上海建桥学院课程教学进度计划表

**一、基本信息**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 课程代码 | 2120067 | 课程名称 | 奢侈品电子商务与社交媒体 |
| 课程学分 | 2 | 总学时 | 32 |
| 授课教师 | 吴璠 | 教师邮箱 | 19004@gench.edu.cn |
| 上课班级 | 工商管理B19-4、5 | 上课教室 | 二教307 |
| 答疑时间 | 周三下午 珠宝学院楼242 |
| 主要教材 | 【电子商务运营管理**，陈道志，机械工业出版社 2021年**】 |
| 参考资料 | 【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】 |

**二、课程教学进度**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 周次 | 教学内容 | 教学方式 | 作业 |
| 1 | 1. 电子商务的发展及奢侈品的电子商务趋势
2. 电子商务的发展
3. 奢侈品的电子商务之旅
4. 奢侈品与其他产品在电子商务服务的异同
5. 电商平台历史、建设逻辑、现状、存在问题，发展方向
6. 不同群体消费者的电子商务
	* 1. X世代、Y世代和Z世代
		2. 地域影响
		3. 教育程度等因素
 | 讲课、案例分析、小组研讨 | 小组作业：电商平台历史、建设逻辑、现状、存在问题，发展方向 |
| 2 | 第二章 电子商务运营管理电子商务的发展1. 运营管理与方法
2. 运营问题发现与解决
 | 讲课、案例分析、小组研讨 |  |
| 3 | 第三章电子商务平台——独立建站1. 什么是独立站
2. 独立站建立
3. 独立站运营
4. 实操建站
 | 讲课、案例分析、小组研讨 | 运用Mysitefy工具，实操跨境电商平台与建站 |
| 4 | 第四章 奢侈品电商特殊性1. 奢侈品常用电商平台
2. 奢侈品电商平台的运营逻辑
3. 奢侈品牌线上旗舰店与平台销售的区别与联系
 | 讲课、案例分析、小组研讨 |  |
| 5 | 第五章社交媒体概述1. 社交媒体分类
2. 社交媒体的发展历史
3. 中外社交媒体的异同
4. 不同社交媒体用户画像
5. 不同类别社交媒体特点
 | 讲课、案例分析、小组研讨 | 学习小红书建立小红书账号 |
| 6 | 第六章社交媒体营销1. 社交媒体营销传播方式
2. 品牌营销案例分析
3. 摄影图文
4. 短视频
5. 直播
 | 讲课、案例分析、小组研讨 | 写作小红书笔记 |
| 7 | 第七章奢侈品社交媒体营销及运营特点1. 奢侈品对社交媒体的选择
2. 奢侈品牌在社交媒体的呈现
3. 利弊案例分析
 | 讲课、案例分析、小组研讨 |  |
| 8 | 第八章分类奢侈品的案例分析成果汇报 | 小组汇报 |  |

**三、评价方式以及在总评成绩中的比例**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 总评构成（X） | 评价方式 | 占比 |
| X1 | 小组电商平台总结报告 | 20% |
| X2 | 独立建站 | 30% |
| X3 | 小红书账户运营 | 50% |

任课教师：吴璠 系主任审核： 吴璠 何俊

日期：2022-02-18