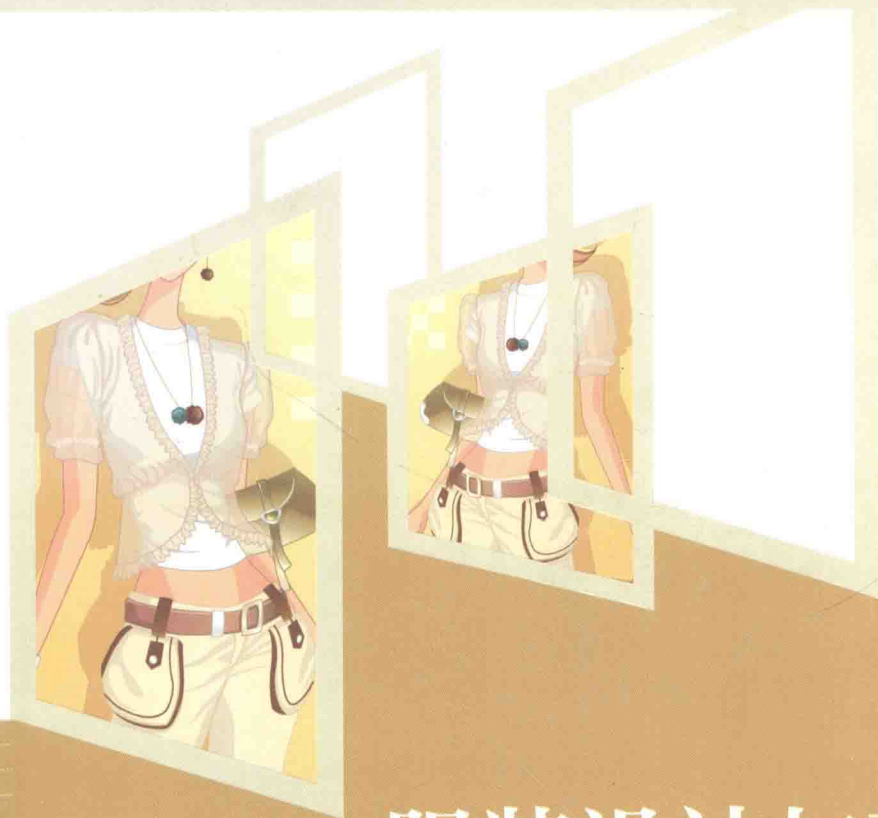




教育部 财政部中等职业学校教师素质提高计划成果
服装设计与工艺专业师资培训包开发项目 (LBZD064)



服装设计与工艺 专业教学法

教育部 财政部 组编

占必传 主编

范 滢 执行主编



高等教育出版社
HIGHER EDUCATION PRESS



教育部 财政部中等职业学校教师素质提高计划成果
服装设计与工艺专业师资培训包开发项目 (LBZD064)

服装设计与工艺 专业教学法

Fuzhuang Sheji yu Gongyi Zhuanye Jiaoxuefa

教育部 财政部 组编

占必传 主编

范 滢 执行主编



高等教育出版社·北京
HIGHER EDUCATION PRESS BEIJING

内容简介

本书是教育部和财政部“中等职业学校教师素质提高计划”中“服装设计与工艺专业师资培训包开发项目(LBZD064)的成果之一”。教材以服装岗位工作任务为线索,以典型产品为载体,以职业技能鉴定为参照,为培训教师提供了应掌握的服装企业生产流程中基本的专业知识原理与职业技能,使教师能够熟悉服装裁剪、制板、缝制、后整理和安全操作等工作任务要求。教材对各章的学习目标与要求进行全面的阐述,对授课课时、授课方法进行合理的安排,并在各主要章节后面设置了不同难度的思考题,既适用于不同层级培训,也适用于同一批受训教师基础参差不齐的实际,还可适用于受训教师不同的个性需求。

图书在版编目(CIP)数据

服装设计与工艺专业教学法 / 范滢主编 ; 教育部, 财政部组编. — 北京 : 高等教育出版社, 2012. 1
教育部和财政部中等职业学校教师素质提高计划成果
ISBN 978-7-04-033682-5

