



Design d'expérience : Un outil de valorisation des biens et services

 **Télécharger**

 **Lire En Ligne**

[Click here](#) if your download doesn't start automatically

Design d'expérience : Un outil de valorisation des biens et services

Nicolas Minvielle, Jean-Paul Minvielle

Design d'expérience : Un outil de valorisation des biens et services Nicolas Minvielle, Jean-Paul Minvielle

 [Télécharger Design d'expérience : Un outil de valorisati ...pdf](#)

 [Lire en ligne Design d'expérience : Un outil de valorisa ...pdf](#)

Téléchargez et lisez en ligne **Design d'expérience : Un outil de valorisation des biens et services** Nicolas Minvielle, Jean-Paul Minvielle

194 pages

Extrait

Introduction de Nicolas et Jean-Paul Minvielle

Du design produit au design d'interface en passant par la décoration ou encore le stylisme, le terme «design» recouvre des pratiques extrêmement diverses. Les cadres théoriques dans lesquels ces pratiques puisent sont tout aussi variés. Aussi avons-nous tenté, au travers de cet ouvrage, de lever le voile sur ce point.

L'introduction des approches expérientielles dans le design nous a paru être particulièrement représentative de cette diversité et porter témoignage de l'impressionnante richesse créative et innovatrice du design d'expérience.

Si cette créativité répond bien aux orientations les plus récentes du marketing expérientiel, on doit cependant constater qu'elle porte en elle une originalité qui dépasse de loin ce que l'imagination des seuls marketeurs aurait pu générer. En cela, le design d'expérience nous semble devoir mériter à la fois autonomie et reconnaissance, en tant que pratique aussi originale que légitime.

Quant à la relation, parfois difficile, qu'entretiennent marketing et design, elle gagnerait certes à ce que ceux-ci s'accordent une plus grande reconnaissance mutuelle.

Enfin, le design d'expérience existe. C'est cette existence que nous avons souhaité légitimer dans cet ouvrage en posant quelques jalons et en ouvrant le débat sur un objet encore largement méconnu. Présentation de l'éditeur

Comment se crée la valeur des biens et services que nous consommons ? Par leur utilité avant tout, bien évidemment, mais pas seulement.

Dans un monde désormais encombré de marchandises équivalentes et concurrentes, la valeur se crée de plus en plus à partir du " sens " accordé aux consommations, de l'expérience qu'elles permettent de vivre. Boire un café, passer une nuit dans un hôtel ou acheter une automobile... Ces actes simples peuvent-ils générer une expérience particulière, susceptible de capter les choix de consommateurs sur-sollicités ? La réponse des auteurs est positive.

C'est le but de cet ouvrage que de démontrer - à partir des avancées les plus significatives de la recherche dans les domaines de l'économie, du marketing et de la psychologie sociale, et à la lumière de nombreux exemples - la complexité des facteurs influençant les choix des individus et de démontrer comment le " design d'expérience " ouvre les portes de dynamiques nouvelles de consommation, porteuses d'avenir.

L'ouvrage s'adresse aux responsables marketing, produits, marques et communication. Il intéressera également les professeurs et étudiants des écoles de design et les designers.

Nicolas Minvielle, diplômé de l'Université impériale de Kyushu au Japon (2000) et de l'Institut d'Etudes Politiques de Strasbourg (2001), a obtenu une thèse de Doctorat en Sciences économiques à l'EHESS pour laquelle il a été, en 2004, lauréat de la Chancellerie des Universités de Paris. Spécialiste des problématiques de marques et de design, il est entré chez Philippe Starck en 2001 et y est resté sept années en tant que responsable des marques. Il fonde en 2005 une société conseil en design : le Groupe Design Conseil. Actuellement responsable du Mastère de Marketing, Design et Création de l'école de management Audencia Nantes, et membre de l'Institut pour la Responsabilité Globale dans l'Entreprise, il intervient de manière régulière dans des écoles de design. Il a par ailleurs effectué de nombreuses missions de conseil dans l'hôtellerie, la restauration ou la distribution, ainsi que pour divers acteurs du secteur industriel.

