

《首饰营销》课程标准

课程代码	159465			课程类别	专业核心课		
总学时	54	计划理论学时	48	计划实验/实训学时	6	计划线上学时	0
课程学分	3.0			开课学期	第四学期		
适用专业	宝玉石鉴定与加工			考核方式	考查		
成绩评定	平时考核(30%)+期末综合性考核(70%)方式。						
编制人	黄建新			制定时间	2026.03.08		

《首饰营销》课程标准说明

一、课程定位

本课程是全日制专科宝玉石鉴定与加工专业的专业核心必修课，是衔接市场营销基础理论与珠宝首饰行业实际应用的应用型课程，兼具理论性、实践性和行业针对性。课程立足高职高专职业教育“工学结合、知行合一”的核心要求，以宝玉石鉴定与加工专业学生的岗位能力需求为导向，衔接珠宝首饰销售、营销策划、门店运营、网络推广等珠宝行业核心就业岗位，搭建起从宝玉石专业知识到市场应用能力的桥梁。

本课程前承宝玉石鉴定、首饰加工工艺等专业基础课程，后续可对接珠宝门店管理、珠宝创业实践等拓展课程，在专业人才培养体系中承担着培养学生行业营销思维、提升职业岗位实操能力、夯实就业创业基础的关键作用。通过理论教学与实践实训的结合，使学生掌握珠宝首饰营销专属知识与技能，满足珠宝首饰行业对具备专业知识的营销型人才的需求，助力学生成为适应珠宝首饰行业发展的高素质技术技能人才。

二、教学目标

（一）知识目标

1. 掌握市场营销基本原理，并理解珠宝首饰行业营销的特殊性与行业规律；
2. 熟知珠宝首饰市场调研、市场定位、品牌、产品等核心营销模块的理论、方法与实施策略；
3. 掌握珠宝首饰广告策划、店面营销、文化营销、体验营销、网络营销等专属营销模式的策划流程与实操要点；
4. 了解珠宝首饰关系营销、连锁经营与拍卖的行业运作逻辑，知晓珠宝行业危机处理的基本沟通协调方法；
5. 明晰珠宝首饰网络营销的主流渠道、运营特点与时代发展趋势。

（二）能力目标

1. 能独立运用调研方法开展珠宝首饰市场专题调研，完成基础调研分析，为营销决策提供依据；
2. 能结合珠宝首饰产品特性与企业实际，完成市场定位、品牌建设、产品开发等基础营销策划；

3. 能独立设计珠宝首饰广告、体验营销、文化营销等专项营销方案，具备方案落地的基础实操能力；
4. 能熟练运用抖音、微信等主流网络平台开展珠宝首饰网络营销实操，适配新时代珠宝销售需求；
5. 能完成珠宝首饰店面营销、客户关系维护等基础岗位工作，具备营销案例分析、问题解决的基本能力；
6. 具备团队协作完成营销项目模拟的能力，能在小组合作中完成分工、沟通与成果输出。

（三）素养目标

1. 树立符合珠宝首饰行业特性的营销职业素养，具备诚信经营、客户至上的行业服务意识；
2. 培养敏锐的珠宝首饰市场洞察能力与行业趋势判断能力，形成市场化、专业化的营销思维；
3. 提升创新策划能力与实操执行能力，能结合珠宝文化、情感价值开展差异化营销；
4. 养成团队协作、沟通表达、逻辑思考的职业通用素养，适配珠宝行业营销相关岗位的工作要求；
5. 树立终身学习意识，能主动适应珠宝首饰行业营销模式的不断创新与发展变化。

三、教学内容设计

课程内容和学时分配表

章节	内 容	理论学时	实训/实验学时	线上学时	学时小计
1	珠宝首饰市场调研	6			6
2	珠宝首饰市场定位策略	6			6
3	珠宝首饰品牌策略	3			3
4	珠宝首饰产品策略	3			3
5	珠宝首饰广告策划	6			6
6	珠宝首饰店面营销	6	3		9
7	珠宝首饰关系营销	3			3
8	珠宝首饰文化营销	3			3

