第一图书网, tushu007.com

<<About Face 3 交互设计 >

图书基本信息

书名：<<About Face 3 交互设计精髓>>

13位ISBN编号：9787121070174

10位ISBN编号：7121070170

出版时间：2008-11

出版时间：电子工业出版社

作者：Alan Cooper,Robert Reimann,David Cronin

页数：363

译者：刘松涛

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

前言

这几年，作为交互设计双语网络杂志uiGarden的编辑，我一直在从事交互设计方面的中英文文献的翻译和整理。
因此，常常有人让我推荐系统全面的介绍交互设计方面的中文书籍，每次我都不太好回答。
直到2007年秋天， 在uiGarden阅读了这本书的英文稿之后，我们意识到这是一本值得推荐给大家的好书。
于是，在博文视点孙学瑛女士的鼓励和支持下，我们认认真真地把这本书翻译成中文，奉献给大家，希望本书对大家能有所帮助。

能够有机会翻译此书，我感到很荣幸。
首先，这是因为本书的内容和经验来自于世界知名的交互设计公司————————Cooper公司；其次，本书的翻译过程，对我来说也是系统的学习交互设计的过程，在本书的翻译和反复校对过程中，来回阅读了几遍，每一遍都有新的发现和感悟，获益匪浅，也不得不赞叹本书的确是“ 交互设计精髓 ”：最后，也是最重要的，这是一本优秀的书，它不仅全面系统地介绍了数字产品交互设计的方方面面，而且也描述了如何处理好很多非技术的因素——比如和其他团队的合作等。

本书所关注的数字产品和数字系统包括桌面平台上的个人和商务软件、Web应用、手持设备、信息亭、数字医疗系统、数字工业系统等。

总的来说，本书结构清晰，内容丰富，论述深入浅出，不仅可以帮助初学者入门，而且还可以作为专业人士的交互设计指南。

《About Face》 前两版受到了广大读者的欢迎和肯定，充分表明了本书的实用价值，我们相信第3版的问世也将能够给读者带来更大的帮助。
无论是直接从事交互设计、用户体验设计工作的设计师，还是开发设计部门的主管，以及正在学校中学习交互设计的学生，本书都很有帮助。

内容概要

《About Face 3交互设计精髓》是一本数字产品和系统的交互设计指南，全面系统地讲述了交互设计过程、原理和方法，涉及的产品和系统有个人电脑上的个人和商务软件、Web应用、手持设备、信息亭、数字医疗系统、数字工业系统等。
运用《About Face 3交互设计精髓》的交互设计过程和方法，有助于了解使用者和产品之间的交互行为，进而更好地设计出更具吸引力和更具市场竞争力的产品。
《About Face 3交互设计精髓》分成3篇：第1篇描述了“目标导向设计”，详细讨论了用户和设计的过程及思想；第2篇讲的是交互设计的原则，可以帮助您在较高层次上去把握设计；第3篇则介绍具体的细节方面的界面设计原则。
《About Face 3交互设计精髓》结构清晰、深入浅出，是一本难得的大师经典之作。
《About Face 3交互设计精髓》的读者对象包括数字产品和系统的交互设计师、用户界面设计师、项目经理、可用性工程师等，以及目前正在学习交互设计和用户界面设计专业的本科和研究生等。

