**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 | 1172 | 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）B23-2，B22-3（中本贯通） | 班级人数 | 29 | 上课教室 | 三教212 |
| 答疑安排 | 周四12:45-15:15 地点: 珠宝学院242 电话：17321323619 | | | | |
| 课程号/课程网站 |  | | | | |
| 选用教材 | 《电子商务运营管理》陈道志，机械工业出版社，2021 | | | | |
| 参考教材与资料 | 《移动社交电商-电子商务的下一个风口》  作者：刘侠威，赵晓萌，寇尚伟，龚康；出版社：机械工业出版社  出版日期：2016-02-01  ISBN: 9787111528074 | | | | |

二、课程教学进度安排

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 课次 | 课时 | 教学内容 | 教学方式 | 作业 |
| 1 | 3 | 奢侈品市场与电商基础  1.奢侈品的定义与分类  2.中国奢侈品市场特点  3.电子商务基础知识  4.全球与中国电商模式对比  5.案例分析与课堂讨论 | 讲述，讨论 | 复习奢侈品定义与分类，预习中国奢侈品市场特点，完成案例分析作业，提交个人对奢侈品牌与电商模式的看法。 |
| 2 | 3 | 中国主流电商平台分析  1.淘宝与京东模式解析  2.拼多多的社交电商模式  3. B2C与B2B模式在中国的应用  4.案例分析与课堂讨论 | 讲述，讨论 | 复习各大电商平台的运营模式，预习相关电商案例，完成平台运营策略的分析报告。 |
| 3 | 3 | 新零售与电商模式创新  1.新零售的提出与发展  2.盒马与山姆会员店的对比分析  3.奢侈品电商从盒马案例中的教训  4.案例分析与课堂讨论 | 讲述，讨论 | 预习新零售相关资料，撰写新零售模式对奢侈品电商影响的分析报告。 |
| 4 | 3 | 学生汇报课 I  1.奢牌电商平台选择与新零售策略  2.教师点评与反馈 | 讲述，讨论 | 复习相关课程内容，准备个人汇报材料，结合实际案例进行分析。 |
| 5 | 3 | 跨境电商与全球市场  1.跨境电商的发展现状  2.国际奢侈品牌在中国市场策略  3.跨文化营销的挑战与机遇  4.案例分析与课堂讨论 | 讲述，讨论 | 预习跨境电商相关资料，撰写跨境电商对奢侈品品牌全球扩展影响的分析报告。 |
| 6 | 3 | 数字营销基础  1.数字营销策略概览  2.SEO、内容营销与社交媒体营销基础  3.案例分析与课堂讨论 | 讲述，讨论 | 预习数字营销基础知识，完成SEO优化与内容营销策略的设计报告。 |
| 7 | 3 | 学生汇报课 II  1.汇报奢侈品牌数字营销策略  2.教师点评与反馈 | 讲述，讨论 | 复习相关课程内容，准备个人汇报材料，结合实际案例进行分析。 |
| 8 | 3 | 社交媒体与品牌传播  1.社交媒体在奢侈品营销中作用  2.国内外主流社交媒体平台比较  3.品牌故事与工艺展示  4.案例分析与课堂讨论 | 讲述，讨论 | 预习社交媒体营销相关资料，完成品牌传播策略的案例分析报告。 |
| 9 | 3 | 社交媒体营销深化  1.高净值消费者行为分析  2.年轻消费者的奢侈品消费观  3.社交媒体中的奢侈品分享文化  4.案例分析与课堂讨论 | 讲述，讨论 | 预习社交媒体营销相关资料，完成UGC在奢侈品品牌中的应用报告。 |
| 10 | 3 | 学生汇报课 III  1.学生汇报奢侈品牌在社交媒体上的联名与品牌传播策略  2.教师点评与反馈 | 讲述，讨论 | 复习相关课程内容，准备个人汇报材料，结合实际案例进行分析。 |
| 11 | 3 | 课程总结与职业发展  1.课程知识回顾与整合  2.奢侈品行业未来展望  3.职业规划建议与行业就业指导 | 讲述，讨论 |  |

三、考核方式

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 总评构成 | 占比 | 考核方式 |
| X1 | 20% | 调研报告（奢侈品电商） |
| X2 | 30% | 调研报告（社交媒体） |
| X3 | 50% | 调研报告，小论文（案例分析与方案设计） |

任课教师： 系主任审核： （签名） 日期： 2024.8.28