



湖南工程职业技术学院
HUNAN VOCATIONAL COLLEGE OF ENGINEERING

宝玉石鉴定与加工 《珠宝首饰营销》课程标准

专业名称：_____宝玉石鉴定与加工_____

专业代码：_____420107_____

所属学院：_____自然资源学院_____

适用年级：_____2025 级_____

专业带头人：_____郑平_____

专业主任：_____徐怡然_____

制（修）订时间：_____2025 年 7 月_____



目录

CONTENTS

一、课程基本信息	1
二、课程性质和任务	1
(一) 课程性质	1
(二) 课程任务	1
三、课程目标与要求	2
(一) 总体目标	2
(二) 具体目标	2
(三) 教学要求	3
四、课程结构与内容	3
(一) 课程结构	3
(二) 课程内容	4
五、课程实施与保障	9
(一) 课程实施	9
(二) 课程保障	9
六、课程考核与评价	11
(一) 课程考核	12
(二) 课程评价	14
七、质量诊断与改进	15
八、教学进程与安排	15



珠宝首饰营销课程标准

一、课程基本信息

表 1 珠宝首饰营销课程基本信息表

课程名称	珠宝首饰营销		课程编码	02060402		
适用专业	宝玉石鉴定与加工（420107）					
学 分	3.5		课程学时	60（理论 40+实践 20）		
课程性质	☒ 必修 ☐ 选修		课程类型	☐ 理论 ☐ 实践 ☒ 理实一体		
课程类别	公共基础课： ☐ 必修课程 ☐ 限选课程 ☐ 任选课程 专业技能课： ☐ 基础课程 ☒ 核心课程 ☐ 实践课程 ☐ 拓展课程					
前导课程	社交礼仪、珠宝玉石鉴定、钻石鉴定与分级、贵金属首饰检验		后续课程	珠宝数字化营销、珠宝摄影、珠宝商贸广告策划		
开设学期	第一学期	第二学期	第三学期	第四学期	第五学期	第六学期
				√		

二、课程性质和任务

（一）课程性质

《珠宝首饰营销》是宝玉石鉴定与加工专业学生所要掌握的一门重要的专业核心课程。该课程主要培养学生对珠宝市场的调查分析能力、珠宝首饰产品的营销及售卖能力，同时融入珠宝首饰营业员国家职业标准。前导课程有《社交礼仪》、《珠宝玉石鉴定》、《钻石鉴定与分级》、《贵金属首饰检验》，同期开设的课程有《珠宝商贸综合实训》，后续课程有《珠宝数字化营销》、《珠宝摄影》等。

（二）课程任务

1. 引导学生通过“项目导向、任务驱动”式学习，掌握珠宝首饰产品推荐方法、珠宝首饰展示佩戴方法、珠宝首饰销售技巧等，为后续专业技能课程的学习打下基础；



2. 通过对珠宝首饰的营销及售卖，培养学生敏锐的观察能力、分析能力、动手能力、表达能力、沟通能力，为从事珠宝营业员奠定基础；

3. 融入诚信、公平、真诚、奉献的职业道德与服务精神，坚持爱岗敬业、遵纪守法，让学生具备责任意识、质量意识、团队意

132

识。

三、课程目标与要求

（一）总体目标

通过任务引领的项目实践活动，培育学生的职业素质和职业精神，使学生识记珠宝首饰营销的相关概念和常用术语，熟悉首饰产品的佩戴方法、销售话术，能够熟练使用销售工具对珠宝首饰进行产品推荐。

（二）具体目标

1. 素质目标：

- （1）养成自觉遵守行业规范的意识；
- （2）养成遵纪守法、诚实守信的个人品质与职业道德；
- （3）培养良好的观察能力、分析能力、动手能力、沟通能力、表达能力；
- （4）树立优秀的礼仪素养与良好的服务意识、岗位意识、责任意识；
- （5）强化勤于实践、团结协作的精神。

