

<<设计原理>>

图书基本信息

书名：<<设计原理>>

13位ISBN编号：9787564100513

10位ISBN编号：7564100516

出版时间：2005-8

出版时间：东南大学出版社

作者：黄厚石

页数：302

字数：480000

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>

<<设计原理>>

内容概要

设计学系列教材的编写，以逐步建构设计艺术学学科的课程结构与教学体系为基本目标，具有理论研究与教学教材的双重性，又不乏设计艺术学科各专业发展的适用性与广泛性。

着眼于各类高等教育中的艺术设计学学科的课程教学，也可用于研究生的参考与辅助读物，还可供其他设计研究者参考。

设计学系列教材在设计对象、设计问题结构、设计的价值形态等方面表达一系列见解，进而对设计媒介、设计文本、设计语义、设计体验、设计语境、设计文化、设计审美、设计批评等问题进行全面而深入的论述。

还就后现代语境、设计的全球化现象、数码技术对设计的影响、反审美、无意识的商品化、后情感与惊慕体验、异趣沟通等概念与新现象方面作出敏锐的剖析。

<<设计原理>>

书籍目录

1 设计的动力因 引言 第一章 设计的产生分析 第一节 物理缺陷 第二节 心理缺陷 第二章 设计的本体分析 第一节 什么是设计？
第二节 设计的质特征 第三节 设计的分类 第三章 设计的主体分析 第一节 人人都是设计师 第二节 工业时代的设计师 第三节 设计师的素质 注释2 设计的目的因 引言 第四章 设计目的的第一层次——功能性 第一节 功能之美 第二节 功能的主导性 第三节 形式化功能 第四节 多功能的悖论（上）
第五节 没有功能的未必就是没有用的 第五章 设计目的的第二层次——易用性 第一节 易用性 第二节 人类工效学 第三节 产品语义学 第四节 普适设计 第六章 设计目的的第三层次——快乐性 第一节 “形式美”的观念沿革 第二节 形式的意义 第三节 装饰之辩 第四节 设计的快乐 注释3 设计的限制因 引言 第七章 消费伦理 第一节 消费社会 第二节 消费区隔 第三节 时尚 第四节 日常生活的审美化与社会的麦当劳化 第八章 环境伦理 第一节 环境伦理问题的产生 第二节 环境伦理问题的根源 第三节 绿色设计 第四节 可持续发展 注释4 设计的资源因 引言 第九章 设计资源的特性 第一节 资源的概念 第二节 设计资源的基本特性 第十章 设计资源的类型说 第一节 设计资源的分类 第二节 类型一：传统文化资源 第三节 自然设计资源 第十一章 设计资源的方法论 第一节 间离与陌生化效果 第二节 戏仿 第三节 资源整合的多样的性结果 第十二章 文化产业 第一节 文化产业的内容 第二节 文化产业的背景 第三节 文化产业的实质 注释参考书目

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>