

<<设计管理>>

图书基本信息

书名：<<设计管理>>

13位ISBN编号：9787560953915

10位ISBN编号：7560953913

出版时间：2009-8

出版时间：华中科技大学出版社

作者：于洪涛

页数：141

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

中国经济的持续发展。  
促使社会对艺术设计需求持续增长。  
这直接导致了艺术设计教育的超速发展。  
据统计,现在全国已有1000多所高校开设了艺术设计专业,每年的毕业生超过10万人。  
短短几年,艺术设计专业成为中国继计算机专业后的高等院校第二大专业。  
经历了数量的快速发展之后,艺术设计教育的质量问题成为全社会关注的焦点。

正如中国科学院院士、人文素质教育的倡导者、华中科技大学教授杨叔子所说:“百年大计,人才为本;人才大计,教育为本;教育大计,教师为本;教师大计,教学为本;教学大计,教材为本。”尽快完善学科建设,确立科学的、适应人才市场需求的教学体系。

编写质量高、系统性强的规划教材,是提高艺术设计专业水平,使其适应社会需求的关键。

华中科技大学出版社根据全国许多高等院校的要求,在精品课程建设的基础上。

由国家精品课程相关负责人牵头,组织全国几十所高等院校艺术设计教育的著名专家及各校精品课程主讲教师,共同开发了“高等院校艺术设计精品教程”。

专家们结合精品课程建设实践,深入研讨了艺术设计的教学理念。

以及学生必须掌握的基础课与专业课的基本知识、基本技能,研究了大量已出版的艺术设计教材,就怎样形成体系完整、定位清晰、使用方便、质量上乘的艺术设计教材达成了以下共识。

1. 艺术设计教育首先应依据设计学科特点,采用科学的方法,优化知识结构,建构良好的、符合培养目标的教育体系,以便更好地向学生传授本学科基本的问题求解方法,并通过基本理论知识的传授,达到培养基本能力(含创新能力和技能)、基本素质的目的;注重培养学生的社会责任感,强化设计服务于社会、服务于人类的思想。

从而造就适应学科和社会发展需要的高级设计人才。

2. 艺术设计基础课教学要改变传统的美术教育模式,突出鲜明的设计观念,体现艺术设计专业特色,探索适应21世纪应用型、设计型人才需求的基础教育模式。

3. 艺术设计是一门实践性很强的学科,社会需要大批应用型设计人才,因此教材编写应力求以专业基础理论为主,突出实用性。

4. 艺术设计是创造性劳动,在教学方法上要通过案例式教学加以分析和启发,使学生了解设计程序和艺术设计的特殊性,从而掌握其规律。

在设计中发挥创造精神。

## &lt;&lt;设计管理&gt;&gt;

## 内容概要

本书从设计管理实战角度出发，阐述了设计组织的日常管理和项目管理的基本程序、原理和方法，通过设计师田宇创办设计公司所经历的管理问题构成了全书的“事例”链，由“事例”引出管理“问题”，继而阐述管理“原理”。

提出解决“方法”，并给读者列出了继续研究的“思考题”。

由于本书中“事例”都是来自于设计管理的实践一线，所以对设计机构的从业人员有很大的帮助。

管理者可以依照设计管理的原理与方法，总结以往的管理经验，重新管理并进行定位。

对于被管理者，他们将学习到如何成为真正职业化的设计师，如何与人交流、理解上级的指示、掌握设计程序中的管理要点，并逐步成为一个合格的管理者。

本教材具备启发性、可读性和体验性的教学特征，可以改变传统的“填鸭式”、“满堂灌”的教学模式。

教师既是理论的阐述者，又是“实战”的教练，对于教材中的“事例”既可以直接使用，又可以用身边的实例来替换，学生既是学习者，又是设计管理的参与者，通过模拟训练去深刻体会管理的内涵。

对于设计专业的学生而言，本书为他们毕业后如何去接受一家公司的管理，如何成为一名称职的设计师，如何成为一名合格的设计管理者，提供了设计管理的理论基础。

另外，我国创意产业刚刚起步，在大量的设计专业的毕业生面临就业难的现实背景下，如何引导毕业生自主创业。

本书也提供了相应的解决方法。

## &lt;&lt;设计管理&gt;&gt;

## 书籍目录

第一章 抓住机遇展示专业实力——项目启动管理 第一节 塑造自我启动市场 第二节 洽谈沟通  
项目启动 第三节 设计报价规范责任 第四节 收取定金签署合同第二章 客观分析理清市场状况  
——设计调研管理 第一节 客户调研锁定需求 第二节 市场调研把握动态 第三节 调研管理内  
外助力第三章 运筹帷幄规划设计程序——设计策划管理 第一节 项目分析目标定位 第二节 人  
员组合团队沟通 第三节 规划流程把握节点 第四节 配置资源整合优势 第五节 优化成本提  
升价值第四章 群策群力迸发创意火花——设计创意管理 第一节 资料梳理发散思路 第二节  
头脑风暴实现飞跃 第三节 类比筛选获得创意 第四节 营造氛围激励创新第五章 妙笔生花绘制  
精美蓝图——设计表现管理 第一节 凝练图形诠释意象 第二节 随类赋彩赋予新质 第三节 把  
握要素完善系统 第四节 效果表现求真求美 第五节 研发技术丰富手段第六章 精雕细琢展现完  
美设计——设计实施管理 第一节 控制流程把握质量 第二节 工艺材质契合为上 第三节 开源  
节流督检到位第七章 细心周到实现设计价值——项目结项管理 第一节 备份提交评估验收  
第二节 结项总结跟踪服务 参考文献

## 章节摘录

第一章 抓住机遇展示专业实力 ——项目启动管理 在完成组织的自我塑造基础上，寻找适合的设计项目启动市场，是实现设计组织生存发展的第一步。

掌握项目启动的方法，顺利拿到设计项目订单是设计管理者的必备能力。

当接到客户的邀约，第一次的沟通十分关键，成功的交流预示着项目的启动。

合理的报价会将合作推进一步，而能否收到定金则是项目真正启动的关键信号。

接下来，规范好项目合作过程中双方的权利与义务，并以合同文本形式记录下来，项目就正式得以启动。

学习目的 1. 了解组织、目标、目标管理及项目的概念与特征； 2. 了解沟通的原理与方法； 3. 掌握设计项目启动的原则和执行要领； 4. 掌握设计项目报价的原则与方法； 5. 掌握拟定设计项目合同的目的、作用和方法。

第一节 塑造自我启动市场 【事例】 田宇的设计公司开张已经一个多月了，但是一单设计生意还没做成，作为总经理的他心急如焚，如热锅上蚂蚁一般在办公室里来回踱步。

于是，他召集全体员工召开了一个“智囊团会议”，让大家集思广益寻找突破公司目前窘境的办法。

会上大家一致认为，公司的知名度不高和没有主动出击寻找市场需求是造成目前局面的主要原因。

另外，由于公司没有一套系统的管理模式，员工总是感觉无所适从，大家觉得建立一套适合公司生存发展的管理体系迫在眉睫。

还有，就是公司整体形象上又不能给人留下具备专业化的设计公司的印象，导致曾经有几个朋友引荐的客户流失了，也是公司运营的一大遗憾。

因此，开项目、抓管理成了田宇公司上下达成的共识。

千里之行始于足下。

管理从何入手，项目如何启动，成为田宇首先要思考的问题。

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>