

每章含 PPT 课件二维码

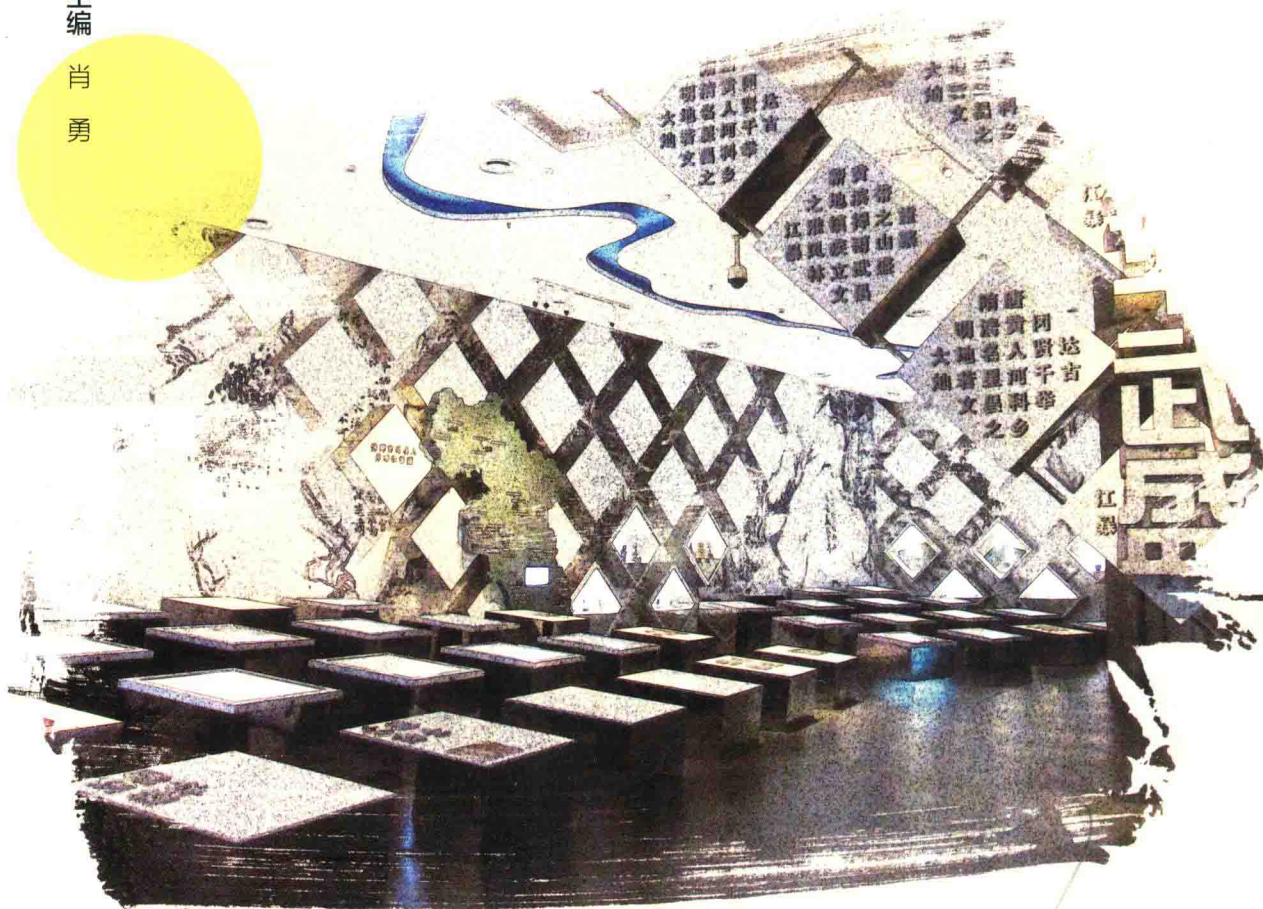
Design
Management

设计 管理学

李普红 张 弦 奚 晓 编著

全国高等教育艺术设计专业规划教材

总主编
肖 勇



中国轻工业出版社

全国百佳图书出版单位

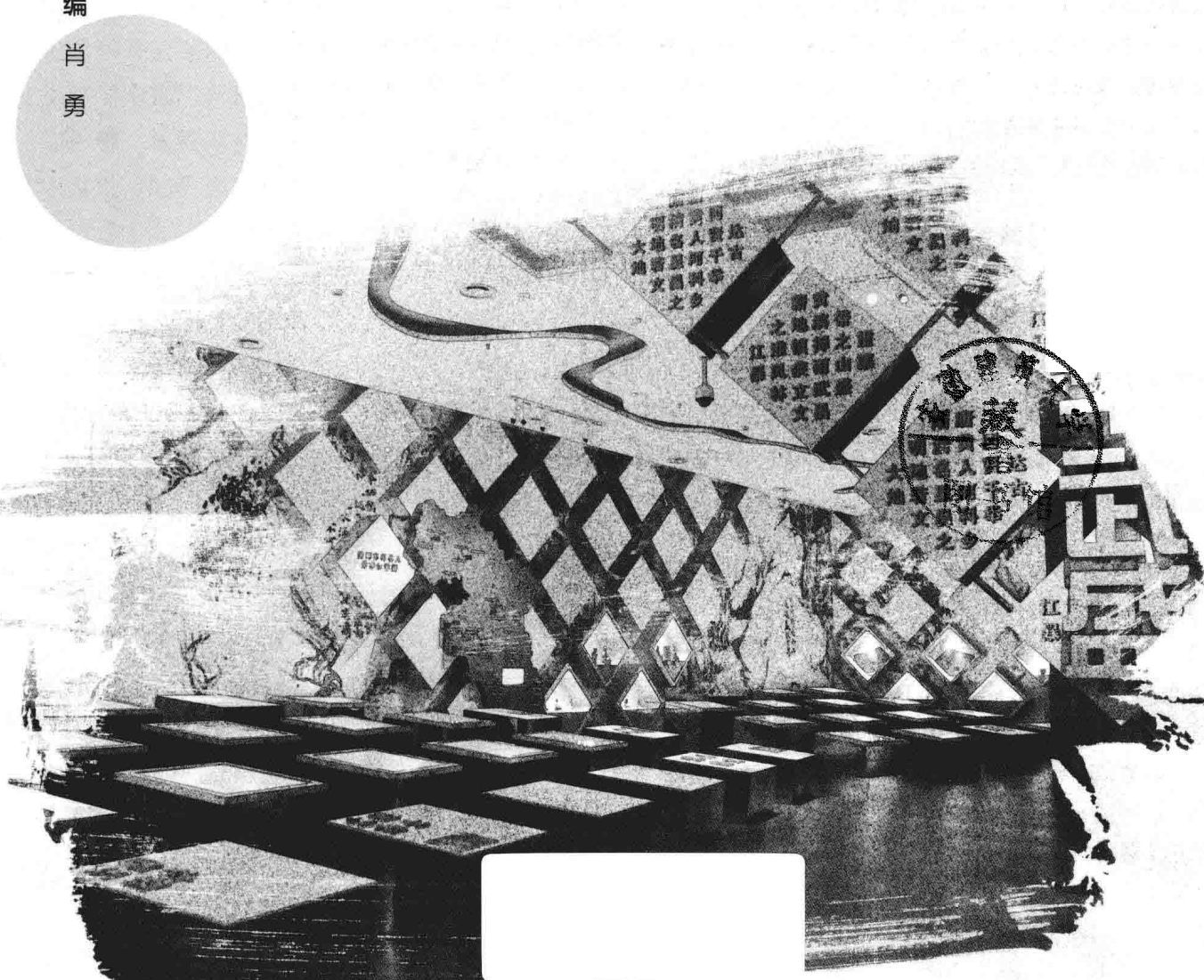
中国轻工业“十三五”规划教材
国高等教育艺术设计专业规划教材

Design
Management

设计 管理学

李普红 张 弦 奚 晓 编著

总主
编
肖
勇



 中国轻工业出版社

图书在版编目(CIP)数据

设计管理学 / 李普红, 张弦, 奚晓编著. —北京: 中国轻工业出版社, 2018.4

全国高等教育艺术设计专业规划教材

ISBN 978-7-5184-1895-4

I. ①设… II. ①李… ②张… ③奚… III. ①产品设计—管理学—高等学校—教材 IV. ①TB472

中国版本图书馆CIP数据核字(2018)第046157号

内 容 提 要

本书以图文并茂的叙述方式, 展现出设计管理各个方面的特征与表现, 其中主要学习内容包括设计学的定义、管理学概述、设计管理学的形式、设计管理对象、设计者与管理者、设计管理的市场需求与设计管理的实践等, 呈现出管理在设计领域的重要性和实用性。本书从三个层次讲述设计管理学, 宏观层次是设计行政管理, 中观层次是设计事业管理、设计产业管理, 微观层次是设计中介管理。