

《绝密原型档案》

图书基本信息

书名：《绝密原型档案》

13位ISBN编号：9787115421560

出版时间：2016-6-1

作者：Gara

页数：247

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.com

《绝密原型档案》

内容概要

本书重心是阐述如何设计产品原型，笔者根据多个项目的实战经验，在解读原型制作过程的同时分享了一些切实有效的工作方法。

本书共有8章。第1章和读者一起探索产品设计的创意，设计是一个创意的工作，这一章可以让大家了解，从什么都没有到形成一个有趣的想法的过程。第2章讲解用户研究工作，探索用户研究的方法。第3章介绍原型流程设计，解析如何将真实世界的事件流程转化为线上的产品流程，以及如何把流程设计过渡到页面设计。第4章讲解页面设计，在内容结构的基础上，如何以页面目的为导向进行原型设计。第5章构建了交互的基础理念和思考方式。第6章以移动端为主要平台，整理了原型设计的规范，以及视觉设计之前的准备工作。第7章讲解沟通方式，主要讲述具体的原型文档制作方法，并且，笔者结合书中的案例制作了详细完整的原型文档，具有较高的实际参考价值。第8章是关于远程工作方法的探讨。

本书适合希望进入或者刚进入互联网行业的产品经理与交互设计师等相关人员阅读，也包括在产品的设计与开发环节中需要了解产品原型设计或与之设计师协作的相关人员（如用户体验设计师）。

《绝密原型档案》

作者简介

Gara，人人都是产品经理网站专栏作家，起点学院导师团成员。

在人人都是产品经理分享的多篇文章引起产品经理圈广泛关注，其中作品《绝密原型档案：看看专业产品经理的原型是什么样》浏览量为34万+，位居人人都是产品经理官网评论数排榜首、点赞数榜首、收藏数榜首，同时，该作品被数十家媒体转载发布，全网阅读量破200万。