I. ①服… II. ①范… ②教… ③财… III. ①服装 - 设计 - 教学法 - 中等专业学校 - 师资培训 - 教材②服装 - 生产工艺 - 教学法 - 中等专业学校 - 师资培训 - 教材
IV. ①TS941-42

中国版本图书馆CIP数据核字(2011)第268258号

策划编辑 王雨平
责任校对 殷 然

责任编辑 刘惠军
责任印制 韩 刚

封面设计 张 志

版式设计 王艳红

出版发行 高等教育出版社
社 址 北京市西城区德外大街 4 号
邮政编码 100120
印 刷 北京鑫丰华彩印有限公司
开 本 787 mm × 1092 mm 1/16
印 张 18
字 数 370 千字
购书热线 010-58581118

咨询电话 400-810-0598
网 址 <http://www.hep.edu.cn>
<http://www.hep.com.cn>
网上订购 <http://www.landaco.com>
<http://www.landaco.com.cn>
版 次 2012 年 1 月第 1 版
印 次 2012 年 1 月第 1 次印刷
定 价 41.60 元

本书如有缺页、倒页、脱页等质量问题,请到所购图书销售部门联系调换
版权所有 侵权必究
物 料 号 33682-00

教育部 财政部中等职业学校教师素质提高计划成果
系列丛书

编写委员会

主 任 鲁 昕

副主任 葛道凯 赵 路 王继平 孙光奇

成 员 郭春鸣 胡成玉 张禹钦 包华影 王继平(同济大学)

刘宏杰 王 征 王克杰 李新发

专家指导委员会

主 任 刘来泉

副主任 王宪成 石伟平

成 员 翟海魂 史国栋 周耕夫 俞启定 姜大源

邓泽民 杨铭铎 周志刚 夏金星 沈 希

徐肇杰 卢双盈 曹 晔 陈吉红 和 震

韩亚兰

教育部 财政部中等职业学校教师素质提高计划成果
系列丛书

服装设计与工艺专业师资培训包开发项目 (LBZD064)

项目牵头单位 江苏技术师范学院

项目负责人 占必传

出版说明

根据 2005 年全国职业教育工作会议精神和《国务院关于大力发展职业教育的决定》(国发〔2005〕35 号),教育部、财政部 2006 年 12 月印发了《关于实施中等职业学校教师素质提高计划的意见》(教职成〔2006〕13 号),决定“十一五”期间中央财政投入 5 亿元用于实施中等职业学校师资队伍建设相关项目。其中,安排 4 000 万元,支持 39 个培训工作基础好、相关学科优势明显的全国重点建设职教师资培养培训基地牵头,联合有关高等学校、职业学校、行业企业,共同开发中等职业学校重点专业师资培训方案、课程和教材(以下简称“培训包项目”)。

经过四年多的努力,培训包项目取得了丰富成果。一是开发了中等职业学校 70 个专业的教师培训包,内容包括专业教师的教学能力标准、培训方案、专业核心课程教材、专业教学法教材和培训质量评价指标体系 5 方面成果。二是开发了中等职业学校校长资格培训、提高培训和高级研修 3 个校长培训包,内容包括校长岗位职责和能力标准、培训方案、培训教材、培训质量评价指标体系 4 方面成果。三是取得了 7 项职教师资公共基础研究成果,内容包括中等职业学校德育课教师、职业指导和心理健康教育教师培训方案、培训教材,教师培训项目体系、教师资格制度、教师培训教育类公共课程、职业教育教学法和现代教育技术、教师培训网站建设等课程教材、政策研究、制度设计和信息平台等。上述成果,共整理汇编出 300 多本正式出版物。