此外, 本书还通过对著名的设计产品讲解、成功的企业及企业家介绍与案例分析, 展现出设计管理在生活各个领域的成就。本书可供有关设计人员及高等院校有关专业的学生使用或参考, 同时也是设计企业管理人员的必备参考读物。

责任编辑: 王 淳 责任终审: 孟寿萱 封面设计: 锋尚设计
版式设计: 锋尚设计 责任校对: 晋 洁 责任监印: 张 可

出版发行: 中国轻工业出版社(北京东长安街6号, 邮编: 100740)

印 刷: 北京君升印刷有限公司

经 销: 各地新华书店

版 次: 2018年4月第1版第1次印刷

开 本: 787×1092 1/16 印张: 7.5

字 数: 250千字

书 号: ISBN 978-7-5184-1895-4 定价: 35.00元

邮购电话: 010-65241695

发行电话: 010-85119835 传真: 85113293

网 址: <http://www.chlip.com.cn>

Email: club@chlip.com.cn

如发现图书残缺请与我社邮购联系调换

171328J1X101ZBW

作者简介



李普红

博士，齐鲁工业大学艺术学院产品设计系副教授，美国亚利桑那州立大学设计学院访问学者。主要讲授课程有：产品设计程序与方法，产品专题设计，人机工程学，设计心理学，设计管理，产品设计语义，多媒体设计，设计前沿知识等。主持包括教育部人文社科青年基金等8项，发表EI论文10篇，北大中文核心期刊论文3篇。



