

<<设计策划与管理>>

图书基本信息

书名：<<设计策划与管理>>

13位ISBN编号：9787810931946

10位ISBN编号：7810931946

出版时间：2005-1

出版时间：合肥工业大学出版社

作者：胡俊红

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>

<<设计策划与管理>>

内容概要

当今社会，设计不仅意味着对现有生活的各种物质财富和精神财富的再创造，而且意味着对人类美好未来的规划与预见。

设计活动已经渗透到了社会生活的每个角落，而是由于社会结构及层次的复杂性又使得设计已不可能由一个或几个人来完成，其不仅需要合理的、秩序的、创意的设计策划与观念来协调，而且还需要有严密的、系统的、规范的组织与管理来安排，因而人类社会从手工业时代和工业时代向后工业时候的迈进过程中，不仅仅是设计的主导地位被提升了，同时，设计策划与管理的作用也被空前地显现了。

<<设计策划与管理>>

作者简介

胡俊红，男，硕士、副教授。

1968年8月生，湖南攸县人。

1991年7月毕业于北京理工大学工业设计系工业造型设计专业，获工学学士学位；2000年6月获中南林学院家具与室内设计方向硕士学位。

毕业后先是在重汽集团株洲汽车制造厂从事汽车的外观造型设计，1995年至今，在株洲工学院包

<<设计策划与管理>>

书籍目录

绪论【设计策划篇】 第一章 设计策划概论 第一节 设计策划的概念 第二节 设计策划的范畴 第三节 设计策划的性质与原则 第四节 设计策划与创意 第五节 策划人的素质 第六节 设计策划的程序与步骤 第二章 产品设计策划 第一节 产品与策划 第二节 新产品开发与策划 第三节 产品的目标与策划 第四节 产品设计的定位策略 第五节 产品设计的创意 第六节 产品设计策划的实施 案例一 联想集团持续的新产品开发策略 第三章 包装设计策划 第一节 包装及其设计概述 第二节 包装设计的程序策划 第三节 包装策略的策划 第四节 包装设计的策略 第五节 包装设计的具体策划 案例二 罗林洛克啤酒独特的新产品包装策略 第四章 广告设计策划 第一节 广告策划概述 第二节 广告对象与主题策划 第三节 广告策略策划 第四节 广告方式与媒介策划 第五节 广告时机与区域策划 第六节 广告计划书与策划书 第七节 广告设计的具体策划 案例三 “活力28”广告策划书 第五章 市场营销策划 第一节 市场营销策划概述 第二节 市场调研 第三节 市场预测 第四节 市场价格策划 第五节 市场渠道策划 第六节 市场促销策划 案例四 宝丽来的新产品市场策划 第六章 品牌设计策划 第七章 企业文化策划【设计管理篇】 第一章 管理学基本知识 第二章 设计管理概论 第三章 设计战略与目标管理 第四章 设计项目管理 第五章 设计事务管理 第六章 设计人力资源管理 第七章 设计质量管理 第八章 设计市场管理与法规参考文献后记

<<设计策划与管理>>

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>