**【珠宝市场营销】**

SJQU-QR-JW-033（A0）

SJQU-QR-JW-033（A0）

**【Jewelry Marketing】**

一、基本信息

**课程代码：**【2120044】

**课程学分：**【3】

**面向专业：**【宝石及材料工艺学，产品设计（珠宝首饰设计）】

**课程性质：**【系级必修课】

**开课院系：**珠宝学院宝石及材料工艺学系

**使用教材：**

教材【珠宝市场营销学（第二版），包德清编著，中国地质大学出版社 2013.4】

参考书目【营销管理（第15版·彩色版），菲利普•科特勒 (Philip Kotler)，凯文•莱恩•凯勒 (Kevin Lane Keller) 编著, 何佳讯, 于洪彦，牛永革, 徐岚等翻译，格致出版社】

参考书目：【市场营销学通论（第五版），郭国庆主编，中国人民大学出版社，（21世纪工商管理系列教材；“十二五”普通高等教育本科国家级规划教材；教育部普通高等教育精品教材）2013年5月】

参考书目：【市场营销学（第4版），吴泗宗主编，清华大学出版社，国家级“十二五“规划教材 普通高等教育”十一五“国家级规划教材，教育部重点推荐财经类教材，2012年7月】

**课程网站网址：**<https://elearning.gench.edu.cn:8443/webapps/login/>

**先修课程：**【无】

二、课程简介

本课程通过教学使学生了解和掌握市场营销的基本理论、基本知识、基本技能和方法，充分认识在经济全球化背景下加强企业营销管理的重要性，了解分析市场营销环境、研究市场购买行为、制定市场营销组合策略的基本程序和方法，培养和提高正确分析和解决市场营销管理问题的实践能力，以使学生能够较好地适应市场营销管理工作实践的需要，更好地服务于国家创新体系建设和社会主义市场经济建设。

在教学实践中，将与真实的市场环境并与案例分析相结合，借助课堂讨论、市场调查、机会分析、营销策划、营销咨询等多种形式，培养学生的营销知识的应用能力、营销决策能力和营销创新能力，使学生既知道“营销什么”，又知道如何进行营销策划和市场开拓。

三、选课建议

该课程适合宝石及材料工艺学专业、产品设计（珠宝首饰设计）三年级学生，学习本课程的学生应具备首饰概论，宝石学，首饰制作（1），首饰制作（2），钻石和钻石分级的基础知识。

四、课程与专业毕业要求的关联性

|  |  |
| --- | --- |
|  |  |
| LO11：理解他人的观点和鉴定、鉴别要求，并能够清晰流畅的表达自己的鉴定思路和工作构想。能在不同场合用书面、口头或数据图表及宝石、矿物样本形式进行有效的双向沟通。 |  |
| LO21：学生能根据自身需要和岗位需求，结合社会背景下，新知识、新技术、新器械、新材料的发展趋势，确定自己的学习目标，并主动自觉地通过搜集、分析信息、讨论、实践、质疑、创造等方法来实现学习目标。 | ● |
| LO31：掌握设计和审美的基本理论与基本知识；具备设计能力和审美素养。 |  |
| LO32：掌握珠宝首饰加工技能和工艺的基本理论知识 |  |
| LO33：掌握珠宝玉石材料的性质和用途，掌握珠宝鉴定的基本理论知识，具备珠宝玉石材料的识别鉴定能力。 | ● |
| LO34：掌握珠宝鉴定常规仪器、大型仪器的基本原理和操作，利用仪器能够准确鉴别珠宝玉石。 |  |
| LO41：遵守纪律、守信守责；具有耐挫折、抗压力的能力，并能够顺利完成相应地工作学习任务。 |  |
| LO51：同工作学习伙伴保持良好的关系，团结互助、齐心协力，做团队或集体中的积极成员；善于从多个维度思考问题，善于利用自己掌握的知识与技能，在工作实践中提出新颖的构思和设想。 |  |
| LO61：具备信息素养和运用科技信息技术的能力，并能熟练操作各项办公软件和图像、图形处理软件。 |  |
| LO71：愿意服务他人、服务企业、服务社会；为人热忱，富于爱心，懂得感恩，甘于奉献。 | ● |
| LO81：具备外语能力，能够阅读外文专业图书和资料，同时对专业范围中跨语言跨文化的内容具有理解能力，有国际竞争与合作的意识。 |  |

备注：LO=learning outcomes（学习成果）

五、课程目标/课程预期学习成果

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **序号** | **课程预期****学习成果** | **课程目标** | **教与学方式** | **评价方式** |
| 1 | LO212 | 1. 能够搜集案例中有用的知识点
2. 能够对案例进行适当分析
 | 课堂案例分析 |  案例分析 |
| 2 | LO331 | 能够阐述了宝石材料的市场价值、市场需求及市场供给现状 | 教师授课与个人自主学习相结合 | 期末考试 |
| 3 | LO712 | 能够团队协作完成调研报告 | 团队调研 | 团队调研报告 |

