**【珠宝首饰品牌】**

**【Jewelry Brands】**

一、基本信息

**课程代码：**【2120017】

**课程学分：**【2】

**面向专业：**【产品设计（珠宝首饰设计）专业】

**课程性质：**【院级选修课】

**开课院系：**珠宝学院产品设计系

**使用教材：**

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】

参考书目【《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】

**课程网站网址：**https://www.icourse163.org/course/ZSTU-1002534016

**先修课程：**【无】

二、课程简介

本课程为专业基础课程，主要介绍世界知名的珠宝饰品品牌，如卡地亚，蒂芙尼，梵克雅宝等等，通过展示他们的历史发展、设计演变、市场营销、消费者心理、品牌管理、及广告展示艺术等方面，带领学生走入珠宝品牌，探索品牌的奥秘，从不同时期的流行元素，到品牌的产品特色，从消费者的生活方式，到品牌的广告、营销策略，培养学生对珠宝设计的鉴赏洞察力，对品牌深刻的理解能力，唤醒内心深处的诗意追求，激发想象力与创造力，并提高总体审美品位。

本次课程将结合真实案例和图片视频资料，通过授课，个人论文及小组展示的方法，指导学生对不同品牌的首饰风格进行收集和分析，组内合作和交流，进而探索珠宝品牌的内在，并在课上与其余学生分享，共同探讨。具有合作性、科普性、启发性的特色。

三、选课建议

本课程要求学生应具备基础的设计艺术知识和审美修养。适合产品设计（珠宝首饰设计）系本科学生在大一上学期开设。

四、课程与专业毕业要求的关联性

|  |  |
| --- | --- |
| 专业毕业要求 | 关联 |
| LO11 | LO111：倾听他人意见、尊重他人观点、分析他人需求。 |  |
| LO112：应用书面或口头形式，阐释自己的观点，有效沟通。 |  |
| LO21 | LO211：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、新工艺、新材料的发展趋势，确定自己的学习目标。 |  |
| LO212：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 | LO311：能全面系统地掌握设计与审美的基本理论，并能独立完成对设计作品与艺术作品的赏析。 | ● |
| LO312：具备设计能力与审美素养，能将设计创意与美学规律运用在实践中。 |  |
| LO32 | LO321：掌握珠宝首饰加工工艺的基本理论知识。 |  |
| LO322：具备珠宝首饰金属加工制作的技能。 |  |
| LO323：掌握珠宝玉石和多种首饰材料的特质和加工特点，进行个人作品的设计与制作。 |  |
| LO33 | LO331：掌握珠宝玉石材料的性质与用途。 |  |
| LO332：掌握珠宝鉴定的基本理论知识。 |  |
| LO333：具备珠宝玉石材料的识别鉴定能力。 |  |
| LO34 | LO341：掌握珠宝首饰设计的基本原理和基本方法，具备较强的珠宝首饰设计手绘能力，能灵活运用多种方法进行设计创意的手绘表现。 |  |
| LO342:具备较强的珠宝首饰设计电绘能力，能通过软件将设计意图进行精确表达。 |  |
| LO343:能综合运用珠宝首饰设计的基本原理与方法进行首饰创作，灵活运用手绘或电绘的方式进行设计创意的精确表达，并完成实物的制作。 |  |
| LO35 | LO351:掌握珠宝首饰的展示与陈列的基本原理与方法，具备参与策展、布展的能力。 |  |
| LO352:掌握珠宝广告与包装的基本原理与方法，具备珠宝广告策划及商业推广的能力。 |  |
| LO41 | LO411:遵纪守法：遵守校纪校规，具备法律意识。 |  |
| LO412:诚实守信：为人诚实，信守承诺，尽职尽责。 |  |
| LO413:爱岗敬业：了解与专业相关的法律法规，充分认识本专业就业岗位在社会经济中的作用和地位，在学习和社会实践中遵守职业规范，具备职业道德操守 |  |
| LO414:身心健康，能承受学习和生活中的压力。 |  |
| LO51 | LO511:在集体活动中能主动担任自己的角色，与其他成员密切合作，共同完成任务。 |  |
| LO512:有质疑精神，能有逻辑的分析与批判。 |  |
| LO513:能用创新的方法或者多种方法解决复杂问题或真实问题。 |  |
| LO514:了解行业前沿知识技术。 |  |
| LO61 | LO611:能够根据需要进行专业文献检索。 |  |
| LO612:能够使用适合的工具来搜集信息，并对信息加以分析、鉴别、判断与整合。 |  |
| LO613:熟练使用计算机，掌握常用办公软件和图像、图形处理软件。 |  |
| LO71 | LO711:爱党爱国：了解祖国的优秀传统文化和革命历史，构建爱党爱国的理想信念。 |  |
| LO712:助人为乐：富于爱心，懂得感恩，具备助人为乐的品质。 | ● |
| LO713:奉献社会：具有服务企业、服务社会的意愿和行为能力。 |  |
| LO714:爱护环境：具有爱护环境的意识和与自然和谐相处的环保理念 |  |
| LO81 | LO811:具备外语表达沟通能力，能够阅读外文专业图书和资料。 |  |
| LO812:对专业范围中跨文化的设计具有理解能力。 |  |
| LO813:有国际竞争与合作意识。 |  |

