

<<商品美学>>

图书基本信息

书名：<<商品美学>>

13位ISBN编号：9787500526148

10位ISBN编号：7500526148

出版时间：1994-07

出版时间：中国财政经济出版社

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>

作者简介

姜愉斌，男，生于1952年4月，1969年入伍，1975年4月到南京新街口百货商店工作，先后任营业员、秘书、办公室副主任、家电部主任，1980年9月任商店副总经理，1983年9月入南京大学学习，毕业后任常务副总经理，1992年任总经理。

<<商品美学>>

书籍目录

前言

第1章 商品美学的研究对象与任务

第一节 商品美学的性质和研究对象

第二节 商品美学的地位和作用

第三节 商品美学和其他学科的关系

第2章 商品的美学特征

第一节 色彩美、造型美和包装美

第二节 材质美、工艺美和功能美

第三节 流行美和象征美

第四节 服务美和信誉美

第3章 商品色彩美

第一节 商品色彩的作用

第二节 商品色彩感觉和色彩功能的运用

第三节 商品色彩美的规律

第4章 商品造型美

第一节 构成商品造型美的要素

第二节 商品造型美的规律

第5章 商品流行美

第一节 商品流行的产生和特点

第二节 研究商品流行的重要性

第三节 商品流行的依据

第四节 商品流行变化的基本规律

第五节 商品流行预测依据

第6章 商品美的展示和商业环境美

第一节 商品包装装潢、商标、广告的艺术魅力

第二节 商品美的陈列展示

第三节 商业环境美

第7章 消费者审美心理

第一节 商品美感的形成和购买过程

第二节 消费者审美的心理因素

第三节 消费者审美的差异

后记

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>