张 弦

长江职业学院艺术设计学院讲师，智汇创谷文化创意有限公司合伙人，智汇彰显品牌艺术总监，武汉九一创作协会会员。设计作品荣获第十二届楚天创新奖设计评比会优秀奖，第十一届中南星奖设计艺术大奖赛标志类银奖，第八届中国艺术节暨全国大学美术与艺术设计作品展最佳学术奖，2017尖荷行动013期武汉站实战导师。



奚 晓

硕士，河南轻工职业学院副教授，国家高级技师。发表专业学术论文23篇，其中核心期刊论文8篇；发明专利一项；主持河南省“十二五”规划课题、“十三五”规划课题；编写过《艺术设计史》《标志设计》《设计表现技法》《设计速写》《摄影》教材。

中国轻工业出版社经典图书
(含PPT课件二维码)

- 平面构成 48元
- 立体构成 48元
- 色彩构成 48元
- 设计色彩 48元
- 设计素描 35元
- 设计速写 38元
- 书法 48元
- UI设计 48元
- 包装设计 48元
- 广告设计 48元
- 招贴设计 48元
- 标志设计 45元
- 创意摄影 48元
- CIS视觉识别设计 48元
- 广告创意与策划 42元
- 书籍装帧设计 48元
- 家具设计 38元
- 构成与设计 48元
- 人体工程学 48元
- 装饰艺术设计 48元
- 视觉导向设计 48元
- 住宅空间设计 48元
- 展示空间设计 48元
- 办公空间设计 39元
- 商业空间设计 46元
- 园林景观设计 42元
- 空间照明设计 42元
- 艺术设计概论 46元
- 陶艺设计与制作 48元
- 插画设计与绘制 48元
- 中国画基础教程 48元
- 软装与陈设设计 48元
- 设计管理学(黑白) 35元
- 纤维艺术设计与制作 48元
- 艺术化妆与造型设计 48元
- 环境效果图精致手绘(第2版) 45元
- 建筑模型设计与制作(第3版) 48元
- 展示设计材料与构造(第2版) 45元
- 装饰材料与构造设计(第2版) 45元
- 装饰材料与施工构造(第2版) 45元
- 装饰施工管理与预决算(黑白) 35元
- 室内外设计表现效果图(第2版) 42元
- 环境艺术设计制图与透视(第2版) 48元
- 室内环境设计(第2版) 48元
- 陶艺基础(第2版) 48元

前言 PREFACE

设计管理活动自古以来就存在。它是人类集体协作、共同劳动所产生的。在历史上无论是东方还是西方,古代人类都有了丰富的管理活动和光辉的思想。从管理实践上来看,人类进行的管理实践大约已经超过了 6000 年的历史,埃及金字塔、巴比伦古城以及我国的万里长城等,都是历史上伟大的管理实践,如果没有合理的设计管理,根本无法完成。

在创意产业迎来发展的黄金时期,设计产业作为创意产业群的核心,当仁不让地将成为今后经济发展的中流砥柱,而对设计人才的需要也将随产业发展水涨船高。设计产业涉及的领域相当广泛,工业设计、平面设计、产品设计、室内设计、包装设计等都被囊括其中,中国市场对设计人才也是求贤若渴。

19 世纪末,美国率先开展了一场关于设计管理上的革新,而苹果公司至今被人们津津乐道。2003 年苹果公司荣获《计

算机产品与流通》的渠道选择奖,这说明了苹果公司的市场份额正在快速地提升。在设计上,苹果公司提供超出同行业的最新技术,无论是 iBook 还是 PowerBook,苹果电脑的产品设计都屡受称道。在管理上,首先是尊重人才,亲自参与招聘,选择最合适的人选,充分意识到人才对一个企业的重要性。乔布斯的“朋友式管理”方式一直被人津津乐道,在经济危机爆发后,他没有选择裁员的方式自保,而是更加注重员工价值,这也是苹果公司的每年核心人才流失量最少的原因。

本书按照教案式的课堂教学模式进行编排,设计了单元练习和 PPT 演示,既便于学生学习又便于教师备课。本书在编写的过程中将结合社会现状及市场需求讲述设计管理学的重要性。在第一章及第二章中主要是讲述设计管理学的意义及未来的发展状况、市场环境对消费和设计的影响及如何对

消费者需求的正确引导和管理;在第三章和第四章里主要学习的是设计师与管理者的关系和在行业特征下设计管理学的主要表现形式;在第五章和第六章中主要是对设计管理的检验、如何开展社会实践、对现代著名的设计案例进行案例赏析。

设计是为了创造更合理的生活方式和提升我们的生活质量,满足人类生存与发展过程中产生的种种需求。而管理则是让设计更好地进行下去,创造出无限的美。

本书在肖勇教授指导下完成,编写中得到以下同事的支持:汤留泉、金露、朱妃娟、黄溜、张达、童蒙、董道正、胡江涵、雷叶舟、李昊燊、李星雨、廖志恒、刘婕、彭曙生、王文浩、王煜、肖冰、袁徐海、张礼宏、张秦毓、钟羽晴、朱梦雪、祝丹。感谢他们为此书提供素材、图片等资料。

