

<<创意脑筋急转变>>

图书基本信息

书名：<<创意脑筋急转变>>

13位ISBN编号：9787507409710

10位ISBN编号：7507409716

出版时间：1998-01

出版时间：中国城市出版社

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>

## <<创意脑筋急转变>>

### 书籍目录

#### 目录

#### 1.素质培育篇

#### 第一章 创造心理基础分析 十八种创造心理要素

- 1.怀疑心理
- 2.实证心理
- 3.求知心理
- 4.求新心理
- 5.求变心理
- 6.求精心理
- 7.好奇心心理
- 8.追求成功心理
- 9.自我表现心理
- 10.求名心理
- 11.求利心理
- 12.鞠躬尽瘁的心理
- 13.追求刺激的心理
- 14.追求美的心理
- 15.创造记录的心理
- 16.感情反射心理
- 17.受到怂恿的心理
- 18.来自不安的心理

#### 第二章 创造性思维习惯的培育

- 1.养成变换角度的观察思考习惯
- 2.注意目标 抓住灵感
- 3.大脑不停地运转才会愈加灵活
- 4.创意首先要具备丰富的想像力
- 5.养成凭直觉获取灵感的能力
- 6.感知力与探索精神
- 7.脑筋急转弯迂回式思考
- 8.利用资料和信息开发思路
- 9.研究有价值的信息必须钻进去
- 10.成功是由小到大逐步发展的
- 11.逆向思考
- 12.反形象综合思维法
- 13.考虑从未用过的方法

#### 第三章 创造性思维者应具备的条件

- 1.“脑内革命”的时代
- 2.充分发挥创造力
- 3.开发创造性思维的条件
- 4.开发创造性设想的四阶段论
- 5.创造性思维的结构
- 6.善于调动潜意识的能力

#### 第四章 创造能源的开发与运用

- 1.问题意识是开发创造性能源的契机
- 2.爱动脑筋是调动创造性能源的最佳选择

## <<创意脑筋急转变>>

- 3.明确的目标是开发设想的强大动力
- 4.问题意识是产生好设想的有力帮手
- 5.自信是成功的源泉
- 6.好奇心越强创造力越大
- 7.勇于怀疑敢于否定

### .成功构想篇

#### 第一章 破旧求新 适变必胜

- 1.创意须超凡脱俗名称必须漂亮
- 2.在品牌的功能上创造新意
- 3.打破传统名称的固定思维
- 4.新的构想必须从怀疑开始
- 5.从两性差异中寻找新的构想

#### 第二章 消费者心理是一切构想的出发点

- 1.必须摸清消费者的复杂心理
- 2.消费者不愿接受的技术
- 3.消费者不愿接受的式样
- 4.突破传统形态的限制
- 5.按照新的需求开发新的造型

#### 第三章 激烈的竞争产生惊人的构想

- 1.从销售的角度设计新构想
- 2.通过收购来研究新课题
- 3.试用先从内部开始
- 4.广泛搜购各地名产
- 5.绘制全国“名产特产地图”
- 6.将传统“秘方”与适宜新意结合起来
- 7.建立市场商品资料档案
- 8.思路必须紧随商品周期性转
- 9.判断潮流趋向的新观点
- 10.分析与研究的方法

#### 第四章 信息是一切构想成功的关键

- 1.从不同行当人的心理上获取灵感
- 2.A国畅销B国不灵
- 3.重视专业人员的意见及其构想
- 4.战胜竞争对手的策略

#### 第五章 从消费者身上吸取创造智慧

- 1.利用“消费者智囊团”
- 2.老年产品的开发方针
- 3.在孩子们身上寻找开发灵感
- 4.女性产品的开发
- 5.让女性进入开发部门
- 6.中年男性智囊团的利用

