

<<品牌服装设计>>

图书基本信息

书名：<<品牌服装设计>>

13位ISBN编号：9787810384261

10位ISBN编号：7810384260

出版时间：2004-6

出版时间：中国纺织大学出版社

作者：刘晓刚

页数：341

字数：360000

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>

## <<品牌服装设计>>

### 内容概要

本书针对目前我国服装专业教学内容普遍漠视服装企业的人才需求模式和教学内容脱离市场发展的情况，以国际品牌服装为参考依据，以中国综合国情尤其是以我国中小型服装企业占服企业总数绝大多数的产业特点为背景，把服装企业对设计人才的要求和品牌服装的通用模式作为基准而写。

书中的主要内容以品牌服装为主线，以品牌服装的设计为核心内容，是作为服装设计师所必须具备的知识，有些则从设计的角度出发，结合当前的服装产业的特点，对其他相关学科的知识进行重整组合。

这不仅是服装设计专业学生为了搞好产品设计而应该掌握的品牌服装运作知识，同时也是日益增多的大学生自主创业时更需要了解的知识，是今后设计师转型为经营者必须了解的业内知识。

本书中的案例都是根据市场上的典型服装品牌而摘取的，以国内品牌为主，为此，我们还特意进行了企业调研。

为了保证教材的公正性和不必要的名誉纠纷，为了举例时不带任何广告色彩，书中将国内品牌案例全部以英文代号相称。

其中，以一位英文字母作代号的案例是本书中的基本案例，将从多个角度反复举例，在附件中有这些企业的详细资料，以两位英文字母作代号的案例是本书的一般案例，不作重点介绍。

本书适合对掌握了服装设计基础知识的基本技能的高年级学生进行高级专业课程教学。

## <<品牌服装设计>>

### 书籍目录

前言绪论 1.品牌的由来和现状 2.品牌的涵义 3.品牌的分类 4.品牌与非品牌的区别 5.品牌成功的四大要素 6.本课程研究方法品牌服装调研 1.服装市场调研 2.服装企业调研 3.销售场所调研 4.客观调研结果与主观预定目标的关系品牌定位 1.品牌定位的意识 2.品牌定位的内容 3.品牌定位的表达 4.品牌的命名方法与形式 5.品牌的再定位品牌运作 1.品牌运作的概念 2.品牌运作的企业部门结构 3.品牌服装运作的主要环节 4.品牌服装运作的一般方法 5.非常规操作产品和设计流程 1.产品的流程 2.设计的流程品牌服装设计理念 1.现代设计理念概述 2.设计理念的确定 3.设计理念的形成产品设计 1.设计资源 2.产品设计 3.设计元素组合 4.设计的整合 5.设计的沟通设计管理 1.设计管理的问题 2.设计管理的方法 3.设计与成本 4.设计师与品牌的关系流行现象品牌形象品牌营销品牌经营品牌的变革后记

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>