第一图书网, tushu007.com

<<服装设计策略>>

图书基本信息

书名：<<服装设计策略>>

13位ISBN编号：9787506440431

10位ISBN编号：7506440431

出版时间：2006-11

出版时间：中国纺织出版社

作者：张灏

页数：213

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

本书立足服装企业设计人员，本着在务实的基础上有所提升的原则，力求对设计部门和设计师的工作起到有效指导作用。
本书的内容从设计师和设计机构的职责谈起，先对企业设计工作的职能范围进行了概括，然后，从设计定位到设计理念、主题的推出、设计方案的确定，乃至设计工作的具体实施，完成了对整个设计过程的分析阐述，同时指明了每一个环节的方法策略。
本书将对我国服装业设计有很大的指导作用。

第一图书网, tushu007.com

作者简介

前沿顾问首席管理顾问，高级培训讲师。
服饰营销专业硕士。
国家服装行业生产力促进中心培训中心主任，是为纺织、服饰企业提供管理咨询和培训的专家。
徐先生作为服饰行业科班出身的管理专家，一直致力于纺织，服饰行业管理咨询和培训工作，并且形成了独特的管理理念，在众多国内外著名服饰企业实践中取得卓越的成果。
徐先生是一位拥有国际先进管理资讯的实战型专家，曾为杉杉MGB、金利来、鄂尔多斯、圣马龙、报喜鸟、与狼共舞、爱慕、秋水伊人、马克华菲，兴泰季候风、台茗、顶呱呱、世纪金花、红博广场等上千家国内外知名服饰，纺

第一图书网, tushu007.com

书籍目录

第一章 服装设计师的职责第一节 服装设计师一、服装设计师工作的分类／002二、服装设计师应具备的基本素养／004三、服装设计师的职责／013第二节 设计机构的职能与运作一、设计机构的组织结构与职能分布／018二、设计机构的内部运作／020三、设计机构的延伸职能／023第二章 把握流行第一节 流行的影响力一、流行的形成／028二、影响设计的流行因素／029第二节 寻找流行一、时代背景／036二、影响当代流行因素分析／037第三节 把握流行一、把握流行与个性的关系／046二

章节摘录

三、服装设计师的职责　(一)服装设计师的职责范围　1．满足消费者的需要　对服装设计师而言，首先要明确自己的真正价值体现在市场上，设计出使消费者感到“物超所值”的商品，赢得市场消费者的认可才是真正有价值的设计师。
设计师作品的时装秀只能说明他的创意才华和天分，而作为设计产品，只有把时装秀的流行因素推向大众的消费者，变成在市场上广受消费者喜欢的商品，才能最终体现设计师的价值。
因此，源源不断地推出能够迎合市场、引导市场需求的产品的设计师，才是成功的设计师。
2．满足经营者的需要　设计师要想

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