

Contents



01	设计心理学概述	001
1.1	设计心理学的界定	002
1.2	设计心理学的研究对象和意义	005
1.3	设计心理学的理论基础	009
1.4	设计心理学的形成与发展	020
1.5	设计心理学的研究方法	025
02	感知觉与设计	033
2.1	感觉与知觉	034
2.2	视觉系统的感知觉	047
2.3	其他感知觉	055
2.4	常见感知觉原理在设计中的应用	060
03	消费者心理与设计	073
3.1	消费需要	074
3.2	消费动机	083
3.3	消费者态度	089
3.4	消费行为与决策	096
3.5	消费者个性心理特征	105
3.6	影响消费者心理的外部因素	116

Contents



04	审美与设计	133
4.1	审美心理学概述	134
4.2	审美心理要素	140
4.3	审美心理的动态历程	154
4.4	设计审美的基本概念	157
4.5	受众对设计审美的体验模式	170
05	思维与设计	179
5.1	思维概述	180
5.2	设计思维	184
5.3	设计思维的类型	197
5.4	设计思维的方法	211
06	情感化与设计	215
6.1	情感概述	216
6.2	情感与体验经济	221
6.3	情感化设计	237
07	感性工学与设计	273
7.1	感性工学概述	274
7.2	感性工学的基本内容	283
	案例分析	297
	参考文献	309