人设计

第七章 可用性评估

本章提要

7.1 研究方法概述

7.2 可用性评估的价值

7.3 可用性测试

7.3.1 基本概念

7.3.2 测试流程

<<交互设计>>

7.3.3测试技巧

7.4可用性检视

7.4.1基本概念

7.4.2规范检视

7.4.3测试技巧

7.5 走查：认知过程遍历

7.6启发式评估

案例：某购物网站Banner眼动效果可用性评测研究

作业：设计一个可用性测试，并试着输出测试报告

第八章 交互设计创新研究

本章提要

8.1 交互设计领域的研究新进展

8.1.1 设计理念的转变

8.1.2 科学技术的发展

8.1.3 艺术于技术的完美的遇见：MIT媒体实验室

8.2 基于不同终端的设计创新研究

8.2.1 创新交互设计的硬件基础

8.2.2 基于移动终端设备的应用和趋势

8.3 探索未来交互之梦

8.3.1 未来交互的创想

8.3.2 直觉式交互：基于图像的搜索电子商务应用

8.3.3 脑机交互：Mind Tracer产品研发

章节摘录

版权页：插图：2.1 UCD的基础设计理论 以用户为中心的设计观已经出现很长时间；它来源于工业设计和人机工程学，简单地说，设计师应该使产品适合于人使用，而不是让人习惯产品。

为贝尔电话公司设计500系列电话的工业设计师Industrial designer，早在1955年写《为人们设计》时，就首先提出了这种方法。

在20世纪80年代，在人机交互领域工作的设计师和计算机学家开始质疑工程师为电脑系统所设计的界面。

随着存储、处理和色彩显示能力的加强，多样的界面已成为可能，并掀起一股浪潮，即在设计软件时，越来越关注用户，而不是计算机。

这股浪潮就是以用户为中心的设计观。

为什么使用UCD？

因为你的设计直接面向你的用户。

设计师聚焦于用户需求，决定必要的任务和方法来达到这些目的，这些都需要考虑用户的需求和偏好。

简而言之，在项目中，用户资料是设计决策的关键因素。

当遇到不知道如何做时，可以参照用户的需求。

比如，在做电子商务网站时，用户想要购物车的按钮放在页面的右上角，可能这个按钮最终就是放在页面的那个位置。

然而UCD不是总起作用的。

所有的设计如果都依赖用户有时会使一个产品或服务被勉强地关注。

例如，设计师也会把设计基于错误的用户资料；为成千上万的人设计产品，UCD可能不切实际。

以下介绍几个经典的UCD名词。

2.1.1心理模型和实现模型 在用户认知心理研究领域，心理模型和实现模型是两个基本的概念，也是研究用户认知心理的一个基础。

由于心理模型和实现模型在很多情况下的巨大区别，就需要交互设计师有清晰的思路，去找寻两种模型之间的平衡点，从而满足用户的需求。

1.什么是心理模型 人们在日常生活中会根据自己的经验和习惯形成很多对事物的起因、机制和相互关系等似乎是理所当然的看法，这就是用户的心理模型，或者叫概念模型。

这种观念对于使用一个复杂的产品来说尤为突出，往往人们并不需要了解这个产品内部工作的所有细节，流程，仅仅需要在心里给这个产品下一个简单的定义，这对于使用这个产品已经足够。

心理模型对用户来说非常重要，因为这直接影响产品功能的实现，下面是一个例子。

<<交互设计>>

编辑推荐

《交互设计》编辑推荐：如果您缺少一本全面讲授交互设计学科理论并有大量生动案例的参考书；如果您还没有系统学习过基础知识，还缺乏丰富的设计经验；如果您还在为如何组织需求，可视化描述需求，进而管理需求而发愁；还在为如何在理解需求和信息架构，创建更高效易用的用户界面而苦苦思索。

那么请您翻开《交互设计》，《交互设计》很多案例都来自于电子商务领域的互联网实际产品，阅读它，将带给您一个不一样的交互设计之旅！

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>