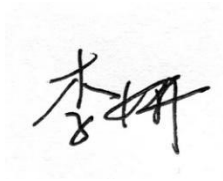


《珠宝首饰品牌》本科课程教学大纲

一、课程基本信息

课程名称	(中文) 珠宝首饰品牌				
	(英文) Jewelry brands				
课程代码	2120017	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		产品设计 (珠宝首饰设计方向) 本科大一	
课程类别与性质	专业基础选修课	考核方式		考查	
选用教材	《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			是否为马工程教材	否
先修课程	无				
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。				
选课建议与学习要求	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。				
大纲编写人			制/修订时间	2024.09.01	

专业负责人	陈沁 温广珍	审定时间	2024.09.02
学院负责人	李亭雨	批准时间	2024.09.03

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	能够熟识世界珠宝品牌的相关历史发展、设计演变、市场营销、消费者心理、品牌管理、及广告展示艺术等知识
技能目标	2	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
	3	能够根据课程的内容进行相关文献资料的检索以阅读分析珠宝品牌信息
素养目标 (含课程思政目标)	4	认识到中国传统工艺品牌的悠久历史，知道优秀的中国传统首饰文化与品牌建设对当下社会的积极影响
	5	能够与他人合作完成任务，互帮互助，懂得感恩

(二) 课程支撑的毕业要求

LO2 专业能力：具有人文科学素养，具备从事某项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。
LO8 国际视野：具备一定的信息素养，并能在工作中应用信息技术和工具解决问题。 ①具备外语表达沟通能力，达到本专业的要求。 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
LO2	①	H	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	30%
			能够根据课程的内容进行相关文献资料的检索以阅读分析珠宝品牌信息	30%
			认识到中国传统工艺品牌的悠久历史，知道优秀的中国传统首饰文化与品牌建设对当下社会的积极影响	40%

LO8	①	L	能够与他人合作完成任务，互帮互助，懂得感恩	20%
	②	L	能够熟识世界珠宝品牌的相关历史发展、设计演变、市场营销、消费者心理、品牌管理、及广告展示艺术等知识	80%

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

单元一 品牌的基本概念

预期学习成果：掌握对品牌的概念，建立起首饰品牌学习的理论框架。

知识点：理解品牌的基本概念以及相关定义，分析品牌的生命周期模型。

能力要求：能够了解品牌的基本概念及特征，能够理解品牌的符号和品牌价值。

教学重点：能够运用品牌定位过程进行小组品牌定位

教学难点：品牌的意义品牌生命周期模型

第一节 了解品牌的定义、理解品牌符号

第二节 理解品牌意义、分析品牌的生命周期模型、理解卡普菲勒的品牌识别棱镜模型

单元二 中国珠宝品牌及消费者

预期学习成果：掌握品牌的定位、特点、传播方式。

知识点：能够理解品牌的定位、特点、传播方式。

能力要求：能够分析品牌消费者的特点，能够了解不同品牌的品牌定位

教学重点：了解中国珠宝品牌的发展历程

教学难点：千禧一代消费者的特征

第一节 理解珠宝消费者特征、运用品牌定位过程

第二节 运用四种传播方式类型、运用四种传播方式类型、分析中国珠宝品牌特点

单元三 国外知名珠宝品牌分析（法国、意大利、美国、日本等）

预期学习成果：掌握欧洲代表品牌法国、意大利品牌的定位、风格特点、经营策略等。

知识点：能够对相关区域首饰品牌的风格、工艺进行梳理与学习。

能力要求：理解首饰品牌的工艺方法，能够理解当时欧洲珠宝品牌兴起的环境和市场因素，能够对文艺复兴的首饰风格进行描述和评论，能概述包镶的镶嵌方法和雕金工艺。

教学重点：能够理解各国珠宝品牌的广告战略、品牌的产品设计及管理模式。

教学难点：法国、意大利珠宝品牌崛起原因、镶嵌方法种类。

第一节 分析法国奢侈品的起源、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，理解梵克雅宝及其隐秘镶的镶嵌方式。了解尚美巴黎、宝诗龙的 brand 历史及设计风格，理解意大利奢侈品的起源、分析文艺复兴时期的首饰风格，了解雕金工艺。