书籍目录

目录

1 创意收集/IDEA 欲擒故纵 /25

1.1 寻找创意的起点 /27

1.1.1 需要—需求分析 /28

1.1.2 方案再生 /28

1.1.3 叛逆—颠覆性思维 /29

1.1.4 人性化 /30

1.1.5 科学推论 /31

1.2 制造创意的过程 /32

1.2.1 观察 /32

1.2.2 解构对象 /33

1.2.3 联想 /34

1.2.4 重组—再创造 /35

1.3 创意的结果 /36

2 用户画像/USER 神探 /37

2.1 步骤一：划定用户群 /41

2.2 步骤二：线索与推理 /42

2.2.1 收集线索 /42

2.2.2 线索筛选 /46

2.3 步骤三：提取总结 /47

2.3.1 画像 /48

2.3.2 用户故事 /52

2.4 后记 /52

2.4.1 本章节产出物 /52

2.4.2 验证结果 /53

2.4.3 思维方式 /53

2.4.4 局限 /53

2.4.5 其他知识点 /53

3 任务与流程/FLOW 步步逼近 /55

3.1 步骤一：拆分任务 /58

3.1.1 基于真实场景 /59

3.1.2 调整任务时间轴 /61

3.1.3 转化成为线上任务 /62

3.2 步骤二：任务流程推理 /64

3.2.1 角色和行为 /64

3.2.2 必要条件与必然结果 /68

3.2.3 进阶：必要条件的必要条件的必要条件 /70

3.3 步骤三：串联事件画面 /71

3.3.1 流程转化界面 /72

3.3.2 把界面合并到流程中 /73

3.4 后记 /76

3.4.1 本章节产出物 /76

3.4.2 评审与测试 /76

3.4.3 思维方式 /77

3.4.4 局限 /77

3.4.5 其他知识点 /78

4 界面/PROTOTYPE 还原真相 /79

- 4.1 展示页 /86
 - 4.1.1 围绕着“看”来设计 /86
 - 4.1.2 展示页如何选择内容？ /86
 - 4.1.3 常见的展示页 /88
- 4.2 列表页 /89
 - 4.2.1 找寻的方法 /90
 - 4.2.2 列表页的特点 /93
 - 4.2.3 常见的列表 /94
- 4.3 正文页 /95
 - 正文页的目的 /95
- 4.4 功能页 /96
 - 4.4.1 功能页应该注意什么 /97
 - 4.4.2 常见的功能页 /98
- 4.5 辅助与特殊页面 /99
 - 4.5.1 欢迎页 /99
 - 4.5.2 过渡页 /102
 - 4.5.3 加载页 /103
 - 4.5.4 沉浸式页面 /106
- 4.6 回答问题 /107
- 4.7 页面数据 /109
 - 数据推理 /109
- 4.8 后记 /111
 - 4.8.1 本章节产出物 /111
 - 4.8.2 思维方式 /111
 - 4.8.3 其他知识点 /111
- 5 交互理念/INTERACTIVE 人在现场 /113
 - 5.1 我在哪 /118
 - 5.1.1 地图—页面方位 /122
 - 5.1.2 道路—菜单 /122
 - 5.1.3 空间暗示—页面动态 /126
 - 5.2 我是谁 /131
 - 5.3 我做什么 /132
 - 5.3.1 为人为错误设计 /132
 - 5.3.2 为情绪设计 /134
 - 5.3.3 特殊情况的处理 /134
 - 5.4 手指行为（移动产品） /135
 - 5.4.1 手指与屏幕的关系 /135
 - 5.4.2 眼睛与屏幕的关系 /138
 - 5.5 后记 /139
 - 5.5.1 本章节产出物 /139
 - 5.5.2 评审与测试 /140
 - 5.5.3 其他知识点 /140
- 6 风格指南/COMPONENT 解密设计逻辑 /141
 - 6.1 界面 /142
 - 6.1.1 示例页面布局与风格 /143
 - 6.1.2 布局说明 /144
 - 6.2 常用控件 /144
 - 6.2.1 状态栏 /144
 - 6.2.2 导航栏 /145

- 6.2.3 工具栏 /145
- 6.2.4 文本输入 /145
- 6.2.5 按钮 /148
- 6.2.6 标签栏/ 分段控件 /150
- 6.2.7 选择与开关 /151
- 6.2.8 选择器 /152
- 6.2.9 模态视图 /153
- 6.2.10 非模态视图 /155
- 6.2.11 滑块 /156
- 6.2.12 活动指示器/157
- 6.2.13 下拉菜单/159
- 6.2.14 图标与文字 /159
- 6.3 加载 /160
 - 6.3.1 页面加载 /160
 - 6.3.2 操作加载 /161
- 6.4 刷新 /161
- 6.5 缓存 /161
- 6.6 热区 /162
- 6.7 页面与视图的进入退出 /163
 - 6.7.1 页面与视图 /163
 - 6.7.2 转场方式 /163
 - 6.7.3 动效说明 /163
- 6.8 后记 /166
 - 6.8.1 本章节产出物 /166
 - 6.8.2 评审与测试 /166
 - 6.8.3 思维方式 /166
 - 6.8.4 局限 /167
 - 6.8.5 其他知识 /167
- 7 沟通/COMMUNICATE 不打口水仗 /169
 - 7.1 原型文档 /172
 - 7.1.1 修改记录 /173
 - 7.1.2 页面结构 /173
 - 7.1.3 全局说明 /173
 - 7.1.4 字符限制 /177
 - 7.1.5 核心任务流程 /177
 - 7.1.6 核心外任务流程 /182
 - 7.1.7 页面与注释 /184
 - 7.1.8 异常情况 /220
 - 7.2 后台需求 /225
 - 7.2.1 功能点需求 /225
 - 7.2.2 完整需求 /230
 - 7.3 语言 /230
 - 7.3.1 汇报 /230
 - 7.3.2 说服 /230
 - 7.3.3 建议 /231
 - 7.3.4 情绪 /231
 - 7.3.5 讨论 /232
 - 7.4 其他沟通方式 /232
 - 7.4.1 开会 /232

- 7.4.2 邮件 /233
- 7.4.3 IM /234
- 7.5 后记 /234
 - 7.5.1 本章节产出物 /234
 - 7.5.2 评审与测试 /235
 - 7.5.3 文档的意义 /235
 - 7.5.4 为团队而作 /235
 - 7.5.5 其他知识点 /236
- 8 远程工作方法/FREEDOM 逆境求生 /237
 - 8.1 远程工作流程 /240
 - 8.1.1 创建原型 /240
 - 8.1.2 创建设计稿与风格指南 /241
 - 8.2 远程团队协作 /243
 - 8.3 后记 /243
- 后记 设计、产品、原型 /245

