**北京市高等教育自学考试课程考试大纲**

**课程名称：珠宝企业经营管理 课程代码：08662（笔试） 2024年9月版**

**第一部分 课程性质与设置目的**

**一、课程性质与特点**

《珠宝企业经营管理》是北京市高等教育自学考试宝石及材料工艺学（专升本）专业的一门专业核心课程，是在完成公共基础课程学习后开设的必考课。

《珠宝企业经营管理》以珠宝企业作为研究对象的珠宝企业经营与管理，是集宝石学、管理学、经济学等为一体的交叉学科，旨在研究和探索珠宝企业在发展过程中有效的管理理念、手段和模式。本课程的学习能系统掌握珠宝首饰营销和珠宝企业经营管理所必要的基本技能、方法和相关知识，具有宝石学科的基本理论和基本知识，具有独立获取知识、提出问题、分析问题和解决问题的基本能力，具备从事珠宝首饰贸易及珠宝行业相关工作能力的复合型、应用型高级人才。

**二、课程目标与基本要求**

本课程的目标是全面贯彻落实立德树人根本任务，培养理想信念坚定，德、智、体、美、劳全面发展，具有较高的科学文化素养、职业道德水准、创新创业能力和社会责任感，适应社会和经济发展需要，具备宝石及材料工艺学的基本理论、基本知识，获得珠宝首饰鉴定与检测的基本训练，能够在珠宝玉石行业从事宝石资源的开发与利用以及珠宝首饰设计等方面工作的应用型人才。

本课程的考核章节为第一到第六章、第八章，重点章节是：第一章、第二章、第三章、第四章、第五章、第六章，不考核章节为第七章。

**三、与本专业其他课程的关系**

《珠宝企业经营管理》是宝石及材料工艺学专业（专升本）的教学计划中被列为专业核心课，本课程与中国工艺美术史、首饰金属材料学、宝石鉴定（实践）、钻石分级（实践）、珠宝首饰评估（实践）、首饰设计及制作工艺学、消费心理学、玉石概论等课程之间有承前启后的相互联系作用，是谈判与推销技巧、现代商务礼仪等课程的先导课，属于管理学与宝石学的交叉学科，是学生完成宝石学课程的基础上进行的与营销、管理等多学科交叉延伸的产物，有理工科与文科双重特点。

**第二部分 考核内容与考核目标**

**第一章 珠宝企业概述**

**一、学习目的与要求**

通过本章学习，掌握珠宝企业的含义及其特征，珠宝企业的目标、种类及其功能和经营环境。

**二、考核知识点与考核目标**

第一节 珠宝企业

识记：珠宝企业定义、特征和种类。

理解：珠宝企业的目标和功能。

第二节 珠宝企业的经营环境

理解：珠宝企业经营的非经济环境和经济环境。

**第二章 珠宝企业管理概论**

**一、学习目的与要求**

通过本章学习，掌握珠宝企业管理的概念、特征及其职能，珠宝企业管理的思维方式和原则，珠宝企业理念和文化的含义和塑造方法。

**二、考核知识点与考核目标**

第一节 珠宝企业管理的特性

理解：珠宝企业管理的概念、特征、职能。

第二节 珠宝企业管理的思维方式

识记：珠宝企业管理应具备的观念。

理解：珠宝企业管理应掌握的原则。

应用：珠宝企业管理应注意的问题。

第三节 珠宝企业理念和企业文化

识记：企业理念及其形成。

理解：企业理念设计的原则和要素。

应用：企业文化的作用、构成要素、内容。

**第三章 珠宝企业战略管理与决策**

**一、学习目的与要求**

通过本章学习，掌握珠宝企业战略管理的概念、作用及其种类，掌握珠宝企业自身战略的确定以及珠宝企业战略的实施，掌握决策的方法和注意事项。

**二、考核知识点与考核目标**

第一节 珠宝企业战略管理

识记：珠宝企业战略的定义，作用和种类。

理解：珠宝企业如何确立自己的战略。

应用：珠宝企业战略的实施。

第二节 珠宝企业的核心竞争力

识记：核心竞争力的含义和五个特征。

理解：核心竞争力的构成要素。

第三节 珠宝企业的决策

识记：珠宝企业决策的定义、意义和种类。

理解：珠宝企业决策的程序和方法。

应用：珠宝企业管理者决策之道。

**第四章 珠宝企业（公司）的创办与经营**

**一、学习目的与要求**

通过本章学习，掌握珠宝企业市场切入的方法，掌握珠宝企业经营定位方法。

**二、考核知识点与考核目标**

第一节 珠宝企业（公司）的创办

理解：珠宝首饰专卖店的开办，包括：市场调查和分析，店址的选定，店面的装修，开业前的准备和开业仪式。

应用：大型商场珠宝首饰专柜的开办，进入商场销售的申请程序，进入商场后的柜台装修和珠宝首饰货品存放和摆设，进入商场后的销售人员配置，进入商场后的珠宝首饰价格管理和资金结算。

