

战略设计思维



[战略设计思维 下载链接1](#)

著者:[美] 娜塔莉 W.尼克松 （Natalie W. Nixon）

出版者:机械工业出版社

出版时间:2017-2-28

装帧:平装

isbn:9787111556886

“设计思维”主张以用户为中心，基于体验和系统的创新，产生解决方案。《战略设计思维》包涵三大部分九章，详细阐述了战略设计思维的基本原理、实践工具，及其在商业领域的应用价值。本书通过运用设计思维的原则，为企业的产品满足用户需求、提升创新力和竞争力，以及为企业提高管理效率和做出正确决策提供了思路、方法和工具。

作者介绍:

娜塔莉 W.尼克松 (Natalie W.Nixon)

她是一位整合思考者，在创意与战略相融合的领域颇有建树。她有着人类学和时尚界的背景，是费城大学战略设计MBA的副教授兼创会主任。在那里，她保管着G.Allen Mebane IV先生捐赠的、为设计思考者而设的52把椅子。此外，她还是Figure 8 Thinking有限公司的负责人 (<http://figure8thinking.com>)，TEDx演讲人。作为一个创新领域的驱动者，她的研究和咨询方向是即兴创作和直觉在领导力和组织中的作用、服务设计以及时尚思维。

目录: 中文版推荐序

译者序

作者序

致谢

前言

第一部分 为什么

第一章 战略设计的起源：什么是设计思维

什么是设计思维？

设计师们所做的事情，与“正常人”有什么不同？

设计思维如何在组织中提升决策品质？

一、设计思维的概念及来龙去脉

二、为什么设计思维可以帮助组织解决问题

三、设计思维的方法论

1. 可视化

2. 溯因

3. 实验与原型

4. 人类学和解说性的意义构建

第二章 设计的关联要素：符号学、超真实和意义

符号学是什么，它是如何成为一个重要的研究领域的？

市场营销人员如何从符号学领域中获益？

什么是超现实，以及它如何被用于提升和改良设计？

后现代时期如何影响我们理解设计的方式？

消费者如何理解现代设计中所运用的符号和标志？

一、通过设计理解符号学

二、意义与超真实

三、通过讲故事的方式来消费设计

四、品牌/故事背后的设计意义

1. 塔吉特：满足世界的所有梦想 ——Keanan Duffty

2. Energie：“哥斯拉！我们只要玩具坦克！”

五、小结

第三章 设计的表现形式：品牌、修辞和趋势

品牌与修辞之间的关系是什么？

在品牌创建和管理方面，设计和设计思维的角色发生了怎样的改变？

新的品牌范式是怎样的？

为什么它那么重要？

一、修辞：从公元前5世纪到21世纪

二、推演：品牌建构的演变

三、品牌的“变化性”本质

四、驱动价值：真实性、社会责任、本土化与人类相关

五、“为什么”

六、“公众”品牌人的崛起

七、实战案例

1. Drew Boyd，辛辛那提大学的营销与创新专业助理教授

- 2.Dave Knox, Rockfish Interactive的首席营销官
- 3.Jeff McFarland, 朗涛策略设计顾问公司大中华区战略总监
- 4.Jack Rubin, 宝洁公司的品牌副总监
- 5.Leigh Bachman, Crimson Blue品牌咨询公司的创始人; 国际品牌集团战略与研究的前执行董事

