《珠宝市场营销》本科课程教学大纲

一、课程基本信息

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 课程名称 | 珠宝市场营销 | | | | | |
| Jewelry Marketing | | | | | |
| 课程代码 | 2120044 | 课程学分 | | 3 | | |
| 课程学时 | 48 | 理论学时 | 32 | 实践学时 | | 16 |
| 开课学院 | 珠宝学院 | 适用专业与年级 | | 宝石及材料工艺学，产品设计（珠宝首饰设计）二年级 | | |
| 课程类别与性质 | 专业课程必修课 | 考核方式 | | 考试 | | |
| 选用教材 | 《珠宝市场营销学（第二版）》包德清著，中国地质大学出版社 2013.4 | | | 是否为  马工程教材 | | 否 |
| 先修课程 | 无 | | | | | |
| 课程简介 | 本课程针对基本市场营销知识进行梳理，帮助学生了解市场营销基本内容，为后续珠宝市场营销打下基础。通过理论课程的教学使学生了解和掌握市场营销的基本理论、基本知识、基本技能和方法，充分认识在经济全球化背景下加强企业营销管理的重要性。  授课将与同学针对珠宝的特殊性进行课程讲解、讨论，学会分析珠宝市场营销环境、研究珠宝消费者购买行为、制定珠宝市场营销组合策略的基本程序和方法，培养和提高正确分析珠宝市场营销管理问题的能力。  实践将带领学生进行市场调查和问卷调研，在教学实践中，将与真实的市场环境接触，培养学生对于营销知识的应用能力和处理珠宝市场营销管理问题的能力，以使学生能够较好地适应珠宝市场营销管理工作实践的需要，更好地服务于国家创新体系建设和社会主义市场经济建设。 | | | | | |
| 选课建议与学习要求 | 本课程适于宝石及材料工艺学及产品设计（珠宝首饰设计）二年级或三年级学习，是该专业的一门专业必修课，考核方式为考查课。本课程为学生营销学方面的第一门课，无需其他先修课程。 | | | | | |
| 大纲编写人 | 卡通人物  中度可信度描述已自动生成（签名） | | 制/修订时间 | | 2023.12.24 | |
| 专业负责人 | ff0f3b82548463da76659e5a1149288WechatIMG293（签名） | | 审定时间 | | 2024.1.10 | |
| 学院负责人 | a0e6149d95f587e4576ab22bc7750ec（签名） | | 批准时间 | | 2024.1.20 | |

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 | 掌握珠宝市场营销的基本概念、分类、特点、历史与社会背景，了解国内外珠宝市场营销的现状与趋势 |
| 技能目标 | 2 | 能够运用市场营销的理论和方法，分析珠宝营销的市场、环境等因素，了解消费群体和市场策略，提出具有创意和实效的珠宝市场营销方案 |
| 3 | 能够运用计算机信息技术，进行基本的珠宝市场营销策略的筛选，优化和网络营销等工作 |
| 素养目标  (含课程思政目标) | 4 | 培养对珠宝市场营销的热爱和敏感，增强时尚创新和创业意识,开拓国际视野，尊重不同国家和地区的市场规则，具备跨文化交流和合作的能力 |

（二）课程支撑的毕业要求

|  |
| --- |
| LO1品德修养  ⑤爱岗敬业，热爱所学专业，勤学多练，锤炼技能。熟悉本专业相关的法律法规，在实习实践中自觉遵守职业规范，具备职业道德操守。 |
| LO2专业能力  ①具有专业所需的人文科学素养。 |
| LO6协同创新  ①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，善于自我管理和团队管理，共同完成任务。 |
| LO7信息应用  ②能够使用适合的工具来搜集信息，并对信息加以分析、鉴别、判断与整合。 |

（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 |
| L01 | ⑤ | M | 1. 增进对祖国珠宝市场发展完善的的认同和传承， 提高自身的道德法律意识，树立正确的职业观和社会责任感 | 100% |
| L02 | ① | H | 2. 能够运用市场营销的理论和方法，分析珠宝营销的市场、环境等因素，了解消费群体和市场策略，提出具有创意和实效的珠宝市场营销方案。 | 100% |
| L06 | ① | M | 3. 能够运用计算机信息技术，进行基本的珠宝市场营销策略的筛选，优化和网络营销等工作。 | 100% |
| L07 | ② | L | 5. 培养对珠宝市场营销的市场敏感度，增强时尚创新和创业意识和对先进工具的合理使用,开拓国际视野，尊重不同国家和地区的市场规则，具备分辨合理营销手段的能力。 | 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

