



Екатерина
Людиковна
Храмкова

Кандидат наук,
обладатель степени
магистра в области
дизайна и брендинга,
Brunel University,
London.

Эксперт комиссии по
развитию промышленного
дизайна при
МЭРТ РФ, преподаватель
Британской
Высшей Школы
Дизайна, координатор
reddot Design
Concept в России.

Основатель компании
Lumiknows.

Индустрия промышленного дизайна в современной России вступает в одну из самых критичных фаз своего развития: увеличивается количество игроков и кристаллизуется рынок, становится все более отработанной схема взаимодействия дизайна с бизнесом. Приходит глубокое понимание, что дизайн это не просто инструмент выполнения тактических задач, - это важнейший стратегический ресурс бизнеса. Сами реалии российской экономики вынуждают компании-производителей пересматривать свои взаимоотношения с дизайном и рассматривать его в качестве одного из основных рычагов повышения конкурентоспособности в условиях глобализации, когда мировая культура потребления претерпевает кардинальные изменения.

Налицо тенденция к движению производственного сектора российской экономики и компаний, представляющих индустрию промышленного дизайна, навстречу друг другу в попытке установить диалог и совместными усилиями выйти на мировой уровень создания нового продукта.

Отрадно, что сегодня все больше российских компаний-производителей отходят от традиционного понимания промышленного дизайна лишь как способа придания изделию внешнего вида, - на первый план выходит стремление рассматривать этап дизайна как неотъемлемую составляющую процесса разработки нового изделия - то, что сегодня на Западе получило емкое название New Product Development. Поэтому и от дизайнера все в большей степени начинает требоваться владение не только инструментарием, позволяющим создавать красивые изображения, но и современными практиками исследования потребителя, умение разговаривать с бизнесом на одном языке и интегрировать предлагаемые решения в процесс выполнения стратегических задач проекта.

Тенденция рассматривать дизайн в качестве важнейшего инструмента бизнеса 21 века имеет мировой контекст и проявляется это, прежде всего, в том, что ведущие западные компании начинают обращаться в дизайн-агентства для совместной работы на так называемой

стадии "0", когда только необходимо понять, что же надо сделать, каким должен быть будущий продукт. Эта нулевая фаза один из самых критичных моментов проекта, от которого зависит будущий успех или неуспех. Здесь необходимо глубокое понимание того, что движет пользователем, какие возможности усовершенствования продукта, придания ему инновационности имеются. И именно на этой важнейшей стадии зарождения нового продукта - и происходит сегодня обращение к дизайнерским методам исследования контекста потребления и использования изделия. Это новое направление деятельности, получившее название Дизайн-Исследования (Design Research), приобрело сегодня такую популярность, что даже известный экономический форум в Давосе в 2006 году прошел под лозунгом жизненной необходимости для мирового бизнеса овладеть приемами и методами исследования потребителя, наработанными ведущими дизайнерскими компаниями. Это и неудивительно, ведь по данным Harvard Business Review, из 30 тыс. новых продуктов, которые запускаются на рынок каждый год, 90% обречены на провал, несмотря на самым тщательным образом проведенные дорогостоящие маркетинговые исследования.

Мебельная отрасль не является в этом отношении исключением. Больше того, накал конкуренции в этой индустрии, свидетелями которой мы все являемся, с еще большей остротой ставит перед компаниями, занимающимися производством мебели, проблему создания высококонкурентных образцов. Время стандартных решений и копирования западных образцов подходит к концу: российский потребитель, имеющий возможность сравнивать и выбирать лучшее, начинает предъявлять к отечественным производителям мебели высочайшие требования соответствия мировым критериям.

Первая в России международная конференция «Дизайн как инструмент бизнеса 21 века» в рамках Московского Международного Конгресса Мебельной Индустрии MIFIC 2007 призвана поделиться с представителями ведущих российских компаний-производителей мебели новейшей информацией по созданию образцов мебели, уже занявших достойное место в умах и сердцах потребителя.

