

目 录

设计的历史

01

1.1 设计的含义	001
1.2 从传统手工艺到工业设计	003
1.2.1 工业设计的开端	004
1.2.2 “美国制造体系”与标准化产品	007
1.2.3 工业设计与产品制造	008
1.2.4 工艺美术运动和新艺术运动	011
1.3 第二次世界大战以前的工业设计	015
1.3.1 艺术装饰风格与美国的商业性设计	015
1.3.2 现代主义设计运动	017
1.3.3 斯堪的纳维亚的设计	023
1.4 第二次世界大战以后的设计	024
1.4.1 1945—1960年的设计	025
1.4.2 1960年以后的设计	031
1.4.3 后现代主义思潮下的工业设计	035
□ 思考题	040

设计的类型

02

2.1 视觉传达设计	042
2.1.1 视觉传达的概念	042
2.1.2 视觉传达设计的领域	044

2.2 产品设计 051

2.2.1 产品设计的概念	051
2.2.2 产品设计的基本要素	051
2.2.3 产品设计的基本要求	052
2.2.4 产品设计的分类	052

2.3 环境艺术设计 058

2.3.1 环境和环境设计	058
2.3.2 环境艺术设计	059
2.3.3 环境设计的类型	059

设计的理论

03

3.1 工业设计概述 067

3.1.1 工业设计的含义	067
3.1.2 产品设计	068

3.2 设计程序 077

3.2.1 设计程序的概念	077
3.2.2 设计的准备阶段	080
3.2.3 设计的展开阶段	081
3.2.4 设计的深入阶段	082
3.2.5 设计的制作阶段	083
3.2.6 设计程序与行业学科的关系	085

3.3 设计形态学	086
3.3.1 形态的概念	086
3.3.2 形态的分类	087
3.3.3 形态的构成要素	087
3.3.4 形态的作用	091
3.3.5 形态与人之间的关系	093
3.3.6 文化与形态	093
3.3.7 形态训练	095
3.4 产品语义学	096
3.4.1 产品语义概论	096
3.4.2 产品语义学的目的	097
3.4.3 产品语义学的主要设计思想	098
3.4.4 设计者应注意的语义学问题	099
3.4.5 语境与语义传达	100
3.4.6 网络时代下的产品语义	101
3.5 设计心理学	101
3.5.1 设计心理学概述	101
3.5.2 设计心理学的研究方法	102
3.5.3 感觉与知觉	102
3.5.4 心理原型与设计	103
3.5.5 文化心理	104
3.5.6 消费行为研究	105

3.5.7 造型的心理意义与图解思考	106
3.6 设计管理	107
3.6.1 设计管理的概念	107
3.6.2 设计管理的发展	107
3.6.3 设计管理的作用	110
3.6.4 设计管理的案例	111
3.7 设计师	116
3.7.1 设计师的类型	116
3.7.2 设计师的知识和技能	118
3.7.3 设计师的素质和能力	118
3.7.4 设计师的社会定位和责任	118
□ 思考题	120

设计与材料

04

4.1 人们的生活与材料	121
4.2 材料的分类	125
4.2.1 按照材料的使用性能分类	125
4.2.2 按材料的物质结构分类	126
4.2.3 按材料的形状分类	130
4.3 材料的美感特性	130
4.3.1 材料的功能美	130

4.3.2 材质的精神美	132
4.4 材料在工业设计中的地位	144
4.4.1 材料是产品造型设计所依赖的物质基础	144
4.4.2 材料再设计是产品设计的一个组成部分	145
4.4.3 材料技术的进步推动设计进步	146
4.5 材料与环境保护	148
4.5.1 环保意识	148
4.5.2 绿色设计	149
4.5.3 绿色材料	151
□ 思考题	154

设计与软件

05

5.1 设计软件术语概述	156
--------------	-----

5.2 平面设计软件	157
5.3 三维设计软件	161
5.4 影视后期制作软件	166
□ 思考题	167

设计案例

06

6.1 最流行的时尚元素——iPod	169
6.2 吸引消费者的音乐库	170
6.3 iPod带来的经济生态圈	174
6.4 iPod改变了听的方式	176
□ 思考题	176