培训包项目的实施具有如下特点:一是系统设计框架。项目成果涵盖了从标准、方案到教材、评价的一整套内容,成果之间紧密衔接。同时,针对职教师资队伍建设的基础性问题,设计了专门的公共基础研究课题。二是坚持调研先行。项目承担单位进行了 3 000 多次调研,深度访谈 2 000 多次,发放问卷 200 多万份,调研范围覆盖了 70 多个行业和全国所有省(区、市),收集了大量翔实的一手数据和材料,为提高成果的科学性奠定了坚实基础。三是多方广泛参与。在 39 个项目牵头单位组织下,另有 110 多所国内外高等学校和科研机构、260 多个行业企业、36 个政府管理部门、277 所职业院校参加了开发工作,参与研发人员 2 100 多人,形成了政府、学校、行业、企业和科研机构共同参与的研发模

式。四是突出职教特色。项目成果打破学科体系,根据职业学校教学特点,结合产业发展实际,将行动导向、工作过程系统化、任务驱动等理念应用到项目开发中,体现了职教师资培训内容和方式方法的特殊性。五是研究实践并进,几年来,项目承担单位在职业学校进行了1 000多次成果试验。阶段性成果形成后,在中等职业学校专业骨干教师国家级培训、省级培训、企业实践等活动中先行试用,不断总结经验、修改完善,提高了项目成果的针对性、应用性。六是严格过程管理。两部成立了专家指导委员会和项目管理办公室,在项目实施过程中先后组织研讨、培训和推进会近30次,来自职业教育办学、研究和管理一线的数十位领导、专家和实践工作者对成果进行了严格把关,确保了项目开发的正确方向。

作为“十一五”期间教育部、财政部实施的中等职业学校教师素质提高计划的重要内容,培训包项目的实施及所取得的成果,对于进一步完善职业教育师资培养培训体系,推动职教师资培训工作的科学化、规范化具有基础性和开创性意义。这一系列成果,既是职教师资培养培训机构开展教师培训活动的专门教材,也是职业学校教师在职自学的重要读物,同时也将为各级职业教育管理部门加强和改进职教教师管理和培训工作提供有益借鉴。希望各级教育行政部门、职教师资培训机构和职业学校要充分利用好这些成果。

为了高质量完成项目开发任务,全体项目承担单位和项目开发人员付出了巨大努力,中等职业学校教师素质提高计划专家指导委员会、项目管理办公室及相关方面的专家和同志投入了大量心血,承担出版任务的11家出版社开展了富有成效的工作。在此,我们一并表示衷心的感谢!

编写委员会

2011年10月

前言

为贯彻落实《国务院关于大力发展职业教育的决定》(国发[2005]35号)“关于实施职业院校教师素质提高计划”精神,切实提高中等职业学校教师队伍的整体素质,优化教师队伍结构,建立和完善职业师资队伍职业化、专业化建设的有效机制及师资培养培训体系,教育部、财政部组织实施“中等职业学校教师素质提高计划重点专业”师资培训包开发项目。

江苏技术师范学院占必传教授主持承担该项目中的服装设计与工艺专业项目,该项目包括调查研究报告、服装设计与工艺专业教师教学能力标准、服装设计与工艺专业培训方案、服装设计与工艺专业核心教材、服装设计与工艺专业教学法教材和服装设计与工艺专业教师培训质量评价指标体系的研发和编写工作。

服装设计与工艺专业教学法教材是对中职教育服装专业进行师资教学技能培训的指导性教材,该教材的开发是一项开创性工作,是在同济大学项目办的推进下,认真学习借鉴国外特别是德国先进的专业教学法理论,并结合我国中等职业学校服装专业的实际现状进行开发的,由于没有现成的可以引用的教学案例,我们组织一些中职学校的骨干教师一起开展研发,经过全体研究人员一年的艰苦努力终于如期完成研究任务。

本教材从中职服装设计与工艺专业教学的实际需求出发,从行业和专业特点入手,分析了中职服装设计与工艺专业教学特点和教学媒体应用现状,在此基础上,分类介绍了服装设计与工艺专业教学过程中较为实用的几种典型的行动导向教学方法,通过阐述各种教学法的基本概念、实施框架与基本要求,再着重展示专业教学的设计、实施、评价,力求将教学理论融汇于教学案例之中,实现理论与实践的有机结合,这些教学案例均来自老师们的实践探索;具有较强的针对性与操作性,可为一线教师提供教学参考。

