

《时尚》

图书基本信息

书名：《时尚》

13位ISBN编号：9787561325919

10位ISBN编号：7561325916

出版时间：2003-12

出版社：陕西师范大学出版社

作者：吉尼·斯蒂芬·伏琳译者：王立非，孙晓坤，程丽娜

页数：250

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.com

《时尚》

内容概要

时尚：从观念到消费者，ISBN：9787561325919，作者：（美）吉尼·斯蒂芬·伏琳著；王立非，孙晓坤，程丽娜译

书籍目录

序言前言第一部分 基本框架 第1章 时装的演变 法国：时尚中心 工业革命对时装的影响 成衣的大规模生产 19世纪的时装零售业 由通讯发展、闲暇时间增加和工业进步所带来的变化 第一次世界大战对女性地位和时装的影响 20世纪初期时装零售业的发展 经济萧条对时装的影响 第二次世界大战对时装的影响 战后时装款式的反叛 由年轻人主导的60年代 60-70时代的反时装潮流 物欲横流的80年代 价值主导的90年代 摘要 附：著名的时装设计师年表 第2章 影响时装市场的因素和消费者需求 消费者的需求 消费者群体 经济状况对消费者需求和市场营销的影响 市场营销的全球性影响 科技对市场营销的影响 市场营销链 第3章 时装潮流的变迁与消费者的接受程度 时装的定义 时装的演变 消费者对时装周期的认同 时装接纳 消费者的购买动机 时装的种类 摘要 第4章 有关时装市场的信息 时装潮流预测 与时装有关的服务和信息资源 设计的灵感来源 摘要 第二部分 时装的原材料 第5章 纺织纤维和布料生产 第6章 纺织产品的开发和营销 第7章 配件、皮革和毛皮 第三部分 时装产品开发 第8章 国际时装中心 第9章 时装产品 and 设计开发 第10章 时装的生产过程 第11章 配饰及皮件制造业 第12章 批发市场的营销与配销 第四部分 时装零售业 第13章 零售业 第14章 时装销售运作 第15章 时装的市场营销活动

精彩短评

- 1、这书还没看，看了下目录，内容应该不错。很期待（送货工作人员服务态度很好）
- 2、文字不错,可以了解得比较全面.
- 3、偶的入门教材啊。。。所有翻译版的通病它都有。
我就不多说什么了，最近没啥米心情看书，要静下心来了啊。。。
- 4、由古至今把有关时尚的方方面面展示于眼前使得我对于时尚有了更加深入的了解
- 5、入门级的好书，即便是从业多年的专业人士，时而翻看都会有新知。

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：www.tushu000.com