《 奢侈品文化 》本科课程教学大纲

一、课程基本信息

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 课程名称 | （中文）奢侈品文化（双语） | | | | | |
| （英文）Luxury Culture（Bilingual） | | | | | |
| 课程代码 | 2120118 | 课程学分 | | 2 | | |
| 课程学时 | 32 | 理论学时 | 32 | 实践学时 | | 0 |
| 开课学院 | 珠宝学院 | 适用专业与年级 | | 工商管理（奢侈品管理），第2学期 | | |
| 课程类别与性质 | 学科基础课程，专业基础选修课 | 考核方式 | | 全X | | |
| 选用教材 | 《奢侈品战略：揭秘世界顶级奢侈品的品牌战略》，Jean-Noel Kapferer and Vincent Bastien, ISBN-13: 978-0749454777 | | | 是否为  马工程教材 | | 否 |
| 先修课程 | 经济学（双语） 2060533（ 4学分）  管理学（双语） 2120052（3学分） | | | | | |
| 课程简介 | 《奢侈品文化》课程是上海建桥学院珠宝学院工商管理（奢侈品管理）专业的专业课程。总课时数为32课时。  （一）课程目标  我们培养的学生作为未来的奢侈品品牌管理者和从业者，通过这门课程的学习，希望学生可以了解奢侈品文化的发展历史，以及世界主要奢侈品牌的发展经验，理解整个产业的发展与运作，通过案例学习和实践练习深度了解品牌构建的思路、基本的品牌发展战略。  （二）课程特色与亮点  本课程内容设计基于授课教师多年从业经验以及汇集国内外专家及专业人士的经验与案例积累，介绍国际奢侈品牌管理经验与中国市场有效对接的研究与案例及其教训和经验，为学生提供更系统、也更与行业实践接轨的内容体系和实践操作方法与手段。教学内容系统、清晰、严谨，逐层递进，结合大量案例和样本，便于学生理解和实践操作；通过理论与实践、练习、操作相结合，授课与案例讨论相结合，课堂教学与行业实践现场教学相结合，注重实践与练习，培养举一反三、灵活运用的能力，重在应用和实际操作效果。分享大量第一手的国内外品牌案例和最新国际案例样本资料，开阔学生们的眼界和思路。根据学生自身特点与兴趣爱好，打造其个性化品牌管理和经营战略，有助于学生创新创业。 | | | | | |
| 选课建议与学习要求 | 此课程适合本科专业学生在大一第二学期学习，一般应具备相应的经济学、管理学知识，和一定的分析问题、解决问题的能力。 | | | | | |
| 大纲编写人 |  | | 制/修订时间 | | 20231220 | |
| 专业负责人 | （签名） | | 审定时间 | |  | |
| 学院负责人 | （签名） | | 批准时间 | |  | |

二、课程目标与毕业要求

（一）课程目标

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 类型 | 序号 | 内容 |
| 知识目标 | 1 | 了解珠宝和奢侈品品牌的历史和起源，了解奢侈品行业前沿知识技术。 |
| 技能目标 | 2 | 掌握搜索国际奢侈品品牌前沿资讯的能力 |
| 素养目标  (含课程思政目标) | 3 | 奉献社会：具有服务企业、服务社会的意愿和行为能力 |
| 4 | 了解其他国家奢侈品历史文化，有跨文化交流能力。 |

（二）课程支撑的毕业要求

|  |
| --- |
| LO1品德修养：拥护中国共产党的领导，坚定理想信念，自觉涵养和积极弘扬社会主义核心价值观，增强政治认同、厚植家国情怀、遵守法律法规、传承雷锋精神，践行“感恩、回报、爱心、责任”八字校训，积极服务他人、服务社会、诚信尽责、爱岗敬业。  ③奉献社会，富有爱心，懂得感恩，自觉传承和弘扬雷锋精神，具有服务社会的意愿和行动，积极参加志愿者服务。 |
| LO2专业能力：具有人文科学素养，具备从事奢侈品管理工作或专业的理论知识、实践能力。  ①具有专业所需的人文科学素养。 |
| LO6协同创新：同群体保持良好的合作关系，做集体中的积极成员，善于自我管理和团队管理；善于从多个维度思考问题，利用自己的知识与实践来提出新设想。  ④了解行业前沿知识技术。 |
| LO8国际视野：具有基本的外语表达沟通能力与跨文化理解能力，有国际竞争与合作的意识。  ②理解其他国家历史文化，有跨文化交流能力。 |

