课程教学进度计划表

一、基本信息

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 课程名称 | 奢侈品电子商务与社交媒体 | | | | |
| 课程代码 | 2120067 | 课程序号 | 1148 | 课程学分/学时 | 2/32 |
| 授课教师 | 黄昊源 | 教师工号 | 20021 | 专/兼职 | 专 |
| 上课班级 | 工商管理（珠宝）B24-1;工商管理（珠宝）B23-2（专升本）;工商管理（珠宝）B23-1（专升本） | 班级人数 | 35 | 上课教室 | 二教106 |
| 答疑安排 | 周四下午1:00-4:00 地点: 珠宝学院234 电话：17321323619 | | | | |
| 课程号/课程网站 | 云班课： | | | | |
| 选用教材 | 《精品社交媒体营销与电子商务》万元，东华大学出版社 2025 | | | | |
| 参考教材与资料 | 【社交媒体大数据分析 理解并影响消费者行为，芬格尔 (Lutz Finger), 杜塔 (Soumitra Dutta) ， 人民邮电出版社; 第1版】  【电子商务概论，中国人民大学出版社】  【电子商务运营管理**，陈道志，机械工业出版社 2021年，**ISBN: 9787115550460】 | | | | |

二、课程教学进度安排

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 课次 | 教学内容 | 教学方式 | 作业 |
| 2 | 奢侈品、电子商务、社交媒体的关系（一） | 讲课+讨论 | 预习下一章节 |
| 3 | 奢侈品、电子商务、社交媒体的关系（二） | 讲课+讨论 | 单元总结 |
| 4 | 奢侈品、电子商务、社交媒体的关系（三） | 讲课+讨论 | 预习下一章节 |
| 5 | 电子商务的发展及奢侈品的电子商务趋势（一） | 讲课+讨论 | 预习下一章节 |
| 6 | 电子商务的发展及奢侈品的电子商务趋势（二） | 讨论 | 预习下一章节 |
| 7 | 电子商务的发展及奢侈品的电子商务趋势（三） | 讲课+讨论 | 单元总结+X1作业 |
| 8 | 学生汇报（一） | 讲课+讨论 | 学生总结 |
| 9 | 奢侈品电商特殊性 | 讨论 | 单元总结++X2作业 |
| 10 | 奢侈品社交媒体传播特点 | 讲课+讨论 | 预习下一章节 |
| 11 | 学生汇报（二） | 讲课+讨论 | 预习下一章节 |
| 12 | 社交媒体与社交电商（一） | 讲课+讨论 | 预习下一章节 |
| 13 | 社交媒体与社交电商（二） | 讨论 | 预习下一章节++X3作业 |
| 14 | 学生汇报（三） | 讲课+讨论 | 预习下一章节 |
| 15 | 整合营销（一） | 讨论 | 预习下一章节 |
| 16 | 整合营销（二） | 讲课+讨论 | 预习下一章节 |
| 17 | 学生汇报（四） | 讲课+讨论 | 课程总结+X4作业 |

三、考核方式

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 总评构成 | 占比 | 考核方式 | 课程目标 | | | | | | 合计 |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| X1 | 20% | 调研报告（奢侈品电商） | 40 | 30 | 5 | 15 | 10 | 0 | 100 |
| X2 | 30% | 调研报告（社交媒体） | 40 | 30 | 5 | 15 | 10 | 0 | 100 |
| X3 | 50% | 调研报告，小论文（案例分析与方案设计） | 20 | 30 | 10 | 5 | 15 | 20 | 100 |

A close up of a signature

AI-generated content may be incorrect.A close-up of a signature

AI-generated content may be incorrect.任课教师： 系主任审核： 日期： 2025.8.28