编者



目录 CONTENTS

第一章 设计管理学概述

- 第一节 设计管理的基本概念.....001
- 第二节 管理现状与发展前景.....008
- 第三节 设计管理学的教育与学习方法.....012

第二章 设计管理学的市场需求

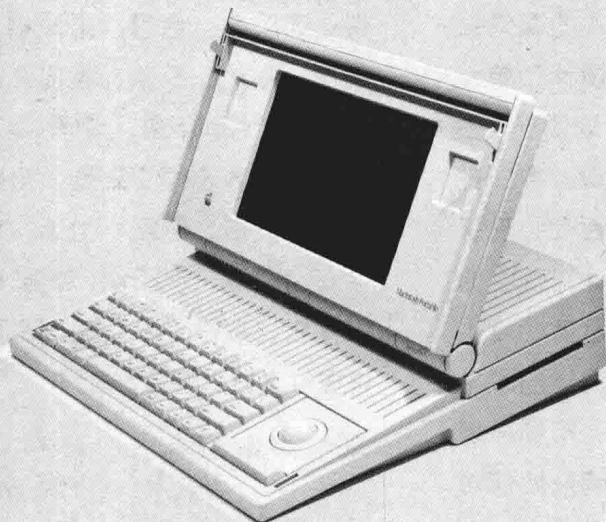
- 第一节 市场环境对设计的影响.....019
- 第二节 消费需求与设计.....025
- 第三节 对消费者需求的引导与管理.....028

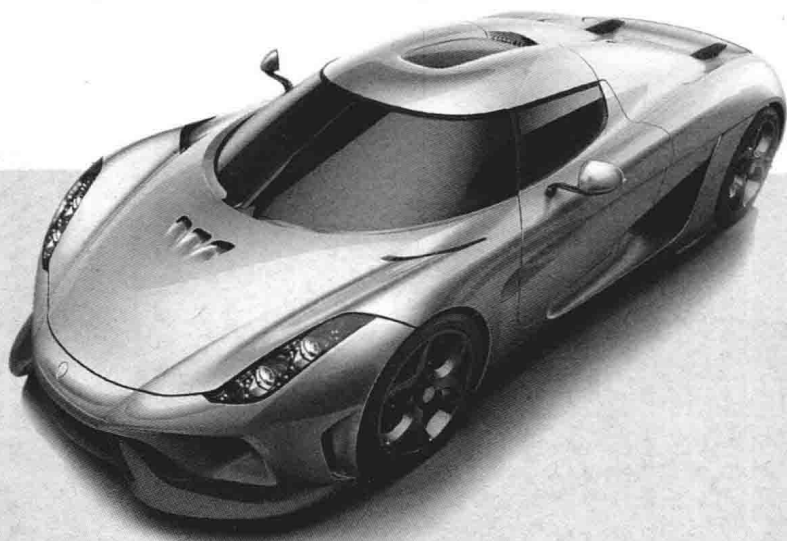
第三章 设计师与管理者

- 第一节 政府与设计者.....037
- 第二节 行业管理者.....044
- 第三节 企业管理者.....048

第四章 设计管理学的形式

- 第一节 行政规范管理方式.....053





第二节	行业特征与经济方式.....	056
第三节	教育培训方式.....	060
第四节	先进科技管理方法.....	061
第五节	契约合同管理方式.....	063
第六节	情感管理.....	064

第五章 设计管理学实践方法

第一节	时间管理的含义.....	069
第二节	如何开展设计项目的调研与分析....	073
第三节	设计管理的实践.....	078

第六章 著名管理案例分析

第一节	通信行业.....	083
第二节	零售行业.....	092
第三节	酒店管理设计.....	098
第四节	汽车产品开发管理.....	104
第五节	包豪斯.....	109

参考文献.....	114
-----------	-----



第一章

设计管理学概述

PPT 课件,
请用计算机阅读

学习难度: ★☆☆☆☆

重点概念: 管理学、管理状况、设计管理



◀ 章节导读

设计管理学是一门性质比较复杂,具有较强的渗透性和附着性的新型学科。同时可以感受到设计管理学的交叉性很强,有多少种设计活动就应该有多少种设计管理活动。如今设计已经渗透到生活的方方面面,在市场经济的需求下,有计划有组织地进行设计与开发管理活动,把市场与设计师的认知转换在新产品中,设计正在以更合理、更科学的方式影响和改变人们的生活(图1-1)。



图1-1 设计企业

第一节 设计管理的基本概念

设计管理学首先应当属于艺术管理学,是艺术门类中的管理学。在现代艺术产业管理中,美术品业、音像业、影视业、艺术设计业、文学出版业、舞台表演业、艺术展馆业是主要的研究范畴。设计管理学从类型上可以划分为建筑设计管理学、道桥设计管理学、工业设计管理学、环境设计管理学、器物设计管理学、服装设计管理学、广告设计管理学、装帧设计管理学等。这种横向设计形态分类与纵向管理学内容

不断交叉伸展,勾勒出了设计管理学的理论框架。

设计管理学理论框架的三个层次为宏观层次、中观层次、微观层次。宏观层次是指设计行政管理,中观层次是指设计事业管理、设计产业管理,微观层次是指设计中介管理。设计行政管理是国家层面对设计的管理;设计事业管理包括设计教育管理、设计版权保护管理等;设计产业管理包括环境设计管理、服装设计管理等;设计中介管理包括设计企业管理、设计

