

<<品牌服装运作>>

图书基本信息

书名：<<品牌服装运作>>

13位ISBN编号：9787810389099

10位ISBN编号：7810389092

出版时间：2007-8

出版时间：东华大学出版社（原中国纺织大学出版社）

作者：刘晓刚

页数：280

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>

<<品牌服装运作>>

内容概要

本书是《品牌服装设计》的姐妹篇，主要立足在品牌服装设计的各个环节，强调产品开发的操作过程。全书内容包括品牌服装定位、品牌服装产品、品牌服装销售、服装品牌形象、服装品牌经营、服装品牌变革、服装品牌战略等。

<<品牌服装运作>>

作者简介

刘晓刚，教授、博导，国家有突出贡献中青年专家，享受国务院政府特殊津贴，全国服装设计与工程专业教学指导委员会副主任，全国艺术硕士专业学位教学指导委员会委员，中国服装设计师协会理事委员，全国十佳服装设计师，东华大学服装学院副院长，东华大学服装学院服装研究中心主任，东华大学-施华洛世奇创意设计中心主任，连续三届上海市高校优秀青年教师，国内多家服装企业设计总监。

<<品牌服装运作>>

书籍目录

第一章 品牌服装略论 第一节 品牌的涵义 第二节 品牌的由来 第三节 服装品牌的现状 第四节 品牌成功的四大要素 第五节 服装品牌的分类 第六节 运作品牌的准备 第二章 品牌服装模型 第一节 品牌模型的概念 第二节 品牌模型的策划 第三节 品牌运作的概念 第四节 品牌服装运作的一般方法 第三章 品牌服装调研 第一节 关于调研 第二节 服装市场调研 第三节 服装企业调研 第四节 服装商场调研 第六节 调研结果与预定目标的关系 第四章 品牌服装定位 第一节 品牌定位的目的 第二节 品牌定位的四大原则 第三节 品牌定位的五大板块 第四节 品牌定位的内容 第五节 品牌定位的表达 第六节 服装品牌的命名 第八节 品牌的再定位 第五章 品牌服装产品 第一节 品牌服装产品的特点 第二节 品牌服装产品的流程 第六章 品牌服装销售 第一节 产品的通道 第二节 产品的计划 第三节 产品的定价 第四节 销售的计划 第五节 销售的形式 第七章 服装品牌形象 第一节 品牌与产品的关系 第二节 品牌形象与产品形象的关系 第三节 品牌形象的内容 第四节 终端形象 第五节 品牌形象的实施 第六节 品牌形象的维护 第八章 服装品牌经营 第一节 品牌愿景 第二节 品牌的经营模式 第三节 品牌的特许经营 第四节 品牌的规模扩张 第五节 品牌的转让经营 第六节 影响品牌发展的不利因素 第九章 服装品牌变革 第一节 品牌的质素 第二节 品牌的裂变 第三节 品牌的提升 第四节 品牌的优化 第五节 品牌的推广 第十章 服装品牌战略 第一节 品牌战略的含义 第二节 品牌战略的特征 第三节 制定品牌战略的原则 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>