Будем рады приветствовать Вас на конференции, которая во многом станет открытием не только для российской мебельной отрасли, но и для всего рынка промышленного дизайна в нашей стране!

Вы знаете?

КАК взаимосвязаны уровень инвестиций в дизайн и успех компании на рынке;



Этап создания **дизайн-брифа** является одним из ключевых в цепочке создания нового продукта, определяющим его успех или провал на рынке.
 Мировая практика

СКОЛЬКО тратят на дизайн лидирующие компании мебельной отрасли;

Бюджеты на дизайн среди европейских и американских компаний растут от **8% до 20%** в год.



С 2005 года президент британского Совета Дизайна готовит ежегодные доклады Премьер-министру на тему использования **дизайна как ключевого ресурса конкурентоспособности**.

КАК интегрировать дизайн в процесс создания новых образцов мебели;



На рынке только одна компания может быть самой дешевой. Остальным, чтобы выжить, надо использовать **дизайн**.



Rodney Fitch

ПОЧЕМУ лидеры мебельной индустрии называют дизайн необходимым для выживания инструментом бизнеса;

10% всех расходов, связанных с R&D, приходится на инвестирование в промышленный дизайн.



90% из 30 тыс. ежегодно выводимых на мировой рынок изделий проваливается, несмотря на дорогостоящие маркетинговые исследования.

Harvard Business Review

КАКОВЫ основные мировые тренды в дизайне мебели и интерьеров.

Мировая практика

Вы хотите узнать?

КАК создаются хиты мировой мебельной индустрии из уст их создателей;

КАКИМ образом будут меняться дизайн-стратегии ваших конкурентов в ближайшее время;

КАКУЮ часть дизайн-работ можно отдавать на аутсорсинг, а какие компетенции необходимо развивать in-house;

КАК ставить задачу дизайнеру и создавать дизайн-бриф нового продукта;

КТО ваш потребитель и как проводить дизайн-исследование.

10.00 - 11.45

Сессия 1.

Выступления.

Дизайн-исследования в мебельной промышленности

Предпроектные дизайн-исследования: новое в мировой практике.

Екатерина Храмова (Россия), Lumiknows, директор

Почему хороший дизайн означает сегодня доминирующее положение на рынке. Опыт успешных брендов.

Элмар Шумер (Германия), red dot, вице-президент

Из практики проведения дизайн-исследований для мировых лидеров мебельной индустрии.

Брюс Файфилд (Италия), DesignContinuum, директор

11.45 - 12.00

Кофе-брейк

12.00 - 13.30

Основные тренды в дизайне мебели и интерьеров: жилое и офисное пространства.

Паола Говони (Италия), гл. редактор журнала 'World Furniture'

Инновации в дизайне мебели: фокус на потребителя.

Профессор Джон Боулт (Великобритания), ProductFirst, директор

Думайте, как потребитель: методики дизайн-исследований, приводящие к инновациям.

Ричард Барретт (Великобритания), University of Hertfordshire, руководитель программы промышленного дизайна

13.30 - 14.30

Обед

14.30 - 16.00

Сессия 2.

Мастер-класс. **Создание идеального дизайн-брифа в мебельной индустрии**

Профессор Джон Боулт (Великобритания), ProductFirst, директор

16.15 - 18.00

Сессия 3.

Круглый стол. **Дизайн сегодня: От выполнения тактических задач к решению стратегических проблем бизнеса**

Диалог ведущих компаний российского мебельного рынка с зарубежными специалистами.

Модератор: Екатерина Храмова, член экспертной комиссии в области промышленного дизайна МЭРТ РФ, преподаватель Британской высшей школы дизайна, координатор reddot Design Concept в России, основатель Lumiknows.

Выступления зарубежных специалистов основываются на опыте работы со следующими брендами: Herman Miller, Desalto, Scalftrini, Ligne Roset, Kartell, Ciatti и др.