本教材分为两个部分,共十章。第一部分是服装设计与工艺专业教学特点分析,主要介绍了服装行业的发展现状和趋势,行业人才的典型工作任务和职业能力要求,以及服装设计与工艺专业的技术特点、教学特点、学生特点、教学内容、教学组织、教材分析、典型教学媒体和教学环境的创设。第二部分是中等职业学校服装设计与工艺专业典型教学方

法的应用,详细介绍六种专业教学法的基本原理,针对三个不同层次教师的培训需要,由浅入深地开发了头脑风暴法、调研法、引导文法、案例教学法、主题教学法、项目教学法,对于每种教学方法的介绍先引入教学案例,再从教学对象、教学目标、教学内容、教学媒体、教具、设备、文件手册、实施过程和步骤、教学效果等方面对教学案例进行分析与评价。

教学有法,教无定法。由于服装专业课程的教学特点各异,在实际教学过程中,不要生搬硬套,需要教师根据实际教学内容、学生基础及对某种教学法的理解灵活地选择和借鉴。对于第一部分的内容,由于服装行业和专业的发展速度较快,其中部分内容也会发生变化,在实际教学中需加以注意,该教材在目录的每个章节中标出了三个层次分别应掌握的内容,以满足教师上岗、提高、成为骨干等不同层次培训需求,注重服装专业教师职业教育能力的整体培养和提高。

服装设计与工艺专业教学法教材由占必传担任主编,范滢任执行主编,并编写了第四章的第三节和第六章;由刘凯、邵晨霞担任副主编,并编写第一章、第三章、第九章、第四章第一节、第二节;王彩瑾、王银明、周芝萍、李红月为编者,分别编写第二章、第五章、第七章、第八章、第十章。

本教材在编写过程中得到了江苏技术师范学院、北京平谷第一职业学校、石家庄市第一职业中专学校、江阴职业技术学院、湖南省株洲市中等职业学校、常州纺织技术学校各级领导的关心和同行专家们的支持,得到了常州日昇服装有限公司、江阴海澜集团、上海银通服饰有限公司的大力支持,对他们的支持表示感谢。更要感谢教育部、财政部“中等职业学校教师素质提高计划重点专业”师资培训包开发项目专家组的悉心指导。我们在编写过程中参考了大量的国内外相关书籍和资料,在此一并表示诚挚的谢意。

教材虽经多次审查、修改,但由于时间仓促,编著者的水平和经验所限,书中缺点和疏漏之处在所难免,诚恳希望广大读者和同行不吝赐教,给予批评指正。

编 者

2011年7月

郑重声明

高等教育出版社依法对本书享有专有出版权。任何未经许可的复制、销售行为均违反《中华人民共和国著作权法》，其行为人将承担相应的民事责任和行政责任；构成犯罪的，将被依法追究刑事责任。为了维护市场秩序，保护读者的合法权益，避免读者误用盗版书造成不良后果，我社将配合行政执法部门和司法机关对违法犯罪的单位和个人进行严厉打击。社会各界人士如发现上述侵权行为，希望及时举报，本社将奖励举报有功人员。

