第一图书网, tushu007.com

<<设计心理学>>

图书基本信息

书名：<<设计心理学>>

13位ISBN编号：9787501987924

10位ISBN编号：7501987920

出版时间：2012-8

出版时间：李彬彬 中国轻工业出版社 (2012-08出版)

作者：李彬彬

页数：304

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

《全国高等院校艺术设计专业“十二五”规划教材：设计心理学（第2版）》在理论、实务、方法、案例和思考题设计等方面，均有新的突破和补充，与时俱进地推出新的教学和科研成果。
本书每章增加专题的前沿动态追踪，体现对前沿的理解和相关研究的关注，力求内容上的前瞻性；在设计心理理论上，引进最近的研究成果，反映其理论优先性；在研究方法上，关注近期用户研究中出现的用户体验新方法和新流程，重视务实性和操作性。
本书内容包括：设计心理学的对象和意义、设计心理学的研究方法、设计与消费者的需要、设计与消费者动机、设计与消费者的态度、设计附加值与消费者满意度、设计心理微观分析、设计心理宏观分析、产品设计与消费者心理、商品设计与消费者心理、企业设计与消费者满意度。

<<设计心理学>>

书籍目录

第一章设计心理学的对象和意义 1.1设计心理学的对象 1.2设计心理学研究的意义 第二章设计心理学的研究方法 2.1设计心理学研究方法综述 2.2设计心理学的常用研究方法 2.3设计心理学的现代研究方法 2.4创造性思维方法的研究和评价 第三章设计与消费者的需要 3.1设计与消费者需要综述 3.2消费者的需要分析 3.3消费者需要理论与趋势研究 3.4消费者欲望与设计 第四章设计与消费者动机 4.1设计与消费者动机综述 4.2消费者动机分析与设计 4.3消费者动机冲突分类与设计 4.4影响消费者购买动机的因素 第五章设计与消费者的态度 5.1设计与消费者态度研究综述 5.2消费者态度分析与设计 5.3消费者态度形成与设计 5.4消费者态度转变与设计 5.5消费者满意度研究 5.6设计与消费者满意度 第六章设计附加值与消费者满意度 6.1 设计附加值与消费者满意度综述 6.2附加值的理论研究 6.3设计附加值的理论研究 6.4消费者的满意度导向产品设计（吸尘器）案例 6.5“ 设计附加值和消费者满意度 ”项目 第七章设计心理微观分析 7.1设计心理微观分析综述 7.2年龄与设计心理 7.3性别与设计心理 7.4个性与设计心理 7.5家庭与设计心理 第八章设计心理宏观分析 8.1设计心理宏观综述 8.2社会文化与设计心理 8.3社会阶层与设计心理 8.4社会群体与设计心理 8.5社会心理与设计心理 第九章产品设计与消费者心理 9.1产品设计与消费者心理综述 9.2产品生命周期与消费者心理 9.3产品造型设计与消费者心理 9.4产品功能设计与消费者心理 9.5新型产品设计与用户心理 第十章商品设计与消费者心理 10.1商品设计与消费者心理综述 10.2广告设计与消费者心理 10.3商标设计与消费者心理 10.4包装设计与消费者心理 第十一章企业设计与消费者满意度 11.1企业设计与消费者满意度综述 11.2企业设计的理论研究 11.3企业设计与消费者满意度专题研究 11.4企业设计与消费者满意度案例分析 后记

章节摘录

版权页： 插图： （5）文化消费观 它包括国际文化、民族文化、民俗文化、社会团体文化、怀旧文化、流行文化、未来文化等。
进入21世纪，各国经济走向融合，地球村的说法早已为人所知。
但在物质消费品泛滥的环境下，人们却越来越迫切地追寻自身的根源，精神的立足点。
民族的，才是世界的。
因此这种文化消费需求不仅是中国特有的，更是一种世界性的消费趋势。
（6）知识消费观 包括如网上教学、深造留学、老年大学、返校流、语言教学、专业考级、职称考试、预科教育等。
知识消费是一种一直存在的消费需求，但是随着现代技术的发展，人们文化层次的提高，出现了更多形式多样、层次更高的知识消费需求。
中国已逐渐步人老龄化，有句古话叫“活到老，学到老”。
这句话在现代充分得到了体现。
老年人的文化层次越来越高，为了丰富老年生活，更多的老年人选择重新求学，丰富生活。
而现代许多企业的在职人员也会迫于竞争的压力，返校学习，充实自己，提高资本。
而面对大批的希望考研、出国留学、考职称的学生和社会人士的需求，像新东方、恩波这些专门应对应试教育的教学机构也就产生了。
（7）生态消费观 包括绿色消费，循环消费，人性化消费，健康消费。
在地球自然资源紧缺的今天，生态观念已经是全球性的观念。
它也成为一种消费趋势。
近来国家“十二五”规划也导向国民生态消费观，并有补贴政策。
据了解，我国青少年的肥胖率约占全国青少年的1／4，这是相当惊人的数目。
肥胖大多是由不健康的饮食习惯和生活中有过多的垃圾食品造成的。
所以健康的消费观念迫在眉睫。
健身中心、瑜伽馆、理疗SPA层出不穷。
人们的健康消费观念也越来越明显。
（8）系统消费观 主要包括产品系统消费、服务系统消费、信息系统消费、品牌系统消费等。
产品、服务、信息、品牌的系统性设计越来越受到消费者的青睐。
完整的、优良的系统设计不仅能取得消费者的信赖，还更能提升其系统本身在市场上的竞争力。
如VIP服务就属于服务系统的一部分，消费者可以享受到商家一系列的人性化服务。
如产品的系列包装，能给消费者良好的印象。
如CIS企业识别系统设计，不仅能体现企业的核心力，还能加强企业识别性，提高在消费者心中的地位。
还有连锁超市、连锁饭店、连锁健身机构这些以连锁店形式存在的企业也比其他企业更具有市场竞争力。
（9）网络消费观 主要包括电子商务、虚拟游戏、数字影视、手机媒体、网络通信、电视导购等。
随着互联网和数字技术的日益普及，人们迎来了以数字媒体为标志的以网络传播方式和以个人才艺为主的创意经济新浪潮。
网络媒体媒介的快速发展，使得以传统实际市场为媒介的商务消费方式发生了巨大的变化，商务文化创意产业就是这一新型产业的主要代表。
（10）投资消费观 主要包括信贷投资、保险投资、股票投资、房屋投资、境外投资等。
投资消费随着消费者可支配收入的提高，及消费观念的改变，使市场的消费需求不断发生新的变化。
人们已不满足于将多余的收入放人银行作为储蓄，而更多的是拿来投资以获得更多的收益。
因此投资公司、股票机构、房地产公司日趋增多。

编辑推荐

《全国高等院校艺术设计专业"十二五"规划教材:设计心理学(第2版)》在理论、实务、方法、案例和思考题设计等方面，均有新的突破和补充，与时俱进地推出新的教学和科研成果。

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