《珠宝通论》本科课程教学大纲

一、课程基本信息

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 课程名称 | 珠宝通论 | | | | | |
| Introduction of Jewels | | | | | |
| 课程代码 | 2120129 | 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 | | 时尚传播专业本科  二年级第二学期 | | |
| 课程类别与性质 | 专业课程必修课 | 考核方式 | | 考查 | | |
| 选用教材 | 《宝石学教程》，李娅莉、薛秦芳等编著，中国地质大学出版社，2016.12 | | | 是否为  马工程教材 | | 否 |
| 先修课程 | 无 | | | | | |
| 课程简介 | 宝石概论是时尚传播专业的必修课程，它涉及到地质学（结晶学、矿物学、晶体光学、岩石学和矿床学）、经济、贸易、加工、时尚等学科知识。但针对时尚传播这样非地质/材料的专业，专门设计的本课程内容主要包括： 珠宝首饰绪论、宝石概论、 宝石各论、当代时尚和珠宝首饰等。本课程的学习目的是让学生对宝石学有一个全面系统的概念，掌握基础的常见宝玉石的性质，为后续的相关专业课程学习打下基础。 | | | | | |
| 选课建议与学习要求 | 本课程适于时尚传播专业本科学生二年级第二学期学习，是该专业的一门专业必修课，考核方式为考查课。本课程为学生宝石学方面的第一门课，可以不具备宝石学、地质学的基础知识。 | | | | | |
| 大纲编写人 | （签名） | | 制/修订时间 | | 2023.12.24 | |
| 专业负责人 | （签名） | | 审定时间 | | 2023.12.25 | |
| 学院负责人 | （签名） | | 批准时间 | |  | |

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 | 掌握珠宝的基本概念、分类、特点、历史与文化背景，了解国内外珠宝市场的现状与趋势 |
| 2 | 理解珠宝的选购、鉴定、保养、加工与设计等方面的专业知识和技术，掌握珠宝行业的相关法规和标准 |
| 技能目标 | 3 | 能够运用时尚传播的理论和方法，分析珠宝的审美特征、流行因素、消费群体和传播策略，提出具有创意和实效的珠宝推广方案 |
| 4 | 能够运用计算机信息技术，进行基本的珠宝产品分析、筛选，展示设计和网络传播等工作 |
| 素养目标  (含课程思政目标) | 5 | 培养对珠宝的热爱和敏感，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珠宝文化和风俗，具备跨文化交流和合作的能力 |
| 6 | 增进对祖国珠宝文化的认同和传承， 提高自身的审美修养和品位，树立职业道德和社会责任感 |

（二）课程支撑的毕业要求

|  |
| --- |
| LO1品德修养  ①爱党爱国，坚决拥护党的领导，热爱祖国的大好河山、悠久历史、灿烂文化，自觉维护民族利益和国家尊严。 |
| LO2专业能力  ②具备复合型的知识结构。掌握时尚传播的专业知识体系，具有传播学、时尚学、计算机信息技术科学、艺术学等构成当代时尚传播理论的核心知识和理论修养，形成跨专业、复合型、应用型的新文科知识结构，掌握时尚传播的发展历史与运行规律，具有职业伦理道德及行业审美素养。  ④具备时尚行业创意创新能力。具备珠宝、服饰、美妆等领域审美创意能力，设计创新能力、品牌策划能力、时尚流行预测能力、时尚项目运营能力等。 |
| LO5健康发展  ⑤持续发展，具有爱护环境的意识，与自然和谐相处的环保理念与行动；具备终生学习的意识和能力。 |
| LO8国际视野  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 |
| L01 | ① | M | 6. 增进对祖国珠宝文化的认同和传承， 提高自身的审美修养和品位，树立职业道德和社会责任感 | 100% |
| L02 | ② | H | 1.掌握珠宝的基本概念、分类、特点、历史与文化背景，了解国内外珠宝市场的现状与趋势 | 50% |
| ④ | M | 2.理解珠宝的选购、鉴定、保养、加工与设计等方面的专业知识和技术，掌握珠宝行业的相关法规和标准 | 30% |
| 4. 能够运用计算机信息技术，进行基本的珠宝产品分析、筛选，展示设计和网络传播等工作 | 20% |
| L05 | ⑤ | M | 3. 能够运用时尚传播的理论和方法，分析珠宝的审美特征、流行因素、消费群体和传播策略，提出具有创意和实效的珠宝文化推广方案 | 100% |
| L08 | ② | M | 5. 培养对珠宝的热爱和敏感，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珠宝文化和风俗，具备跨文化交流和合作的能力 | 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

