上海建桥学院

课程教学进度计划表

一、基本信息

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 课程名称 | 奢侈品品牌管理 | | | | |
| 课程代码 | 2120060 | 课程序号 |  | 课程学分/学时 | 2/32 |
| 授课教师 | 何俊 | 教师工号 | 19256 | 专兼职 | 专职 |
| 上课班级 | 工商管理（奢侈品管理）B22-3 | 班级人数 | 15 | 上课教室 | 二教105 |
| 答疑安排 | 每周四下午2-4点 珠宝学院242 [hejun0719@163.com](mailto:hejun0719@163.com) 18621691011 | | | | |
| 课程号/课程网站 |  | | | | |
| 选用教材 | 奢侈品战略：揭秘世界顶级奢侈品的品牌战略，Vincent Bastien， Jean-Noel Kapferer ，谢绮红译，机械工业出版社，2013-12-01，第1版，书号：9787111439684 | | | | |
| 参考教材与资料 | 1、奢侈品品牌管理——方法与实践，李杰，2010，北京大学出版社。  2、奢侈品品牌管理（ Luxury Brand Management），Michel Chevalier， Gerald Mazzalovo， Pierre Xiao Lu，2016，格致出版社与上海人民出版社。  3、奢侈品管理概论，赵秀忠、朱明侠、张小琳主编，对外经济贸易大学出版社，2010年8月第1版，高等院校奢侈品管理专业规划教材，北京市高等教育精品教材立项项目。 | | | | |

二、课程教学进度安排

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 课次 | 日期 | 教学内容 | 教学方式 | 课后作业安排 |
| 1 |  | 第一章 奢侈品的概念  第二章 奢侈品牌的特征、要素、核心和意义 | 讲课  小组讨论 | 案例分析 |
| 2 |  | 第三章 奢侈品市场与行业  第四章 市场参与者 | 讲课  小组讨论  案例研究 | 案例分析 |
| 3 |  | 第五章 品牌文化与定位  第六章 产品创造、创新与定价策略 | 讲课  小组讨论  案例研究 | 案例分析 |
| 4 |  | 第七章 奢侈品品牌传播  第八章 奢侈品品牌营销与体验创造  品牌战略分析 | 讲课  小组讨论 | 品牌战略设计 |
| 5 |  | 第九章 分销与销售  第十章 奢侈品牌的电子商务 | 讲课 | 案例分析 |
| 6 |  | 第十一章 奢侈品品牌维护与发展  案例分析 | 讲课  小组讨论  案例分析 | 案例分析  品牌发展战略设计 |
| 7 |  | 第十二章 奢侈品品牌如何实现全球化并打开中国市场  第十三章 奢侈品牌在中国的发展 | 讲课  小组讨论  案例分析 | 品牌发展进程分析 |
| 8 |  | 课堂展示 | 小组汇报  教师点评 | PPT |

三、考核方式

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 总评构成（X=3） | 占比 | 评价方式 |
| X1 | 30% | 行业研究报告 |
| X2 | 30% | 品牌分析报告 |
| X3 | 40% | 自创品牌体系报告 |

任课教师：何俊 （签名） 系主任审核： （签名） 日期：