

《信息架构：超越Web设计（第4版）》

内容概要

《信息架构：超越Web设计（第4版）（全彩）》的前三个版本都是信息架构领域的开山著作。其中描述了信息组织的普遍和永恒原则，这一原则也适用于不断增长的移动世界。在第4版中，作者运用大量最新的插图和例子为这些原则提供了当前实践中的情境，验证了那些与技术和供应商无关的工具，以及那些经受住时间考验的技术。

作者简介

Louis Rosenfeld 是Rosenfeld Media的创始人，这是一家出版用户体验书籍、开办用户体验会议、提供用户体验培训和咨询的公司。

Peter Morville 是Semantic Studios的总裁。这家公司的客户包括AT&T、思科、哈佛、IBM、梅西百货、美国国会图书馆和美国国家癌症研究所。

Jorge Arango 拥有20年的信息架构环境设计经验，并且担任IA协会的总裁兼董事长。

书籍目录

前言	xvii
第1 部分 信息架构简介	
第1 章 信息架构要解决的问题	3
你好，iTunes	5
信息架构要解决的问题	8
信息过载	9
访问信息的更多方式	10
加入信息架构	12
由信息构成的场所	13
渠道之间的一致性	13
系统化思维	15
本章回顾	16
第2 章 信息架构的定义	19
定义	19
看不到不代表不存在	21
走向优秀的信息架构	26
情景	28
内容	29
用户	30
本章回顾	31
第3 章 为查找而设计	33
“太过于简单的”信息模型	34
信息需求	35
信息搜寻行为	38
了解信息需求和信息搜寻行为	41
本章回顾	42
第4 章 为理解而设计	43
场所感	43
（现实世界）场所的结构	44
由信息组成的场所	45
组织原则	47
结构和秩序	48
类型系统	50
模块化和可扩展性	54
世界上最快乐的场所	56
本章回顾	61
第2 部分 信息架构的基本原理	
第5 章 信息架构详解	65
信息架构的可视化	65
自顶向下的信息架构	68
自底向上的信息架构	70
不可见的信息架构	73
信息架构组件	74
浏览帮手	75
搜索帮手	76
内容和任务	77
“不可见的”组件	78

本章回顾	78
第6章 组织系统	79
组织信息的挑战	80
模糊性	81
异质性	81
不同观点的差异性	82
公司内部的政治文化	83
组织信息环境	83
组织方案	84
精确的组织方案	84
组织结构	93
层级结构：一种自顶向下的方法	94
数据库模式：一种自底向上的方法	98
社会化分类	102
创建凝聚性组织系统	103
本章回顾	104
第7章 标签系统	105
为什么要关心标签命名	106
各种各样的标签	111
作为情景式链接的标签	111
作为标题的标签	114
导航系统内的标签	116
标签作为索引词	118
标签的设计	121
通用原则	121
标签系统的来源	124
创建新的标签系统	129
优化和调整	137
本章回顾	137
第8章 导航系统	139
导航系统的种类	140
灰色区域很重要	141
浏览器导航功能	142
场所营造	142
提高灵活性	144
嵌入式导航系统	145
全局导航系统	
局部导航系统	148
情景式导航	150
嵌入式导航的实现	152
辅助导航系统	154
站点地图	155
索引	156
指南	159
搜索	162
高级导航方法	162
个性化和自定义	163
可视化	164
社会化导航	165

本章回顾	168
第9章 搜索系统	169
你的产品需要搜索吗	169
搜索引擎详解	173
选择要索引什么	174
确定搜索区域	174
选择要建立索引的内容组件	179
搜索算法	182
模式匹配算法	182
其他方法	183
查询生成器	185
显示结果	186
要显示哪些内容组件	187
要显示多少文档	190
列出结果	192
将结果分组	199
对结果采取行动	200
设计搜索界面	201
搜索框	203
自动完成和自动建议	206
高级搜索	207
支持修改	208
当用户被卡住时	212
到哪里学习更多	213
本章回顾	214
第10章 叙词表、受控词表和元数据	215
元数据	216
受控词表	216
同义词环	217
规范文档	220
分类方案	223
叙词表	225
技术术语	226
叙词表实例	228
叙词表类型	233
经典叙词表	234
索引叙词表	234
搜索叙词表	234
叙词表标准	235
语义关系	237
等价	237
层级	238
关联	239
首选术语	240
术语形式	240
术语选择	240
术语定义	241
术语特异性	241
多元层级结构	242

分面分类法	243
本章回顾	248
第3部分 完成信息架构	
第11章 研究	251
研究框架	252
情景	253
获得支持	254
背景研究	254
初步演示报告	255
研究会议	255
利益相关者访谈	257
技术评估	258
内容	258
启发式评估	259
内容分析	260
内容映射	262
标杆法	263
用户	265
使用分析	266
搜索日志分析	267
参与者定义和招募	270
客户支持数据	270
调查	270
情景调查	270
焦点小组	271
用户研究会议	272
访谈	272
卡片分类法	273
用户测试	277
研究的保卫战	278
克服研究阻力	279
本章回顾	280
第12章 策略	283
什么是信息架构策略？	284
遭到抨击的策略	285
从研究到策略	287
策略的开发	287
思考	288
表述	288
沟通	289
测试	289
工作产品和可交付成果	291
隐喻探索	291
场景	293
案例研究和故事	294
概念图表	295
站点地图和框架图	296
策略报告	296
示例策略报告	296

项目计划	306
演示	307
本章回顾	308
第13章 设计和文档	309
创建信息架构图的准则	310
视觉沟通	311
站点地图	313
高级架构站点地图	313
深入站点地图	315
保持站点地图的简单性	319
详细的站点地图	320
组织你的站点地图	322
线框图	324
线框图的类型	327
线框图准则	330
内容映射和清单	331
内容模型	337
它们为什么这么重要？	337
实例	338
有价值的过程	342
受控词表	342
设计协作	344
设计草图	344
整合：信息架构风格指南	347
“原因”所在	347
“方式”所在	348
本章回顾	349
结语	351
附录A 参考文献	355

《信息架构：超越Web设计（第4啊

精彩短评

- 1、翻译得不好，个别章节还可以，对工作有指导意义。
- 2、新版，加入了不俗的插图示例后，这些20年前的基础原则们，感觉轻盈好读了许多。
- 3、关于web设计，你应该知道的一切。虽然是新版，但有些配图案例较老，能够梳理产品思维。
- 4、还行吧，不够接地气
- 5、web端信息机构 可去图书馆借来看看

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