9	珠宝首饰情感营销	3			3
10	珠宝首饰体验营销	3	3		6
11	珠宝首饰网络营销	3			3
12	珠宝首饰连锁经营与拍卖	3			3
合计		48	6	0	54

四、教学实施

1、教学方法与手段

本课程紧扣高职高专“理论够用、实践充分”的教学原则，结合珠宝首饰营销的行业特性和学生的认知特点，采用理论与实践融合、线上与线下结合的多元化教学方法，搭配适配的教学手段，提升教学效果，具体如下：

(1) 主要教学方法

① 案例教学法：核心理论讲解结合珠宝首饰行业经典案例（如宏艺珠宝广告策划、知名珠宝品牌定位等）和实时行业案例，通过案例解读、分析、研讨，让学生理解理论在行业中的实际应用，掌握珠宝营销的实操要点。

② 项目驱动教学法：以课程各章节的项目模拟为核心，将学生分为小组，围绕“市场调研策划”“品牌建设”“网络营销实操”等具体项目开展协作学习，从方案设计到成果展示全程由学生主导，教师仅作指导，培养学生的项目策划和团队协作能力。

③ 理实一体化教学法：理论课堂讲解后即时开展对应的小型实践训练，如讲解完店面营销理论后，现场模拟珠宝门店接待、产品讲解场景，实现“学完即练、练中巩固”，打破理论与实践的脱节。

④ 情景模拟教学法：针对店面营销、客户关系维护、危机公关等实操性强的内容，设置真实的行业工作情景，让学生扮演销售员、客户、企业公关等角色，沉浸式体验营销工作流程，提升岗位实操能力。

⑤ 小组研讨法：针对营销方案设计、行业趋势分析等内容，组织学生以小组为单位开展讨论，鼓励学生发表不同观点，教师引导总结，培养学生的逻辑思考和沟通表达能力。

(2) 核心教学手段

① 线下课堂手段：采用多媒体课件（PPT）、行业视频、营销策划书范本等教学资源，配合板书梳理核心知识框架；借助珠宝首饰样品、门店营销道具等开展实物教学，增强学生的直观认知。

② 线上辅助手段：利用学习通、微信等平台发布课程资料、行业资讯、作业任务，实现线上答疑、作业批改和小组交流；借助抖音、微信视频号等平台开展网络营销实操训练，贴合行业实际营销渠道。

③ 实践实训手段：依托校内实训教室开展项目模拟和情景演练；鼓励学生利用校外珠宝门店、线上珠宝销售平台等资源进行实地观摩和实操体验，提升实践应用能力。

④ 校企联动手段：邀请珠宝行业营销从业者开展专题讲座，分享行业实操经验；引入企业真实的营销需求作为课程实践项目，让学生接触行业真实工作场景，提升就业适配性。

2、教学评价

本课程采用过程性评价与终结性评价相结合、知识考核与能力素养考核并重的综合性教学评价方式，全面考核学生的课程学习效果，考核结果以百分制计，最终评定为合格/不合格（考查类课程），具体评价体系如下：

