

<<服装商品企划学>>

图书基本信息

书名：<<服装商品企划学>>

13位ISBN编号：9787506462662

10位ISBN编号：7506462664

出版时间：2010-5

出版时间：中国纺织

作者：李俊//王云仪

页数：276

字数：270000

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>

<<服装商品企划学>>

前言

“服装商品企划学”课程教材建设的意义日益凸显。

一方面，从1995年开始至今，中国服装业在全球服装贸易中的出口市场占有率就超过其他国家和地区，跃居全球服装大国，以粗放型规模扩张发展为主的模式夯实了产业基础。进入21世纪，新技术、自主创新能力以及具有国际影响力的自主品牌仍然不足；同时劳动力和原料成本低廉的优势逐渐削弱，2008年服装产业规模扩张止步，全国服装总产量下降。未来服装产业发展的重点将指向服装商品企划、设计创意、品牌管理等具有高附加值的环节。当前产业资源转移流动、重新配置以及产业的调整升级已

<<服装商品企划学>>

内容概要

本书系统论述了服装商品企划学的基础知识。

以服装商品的市场流动为主线，以服装品牌的整体策划为核心，对服装商品企划的内涵实质、品牌战略、操作流程、案例剖析、组织运营等进行了全面阐述。

主要内容包括：服装品牌的命名、目标市场的设定、环境分析与流行预测、品牌理念风格设定、服装总体设计、服装品类组合构成、服装销售策略、财务预算规划，并列举了一些服装品牌商品企划的案例。

全书结构严谨清晰，内容丰富新颖，实用性强；理论联系实际，富有可操作性。

该书专门针对服装品牌的商品企划，不但可作为大专院校服装专业的教材，也是服装品牌策划、设计、运作和管理等从业人员的业务指南。

<<服装商品企划学>>

书籍目录

第一章 服装商品企划的基础知识 第一节 服装商品企划的概述 一、服装商品企划的概念 二、服装商品企划的范畴 第二节 服装商品企划的地位与原点 一、服装商品的属性 二、服装商品企划在服装产业中的地位 三、服装商品企划的原点 第二章 服装商品企划的战略 第一节 服装市场营销的基础知识 一、市场营销与商品企划的关联 二、市场营销活动的基本步骤 第二节 高感度、个性化服装市场及商品企划战略 一、服装产业的信息媒体化趋向 二、高感度、个性化服装市场与快速时尚的形成和发展 三、服装商品企划战略的多极化 第三节 服装商品企划的品牌战略 一、国内服装商品企划的实施形式 二、服装商品企划的品牌战略选择 第四节 服装品牌的分类及构成模式 一、品牌的内涵与架构 二、服装品牌的分类 三、服装品牌的构成模式 第五节 服装品牌商品企划开发流程 一、现代服装产品快速开发模式 二、服装品牌商品企划流程的学习模块 第三章 服装商品企划的实施要素 第一节 服装品牌的命名 一、BI计划 二、品牌的命名 三、品牌命名的策略 第二节 目标市场的设定 一、目标市场设定及过程 二、市场细分 三、选择目标市场 四、市场定位与目标市场的营销策略 第三节 环境分析和流行预测 一、环境分析的意义及流程 二、环境分析的范畴 三、环境分析的内容 四、收集情报信息 五、流行预测 第四节 品牌理念风格的设定 一、品牌理念认识的现状 二、品牌理念设定的背景 三、品牌理念设定的意义 四、品牌理念的细分评价体系 五、理念定位表达的步骤 六、品牌商品季节 理念主题的设定 七、品牌理念的核检 第五节 服装总体设计 一、服装总体设计概述 二、廓型与细部结构设计 三、色彩企划 四、材料企划 第六节 服装品类组合构成 一、组合搭配原则 二、服装商品构成 三、服装规格尺寸设计 四、服装价格设定 五、服装设计与生产实施 第七节 服装的销售策略 一、服装销售渠道及场所的选择 二、促销策略 三、零售促销战略 四、视觉促销(VMD)企划 五、商品企划与导购待客 第八节 品牌财务预算规划 一、成本预算 二、全面预算 三、资金筹措 四、服装品牌财务预算案例 第四章 服装商品企划的组织运作 第一节 服装商品企划组织运作的概述 一、服装商品企划的组织构造 二、服装商品企划组织活动的基本过程 第二节 服装商品企划师责任制与职能 一、服装商品企划师责任制 二、服装商品企划师的职能 第五章 服装商品企划的案例分析参考文献

章节摘录

第一章 服装商品企划的基础知识 第一节 服装商品企划的概述 一、服装商品企划的概念
(一)服装商品企划的定义 美国市场协会AMA(the America Marketing Association)对商品企划(Merchandising) 定义为：“ The planning involved in marketing the particular merchandise or service at places , times , and prices and in the quantities”

<<服装商品企划学>>

编辑推荐

服装品牌的命名、目标市场的设定 环境分析与流行预兆轧一品牌理念风格设定 服装总体设计、服装品类组合构成 服装销售策略、财务预算规划

<<服装商品企划学>>

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>