

<<服装品牌设计>>

图书基本信息

书名：<<服装品牌设计>>

13位ISBN编号：9787122006639

10位ISBN编号：7122006638

出版时间：2007-9

出版时间：7-122

作者：邵献伟

页数：177

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>

<<服装品牌设计>>

内容概要

本教材从大服装设计角度出发，将服装品牌的设计围绕服装品牌产品的策划设计和运作设计展开，系统论述了服装品牌设计的基本概念与专业知识。

以服装品牌运作流程为主线，以服装品牌整体策划为核心，对服装品牌运作的内涵实质、品牌战略、品牌规划、总体设计、设计管理、营销管理、组织运作、案例分析等方面进行了全面阐述，并在书后附有品牌词典、品牌工具、顶级服装品牌设计师简介。

全书结构严谨，层次清晰，内容丰富，实用性强；以科学的发展观统领课程内容，具有很强的可操作性。

本书专门针对服装的品牌设计，不但可作为高职高专服装设计与工程专业的专业教材，也可作为服装企业，服装品牌策划、设计、经营等从业人员的参考书籍。

<<服装品牌设计>>

书籍目录

第一章 服装品牌综述 第一节 品牌的内涵与构成 一、服装品牌的定义 二、服装品牌的构成 三、品牌的特征 四、品牌的作用 第二节 品牌的分类 一、按商品的流通状况及运营特征分类 二、按品牌线主次分类 三、按服装风格分类 四、按穿用者性别年龄分类 五、按销售方式分类 六、按企业类型分类 七、其他 第三节 品牌的架构与描述模式 一、服装品牌构成模式 二、服装品牌描述模式 第四节 品牌建立要素分析 一、品牌的构成要素 二、品牌的构建法则 第五节 品牌的历史与发展 一、品牌的由来与演变 二、品牌的发展 三、中国服装品牌的市场走向 思考题第二章 服装品牌动作 第一节 品牌运作的概念 一、品牌运作定义 二、品牌运作原则 三、品牌运作特征(职能) 第二节 品牌运作的企业组织结构 一、品牌运作的组织架构 二、品牌服装企业的规模与组织构成 三、企业组织有效运作的措施 第三节 服装品牌的总体运作 一、服装品牌运作的基本步骤 二、服装品牌策划活动的基本过程 三、服装品牌运作的主要环节 四、影响品牌运作的因素与品牌维护 思考题第三章 服装品牌市场调研的预测 第一节 品牌定位的意识 一、定位的理论与原则 二、定位的焦点问题 三、定位的策略 第二节 品牌定位的内容 一、品牌定位要点分析 二、品牌定位的内容 三、品牌定位的延伸 四、品牌定位的表达 思考题第四章 服装品牌定位 第一节 服装市场调研 一、市场调研的重要性 二、市场调研的步骤与方法 三、市场调研的对象 四、市场调研的内容 五、调研信息整合 六、服装品牌调研报告的撰写 七、客观调研结果与主观预定目标的关系 第二节 环境分析与流行预测 一、环境分析的意义及范畴 二、环境分析的内容 三、流行预测的内容 思考题第五章 服装品牌设计理念 第一节 品牌理念风格概述 一、品牌风格形象分类 二、品牌风格评价体系 第二节 品牌设计理念的确定 一、理念设定的意义 二、品牌定位表达的步骤.....第六章 服装品牌产品(总体)设计第七章 设计管理第八章 服装品牌营销管理第九章 服装品牌经营案例分析附录参考文献

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>