



استاد کارآموزی: دکتر محسن صفار دزفولی  
 مسئول کارآموزی: آقای مجید احمدی خوشبخت  
 دانشجو: فاطمه فانی اله آبادی  
 شماره دانشجویی: ۴۰۰۵۵۱۹۸



### معرفی شرکت

ما در ماخ، گروهی از متخصصان حوزه ی تفکر دیزاین، آموزش استراتژی کسب و کار، معماری و دیزاین هستیم که به اثر مثبت تفکر دیزاین در دنیای کسب و کارها و زندگی مردم باور داریم. حوالی سال ۹۰، یعنی ۱۰ سال پیش، فعالیت ماخ از تدریس مباحث معماری داخلی شروع شد. کمی بعد، وجود پیش زمینه تحصیل در رشته طراحی صنعتی و داشتن یک نگاه محصول محور، ماخ را به سمت طراحی و اجرای پروژه های معماری داخلی و طراحی مبلمان سوق داد. ویژگی منحصر به فرد رویکرد ماخ، انجام این پروژه ها، طراحی مبلمان اختصاصی برای پروژه های معماری داخلی بود. در سال ۹۶، بعد از سال ها تجربه در زمینه طراحی و اجرای پروژه های بی شمار معماری، معماری داخلی و طراحی مبلمان برند ماخ به طور رسمی ثبت شد. این واحد، با رویکرد تفکر دیزاین به ارائه ی خدمات مشاوره به کسب و کارها می پردازد.

#### آنچه در ماخ انجام می دهیم:

طراحی و نظارت پروژه های معماری و معماری داخلی  
 طراحی محصول  
 طراحی مبلمان

مشاوره استراتژی رشد پایدار در کسب و کار با رویکرد تفکر دیزاین

#### فعالیت من در مجموعه:

محل استقرار، واحد طراحی شرکت به سرپرستی آقای مجید احمدی خوشبخت بوده شامل مراحل مختلف شامل طراحی صنعتی، گرافیک و وب سایت بود که با قرارگیری در کنار فعالین هر کدام از این سه بخش و استفاده از تجربیاتشان، خروجی های قابل توجهی در هر بخش، برای اینجانب به دست آمد.



### همکاری در بخش طراحی صنعتی محصول

#### صندلی غذاخوری هایکا

کانسپت و ایده اصلی محصول از تجربه زیسته و مشاهدات دیزاینر و بررسی رفتار کاربر با محصول شکل گرفت. آنچه باعث اثرگذاری محصول در فضا است، به تمامی وجه های محصول مرتبط است. یعنی تمامی نماهای این محصول در فضا مهم هستند. صندلی محصولی است که از نظر کاراکتر به تنهایی نقشی قدرتمند در فضا ایفا می کند. اما صندلی غذاخوری وابستگی دارد.

بر اساس تحقیقات از فرآیند استفاده از صندلی غذاخوری به دو بخش اصلی رسیدیم:

(۱) کارکرد فرمی (۲) کارکرد عملکردی

هر دوی این کارکردها را در راستای دیزاین تجربه جدید برای کاربر بکار گرفتیم. تجربه استفاده از محصول، فراتر از ارتباط فیزیکی با محصول است. هنگامی کاربرد محصول خصوصیات مانند: متریال، وزن، ارگونومی، هودنومی، کینزیولوژی و ... در راستای دیزاین تجربه برای حین استفاده از محصول تعریف می شود. اما کارکرد فرمی صندلی هنگام عدم استفاده از محصول هم وجود دارد. یعنی کاربر از حضور و دیزاین صندلی به عنوان یک آبجکت زیبا لذت می برد. این نکته مهمی برای ما بود.

نکته دیگر اینست که وابستگی صندلی غذاخوری به میز آن است. نمی توان آن را مستقل از وابستگی اش به میز دید. با توجه به این رابطه، بیشترین نمایی که از فرم صندلی می بینیم پشت آن است. بنابراین ما در این پروژه پشت صندلی را به عنوان نمای اصلی محصول در نظر گرفتیم. یعنی برای ما پشت مهم شد. پشت صندلی چه حین استفاده و چه بدون استفاده از آن، به عنوان نمای اصلی در دید ناظر است. در واقع محصولات زیادی هستند که نمای پشت آنها به اندازه کافی اهمیت دارند، مانند خودرو.

نمای پشت «هایکا» نمای اصلی است.

بنده در مرحله پایانی، اصلاحات نهایی فرم محصول با استفاده از نرم افزار راینو انجام دادم و سپس فرآیند ساخت آغاز گردید.



