

## Sommario

<i>Prefazione all'edizione italiana</i>	<i>ix</i>
<i>L'autore</i>	<i>xi</i>
<i>Ringraziamenti</i>	<i>xii</i>
<i>Introduzione</i>	<i>xv</i>
<b>Capitolo 1: Cos'è l'interaction design?</b>	<b>1</b>
Cosa sono le interazioni e l'interaction design?	4
Perché interaction design?	7
Breve storia dell'interaction design	9
Dagli anni '40 agli anni '80	11
Dagli anni '90 a oggi	13
Uno spezzatino di acronimi	17
Perché praticare l'interaction design?	19
<b>Capitolo 2: Punti di partenza</b>	<b>23</b>
Il problema dei problemi	24
Definire il progetto	26
Obiettivi aziendali	27
Vincoli	28
Raccogliere le informazioni	29
Quattro approcci all'interaction design	30
Design centrato sull'utente	31
Design centrato sulle attività	33
Design di sistemi	36
Design di genio	42
Riepilogo	43
<b>Capitolo 3: Principi base dell'interaction design</b>	<b>45</b>
Gli elementi dell'interaction design	46
Movimento	46
Spazio	47
Tempo	48
Aspetto visivo	50
Consistenza fisica	51
Suono	52

Le leggi dell'interaction design	53
La legge di Moore	53
La legge di Fitts	54
La legge di Hick	54
Il magico numero sette	55
La legge di Tesler o della conservazione della complessità	56
Il principio del poka-yoke	57
Manipolazione diretta e indiretta	57
Feedback e feedforward	60
Caratteristiche di un buon interaction design	61
Affidabile	61
Appropriato	62
Intelligente	63
Reattivo	64
Ingegnoso	66
Ludico	66
Piacevole	67
Riepilogo	68
<b>Capitolo 4: Ricerca di design e brainstorming</b>	<b>69</b>
Cos'è la ricerca di design?	70
Perché preoccuparsi della ricerca di design?	71
Svolgere una ricerca di design	71
Cosa non fare	73
Ricerca etica	74
Costi e tempi	75
Cosa cercare e come registrarlo	76
Metodi di ricerca	78
Osservazioni	78
Interviste	79
Attività	81
Implicazioni sul design	84
Il brainstorming: "E poi accade un miracolo..."	86
Riepilogo	88
<b>Capitolo 5: L'arte dell'interaction design</b>	<b>89</b>
Gli strumenti del mestiere	91
Modelli di ricerca	92
Persona	96
Scenari	101
Schizzi e modelli	102
Storyboard	103
Analisi dei compiti	104
Flussi di compiti	105

Casi d'uso	107
Mood board	109
Wireframe	110
Il wireframe	111
Annotazioni	112
Metadati del wireframe	113
Prototipi: cartacei, interattivi e fisici	114
Eseguire i test	118
Riepilogo	119
<b>Capitolo 6: Le basi del design di interfacce</b>	<b>121</b>
Gli elementi del design di interfacce visive	123
Layout	123
Scelte tipografiche	128
Colore	131
Materiali e forme	133
Comandi e widget	136
Icone	143
Il suono	143
Gli standard	146
Interfacce senza facce	147
Voce	147
Gestualità	148
Presenza	149
Riepilogo	150
<b>Capitolo 7: Applicazioni intelligenti e dispositivi ingegnosi</b>	<b>151</b>
Concepire per il multitasking	152
Concepire per creare un legame	158
Customizzazione e personalizzazione	158
Adattamento	159
Hacking	162
Dispositivi ambientali	170
Riepilogo	171
<b>Capitolo 8: Design di servizi</b>	<b>173</b>
Cos'è un servizio?	174
Caratteristiche di un servizio	175
Gli elementi del design di servizi	176
Perché disegnare servizi?	180
Servizi e branding	181
La differenza fra servizi e prodotti	183

L'arte del design di servizi	187
Descrizione dell'ambiente	187
Descrizione degli stakeholder	188
Percezione dell'azienda e branding	188
Touchpoint	189
Mappa di processo	189
Blueprint del servizio	190
Prototipo di servizio	193
Al centro dei servizi digitali	196
Riepilogo	198

<b>Capitolo 9: Il futuro dell'interaction design</b>	<b>199</b>
--	------------

I prossimi 10 anni di Internet	201
Strumenti per il prossimo Web	202
Agenti intelligenti	203
Gli spime e l'Internet delle cose	204
Interazioni transmediali	205
Interazioni uomo-robot	208
Dispositivi indossabili	212
Ubiquitous computing	214
Strumenti digitali per creare strumenti digitali	218
Riepilogo	220

<b>Epilogo: Design a fin di bene</b>	<b>221</b>
--------------------------------------	------------

L'etica nel design	222
Principi	223
Scelte consapevoli	223
<i>Credit</i>	225
<i>Indice analitico</i>	227