

<<企业大创意>>

图书基本信息

书名：<<企业大创意>>

13位ISBN编号：9787532275045

10位ISBN编号：7532275043

出版时间：2012-1

出版时间：上海人民美术出版社

作者：安迪·艾普斯坦

页数：207

译者：刘静

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>

<<企业大创意>>

内容概要

设计并没有名为内部设计的特别分支或者仅为企业内部设计师所独享的技巧。

企业内部的创意人才就是在企业内部环境中工作的设计师而已。

虽然在企业环境中工作有诸多优势（诸如拥有更多的资源、享有更强烈的安全感、更高的福利待遇、更有规律的工作时间和更亲密的同事情谊），但是企业内部设计师也不得不应付众多让人沮丧灰心、士气受挫的挑战。

《企业大创意：如何打造企业内部的设计团队》重点讲述让设计师及其所在团队成为公司重要一分子的策略和战术。

经验丰富的企业内部设计师安迪·艾普斯坦向你展示如何能够出色地达成以下目标的途径：明晰有效地交流？雇用并培训一个必胜团队？与公司的其他部门通力合作、最大限度地提高团队工作效率？突破企业官僚主义，创造最佳设计、如果要在企业环境中生存下来并取得成功，作为创意人才的你需要成为设计师的同时又是项目经理。

既是创意人才又是商务人士。

《企业大创意：如何打造企业内部的设计团队》为你提供了赢得成功所需的全部工具。

<<企业大创意>>

作者简介

安迪·艾普斯坦 (Andy Epstein)，以自由职业设计师和插图员的身份开始了自己的职业生涯。从卡耐基-梅隆大学毕业后。他曾为百加得公司、佳能公司、矮脚鸡丛书公司和默克公司等客户工作。1992年进入企业内部世界，他为联邦玩具与基金公司创立并扩大其企业内部设计团队，之后重组并扩大了百时美施贵宝 (BMS) 的百人创意团队，并为强生公司提供咨询服务。目前，他供职于贺卡设计公司并带领一支企业内部创意团队，负责开发公司的贺卡和礼品包装生产线。

艾普斯坦在企业内部团队问题上著作颇丰，也为此做过很多专门讲座。他是InSource协会的创办人之一，该协会致力于为企业内部设计师和设计团队经理提供支持。作为美国专业设计协会企业内部团队的负责人，他一直致力于打造企业内部团队并提高他们在设计界和商界地位的努力。

<<企业大创意>>

书籍目录

序曲

引言

第一章 内部团队团结一致的基本要点

第二章 放牧猫群：简化客户管理

第三章 营销势在必行：卖火了

第四章 你就是一切

第五章 现在你听到我说的话了吗？交流为关键所在

第六章 总体规划：内部创业

第七章 企业内部策略

<<企业大创意>>

章节摘录

版权页：插图：将所有部门职责进行划分并分配，让团队中拥有适当技能和专门知识、可以最佳应对这些职责的人各担其责。

例如，不要让设计师去做校对的工作（这种做法在企业内部几成风尚流行）。

设计师拼写文字的能力是出了名的糟糕，请勿见怪，因为我们从事设计行业并不是因为我们热爱拼写和校对。

同样道理，不要让制作艺术家同时从事设计项目，不要让网页设计师进行客户管理，也不要让项目协调员去购买印刷材料。

我并非暗示不应该追求跨职能培训和发展，但是发挥人们当前的优势并提供其未来发展和职责扩展的培训机会是一个很好的主意。

不要把工作人员抛入一个沉浮全靠自己的境地。

要是你雇用额外人手来填补某些地方空白的要求被推后，你就运用策略指出并未要求财务小组制定小册子，也没有要求人力资源组自制海报或年度报告，那么，为何去要求一位设计师进行客户管理和项目管理呢？

这样做的效率不高，会导致代价高昂的错误，还会影响士气和工作满意度。

让企业内部团队尽量扁平化是一个优势，不过此策略若是操之太过，团队带来的回报也将逐渐递减。

<<企业大创意>>

媒体关注与评论

<<企业大创意>>

编辑推荐

《企业大创意:如何打造企业内部的设计团队》是由上海人民美术出版社出版的。

<<企业大创意>>

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>