محصول مشترک ماخ و نظری



۲

### همکاری در بخش گرافیک

در هفته ی اول که مصادف با هفته ی دیزاین ویک بود، فعالیت های متعددی داشتیم. یکی از اصلی ترین کارهایم، طراحی و انتشار پست ها و استوری هایی برای معرفی رویدادهای این هفته بود. علاوه بر این، به عنوان طراح گرافیک مجله ی ماهانه ی بیزاین، بخش گرافیکی مجله را با استفاده از نرم افزار این دیزاین طراحی کردم و افتخار داشتم که نامم در آن درج شده است. همچنین، برای برند بلسینو، یک بسته کامل از طراحی های گرافیکی شامل برجسب، بنر، پست و استوری را با استفاده از نرم افزارهای فتوشاپ و ایلاستریتور ارائه دادم که نمونه ای از فعالیت هایم در این پوستر آورده شده است.

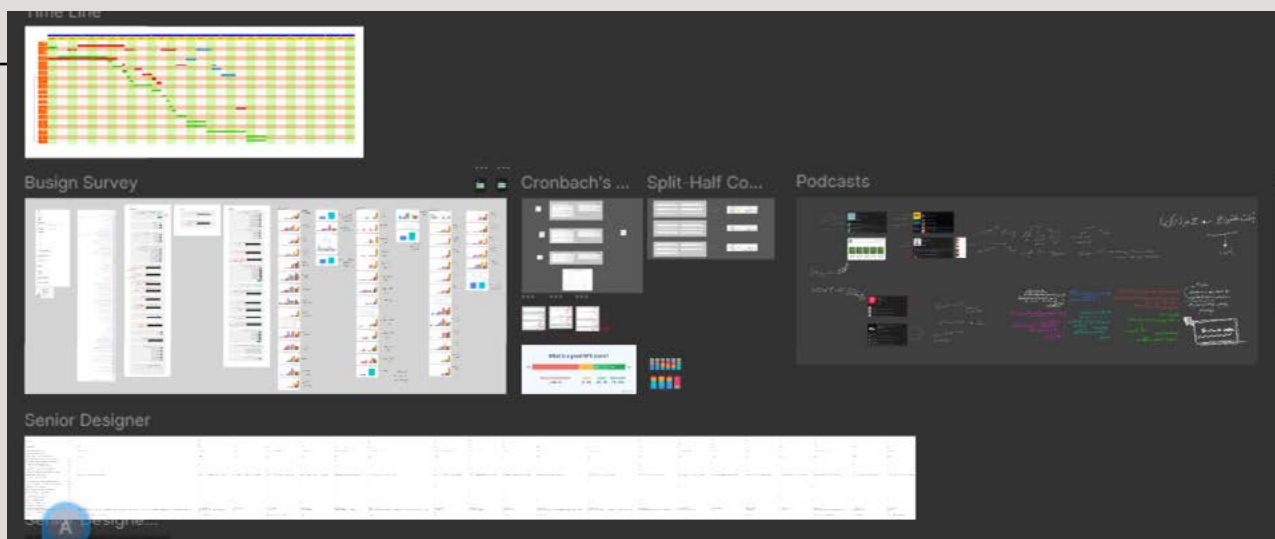
### اكتسابات دوره کارآموزی

- به کارگیری روش تفکر طراحی در یک پروژه واقعی
- یادگیری فرآیند تحلیل داده های حاصل از پرسشنامه ها
- تقویت مهارت های کار تیمی
- قرارگیری در روند طراحی یک پروژه واقعی و تولید شده به نام صندلی هایکا
- تجربه همکاری با گروه طراحی سایت
- تقویت دید بصری



### همکاری در بخش سایت بیزاین

بیزاین یک پلتفرم بینارشته ای است که تصمیم دارد خلاء ارتباطی بین دو دنیای دیزاین و بیزینس را از میان ببرد. از شروع پروژه با همکاری اعضای تیم ابتدا به تحلیل و آنالیز پرسشنامه مشغول شدم و پس از اعمال اصلاحات دیتای دریافت شده از پرسشنامه بر روی پرسونا، ادامه فرآیند تفکر طراحی را در پیش گرفته و در این راستا موارد مسیر کاربر (User journey)، تکنیک پنج چرا (۵ Why)، جدول Qfd و دیگر موارد مورد نیاز در مسیر تفکر طراحی (Design thinking) را ایجاد کردم. همچنین به دلیل اینکه در ابتدا سایت بیزاین در دسترس قرار می گیرد، در این حین با اصول ui-ux هم آشنایی پیدا کردم. مدارک تمامی مراحل در فیگما گذاشته شده است.



بخشی از فعالیت ها در فیگما

بخشی از مجله بیزاین

۳