

<<通用设计方法>>

图书基本信息

书名：<<通用设计方法>>

13位ISBN编号：9787511717191

10位ISBN编号：7511717195

出版时间：2013-9

出版时间：中央编译出版社

作者：贝拉·马丁（Bella Martin）,布鲁斯·汉宁顿（Bruce Hanington）

译者：初晓华

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>

<<通用设计方法>>

内容概要

*揭开复杂、昂贵、费时的用户研究方法的神秘面纱

*创建跨学科设计团队共享

*视觉呈现极具说服力的实例介绍

*介绍运用这些设计方法有助于优化设计研究策略的最佳时机

《通用设计方法》全面介绍了100种人性化设计研究方法、综合分析技巧和研究成果。

内容简明易懂，适合各行业设计师、教育工作者和学生阅读。

几乎所有的跨学科团队都可以将《通用设计方法》作为一种宝贵的资源，在设计项目中参考运用其中的设计方法。

《通用设计方法》凝聚每种设计方法的精华，帮助设计团队选择和实施适合自己的设计文化，提供满足项目框架要求的最可靠的设计方法。

“《通用设计方法》有效收集了研究和设计的方法，是各领域设计人员的绝佳选择。

设计人员遇到疑难问题时，可以将本书作为重要参考。

每位设计人员都应该仔细阅读本书，包括你在内！

”——大卫·斯尔文（David Sherwin），青蛙设计主设计师，著有《创意工场：提升设计技巧的80个挑战》

“《通用设计方法》是设计领域的一座里程碑……对各层次的设计师来说都是重要的资源库，也是设计师工具箱中必不可少的参考工具。

”——威廉·立德威尔（William Lidwell），休斯敦大学工业设计讲师，著有《通用设计法则》

<<通用设计方法>>

作者简介

贝拉·马丁 (Bella Martin)

专业设计师、独立的用户体验顾问。

她为微软研究院、美国邮政总局、葛兰素史克公司 (GlaxoSmithKline) 和好事达金融公司 (Allstate Financial) 设计的项目曾多次获奖。

她目前主要为刚踏入以用户为中心的研究方法领域，并希望在设计过程中倾听用户声音的机构提供咨询。

贝拉在获得卡内基·梅隆大学通信规划和信息设计系的设计硕士学位后，一直致力于视觉化呈现以用户为中心的研究方法。

她现在居住于佐治亚州亚特兰大市。

布鲁斯·汉宁顿 (Bruce Hanington)

美国宾夕法尼亚州匹兹堡的卡内基·梅隆大学设计学院副教授、研究生主任、前工业设计项目主任。

他在教学和研究中，一直致力于研究以人为本的设计方法和实践，重点研究设计实地观察、参与性设计以及情景中形式的意义。

他曾经为通用电气和强生的设计项目提供咨询。

他的作品曾刊登在Design Issues、The Design Journal以及Interactions上，并在《包含未来的设计以及设计和情感：体验日常生活》(Designing Inclusive Futures and Design and Emotion: The Experience of Everyday Things) 中撰写几章的内容。

<<通用设计方法>>

书籍目录

前言.....	6
01A/B测试.....	8
02AEIOU.....	10
03亲和图.....	12
04组件分析.....	14
05自动远程研究.....	16
06行为地图.....	18
07身体风暴.....	20
08头脑风暴图像组织法.....	22
09商业折纸.....	24
10卡片分类.....	26
11案例研究.....	28
12认知图.....	30
13认知过程浏览.....	32
14拼贴.....	34
15竞争测试.....	36
16概念图.....	38
17内容分析.....	40
18内容清单和内容审核.....	42
19脉络设计.....	44
20脉络访查.....	46
21创意工具包.....	48
22关键事件法.....	50
23群众外包.....	52
24文化探寻.....	54
25用户体验审核.....	56
26设计讨论组.....	58
27设计人种学.....	60
28协同设计.....	62
29期望值测试.....	64
30日记研究.....	66
31引导性叙事.....	68
32Elito方法.....	70
33人体工程学分析.....	72
34评估性研究.....	74
35实证设计.....	76
36经验原型.....	78
37经验取样法.....	80
38实验.....	82
39探索性研究.....	84
40眼动追踪.....	86
41弹性建模.....	88
42隐蔽观察.....	90
43焦点小组.....	92
44衍生性研究.....	94

<<通用设计方法>>

45涂鸦墙.....	96
46启发性评估.....	98
47意向看板.....	100
48访谈.....	102
49KJ法.....	104
50卡诺分析.....	106
51关键绩效指标.....	108
52阶梯法.....	110
53文献综述.....	112
54情书与分手信.....	114
55心智模式图.....	116
56思维导图.....	118
57观察法.....	120
58平行原型.....	122
59参与观察法.....	124
60参与式行动研究 (PAR)	126
61参与性设计.....	128
62个人清单.....	130
63角色分析.....	132
64照片研究.....	134
65图像卡.....	136
66原型.....	138
67问卷调查.....	140
68快速反复测试与评估 (RITE)	142
69适度远程研究.....	144
70通过设计进行研究.....	146
71角色扮演.....	148
72情景描述泳道图.....	150
73情景法.....	152
74次级研究.....	154
75语义差异法.....	156
76影形.....	158
77模拟练习.....	160
78站内搜索分析.....	162
79快速约会.....	164
80利益相关者分析图.....	166
81利益相关者浏览.....	168
82故事板.....	170
83调查.....	172
84任务分析.....	174
85领域图.....	176
86主题网络.....	178
87有声思维报告.....	180
88时间感知研究.....	182
89试金石之旅.....	184
90三角比较法.....	186
91三角测量.....	188

<<通用设计方法>>

92非干扰性测量.....	190
93可用性报告.....	192
94可用性测试.....	194
95客户体验历程图.....	196
96价值机会分析.....	198
97网站分析.....	200
98加权矩阵.....	202
99幕后模拟.....	204
100文字云.....	206

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>