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.能够自觉搜集分析珠宝品牌信息 | 教师授课与小组自主学习相结合 | 小组报告 |
| 2．能够实现学习目标，运用分析、讨论、质疑的方法完成练习 |
| 2 | LO311 | 能够概述设计与审美的基本理论，并能独立完成对设计作品与品牌广告作品的赏析 | 教师授课与个人自主学习相结合 | 期末考试 |
| 3 | LO712 | 能够与他人合作完成任务，互帮互助，懂得感恩 | 小组自主学习 | 小组展示 |

六、课程内容

**本课程总课时：32学时，均为理论课时（含讨论，展示，评价）**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **单元** | 知识点 | **能力要求** | **教学难点** |
| 单元一品牌的基本概念（4个理论课时） | 1. 了解品牌的定义L1
2. 理解品牌符号L2
3. 理解品牌意义L2
4. 分析品牌的生命周期模型L4
5. 理解卡普菲勒的品牌识别棱镜模型L2
 | 1.能够了解品牌的基本概念及特征2.能够理解品牌的符号和品牌价值3. 能够运用品牌定位过程进行小组品牌定位 | 1.品牌的意义2.品牌生命周期模型 |
| 单元二中国珠宝品牌及消费者（4个理论课时） | 1. 理解珠宝消费者特征L2
2. 运用品牌定位过程L3
3. 运用四种传播方式类型L3
4. 分析中国珠宝品牌特点L5
 | 1.能够分析品牌消费者的特点2.能够了解不同品牌的品牌定位 | 1.千禧一代消费者的特征2.中国珠宝品牌的发展历程 |
| 单元三法国珠宝品牌（4个理论课时） | 1. 分析法国奢侈品的起源L4
2. 理解卡地亚“皇帝的珠宝商”广告语由来几卡地亚猎豹标志含义L2
3. 理解梵克雅宝及其隐秘镶的镶嵌方式L2
4. 了解尚美巴黎、宝诗龙的品牌历史及设计风格L1
5. 理解法国珠宝品牌的广告与展示策略L2
 | 1. 能够理解宝石的镶嵌方法
2. 能够理解当时法国珠宝品牌兴起的环境和市场因素
3. 能够理解法国珠宝品牌的广告战略
 | 1. 法国珠宝品牌崛起原因
2. 镶嵌方法种类
 |
| 单元四意大利珠宝品牌（4个理论课时） | 1. 理解意大利奢侈品的起源L2
2. 理解包镶的镶嵌方式L2
3. 分析文艺复兴时期的首饰风格L4
4. 了解雕金工艺L1
5. 了解意大利珠宝品牌的广告及展示特点L1
 | 1. 能够对文艺复兴的首饰风格进行描述和评论
2. 能概述包镶的镶嵌方法和雕金工艺
 | 1. 文艺复兴的首饰风格
2. 织纹雕金工艺
 |
| 单元五美国珠宝品牌（4个理论课时） | 1. 了解美国奢侈品的起源L1
2. 理解蒂凡尼的营销策略L2
3. 理解海瑞温斯顿的品牌历史L2
4. 分析蒂凡尼的橱窗展示特点L4
 | 1. 能够了解美国珠宝企业的起源
2. 能够概述蒂凡尼的营销策略
 | 蒂凡尼的营销策略首饰题材的选择 |
| 单元六其他地区珠宝品牌（4个理论课时） | 1. 了解“钻石恒久远”广告语的来源L1
2. 了解珍珠之王的艰辛成功之路L1
 | 1. 能够了解戴比尔斯，御木本的品牌特征及历史来源
2. 能够理解史登的认知旅游营销模式
 | 品牌的产品设计及管理模式 |
| 单元七其他奢侈品牌的珠宝产品（2个理论课时） | 1. 了解巴洛克拜占庭式风格L1
2. 了解珠宝产品对时尚奢侈品品牌的作用L1
 | 能够理解香奈儿的品牌特征 | 珠宝线产品的作用 |
| 单元八小组课题讨论及展示（6个理论课时） | 1. 比较中外珠宝品牌区别L5
2. 分析中国珠宝品牌的SWOT
 | 能够评价中国珠宝品牌现状及发展 | 能够针对目前珠宝品牌的不足，创立可行的珠宝品牌填补空白 |

七、评价方式与成绩

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 总评构成（1+X） | 评价方式 | 占比 |
| 1 | 期末考试 | 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% |

撰写人：陆惠雯系主任审核签名：王琼

审核时间：2019年9月1日