反盗版举报电话 (010) 58581897 58582371 58581879

反盗版举报传真 (010) 82086060

反盗版举报邮箱 dd@hep.com.cn

通信地址 北京市西城区德外大街4号 高等教育出版社法务部

邮政编码 100120

第一部分 服装设计与工艺专业教学特点分析 / 1

第一章 服装设计与工艺专业现状和发展前景 / 3

第一节 服装设计与工艺专业技术应用领域 / 3

第二节 服装成衣生产工艺流程 / 6

第三节 服装设计与工艺专业中等职业人才的典型职业工作 / 20

第四节 服装设计与工艺专业中等职业人才的能力要求 / 22

第五节 服装设计与工艺专业发展前景 / 27

第二章 服装设计与工艺专业的学生特点分析 / 30

第一节 中职学生智力因素和认知特点 / 30

第二节 中职学生的非智力因素特点 / 30

第三节 服装设计与工艺专业学生学习特点 / 32

第三章 服装设计与工艺专业的教学内容和教材分析 / 43

第一节 服装设计与工艺专业教学内容的选择与组织原则 / 43

第二节 服装设计与工艺专业的教学计划 / 45

第三节 服装设计与工艺专业教学大纲的制定 / 63

第四节 服装设计与工艺专业的教学设计 / 65

第五节 服装设计与工艺专业的教学评价 / 68

第四章 服装设计与工艺专业教学媒体和环境的创设 / 75

第一节 服装设计与工艺专业典型教学媒体的种类和特点 / 75

第二节 服装设计与工艺专业教学环境的创设 / 81

第三节 服装设计与工艺专业 CAI 课件的开发 / 83

第二部分 服装设计与工艺专业教学方法应用 / 89

第五章 服装设计与工艺专业头脑风暴教学法 / 91

第一节 头脑风暴教学法概述 / 91

第二节 头脑风暴教学法专业应用一: 服装材料巧选用, 头脑风暴面料清 / 97

第三节 头脑风暴教学法专业应用二: 结构创新不做秀, 头脑风暴开思路 / 107

第四节 头脑风暴教学法专业应用三: 裁缝技巧要斟酌, 头脑风暴办法多 / 115

第五节 头脑风暴教学法专业应用四: 综合设计见真功, 头脑风暴求最精 / 121

第六章 服装设计与工艺专业调研教学法 / 131

第一节 调研教学法概述 / 131

第二节 调研教学法专业应用: 服装设计与调研 / 137

第七章 服装设计与工艺专业引导文教学法 / 156

第一节 引导文教学法概述 / 156

第二节 引导文教学法专业应用: 男衬衫生产工艺单的设计 / 166

第八章 服装设计与工艺专业案例教学法 / 184

第一节 案例教学法概述 / 184

第二节 案例教学法专业应用一: 八成军训服不合格 / 189

第三节 案例教学法专业应用二: 南昌市公交总公司员工工作服设计招标 / 196

第四节 案例教学法专业应用三: 裤子款式规格对市场的影响 / 203

第五节 案例教学法专业应用四: 名人穿衣巧配色, 时尚又亮丽 / 209

第九章 服装设计与工艺专业主题教学法 / 216

第一节 主题教学法概述 / 216

第二节 主题教学法专业应用一 / 218

第三节 主题教学法专业应用二 / 224

第四节 主题教学法专业应用三 / 229

第十章 服装设计与工艺专业项目教学法 / 235

第一节 项目教学法概述 / 235

第二节 项目教学法专业应用一：轻松领你入门——实训罩衫制作 / 249

第三节 项目教学法专业应用二：我的班服我做主 / 256

附表：服装设计与工艺专业中级技能考核标准 / 270

参考文献 / 271

第一部分



服装设计与工艺专业 教学特点分析

第一章 服装设计与工艺专业现状和发展前景

第一节 服装设计与工艺专业技术应用领域

一、服装行业发展对专业技术的影响

1. 服装产业资源配置不断优化,市场竞争模式逐步转变

服装市场竞争转向技术、品牌的竞争。大企业已经蓄积了大量资金和技术力量,以产品创新和渠道掌控能力为基础的品牌竞争力大大提升。“数量”和“价格”竞争模式逐渐远去,“科技创新贡献率”和“品牌贡献率”的意识和自觉行动在服装行业日益盛行。企业用于衡量可持续发展能力的指标,已经从生产规模转向设计研发投入的设计研发人员比例、高学历职工比例、生产自动化与信息化程度、营销网络规模质量、品牌覆盖率、单位面积销售收入等。

