

عنوان مقاله:

تعامل فرهنگ نوآوری با طراحی محصول

محل انتشار:

هفتمین کنفرانس بین المللی پیشرفت های اخیر در مدیریت و مهندسی صنایع (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 7

نویسنده:

احمدرضا گل صباغ - کارشناس طراحی صنعتی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد یادگار امام شهر ری، شهر ری، ایران.

خلاصه مقاله:

کیفیت محصولات روزمره با کیفیت زندگی مردم ارتباط تنگاتنگ دارد. طراحی محصول برای کاربران ایرانی یکی از دغدغه های متخصصین طراحی صنعتی است. نقش ویژگی های فرهنگی و فنی محصولات طراحی شده از یک سو و توجه به نیاز افراد از سوی دیگر، از اهمیت بسزایی برخوردار است. ارتباط میان طراحی و فرهنگ نوآوری در سده اخیر، تغییرات بسیاری داشته است و همانند آینه های در مقابل یکدیگر عمل میکنند. به نحوی که اصلاح و تکامل هر یک، موجب انعکاس و توسعه دیگری میشود. توجه به تغییر ذائقه و سلیقه مصرف کنندگان و همچنین تحولاتی که در شرایط رقابت و تکنولوژیک پیش می آید، یک شرکت نمیتواند و نباید منحصرا به کالاهای تولیدی فعلی خود متکی باشد. مشتریان خواهان کالاهای جدید و کالاهای پیشرفته تر هستند و این همان چیزی است که رقبا مترصد آن هستند. محصولات جدید از ضروریات شرکتهای امروزی به شمار میروند. طراحی و توسعه محصول جدید، بخش مهمی از هر تجارت است و فرصتهای رشد و مزیت رقابتی را برای شرکتهای فراهم میکند. براساس آنچه عنوان شد، حیطة کارکردی مقاله پیش رو، فرهنگ نوآوری، طراحی، تعامل فرهنگ نوآوری و طراحی محصول میباشد.

کلمات کلیدی:

فرهنگ نوآوری، طراحی محصول، تعامل فرهنگ نوآوری و طراحی محصول.

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1223217>