（三）毕业要求与课程目标的关系

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 毕业要求 | 指标点 | 支撑度 | 课程目标 | 对指标点的贡献度 |
| LO1 | ③ | M | 3、奉献社会：具有服务企业、服务社会的意愿和行为能力。 | 100% |
| LO2 | ① | H | 1、了解珠宝和奢侈品品牌的历史和起源，了解奢侈品行业前沿知识技术。 | 100% |
| LO6 | ④ | L | 2、掌握搜索国际奢侈品品牌前沿资讯的能力 | 100% |
| LO8 | ② | H | 4、了解其他国家奢侈品历史文化，有跨文化交流能力。 | 100% |

三、课程内容与教学设计

（一）各教学单元预期学习成果与教学内容

|  |
| --- |
| 第一单元：奢侈品概述（理论课时：4）  教学内容：  1.1 奢侈品起源  1.2 奢侈品简史  1.3 传统奢侈品与现代奢侈品  1.4 奢侈品概念  知识要求：  ① 了解奢侈品起源和发展  ② 理解20世纪的奢侈品大众化发展趋势  ③ 理解奢侈品概念  课程思政：  ①培养学生用历史的眼光看待问题  ②了解中国悠久的奢侈品历史  教学难点：描述什么是奢侈品  个人作业：一些法国时尚品牌及其各自的创始人（提供全名、出生日期和死亡日期以及图片）。用PPT演示说明研究结果 |
| 第二单元：奢侈品的发展历史（理论课时：8）  教学内容：  1.1 罗马时期的奢侈品  1.2 中世纪晚期的奢侈品  1.3 文艺复兴时期的奢侈品  1.4 19世纪的东方魅力  1.5 20世纪的奢侈品  1.6 当代奢侈品  知识要求：  ① 了解奢侈品各个时期的发展状况  ② 理解当代奢侈品是如何发展变化而来  课程思政：  ①了解19世纪流行于欧洲的东方风格  ②感受中国的奢侈品文化，培养学生的国家和民族自豪感  教学难点：了解各个阶段奢侈品的不同状态  理解当今奢侈品的前因 |
| 第三单元：当代奢侈品（理论课时：4）  教学内容：  1.1 欧洲奢侈品协会  1.2 奢侈品消费者  1.3 奢侈品营销法则  知识要求：  ① 了解欧洲奢侈品协会  ② 了解现代奢侈品营销方式  课程思政：  ①对中国的奢侈品行业发展有全面的了解，培养学生的专业认同  教学难点：了解奢侈品营销方式 |
| 第四单元：奢侈品品牌（理论课时：8）  教学内容：  1.1 品牌案例分析  1.2 奢侈品品牌价值  1.3 奢侈品品牌延伸  知识要求：  ① 了解世界一线奢侈品牌的发展历史和文化  ② 了解奢侈品的品牌价值和品牌延伸价值  课程思政：  ①帮助学生建立正确的奢侈品文化认知  教学难点：理解奢侈品品牌延伸的概念 |

（二）教学单元对课程目标的支撑关系

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 课程目标  教学单元 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 第一单元：奢侈品概述 | √ |  |  |  |
| 第二单元：奢侈品的发展历史 | √ | √ |  |  |
| 第三单元：当代奢侈品 | √ | √ | √ |  |
| 第四单元：奢侈品品牌 | √ | √ | √ | √ |

（三）课程教学方法与学时分配

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 教学单元 | 教与学方式 | 考核方式 | 学时分配 | | |
| 理论 | 实践 | 小计 |
| 第一单元：奢侈品概述 | PPT授课 | 课堂表现 | 4 |  | 4 |
| 第二单元：奢侈品的发展历史 | PPT授课、演示、汇报 | 汇报 | 8 |  | 8 |
| 第三单元：当代奢侈品 | PPT授课、演示、汇报 | 汇报 | 8 |  | 8 |
| 第四单元：奢侈品品牌 | PPT授课、演示、汇报 | 汇报 | 12 |  | 12 |
| 合计 | | | 32 |  | 32 |

四、课程思政教学设计

|  |
| --- |
|  |

五、课程考核

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 总评构成 | 占比 | 考核方式 | 课程目标 | | | | | | 合计 |
| 1 | 2 | 3 | 4 |  |  |
| X1 | 30% | 课程内容汇报 | 60 | 20 |  | 20 |  |  | 100 |
| X2 | 30% | 课程内容展示 | 30 | 40 |  | 30 |  |  | 100 |
| X3 | 40% | 项目展示 | 10 | 20 | 50 | 20 |  |  | 100 |

评价标准细则（选填）

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 考核项目 | 课  程  目  标 | 考核要求 | 评价标准 | | | |
| 优  100-90 | 良  89-75 | 中  74-60 | 不及格  59-0 |
| X1 |  |  |  |  |  |  |
| X2 |  |  |  |  |  |  |
| X3 |  |  |  |  |  |  |

六、其他需要说明的问题

|  |
| --- |
|  |