Докладчики конференции 10.00 - 10.30

Екатерина Храмова, Россия
Lumiknows, директор



Предпроектные дизайн-исследования: Новое в мировой практике.

В своем вступительном выступлении, на основе цифр и фактов, Екатерина Храмова расскажет о трансформации современной мировой индустрии дизайна и о последствиях происходящих изменений для компаний и брендов.

Екатерина Храмова - единственная в России обладатель западного магистерского диплома Design & Branding Strategy в области "Создания и разработки нового продукта" (New Product Development), выигранного по гранту Британского правительства.

Екатерина является членом экспертной комиссии по развитию промышленного дизайна в РФ при МЭРТ, разработчиком и преподавателем инновационного курса в Британской Высшей Школе Дизайна в Москве, координатором reddot Design Concept в России.

В 2007 году Екатерина основала партнерское агентство Lumiknows с отделениями в Москве и С.-Петербурге. Это первое в российской практике промышленного дизайна агентство, основной целью которого является интеграция в бизнес-процессы заказчика на самых первых, предпроектных этапах разработки нового продукта. Визитной карточкой Lumiknows является составление дизайн-брифа, отражающего три составляющих: (1) Знание о Потребителе; (2) Цели Бизнеса; (3) Возможности Технологий.

Опыт партнеров Lumiknows включает руководство и выполнение таких разнообразных проектов, как проектирование контрольно-пропускных систем метрополитенов Москвы и С.-Петербурга, оснащение Русского Музея и Эрмитажа доступной средой жизнедеятельности для инвалидов и пожилых людей, первое в мировой практике дизайн-исследование, посвященное особенностям визуальной культуры и эстетических предпочтений российского рынка.

In 2005, Ekaterina was awarded a Chevening scholarship from the Foreign and Commonwealth Office of the British government to enable her to undertake the Masters course in Design and Branding Strategy at Brunel University - one of the first programs in the world designed to bring benefits of design thinking to the needs of business and society. For the first time in Russia, this prestigious scholarship was given in the area of New Product Development.

Ekaterina is a member of committee on the development of industrial design in the Russian Federation by the Ministry of economic development and trade. She is lecturing at the British Higher School of Art and Design on the strategic role of design in businesses. Ekaterina is a coordinator for reddot Design Concept in Russia.

In 2007, Ekaterina established Lumiknows - a unique innovative multidisciplinary consumer experience consultancy based in Moscow and St. Petersburg.

With a focus on People, Research and Innovation, Lumiknows aim is to provide deep insights into drivers, lifestyle and basis of mindset of one of the most fast growing markets in the world - Russian. Its involvement during the early stages of New Product Development ensures creating sound business strategies which lead to identifying new product and market opportunities in Russia.

At the core of Lumiknows philosophy lies design thinking and holistic approach to human experience. Working experience of Lumiknows includes designing check-points of the Moscow and St. Petersburg underground stations, equipping the Hermitage and the Russian Museum with systems for disabled and aged people, as well as conducting the first in the world Russian design research project to identify emotional themes and visual culture preferences.

Докладчики конференции 10.30 - 11.00

Элмар Шумер (Elmar Schueller), Германия red dot, вице-президент



Почему хороший дизайн означает сегодня доминирующее положение на рынке. Опыт успешных брендов.

В своем докладе Элмар Шумер поделится опытом того, как создавать изделие мирового уровня, каким образом использовать новейшие тренды в области оформления жилого и офисного пространств, как оптимизировать взаимоотношения с другими участниками рынка мебели.

Международная награда “red dot design award” в области дизайна считается одной из самых престижных. Ее еще часто называют “Оскаром” в мире дизайна. BMW, LG Electronics, adidas, Apple, Mercedes-Benz, Nokia, Philips, Siemens, Sony и множество других глобальных брендов почитают за честь получить “Красную Точку” на ежегодной церемонии награждения, ведь это символ высочайшего уровня их работ.

