

CUPRINS

Introducere	7
Capitolul 1	
Evoluția interesului societății față de sfera esteticii	11
1.1 Accepțiunile valorii de frumos și specificitatea conținutului său	11
1.2 Frumosul industrial – dimensiune a esteticii contemporane	18
1.3 Gustul estetic – modalitate de cunoaștere a valorii estetice	20
1.4 Rolul esteticii în asigurarea satisfacției consumatorului orientat spre valoare ..	22
Capitolul 2	
Creativitate și inovație din perspectiva societății conceptuale	29
2.1 Dimensiunea culturală a produsului la interfața artei cu industria	29
2.2 Abordări teoretice ale creativității.....	37
2.3 Inovația ca proces de comunicare între piață, știință și tehnologie	40
Capitolul 3	
Geneza și afirmarea designului	48
3.1 Conceptul de design: definire și arie de cuprindere	48
3.2 Premisele apariției designului ca fenomen de civilizație	56
3.3 Traectoria evoluției designului – mișcări artistice, școli, curente, etape	58
3.4 Principalele direcții ale dezvoltării designului	71
3.5 Tradiție și modernism în designul și estetica mobilierului	74
Capitolul 4	
Designul în contextul confruntării realului cu idealul uman	88
4.1 Aspecte economico-sociale cu implicații în evoluția designului	88
4.2 Trăsături ale designului în diferite țări	95
4.3 Designerul – expert al echipelor multifuncționale	108
4.4 Ipostaze ale fenomenului design	113
4.5 Inovația tehnologică și designul produselor electrocasnice	116
Capitolul 5	
Elemente ale designului și esteticii	122
5.1 Formă versus funcție; attribute cantitative și calitative ale formei	123
5.2 Rolul constructiv și expresiv al liniei și desenului.....	129
5.3 Stilul – sinteză a trăsăturilor estetice dominante.....	132
5.4 Culoarea: valoare estetică și funcționalitate.....	134

5.5 Analiza nivelului estetic al produselor.....	152
5.6 Elemente ale designului și esteticii produselor vestimentare.....	157

Capitolul 6

Dezvoltarea unui model eficient de generare și management al designului ..	167
6.1 Schema de principiu a derulării unui studiu de proiectare estetică.....	168
6.2 Stabilirea elementelor de bază ale proiectării produselor	172
6.3 Procedura de realizare a componentelor estetice ale produselor.....	182
6.4 Studiile de fezabilitate și industrializare	188
6.5 Testarea concepției estetice și lansarea produsului pe piață	189
6.6 Designul și estetica auto – de la schiță la produs final.....	195

Capitolul 7

Metode de stabilire a obiectivelor și de luare a deciziilor

în proiectarea estetică	208
7.1 Cercetarea sistemică a problemei de tratare estetică a produsului	209
7.2 Metoda simulării în cercetarea limitelor și alegerea soluțiilor.....	212
7.3 Analiza valorilor /studiu de caz: analiza valorii unui echipament de protecție	215

Capitolul 8

Valențe operaționale ale designului și esteticii	221
8.1 Suportul organizațional pentru inovație și design.....	221
8.2 Integrarea designului și esteticii în politica de produs a firmei	228
8.3 Implicațiile manageriale ale designului și esteticii	233
8.4 Generarea brandului de succes – obiectiv al companiilor competitive.....	241
8.5 Eco-design în restructurarea produsului	247

Capitolul 9

Promovarea identității vizuale a companiei prin design și estetică	255
9.1. Atractivitatea ofertei de mărfuri contemporane	258
9.2 Proiectarea estetică a ambalajului modern.....	264
9.3 Designul și estetica ambientului comercial.....	270
9.4 Designul și estetica graficii publicitare	279

Bibliografie	291
---------------------------	------------

Abstract.....	297
----------------------	------------

Contents	307
-----------------------	------------