第一图书网, tushu007.com

<<商品展示设计>>

图书基本信息

书名：<<商品展示设计>>

13位ISBN编号：9787040094343

10位ISBN编号：7040094347

出版时间：2004-8

出版时间：高等教育出版社

作者：徐伟雄 主编

页数：115

字数：180000

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：http://www.tushu007.com

第一图书网, tushu007.com

<<商品展示设计>>

内容概要

本书是高等职业学校商贸经营管理专业系列教材之一，全书共分七章，主要内容有绪论、商品展示的室内平面规划、商品展示设计的相关设计因素、商场各部分的装饰设计、商品展示的道具、导买点和缓冲空间的设计、商品展示实务等。

全书着重介绍商场的商品展示设计实务，为体现浅显易读的特点，教材编写采用图文并茂的形式，以提高读者的兴趣。

本书可作为高等职业学校商贸经营管理专业教材，以及社会各类商业营销与管理、商场陈列与布置培训班的教学用书，也可作为从事空间美术设计工作、商场美工及美术爱好者的自学参考书，同时也是读者创业开店的指南。

第一图书网, tushu007.com

<<商品展示设计>>

书籍目录

第一章 绪论 第一节 商品展示的基本概念 第二节 人的心理因素与商品展示的关系 第三节 商业空间的分类 第四节 商品展示设计的作用和发展趋势第二章 商品展示的室内平面规划 第一节 商店平面规划设计 第二节 营业厅平面布置 第三节 营业厅的基本尺度与陈列方式 第四节 营业厅各层的商品分布与设计第三章 商品展示设计的相关设计因素 第一节 色彩设计 第二节 照明设计 第三节 绿化设计 第四节 材料设计 第五节 意境设计第四章 商场各部分的装饰设计 第一节 门面 第二节 橱窗 第三节 共字空间 第四节 楼梯 第五节 界面与柱第五章 商品展示的道具 第一节 柜架 第二节 大中型展示台 第三节 服饰吊架与人体模特 第四节 装饰小品第六章 导买点和缓冲空间的设计 第一节 广告灯箱与指示牌 第二节 PoP设计 第三节 服务性空间和过渡性空间第七章 商品展示实务 第一节 商品展示的方式 第二节 商品展示设计的流程 第三节 商品展示设计实例参考书目

第一图书网, tushu007.com

<<商品展示设计>>

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:http://www.tushu007.com