

## <<高级家用纺织品设计师>>

### 图书基本信息

书名：<<高级家用纺织品设计师>>

13位ISBN编号：9787506478571

10位ISBN编号：7506478579

出版时间：2012-5

出版时间：中国纺织出版社

作者：纺织行业职业技能鉴定指导中心，中国家用纺织品行业协会组织 编写

页数：175

字数：186000

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>

## <<高级家用纺织品设计师>>

### 内容概要

《国家职业资格培训教程：高级家用纺织品设计师（用于国家职业技能鉴定）》遵循“以职业活动为导向，以职业技能为核心”的编写原则，按照助理家纺设计师、家纺设计师和高级家纺设计师的技能要求依次递进，体现了高级别涵盖低级别的要求。

《国家职业资格培训教程：高级家用纺织品设计师（用于国家职业技能鉴定）》介绍了职业标准中高级家用纺织品设计师应掌握的工作技能及相关知识，涉及家纺设计的规划与指导、织物设计制作、印染图案设计制作、绣品设计制作、纺织品空间装饰设计、产品造型设计、设计师的培训与指导等内容。

《国家职业资格培训教程：高级家用纺织品设计师（用于国家职业技能鉴定）》适用于对高级家用纺织品设计师的职业资格培训，也是家用纺织品设计师职业技能鉴定国家题库命题的直接依据。

## <<高级家用纺织品设计师>>

### 书籍目录

#### 第一章 家纺设计的规划与指导

##### 第一节 家纺设计创意规划

学习目标

相关知识

- 一、设计创意综合知识
- 二、设计创意规划系统知识
- 三、设计创意规划的文案写作

家纺设计创意规划流程

- 一、创意设计的目标定位
- 二、确定设计创意主题
- 三、分析设计创意的各种要素并进行整合
- 四、制订一整套可以实施的设计创意规划书
- 五、确定设计创意工作任务

思考题

##### 第二节 产品品牌设计发展规划

学习目标

相关知识

- 一、家纺品牌定位的总体规划
- 二、产品品牌发展规划
- 三、发展规划的实施

发展规划工作流程

- 一、围绕企业发展的长远目标制订品牌总体规划
- 二、围绕品牌总体规划制订产品品牌发展规划
- 三、发展规划实施

思考题

#### 第二章 家纺设计与制作

##### 第一节 编制设计、开发方案

学习目标

相关知识

- 一、家纺流行趋势研究和预测
- 二、有关家纺设计风格的理论
- 三、家居文化知识

编制设计、开发方案流程

- 一、对国内外家纺流行趋势进行分析研究
- 二、根据目前流行趋势提出设计指导意见
- 三、分析时尚的流行设计风格
- 四、对产品开发进行风格定位
- 五、编制产品设计开发方案流程

思考题

##### 第二节 实施产品设计开发计划

学习目标

相关知识

- 一、品牌理论与产品设计定位综合知识
- 二、实施品牌产品设计方案
- 三、织物设计相关知识

## <<高级家用纺织品设计师>>

四、印染图案设计相关知识

五、绣品设计相关知识

实施产品设计开发计划流程

一、实施织物设计开发计划流程

二、实施印染图案设计开发计划流程

三、实施绣品设计开发计划流程

思考题

第三章 纺织品空间装饰设计

第一节 编制家纺产品空间展示设计方案

学习目标

相关知识

一、家纺流行趋势的本质和应用

二、建筑空间装饰风格

三、展示设计概述

四、如何编制展示设计方案

编制家纺展示设计方案流程

一、确定设计方向

二、对展示空间进行装饰风格定位

三、确定空间展示设计主题

四、根据主题与风格的需要编制整体的展示设计方案

思考题

.....

第四章 产品造型设计

第五章 培训与指导

## <<高级家用纺织品设计师>>

### 章节摘录

版权页：插图：（3）与新科技共创的设计方式。

（4）与国际时尚互动的设计理念。

（5）与使用环境相适的设计意识。

有关创意设计原则方面的知识可参考《家用纺织品设计师基础知识》第二章节具体内容。

（二）设计创意的定位 家纺用品设计创意的定位首先要明确为哪些人而设计家纺用品，同时要明确本企业设计出的家纺用品与其他企业产品相比，其特色在哪里？

创意的设计定位还应包括创意设计的时间因素和空间因素，以及使用家纺用品的目的性和针对性。

家纺设计创意定位的前提是对家纺消费市场以及目标消费群体进行调研和分析。

市场调研包括对竞争对象和产品特点的分析研究。

高级家纺设计师要在确定目标市场和目标消费群体的基础上，根据本企业的实际情况制订出设计创意的定位。

1.设计创意的市场定位 对家纺行业来讲，确定目标市场是每一个企业经营决策的关键。

目标市场的需求与变化决定了企业产品设计的方向。

目标市场是企业正在和即将在其中开展产品推广和营销的那部分市场。

其范围和特性相对确定，可以通过量化的数据进行定量分析，使企业对市场的认识更加精确，从而有针对性地提供满足需要的产品。

通常某个企业都会有自己相对稳定的目标市场，而当新品牌和新的竞争因素加入其中之后，市场也会发生相应变化。

在不断消长的动态市场之中，高级家纺设计师应十分敏感地掌握市场动态，适时地推出其创新设计，以便更有效地占领市场。

家纺目标市场可以按不同地域、不同经济、文化环境、不同消费群体来进行划分和确定，但作为高级家纺设计师，必须考虑本企业的实力与目标市场的相对对应性。

一个家纺企业可以以国外市场作为目标市场，也可以以国内市场作为目标市场，可以以一线的大都市作为目标市场，也可以以二三线城市作为目标市场。

市场是千差万别的，家纺企业提供给市场的家纺产品也要与之紧密对应。

在进行市场定位的过程中，家纺企业不可用一刀切的方式来确定市场营销方式，而应该根据市场细分的原则对市场做出分析，研究不同市场的价值取向和类型特征，以确定各类细分市场。

市场细分一般以特定的地域环境、特定的消费对象以及消费者的消费心理、消费方式和行为来确定。

其根本点是以设计创意满足特定消费需求为标准。

<<高级家用纺织品设计师>>

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>