|  |
| --- |
| 第一单元 珠宝首饰和宝石绪论（理论4课时 实践0课时）  知识点：宝石的概念、分类、命名。  能力要求：学生理解宝石的广义和狭义概念，归纳宝石品种和分类，了解宝石学的发展历程和现状，理解宝石的形成过程，理解宝石的晶系特征，制定课程学习计划。  教学重点：了解宝石学的发展历程和现状。  教学难点：宝石的分类，宝石的形成过程。  第二单元 五大贵重宝石（理论4课时 实践0课时）  知识点:常见宝玉石品种（包括钻石、祖母绿、珍珠、翡翠）的成因、宝石学特征、加工和产地。  能力要求：掌握几大贵重宝石的宝石学特征；理解常见彩色单晶质宝石的宝石学特征；理解常见玉石的宝石学特征和品种；理解常见有机宝石的宝石学特征。  教学重点：掌握几大贵重宝石的宝石学特征。  教学难点：常见宝玉石品种的合成优化处理的鉴定。  第三单元 当代时尚和珠宝首饰（理论24课时 实践0课时）  知识点:奢侈品牌中值得关注的珠宝品牌、工艺与值得关注的国内外珠宝设计师、值得信赖的检测机构。  能力要求：掌握几个奢侈品牌历史，以及各大品牌代表性珠宝作品的宝石和工艺特点；对国内外的标志性和重要的设计师的设计风格进行了解；对国内外权威的宝玉石检测结构的特点和特色有所了解。  教学重点：了解国际知名珠宝品牌的发展史和代表作。  教学难点：从宝石学与设计工艺的角度了解珠宝品牌。 |

（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 珠宝首饰和宝石绪论 | √ | √ | √ | √ |  | √ |
| 第二单元 五大贵重宝石 | √ | √ |  |  | √ |  |
| 第三单元 当代时尚和珠宝首饰 |  | √ | √ | √ |  | √ |

（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 珠宝首饰和宝石绪论 | 讲授法、讨论法、  合作学习法 | 平时表现、调研报告（钻石） | 4 | 0 | 4 |
| 第二单元 五大贵重宝石 | 讲授法、讨论法、  合作学习法 | 平时表现、调研报告（彩宝） | 4 | 0 | 4 |
| 第三单元 当代时尚和珠宝首饰 | 讲授法、讨论法、  合作学习法 | 平时表现、调研报告（品牌与工艺） | 24 | 0 | 24 |
| 合计 | | | 32 | 0 | 32 |

（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 | 无 |  |  |  |
| 2 | 无 |  |  |  |
| 3 | 无 |  |  |  |
| 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 珠宝首饰和宝石绪论   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。   第三单元 当代时尚和珠宝首饰   1. 培养学生的创新精神； 2. 引导学生树立正确的做人道理、一丝不苟和精益求精的大国工匠精神； 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 | 5 | 6 |
| X1 | 25% | 调研报告（钻石） | 40 | 30 | 5 | 15 | 10 | 0 | 100 |
| X2 | 25% | 调研报告（彩宝） | 40 | 30 | 5 | 15 | 10 | 0 | 100 |
| X3 | 25% | 调研报告（品牌） | 20 | 30 | 10 | 5 | 15 | 20 | 100 |
| X4 | 25% | 调研报告（工艺） | 20 | 30 | 10 | 5 | 15 | 20 | 100 |

六、其他需要说明的问题

|  |
| --- |
| 无 |