

《设计管理欧美经典案例》

图书基本信息

书名：《设计管理欧美经典案例》

13位ISBN编号：9787564003074

10位ISBN编号：7564003073

出版时间：2004-9

出版社：北京理工大学出版社

作者：设计管理协会

页数：151

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu111.com

《设计管理欧美经典案例》

内容概要

《设计管理欧美经典案例》一书汇集欧美国家一些著名企业遵循工业设计创新理念及科学的设计管理，成功开发新产品的经典范例，内容丰富、实际、全面体现设计与管理的紧密结合，很具有代表性。这些案例已人为美国哈佛大学商学院以及欧洲、日本等众多学院的经典教材。对于我国，它不仅能够充实院校的设计教学内容，有助于设计教育改革的师资培训，而且对于企业界和设计界进行创新开发工作和培养，使用设计管理人才均有长远的指导意义。

《设计管理欧美经典案例》

书籍目录

为设计管理构造一个框架 厄尔·N·鲍威尔，国际设计管理协会会长设计管理的18种阐释挑战设计
汤姆A·皮特斯，汤姆·皮特斯集团创建人马氏特锁设计策略及策略设计 ——约翰·海普纳访谈录
采访者：乔安弗兰克·泽凯，设计联合会创办者之一，主席商业高驻地创新咨询 托马斯·凯利
, IDEO公司总经理博朗AG公司的一个新型口腔护理产品的设计与开发历程（A）博朗AG公司的一个
新型口腔护理产品的设计与开发历程（B）从设计一个更好的鸟笼说起 戈兰·沃尔特设计师的消费者
调查指南 斯科特·扬聚合物解决方案：关于一保茶壶的风波MP Video：内窥镜视频设计的战略应用
行动战略，酷 杰夫·史密斯，Lunar设计公司董事长苹果公司PowerBook笔记本里脑 ——产品质量设计
与市场介入进程博朗AG KF40咖啡调制器基于生活体验的设计：关于商务高驻地创新的科学 约翰·
凯恩王牌设备公司：设计服务策略

《设计管理欧美经典案例》

精彩短评

- 1、好像写小说啊。
- 2、拼拼凑凑，没有系统~里面的文章本身没什么错，但编者水平太差，最要命的是混淆管理和设计管理的概念~
- 3、2004年的书，那个时候设计管理刚刚起步，通过采访十几个公司的产品进行调查研究，这种方法，依然适合现在的设计调查。只是翻译不是一般的差，话都说不顺！
- 4、翻译得不好，很多词句都不通顺
- 5、很容易让人看进去的一部专业书籍，排版优秀，内容优秀，序言优秀。
- 6、老师推荐地书~物有所值
- 7、案例很老，翻译比较差
- 8、说的不错，赞同，很早就想买这本书看，但一直很懒，没有卖，有时间去买本，see see.
- 9、内容不错，就是没有案例彩图或光盘版的
- 10、中华的设计需要把大量的人力资源进行合理的分配，待重读。
- 11、老师推荐的，应该不不错。
- 12、下午的时光像静止的表针，尤其是在图书馆中。我拿着PDA走到了书架边，上面记录了《设计心理学》的书号TB47 - 05，手指轻轻掠过书脊，寻找着特别的红色。然而，失望得很，拿到手中的书不是唐·诺曼的著作，而是一本国内的教科书。手指继续前进，直到落到了一本白色封面的书——《设计管理欧美经典案例》。

这是一本主要讲工业设计的书籍，案例也只是20世纪80年代至90年代初的“历史”，但从每个案例中都散发出不同的气息，有的案例甚至没有结局，像一部悬念小说，最关键的时刻戛然而止。但是，这些例子生动、曲折，从中你可以站在设计管理的角度思考商业。

这些案例都是“设计管理协会”（DMI）编著，收录了博朗、powerbook、master锁等案例，以及部分的访谈。最初吸引我的是powerbook的诞生经过，以及托马斯·凯利（IDEO）的文章。