（1）评价原则

① 全面性原则：考核内容覆盖课程知识目标、能力目标、素养目标，不仅考查学生的理论知识掌握情况，更注重考核实践操作能力和职业素养养成。

② 过程性原则：强化对学生课堂学习、小组合作、实践操作等过程的考核，避免“一考定成绩”，真实反映学生的学习过程和进步情况。

③ 实操性原则：结合珠宝首饰营销的行业特点，增加实践项目、方案设计等实操性考核内容的占比，突出职业能力考核。

④ 客观性原则：考核标准明确、评分细则清晰，过程性考核记录完整，终结性考核命题规范，确保评价结果客观、公正。

（2）评价内容及占比

课程总成绩=过程性评价（40%）+终结性评价（60%）

① 过程性评价（40分）

聚焦学生的课堂表现、实践操作、项目完成等学习过程，具体细分如下：

课堂表现（10分）：考核学生的课堂出勤率、听课专注度、课堂发言与研讨参与度，由任课教师实时记录评定。

小组作业与项目模拟（10分）：考核学生在各章节项目模拟、小组研讨、实践实训中的表现，包括方案设计质量、团队协作能力、成果展示效果等，由教师根据小组成果和个人分工情况综合评定。

实践操作（10分）：考核学生在广告策划、网络营销、体验营销等专项实践中的实操能力，包括实践报告完成质量、实操过程的规范性和创新性等。

平时作业（10分）：考核学生的课后理论作业、案例分析作业的完成质量和及时性。

② 终结性评价（60分）

采用课程考查的形式，以课程论文+营销方案设计为核心考核内容，题目围绕珠宝首饰营销的实际问题展开，如“某轻奢珠宝品牌的市场定位策划方案”“珠宝首饰抖音网络营销方案设计”等，考核学生对课程理论知识的综合运用能力和营销策划的实际能力，由任课教师根据作业完成质量评定。