2. 知识目标：

- （1）熟悉市场细分与市场调查的理论与方法；
- （2）掌握产品的概念、层级与产品生命周期的理论；
- （3）熟悉产品策略、价格策略、渠道策略、促销策略；
- （4）掌握珠宝首饰佩戴技巧；
- （5）掌握珠宝销售服务规范与营业规范；
- （6）掌握珠宝首饰产品的销售步骤与销售技巧。

3. 能力目标：

- （1）能够进行珠宝市场调查，分析调查数据与消费环境；



- (2) 能够根据顾客特点进行珠宝首饰产品推荐;
- (3) 能够佩戴不同种类的珠宝首饰产品;
- (4) 能够运用销售技巧进行珠宝产品的推广售卖。

(三) 教学要求

1. 将诚信、公平、真诚、奉献的职业道德和遵纪守法、爱岗敬业的要求融入教学实训过程,培养学生责任意识、质量意识、团队意识。
2. 通过该课程各个学习任务的学习,让学生具备独立完成对不同种类珠宝首饰产品的定位、分析、推广、销售,达到对珠宝首饰进行推荐、展示、佩戴、陈列、包装、保养、售后等任务的实践能力。
3. 对接珠宝营业员、产品营销策划员的岗位要求,为学生从事珠宝销售、珠宝商贸、珠宝直播、产品企划与物流等工作岗位服务,为专业发展奠定基础。

四、课程结构与内容

(一) 课程结构

通过课程目标,按照“以岗定课”的原则,将课程内容由易至难设置八个教学项目,旨在提升学生职业技能。课程结构如图:





（二）课程内容

依据宝玉石鉴定与加工专业教学标准、人才培养方案和国家标准，对接珠宝营业员岗位，将课程内容分为 8 个教学项目、23 个教学任务，总课程总计 60 课时，具体教学内容见表 2。



表2 《珠宝首饰营销》课程内容一览表

序号	课程内容		教学目标			思政融入	课时分配
	项目	任务	知识目标	能力目标	素质目标		
1	项目一 珠宝市场认知	任务 1.1 珠宝首饰特点分析 任务 1.2 市场营销的定义 任务 1.3 国内外珠宝市场认知	(1) 理解珠宝首饰的特殊性与一般商品的区别；【重点】 (2) 掌握市场及市场营销的概念及要素； (3) 熟悉珠宝首饰市场及分类；【重点】	(1) 能够说出珠宝首饰商品的特殊性； (2) 能够阐述珠宝首饰市场的特点与分类； (3) 能够阐述市场营销的概念、要素及内涵。	(1) 培养爱国情怀； (2) 培养市场竞争意识 (3) 提高分析能力、判断能力。	从某些小珠宝商家推出的买珠宝送抽奖得上千元礼品欺诈案件举例，说明珠宝首饰市场诚信经营的重要性。	4 (理论)
2	项目二 珠宝市场分析	任务 2.1 珠宝市场环境分析 任务 2.2 消费行为分析 任务 2.3 市场调查的认知 任务 2.4 问卷调查的设计	(1) 熟悉珠宝市场的宏观环境与微观环境；【重点】 (2) 掌握马斯洛需求层次理论； (3) 熟悉消费行为与购买动机； (4) 熟悉市场调查的概念、作用、内容与方法；【重点】 (5) 掌握调查问卷的设计方法。【重点】【难点】	(1) 能够阐述影响珠宝市场的宏观环境、微观环境及其特点； (2) 能够阐述不同类型消费行为及针对性服务； (3) 能够设计调查问卷并进行市场调研，收集数据并分析调查结论。	(1) 开拓创新能力和科学决策能力； (2) 提高合作意识，增强协作精神； (3) 具备市场营销的职业道德，树立现代市场营销观念。	通过市场调查的校外实践，提高学生的思辨能力、分析解决问题的能力，增加勇于探究与实践的科学精神。	8 (理论 4， 实践 4)