Награда делится на номинации “промышленный дизайн” (“red dot award: product design”), “коммуникационный дизайн” (“red dot award: communication design”) и “дизайн-концепция” (“red dot award: design concept”).

Эти цифры говорят сами за себя: только в 2007 году к конкурсу были привлечены более 7,000 участников из 60 стран мира. Работы-победители выставляются в уникальном Музее reddot в Северной Вестфалии, проект редизайна которого был выполнен известным британским архитектором Норманом Фостером. На сегодняшний день - это самая крупная площадка, на 4,000 кв.м. которой разместились уникальные образцы современного дизайна. Ежегодно это место посещается более чем 120,000 посетителей со всего мира - ими движет интерес воочию увидеть предметы мебели, электроники и интерьеров, аксессуары самой различной направленности и концепт-кары будущего, выигравшие знаменитую “Красную Точку”.

Каждый год в состав жюри отбираются лучшие дизайнеры современности, которые оценивают представленные работы по таким критериям, как степень инновационности, функциональность и уровень качества.

**Время для индивидуального общения с г-ном Шумером, на которое предоставляется помещение и переводчик:
14 ноября, 10.00 - 11.30.**

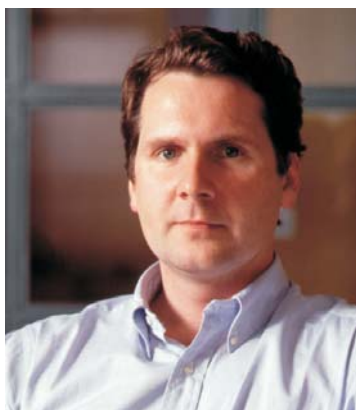
The Design Zentrum Nordrhein Westfalen annually stages the international “red dot design award.” It ranks among the largest and most renowned design competitions in the world. It is divided into the “reddot award: product design”, the “red dot award: communication design” and the “red dot award: design concept.” The numbers speak for themselves: the red dot design award attracted more than 7,000 submissions from 60 countries in 2007 alone. The award-winning products are put before an international public in the red dot design museum.

Each year an international jury reviews and evaluates the submitted products according to criteria such as degree of innovation, functionality and the formal quality. This ensures the seriousness of the competition and its international acceptance. The group of jurors is made up of renowned designers and design experts from all over the world who reach their decisions on which designs are good enough to receive a red dot award independently and impartially. The winners receive the awards in person on the occasion of the gala ceremony in the Essen Aalto-Theater, which is witnessed by more than 1,200 guests. In addition, the annual “red dot award: product design” also rewards a design team with the special title „design team of the year.“ The award, the “Radius” challenge trophy, has already been received by the design teams of many renowned companies, including BMW, LG Electronics, adidas, Apple, Mercedes-Benz, Nokia, Philips, Siemens and Sony.

The Design Zentrum Nordrhein Westfalen and its red dot design museum are housed in one of the most impressive industrial buildings of the 20th century, the Boiler House of the former Zollverein XII colliery in Essen which was remodelled for the purpose by the British architect Lord Norman Foster.

Докладчики конференции 11.00 - 11.45

Брюс Файфилд (Bruce Fifield), Италия DesignContinuum, директор



**Из практики проведения
дизайн-исследований
для мировых лидеров
мебельной индустрии.**

Из Италии, одной из признанных мировых столиц мебельной индустрии, основатель Миланского офиса Continuum Брюс Файфилд, неоднократно получавший самые престижные награды в области дизайна (IDSA, IF, Red Dot), привезет опыт создания офисной мебели для одного из ведущих мировых брендов, расскажет о том, как преодолевать сложности этапа дизайн-исследований в процессе создания новых образцов мебели.

Дизайн-агентство Continuum с подразделениями в Бостоне, Милане и Сеуле уже много лет занимает лидирующие позиции в списке самых успешных компаний мира в области создания нового продукта по версии еженедельника BusinessWeek.

