**【珠宝首饰品牌】**

**【Jewelry Brands】**

一、基本信息

**课程代码：**【2120017】

**课程学分：**【2】

**面向专业：**【产品设计（珠宝首饰设计）专业】

**课程性质：**【院级选修课】

**开课院系：**【珠宝学院产品设计系】

**使用教材：**

教材【《世界珠宝品牌简史》任进，巫金津著，中国地质大学出版社 2016.9】

参考书目【《世界品牌故事：珠宝卷》北京大陆桥文化传媒著，中国青年出版社2009.5】

【《奢侈品品牌管理》[法]米歇尔舍瓦利耶，热拉尔德玛扎罗夫，[中]卢晓著，上海人民出版社2015.7】

【《世界奢华珠宝》马家叙编著，上海科学技术出版社2014.8】

**课程网站网址：**https://www.icourse163.org/course/ZSTU-1002534016

**先修课程：**【无】

二、课程简介

本课程为院级选修课程，主要介绍世界知名的珠宝饰品品牌，如卡地亚，蒂芙尼，梵克雅宝等等，通过展示他们的历史发展、设计演变、市场营销、消费者心理、品牌管理、及广告展示艺术等方面，带领学生走入珠宝品牌，探索品牌的奥秘，从不同时期的流行元素，到品牌的产品特色，从消费者的生活方式，到品牌的广告、营销策略，培养学生对珠宝设计的鉴赏洞察力，对品牌深刻的理解能力，唤醒内心深处的诗意追求，激发想象力与创造力，并提高总体审美品位。

本次课程将结合真实案例和图片视频资料，通过授课，个人论文及小组展示的方法，指导学生对不同品牌的首饰风格进行收集和分析，组内合作和交流，进而探索珠宝品牌的内在，并在课上与其余学生分享，共同探讨。具有合作性、科普性、启发性的特色。

三、选课建议

适合产品设计（珠宝首饰设计）专业本科学生在大一第一学期开设。

四、课程与专业毕业要求的关联性

|  |  |
| --- | --- |
| 专业毕业要求 | 关联 |
| LO11：理解他人的观点和鉴定、鉴别要求，并能够清晰流畅的表达自己的鉴定思路和工作构想。能在不同场合用书面、口头或数据图表及宝石、矿物样本形式进行有效的双向沟通。 |  |
| LO21：学生能根据自身需要和岗位需求，结合社会背景下，新知识、新技术、新器械、新材料的发展趋势，确定自己的学习目标，并主动自觉地通过搜集、分析信息、讨论、实践、质疑、创造等方法来实现学习目标。 | ● |
| LO31：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。 | ● |
| LO32：掌握珠宝首饰加工技能和工艺的基本理论知识 |  |
| LO33：掌握珠宝玉石材料的性质和用途，掌握珠宝鉴定的基本理论知识，具备珠宝玉石材料的识别鉴定能力。 |  |
| LO34：掌握珠宝鉴定常规仪器、大型仪器的基本原理和操作，利用仪器能够准确鉴别珠宝玉石。 |  |
| LO35：掌握珠宝鉴赏和评估的相关知识，具备基本的珠宝玉石鉴赏和评估能力。 |  |
| LO41：遵守纪律、守信守责；具有耐挫折、抗压力的能力，并能够顺利完成相应地工作学习任务。 |  |
| LO51：同工作学习伙伴保持良好的关系，团结互助、齐心协力，做团队或集体中的积极成员；善于从多个维度思考问题，善于利用自己掌握的知识与技能，在工作实践中提出新颖的构思和设想。 |  |
| LO61：具备信息素养和运用科技信息技术的能力，并能熟练操作各项办公软件和图像、图形处理软件。 |  |
| LO71：愿意服务他人、服务企业、服务社会；为人热忱，富于爱心，懂得感恩，甘于奉献。 | ● |
| LO81：具备外语能力，能够阅读外文专业图书和资料，同时对专业范围中跨语言跨文化的内容具有理解能力，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 | 1.能够自觉搜集分析珠宝品牌信息 | 教师授课与小组自主学习相结合 | 小组报告 |
| 2．能够实现学习目标，运用分析、讨论、质疑的方法完成练习 |
| 2 | LO311 | 能够概述设计与审美的基本理论，并能独立完成对设计作品与品牌广告作品的赏析 | 教师授课与个人自主学习相结合 | 期末考试 |
| 3 | LO712 | 能够与他人合作完成任务，互帮互助，懂得感恩 | 小组自主学习 | 小组展示 |