|  |
| --- |
| **单元一：市场营销概述（8理论课时）**  **知识点：**  市场营销的价值；  多视角理解市场；  全方位营销思维；  市场营销组合的演进过程；  珠宝的含义和属性；  珠宝消费者市场类型  我国珠宝市场发展现状  **能力要求：**  通过不同维度认识市场营销的重要性及价值  能够从多视角理解什么是市场  能够简述珠宝的基本概念及特征  能够概述我国珠宝市场发展现状  **教学难点：**  能运用全方位营销思维进行思考  **单元二：市场营销环境（8理论课时）**  **知识点：**  营销环境因素；  波特五力模型；  swot分析法；  马斯洛需求层次；  影响消费者行为的内外部因素；  消费者购买决策过程  **能力要求：**  掌握宏观营销环境分析的方法  理解影响行业竞争力的五种因素  理解swot分析法  理解有哪些内外部因素会影响珠宝消费者消费行为  认识消费者购买决策过程  **教学难点：**  宏观营销环境分析的方法  运用swot分析法分析珠宝企业  **单元三：市场定位与品牌（8理论课时）**  **知识点：**  目标市场定位；  市场细分的方法；  目标市场的选择模式；  目标市场定位的过程；  品牌的内涵；  **能力要求：**  理解市场细分的主要细分方式及有效细分的方法  认识目标市场的选择模式  理解目标市场定位的过程  理解不同定位方法的差异  理解如何讲好品牌故事  **教学难点：**  运用市场细分的方法进行市场细分  **单元四：4P理论（8理论课时）**  **知识点：**  产品与整体产品的定义；  企业定价的重要性及影响因素；  理解不同定价方法；  传播的不同方式；  渠道的不同模式  **能力要求：**  认识产品的定义，理解整体产品的定义  了解如何制定产品组合的方法  理解影响企业的内外部因素  理解传播的概念  **教学难点：**  运用成本加成定价法进行定价计算  **单元五：课外实践部分（16个实践课时）**  **知识点：**  珠宝市场调查方法理解与运用  调研结果分析方法理解与运用  **能力要求：**  能针对调研目标进行调研任务合理分配与实施  能对调研结果进行合理分析  **教学难点：**  根据调研主题完成调研 |

（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 市场营销概述 | √ | √ | √ | √ |
| 第二单元 市场营销环境 | √ | √ |  |  |
| 第三单元 市场定位与品牌 |  | √ | √ | √ |
| 第四单元 4P理论 |  | √ | √ | √ |
| 第五单元 课外实践部分 | √ | √ | √ | √ |

（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 市场营销概述 | 讲授法、讨论法、  合作学习法 | 平时表现、课堂作业 | 8 | 0 | 8 |
| 第二单元 市场营销环境 | 讲授法、讨论法、  合作学习法 | 平时表现、课堂作业 | 8 | 0 | 8 |
| 第三单元 市场定位与品牌 | 讲授法、讨论法、  合作学习法 | 平时表现、课堂作业 | 8 | 0 | 8 |
| 第四单元 4P理论 | 讲授法、讨论法、  合作学习法 | 平时表现、课堂作业 | 8 | 0 | 8 |
| 第五单元 课外实践部分 | 讲授法、讨论法、  合作学习法 | 平时表现、调研报告 | 0 | 16 | 16 |
| 合计 | | | 32 | 16 | 48 |

（四）课内实验项目与基本要求

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 实验项目名称 | 目标要求与主要内容 | 实验  时数 | 实验  类型 |
| 1 | 上海国际珠宝展览会调研 | 调研上海国际珠宝展不同种类宝石的市场情况 | 4 | 综合型 |
| 2 | 上海地区珠宝品牌及消费者调研 | 调研上海地区国内外珠宝品牌的地理位置，产品信息等情况，并对各商圈珠宝消费者就消费倾向，消费习惯等进行采访 | 4 | 综合型 |
| 实验类型：①演示型 ②验证型 ③设计型 ④综合型 | | | | |

四、课程思政教学设计

|  |
| --- |
| 第一单元 市场营销概述   1. 树立正确价值观，遵守道德规范，增强职业责任感和担负使命感； 2. 树立环保和可持续发展观念。   第二单元 市场营销环境   1. 培养学生的创新精神； 2. 引导学生树立正确的做人道理、一丝不苟和立足本土的创新精神； 3. 培养学生的文化自信、大国情怀。 |

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 |
| 1 | 40% | 期末考试 | 20 | 30 | 30 | 20 | 100 |
| X1 | 30% | 小组调研报告 | 20 | 30 | 30 | 20 | 100 |
| X2 | 20% | 课堂案例分析 | 20 | 30 | 30 | 20 | 100 |
| X3 | 10% | 课堂作业 | 20 | 30 | 30 | 20 | 100 |

六、其他需要说明的问题

|  |
| --- |
| 无 |