Список клиентов Continuum включает Herman Miller, Desalto, Scaltrini, Ciatti, Bene Bueromobil, Allsteel / Hni., а также Whirlpool, Philips, Dell, Electrolux, Lego, BMW, Procter & Gamble, Samsung, Reebok, Fujitsu и множество других.

Сама компания позиционирует себя как команда людей, способная решать задачи бизнеса и создавать такие продукты и услуги, которые заставляют потребителей по-настоящему желать эти изделия, восхищаться ими и становиться истинными почитателями бренда клиентов Continuum. В основе подхода компании - умение выявлять те потребности пользования продуктом или услугой, которые могут лечь в основу бизнес-стратегии компании, обратившейся в Continuum.

Основными компетенциями компании являются следующие:
(1) выработка дизайн-стратегий, ведущих к созданию успешного портфолио продуктов и брендов; (2) создание инновационных продуктов и интерфейсов с помощью таких инструментов, как промышленный дизайн, конструирование и прототипирование; (3) проработка всех точек соприкосновения потребителя с брендом, где вовлечены графический, коммуникационный дизайн и дизайн среды.

Как правило, процесс работы компании с клиентом подразделяется на два этапа: выработка стратегии создания нового продукта или услуги и непосредственно реализация этой стратегии.

**Время для индивидуального общения с г-ном
Файфилдом, на которое предоставляется
помещение и переводчик:
14 ноября, 11.00 - 13.00.**

Continuum is one of the most known design consultancies in the world, ranking one of world leading companies in design industry according to BusinessWeek.

Among clients of Continuum such renowned companies as Herman Miller, Desalto, Scaltrini, Ciatti, Bene Bueromobil, Allsteel / Hni., as well as Whirlpool, Philips, Dell, Electrolux, Lego, BMW, Procter & Gamble, Samsung, Reebok, Fujitsu and many others.

Continuum is an innovation consultancy that works with business leaders to bring ideas to the market. They learn from users and ground ourselves in our client's business to develop solutions that are consumer relevant, fiscally responsible and successful. They create product and service encounters that generate desire, create delight and inspire loyalty.

With offices spread in Europe, US and Asia, Continuum's approach allows a global perspective as well as regional sensitivities depth at the same time. This also offers cooperation synergies depending on projects needs.

Core competencies of Continuum are: (1) Design Strategy - product strategy, brand strategy, user research; (2) Product Innovation - industrial design, user interface design, model services, mechanical engineering (3) Brand Experience - graphic design, communication design environment design.

The process is detailed and time tested but Continuum use it merely as a framework as no two challenges are ever the same. It spans into two major areas of scope: strategy and design.

Докладчики конференции 12.00 - 12.30

Паола Говони (Paola Govoni), Италия
CSIL Milano, партнер, гл. ред. World Furniture



Основные тренды в дизайне мебели и интерьеров: Жилое и офисное пространства.

В своем докладе Паола Говони, возглавляющая журнал «World Furniture» с 1999 года, расскажет об основных трендах в дизайне мебели и интерьеров, особое место уделяя аспектам развития мебельной индустрии в современной Италии, а также организации жилого пространства и восприятию различных стилей.

Паола Говони является партнером независимого исследовательского и консультативного центра CSIL Milano, основанного в 1980 г. и объединившего экономистов, маркетологов, консультантов по управлению и экспертов в области промышленности и технологий.

CSIL Milano специализируется на оказании услуг малому и среднему бизнесу в тех областях итальянской экономики, где Италия является признанным лидером: мебель, свет, аксессуары, украшения и др. Эти сектора характеризуются низкими капиталовложениями и высокой зависимостью от человеческого фактора. Особая роль здесь принадлежит дизайну и ритейлу. Развитие в этих секторах, где доминируют относительно небольшие предприятия, привлекает внимание на международном уровне и сегодня эта модель бизнеса лежит в основе государственной политики многих стран Европы.