序号	课程内容		教学目标			思政融入	课时分配
	项目	任务	知识目标	能力目标	素质目标		
3	项目三 珠宝市场定位	任务 3.1 市场细分的认知 任务 3.2 目标市场的选择与定位 任务 3.3 国内外珠宝品牌的认知	(1) 熟悉市场细分的概念、作用和步骤；【重点】 (2) 掌握目标市场选择的模式； (3) 熟悉目标市场定位的方式； (4) 理解品牌的概念与特点，熟悉国内外知名珠宝品牌及定位。【重点】	(1) 能够阐述市场细分的作用； (2) 能够阐述目标市场的基本模式，掌握其特点； (3) 能够阐述国际顶级珠宝品牌和我国著名珠宝品牌，知道品牌特色。	(1) 提高合作意识，增强协作精神； (2) 形成服务思维； (3) 具备职业道德意识； (4) 培养爱国情怀。	通过探寻查找国内外历史悠久的珠宝品牌发家史及企业家的奋斗史，了解孜孜不倦、精益求精的耕耘精神。	8 (理论 6， 实践 2)
4	项目四 珠宝首饰营销策略	任务 4.1 珠宝首饰产品及产品组合认知 任务 4.2 珠宝首饰产品生命周期分析 任务 4.3 珠宝首饰营销 4P 策略	(1) 掌握产品及产品组合的概念；【重点】 (2) 掌握产品生命周期的概念、特点及各阶段的营销策略； (3) 熟悉珠宝首饰产品的产品策略、价格策略、渠道策略、促销策略。【重点】【难点】	(1) 能够阐述珠宝首饰产品的层次与产品线组合； (3) 能够阐述产品生命周期的概念及特征； (4) 能够阐述中间商的概念、作用与类型； (5) 能够结合案例收集不同珠宝品牌的产品策略、价格策略、渠道策略、促销策略。	(1) 培养市场竞争意识，提高分析能力、判断能力； (2) 开拓创新能力和科学决策能力； (3) 提高合作意识，增强协作精神。	举例某珠宝品牌在产品成熟期没有挖掘产品潜能，企业失去发展机遇，告诫学生骄傲自满、不思进取等消极思想带来的弊端。	8 (理论 6， 实践 2)



序号	课程内容		教学目标			思政融入	课时分配
	项目	任务	知识目标	能力目标	素质目标		
5	项目五 珠宝首饰推荐及佩戴	任务 5.1 珠宝首饰产品搭配技巧 任务 5.2 珠宝首饰产品佩戴技巧 任务 5.3 珠宝首饰产品特点分析	(1) 理解影响珠宝首饰产品选购的因素; (2) 掌握不同脸型、体型、手型、肤色等适宜的珠宝款式及风格;【重点】【难点】 (3) 掌握手镯、项链、手链、胸针等首饰的尺寸测量、选配以及佩戴技巧。【重点】 (4) 熟悉不同材质珠宝首饰产品的工艺特点与主题内涵。【重点】【难点】	(1) 能够根据不同顾客的脸型、体型、手型、肤色,推荐适宜的珠宝首饰产品; (2) 能够给顾客佩戴不同类型的珠宝首饰产品。 (3) 能够阐述常见珠宝首饰的题材、寓意、制作工艺特点。	(1) 培养良好的观察能力、动手能力; (2) 具备优秀的礼仪素养,树立良好的服务意识。	通过不同类型的珠宝产品挑选与佩戴实践,增强服务意识,树立团队协作意识。	8 (理论 6, 实践 2)
6	项目六 珠宝销售服务规范	任务 6.1 珠宝销售礼仪学习 任务 6.2 珠宝销售规范化表达	(1) 熟悉礼仪的定义及对品牌形象的影响; (2) 掌握销售人员应具备的仪容仪表仪态;【重点】 (3) 掌握规范化的表达方式。【重点】	(1) 能够装扮标准的发型、适宜的妆容、规范的着装; (2) 能够进行良好的站姿、坐姿、走姿、蹲姿; (3) 能够规范电话礼仪、名片礼仪、微笑礼仪与语音语调语速。	(1) 培养良好的沟通能力、语言表达能力; (2) 树立良好的服务意识、岗位意识、责任意识。	在销售服务中建立价值观,提高学生的责任担当与职业使命感,并增加服务意识。	4 (理论 4, 实践 2)



