

Librería
Bonilla y Asociados
desde 1950



Título: Diseño Como Experiencia, El

Autor:

Precio: \$650.00

Editorial:

Año: 2009

Tema:

Edición:

Sinopsis

ISBN: 9788425222283

Este libro es un análisis de la naturaleza del diseño realizado a la luz de la nueva 'economía de la experiencia' o la 'experiencia de consumo', un fenómeno reciente por el que los consumidores ya no adquieren los productos únicamente como útiles sino también como herramientas para construir su imagen e identidad. Mike Pres s y Rachel Cooper inciden sobre esta nueva era y analizan el papel que los diseñadores y el diseño deben jugar como creadores de experiencias humanas, no sólo como productores de objetos y servicios. A través de los seis capítulos en que se organiza el libro, los autores abordan los contextos, las prácticas y los cometidos donde se desenvuelve la profesión del diseño -la cultura de consumo, la industria y el sector empresarial, la experiencia, la investigación, la comunicación, y los perfiles profesionales-, e identifican y explican un gran número de cuestiones fundamentales con las que se topa el diseñador a la hora de trabajar, como pueden ser, entre muchas otras, la experiencia de marca, la gestión de proyectos, el investigar para minimizar riesgos, o los atributos del profesional del diseño. Además de los numerosos cuadros, tablas y figuras que acompañan al texto, el volumen está completado por un glosario de términos relacionados con la práctica profesional del diseño y por una extensa bibliografía. El diseño como experiencia proporcionará al estudiante y al joven profesional