精彩短评

- 1、冲着封面买的，读完发现狗尾续貂，后半部分贴图较多，对后台设计的介绍可以再详细些或许更好。
- 2、很形象的介绍了产品经理的日常工作内容、比如原型图设计、逻辑梳理、与各部门协调的沟通方式，个人觉得这才是产品经理最夯实的基础。刚入门的PMer通过这本书可以做工作前的预热，已入门的PMer通过阅读可以借鉴参考人家的工作方式~ 推荐！~
- 3、内容很基础，但产品流程比较全面，适合给想入门产品经理的人看一个比较清晰的轮廓。
- 4、适合入门的人看，价格偏贵，职位严重供大于求，入行需谨慎。
- 5、其实也不是什么绝密，但是对于工作的流程和输出的材料规范，到时写的很详细。内容虽然不深，但是了解这方面的内容，对于初学或者草根来讲，可以提升很大的专业度。
- 6、有深度
- 7、再读的时候和第一次读的时候感受完全不一样了。
- 8、不值，有点像骗人的
- 9、很多有用的信息，也相对系统
- 10、适合初级产品经理，理清“为什么要这样设计原型”的思路。书中图和标注很多，对于画原型是不错的参考。
- 11、按照产品从无到有的流程描述了产品汪的日常工作的思考，前半本还有些工作中的思考，后半本基本就是在贴原型了...不推荐任何阶段的产品汪阅读。
- 12、我读过最接地气的产品经理入门书，五星推荐。
- 13、看的云里雾里的，虎头蛇尾，还是老曹推荐的，辣鸡！
- 14、总是觉得作者的名字有点眼熟，就是才想起以前收藏过的一个网页，就是这个作者写的，前面写的挺不错的，逻辑思维缜密，后面关键在于原型的部分却是大片的贴图，未免虎头蛇尾，如果像《人人都是产品经理》一样给出电子版下载地址就更好了。书名更建议标注app原型档案，还有关于后台设计的部分是不是可以写得更多点，两页未免草草了事。书的装帧和印刷真心差了点，希望再版的时候更好。
- 15、只有前端。并且太过入门，新手可看。入过门的就别看了。
- 16、为啥不能打零分，首先是个标题党了，其次通篇废话连篇，干货太少，几个小时就读完了，看完就一个感觉，现在的人太浮躁了，这样的就敢出书圈钱了
- 17、看完即忘，衰。。。
- 18、产品经理、交互设计师入门书籍。
- 19、入门.....
- 20、一本很适合0-1岁的PM学习的书，帮助平时写文档或者画原型缺乏逻辑和原理的PM梳理和建立自己的工作管理方式。
- 21、故事型的描写，以邮件串通全书，不太喜欢这种风格，邮件内容没有什么用处，很干扰。其他方面还可以，用户画像这一块不错，再者就是原型元件的分类还不错，相对较全面。建议看看她写的那两篇发到网上的文章，也就够了。
- 22、怎么说呢，这是一本初学者看的书，不过对我这种没有系统的学过的二把刀来说算是一种印证，证明二把刀也有几把刀。

现实的业务流程图/泳道图，业务逻辑流程，页面设计，prd说明，这些都没问题，实操的基础手段。有特别的吗？没有什么，不过那最基础的不就是最常用的，无论如何也算是一种梳理吧。

行文不大喜欢，净整些没用的好玩的东西，浪费时间。

工作这么点时间就出书也算是醉了，对于这么有胆识勇气行动力的人必须点个赞。

- 23、学到很多东西，很不错
- 24、查漏补缺还行

《绝密原型档案》

25、作者文笔和逻辑性都不错，不过内容本身实际过于偏离实际工作。按照这种标准做的原型，修改起来真心绝对要是噩梦。。。除非产品只敢交互设计师的活，不然广大产品千万别愣得把自己当原型设计师用了。

26、骗钱

27、价格很贵，且虎头蛇尾，最后重要的部分就狂贴图了事了，看的心塞，该讲的都没讲。

《绝密原型档案》

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:www.tushu000.com