

# 《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	范敦宾			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			
2	珠宝首饰市场定位策略	6			
3	珠宝首饰品牌策略	3			
4	珠宝首饰产品策略	3			
5	珠宝首饰广告策划	6			
6	珠宝首饰店面营销	6	3		
7	珠宝首饰关系营销	3			
8	珠宝首饰文化营销	3			

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

## 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+终结性评价

#### ① 过程性评价

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：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：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：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：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

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 $\geq 60$ 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