这也许并不是讲伟大设计的书籍，但是讲到了伟大的设计中的曲折与轶事，如果一件产品自开始设计就得到了领导层的重视，这很好（比如王牌设备公司与RS设计公司的出色合作）；如果一开始，管理层对此并不重视呢？像powerbook那样，（当时被命名为TIM的这个项目仅仅列为六级优先考虑项目，共7级，1级最优先）他们怎样通过一系列的考虑、设计获得了更多的支持？

所以这正是《设计管理》一书的宗旨所在，正如汤姆·皮特斯所说“在组织管理方面，懂设计就意味着具有果断的领导力、勇于创新的能力以及对质量和细节敏锐的洞察力。”“设计是内涵，使我们更充分地理解什么是商品，什么是顾客，而什么又是组织管理等等这些看起来很基本的问题。”

我读后，对设计有了几点新的感悟：

1 好的设计可以降低生产成本。我曾经一度认为，设计就是把钱花在了最终不一定让顾客感受得到的地方，会增加产品的成本。没错，成本会因为设计而有所增加，但这也正是产品的魅力所在。如果不想让你的产品埋没在同类产品之中，你需要设置一些进入壁垒，设计就是这些手段之一。但为什么说可以降低成本呢？通过好的设计，可以减去并非必需的设计、可以采用新型而廉价的材料、可以为将来的产品扩展提供更多的方便……这些都可以降低成本。

2 好的设计关注生活体验。John Cain认为首先你要理解这种体验（包括社会文化背景、行为模式等），一旦你理解了这种体验，你就能改变它、改进它，打上自己的烙印。设计不是凭空想象的，不是需要你的用户去适应你的产品（也许有这样革命性的产品，但这样的产品也是为了更好地促进生活而产生的）而是要与用户直接对话，建立一种可靠的信任感。杰夫·史密斯是这样说的：“一件

《设计管理欧美经典案例》

真正好的产品要完成五项任务：它能传达和加强公司信息 and 品牌形象；它能吸引使用者；它能表达并支持产品的功能；它为最终用户建立一种情感连接；它能表达一种令人赞叹的技术性的互动感。

3 好的设计并不一定意味着创新。写到这里，我都不仅扪心自问，本书那么多次提到了创新的重要性，你凭什么否定。我可不是在否定创新的重要，可是我觉得过多的谈论创新，反而在淡化“创新”这两个字，借用明茨伯格的话来说——“虽然人人都热衷于谈论创新，但是新东西真的出现在他们面前时，他们反而会吓跑。所以，创新出现的频率比人们想象的要低很多”（《哈佛商业评论》2006年3月号）。我的想法是，一定要把创新的思维融在每时每刻的设计中，即使这些设计不是创新性的，但是通过一点一滴、方方面面的改进，整个产品看起来更像是创新的。创新是力图解决每个细节并不断发问的结果。当然，你可以像诺曼那样，把创新分为产品创新和制造工艺的创新（《为什么大公司难以创新》），从两个方面寻找创新的途径了。

- 13、此书很经典！
- 14、黄大姐门路通达，联系了诸多在校老师翻译了此书，但无奈书中文章缺乏系统的阐述和理论的支撑，只是一个一个的案例或表述~
- 15、例子有点老不说养分不够多
- 16、还没读呢，老师强力推荐的，应该不错。
- 17、翻译很差
- 18、书很好，有可取之处
- 19、好像是16篇独立的文章，有是设计管理者对设计管理的看法，有的是记录了整个产品的开发过程。。。
- 20、大学时设计管理的教材
- 21、文章读起来很不顺 篇章之间也没系统性可言 觉得案例不切题 提不起兴趣 失望...
- 22、初识设计管理，正好有一个项目可以练手。学以致用，半知半解，多读几遍吧
- 23、只能说内容没想象的那么好。看着也不像是正版的。。
- 24、很好的一本工具书，对眼前的毕业设计非常有帮助。
- 25、看了头痛
- 26、翻译不咋的
- 27、内容很好，很适合阅读。
- 28、基本同意LZ的观点。
创新的目的是什么？
- 29、哎哟喂，从大一到大四终于用上了。。。
- 30、还不错的设计管理
- 31、书感觉 不行呀
- 32、设计管理欧美经典案例:通过设

