

<<定位时尚>>

图书基本信息

书名：<<定位时尚>>

13位ISBN编号：9787506451994

10位ISBN编号：7506451999

出版时间：2008-9

出版时间：中国纺织出版社

作者：海伦·格沃雷克, Helen Goworek

页数：200

译者：史丽敏, 邵新艳

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>

<<定位时尚>>

前言

谨以此书献给那些辛勤工作在服装纺织行业中的有识之士，或者期待在这个领域中应聘求职的大学生们。

在这本书中，您将会了解到服装、纺织行业各个领域之间的关系，如纺织品设计、服装设计、市场营销、时尚传媒及高等教育等。

您还可以了解在这些领域中能够从事的工作类型。

书中通过一些真实案例，使这些相关领域的描述更加真实、生动，其中对于工作内容、职责的描述多是来源于作者的亲身经历，或者是从与该领域中的佼佼者的访谈中获得的，这些访谈多是在著书的一年内完成的，所以，对于即将进入服装纺织行业或已经在这个行业中工作，但期待有更

<<定位时尚>>

内容概要

本书作为“国际服装丛书”中的一本，是引自英国的最新服装专著。本书向读者全面展示了服装行业的商业运作以及服装行业各个领域之间的关系，在每一部分都有专门的职业路线介绍和案例研究。

主要内容包括：纺织品设计，服装设计，纸样设计，服装工艺，服装采购、零售、营销、公共关系，时尚传媒，服装和纺织教育等。

最后，本书在纺织服装业中如何成为成功的应聘者及如何自己创业等方面提供了有意义的职业规划建议。

本书内容新颖、覆盖面广且实用性强，可供高等院校服装专业师生、服装行业从业人员和广大服装爱好者阅读使用。

<<定位时尚>>

作者简介

作者：(英国)海伦·格沃雷克 译者：史丽敏 邵新艳 海伦·格沃雷克(Helen Goworek)，服务于诺丁汉特伦特大学(Nottingham Trent University)，是一名服装采购、市场营销及产品开发专业方向的高级讲师，曾经在服装零售和加工制造业担任过服装采购和设计总监。她的著作还有Fashion Buying。

<<定位时尚>>

书籍目录

1绪论拓展阅读/42纺织品设计机织面料设计/6针织品设计/7印花纺织品设计/8绣花设计/11设计师/操作工/12构成面料的纤维类别/12织物结构/13职业路线/14案例研究/14拓展阅读/193服装流行趋势预测和时装画服装流行趋势预测专集/21时装画/24时装画的报酬/25职业路线/26案例研究/26拓展阅读/304服装设计设计师要做哪些工作？
/32设计师可以在什么地方工作？
/39相关时尚领域的服装设计角色/43职业路线/44案例研究/46拓展阅读/515纸样设计平面裁剪/54样衣及样衣的修改/56制板设备/57计算机辅助设计与制造/57有创造力的裁剪方式/58立体裁剪/58推板/59职业路线/59案例研究/60拓展阅读/626面料工艺面料检测/63实验室染色和打样确认/65面料采购/65面料开发/67职业路线/68案例研究/69拓展阅读/717服装工艺服装合体性/74批量生产前的封样确认/75号型尺码规格/76检验批量产品的质量/76产品的安全性、风险分析及合法性/77产品数据管理/78供应商审计/78耐穿性试验/79职业路线/79案例研究/80拓展阅读/818服装及纺织业的市场营销服装及纺织业中的销售代理商/84在纺织业中的销售角色/85大型批发商以及(普通)批发商/86专卖店以及成衣系列销售/86服装供应商的销售角色/87服装及纺织业中的市场角色/88职业路线/89案例研究/89拓展阅读/949服装采购采购品牌服装及设计师品牌服装系列/96采购自己的品牌系列/98职业路线/102案例研究/103拓展阅读/10510服装营销预算规划/107产品系列企划及产品选择会议/107向供应商下订单/108检查产品进度/109与供应商联络/110配送货品到零售分店/110评估销售数据和供应商表现/111服装供应商的营销人员/111职业路线/111案例研究/112拓展阅读/11511零售管理销售人员管理/117货品管理/118客户服务/119和总部的交流/119零售店的种类/120职业路线/120案例研究/121拓展阅读/12412视觉营销橱窗展示/126店内陈列/127职业路线/130案例研究/130拓展阅读/13513服装公共关系客户管理/138媒体联络/138媒体活动/139公关代理机构以及内部公关人员/139怎样成为一名优秀公关人员？
/140职业路线/140案例研究/142拓展阅读/14314时尚传媒杂志和报纸/145互联网/145广播电视/146自由职业和全职工作/146什么造就了一名时装记者？
/146职业路线/147案例研究/148拓展阅读/15115服装造型社评、产品目录和广告/152什么造就了一个成功的服装造型师？
/153拍摄的前期准备和指导拍摄/153职业路线/155案例研究/157拓展阅读/15916服装及纺织教育高等教育/161继续教育/162中学/162兼职讲师/162讲师应聘及面试过程/163讲师的合同以及岗位职责/163课程管理及行政工作/164人才培养与科研/164职业路线/165案例研究/166拓展阅读/17117为自己工作自由职业/172创办企业/173行政部门/178案例研究/178拓展阅读/18218在服装及纺织业中求职媒体广告/185口头消息传达以及内部广告/185人才招聘中介机构/185通过高校帮助获得职业/186工作经验/187递交职位申请/188主要能力/188简历/188求职信及简历的格式/189面试/189作品集(代表作)/192在服装及纺织业中选择你的职业发展道路/193拓展阅读/193服装纺织术语索引

