

<<服装商品企划实务>>

图书基本信息

书名：<<服装商品企划实务>>

13位ISBN编号：9787506449472

10位ISBN编号：7506449471

出版时间：2008-6

出版时间：中国纺织出版社

作者：马大力 主编

页数：245

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>

<<服装商品企划实务>>

前言

我国的服装教育经历了20年的发展，在为服装行业培养了大量人才的同时，也见证了我国服装行业前所未有的进步。

随着消费时尚的全球化进程，服装市场对行业不断提出新的要求，品牌化经营无疑成为我国服装企业发展的必由之路，人才需求也由“技术与艺术结合型”向“艺术、技术与商品管理复合型”过渡。

因此，在服装教育中推行新的教育理念和规划新的知识结构，将是服装教育面临的重要任务。

为了适应服装行业和市场的快速发展，在服装教学中体现“教学模式实践性强，教学内容综合性强，培养目标针对性强，课程建设实效性强”的教育模式，在教

<<服装商品企划实务>>

内容概要

本教材从服装商品基本知识入手，介绍了服装商品企划的基础知识、服装市场调研的方法、服装产品开发方案的制订、服装产品计划与产品订单的制订、品牌策略的制订、商品价格的制订、商品采购计划的制订、服装商品营销的有关知识和原理、店铺管理计划的制订等内容。

围绕服装商品企划的各个方面，系统、全面地讲解有关内容的概念、原理和方法，并为读者提供了可以借鉴的实际案例。

本教材在介绍各章内容时，着重讲清基本概念、基本理论与基本规律，密切联系实际，补充了必要的相关知识和背景资料，强调了各部分内容的联系与互补。

<<服装商品企划实务>>

书籍目录

服装商品、服装市场基础知识与基本原理 第一章 服装商品概论 第一节 服装商品 第二节 服装商品如何赢利 第三节 服装商品的生命周期 第四节 服装市场与服装消费 第二章 商品企划基础知识 第一节 商品企划概述 第二节 商品企划类型 第三节 企划的一般流程 第四节 商品企划具体内容 第五节 商品企划书的编写 第六节 商品企划项目管理 第三章 服装市场研究 第一节 服装市场变化规律 第二节 市场调研与预测 第三节 目标市场的选定 第四节 目标市场描述与商品定位 第五节 市场环境分析与竞争策略 产品定位、产品开发方案与品牌经营策略 第四章 产品开发方案的制订 第一节 产品策略 第二节 产品开发预案 第三节 产品设计实施 第四节 产品设计的评估 第五章 产品计划与产品订单的制订 第一节 服装原材料采购计划 第二节 生产计划与生产管理 第三节 产品订单计划与实施 第四节 产品库存计划与管理 第六章 品牌策略的制订 第一节 品牌概论 第二节 品牌策略 第三节 品牌传播 第四节 品牌策划方案 商品管理、市场营销基本原理与方法 第七章 商品价格的制订 第一节 商品价格基本理论 第二节 服装商品价格特点 第三节 服装商品定价原则与策略 第四节 定价方案与调价策略 第八章 商品采购计划的制订 第一节 采购决策 第二节 采购计划的程序与实施 第九章 商品营销方案的制订 第一节 商品营销企划 第二节 商品投放计划 第三节 促销方案的制订 第四节 国际营销 第五节 网络营销 第十章 店铺商品管理计划的制订 第一节 库存计划的制订 第二节 店铺形象设计 第三节 店铺商品组合 第四节 商品展示与陈列规划 参考文献

<<服装商品企划实务>>

章节摘录

服装商品、服装市场基础知识与基本原理 第一章 服装商品概论 服装商品的整体概念，是指人们向市场提供的任何能满足消费者欲望和需求的有形与无形的服饰产品。具体地说，服装商品不仅包括能满足消费者需求的服饰实体（服装的款式、造型、面料、功能、质量等），还包括服装的品牌、服务等能够给消费者带来附加利益及心理满足感的各种体验。

服装商品门类繁多，品种的发展与创新更是不胜枚举。从商品研究的角度来讲，服装有许多分类方法，并按照约定俗成的习惯具有不同的名称。例如，一件女士服装，既可以称之为女装、时装、高档

<<服装商品企划实务>>

编辑推荐

定位于服装市场调研与开发的方法，重点讲解服装商品的定价原则和营销规划，强调企划各个环节的密切联系和相互补充，光盘配有丰富、经典人企划案例。

<<服装商品企划实务>>

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>