第一图书网, tushu007.com

<<高级包装设计师>>

图书基本信息

书名：<<高级包装设计师>>

13位ISBN编号：9787504583871

10位ISBN编号：7504583871

出版时间：2010-6

出版时间：中国劳动社会保障出版社

作者：中国就业培训技术指导中心 编

页数：172

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

内容概要

为推动包装设计师职业培训和职业技能鉴定工作的开展，在包装设计师从业人员中．推行国家职业资格证书制度，中国就业培训技术指导中心在完成《国家职业标准·包装设计师》(试行)(以下简称《标准》)制定工作的基础上，组织参加《标准》编写和审定的专家及其他有关专家，编写了包装设计师国家职业资格培训系列教程。

包装设计师国家职业资格培训系列教程紧贴《标准》要求，内容上体现“以职业活动为导向、以职业能力为核心”的指导思想，突出职业资格培训特色；结构上针对包装设计师职业活动领域，按照职业功能模块分级别编写。

包装设计师国家职业资格培训系列教程共包括《包装设计师(基础知识)》《包装设计员(国家职业资格四级)》《助理包装设计师(国家职业资格三级)》《包装设计师(国家职业资格二级)》《高级包装设计师(国家职业资格一级)》5本。

《包装设计师(基础知识)》内容涵盖《标准》的“基本要求”，是各级别包装设计师均需掌握的基础知识；其他各级别教程的章对应于《标准》的“职业功能”，节对应于《标准》的“工作内容”，节中阐述的内容对应于《标准》的“能力要求”和“相关知识”。

本书是包装设计师国家职业资格培训系列教程中的一本，适用‘于对高级包装设计师的职业资格培训,是国家职业技能鉴定推荐辅导用书。

本书在编写过程中得到中国包装总公司、中国包装科研测试中心、中国出口商品包装研究所、湖南工业大学、北京印刷学院、暨南大学、西安理工大学等单位的大力支持与协助，在此一并表示衷心的感谢。

书籍目录

第一部分　销售包装设计　第一章　设计定位　　第一节　包装规划与项目开发　　第二节　包装设计项目的创新目标定位　第二章　包装设计创新　　第一节　研究包装设计的创新趋势　　第二节　引用新观念的包装设计创意　第三章　包装设计表现　　第一节　包装设计相关法规和标准　　第二节　运用不同的艺术风格进行设计表现　第四章　包装设计管理　　第一节　设计方案的优化筛选　　第二节　包装设计审查与评价第二部分　储运包装设计　第五章　储运包装方案　　第一节　储运环境调研方案的制定　　第二节　储运包装方案制定和优化　第六章　产品特性　　第一节　产品脆值测试　　第二节　破损边界曲线　第七章　防护包装设计　　第一节　外包装容器优化设计　　第二节　防护包装分析和优化　第八章　储运包装试验与评价　　第一节　储运包装试验方案分析　　第二节　储运包装经济性和合理性评价第三部分　包装工艺设计　第九章　包装工艺的设计及优化　　第一节　物品流通环境分析和包装相关参数确定　　第二节　包装工艺优化设计　第十章　包装容器加工工艺系统设计　　第一节　纸包装加工工艺和设备配置系统设计　　第二节　塑料包装加工工艺和设备配置系统设计　　第三节　金属包装加工工艺和设备配置系统设计　　第四节　复合材料结构设计　第十一章　包装工艺过程设计　　第一节　包装工艺过程确定与评价　　第二节　包装设备配置与评价　　第三节　包装工艺过程自动控制设计　第十二章　包装工艺规程制造及包装品质评价　　第一节　包装工艺规程制定　　第二节　包装品质评价第四部分　培训与指导　第十三章　培训　　第一节　销售包装设计师理论知识培训方案　　第二节　储运包装设计师上岗培训计划编制……参考文献

章节摘录

制订产品与流通环境调查计划。
产品质量与社会消费需求永远是商品市场开发的主体，包装则始终是容纳保护产品、消费产品、塑造特定产品的商品形象、传达商品信息、服务于商品和消费者的从属部分。
因此，进行特定产品与商品流通市场环境的调查，是进行包装策划与设计的首要环节。
依据生产企业对特定产品的目标市场和目标人群、流通地域特征，制定产品与包装情况，商品流通地区的地理、交通运输条件，人文风俗：消费环境情况的调查计划。
明确产品包装的市场与消费人群目标，是进行包装设计调研的前提条件，否则，方向目标不明确，就很难准确地开展设计调研活动；准确深入细致的设计调研，则是进行包装策划与正确设计的基础。
调查计划通常包括调查目的、调查内容、调查对象、调查方法、调查人员及调查进度安排，以及其他的要求等。
包装设计调查计划的写作方法，可根据具体情况的要求，参考以下的基本内容。
（1）产品与流通环境的调查目的　　产品与流通环境调查的目的，主要在于查清具体特定产品的详实情况与对包装的特定要求；了解产品流通的环境条件、销售目标市场与目标人群对包装的要求。
以此作为包装策划与包装设计创新定位的依据，同时为后期具体的设计构思与表.现，收集提供可借鉴的图文实物资料信息。
针对具体包装设计项目的不同要求，则应在包装设计项目已掌握的情报信息资料的基础上，根据实际需要确定调查的具体目标与内容要求，以满足包装决策借鉴与创新定位的要求。

第一图书网, tushu007.com

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