

---

# 《 宝石体验馆营销实战 二 》课程标准

课程 代码	159571		课程 类别	专业核心课	
计划理 论学时	0	计划实验/ 实训学时	36	计划线 上学时	0
课程 学分	2		开课 学期	第三学期	
适用 专业	宝玉石鉴定与加工		考核 方式	考查	

---

# 《宝玉石体验馆营销实战二》课程标准

适用的专业范围及层次：学院全日制专业二年级学生

学分：2

考核方式：考查

编制人：熊南颖、钟祥涛、杨宇

## 说 明

### 一、项目教学目的和要求

- 1、掌握常用珠宝知识，能够对饰品进行正确讲解
- 2、掌握门店销售的标准流程；
- 3、掌握门店销售的礼仪规范；
- 4、掌握实战而规范的销售技巧；
- 5、掌握市场研究分析方法，具备提出针对性的市场推广方案的能力；

### 二、课程内容和学时分配

根据教学计划规定的学时数，团队分组实施实践课 36 学时（包括考查学时），具体学时分配如下表，供参考。

课程内容和学时分配表

序号	教学内容	理论课时	实践课时	小计
----	------	------	------	----

1	掌握常用珠宝知识，能够对饰品进行正确讲解		8	8
2	门店销售的标准流程		4	4
3	门店销售的礼仪规范		4	4
4	网络珠宝销售技巧		4	4
5	珠宝首饰市场研究分析方法		8	8
6	首饰销售推广方案		8	8
*	市场考察进货			
*	校园促销活动			
*	学校贵宾考察接待			
小计			36	36

### 三、教学建议

原则上教师应该遵照教学大纲的要求，以及大纲所确定的基本内容完成教学任务，但对教学内容的顺序安排，教学时数的分配等方面，可根据实际情况灵活处理。

第一、体验馆是实实在在对外经营的场所，学生未走出校门即可体验宝玉石销售的实际操作方法和技能。学生能够学到玉器营销方法、商品入库出库、客户洽谈艺术、玉器摆挂件方法、销的方法和技能，实现专业实训和生产经营无缝对接。

第二、集“产、学、研、销”于一体，提高学生的宝玉石鉴赏能力、加工能力和艺术创意设计能力。经过营销过程的玉器评价、玉器价格内涵的体验、学生玉雕作品的展销，学生进一步明确玉器作品的艺术价值和鉴定方法，作品设计创意，扎扎实实的实现从鉴定到设计再到营销的全方位个人职业技能训练。

---

第三，以宝玉石体验馆为载体，依托贵雅公司的电商平台，学生进行网上营销，可以使用手机进行微商销售体验，使宝玉石体验馆成为我们校内的微商基地。

第四，扎实实施从“鉴定—设计—制作—营销”的全方位个人职业技能教学培训。

第五，明确当前宝玉石产品创作的发展趋势,通过营销体验，对于社会的玉器流行款式、艺术评价、热销产品等有更进一步的了解,在校园便知晓玉器产业发展方向。

#### **四、实践教学**

本课程实践教学环节主要为：进行市场调查和商机分析；组织对中小企业进行考察调研或参加创业实践；团队素质拓展。

体验馆的经营采用定价销售由学生组成营销团队，轮流站台。在实践期将学生分为 8—10 人的销售小组，负责两周的宝玉石体验馆销售。在实践过程中，每位同学需要参与组织一次营销活动并撰写营销方案。

#### **五、教学方法与手段**

本课程中采用馆内教学与馆内外训练相结合的方式，主要采取案例分析、情景模拟、小组讨论、师生互动、角色扮演、社会调查和第二课堂比赛等方法充分调动了学生的积极性。

#### **六、成绩考核方式**

全部学生组合成 8-10 人的若干组。

学生个人成绩分为两个部分：过程考核（60%）和期末综合考核（40%）。

---

第一个部分：课程考核包括过程考核占 60%：其中个人成绩占 30%，小组成绩占 30%；

个人成绩 30%的组成：①各任务小组学生自评分，占 5%；②各任务小组负责人评分 10%，③各任务小组指导老师对小组个人评分 15%；

小组成绩 30%的组成：①各任务小组负责人自评分，占 5%；②各任务小组指导老师评分，占 10%，③各所有指导老师在各任务小组创业计划书进行初步展示后综合评分，占 15%；

第二部分：期末综合考核占 40%，全部为小组成绩。

## **七、教学组织**

《宝玉石体验营销实战二》以入驻体验馆营销实践形式进行。课程的教学管理由教务处统一安排，教学执行情况由教研室具体负责检查，结合本专业的特点有针对性地进行实践教学活动。