序号	课程内容		教学目标			思政融入	课时分配
	项目	任务	知识目标	能力目标	素质目标		
7	项目七 珠宝销售营业规范	任务 7.1 珠宝店开铺打烊程序 认知 任务 7.2 珠宝销售票据的填写 任务 7.3 珠宝首饰货品的盘点	(1) 熟悉珠宝店开铺打烊程序、交接班服务流程； (2) 熟悉珠宝销售票据的填写标准与规范；【重点】 (3) 掌握珠宝柜台安全知识及货品盘点方法。【重点】【难点】	(1) 能够阐述珠宝店铺营业前、营业中、打烊的各项工作流程； (2) 能够阐述珠宝门店销售时的各种规范化服务与安全事项。 (3) 能够对珠宝产品进行盘点。	(1) 培养良好的沟通能力、语言表达能力； (2) 树立良好的服务意识、岗位意识、责任意识。	通过标准化的营业规范要求，树立标准意识、安全意识、危机意识，提高学生抗压能力。	8 (理论 6， 实践 2)
8	项目八 珠宝销售步骤与销售技巧	任务 8.1 珠宝首饰产品介绍 任务 8.2 珠宝首饰产品柜台销售	(1) 掌握珠宝销售步骤及销售流程；【重点】 (2) 掌握产品介绍的 FAB 法则与 5W 法则；【重点】【难点】 (3) 掌握标准销售话术、现场 USP；【难点】 (4) 掌握销售技巧进行异议处理。【难点】 (5) 熟悉不同品类珠宝产品销售技巧及销售流程实践。【重点】【难点】	(1) 能够通过贵金属类、钻石类、玉器类产品呈现销售七步骤服务流程； (2) 能够运用 FAB 法则推荐不同类型的珠宝首饰产品； (3) 能够运用销售话术与技巧进行异议处理。	(1) 培养良好的观察能力、动手能力、沟通能力、表达能力； (2) 树立良好的服务意识、岗位意识、责任意识。 (3) 强化勤于实践、团结协作的精神。	通过销售技巧实践模拟，加强分工合作精神，树立团队协作意识，增强服务意识。	12 (理论 6， 实践 6)



五、课程实施与保障

（一）课程实施

根据课程目标，鼓励教师创新教学组织形式、教学手段和教学策略，灵活运用项目教学法、任务驱动教学法、演示教学法、情境教学法等教学方法，依托课程资源库，实施线上线下混合式教学。强化职业技能与职业素养的培养，开展“理实一体”递进式教学，实现“做中学、学中做”，运用数字化评价系统实施多元多维过程化综合评价，保障教学质量，达成课程教学目标。

（二）课程保障

1. 教学团队要求

（1）课程负责人

课程负责人应具备较全面的珠宝首饰营销的相关理论知识和丰富的珠宝首饰营销的实践经验，熟悉高职教育规律，教学效果好，在本领域有一定影响，具有中级及以上职称的“双师”素质教师。

2. 课程团队结构与规模

教学团队由专、兼职教师组成，大都均为双师型教师，课程教学团队中的所有教师都具有本科或以上学历，技术职称包括教授、高级工程师、讲师，均有多年的珠宝企业一线工作经验，双师型教师占比 80%以上，年龄结构合理，40 岁以下青年教师占教师总数的 75%以上。