书籍目录

第1篇 理解目标导向设计第1章 目标导向设计数字产品需要更好的设计方法当今数字产品的创造过程为何这些产品如此糟糕制造业设计的演变规划和设计行为识别用户目标目标vs任务和活动设计要满足情境中的目标目标导向的设计过程消除隔阂设计过程概览产品成功的关键是目标，而不是特性第2章 实现模型和心理模型实现模型用户心理模型表现模型大多数软件都是按照实现模型来设计的工程师是按照实现模型来设计用户界面的数学思维方式导致实现模型的界面机械时代和信息时代的表现模型机械时代的表现方式新技术需要新的表现方式机械时代的表现方式有损于用户交互时机械时代表现方式的改善：一个例子第3章 新手、专家和中间用户永久的中间用户为不同的体验水平设计新手需要什么让新手开始专家需要什么永久的中间用户需要什么第4章 理解用户：定性研究定性研究与定量研究定性研究的价值定性研究的类型人种学调查：用户访谈和用户观察情境调查情境调查的改进为人种学调查做准备进行人种学调查其他类型的研究焦点小组市场统计和市场划分可用性和用户刺试卡片分类任务分析第5章 为用户建模：人物角色和目标为何使用模型人物角色作为设计工具的人物角色的好处人物角色产生于研究作为个体代表的人物角色人物角色代表用户群体发掘了行为深度的人物角色人物角色必须有动机人物角色也可以代表非用户人物角色和其他用户模型当没有条件创建严谨的人物角色时：即兴、临时的人物角色目标目标驱动着使用模式目标必须来自定性数据用户目标与认知处理3种用户目标最终目标用户目标是用户的动机其他类别的目标成功的产品必须首先满足用户目标构造人物角色第1步：发现并确定行为变量第2步：将访问时象和行为变量时应起来第3步：识别显著的行为模式第4步：综合特征和相关目标第5步：检壹完整性和是否重量第6步：展开属性和行为的叙述第7步：指定人物角色类型其他模型工作流模型人工制品模型物理模型第6章 设计的基础：场景剧本和需求第7章 从需求到设计：框架和细化第2篇 没计行为与形态第8章 综合优秀的设计：原则与模式第9章 平台和姿态第10章 协调和流第11章 消除附加工作第12章 设计好的行为第13章 隐喻、习惯用法及启示第14章 视觉界面设计第3篇 设计交互细节第15章 搜索和查找：改善数据检索第16章 理解撤销第17章 重新思考“ 文件 ”和“ 保存 ”第18章 改进数据输入第19章 点操作、选择及直接操作第20章 窗口行为第21章 控件第22章 菜单第23章 工具栏第24章 对话框第25章 错误、警告和确认第26章 为不同需求而设计附录A 设计原则附录B 参考书目后序 协同工作

章节摘录

第1章 目标导向设计　　目标导向设计　　本书有一个简单的前提，即如果我们设计的产品能够让用户达到目标，他们就会感到满意、有效率，并且高兴。
还会乐于购买这一产品，并且推荐给他人。
如果能够以较为合算的成本实现上述目标，就能取得商业上的成功。
表面上，这个前提一目了然。
只要用户满意，产品就会成功。
可是，为什么仍有那么多的数字产品难于使用并且令人不快呢？
为什么不能皆大欢喜？
数字产品需要更好的设计方法　　目前，多数数字产品的开发过程就像怪物从咕咚冒泡的容器中诞生一样。
开发人员没有从购买者与用户的需求出发进行规划与开发，最终创造出以技术为主导的产品很难控制与使用。
和科学怪人一样，他们之所以失败，是因为没有在作品中注入人性。
在工业设计者Victor Papanek看来，设计是“为赋予有意义的秩序，做出有意识或直觉的努力”。
我们建议把它定义为一种更加具体，以人为导向的设计活动。
· 理解用户的期望、需要、动机和使用情境。
· 理解商业、技术，以及业内的机会、需求和制约。
· 基于上述理解，创造出形式、内容、行为有用，易用，令人满意，并具有技术可行性和商业利益的产品。
这个定义适用于许多设计领域，尽管对于形式、内容与行为的确切关注点，可能因设计对象有所不同。
资讯网站可能格外关注内容，座椅的设计则首先考虑形式。
而绪论所探讨的交互数字产品比较特殊，其设计充满了复杂的行为。
运用恰当的方法，设计可以弥合人类与科技产品之间的缺口。
但是目前，多数数字产品的设计流程远不像宣传的那样合理。

编辑推荐

《About Face 3交互设计精髓》国际畅销交互设计界鼻组级图书全面升级。
内容更新全面，理念更前更时尚，您会在本书的这一版中发现一些重要的变化，如下：
《About Face 3交互设计精髓》的结构做了调整，采取了更容易让人看懂的参考书式的表达方式。
本书分成三个部分：第一部分是关于用户和设计的过程以及高层次的思想；第二部分是关于高层次的交互设计原则；第三部分是低层次、细节方面的界面设计原则。
目标导向设计的描述比第二版要更详细，也更准确地反映了现在Cooper公司内部的实践情况，包括研究技术、人物角色的创建、如何使用人物角色和场景剧本来合成交互设计方案。
《About Face 3交互设计精髓》从头到尾，我们试图更加清晰的阐述视觉界面设计的概念、方法和问题，并讨论了除了桌面以外的几种平台的问题。
《About Face 3交互设计精髓》中的一些术语和例子也被更新了，以反映现在业界的状况，整篇文章的文字也被重新编辑了，让意思更明白，让读者更容易看懂。

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