六、课程内容

本课程总课时32，均为理论课时（含讨论，展示，评价）

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 单元 | 知识点 | 能力要求 | 教学难点 |
| 单元一品牌的基本概念（4课时） | 1. 了解品牌的定义L1
2. 理解品牌符号L2
3. 理解品牌意义L2
4. 分析品牌的生命周期模型L4
5. 理解卡普菲勒的品牌识别棱镜模型L2
 | 1.能够了解品牌的基本概念及特征2.能够理解品牌的符号和品牌价值3. 能够运用品牌定位过程进行小组品牌定位 | 1.品牌的意义2.品牌生命周期模型 |
| 单元二中国珠宝品牌及消费者（4课时） | 1. 理解珠宝消费者特征L2
2. 运用品牌定位过程L3
3. 运用四种传播方式类型L3
4. 分析中国珠宝品牌特点L5
 | 1.能够分析品牌消费者的特点2.能够了解不同品牌的品牌定位 | 1.千禧一代消费者的特征2.中国珠宝品牌的发展历程 |
| 单元三法国珠宝品牌（4课时） | 1. 分析法国奢侈品的起源L4
2. 理解卡地亚“皇帝的珠宝商”广告语由来几卡地亚猎豹标志含义L2
3. 理解梵克雅宝及其隐秘镶的镶嵌方式L2
4. 了解尚美巴黎、宝诗龙的品牌历史及设计风格L1
5. 理解法国珠宝品牌的广告与展示策略L2
 | 1. 能够理解宝石的镶嵌方法
2. 能够理解当时法国珠宝品牌兴起的环境和市场因素
3. 能够理解法国珠宝品牌的广告战略
 | 1. 法国珠宝品牌崛起原因
2. 镶嵌方法种类
 |
| 单元四意大利珠宝品牌（4课时） | 1. 理解意大利奢侈品的起源L2
2. 理解包镶的镶嵌方式L2
3. 分析文艺复兴时期的首饰风格L4
4. 了解雕金工艺L1
5. 了解意大利珠宝品牌的广告及展示特点L1
 | 1. 能够对文艺复兴的首饰风格进行描述和评论
2. 能概述包镶的镶嵌方法和雕金工艺
 | 1. 文艺复兴的首饰风格
2. 织纹雕金工艺
 |
| 单元五美国珠宝品牌（4课时） | 1. 了解美国奢侈品的起源L1
2. 理解蒂凡尼的营销策略L2
3. 理解海瑞温斯顿的品牌历史L2
4. 分析蒂凡尼的橱窗展示特点L4
 | 1. 能够了解美国珠宝企业的起源
2. 能够概述蒂凡尼的营销策略
 | 蒂凡尼的营销策略首饰题材的选择 |
| 单元六其他地区珠宝品牌（4课时） | 1. 了解“钻石恒久远”广告语的来源L1
2. 了解珍珠之王的艰辛成功之路L1
 | 1. 能够了解戴比尔斯，御木本的品牌特征及历史来源
2. 能够理解史登的认知旅游营销模式
 | 品牌的产品设计及管理模式 |
| 单元七其他奢侈品牌的珠宝产品（2课时） | 1. 了解巴洛克拜占庭式风格L1
2. 了解珠宝产品对时尚奢侈品品牌的作用L1
 | 能够理解香奈儿的品牌特征 | 珠宝线产品的作用 |
| 单元八小组课题讨论及展示（6课时） | 1. 比较中外珠宝品牌区别L5
2. 分析中国珠宝品牌的SWOT
 | 能够评价中国珠宝品牌现状及发展 | 能够针对目前珠宝品牌的不足，创立可行的珠宝品牌填补空白 |

八、评价方式与成绩

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 总评构成（1+X） | 评价方式 | 占比 |
| 1 | 理论测试 | 40% |
| X1 | 小组品牌策划展示 | 20% |
| X2 | 小组品牌策划书（以小组为单位收集分析现有中国珠宝品牌相关信息，模拟创立新品牌，策划品牌理念，品牌定位，并针对该理念及定位制定设计风格，营销方式,广告及展示策略） | 20% |
| X3 | 课堂练习 | 20% |

撰写人：陆惠雯 系主任审核签名：李亭雨

审核时间：2021年9月