### .技巧运用篇

#### 第一章 有效思考的技巧

- 1.思考方式的变换
- 2.思考时间的变换
- 3.思考空间的变换
- 4.思考逻辑的变换

## <<创意脑筋急转变>>

5.用答案反求过程法

6.请教第三者

7.反复确认法

第二章 成功人士的独特思维方式

1.于完美处找问题

2.追求完美与审慎的态度

3.扩大思考领域

4.从数量中求质量

5.与众不同的思考方式

6.积极乐观的自我暗示

第三章 创造性的分割组合技巧

1.直接结合与飞跃结合

2.要素替代

3.反向思考 “推不动拉拉看”

4.花样翻新的思考方式

5.放大或缩小

6.利用检核表的技巧

7.“矛盾撞击”术

8.积极的“吹毛求疵”法

9.强制结合法

10.强制关系法

第四章 触类旁通的启发技巧

1.从他事他物中获得灵感

2.从报刊上寻找灵感

3.飞禽走兽均可给人以启迪

4.类比法的灵活运用

5.从动物等的身体构造上获取方法

6.寻找出要素中的要素

.产品开发篇

第一章 商品的概念

1.商品的“5W1H”

2.目标产生构想

3.未来生活形式的预测

4.日常生活中具体的生活行动

5.商品随目标的改变而改变

6.身体的启示

7.如何判断关键事物

第二章 新产品开发的要素

1.成功的广告词

2.商品供应的场合

3.开发新产品的六大原则

4.世间万物是最完美的构想对象

5.由人体工学原理来启发思路

6.人体工学的检查

第三章 开发新产品的基本概念

1.根源物质产品的不可取代性

2.根源物质的深层消费心理

## <<创意脑筋急转变>>

3.深入事物本质追求新构想

4.“根源形态”的疑问

5.打入“拒绝者市场”的诀窍

第四章 产品的系统性开发

1.观念的更新

2.家庭食品的研究

3.追踪调查的启示

4.从消费者的立场出发

5.商品组合三原则

6.商品构造十原则

7.单一商品的市场学已行不通

8.新“生活方式”与商品构造化

9.“构造化观念”的新构想

10.商品构造化的六个步骤

11.商品构造化的机能

12.商品的“生活构造化”

13.社会价值的实现

14.从构造化中发现新点子

V.强化训练篇

第一章 强化创新能力训练

1.提高感性

2.在平凡中寻找不平凡

3.注意任何新事物

4.把新事物的特征抽象化

5.即时想像与即时联想

6.即时记录

第二章 想像力 联想能力训练

1.联想是创意的源头

2.荒诞滑稽的话题的联想

3.依次推理联想训练

4.广泛吸收 集聚力点

5.智力激励法

6.冥想术与催眠法的运用训练

第三章 康顿创造性设想技法训练

1.改变视点

2.使提案更活跃更具体的启示法

3.用符号展开想像的训练法

第四章 强化日常生活中的创造能力

1.集中力的训练

2.洞察力训练

3.想像力的强化训练

4.游戏刺激创造力的训练

5.用小发明提高创造力的训练

6.成功感受三阶段训练法

7.好奇心冒险精强化神训练法

激发创造灵感的成功典范

1.钓起财富的灵感

<<创意脑筋急转变>>

- 2.驱之不散的黄金念头
- 3.玩具狗的启示
- 4.梦想成真的奇迹
- 5.不可忽视突发的奇想
- 6.灵活机智的应变力
- 7.举一反三是创造的基本原理
- 8.反传统的思考方式
- 9.寄生虫钓竿
- 10.奇人的奇迹之道
- 11.创新必须抓住消费者的心理
- 12.利用宇宙动力的奇思异想
- 13.“藏宝洞”的诱惑
- 14.穷则变 变则通
- 15.一鸣惊人的狂想
- 16.超前超群的先见之明
- 17.时间就是金钱
- 18.逐日实现的童话
- 19.三十年梦想成真
- 20.沉寂百年的发现获新生

<<创意脑筋急转变>>

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>