毕业设计(论文)任务书

（适用于工科类、理科类专业）

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 课题名称 | | | | | 数读生活 | | | | | | | | | |  | | | | |
|  | | 副 标 题 | | | | | 可视化数据展现 | | | | | | | | | |  | | |
|  | | 学院（系） | | | | | 设计创意学院 | | | | | | | | | |  | | |
|  | | 专 业 | | | | | 艺术设计专业（数字媒体方向） | | | | | | | | | |  | | |
|  | | 学生姓名 | | | | | 刘聪 | | 学 号 | | | 1350506 | | | | |  | | |
|  | |  | | | | |  | |  | | |  | | | | |  | | |
| 毕业论文(设计)起讫时间： | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 自 |  | | 年 |  | | 月 |  | 日至 |  | 年 |  | | 月 |  | | 日 共 | |  | 周 |

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 指导教师签名 | 曹静 | 年 |  | 月 |  | 日 |
| 教学院长(系主任)签名 |  | 年 |  | 月 |  | 日 |

1. 毕业论文（设计）的要求

互联网浸润我们十多年以来，移动互联/智能设备/云计算服务更是潜移默化地改变着，改造着已有的生活习惯，乃至价值观念。技术推陈出新的小步快跑，加剧了各行业市场的竞争与演变，趋势的研究与推测则更被赋予了使命感。然而，不论产品功能的小趋势，还是行业方向发展的大趋势，数据是核心，甚至全球知名咨询企业麦肯锡率先提出了“大数据时代到来”的宣言，声称：“数据已渗透到每一个行业和业务领域，成为重要的生产因素。人们对于海量数据的挖掘和运用预示着新一波生产率增长和消费者盈余浪潮的到来。”

在现今科技时代背景下，多网多屏的媒介，不断扩张的数据触达渠道来源，导致了信息井喷式地呈现在众人面前，但谁能读懂数据，谁能更好的传递数据的价值，则成为各业务线、各产品线、各技术线竞相操戈比拼的战场。最激烈的，莫过于直接触达消费终端的传统市场营销企划地位，迅速被数字化多媒体渠道的新营销方式方法和手段所取代，用户体验设计作为直接关联者影响着产品营销结果。数据的精准定位、有效追踪，合理归类和分析，乃至最后关键的视觉传达，每一步都是将数据最大价值化的展现。

数据，根据其不同的获取渠道和研究方法，有定量数据和定性数据两类。从理论上讲，定量与定性数据是相辅相成，互补说明的关系，在实践运用中，并没有强制孰先孰后的顺序，而是根据场景与可获取资源的前提来判断规划获取数据的路径。在强大的互联网技术下，通常比过往更容易追踪记录用户的行为获取海量的定量数据和信息，能较早的先发现一些“发生了什么”。但是对于“为什么会发生？”则往往需要深入的定性挖掘去获取信息。近年来，结合定律与定性数据的研究项目——对目标用户的“角色模型”建设，正在各类企业产品中不断升温。这便是一种有效的传递数据价值的方法：文字与数字的结合，故事与图案的交相辉映，情感化得给企业解读着目标用户的形象、习惯和行为偏好。

然而在这个“唯一不变的就是不断变化”的现实世界里，产品不断被革新，被优胜劣汰，用户不断被教育，被选择，用户的行为也在不断被改变。过快的产品迭代周期，并不利于用户习惯培养和沉淀，愈来愈追求利益的竞争让太多资源聚集在获取用户的手段上，而不是情感的触动上。而且这种急于表达、急于获取对方注意的状态不仅仅在产品营销中，也存在与现在过快节奏的生活沟通中。导致结果，各行各业都在寻找忠诚度，男女老少都在寻找安全感。信任，作为一种相互双方的依赖关系，里面包含了情感期望与假设，也包含了行为落实与预测，在大数据时代，是否能为这层关系的建设与状态找到可衡量的信息地图。

而设计作为一门融合了多种思维方法和创新手段的专业学科，它可以多样化的呈现和传递信息价值，本课题要求围绕“信任”专题，立足于生活场景中某个领域：或产品与用户之间、或人与人之间的信任关系创建与维护的过程中，探索以用户为中心的设计理念核心下，用户情感产生的激发点、依据点，“什么是值得信任的关键因素”，“什么是可衡量信任持续存在的维度”，从而建立信任在此领域中的情感多维度因素的关系图，以及情感体验成长旅程图，结合科学的设计研究方法，获取相关数据与信息理据，最终从情感化设计展现着手，可视化解读“信任”数据信息。

1. 毕业论文（设计）工作内容

设计是一个循序渐进的过程，每个阶段都经历着思考、研究、验证与修正迭代。此课题遵循有效的设计思维方法论，要求学生理解情感在设计中映射的定义与作用，明确“信任”所对应的场景与关系定位，清晰定义目标最终信息数据传达的内容与目的，理解其所包含的或商业、或意识形态上的价值与意义，从而在整个过程中体会如何从无到有的挖掘数据、获取数据、分析数据，以及结合交互与视觉设计形式的最终情感化数据信息解读。通过体验整个4P交互设计过程（Process）、挖掘用户的生活形态、行为模式（Pattern）、遵循一定的交互设计及信息设计原则（Principles）,实施设计实践(Practice)。

