

<<现代服装工程管理>>

图书基本信息

书名：<<现代服装工程管理>>

13位ISBN编号：9787506460217

10位ISBN编号：7506460211

出版时间：2010-8

出版时间：中国纺织出版社

作者：温平则，冯旭敏 编著

页数：339

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>

<<现代服装工程管理>>

前言

新世纪的到来,为我国服装产业迅猛发展提供了难得的历史机遇,快速发展的服装产业使传统的产业结构不断发生变化,引起了产业岗位的不断调整,使服装产业对人才的需求不断增长,除服装设计师、样板师、工艺师等技术人才外,还需要大量企划、管理、市场营销等工程型人才。为了适应市场对人才的需求,服装应用技术教育对人才的培养方向也更加宽泛,开发成熟的相关教材成为推进人才培养的关键。

编者所任职的邢台职业技术学院,2006年底被评为首批28所国家示范性建设高等职业院校之一,服装工程系服装设计与加工专业成为示范建设重点建设专业;2007年“现代服装工程管理”被评为国家级精品课程。

以此为契机,编者编写了《现代服装工程管理》。

“现代服装工程管理”是服装设计与工程专业的核心主干课程,是培养适应服装产业运营所需企划、管理、营销等人才的一门重要课程。

它包括产品企划与产品设计、生产管理实务、市场营销三大部分内容,这些课程内容中所包含的知识及应该具备的能力,都贯穿于企业生产经营活动的全过程,是专业核心能力。

该课程根据服装产业运行模式,分析服装工业化生产经营活动的运作过程,确定服装产品企划与产品设计、服装生产现场管理、服装市场开发、市场营销等工程管理岗位单元结构,根据岗位确定课程内容模块。

以“怎样做,怎样做更好”为关键知识点,确定课程内容。

“现代服装工程管理”课程在人才培养过程中,能够将设计、技术、营销等独立的知识与能力提升到市场运作的层面,形成完整的知识链条与综合的能力结构,达到综合能力训练的目的,实现培养复合型人才的目标,满足企业对服装产品开发、生产技术管理以及服装市场营销等人才的需求。

<<现代服装工程管理>>

内容概要

本书根据服装产业运行模式，分析服装工业化生产经营活动的运作过程，确定服装产品企划与产品设计、服装生产现场管理、服装市场开发、市场营销等工程管理岗位单元结构。

具体内容包括产品企划、生产管理和市场营销三大部分。

本书将设计、技术、营销等独立的知识与能力提升到市场运作的层面，形成完整的知识链条与综合的能力结构，达到综合能力训练的目的，实现培养复合型人才的目标，满足服装企业对服装产品开发、生产技术管理以及服装市场营销等人才的需求。

本书既可供各类服装职业院校的师生学习，也可供服装企业产品开发、生产技术管理及市场营销人员阅读和参考。

<<现代服装工程管理>>

作者简介

温平则，男，1965年7月生，籍贯山西。

1986年3月赴日本东京文化服装学院留学，1988年3月毕业回国，回国后一直从事服装教育工作，现为副教授。

先后编著出版《服装工程学》、《服饰营销学》等教材；在《中国皮革》、《商场现代化》等国家中文核心期刊上发表论文十余篇；是“现代服装工程管理”精品课程建设的主要参与者，该课程2007年被评为国家级精品课程。

冯旭敏，女，1965年7月生，籍贯天津。

1986年3月赴日本东京文化服装学院留学，1989年3月毕业回国，回国后一直从事服装教育工作，现为邢台职业技术学院服装工程系书记、教授，中国服装设计师协会学术委员会委员，河北省服装行业协会模特委员会主任；先后编译、编著出版《文化服装讲座（服饰手工艺篇）》、《文化服装讲座（服装设计篇）》、《服装工程学》等教材；主持“现代服装工程管理”国家级精品课程建设。

<<现代服装工程管理>>

书籍目录

第一篇 产品企划 第一章 服装产品企划概述 第一节 服装产品企划与企划工作 第二节 产品企划工作者的要求与能力 第三节 消费者需求预测与服装消费 复习与作业 第二章 服装产品企划实务 第一节 上一年同期产品营业实绩反思 第二节 目标消费者定位 第三节 情报收集、整理、企划与管理 第四节 产品定位与产品设计 第五节 模特样衣试制研究 第六节 产品构成方法与产量判断 第七节 材料计划 第八节 内部展示会与展销会企划 第九节 制作产品企划书 复习与作业 第二篇 生产管理 第一章 服装生产管理概述 第一节 生产管理的历史发展与进步 第二节 服装产业特征与服装企业运营管理 复习与作业 第二章 服装企业生产管理工作实务 第一节 加工、裁剪、粘衬指示书的制作 第二节 缝制方法说明书 第三节 制作工业用样板 第四节 样品制作 第五节 委托外协加工管理 复习与作业 第三章 成本管理 第一节 成本管理概述 第二节 服装产品成本的核算方法 第三节 成本和费用的控制 第四节 降低成本的方法 复习与作业 第四章 作业分析、改进及标准化 第一节 作业分析、改进及标准化概述 第二节 工程分析 第三节 作业动作分析改进及标准化 第四节 时间分析与标准加工时间的设定 第五节 作业标准制订与作业标准化 复习与作业 第五章 工程管理 第一节 工程管理概要 第二节 工程管理的职能 第三节 生产设计 第四节 生产组织 第五节 车间布局设计 第三篇 市场营销参考文献

章节摘录

三、善于经验的积累，磨练超前的感知能力 决策者必须具备善于准确把握未来流行的职业素养，而超前的感知能力来源于知识、信息、经验的不断积累。

一个成功的企划人，其出色的决策能力与策划能力，不是一朝一夕成就的。而是在身经百战的市场竞争和市场经验中对信息、情报、常识等大量的积累。通过从量变到质变的过程而逐渐升华为准确把握市场的职业素质。

1.他人信息与方法的汲取利用 企业没有创造出畅销对路的产品，有时是由于企划者经验不足，没有做出正确的产品开发决策导致的。

企划者做出正确决策往往来自于大量相关的信息，因此通过各种方法与手段收集信息，并进行综合分析处理与有效利用至关重要。

如身经百战的年长企划人，对年轻活力装产品的企划，不能仅仅依靠于自身感受，一定要通过激发年轻人的灵感和创意。

弥补自身对情报信息把握能力的局限性。

2.风土人情等相关信息的积累 畅销品是指卖得好、销售得快的产品。

虽然是畅销品、适销品，但并不是同种产品在全国的任何地区或地域都畅销。

东南西北的气候、风土人情、生存环境不同，消费理念、生活方式、消费需求也各有不同；同时。

顾客所选择的百货店、专卖店、网络等购买渠道规模、风格特征、层次各不同，消费需求也会有很大差异。

因此，收集、积累这些有价值的信息，对于正确的产品设计开发、运营决策具有十分重要的意义。

<<现代服装工程管理>>

编辑推荐

根据产业运行模式，分析工业化生产经营运作过程。
确定岗位单元结构。
根据岗位、确定产品企划与产品设计、生产现场管理、市场营销三大内容模块。
将设计、技术、营销等独立的知识与能力形成完整的知识链条与综合的能力结构。

<<现代服装工程管理>>

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>