

<<设计家施德明>>

图书基本信息

书名：<<设计家施德明>>

13位ISBN编号：9787515311173

10位ISBN编号：7515311177

出版时间：2013-4

出版时间：中国青年出版社

作者：[奥地利] 斯特凡·施德明,[瑞士] 尚塔尔·普罗多姆,[瑞士] 马丁·伍迪

译者：王玥然

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>

## <<设计家施德明>>

### 内容概要

作为创意设计界的标志性人物，施德明在设计、艺术和创意领域内享有很高的知名度。

本书收录了施德明最近几年的新作，他关于设计与生活的趣味短文以及访谈等。

全书分四个章节介绍了施德明关于设计推广营销的理念，分别是：推广文化、推广公司、推广朋友以及自我推广。

同时，本书不仅是施德明的著作，也是施德明的设计作品！

考究的书籍装帧和版式设计都来源于施德明的创意。

今天设计师都在思考以怎样的设计策略来推广自己、公司或是方案。

本书通过介绍施德明的设计案例和关于推广的思考，让读者了解施德明的设计为何如此出名，他如何成为一个流行文化的明星，以便为广大设计师提供线索与灵感。

<<设计家施德明>>

作者简介



## <<设计家施德明>>

### 章节摘录

版权页：插图： 虽然在过去的125年我们的商业和世界已经发生了巨大的变化，但我们仍然保持了相同的设计价值观和设计原则。

我们用设计创造激情、提升业务规模，并用设计创造满足所有消费触点的竞争优势——从包装、店内商品摆设、户外广告和电视广告设计到设备以及运输车辆的设计。

这样可以帮助我们赢在销售上面，最终提升品牌价值和消费者对品牌的热爱。

设计在帮助我们不断改进以适应可能产生的需求的同时，还可以使我们始终如一地坚持我们的品牌特色。

我们整个的设计方法是基于系统理论基础之上的，这种系统理论把世界看作多种相互联系的元素，而这种联系随着时间的流逝形成独特的行为模式。

它加强了消费者对于我们品牌的体验，最后使我们具备竞争优势。

我们并不把设计看作一种时尚，一种附加的装饰品，或者某些只能被少数精英喜爱并“享有”的东西。

对于我们来说，设计的科学性和艺术性同等重要：设计是关于如何使我们的业务创造出长期而稳定的价值的学问。

在可口可乐公司，设计被融入到所有环节中——从商业计划、沟通策略到供应链以及供应路线。

我们中的每一个人都是设计师……而不仅仅是那些带着贝雷帽，身着黑衣的人。

实际上我们在设计着我们未来的生活。

我们的裂隙介质视野和快餐消费文化使我们设计出灵活的销售系统，可以穿越现在和未来，可以跨越所有地域和所有触点。

我们把这称为：“从货架上获取的设计灵感”。

## <<设计家施德明>>

### 编辑推荐

《设计家施德明:为什么我的设计如此出名》编辑推荐：他是设计界的摇滚明星，一个可以自由选择客户的设计师；他的创意天马行空、充满趣味、富于思想；他能在艺术与商业之间达到平衡，是个充满智慧的金牌设计销售；他热爱编码和密语，喜欢让观众破解他的作品；他敢于拒绝来自美国总统奥巴马的设计委托……他就是设计家施德明！

本书是天才设计师施德明首次引进中国的个人著作（中英文对照），可以让你深入了解施德明的创作、与思考，他的商业推广秘笈，以及为什么他的设计如此出名！

## <<设计家施德明>>

### 名人推荐

施德明设计中蕴含的人生智慧、处世哲学，正是他所有创意的源动力。

书中他以幽默的态度随性描绘生活琐碎，其密友、同事亦从各自角度分享与他相处的点滴，向读者展现设计名家的迷人精髓。

——王绍强《Design360°》杂志主编广州美术学院视觉设计学院院长、教授我眼中的施德明：笑容可掬，穿着人字拖的绅士。

——王序 国际平面设计协会（AGI）会员施德明总是在寻找某种“方法”并据此给人们“制造”一些逃离这个平庸世界的机会。

幸运的是，他几乎每次都成功了。

为此，很多人都将永远对施德明心存感激。

——刘治治 国际平面设计协会（AGI）会员

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>