（3）评价结果应用

① 课程总成绩 ≥ 60 分为合格， < 60 分为不合格，不合格学生需按学校规定进行补考或重修。

② 过程性评价中，若学生出现多次缺勤、实践项目无故不参与、作业多次未完成等情况，直接判定课程学习不合格。

③ 考核结果作为学生课程学分认定的依据，同时为教师优化教学方法、调整教学内容提供实际参考，提升课程教学质量。

五、教学内容知识点

第一章 珠宝首饰市场调研

教学目的和要求：

了解中国珠宝首饰的基础数据；掌握珠宝首饰调研的基础策略；熟悉调研珠宝首饰的理论、方法。

教学内容：

第一节 理论、方法与策略基础

第二节 项目：中国珠宝首饰市场研究

第三节 项目模拟：珠宝首饰市场专题调研

第二章 珠宝首饰市场定位策略

教学目的和要求：

了解珠宝首饰市场定位策划流程；掌握珠宝首饰市场定位的基础策略；熟悉珠宝首饰市场定位的理论、方法。

教学内容：

第一节 理论、方法与策略基础

第二节 项目：珠宝首饰市场定位策划个案解读

第三节 项目模拟：某珠宝首饰企业市场定位专题策划

第三章 珠宝首饰品牌策略

教学目的和要求：

了解珠宝首饰品牌建设的流程；掌握珠宝首饰品牌策略的基础策略；熟悉珠宝首饰品牌策略的理论、方法。

教学内容：

第一节 理论、方法与策略基础

第二节 项目：珠宝首饰品牌建设个案解读

第三节 项目模拟：珠宝首饰品牌专题策划

第四章 珠宝首饰产品策略

教学目的和要求：

了解珠宝首饰产品开发与设计的流程；掌握珠宝首饰产品策略的基础策略；熟悉珠宝首饰产品策略的理论、方法。

教学内容：

第一节 理论、方法与策略基础

第二节 项目：珠宝首饰产品策略个案解读

第三节 项目模拟：珠宝首饰产品开发与设计专题策划

第五章 珠宝首饰广告策划

教学目的和要求：

了解珠宝首饰广告专题策划流程；掌握珠宝首饰广告策划的基础策略；熟悉珠宝首饰广告策划的理论、方法；阅读《宏艺珠宝广告策划书》

教学内容：

第一节 理论、方法与策略基础

第二节 项目：范本阅读《宏艺珠宝广告策划书》

第三节 项目模拟：珠宝首饰广告专题策划

第六章 珠宝首饰店面营销

教学目的和要求：

了解珠宝首饰店面营销的流程；掌握珠宝首饰店面营销的基础策略；熟悉珠宝首饰店面营销的理论、方法。

教学内容：

第一节 理论、方法与策略基础

第二节 项目：珠宝首饰店面营销个案解读

第三节 项目模拟：珠宝首饰店面营销专题策划

第七章 珠宝首饰关系营销

教学目的和要求：

了解珠宝首饰关系营销的流程；掌握珠宝首饰关系营销的基础策略；熟悉珠宝首饰关系营销的理论、方法。

教学内容：

第一节 理论、方法与策略基础

第二节 项目：珠宝首饰关系营销个案解读

第三节 项目模拟：珠宝首饰关系营销专题策划

第八章 珠宝首饰文化营销

教学目的和要求：

了解珠宝首饰文化营销的流程；掌握珠宝首饰文化营销的基础策略；熟悉珠宝首饰文化营销的理论、方法。

教学内容：

第一节 理论、方法与策略基础

第二节 项目：珠宝首饰文化营销个案解读

第三节 项目模拟：珠宝首饰文化营销专题策划

第九章 珠宝首饰情感营销

教学目的和要求：

了解珠宝首饰情感营销策划的流程；掌握珠宝首饰情感营销的基础策略；熟悉珠宝首饰情感营销的理论、方法。

教学内容：

第一节 理论、方法与策略基础

第二节 项目：珠宝首饰情感营销个案解读

第三节 项目模拟：珠宝首饰情感营销专题策划

第十章 珠宝首饰体验营销

教学目的和要求：

了解珠宝首饰体验营销策划的流程；掌握珠宝首饰体验营销的基础策略；熟悉珠宝首饰体验营销的理论、方法。

教学内容：

第一节 理论、方法与策略基础

第二节 项目：珠宝首饰体验营销个案解读

第三节 项目模拟：珠宝首饰体验营销专题策划

第十一章 珠宝首饰网络营销

教学目的和要求：

了解珠宝首饰网络营销策划的流程；掌握珠宝首饰网络营销的基础策略；熟悉珠宝首饰网络营销的理论、方法。

教学内容：

第一节 理论、方法与策略基础

第二节 项目：珠宝首饰网络营销个案解读

第三节 项目模拟：珠宝首饰网络营销专题策划

第十二章 珠宝首饰连锁经营与拍卖

教学目的和要求：

了解珠宝首饰连锁经营与拍卖策划的流程；掌握珠宝首饰连锁经营与拍卖的基础策略；熟悉珠宝首饰连锁经营与拍卖的理论、方法。

教学内容：

第一节 珠宝首饰连锁经营

第二节 项目：珠宝首饰连锁经营典型个案解读

第三节 珠宝首饰拍卖

第四节 项目：珠宝首饰拍卖个案品读

实践教学部分

实践一、营销的基础理论

（一）实验目的和要求：熟知营销的基础理论、原则和方法。

（二）实验内容：分若干小组，分别选择一个营销成功案例，在课堂上进行分析解读。

实践二、珠宝首饰广告专题策划

（一）实验目的和要求：熟悉珠宝首饰广告策划流程。

（二）实验内容：结合教学案例《宏艺珠宝广告策划书》的阅读和解析认识珠宝首饰广告策划流程。

实践三、珠宝首饰企业市场定位策略

（一）实验目的和要求：掌握珠宝首饰企业市场定位策略

（二）实验内容：通过案例分析，熟知如何对珠宝首饰企业进行市场定位

实践四、首饰网络营销

（一）实验目的和要求：熟悉首饰网络营销的方式和特点

（二）实验内容：分若干小组，在抖音和微信等网络渠道尝试珠宝首饰网络营销

实践五、珠宝首饰体验营销专题策划

（一）实验目的和要求：熟悉珠宝首饰体验营销的策划流程、体验营销特点。

（二）实验内容：通过课堂讨论，模拟珠宝首饰体验营销专题策划的流程