

مروری بر روش ها و فناوری های نو در طراحی و زیباسازی

زهرا اکبری^{۱*}، یاسمن ولی محمدی^۱، پریاشفق^۱، نسترن جعفری^۱، حسن فرجی^۲

۱- دانشجوی کارشناسی مهندسی صنایع غذایی، دانشگاه پیام نور مراغه، مراغه، ایران

۲- استادمده و گروه مهندسی صنایع، دانشگاه پیام نور مراغه، مراغه، ایران

Za477568@gmail.com

چکیده

توانایی نوین تولید، تغییر شرایط و ساختار، افزایش رقابت در بازار و بازتاب کاستی های عصر مدرن در پاسخگویی به نیاز های کاربران، آغازگر تغییراتی در نگرش نسبت به طراحی صنعتی گردید. اما با وجود بسیاری از تجارب در این عرصه هنوز طراحی های جدید امری تجربی محسوب میشود و فاقد ساختاری روش شناسانه و مؤلفه های تثبیت شده برای طراحی و نقد است. این مقاله مطالعه ای اجمالی در رابطه با انواع نوآوری، چگونگی طبقه بندی آنها در روند طراحی، و جایگاه و نقش طراحی صنعتی در این روند است. نتایج بدست آمده نشان داد که نوآوری در تمام زوایای آن، تاثیر عمیقی در شناخت صحیح محصول دارد. مهمترین راه برای رسیدن به روانشناسی مصرف، راهبرد احساس گرایی است. همچنین در زیبا شناسی مصرف درک بهتر از طراحی ویژه در پدیده های سخت و مبهم، باعث شکوفایی ذهنی در نگرش فردی میگردد.

کلمات کلیدی: فناوری های نو، نوآوری در طراحی، طراحی صنعتی، تولید محصول