上海建桥学院课程教学进度计划表

**一、基本信息**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 课程代码 | 2120044 | 课程名称 | 珠宝市场营销 |
| 课程学分 | 3 | 总学时 | 48 |
| 授课教师 | 陆惠雯 | 教师邮箱 | 18084@gench.edu.cn |
| 上课班级 | 宝石B19-1、2、4 | 上课教室 | 四教303 |
| 答疑时间 | 时间：5-16周 周一 12:00-13:00 地点：珠宝学院230电话：13817955331 |
| 主要教材 | 《珠宝市场营销学（第二版）》包德清著，中国地质大学出版社 2013.4 |
| 参考资料 | 【营销管理（第15版·彩色版），菲利普•科特勒 (Philip Kotler) (作者), 凯文•莱恩•凯勒 (Kevin Lane Keller) (作者), 何佳讯 (译者), 于洪彦 (译者), 牛永革 (译者), 徐岚 (译者), 等 (译者)，格致出版社】【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】 【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】 |

**二、课程教学进度**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 周次 | 教学内容 | 教学方式 | 作业 |
| 5 | 课程介绍及导入 | 讲课 |  |
| 6 | 珠宝市场营销概述 | 讲课、小组讨论 |  |
| 7 | 珠宝展调研 | 课外实践 | 调研方案设计 |
| 8 | 珠宝展调研内容整理 | 课外实践 | 珠宝展调研结果分析 |
| 9 | 珠宝消费者 | 讲课、小组讨论 |  |
| 10 | 企业战略，市场竞争 | 讲课、小组讨论 |  |
| 11 | 品牌管理、市场定位 | 讲课、小组讨论 |  |
| 12 | 市场营销组合——产品、定价 | 讲课、小组讨论 |  |
| 13 | 市场营销组合——渠道、促销 | 讲课、小组讨论 |  |
| 14 | 品牌及消费者调研 | 课外实践 | 问卷或采访数据分析 |
| 15 | 数据分析及团队调研展示 | 课外实践 | 团队调研结果报告 |
| 16 | 团队调研展示及案例分析 | 汇报、案例分析 | 案例分析 |

**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 | 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% |

任课教师： 陆惠雯 系主任审核：杨天畅 日期：2019年9月