八、小结

第二部分 怎么做

第四章 问题构建：设计研究

设计研究的基础是什么？

设计研究有哪些基本要求？

设计研究有哪些方法？

如何将设计研究融入产品设计？

一、设计研究的起源

二、设计研究的方法

1. 观察性研究

2. 关于人的技术信息应用

3. 可用性测试

4. 参与式设计

三、实战案例

1.Stephen Wilcox, Design Science创始人

2.Elizabeth Sanders, 俄亥俄州立大学设计系副教授

3.Will Reese, Ethno首席设计师

4.Graham Pullin, 邓迪大学数字互动和产品设计课程总监

5.Chris Conley, Gravity Tank联合创始人

6.Charles Mauro, MauroNewMedia董事长/创始人

7.Rama Gheerawo, 皇家艺术学院Helen Hamlyn设计中心副主任

8.Uday Dandavate, SonicRim联合创始人兼CEO

四、小结

第五章 战略设计工具

如何定义商业机会，做出创新的解决方案？

如何建立同理心，帮助你来看到新的机会？

如何发挥可视化的效用，将你的商业机会在现实中演绎出来？

一、战略设计的工具

二、定义问题的方法

1. 现状

2. 四角问题定义法

3. 圈问题

4. 明确和模糊

5. 陌生人的眼睛

三、同理心

1. 现状

2. 如影随形/参与者观察

3. 极端用户：一个能够带来启发的设计目标

4. 图片交换

四、信件

五、故事：英雄之旅

六、可视化

1. 当前的发展

2. 将你的战略可视化

3. 原型和概括

4. 典型的一天/流逝的过程

5. “四角法”定义模式

6. 反向模式

7. 设计审查：什么是隐藏模式

七、游戏

- 1.团队需要做游戏
- 2.接受和添加游戏
- 3.聚焦游戏
- 4.拍掌游戏
- 5.盲数游戏
- 6.哑谜和哑剧的力量

八、小结

第六章 模型和框架：战略设计对组织创新的影响

我们可以使用什么样的框架和流程？

如何发掘人际网络的力量？

个人应该具备什么样的能力？

一、战略设计如何影响组织

二、战略设计对于组织资产（框架、流程和资源）的影响

- 1.设计流程：战略设计的核心要素

- 2.商业模式画布

- 3.AcdBTM战略对话

- 4.运用战略设计方法的益处

三、战略设计对于社会资产（人际网络）的影响

- 1.包容性过程的优势

- 2.运用包容性流程来思考

四、战略设计对于人类资产（个人）的影响

- 1.沟通想法：在设计原理上做好准备

- 2.给予和接收反馈：参与设计评论

五、小结

第三部分 是什么

第七章 转换设计：系统转换

对系统性思维和复杂问题的深层次理解是如何改变设计流程及实践的？

在塑造一个更具适应力的未来的过程中，战略设计师扮演的是什么角色？

作为一个设计师，你该如何参与到战略设计中？

有没有一些例子来说明，怎样对于系统进行有意义的战略设计干预？

一、意外的后果

二、无形的关联

三、在重叠系统下的特定挑战

- 1.人口增长

- 2.收入差距

- 3.无视后果的商业发展

- 4.把增长（GDP）过度视为经济健康的主要衡量指标

- 5.能源需求和气候变化

四、这些都是“问题”吗？

五、机械宇宙

六、系统思维

七、系统的类型：简单、复杂、复杂自适应和混沌

八、深入解析复杂自适应系统

- 1.自组织系统

- 2.反馈机制

- 3.负反馈回路

- 4.层展现象

- 5.非线性

- 6.自适应周期和临界值

- 7.系统适应力

九、运用复杂适应系统的框架来做更好的设计

十、主张广博式思考的先驱

十一、战略设计框架

1.个体文化变革：西斯特·盖茨，Dorchester 计划

2.跨学科的系统变革：Reos公司和落基山研究所

十二、运用战略设计路径来发展你的职业生涯

十三、小结

第八章 服务设计实践

服务设计是什么？

服务设计和体验设计有什么关联？

食品和医疗健康行业的真实案例是如何阐释服务设计的应用的？

一、无形的服务

二、什么是服务设计

三、从即兴的视角来看服务设计

四、体验服务设计

五、实战案例

1.凯撒医疗集团（Kaiser Permanente）——将设计研究整合进医疗保健系统

2.独立蓝十字健康保险公司（Independence Blue Cross）——从内部开始

3.Vetri家庭基金会——用食物创造愉悦和行善

4.高地晚餐俱乐部（Highlands Dinner

Club）——通过开源的烹饪实验室来促进社会创新

六、小结

第九章 运用设计思维创造商业价值

我们应该把设计这样的学科以及商业前瞻放置在怎样的一个更大的历史背景下？

为什么设计会被特别提出可以帮助21世纪的企业创造价值？

设计是如何能够跨行业、跨经济领域地帮助企业重塑品牌、创新和商业模式的？

在未来很快会发生的趋势面前，设计（和设计思考者）需要注意哪些重要的事项？

一、设计，在充满模糊和不确定性的时代

二、设计：商业之魂

三、设计实践

1.创造“什么”价值——帮助产品和品牌重新思考

2.怎样创造商业价值——从不同的视角看到人和流程

3.为什么要创造商业价值——基于目的提出问题

四、小结

后记 工作的未来

• • • • • ([收起](#))

[战略设计思维_下载链接1](#)

标签

设计

商业模式

思维

商业

思维模式

P0

评论

整本书一大半都是概念与工具的罗列；部分案例也非常粗略，根本没有细节；总体感觉非常一般，书里的思考也比较粗浅，不推荐。

实用性不高，比较理论

还行

无新意

战略设计思维 下载链接1

书评

作为讲述战略设计的书籍，本身就缺乏整体系统观和设计观，全书是由多作者分别拟写各章节内容，导致了全书结构零散粗糙，缺乏系统性。各维度知识也缺乏深入的解构及方法论体系。仅是一般的入门读物，不推荐！排版设计还OK。

凑字数凑字数凑字数凑字数凑字数凑字数凑字数凑字数...

[战略设计思维_下载链接1_](#)