С 1999 г. Паола возглавляет ежеквартальный журнал «World Furniture. International Markets Review». Его основной целью является обеспечение новейшей информацией в области динамики спроса и потребления, дистрибуции, прогнозирования сценариев развития и конкуренции, анализа трендов в области мебели (мебель для дома, офиса, контрактная мебель), аксессуаров (компоненты, текстиль, свет), а также обработки древесины.

Одной из сфер интереса Паолы является анализ тенденций в организации жилого пространства, влияние мировой индустрии моды и формирование нового образа жизни.

Paola Govoni is a partner of CSIL Milano - an independent research and consulting company founded in Milan, Italy, in 1980. Its partners are economists, market researchers, management consultants and experts in industrial organisation and technology.

CSIL specialises in the economics and development of small and medium-sized enterprises, particularly in those manufacturing sectors where Italy has a proven track record, such as the furniture, lighting, appliances and furnishing industry and other light industries.

These sectors are characterised by low capital intensity and a high incidence of human inputs, with an emphasis on design and on retail distribution. The development processes occurring in these sectors, dominated by small/medium sized enterprises, have attracted much attention at an international level, and this model is now the heart of the new public policies for development in Europe.

Since 1999, Paola Govoni is an Editor-in-chief of 'World Furniture. International Markets Review' by CSIL. The magazine offers sector operators up-to-date, exclusive articles about international markets, supply and demand dynamics, distribution systems, consumption, business profiles by productive sector and by country, forecasts and economic surveys, analyses of trends and competitive scenarios for the furniture and furnishings industry (home furniture, dining and living room furniture, bedrooms, kitchens, upholstered, bathroom, office and contract furniture) and related sectors (semifinished goods and components, textiles, lighting, household appliances, woodworking machinery), international workshops, fairs and exhibitions in the fields of interest.

Докладчики конференции 12.30 - 13.00

Джон Боулт (John Boulton), Великобритания
ProductFirst, директор



**Инновации в дизайне
мебели: Фокус на
потребителя.**

В рамках своего выступления Джон Боулт затронет вопросы, связанные с особенностями взаимодействия дизайна и бизнеса в мебельной индустрии, расскажет о методиках создания образцов мебели, предназначенных для рынков с различной культурой и моделями потребления.

Джон Боулт - основатель компании ProductFirst - одной из первых в Великобритании дизайн-ориентированных компаний, которая еще в конце 1980-х годов начала расширять спектр предлагаемых своим клиентам услуг и, в частности, интегрировать этап создания дизайн-брифа в сферу своей компетенции, а не просто следовать уже предложенному заказчиком решению. Этот опыт показал свою жизнеспособность. Больше того, сегодня именно так называемые «стратегические» услуги мировых дизайн-агентств и представляют собой наибольший интерес для бизнеса.

Компания Product First имеет в своем портфолио таких клиентов, как Apple Computers, Lego, Corus, Unilever, 3M, Coca Cola. Участие компании в проектах заказчика приводило к наградам в области графического дизайна, промышленного дизайна, упаковки и даже к одной награде Emmy.

Также у Джона большая известность в дизайн-индустрии Запады как у профессора лондонского Brunel University, где он читает лекции по Инновациям, Бренд- и Дизайн-стратегиям в рамках междисциплинарного курса, который считается уникальным даже по меркам мирового дизайн-образования.

Джон Боулт - член редколлегии одного из легендарных в области дизайна журналов - newdesign. Серия его интервью, посвященных проблематике дизайн-менеджмента с главами таких компаний, как Alessi, Ligne Roset, Philips, Jaguar, Brother стала событием в области управления дизайн-инновациями.

**Время для индивидуального общения с г-ном Боултом, на которое предоставляется помещение и переводчик:
14 ноября, 15.00 - 17.00.**

ProductFirst is one of the first British design consultancies with a history going back to the late 1980s when it began enriching a sphere of its expertise to provide her clients with a wider range of services not typical for designers at the time. Since then, deep involvement at the stage of creating design brief and not just following the instructions of the client proved its efficiency for the whole design industry. Moreover, it is these - the so called strategic services provided by leading design agencies - which are of the outmost interest for businesses today.