第二节 了解美国奢侈品的起源、理解蒂凡尼的营销策略、分析蒂凡尼的橱窗展示特点。

了解珍珠之王的艰辛成功之路、中国本土品牌周大福的品牌文化。

单元四 小组课题讨论虚拟珠宝品牌设计

预期学习成果：掌握首饰品牌的构架，能够根据构架进行虚拟首饰品牌的设计。

知识点：能够把握首饰品牌的发展、成长规律，搭建品牌文化。

能力要求：能够评价中国珠宝品牌现状及发展，能够评价中国珠宝品牌现状及发展。

教学重点：虚拟珠宝品牌的核心文化设计、营销策略选择。

教学难点：珠宝产品的模拟制作

第一节 比较中外珠宝品牌区别 L5、分析中国珠宝品牌的 SWOT，进行虚拟首饰品牌设计。

第二节 构建基于当下首饰市场现状的虚拟品牌设计。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。

(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	5	6
第一单元品牌的基本概念	√	√			√	
第二单元中国珠宝品牌及消费者			√	√	√	
单元三 国外知名珠宝品牌分析（法国、意大利、美国、日本等）	√	√	√			
单元四 小组课题讨论虚拟珠宝品牌设计			√	√		

(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 品牌的基本概念	讲授法、讨论法、探究学习法	考查	8	0	8
第二单元 中国珠宝品牌及消费者	讲授法、讨论法、演示法、探究学习法、合作学习法、自主学习法	考查	8	0	8
单元三 国外知名珠宝品牌分析（法国、意大利、	讲授法、讨论法、演示法、探究学习法、合作学习法、自主学习法	考查	8	0	8

美国、日本等)					
单元四 小组课题讨论虚拟珠宝品牌设计	讲授法、讨论法、演示法、探究学习法、合作学习法、自主学习法	考查	8	0	8
合计			32	0	32

四、课程思政教学设计

序号	教学单元	教学思政设计	课程目标支撑点
1	第一单元品牌的基本概念	结合中华传统商道文化（如“诚信为本”“以义取利”），阐释品牌不仅是商业符号，更是企业价值观与社会责任的载体，引导学生树立诚信经营与可持续发展的品牌理念。	1、2
2	第二单元中国珠宝品牌及消费者	通过老凤祥、周大福等民族品牌案例，分析其如何在设计中融入传统文化元素（如非遗工艺），增强文化自信；结合消费者权益保护法规，探讨企业服务伦理与社会责任。	4
3	单元三 国外知名珠宝品牌分析（法国、意大利、美国、日本等）	对比中外品牌发展路径，引导学生辩证看待国际品牌经验（如法国卡地亚的设计创新、日本御木本的工匠精神），强调在借鉴中坚守文化主体性，推动中国品牌“走出去”。	1、2、3
4	单元四 小组课题讨论虚拟珠宝品牌设计	要求设计中体现环保理念（如虚拟材料替代稀有资源）、传统文化创新转化（如国潮元素应用），并通过小组协作强化团队精神与社会责任感。	3、5