3. 教师专业背景与能力要求

专任教师：应具有珠宝相关专业或市场营销学的研究生及以上学历；从事珠宝企业一线销售部门、产品部门或管理岗位的工作 1 年以上；熟悉珠宝产业发展动态、贵金属及宝玉石产品特点；具备相应的市场营销、电子商务、企业管理及相关法律法规知识。

兼职教师：应具有市场营销等相关专业的本科及以上学历；从事营销、企划或珠宝门店管理 5 年以上经历；有较强的语言表达能力和实际动手能力。

2. 教学设施要求

（1）实训教室基本条件



珠宝首饰商贸情境教室应配备同时满足 50 人实训的座位，还包括黑（白）板、多媒体计算机、投影设备、音响设备，并实施网络安全防护措施；安装应急照明装置并保持良好状态，符合紧急疏散要求，标志明显，保持逃生通道畅通无阻。

（2）实训仪器设备教学条件

实训设备及销售工具要求见表 3。

表 3 实训设备及销售工具要求一览表

序号	名称	型号及参数	备注
1	珠宝首饰柜台	尺寸 1200mm×600mm×1000mm，钢化玻璃	配照明系统
2	珠宝首饰道具	PU 皮项链展示架、戒指底托、耳饰收纳盘、挂坠陈列架、手链手镯展示架	
3	电子天平	METTLER 系列，最大称量值 220g，精密值 0.001ct，秤盘直径 90mm，自动校准	
4	10x 放大镜	消色差、消像差多片组合式放大镜；10X，直径 18-20.5mm	
5	游标卡尺	测量范围 0-150mm	
6	指环量具	1 号-33 号港度戒指圈	
7	手镯卡尺	50 号-72 号港度手镯圈口	
8	计价用品	计算器、发票联、质保单、定金单据、复写纸	
9	包装用品	不同种类及材质的首饰盒、包装袋、塑封袋	
10	销售工具	饮水机、宣传册、镜子、托盘、手套、收款二维码	
11	合金仿真首饰	不同尺寸和款式的戒指、手链、手镯、项链、耳饰、挂坠、胸针	≥50 件
12	鉴定&分级证书	不同产品的国内外鉴定证书、钻石分级证书	≥20 套

3. 教学资源要求

（1）教材

表 4 教材基本信息



序号	教材名称	类型	出版社	主编	出版日期
1	珠宝首饰营销实务	专业规划教材	中国地质大学出版社	范陆薇、林斌	2024 版

(2) 参考教材

表 5 参考教辅教材基本信息

序号	教材名称	类型	出版社	主编	出版日期
1	珠宝首饰销售岗位实务	专业规划教材	中国地质大学出版社	阮耀华、陈畅	2019 年
2	珠宝首饰营销	专业规划教材	中国地质大学出版社	贾桂玲	2021 年
3	珠宝首饰营销学	互联网+教材	中国地质大学出版社	王昶、申柯娅	2022 年
4	GB/T 16552 珠宝玉石名称	国家标准	中国标准出版社	国家质监总局	2017 年
5	GB/T 31912 饰品标识	国家标准	中国标准出版社	国家质监总局	2015 年
6	DZ/T 0417 珠宝玉石饰品售后服务规范	行业标准	地质出版社	自然资源部	2022 年
7	DB4403/T 51 珠宝行业经营服务规范	地方标准	深圳市商务出版社	深圳市市场监督管理局	2020 年

(3) 数字化教学资源

建设和配备与课程有关的网络课程、课程标准、授课计划、电子教案、教学课件、音视频素材、数字化教学案例库、数字教材等数字化教学资源，提高教学内容呈现质量，激发学生学习兴趣，提升课程学习效果。

