

<<服装市场营销>>

图书基本信息

书名：<<服装市场营销>>

13位ISBN编号：9787565000195

10位ISBN编号：7565000191

出版时间：2009-11

出版时间：合肥工业大学出版社

作者：张纪文等著

页数：120

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>

<<服装市场营销>>

内容概要

服装工程和服装设计的师生们也不能只关注“服装”本身的工程与设计了，埋首书斋自然也是做不成适应“时尚”生活的现代设计的。

我们的教学目标、课程计划中。

营销管理类课程已是重要的组成部分。

作为一般理论的市场营销学尽管可以应用于各个行业，其中也包括对于服装专业的指导部分，然而太过通用的理论往往不太适应具体的、特色性的产业或行业。

服装市场营销学是一门市场营销学与服装专业相结合的应用型交叉学科，它是在市场营销学的理论基础上，结合服装市场营销活动的成功案例和众多专家学者的理性思考而成长起来并迅速发展起来的一门新兴学科。

当今全球经济一体化的进程加快，使得服装市场的竞争日益加剧。

在新的经营环境和激烈的市场竞争中，服装行业和企业越来越需要既具有服装专业知识，又掌握市场营销理论和方法的综合型人才。

为了适应服装行业的市场化发展对服装营销人才的需求，服装专业的学生系统地进行服装市场营销学习，无疑具有重要的现实意义。

《高等院校应用型设计教育规划教材·服装艺术与工程系列：服装市场营销（附光盘）》数易其稿，体系上我们力图简洁但又涵盖全面，内容上包括适应教学的经典理论也力图出新。

全书以市场营销的基本概念和理论为基础，结合服装业和市场现状、特点及成功案例，系统而简明地阐述了服装营销管理的一般理论与方法。

孙菊剑先生审阅了《高等院校应用型设计教育规划教材·服装艺术与工程系列：服装市场营销（附光盘）》初稿，并提出了建设性的框架调整意见。

安徽农业大学服装系袁金龙主任也热情地给以专业指导。

苏州大学研究生尹雪峰也参与了《高等院校应用型设计教育规划教材·服装艺术与工程系列：服装市场营销（附光盘）》的编写工作。

成书过程中我们参阅了许多专家的专著，重读几位业师的教材，仿佛重回课堂，再次受教……编写过程中我们注重吸纳市场营销方面国内外主要著作和教材的精华以及学术界最新研究成果，突出了营销方面的内容和实用价值，注重实用性和实践性。

《高等院校应用型设计教育规划教材·服装艺术与工程系列：服装市场营销（附光盘）》适合服装市场营销的课程教学，同时对从事服装贸易与零售的人员也具有一定的实践指导作用。

<<服装市场营销>>

书籍目录

第一章 服装市场营销概述第一节 服装市场营销的概念和特点第二节 服装市场营销观念的演变第二章 服装营销环境第一节 服装市场营销环境概述第二节 服装市场营销的宏观环境第三节 服装市场营销的微观环境第四节 服装供应链第三章 服装消费行为分析第一节 影响服装消费者行为的因素第二节 服装消费者购买行为分析第四章 服装市场调查与预测第一节 服装市场调查概述第二节 服装市场调查第三节 服装市场预测第四节 服装产品 流行趋势判断第五章 服装市场细分及目标市场第一节 服装市场细分第二节 服装目标市场第六章 服装商品策划第一节 服装商品策划概述第二节 服装商品策划书的编写第七章 服装销售渠道第八章 服装销售策略第九章 服装销售人员的职业素养参考文献

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>