五、课程考核

总评	占比	考核方式	课程目标	合计
----	----	------	------	----

构成			1	2	3	4	5	6	
X1	50%	虚拟珠宝品牌设计及营销	20	20	20	20	20		100
X2	25%	国内知名珠宝品牌调研分析		40	60				100
X3	25%	国外知名珠宝品牌调研分析		20	45	35			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	1、2、	1、现代媒体形式在珠宝广告中的应用，要求思维和推广媒介正确，并通过 PPT 来体现现代媒体形式在珠宝广告中的应用，掌握现代媒体形式在珠宝广告中的应用的推广方式以及媒介的结合使用。 2、珠宝展示空间设计的应用，要求对珠宝展示空间设计理解正确，并通过 PPT 来体现珠宝展示空间设计的应用，掌握珠宝展示空间设计的应用的空间	珠宝展示空间设计与构成形式的理解分析正确，很好的掌握珠宝展示空间设计与构成形式的概念，整个 PPT 分析明确，无临摹现象；	珠宝展示空间设计与构成形式的理解分析较为正确，较好的掌握珠宝展示空间设计与构成形式的概念，整个 PPT 分析较为明确，无临摹现象；	珠宝展示空间设计与构成形式的理解分析基本正确，基本掌握了珠宝展示空间设计与构成形式的概念，整个 PPT 分析基本明确，无临摹现象；	有临摹现象。

		以及材质的结合使用。 3、展具与陈列设计案例分析设计的应用，要求对展具与陈列设计案例分析理解正确，并通过PPT来体现展具与陈列设计案例分析的应用，掌握展具与陈列设计的应用的空间以及材质的结合使用。 4、整个PPT分析明确，无临摹现象。				
X2	3、4、5、6	1、理解珠宝品牌的分类以及广告的不同表现形式的应用，要求正确的理解珠宝品牌的分类以及广告表现形式和推广媒介，并通过电子文件来体现理解珠宝品牌的分类以及广告的不同表现形式的应用。 2、珠宝品牌的分类和品牌定位的应用，要求对珠宝品牌的分	珠宝品牌的分类以及广告的不同表现形式的理解分析正确，很好的掌握珠宝品牌的分类以及广告的不同表现形式的概念，整个电子文档分析明确，无临摹现象；	珠宝品牌的分类以及广告的不同表现形式的理解分析较为正确，较好的掌握珠宝品牌的分类以及广告的不同表现形式的概念，整个电子文档分析较为明确，无临摹现象；	珠宝品牌的分类以及广告的不同表现形式的理解分析较为正确，较好的掌握珠宝品牌的分类以及广告的不同表现形式的概念，整个电子文档分析较为明确，无临摹现象；	珠宝品牌的分类以及广告的不同表现形式的理解分析模糊，没有很好的理解掌握珠宝品牌的分类以及广告的不同表现形式的概念，整个电子文档分析模糊混乱，无临摹现象；

		类和品牌定位具体特点理解正确,并通过电子文档来体现珠宝品牌的分类和品牌定位的应用,掌握珠宝品牌的分类和品牌定位的应用和空间以及材质的结合理解。 3、理解珠宝广告的传播效应和表现手法的应用,要求对珠宝广告的传播效应和表现手法				
X3	1、2、3、4	1、理解珠宝广告设计概论应用,要求思维具有正确的传媒方式和推广媒介正确,并通过文字来体现理解广告设计概论应用,掌握理解广告设计定义在珠宝广告中的应用的推广方式以及媒介的结合使用。 2、广告的定义以及珠宝广告具体特	对珠宝品牌概论的理解分析正确,很好的掌握珠宝品牌发展、珠宝设计相关的概念,作业分析明确,无临摹现象;	对珠宝品牌概论的理解分析较为正确,较好的掌握珠宝品牌发展、珠宝设计相关的概念作业分析较为明确,无临摹现象;	对珠宝品牌概论定义的理解分析基本正确,基本的掌握珠宝品牌发展,作业分析基本明确,无临摹现象;	有临摹、抄袭现象。

		点的应用, 要求对广告的定义以及珠宝广告具体特点理解正确, 并通过文字来体现广告的定义以及珠宝广告具体特点的应用, 掌握广告的定义以及珠宝广告具体特点的应用和空间以及材质的结合理解。 3、理解珠宝广告经典案例介绍分析设计的应用, 要求对珠宝广告经典案例介绍分析理解正确, 并通过虚拟珠宝海报的设计体现所调研的珠宝广告经典案例的应用。 4、作业分析明确, 无临摹现象。				
--	--	--	--	--	--	--

六、其他需要说明的问题

无