1、 下午的时光像静止的表针，尤其是在图书馆中。我拿着PDA走到了书架边，上面记录了《设计心理学》的书号TB47 - 05，手指轻轻掠过书脊，寻找着特别的红色。然而，失望得很，拿到手中的书不是唐·诺曼的著作，而是一本国内的教科书。手指继续前进，直到落到了一本白色封面的书——《设计管理欧美经典案例》。

这是一本主要讲工业设计的书籍，案例也只是20世纪80年代至90年代初的“历史”，但从每个案例中都散发出不同的气息，有的案例甚至没有结局，像一部悬念小说，最关键的时刻戛然而止。但是，这些例子生动、曲折，从中你可以站在设计管理的角度思考商业。

这些案例都是“设计管理协会”（DMI）编著，收录了博朗、powerbook、master锁等案例，以及部分的访谈。最初吸引我的是powerbook的诞生经过，以及托马斯·凯利（IDEO）的文章。

这也许并不是讲伟大设计的书籍，但是讲到了伟大的设计中的曲折与轶事，如果一件产品自开始设计就得到了领导层的重视，这很好（比如王牌设备公司与RS设计公司的出色合作）；如果一开始，管理层对此并不重视呢？像powerbook那样，（当时被命名为TIM的这个项目仅仅列为六级优先考虑项目，共7级，1级最优先）他们怎样通过一系列的考虑、设计获得了更多的支持？

所以这正是《设计管理》一书的宗旨所在，正如汤姆·皮特斯所说“在组织管理方面，懂设计就意味着具有果断的领导力、勇于创新的能力以及对质量和细节敏锐的洞察力。”“设计是内涵，使我们充分地理解什么是商品，什么是顾客，而什么又是组织管理等等这些看起来很基本的问题。”

我读后，对设计有了几点新的感悟：

1 好的设计可以降低生产成本。我曾经一度认为，设计就是把钱花在了最终不一定让顾客感受得到的地方，会增加产品的成本。没错，成本会因为设计而有所增加，但这也正是产品的魅力所在。如果不想让你的产品淹没在同类产品之中，你需要设置一些进入壁垒，设计就是这些手段之一。但为什么说可以降低成本呢？通过好的设计，可以减去并非必需的设计、可以采用新型而廉价的材料、可以为将来的产品扩展提供更多的方便……这些都可以降低成本。

2 好的设计关注生活体验。John Cain认为首先你要理解这种体验（包括社会文化背景、行为模式等），一旦你理解了这种体验，你就能改变它、改进它，打上自己的烙印。设计不是凭空想象的，不是需要你的用户去适应你的产品（也许有这样革命性的产品，但这样的产品也是为了更好地促进生活而产生的）而是要与用户直接对话，建立一种可靠的信任感。杰夫·史密斯是这样说的：“一件真正好的产品要完成五项任务：它能传达和加强公司信息 and 品牌形象；它能吸引使用者；它能表达并支持产品的功能；它为最终用户建立一种情感连接；它能表达一种令人赞叹的技术性的互动感。”

3 好的设计并不一定意味着创新。写到这里，我都不仅扪心自问，本书那么多次提到了创新的重要性，你凭什么否定。我可不是在否定创新的重要，可是我觉得过多的谈论创新，反而在淡化“创新”这两个字，借用明茨伯格的话来说——“虽然人人都热衷于谈论创新，但是新东西真的出现在他们面前时，他们反而会吓跑。所以，创新出现的频率比人们想象的要低很多”（《哈佛商业评论》2006年3月号）。我的想法是，一定要把创新的思维融在每时每刻的设计中，即使这些设计不是创新性的，但是通过一点一滴、方方面面的改进，整个产品看起来更像是创新的。创新是力图解决每个细节并不断发问的结果。当然，你可以像诺曼那样，把创新分为产品创新和制造工艺的创新（《为什么大公司难以创新》），从两个方面寻找创新的途径了。

《设计管理欧美经典案例》

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:www.tushu111.com