表 6 《珠宝首饰营销》课程主要数字化教学资源

序号	教学资源名称	来源	备注
1	《珠宝营业员》国家级教学资源库	https://zyk.icve.com.cn/courseDetailed?id=ochaaawt7kbi97hcm6rwca&openCourse=ochaaawt7kbi97hcm6rwca	共享
2	《珠宝营销认知》国家级教学资源库	https://zyk.icve.com.cn/courseDetailed?id=t7graoq47pkocpzyk2o2g&openCourse=t7graoq47pkocpzyk2o2g	共享
3	《珠市场营销基础》国家级教学资源库	https://zyk.icve.com.cn/courseDetailed?id=i3tuafsrw59efeo0i7aijw&openCourse=i3tuafsrw59efeo0i7aijw	共享

六、课程考核与评价



(一) 课程考核

本课程考核成绩由项目考核成绩、学习过程成绩、综合测试成绩三项组成。

1. 项目考核标准（分数占 30%）（该部分成绩为课内实训成绩）

表 7 课程项目考核内容与权重

项目名称	任务名称	理论考核点	技能考核点	权重
项目一 珠宝市场 认知	任务 1.1 珠宝首饰特点分析	(1) 珠宝首饰的特殊性与一般商品的区别； (2) 市场及市场营销的概念及要素； (3) 珠宝首饰市场及分类。	(1) 阐述珠宝首饰商品的特殊性；	40%
	任务 1.2 市场营销的定义		(2) 阐述珠宝首饰市场的特点与分类；	30%
	任务 1.3 国内外珠宝市场认知		(3) 阐述市场营销的概念、要素及内涵。	30%
项目二 珠宝市场 分析	任务 2.1 珠宝市场环境分析	(1) 珠宝市场的宏观环境与微观环境； (2) 消费行为与购买动机； (3) 市场调查的概念、作用、内容与方法； (4) 调查问卷的设计方法。	(1) 阐述影响珠宝市场的宏观环境、微观环境及其特点；	20%
	任务 2.2 消费行为分析		(2) 阐述不同类型消费行为及针对性服务；	20%
	任务 2.3 市场调查的认知		(3) 设计调查问卷并进行市场调研，收集数据并分析调查结论。	20%
	任务 2.4 问卷调查的设计			40%
项目三 珠宝市场 定位	任务 3.1 市场细分的认知	(1) 市场细分的概念、作用和步骤； (2) 目标市场选择的模式； (3) 目标市场定位的方式； (4) 国内外知名珠宝品牌及定位。	(1) 阐述市场细分的作用；	30%
	任务 3.2 目标市场的选择与定位		(2) 阐述目标市场的基本模式及特点；	30%
	任务 3.3 国内外珠宝品牌的认知		(3) 阐述国际顶级珠宝品牌和我国著名珠宝品牌及定位。	40%
项目四 珠宝首饰 营销策略	任务 4.1 珠宝首饰产品及产品组合认知	(1) 产品及产品组合的概念； (2) 产品生命周期的概念、特点及各阶段的营销策略； (3) 珠宝首饰产品的产品策略、价格策略、	(1) 阐述珠宝首饰产品的层次与产品线组合；	30%
	任务 4.2 珠宝首饰产品生命周期分析		(2) 阐述产品生命周期的概念及特征；	20%
	任务 4.3 珠宝首饰营		(3) 结合案例收集不同珠宝品牌的产品策略、价格策略、渠道策	50%