产品营销管理等。

一、设计学概念

设计有许多种解释。广义上的设计是指设计人们的生活,赋予它形式与秩序感。在给设计下定义之前,应先从词源上来考证。中国的文字里本没有“设计”这样一个双音节词,出现的设计是从日本根据“design”所翻译的“设计”简化而来。英文中的“design”源于拉丁文“designare”,“designare”有着“to designate”(指明)和“to draw”(描画)两层意思。现代英语中,作为名词出现的设计保留了这样的双重意义,根据上下文,设计可理解为计划、项目、意图、过程或者草图、模式、动机、装饰、视觉构成、样式等(图1-2)。

古汉语中的设计,通常分为设与计两个单独的动词出现,需分开来理解。在《周礼·考工记》中,设色之工:指画、绩、锤、筐、荒等。其中“设”与英文“to draw”意思一致。《国语·吴语》:“父母之爱子,则为之计深远。”这里面的计,有筹划计策的意思,与英文“plan”的意义一致。由此可见,古文中的设计与“design”一词在英文中的含义大致相符。

设计是一种造物活动、视觉活动。无论是何种设计类型,从小型物体到大型物体,从手工艺物体到现代科技信息物体,从日用物体到工业物体,从实用物体到欣赏物体,皆是视觉的、人造物质的。脱离了视觉,脱离了人类的创造物,就不能称为学科属性上的“设计”。设计创造的是一种视觉幻象,脱离了视觉,很难准确把握设计物的全貌,脱离了幻象创意,设计就称不上艺术。

人的本质有自然和文化的双重属性:一方面为了满足生存的需要,发明和创造了许多器物;另一方面又因为生活的富足而多生惰性,而渐积腐朽,以至量变到质变。对于国家来讲,就是天翻地覆的巨变,导致“后人哀之而不鉴之”的必然结果。这种对人类由古至今设计衰退的哀叹,反映了对设计源于原初生命渴望和天才创造力的向往和永恒的怀念,这种向往和永恒的怀念应当始于人类文明的源头。

原始人利用石器、骨器、陶器等来展现人类征服世界、征服自然的智慧和能力,并一步步成为自然世界、社会世界的主宰。原始时代的石器、骨器、陶器就凝聚着当时极为珍贵的设计理念和设计思维。随后漫长的数千年中,人类的设计理念、设计思维、设计水平和设计活动越来越复杂、成熟乃至完善(图1-3、图1-4)。

2006年,国际工业协会对设计曾这样定义:设计是一项创造性的活动,其目的是为产品、过程、服务以及他们在整个生命周期中构建的系统建立的多方面的品质。

现代设计的基本原则如下:

1. 实用性

现代设计从本质上来说一门实用性艺术,也是一门实用性科学。设计的实用性原则也就是满足需求性原则,是指商品或服务为实现其目的而具有的基本功能或使用价值。包括物理功能、生理功能、心理功能与社会功能。

2. 创新性

创新是设计的灵魂,给设计带来生命力,尤其是在激烈的市场竞争中,设计创新为企业提供了重要的竞争优势,甚至成为企业的核心价值。不断发展着的新技术、新材料与新工艺为设计创新提供了无限可能。

3. 艺术性

设计是科学与艺术的结合,在满足实用性和功能性的基础上,艺术性是一种精神上的追求,是民族与情感的集中表现。

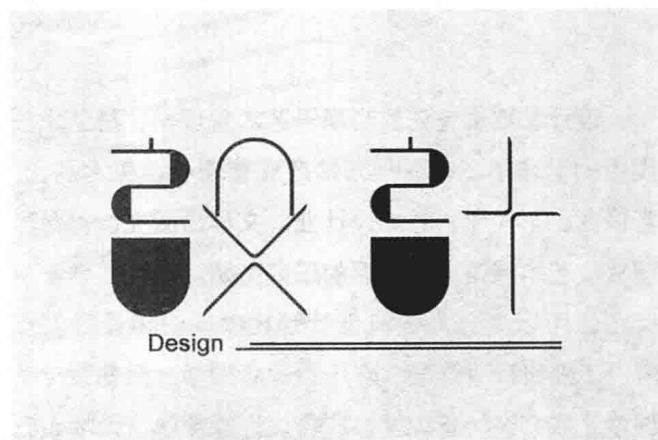


图1-2 设计



图1-3 原始人生活模型

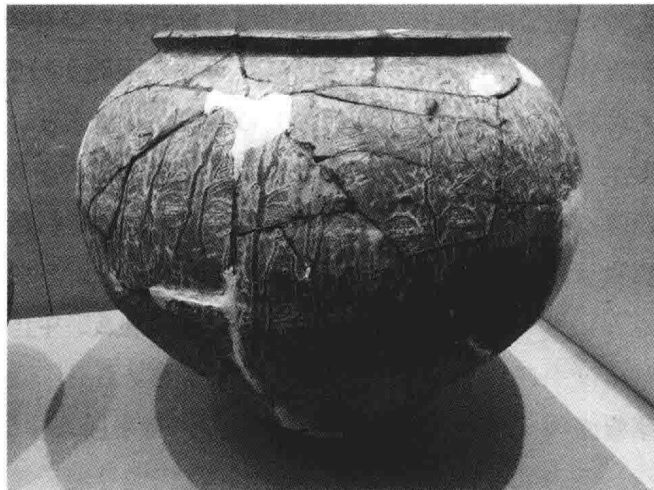


图1-4 出土陶器

4. 经济性

设计的经济性不仅是设计成本多少的问题，更是要将社会资源综合、高效地加以利用，从而整合设计的经济、审美、适用关系，使设计的经济与社会经济价值最大化。

设计学的分支众说纷纭、花样百出，每本教材对

设计学的分类都有自己的认识与标准。一般大家都认为，建筑设计、工业设计、装修设计、环境设计、道桥设计、服装设计、艺术设计、器物设计、广告设计、装帧设计这十大类基本可以涵盖目前我们所能接触到的所有设计类型，而且这十大类之间的区别也较清晰，不易产生过多的交叉重叠（表1-1）。

