上海建桥学院课程教学进度计划表

**一、基本信息**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 课程代码 | 2120017 | 课程名称 | 珠宝首饰品牌 |
| 课程学分 | 2 | 总学时 | 32 |
| 授课教师 | 黄昊源 | 教师邮箱 | [20021@gench.edu.cn](mailto:20021@gench.edu.cn) |
| 上课班级 | 产品设计B20-4 | 上课教室 | 公共教室待定 |
| 答疑时间 | 时间 : 周三下午16:00-16:30 地点: 珠宝234 电话：17321323619 | | |
| 主要教材 | 《世界珠宝品牌简史》任进，巫金津著，中国地质大学出版社 2016.9 | | |
| 参考资料 | 《世界品牌故事：珠宝卷》北京大陆桥文化传媒著，中国青年出版社2009.5  《奢侈品品牌管理》[法]米歇尔舍瓦利耶，热拉尔德玛扎罗夫，[中]卢晓著，上海人民出版社2015.7  《世界奢华珠宝》马家叙编著，上海科学技术出版社2014.8 | | |

**二、课程教学进度**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 课次 | 教学内容 | 教学方式 | 作业 |
| 1 | 第一单元、品牌的基本概念  （理解品牌的意义和品牌生命周期模型） | 讲课 | 搜集归类主流的珠宝品牌分别来自哪些国家 |
| 2 | 第二单元、中国珠宝品牌及消费者  （千禧一代消费者的特征和中国珠宝品牌的发展历程） | 讲课 | 分析不同年龄段人群的购买特征和品牌倾向 |
| 3 | 第三单元、法国珠宝品牌  （法国珠宝品牌崛起原因和镶嵌方法种类） | 讲课 | 分析法国珠宝品牌的广告战略 |
| 4 | 第四单元、意大利珠宝品牌  （文艺复兴的首饰风格和织纹雕金工艺） | 讲课 | 概述包镶的镶嵌方法和雕金工艺 |
| 5 | 第五单元、美国珠宝品牌  （蒂凡尼的营销策略和首饰题材的选择） | 讲课 | 分析美国珠宝企业的起源 |
| 6 | 第六单元、其他地区珠宝品牌  (品牌的产品设计及管理模式) | 讲课 | 分析戴比尔斯，御木本的品牌特征及历史来源 |
| 7 | 第七单元、其他奢侈品牌的珠宝产品  （了解巴洛克拜占庭式风格和珠宝线产品的作用） | 讲课 | 分析珠宝产品对时尚奢侈品品牌的作 |
| 8 | 第八单元、小组课题讨论及展示  （比较中外珠宝品牌区别并分析中国珠宝品牌的SWOT） | 讲课 | 针对目前珠宝品牌的不足，创立可行的珠宝品牌填补空白 |

**三、评价方式以及在总评成绩中的比例**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 总评构成（1+X） | 评价方式 | 占比 |
| 1 | 理论测试 | 40% |
| X1 | 小组品牌策划展示 | 20% |
| X2 | 小组品牌策划书（以小组为单位收集分析现有中国珠宝品牌相关信息，模拟创立新品牌，策划品牌理念，品牌定位，并针对该理念及定位制定设计风格，营销方式,广告及展示策略） | 20% |
| X3 | 课堂练习 | 20% |

任课教师：黄昊源 系主任审核： 日期：2020.9.1