John Boulton has considerable experience and reputation within the design industry. He is a founding director of Product first - A Design Innovation Consultancy and is also an Associate Professor of Design Strategy at Brunel University, where he lectures on Innovation, Brand & Design Strategy, for what is considered by many to be the pre-eminent Masters Course dealing with this subject area in Europe and internationally.

He is a member of the editorial board and contributor to newdesign magazine, his series of articles based on face-to-face interviews with some of the world 's foremost practitioners of the management of design, including Alessi, Ligne Roset, Philips, Jaguar, and Brother, provide a unique snapshot of the rich and varied world of design innovation management.

With Product First, John has worked internationally for companies such as Apple Computers, Lego, Corus, Unilever, 3M, Coca Cola, and has been the catalyst and driving force behind internationally successful products as well as winning numerous design, packaging and product awards... including an Emmy!

Докладчики конференции 13.00 - 13.30

Ричард Барретт (Richard Barrett), Великобритания University of Hertfordshire, руководитель программы



**Думайте как потребитель.
Методики дизайн-исследований,
приводящие к инновациям.**

В своей презентации Ричард Барретт расскажет о созданном им методе “эмпатического погружения” и о результатах его применения в работе над продукцией как Herman Miller, так и других известных брендов.

Университет Хартфордшира является партнером Британской Высшей Школы Дизайна в Москве, уже заслужившей себе репутацию одного из самых передовых в России образовательных учреждений в области дизайна. Школа была удостоена аккредитации Academic Quality Office британской службой по контролю за академическим качеством.

В университете Хартфордшира Ричард Барретт является руководителем программ обучения промышленному дизайну как студентов первых лет обучения (Undergraduate), так и магистерских программ (Post-Graduate).

Ричард Барретт специализируется на выработке и использовании методологий дизайн-исследований, способствующих созданию инновационных продуктов и услуг. Одна из его практик «Метод дизайн-погружения» (Empathic Design Methodology) стала событием в данной области и послужила основой книги “The Empathic Design Tutor”.

Методики, разрабатываемые Ричардом, направлены на выявление скрытых и трудно выражаемых потребностей пользования продуктом или услугой, ведь потребитель, как правило, может “фантазировать” только в рамках уже существующих решений. Вообразить будущее ему не под силу, а ведь именно здесь лежит потенциал для создания действительно инновационных, действительно нужных человеку изделий. Более того, по мысли Ричарда, сегодня настало время для дизайна постепенно отходить от создания новых артефактов к созданию новых парадигм использования и потребления.

**Время для индивидуального общения с г-ном Барреттом, на которое предоставляются помещение и переводчик:
14 ноября, 13.00 - 15.00.**

University of Hertfordshire is a partner of British Higher School of Art and Design which has already earned the reputation of one of the leading in contemporary Russia educational institutions in the field of Arts and Design.

At the University of Hertfordshire Richard Barrett is currently responsible for Undergraduate Product Design and Post-Graduate Design.

Empathic Design seeks to uncover the latent and tacit needs of customers as a pathway to delight. Can we use this research more effectively throughout the product life-cycle. Empathic Design recognises that the voice of the customer is flawed as customers are only responsive to current contexts and paradigms, and consequently are unable to imagine new ones. In it's conception, Empathic design was almost entirely product specific. Recent research conducted by Richard Barrett, highlights the need for a shift in design practice from the design of new artefacts to the design of new paradigms.

Empathic Design uses action research methods to identify how and why industries should be intimately involved in designing for customers, and also uncover opportunities to deliver appropriate solutions. Empathic design has been conceived to reliably deliver a robust methodology and a suite of transferable tools and techniques specifically designed to integrate customer requirements into the earliest possible stages of a new product development process.

These tools and techniques are primarily aimed at providing useful information to designers in a way that integrated with designers and their strategic role rather than as implementers of marketeers.