<<定位时尚>>

章节摘录

· 设计师品牌服装公司(高级时装、成衣品牌或二线品牌产品以设计师的名字命名)；· 品牌服装公司(产品以品牌名称，而不是以零售商的名义售卖)；· 生产商/供应商；· 零售商(服装以零售店的商标售卖)。

为成衣和品牌服装工作的设计团队更加强调对流行趋势的把握及设计理念的表达，而生产商的设计团队往往有更多机会利用技术手段进行设计。

尽管发布会上的服装表演可能给人们相反的印象，但中级市场及大众市场能够为设计师提供的工作岗位远比高级服装设计领域多。

设计师品牌服装公司 Designerlabels “高级时装”这个词常被错误地用来描述许多设计师设计的服装，实际上这个词的使用是有着严格限制的。

高级时装的设计师必须在巴黎拥有永久的设计工作室。

高级时装通常针对个人客户而量身定做，并且多是手工缝制的。

因为每套服装的价格常常超过一万英镑，这使得世界上高级时装业的顾客仅有几百人。

这或许有些令人震惊，许多高级时装店是不能盈利的，但高级时装业务对于品牌的推广来说是至关重要的。

量体裁制、昂贵的面料及舞台发布决定了高级时装的成本将超过十万英镑。

许多媒体的报道可以弥补时装发布会的花费，相比花费同样的费用在广告上，发布会的效果要更划算。

发布会也是那些不会想到要购买高级时装的大众消费者了解高级时装产业的渠道，他们会通过购买该品牌旗下的如香水、配饰这些附属产品来迈入高级时装这个迷人的境界，而这些收入也是维系发布会照常举行的基础。

以设计师名号为商标进行生产的成衣是面向大众市场的，售价低于高级时装，每年在米兰、巴黎、伦敦和纽约召开的发布会最引人注目。

发布会的成本、广告宣传及高品质的设计、纸样裁剪、面料和制作工艺使得成衣品牌服装比商业高街上出售的产品要贵得多。

事实上，成衣单件款式的生产量一般比较少，这也是导致这类成衣比面向大众市场的服装产品的价格高的一个原因，众所周知，单件产品生产数量的增加可以降低每件服装的成本。

不管怎样，那些在商业上做得成功的设计师能够生产大批量的服装。

服装发布会上模特走秀穿着的服装是不会直接被投产销售的，一方面可能是因为没有买手选择这些款式，也可能是因为这些款式不适于大规模投产，但在对公众进行品牌宣传上，这些服装起到了重要的作用。

现在多数商业高街里的服装零售商往往从成衣发布会上获取设计灵感已经是一个公开的秘密。

<<定位时尚>>

编辑推荐

《定位时尚：服装纺织从业人员职业生涯规划》内容新颖、覆盖面广且实用性强，可供高等院校服装专业师生、服装行业从业人员和广大服装爱好者阅读使用。

您是否对纺织服装行业的工作充满兴趣，却又不知道哪一个职业更适合您？

《定位时尚》向您全面展示了服装行业的商业运作以及服装行业各个领域之间的关系，如零售、制造、新闻媒体和高等教育等。

通过走访近几年工作在服装企业和大学的人员，对服装设计、工艺、营销和传媒等岗位的职责做了详尽叙述，相信它会对您未来的发展有所帮助。

最后，《定位时尚》在纺织服装业求职。

如何成为成功的应聘者及如何自己创业等方面提供了有意义的职业规划建议。

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>