

<<设计心理学>>

图书基本信息

书名：<<设计心理学>>

13位ISBN编号：9787539421612

10位ISBN编号：7539421614

出版时间：2008-5

出版时间：湖北美术出版社

作者：齐皓，张俏梅，余勇 编著

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>

<<设计心理学>>

内容概要

本书的定稿是一个不断学习、不断实践的过程。

作者多年的设计心理学的教学和研究的实践中，吸收国内外好的“设计心理”的理论知识，并在生产实践中不断探索和反馈，将“设计心理学”的知识体系得以完善和发展。

设计要“以人为本，别出心裁”，即所谓的“人性化设计”、“创新设计”，这是现代设计的两个根本点。

基于此，本书在吸收以往教材重视消费者心理研究的同时，也将视野投向作为设计主体的设计师，关注设计师的心理、素质和风格，把设计思维特别是创造性思维的培养和训练作为完善设计师心理、提高设计质量的一个方面，这是本书的一大特色。

本书可以作为教材、教学及研究用书，除适用于高等院校、初中等专业学校、各类电大、夜大、网络学校及职业技术类学校艺术设计类专业课程，也适用于普通中小学、幼儿美术教师用做教学参考书，还适用于其他各类设计人员、相关研究人员。

<<设计心理学>>

书籍目录

绪论 设计与心理学 0.1 设计 0.2 心理学第1章 设计心理学 1.1 设计心理学概述 1.2 设计心理学的研究对象 1.3 设计心理学的研究原则 1.4 设计心理学的研究方法 1.5 设计心理学的学习意义第2章 设计思维 2.1 设计思维及其特征 2.2 创造性思维概述 2.3 创造性思维的训练和培养第3章 设计师心理 3.1 设计师的素质 3.2 设计师的心理特征 3.3 设计师的心理研究第4章 消费者心理 4.1 消费者的心理 4.2 消费者心理研究 4.3 消费者心理的主要内容第5章 设计心理的微观分析 5.1 年龄与设计心理 5.2 性别与设计心理 5.3 个性与设计心理 5.4 家庭与设计心理第6章 设计心理的宏观分析 6.1 社会文化与设计心理 6.2 社会群体与设计心理 6.3 社会阶层与设计心理 6.4 社会心理现象与设计第7章 商品设计心理 7.1 广告设计心理 7.2 价格设计心理 7.3 商标设计心理 7.4 包装设计心理第8章 视觉传达设计心理 8.1 视觉传达设计的概述 8.2 视觉传达设计心理 8.3 视觉传达设计的几个问题第9章 工业设计心理 9.1 工业设计概述 9.2 工业设计心理 9.3 工业产品设计第10章 环境艺术设计心理 10.1 环境艺术设计概述 10.2 环境艺术设计心理 10.3 环境艺术设计的几个问题

<<设计心理学>>

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>