	销 4P 策略	渠道策略、促销策略。	略、促销策略。	
项目五 珠宝首饰 推荐及佩戴	任务 5.1 珠宝首饰产品搭配技巧	(1) 不同脸型、体型、手型、肤色等适宜的珠宝款式及风格;	(1) 能够根据不同顾客的脸型、体型、手型、肤色, 推荐适宜的珠宝首饰产品;	30%
	任务 5.2 珠宝首饰产品佩戴技巧	(2) 手镯、项链、手链、胸针等首饰的尺寸测量、选配以及佩戴技巧。	(2) 能够给顾客佩戴不同类型的珠宝首饰产品。	40%
	任务 5.3 珠宝首饰产品特点分析	(3) 不同材质珠宝首饰产品的工艺特点与主题内涵。	(3) 能够阐述常见珠宝首饰的题材、寓意、制作工艺特点。	30%
项目六 珠宝销售 服务规范	任务 6.1 珠宝销售礼仪学习	(1) 礼仪的定义及对品牌形象的影响;	(1) 进行良好的站姿、坐姿、走姿、蹲姿展示;	50%
	任务 6.2 珠宝销售规范化表达	(2) 销售人员应具备的仪容仪表仪态; (3) 规范化的表达方式。	(2) 规范化的电话礼仪、名片礼仪、微笑礼仪与语音语调语速展示。	50%
项目七 珠宝销售 营业规范	任务 7.1 珠宝店开铺打烊程序认知	(1) 珠宝店开铺打烊程序、交接班服务流程;	(1) 阐述珠宝店铺营业前、营业中、打烊的各项工作流程;	30%
	任务 7.2 珠宝销售票据的填写	(2) 珠宝销售票据的填写标准与规范;	(2) 阐述珠宝门店销售时的各种规范化服务与安全事项。	30%
	任务 7.3 珠宝首饰货品的盘点	(3) 珠宝柜台安全知识及货品盘点方法。	(3) 珠宝产品盘点。	40%
项目八 珠宝销售 步骤与销售技巧	任务 8.1 珠宝首饰产品介绍	(1) 珠宝销售步骤及销售流程;	(1) 通过贵金属类、钻石类、玉器类产品呈现销售步骤服务流程;	40%
	任务 8.2 珠宝首饰产品柜台销售	(2) 产品介绍的 FAB 法则与 5W 法则; (3) 标准销售话术; (4) 不同品类珠宝产品销售技巧及销售流程。	(2) 运用 FAB 法则推荐不同类型的珠宝首饰产品; (3) 运用销售话术与技巧进行异议处理。	60%

2. 学习过程成绩考核标准 (分数占 10%)

表 8 学习过程成绩考核标准表

考核内容			总评
出勤情况 20%	课堂表现 30%	作业情况 50%	



满勤计 50 分，每缺课 1 次扣 5 分；迟到早退每次扣 3 分，扣完为止；无故旷课 5 次，取消考试资格	自主回答/提问 4 次，每次回答/提问情况按 5, 4, 3, 2, 1 分计分，未参与计 0 分。	线上线下合计累计完成 6-8 次作业，作业质量情况累计按 40 分、30 分、20 分、10 分、5 分、0 分计算。	100%
--	--	---	------

3. 综合测试考核标准（分数占 60%）

表 9 综合测试考核标准一览表

考核内容	考核评价标准	权重%	总分
项目一 珠宝市场认知	考核点回答准确性、针对性、全面性	5%	100%
项目二 珠宝市场分析	考核点回答准确性、针对性、全面性	5%	
项目三 珠宝市场定位	调查分析的深入性、细致性、全面性	5%	
项目四 珠宝首饰营销策略	考核点回答准确性、针对性、全面性	10%	
项目五 珠宝首饰推荐及佩戴	演示操作的规范性、正确性、完整性	10%	
项目六 珠宝销售服务规范	考核点回答准确性、针对性、全面性	10%	
项目七 珠宝销售营业规范	考核点回答准确性、针对性、全面性	5%	
项目八 珠宝销售步骤与销售技巧	展示操作的规范性、正确性、完整性	50%	

（二）课程评价

评分等级以百分制为标准，采用综合任务考核成绩、学习过程成绩、综合测试成绩、增值评价成绩四项，按分数占比 30%、10%、60%+10%整合成最终成绩。

表 10 珠宝首饰营销课程评价内容一览表

项目	评价内容	权重	总比例	总评
项目考核	任务一：珠宝市场认知	5%	30%	100%
	任务二：珠宝市场分析	5%		
	任务三：珠宝市场定位	5%		
	任务四：珠宝首饰营销策略	10%		
	任务五：珠宝首饰推荐及佩戴	10%		
	任务六：珠宝销售服务规范	10%		
	任务七：珠宝销售营业规范	5%		
	任务八：珠宝销售步骤与销售技巧	50%		
学习过程	出勤情况	30%	10%	
	课堂表现	20%		
	作业情况	50%		