表1-1 设计学十大类的设定

序号	设计门类	内容设定
1	建筑设计	单体建筑、建筑群的设计、施工和建造，包含民居、商用建筑、工用建筑、休闲建筑、公益建筑、墓葬建筑、纪念建筑、水利建筑及其相关建筑设计
2	工业设计	工业机械及工业产品的设计、生产和制造，包括车船、航空器、航天器、生产性机器及相关产品的设计
3	装修设计	建筑内外顶、墙、檐、柱、廊、道桥表面、广场内外地面和墙面、院落以外地面和墙面的装修设计及其他空间结构的装修设计
4	环境设计	室内外、自然界与人居地、城市内外环境各部类、各环节部分的整合性设计，包含建筑、道路、水系、绿化、山体、城市、乡村及其相关主客体间关系环境的整合设计
5	道桥设计	铁道、公路、水道、桥梁等的设计、工程施工及建造，包含道桥主体、道桥周边环境及其他相关部类的设计
6	服装设计	衣、裤、裙、帽、鞋、袜、手套等人体遮蔽物设计
7	艺术设计	纯艺术方面的设计，包括艺术内容、艺术载体、艺术形式等的设计，如乐器设计、影视化妆设计、舞台化妆设计、舞台美术设计、美术构图设计、书画装裱技术设计等
8	器物设计	传统工艺美术或手工艺设计、家居产品及家具设计、现代电器产品设计、现代化通信设备、生活用品设计等
9	广告设计	指一切广告形式的设计，包括杂志广告、路牌广告、灯箱广告、电视广告、网络广告、电影广告、报纸广告、传单广告等各类形式的广告设计
10	装帧设计	书籍、杂志等纸质文本的设计，包括封面、内页格式、内页图文文字形式、书脊装订方式等的设计

设计学在学科方向上的设定也异常繁复,除了上述十大类设计理论(门类设计学理论)的研究和发展,还可以延伸出更多的边缘交叉学科,如设计心理学、设计美学、设计管理学、设计市场学、设计文化学等。设计心理学、设计美学方面的著作已有出现,如美国学者唐纳德·A·诺曼(Donald Arthur Norman)所著《设计心理学》、中国学者徐恒醇所著《设计美学》等。

总之,设计学的天地大有可为,仍需设计界和设计学界全力开拓、认真进取,中国制造、中国设计、中国创意、中国设计理论一定能为世界带来越来越多的惊喜。

- 补充要点 -

设计的基本特征

1. 直观具象性

指造型艺术具有运用物质媒介在空间展示具体艺术形象的特性。造型艺术运用物质媒介创造出的具体的艺术形象,直接诉诸人们的视觉感官。这种直接具体的形象蕴含着丰富的艺术意蕴,把具体可视或可触的形象直接呈现在观众面前,引起观众直观的美感。造型艺术也可以把现实生活中某些难以显现的无形事物,转化为可以直观的具体视觉形象。

2. 瞬间永恒性

指造型艺术具有选取特定瞬间以表现永恒意义的特性。造型艺术是静态艺术,难以再现事物的运动发展过程,但它却可以捕捉、选择、提炼、固定事物发展过程中最具表现力和富于意蕴的瞬间,“寓动于静”,以“瞬间”表现“永恒”。比如摄影艺术,摄影画面瞬间的表达,往往抓住即将抵达高潮之前的瞬间,给人的想象留下无穷延伸空间。

3. 空间表现的差异性

指造型艺术各门类内部在空间表现上具有彼此不同特性。如中西绘画运用不同的透视方法在二维平面上营造虚幻的三维立体空间,在西方油画中是用“焦点透视”,中国画则运用“散点透视”。

4. 凝聚的形式美

指造型艺术具有在艺术形象中凝结和聚合形式美的特性。形式美法则对于造型艺术各门类都具普遍性,因而运用形式美法则对物质媒介进行加工,便可以整合出凝聚着形式美的艺术符号。形式美多种多样的法则在各门类艺术的具体运用中,又凝聚成美的千姿百态。比如比例的匀称、变化的节奏韵律、明暗对比、多样统一、虚实相生等,都是形式美法则在各种门类艺术中的集中呈现。

二、管理学概念

纵观管理的历程,人类原始时代和奴隶时代的管理主要是一种初始管理,可以称为初始管理阶段;而封建时代可以算得上是一种边干边总结的实践管理阶段;进入资本主义时代,人类管理开始走向总结前期经验和概括提炼的经验管理阶段。初始管理阶段、实践管理阶段、经验管理阶段都不可能产生真正的管理学,随着社会生产力的高速发展,特别是机器化大工业生产的到来,管理学的产生就成了必然。当然,管理学的全面发展也经历了漫长的过程,其管理理论的清晰脉络构成了管理学发展的过程。

