**【奢侈品电子商务与社交媒体】**

SJQU-QR-JW-033（A0）

**【Luxury e-commerce and social media】**

一、基本信息

**课程代码：**【2120067】

**课程学分：**【2】

**面向专业：**【珠宝学院工商管理专业】

**课程性质：**【系级选修课】

**开课院系：**珠宝学院珠宝学院工商管理（奢侈品管理）系

**使用教材：**

## 教材【《电子商务运营管理》陈道志，机械工业出版社 2021】

参考书目

【《社交媒体大数据分析 理解并影响消费者行为》芬格尔 (Lutz Finger), 杜塔 (Soumitra Dutta) ， 人民邮电出版社， 第1版】

【《电子商务概论（第二版）》张润彤等编著 中国人民大学出版社 2014】

【《珠宝电子商务》 张磊等编著 中国地质大学出版社 2018】

**课程网站网址：**https://mooc2-ans.chaoxing.com/mooc2-ans/mycourse/tch?courseid=234807927&clazzid=77402294&cpi=75339007&enc=af841ff2b8a8f7be99ffbf25cf2b2cd3&t=1682508495271

**先修课程：【**奢侈品文化（双语）2120118（2）、奢侈品消费者行为学（双语）2120119（2）】

二、课程简介

奢侈品社交媒体与电子商务主要研究奢侈品在当今社交媒体营销大行其道的背景下，如何利用互联网工具，进行整合营销。奢侈品与其他商品不同，许多企业担心由于高度的互联网化，奢侈品会失去其独立性，所以奢侈品企业的电商营销需要高度的技巧。有鉴于此，奢侈品从业人员应该对奢侈品的传播历史、品牌历史，以及电商的发展进行初步了解，为未来从业打下基础。

三、选课建议

此课程适合本科专业学生在大三第一学期学习，一般应具备相应的奢侈品文化和奢侈品消费者行为学知识，和一定的分析问题、解决问题的能力。

四、课程与专业毕业要求的关联性

|  |  |
| --- | --- |
| 专业毕业要求 | 关联 |
| LO11：倾听他人意见、尊重他人观点、分析他人需求。应用书面或口头形式，阐释自己的观点，有效沟通。 |  |
| LO21：能根据需要确定学习目标，并设计学习计划。能搜集、获取达到目标所需要的学习资源，实施学习计划、反思学习计划、持续改进，达到学习目标。 | ● |
| LO31：熟悉珠宝和奢侈品行市场分析和品牌定位的方法，制定品牌营销的战略和策略；制定完整的营销执行计划，完成营销活动的组织和实施；熟悉品牌和市场定位方法，并基于市场竞争环境进行市场拓展；熟悉主要社交媒体操作，掌握网络营销方法和策略。 | ● |
| LO32：能够运用微观经济学的理论分析的部分经济与商业领域的现象；能有意识观察现实生活和社会中的经济现象，梳理合理的经济变量及各变量之间相互关系；能应用经济学理论，定性和定量分析实际经济问题，并预测经济发展趋势。 |  |
| LO33：熟悉珠宝和奢侈品店铺管理和客户关系管理；熟悉消费者行为分析和市场分析的方法，掌握销售的技能，能够与顾客良好的沟通，达成销售。 | ● |
| LO34：清楚资金的筹集、投资、运营、分配；掌握财务计划与决策、财务预算与控制；具备一定的财务分析与考核等财务管理基本能力。 |  |
| LO35：熟悉项目范围、项目时间、项目成本、项目质量、项目人员管理和业务策划；熟悉项目风险、项目采购。 |  |
| LO36：熟悉调查方案的策划，调查问卷的设计；掌握常用的资料分析与预测方法；熟悉调查报告的写作。 |  |
| LO37：掌握设计和审美的基本理论与基本知识；具备设计能力和审美素养；了解珠宝和奢侈品发展历史、基本的珠宝和奢侈品鉴赏和不同风格设计的特点，具备一定的珠宝首饰搭配能力。 |  |
| LO41：遵纪守法：遵守校纪校规，具备法律意识；诚实守信：为人诚实，信守承诺，尽职尽责；爱岗敬业：了解与专业相关的法律法规，充分认识本专业就业岗位在社会经济中的作用和地位，在学习和社会实践中遵守职业规范，具备职业道德操守。 | ● |
| LO51：在集体活动中能主动担任自己的角色，与其他成员密切合作，共同完成任务；有质疑精神，能有逻辑的分析与批判；能用创新的方法或者多种方法解决复杂问题或真实问题；了解行业前沿知识技术。 |  |
| LO61：能够根据需要进行专业文献检索；具备信息素养和运用科技信息技术的能力；能熟练操作各项办公软件和图像、图形处理软件。 |  |
| LO71：爱党爱国：了解祖国的优秀传统文化和革命历史，构建爱党爱国的理想信念；助人为乐：富于爱心，懂得感恩，具备助人为乐的品质；奉献社会：具有服务企业、服务社会的意愿和行为能力；爱护环境：具有爱护环境的意识和与自然和谐相处的环保理念。 |  |
| LO81：具有外语能力，能够阅读外文专业图书和资料，同时对专业范围中跨文化的设计具有理解能力，有国际竞争与合作的意识。 |  |