综合测试	综合知识考试	100%	60%	
增值评价	学生成长进步情况	100%	10%	10%

七、质量诊断与改进

课程质量诊断主要是课程实施和反馈两个阶段。课程标准、授课实施计划、实训指导书是课程实施的指导文件，对课程质量起关键作用，由二级学院组织教授委员会进行评审和督查。施教过程的内容很广，备写教案，制作 PPT、微课、动画，建设习题库、试题库，编写任务单、实训指导书等课程资源，课堂教学组织与实施过程，课前和课后学习活动，教学方法、教学手段，实训条件等等，这些实施质量是课程质量的核心，由学校教务处、督导处组织监控和检查。质量反馈是提高课程质量的关键，一是由二级学院组织学生和老师评教；另一个是到企业调研，了解毕业生对教学工作的满意程度、用人单位对学生专业能力的满意度等，将意见反馈给教学管理部门和授课教师，以提高课程质量。

表 11 珠宝首饰营销课程质量诊改一览表

序号	诊改项目	现状	改进措施
1	课程内容	与行业对接有滞后	与企业合作开发行业发展趋势课程内容
2	教学团队	需提高营销实践能力	定情下珠宝企业营销岗位实践锻炼
3	实践条件	销售道具数量不足	购买更多不同种类及款式的仿真首饰标本
4	课程考核	考核标准不够完善	进一步完善初级、中级考核标准
5	课程特色	具有行业特色	突出特色并持续创新
6	教学效果	较好	能够学以致用

八、教学进程与安排

课程进程与安排如表 12 所示。

表 8 珠宝首饰营销课程进程与安排一览表

序号	任务	具体教学任务	学时安排		执行周次
			理论	实践	



1	项目一 珠宝市场认知	1. 珠宝首饰的特殊性 2. 市场的概念及要素 3. 珠宝首饰市场及分类 4. 市场营销的内涵	4	0	1		
2	项目二 珠宝市场分析	1. 珠宝市场的宏观与微观环境 2. 马斯洛需求层次理论 3. 珠宝首饰消费行为与购买动机 4. 市场调查的概念、作用、内容 5. 调查问卷的设计方法	4	4	2-3		
3	项目三 珠宝市场定位	1. 市场细分的概念、作用和步骤 2. 目标市场选择的基本模式与定位 3. 品牌的概念与特点 4. 国际知名珠宝品牌与我国珠宝品牌	6	2	4-5		
4	项目四 珠宝首饰营销策略	1. 产品、产品组合及产品生命周期 2. 珠宝首饰的产品策略 3. 珠宝首饰的价格策略 4. 珠宝首饰的渠道策略 5. 珠宝首饰的促销策略	6	2	6-7		
5	项目五 珠宝首饰推荐及佩戴	1. 不同脸型、体型、手型、肤色等适宜的款式风格及搭配 2. 手镯、项链、手链等首饰的测量、选配及佩戴技巧	6	2	8-9		
6	项目六 珠宝销售的服务规范	1. 标准发型、适宜的妆容、标准着装 2. 标准站姿、坐姿、走姿、蹲姿 3. 电话礼仪、名片礼仪、微笑礼仪与语音语调语速	2	2	10		
7	项目七 珠宝销售的营业规范	1. 珠宝店开铺打烊程序、交接班流程 2. 珠宝销售票据填写标准 3. 珠宝柜台及货品安全知识	6	2	11-12		
8	项目八 珠宝销售的步骤与销售技巧	1. 销售七步骤流程与注意事项 2. 产品介绍的 FAB 法则与 5W 法则 3. 标准销售话术、现场 USP 4. 销售技巧与异议处理	6	6	13-15		
理论课时		40	实践课时		20	总学时	60