

## عنوان مقاله:

کاربرد کلاسترینگ استراتژیک عملکردگرایانه در فاز ایده پردازی طراحی محصول بارویکرد فرهنگ محور

## محل انتشار:

اولین کنفرانس بین المللی ابزار و تکنیکهای مدیریت (سال: 1393)

تعداد صفحات اصل مقاله: 10

## نویسندگان:

میثم خدائشناس - عضو هیات علمی، گروه طراحی صنعتی، دانشکده هنرهای کاربردی، دانشگاه هنر اسلامی تبریز، ایران

منصور رضایی - عضو هیات علمی، گروه طراحی صنعتی، دانشکده هنرهای کاربردی، دانشگاه هنر اسلامی تبریز، ایران

## خلاصه مقاله:

طراحی بر مبنای ارزشها و جنبه‌های فرهنگی یکی از دغدغه‌های طراحان صنعتی، به ویژه در کشورهای در حال توسعه، در دو دهه اخیر بوده است. به همین دلیل فرآیندها و روشهای طراحی متفاوتی جهت حصول طراحی فرهنگ- محور نوآورانه پیشنهاد شده است که در قریب به اتفاق این روشها فاز ایده پردازی مورد تاکید قرار گرفته است. در این میان یکی از چالشهای اصلی طراحان غلبه بر ابزارهای واگرایانه، تبدیل نمودن راه حل‌های متنوع آنها به یک جوابمنطقی در پایان فرآیند طراحی محصول فرهنگ محور می باشد. در این مقاله به معرفی فازی مستقل با عنوان - کلاسترینگ و به کارگیری نوع سوم آن در فرآیند طراحی محصول فرهنگ محور پرداخته شده است. در گام نخست، - مفاهیم طراحی فرهنگ محور و کلاسترینگ بررسی شده، و کلاسترینگ به مثابه یک فاز (گام) مستقل در روند - طراحی محصول و به عنوان حد واسط میان فاز ایده پردازی و فاز ارزشیابی و انتخاب معرفی شده است. سپس ضمن مرور انواع 4 گانه کلاسترینگ، نوع سوم آن یعنی خوشه بندی بر مبنای رویکرد ایدهها پرداخته شده است. در پایاننکات مثبت و منفی و نتایج کاربرد کلاسترینگ عملکردگرایانه به صورت عملی در کارگاه پروژه 4 با موضوع پروژه خلاقیت و طراحی سریع مشاهده و بیان شده است. کاربرد کلاسترینگ عملکردگرایانه پس از ایده پردازی و قبل از ارزشیابی ایدهها طراح را به انتخاب منطقی و اصولی بهترین طرح فرهنگی سوق داده و بهترین نوع خوشه بندی برای رسیدن به محصول با جنبه فرهنگی می باشد

## کلمات کلیدی:

کلاسترینگ، ایده پردازی، طراحی فرهنگ محور، کلاسترینگ عملکردگرایانه، ارزشیابی

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/477156>