备注：LO=learning outcomes（学习成果）

五、课程目标/课程预期学习成果

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **序号** | **课程预期**  **学习成果** | **课程目标** | **教与学方式** | **评价方式** |
| 1 | LO212 | 能搜集、获取达到目标所需要的学习资源，实施学习计划、反思学习计划、持续改进，达到学习目标。 | 读书指导法  讲授部分章节之后能按老师布置的要求对个别问题进行自主学习和扩展阅读，并通过汇报的形式进行交流。 | 小组电商平台总结报告 |
| 2 | LO314 | 熟悉主要社交媒体操作，掌握网络营销方法和策略。 | 教师提供优秀案例并介绍资料收集途径，学生收集资料、整理资料，反馈后再修改材料，最后通过个人ppt汇报 | 独立建站 |
| 3 | LO332 | 熟悉消费者行为分析和市场分析的方法，掌握销售的技能，能够与顾客良好的沟通，达成销售。 | 由学生自己寻找美的部分，进行资料的分析整理，教师给予帮助指导。 | 小红书账户运营 |
| 4 | LO412 | 诚实守信：为人诚实，信守承诺，尽职尽责。 | 学生来探寻如何利用社交媒体进行正向宣传 | 小红书账户运营 |

1. 课程内容

本课程总课时：32学时，理论学时32学时。

**第一单元：电子商务的发展及奢侈品的电子商务趋势（4理论学时）**

**教学内容：**

1. 电子商务的发展
2. 奢侈品的电子商务之旅
3. 奢侈品与其他产品在电子商务服务的异同
4. 电商平台历史、建设逻辑、现状、存在问题，发展方向
5. 不同群体消费者的电子商务
6. X世代、Y世代和Z世代地域影响、教育程度等因素

**能力要求：**

能够理解电子商务发展、能够理解奢侈品电子商务与其他产品电子商务的区别、能够分析不同群体电子商务接受程度

**重难点**：奢侈品电子商务与其他电子商务的区别、不同群体消费者的电子商务

**第二单元：电子商务运营管理（4理论学时）**

**教学内容：**

1. 运营管理与方法
2. 运营问题发现与解决

**能力要求：**

能够理解电子商务的运营管理方式、能够运用运营管理相关逻辑对电子商务的运营问题提出解决方案

**重难点**：运营问题的发现与解决

**第三单元：电子商务平台——独立建站（4理论学时）**

**教学内容：**

1. 什么是独立站
2. 独立站建立
3. 独立站运营
4. 实操建站

**能力要求：**

能够理解如何建立电子商务平台，能够进行电子商务平台的建站

**重难点**：电子商务建站运营

**第四单元：奢侈品电商特殊性（4理论学时）**

**教学内容：**

1. 奢侈品常用电商平台
2. 奢侈品电商平台的运营逻辑
3. 奢侈品牌线上旗舰店与平台销售的区别与联系

**能力要求：**

能够理解电商平台的运营逻辑，能够区分线上旗舰店与平台销售的区别与联系

**重难点**：奢侈品电商平台的运营逻辑

**第五单元：社交媒体概述（4理论学时）**

**教学内容：**

1. 社交媒体分类
2. 社交媒体的发展历史
3. 中外社交媒体的异同
4. 不同社交媒体用户画像
5. 不同类别社交媒体特点

**能力要求：**

能够理解社交媒体的分类，能够比较分析中外社交媒体的异同；能够分析社交媒体用户画像

**重难点：**中外社交媒体的异同、社交媒体用户画像

**第六单元：社交媒体营销（4理论学时）**

**教学内容：**

1. 社交媒体营销传播方式
2. 品牌营销案例分析
3. 摄影图文
4. 短视频
5. 直播

**能力要求：**

能够理解社交媒体的营销传播方式、能够运用不同社交媒体进行营销传播

**重难点：**运用不同社交媒体进行营销传播

**第七单元：奢侈品社交媒体营销及运营特点（4理论学时）**

**教学内容：**

1. 奢侈品对社交媒体的选择
2. 奢侈品牌在社交媒体的呈现
3. 利弊案例分析

**能力要求：**

能够理解如何选择社交媒体渠道、能够分析社交媒体传播的效果

**重难点：**社交媒体传播的效果利弊分析

**第八单元：分类奢侈品的案例分析（成果汇报）（4理论学时）**

**教学内容：**

1. 个人式：皮具，珠宝，玉石，名画，化妆品，时装，酒，钟表，运动设备，科技产品，饰品，高档食品等
2. 体验式：房产，酒店，餐厅，教育，汽车，金融产品，飞机头等舱，理疗等

**能力要求：**

能够运用电子商务只是进行案例分析

**重难点：**案例分析

八、评价方式与成绩

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 总评构成（1+X） | 评价方式 | 占比 |
| X1 | 小组电商平台总结报告 | 20% |
| X2 | 独立建站 | 30% |
| X3 | 小红书账户运营 | 50% |

撰写人：吴璠 系主任审核签名：吴璠 审核时间：2022年9月