六、课程内容

**本课程总课时：48学时，其中32为理论课时，16为课外实践课时**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **单元** | 知识点 | **能力要求** | **教学难点** |
| 单元一珠宝市场概述（4个理论课时） | 1. 理解珠宝的含义和属性L2
2. 了解珠宝消费者市场类型和趋势L2
3. 理解我国珠宝市场发展现状L2
4. 运用珠宝市场调查方法L3
 | 1. 能够简述地珠宝的基本概念及特征
2. 能够概述我国珠宝市场发展现状进行
3. 能够运用调查方法进行市场调研
 | 1. 珠宝市场发展现状
2. 珠宝市场调研方法
 |
| 单元二珠宝消费者（2个理论课时，4个实践课时） | 1. 理解马斯洛需求理论L2
2. 分析服务对珠宝企业的意义L4
3. 理解影响消费者购买行为的因素L2
 | 1. 能够简述马斯洛需求理论
2. 能够简述消费者购买行为的动机
3. 能够论述服务对珠宝的意义
 | 1. 马斯洛需求理论
2. 珠宝企业服务的重要性
 |
| 单元三市场营销策略（2个理论课时，2个实践课时） | 1. 理解目标营销的步骤L2
2. 理解细分市场方法L2
3. 综合目标市场营销策略和定位方法L5
 | 1. 能够简述影响细分的因素市场
2. 能够举例说明四种营销策略的特点
3. 能够列举珠宝首饰的属性，说明按珠宝首饰的每个属性进行目标市场定位的要点
 | 1. 市场细分
2. 市场定位
 |
| 单元四企业战略（4个理论课时，2个实践课时） | 1. 运用SWOT分析矩阵L4
2. 理解珠宝市场演变过程L2
3. 总结珠宝企业不同战略模式L4
 | 1. 能够简述SWOT分析法，并加以运用分析珠宝企业
2. 能够总结企业的不同战略模式
 | 1. SWOT分析法
2. 珠宝市场战略模式
 |
| 单元五市场竞争（4个理论课时，2个实践课时） | 1. 分析市场竞争类型L4
2. 分析波特五力模型L4
3. 了解珠宝市场竞争方法L1
4. 理解珠宝市场竞争战略制定程序和原则L2
 | 1. 能够分析竞争市场的特点
2. 能简述珠宝市场竞争战略制定程序和原则
 | 1. 波特五力模型
2. 市场竞争类型
 |
| 单元六品牌战略（4个理论课时，2个实践课时） | 1. 了解品牌的内涵和作用 L1
2. 理解品牌在珠宝营销中的意义L2
3. 理解我国珠宝品牌现状和制约因素L2
4. 评价我国珠宝企业战略模式L6
 | 1. 能够举例说明珠宝品牌的内涵
2. 能够简述品牌在珠宝营销中的意义。
3. 能够分析当前我国珠宝品牌建设存在的问题
 | 我国珠宝品牌建设的制约因素与战略模式 |
| 单元七产品组合（4个理论课时，2个实践课时） | 1. 了解三种产品组合策略L1
2. 了解产品创新原则L1
 | 1. 能够解释产品组合的含义
2. 能够结合珠宝企业的实例说明产品策略的意义
 | 产品策略的意义 |
| 单元八定价（2个理论课时，2个实践课时） | 1. 理解珠宝首饰定价意义L2
2. 理解影响珠宝首饰定价的因素L2
3. 理解珠宝首饰定价方法L2
 | 1. 能够阐述影响珠宝首饰定价因素
 | 影响珠宝首饰定价因素 |
| 单元九分销渠道及促销（4个理论课时） | 1. 理解分销渠道的作用、模式和选择因素L2
2. 了解渠道整合的意义L1
3. 了解促销方式L1
4. 运用促销组合设计L3
 | 1. 能够概述促销的本质
2. 能够简述不同类型的珠宝企业促销组合的方式。
3. 能够阐述珠宝促销组合的设计应考虑哪些因素
 | 促销组合设计 |
| 单元十珠宝市场展望及总结（2个理论课时） | 1. 珠宝消费市场的展望
2. 珠宝营销的变革
 | 珠宝消费市场的展望 | 珠宝营销的变革 |

七、实践环节各阶段名称及基本要求

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 各阶段名称 | 实践主要内容 | 天数/周数 | 备注 |
| 1 | 上海国际珠宝展览会调研 | 调研上海国际珠宝展不同种类宝石的市场情况 | 2天 |  |
| 2 | 上海地区珠宝品牌及消费者调研 | 调研上海地区国内外珠宝品牌的地理位置，产品信息等情况，并对各商圈珠宝消费者就消费倾向，消费习惯等进行采访 | 2天 |  |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **总评构成（1+X）** | **评价方式** | **占比** |
| 1 | 期末考试 | 40% |
| X1 | 团队调研报告（走访珠宝展及珠宝商铺，针对国内外珠宝品牌及市场现状进行调研，并自选角度撰写调研报告） | 30% |
| X2 | 课堂案例分析 | 20% |
| X3 | 课堂作业 | 10% |

八、评价方式与成绩

撰写人：陆惠雯 系主任审核签名：杨天畅 审核时间：2019.9.1