**1.前期情感定位**

1) 信任领域定位：明确目标领域、目标人群或与产品;

2）现状比较性研究：收集相关产品案例，并进行比较性竞品分析；

3）“信任”Mood board定位：收集目标领域中情感设计元素创建情绪板

**2．信任关系研究**

1）问卷调查：草拟问卷展开问卷调研，分析目标关系的关键因素与认知;

2）案例比较性研究：收集相关产品或品牌案例，并进行比较性竞品分析；

3）目标用户访谈、问卷数据分析、机会点分析、提炼需求和功能

4）根据研究反馈数据，对视觉情绪板进行修正更新

**3、交互设计与原型**

1）提炼交互概念设计

用户原型定位、产品服务流程、用户体验旅程图、信息架构、页面流程

数据交互设计及其可视化

2）数据类型、数据框架、数据关联性、数据的生长性

3）交互原型

高保真Demo（Fluid/ Flash catalyst/ Axure RP/）可用性复测（易用性、可用性、吸引力测试）、心理实验、专家评估、设计改良

**4. 毕业设计展陈情感化设计及布置**

针对“信任”专题的情感化设计，叠加创意创新的交互呈现，完整表现如何利用多维度的数据解读“信任”的关系创建/维护的过程与价值。

**5. 最终成果**

电子文件（光盘2张），A3文本一本（30页以上）,A4 文本一本（包括论文7500字以上和译文5000汉字以上），演示文件（答辩演示）

|  |
| --- |
|  |

1. 毕业论文（设计）进度安排

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 序 号 | 设计（论文）各阶段名称 | 时间安排（教学周） |
| 1 | 确定毕业设计选题 | 1.25-2.1 |
| 2 | 前期调查及细化主题 | 2.2-2.24 |
| 3 | 需求分析报告 | 2.25-3.15 |
| 4 | 商业画布分析 | 3.16-3.18 |
| 5 | 提炼APP交互概念设计 | 3.19－3.31 |
| 6 | 数据交互设计及其可视化 | 4.1-4.9 |
| 7 | 界面、品牌、概念影像 | 4.10-5.10 |
| 8 | 交互原型、可用性测试 | 5.10-6.1 |
| 9 | 印刷品及相关衍生产品制作 | 6.2-6.6 |
| 10 | 毕业设计展陈设计及布置 | 6.2-6.10 |
| 11 | 毕业设计展 | 6.10 |

1. 应收集的资料及主要参考文献
2. How to build website credibility, Bodgan Popescu (Published date: Oct. 25 2007)
3. (美)唐.[诺曼](http://search.dangdang.com/?key2=%25C5%25B5%25C2%25FC&medium=01&category_path=01.00.00.00.00.00).设计心理学2：如何管理复杂？[M]．[中信出版社](http://search.dangdang.com/?key=&key3=%25D6%25D0%25D0%25C5%25B3%25F6%25B0%25E6%25C9%25E7&medium=01&category_path=01.00.00.00.00.00)，2011
4. (美)唐.[诺曼](http://search.dangdang.com/?key2=%25C5%25B5%25C2%25FC&medium=01&category_path=01.00.00.00.00.00).情感化设计 [电子工业出版社](http://search.dangdang.com/?key=&key3=%25D6%25D0%25D0%25C5%25B3%25F6%25B0%25E6%25C9%25E7&medium=01&category_path=01.00.00.00.00.00)，2005
5. How to use persona Empathy mapping, Nikki Knox Jun.27 2014
6. [Information is Beautiful: The Information Atlas](http://www.amazon.cn/Information-is-Beautiful-The-Information-Atlas-David-McCandless/dp/0007294662/ref=sr_1_2?ie=UTF8&qid=1377150372&sr=8-2&keywords=information+is+beautiful), David McCandless Collins (2010-02)
7. Envisioning Information, [Edward R. Tufte](http://book.douban.com/search/Edward%2520R.%2520Tufte), Graphics Pr,( 1990-12)
8. Things That Make Us Smart, [Donald](http://search.dangdang.com/?key2=Donald&medium=01&category_path=01.00.00.00.00.00) A. [Norman](http://search.dangdang.com/?key2=Norman&medium=01&category_path=01.00.00.00.00.00)，[Tamara](http://search.dangdang.com/?key2=Tamara&medium=01&category_path=01.00.00.00.00.00) [Dunaeff](http://search.dangdang.com/?key2=Dunaeff&medium=01&category_path=01.00.00.00.00.00), [HarperCollins UK](http://search.dangdang.com/?key=&key3=HarperCollins+UK&medium=01&category_path=01.00.00.00.00.00), (2013-10)