Jean-Paul Minvielle, Docteur d'Etat ès Sciences Economiques et chercheur de l'Institut de Recherche pour le Développement (IRD), travaille en Afrique et en Amérique du Sud depuis 1975 sur différentes thématiques relevant de l'économie du développement. Parallèlement à ses travaux de recherche et à ses enseignements

dans diverses universités, il a effectué de nombreuses missions d'expert pour des agences de coopération bilatérales, françaises et étrangères, et des institutions internationales : Union Européenne et agences spécialisées des Nations-Unies (PNUD et FAO). Ses travaux sont actuellement focalisés sur la problématique de la relation entre tourisme et développement durable, notamment au travers des questions de l'expérientiel. Biographie de l'auteur

Nicolas Minvielle. Diplômé de l'Université impériale de Kyushu au Japon (2000) et de l'Institut d'Etudes Politiques de Strasbourg (2001). il a obtenu une thèse de Doctorat en Sciences économiques à l'EHESS pour laquelle il a été, en 2004, lauréat de la Chancellerie des Universités de Paris. Spécialiste des problématiques de marques et de design, il est entré chez Philippe Starck en 2001 et y est resté sept années en tant que responsable des marques. Il fonde en 2005 une société conseil en design : le Groupe Design Conseil. Actuellement responsable du Mastère de Marketing, Design et Création de l'école de management Audencia Nantes, et membre de l'Institut pour la Responsabilité Globale dans l'Entreprise, il intervient de manière régulière dans des écoles de design. Il a par ailleurs effectué de nombreuses missions de conseil dans l'hôtellerie, la restauration ou la distribution, ainsi que pour divers acteurs du secteur industriel. Jean-Paul Minvielle. Docteur d'Etat ès Sciences économiques et chercheur de l'Institut de Recherche pour le Développement (IRD), il travaille en Afrique et en Amérique du Sud depuis 1975 sur différentes thématiques relevant de l'économie du développement. Parallèlement à ses travaux de recherche et à ses enseignements dans divers universités, il a effectué de nombreuses missions d'expert pour des agences de coopération bilatérales, françaises et étrangères, et des institutions internationales Union Européenne et agences spécialisées des Nations-Unies (PNUD et FAO). Ses travaux sont actuellement focalisés sur la problématique de la relation entre tourisme et développement durable, notamment au travers des questions de l'expérientiel.

Download and Read Online Design d'expérience : Un outil de valorisation des biens et services Nicolas Minvielle, Jean-Paul Minvielle #CZKP78JQN21

Lire Design d'expérience : Un outil de valorisation des biens et services par Nicolas Minvielle, Jean-Paul Minvielle pour ebook en ligne
Design d'expérience : Un outil de valorisation des biens et services par Nicolas Minvielle, Jean-Paul Minvielle Téléchargement gratuit de PDF, livres audio, livres à lire, bons livres à lire, livres bon marché, bons livres, livres en ligne, livres en ligne, revues de livres epub, lecture de livres en ligne, livres à lire en ligne, bibliothèque en ligne, bons livres à lire, PDF Les meilleurs livres à lire, les meilleurs livres pour lire les livres
Design d'expérience : Un outil de valorisation des biens et services par Nicolas Minvielle, Jean-Paul Minvielle à lire en ligne.
Online Design d'expérience : Un outil de valorisation des biens et services par Nicolas Minvielle, Jean-Paul Minvielle ebook Téléchargement PDF
Design d'expérience : Un outil de valorisation des biens et services par Nicolas Minvielle, Jean-Paul Minvielle Doc
Design d'expérience : Un outil de valorisation des biens et services par Nicolas Minvielle, Jean-Paul Minvielle Mobipocket
Design d'expérience : Un outil de valorisation des biens et services par Nicolas Minvielle, Jean-Paul Minvielle EPub

CZKP78JQN21CZKP78JQN21CZKP78JQN21