随着内需不断扩大,价格指数持续上升,内需切切实实成为我国服装行业发展的原动力。国内企业成熟壮大、国际名牌蜂拥而入,更多海外品牌对中国市场跃跃欲试,国内中小企业在夹缝中找寻生存之道,未来的中国服装市场新一轮“洗牌”时代已经到来。伴随着新一轮“洗牌”而来的品牌和市场细分不仅仅局限于品种、档次、区域的进一步细分,更表现在以产品风格和消费群体细分为特点的深度细分。主要体现为品牌在市场中的横向细分,即同一品种或相同档次产品层中通过“产品风格”和“消费群”进行的横向再细分。市场被拉平,占据各个市场位置的品牌个数将被摊薄。可以看出,新一轮细分的竞争焦点是“文化”、“创新”和“研发”,最终的目标是“销售收入”和“市场份额”。“差异化”之剑在这一时期格外锐利,缺乏科技投入和市场研发的盲从行为,在这个市场机遇和挑战面前都将十分危险。随着国际品牌加入竞争队伍,细分也成为了民族品牌生存发展的客观要求。目前的运动装市场、时尚休闲装市场的竞争态势就明显体现出“洗牌”和市场细分

的迹象。本轮细分不仅仅为品牌生存发展提供了一次难得的机遇,也为企业的多品牌发展创造了条件。

2. 劳动密集型加工,区域性产业出现梯度转移态势

区域之间交叉合作较为广泛,企业力求将区域和企业优势做强,理智地寻求合作。专业化激发了区域交叉合作,区域交叉合作促进了专业化,专业化和区域交叉合作把我国服装产业集群发展带入了新的历史阶段,即网络化发展阶段。这一阶段的特征恰恰是“专业”和“合作”。区域的网络化发展成为企业发展壮大的一大加速器,也为跨区域企业乃至跨国企业的诞生打下基础。区域内已形成联动关系,小企业最终放弃创品牌的混战,为大品牌贴牌加工,区域内品牌集中度逐步提高。

3. 外销型企业打造,海外品牌引进,市场竞争加剧

外销型企业进军国内市场的步伐将明显加快,鉴于土地、人力资源成本一再攀升,原料、原材料价格高居不下,外贸加工费日益透明,国际竞争国迅速成长等原因,常规产品的出口越来越无利可图,加上对出口退税下调的顾虑,外贸加工型企业急需寻找新的利润增长点,纷纷把目标指向国内市场。随着 GDP 快速增长、扩大内需政策的实施等,目前国内服装市场呈现增值增量的成长,物价指数的上升更加有效地刺激了外贸型企业转向国内市场,导致品牌个数急剧增多,市场竞争压力加剧,品牌更迭速度也将加快。另外,海外品牌也将成为新的强有力的竞争者。

我国一部分服装企业具备了由 OEM 向 ODM 转变的实力。越来越多的出口企业加入到 ODM 队伍中来。ODM 与 OEM 最根本的区别是 ODM 是加入了“自主研发”过程的产品加工,这一关键环节中,科技创新不仅仅创造了利润还牢牢掌握住资源,为客户提供的不仅仅是产品,还有核心技术和超值服务,有效避免了客户流失。从“E”到“D”改变了我国服装行业的竞争力构成,“技术”实实在在地成为了竞争核心。大大提高了这些地区的国际竞争力,进而改变了我国乃至国际服装贸易竞争格局。品牌走出国门的步伐加快,越来越多的品牌在海外寻求市场,开设品牌专卖店,打开了通往欧、美、日等服装发达地区市场的通路。海外做秀已不再是炒作,而是品牌、设计师国际推广和商业运作的一部分。海外业界对中国服装的印象也由此发生转变,对中国服装品牌和设计的认可及关注程度正在提升。

不同的企业已经开始制定不同模式的“走出去”战术部署。“走出去战略”分为“品牌走出去”、“生产走出去”和“采购走出去”等不同模式。“生产走出去”的主要目标国是东亚、东南亚国家,也有一些企业为了承接小批量、快速反应的欧美订单在欧盟附近及南美等地区设厂。“品牌走出去”是 2007 年以后的热点,企业也明显在加强海外市场拓展攻势。近几年,我国已经有一批企业实现在东亚、东南亚地区、中东地区国家、澳、新、俄等国的品牌专卖销售。2007 年,实现自有原创品牌出口的企业会越来越多,市场区域会越来越广,并能期待在欧美等服装发达市场打开销路的成功案例。“采购走出去”是中