

<<全程掌控服装营销>>

图书基本信息

书名：<<全程掌控服装营销>>

13位ISBN编号：9787506453158

10位ISBN编号：7506453150

出版时间：2009-1

出版时间：中国纺织出版社

作者：崔彩焕

页数：228

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>

<<全程掌控服装营销>>

前言

从事时尚事业时，令人惋惜的是实际操作所需的知识与学校学到的知识有一定差距，本书的初衷在于能够缩短实际操作与理论之间的差距。

这本书能以中文发行，本人感到很荣幸。

我们没能给就业的学生一个明确的就业指导，却建议创造新品牌的人们要雇佣富有经验的职工。

市面上没有几本书能够推荐给刚刚投身于时尚事业的新人。

所以我作为在时尚行业摸爬滚打这么多年的人，以实际操作为基础整理这本书给新人，不足之处请谅解。

本书不仅可以作为大学教材以及参考教材，还可作为时尚行业新成员参考用书。

为了便于理解，本书运用了大量的实例，专业词汇

<<全程掌控服装营销>>

内容概要

本书共分为五个部分：第一部分讲时尚与营销，第二部分讲时尚商品的营销环境，第三部分讲消费者行为分析，第四部分讲营销的思考，第五部分讲营销管理。

本书语言简单明了，以韩国工作现场为中心，综合韩国实际案例，运用大量图表说明问题，全程掌控服装营销。

本书适合作为服装院校师生的参考教材，也可作为新进服装行业人员的学习参考用书。

<<全程掌控服装营销>>

作者简介

崔彩焕，1983 KOLON商事（株）Fashion，Marketing科长，1991（株）Beauce Merchandising Corp，创立品牌淑女装“ON&ON”，1997（株）Kumbi Corp，Fashion事业本部长/理事，策划”Lecoq Sportif”品牌的市场开发，2001（株）Interpark Fashion理事，2001（株）Fashion Mall Korea理事，2005中国大连韩美达百货商场副总经理，2006北京八佰思咖啡有限公司总经理，现任Seoul综合艺术学校Fashion艺术学部长，韩国能率协会经营Consultant。

<<全程掌控服装营销>>

书籍目录

第一部分 时尚与营销 第一章 时尚的本质 第二章 营销 第三章 时尚商品营销 第二部分 时尚商品的营销环境 第四章 环境的变化 第五章 时尚行业市场 第六章 时尚企业 第七章 营销情报 第八章 营销调查 第三部分 消费者行为分析 第九章 消费者的行为 第十章 形象战略 第十一章 消费者的管理 第四部分 营销的思考 第十二章 产品战略 第十三章 价格战略 第十四章 渠道战略 第十五章 推销战略 第十六章 物流战略 第十七章 服务战略 第十八章 经营分析 第五部分 营销管理 第十九章 营销的组织 第二十章 全球营销参考文献附录一 互联网营销附录二 事业计划书的制作方法

章节摘录

第一部分 时尚与营销 第一章 时尚的本质 1. 时尚和时尚产业 时尚这个词广泛地应用于各个领域。

通常，时尚（fashion）是指限定在特定社会的某种类型（type）或者样式（style），通过多种渠道融入社会，人们以此作为自我体现的手段和方式，是一种生活化的社会现象。

而比起上述定义，其在社会中的实质性概念更为重要。

一般谈起时尚，人们很快就会联想到服装，当然服装以外的产品也具有时尚性，我们可将其定义为广义上的时尚。

毋庸置疑，时尚性最强的产品往往都与服装有关。

那么，时尚本身到底有什么样

<<全程掌控服装营销>>

编辑推荐

本书不仅可以作为大学教材以及参考教材，还可作为时尚行业新成员参考用书。为了便于理解，本书运用了大量的实例，专业词汇用双语表述。不仅如此，本书还运用了大量的图和表来说明问题，对于善于获取信息的人们来说，只要看图和表就能轻而易举地理解内容。

本书共分为五个部分。

第一部分是讲时尚与营销。

第二部分是讲时尚商品的营销环境，其重点是时尚行业市场。

第三部分是讲消费者行为分析。

第四部分是讲营销的思考，阐述了以企业为中心的实践性战略。

第五部分是营销管理。

<<全程掌控服装营销>>

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>