管理学与设计学一样,今天仍然属于年轻学科,而且尚没有超过一百年。管理行为与设计行为一样,伴随着人类的成长,成为人类发展的见证。比如香港的维他奶国际集团有限公司。

维他奶在香港是一个家喻户晓的品牌,二战期间的香港人严重的营养不良,创始人罗桂祥希望用富含蛋白质又便宜的豆制品,满足穷人的营养需求,所以维他奶又称为穷人的牛奶(图1-5)。

19世纪40年代,抗日战争的全面爆发使得中国

同胞饱受心理与生理的摧残,贫穷与疾病使得多数人严重的营养不良,深受儒家思想影响的罗桂祥希望能够拯救在死亡线上挣扎的同胞。豆奶就是在这样的大背景下生产出来的。1974年,石油危机爆发,主要原材料糖和大豆的价格上升,原材料的紧缺和运输成本的增加,维他奶陷入了经济危机,要想安全地度过就必须改革(图1-6、图1-7)。

在原料上,豆奶中开始加入了真正的牛奶,从“穷人的牛奶代替品”提升到“营养美味、时尚健康的天然豆类饮品”。

在包装上,早期的包装采用的是玻璃瓶装,由于玻璃的易碎性和体积重,运输成本较高和保质时间短的弊端,使维他奶陷入困境。在美国获得食品加工硕士学位的罗桂祥六子罗友礼主张改变原有包装,率先引入无菌利乐纸包装,此举不仅降低了运输成本,同时还免除了顾客退瓶的麻烦(图1-8、图1-9)。

包装方式和经营理念的双重转变,使维他奶度过了这场危机,并在美国、澳洲、新加坡等地迅速发展,成为全球最大的豆奶公司。1994年3月30日,维他奶集团正式在香港联合交易所上市,维他奶至此走上新的发展道路。

維他奶®

图1-5 维他奶



图1-6 糖

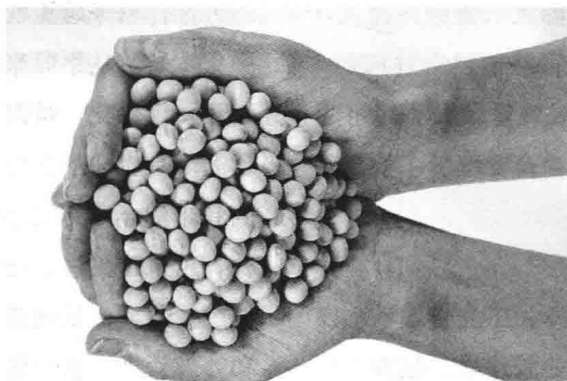


图1-7 大豆



图1-8 瓶装维他奶



图1-9 无菌盒维他奶

真正意义上的管理学当起始于19世纪中后期,至20世纪中期开始全面发展,到20世纪末期才基本成形。第二次世界大战结束之后,管理学进入了现代管理理论时期,其中社会系统学派、决策理论学派、系统管理学派、经验主义学派、权变理论学派、管理科学学派、管理过程学派成为最为引人注目的管理理论学派,它们或从社会体系的角度去审视组织管理,或从系统论的观点去审视组织内外的管理,或从组织经济盈利的角度去剖析管理,或从大企业的实战经验总结管理,或从应对内外环境变化的角度去认知管理,或从数学建模与程序的方法论入手建构管理,或从对工作程序过程的监管去把握管理,皆为现代化的管理学提供了有益的思路和启示。

给管理学进行分类是一个复杂的系统工程。依据不同的视角和标准,管理学会有不同的分类。

1. 依据管理者分类

行政管理学(政府)、行业管理学(行会)、企业管理学(企业)、教育管理学的(教育机构)、公共事业管理学(政府)等。

2. 依据管理手段分类

法律管理学(法律手段)、经济管理学(经济手段)、政策管理学(行政手段)、教育管理学的(教育手段)等。

3. 依据被管理者分类

公共事业管理学、市场管理学、工业管理学、农业管理学、企业管理学、文化产业管理学、教育管理学的等。

4. 依据微观内容分类

人力资源管理学、财务管理学、品牌管理学、市场营销管理学、组织文化管理学、生产过程管理学、目标战略管理学等。

5. 依据管理学的属性分类

行政管理学、工商管理学、经济管理学、文化管理学、工程管理学、工农业生产管理学、军事管理学、教育管理学的等。

6. 依据教育部学科专业目录分类

管理科学与工程学、工商管理学、农业经济管理学、公共管理学、图书情报与档案管理学的、物流管理与工程学、工业工程学、电子商务学、旅游管理学等。

管理学发展到今天仍然存在大量需要探索、填充的空白,随着高科技、信息化时代的到来与发展,人性解放、人格自由、人权平等意识越来越强烈,为人服务、促进人的完善理念也越来越影响着管理学的发展。

首先,从指导思想来看,管理学将越来越尊重人的天性,越来越重视人性的伸展,越来越强调管理的服务本质。从手段来看,管理越来越强调智能化、自动化和信息化,越来越主张主观和客观手段相融合的理念。其次,从目标来看,管理越来越重视组织内外的和谐融合,越来越注重社会效益和经济效益的互补,越来越关注管理品牌战略的实现和标准化模式的推广。最后,从构成来看,管理越来越尊重内部管理和外部管理、权力管理和情感关怀、专业管理和人性彰显、效益至上和生态完善兼顾,关注全局利益、系

统利益、深度利益和长久利益的实现。

在这里给设计管理下一个定义是非常有必要的,也就是说无论有多少种设计管理,本书所探讨和研究的是一种概括性、提炼性、普及性设计管理的共通理论,即设计管理是基于各种设计目标由各层管理者或管理机构,对各类设计组织、设计人员、设计行为、设计活动、设计资源,进行计划、监督、协调、整合、控制、总结、创新的活动和过程。设计目标是设计管理的指向,管理者或管理机构是管理执行者,设计组织、设计人员、设计行为、设计活动、设计资源是管理对象,计划、监督、协调、整合、控制、总结、创新是管理手段,管理活动和管理过程是设计管理的主体。

目前设计管理是工业设计领域的一支新兴学科。该学科在国外虽然受到越来越普遍的重视,但是也只是取得了初步的成果。至于国内这一学科的研究也是到近几年才刚刚开始。

在全面深入研究设计管理学之前,需要解决的一个问题就是设计管理的原则问题,设计管理应该遵循什么样的原则?我们以为有五大原则必须遵循,那就是人性化原则、生态化原则、高效化原则、美学化原则、功用化原则。其实管理的原则必须遵循一个宗旨,那就是令管理对象和管理目标达到理想的最佳状态,如果管理对象、管理目标达不到最佳状态,那么管理者、管理活动应该遵循的原则也就失去了意义。设计管理的对象包括设计师、设计活动、设计过程、设计项目等,而设计管理的目标也就是设计活动追求的目标,那就是令设计消费者满意、符合社会整体效益的要求,除此之外才能谈得上设计管理追求的经济效益和 market 价值,而不是反其道行之。

设计是人类改变原有事物,使其变化、增益、更新、发展的创造性活动。设计是构想和解决问题的过程,它涉及人类一切有目的的价值创造活动。所以设计必须是人为的活动,是由人改造旧世界、构思新世界、解决旧问题、创造新目的的活动。离开人、离开社会、离开人类的生活、离开人的思维和能动性,设计也就有可能不存在了。

既然设计由人创造,那么设计管理就应当尊重设计师和设计人员,在管理中从尊重设计者的角度去引导和培育设计师和设计人员的创造性。换句话说,设计创意是设计的生命,设计创意来自于设计师的大脑,今天人与人、团队与团队、民族与民族、国家与国家之间的决胜取决于大脑的较量,大脑已经成为重要的生产力并引领全球的经济新浪潮。当然,今日社会经济的发展与点子、知识、智慧、创意、精神、文化的关系越来越密切。

— 补充要点 —

管理的基本职能

1. 计划性

计划工作表现为确立目标和明确达到目标的必要步骤之过程,包括估量机会、建立目标、制定实现目标的战略方案、形成协调各种资源和活动的具体行动方案等。简单地说计划工作就是要解决两个基本问题:第一是干什么,第二是怎么干。组织等其他一切工作都要围绕着计划所确定的目标和方案展开,所以说计划是管理的首要职能。

2. 组织性

组织工作是为了有效地实现计划所确定的目标而在组织中进行部门划分、权利分配和工作协调的过程。它是计划工作的自然延伸,包括组织结构的设计、组织关系的确立、人员的配置以及组织的变革等。

3. 领导性

领导工作就是管理者利用职权和威信施展影响,指导和激励各类人员努力去实现目标的过程。领导工作的核心和难点是调动组织成员的积极性,它需要领导者运用科学的激励理论和合适的领导方式。

4. 控制性

控制工作包括确立控制目标、衡量实际业绩、进行差异分析、采取纠偏措施等。它也是管理活动中的一个不可忽视的职能。上述四大职能是相互联系、相互制约的,其中计划是管理的首要职能,是组织、领导和控制职能的依据;组织、领导和控制职能是有效管理的重要环节和必要手段,是计划及其目标得以实现的保障,只有统一协调这四个方面,使之形成前后关联、连续一致的管理活动整体过程,才能保证管理工作的顺利进行和组织目标的圆满实现。

第二节 管理现状与发展前景

一、概念提出

设计管理的概念最早诞生于20世纪60年代的英国。当时,这种管理的范畴还主要是指对设计公司与客户之间关系的管理。英国设计师Michael Farr观察到,在设计公司中,设计经理的主要任务是保证项目的顺利开展以及维护好设计公司与客户之间的关系,让双方的沟通顺畅。接着,他于1965年在英国工业设计杂志上,将设计管理解释为:“界定设计的问题,

寻找合适的设计师,尽可能地使设计师在既定的时间和预算内解决设计的问题。”这成为设计管理的经典定义。

同样是在英国,在英国皇家艺术学院与伦敦商学院的共同努力下,以Peter Gorb为首的学者们推动了对设计管理研究工作的分类与细化,设计管理的概念也因此得到极大的丰富。Peter认为设计管理是“部门经理对公司设计资源的有效配置,帮助项目与公司实现目标”。这一表述阐明了设计与公司目标的关系,