第二节 珠宝企业（公司）市场切入的方法

应用：点、线、面三点进入法，寻找市场机会进入法，一点集中进入法，市场领袖进入法，广告宣传先行进入法。

第三节 珠宝企业（公司）经营

应用：连锁经营和特许经营，经销、代销和代理。

**第五章 珠宝企业的组织人事管理**

**一、学习目的与要求**

通过本章学习，熟悉并掌握珠宝企业的组织机构形式，掌握珠宝企业领导者的管理艺术和策略。

**二、考核知识点与考核目标**

第一节 珠宝企业的组织结构及形式

理解：珠宝企业组织的结构、形式。

第二节 领导者的管理艺术

理解：领导者应具备的成功心理要素、其它素质、能力和应掌握的基本理论。

应用：管理的方式和方法，包括管理方式的选择、对手下的授权、对下属的具体管理。

**第六章 珠宝市场及营销管理**

**一、学习目的与要求**

通过本章学习，了解和掌握珠宝营销的观念和策略，掌握珠宝的产品、价格、促销策略。**二、考核知识点与考核目标**

第一节 珠宝及市场

理解：珠宝及其价值形成、影响珠宝价格的因素，珠宝的估价、珠宝市场。

第二节 珠宝营销的观念及制约因素

识记：珠宝营销的观念、制约因素。

第三节珠宝销售策略

识记：销售渠道的选取。

理解：目标市场的选择。

应用：直接销售、多级销售、多层次销售的渠道选择。无差异目标市场策略、差异性目标市场策略、集中性目标市场策略的优缺点。根据目标市场消费者的特定需求，企业自身条件和竞争对手的策略，确定企业产品在目标市场上的竞争位置。

第四节珠宝产品策略

识记：现代产品（珠宝产品）的含义， 珠宝产品的包装。

理解：款式在珠宝产品销售中的作用，产品策略。

应用：根据产品用途和加工工艺对珠宝产品进行分类。珠宝产品包装的具体要求。

第五节珠宝价格策略

识记：珠宝产品的价格构成，定价目标，定价方法。

理解：定价策略。

应用：成本导向定价法、需求导向定价法、竞争导向竞价法。在珠宝首饰的定价方法和策略中，分析市场中的相关指数，准确应用各种方法和策略。

1. 珠宝促销策略

识记：珠宝产品的人员推销。

理解：珠宝产品的广告策略，公共关系策略。

应用：珠宝销售中推销人员应掌握的原则，企业对推销人员的管理。珠宝产品广告的作用。

**第八章 质量管理和品牌管理**

**一、学习目的与要求**

通过本章学习，了解并掌握珠宝质量管理基本知识，掌握珠宝品牌管理及其策略。

**二、考核知识点与考核目标**

第一节 质量管理概述

识记：质量及质量管理。

理解：ISO9000系列质量标准，全面质量管理。

第二节 珠宝质量管理标准化

理解：目前国内外珠宝质量评价标准化情况。

应用：我国对珠宝质量管理的标准化介绍。

第三节 珠宝品牌管理

识记：品牌与名牌的含义及特征。

理解：产品品牌策略。

应用：珠宝名牌的塑造策略。

**第三部分 有关说明与实施要求**

**一、考核的能力层次表述**

本大纲在考核目标中，按照“识记”、“理解”、“应用”三个能力层次规定其应达到的能力层次要求。各能力层次为递进等级关系，后者必须建立在前者的基础上，其含义是：

识记：能知道有关的名词、概念、知识的含义，并能正确认识和表述，是低层次的要求。

理解：在识记的基础上，能全面把握基本概念、基本原理、基本方法，能掌握有关概念、原理、方法的区别与联系，是较高层次的要求。

应用：在理解的基础上，能运用基本概念、基本原理、基本方法联系学过的多个知识点分析和解决有关的理论问题和实际问题，是最高层次的要求。

**二、指定教材**

《珠宝企业经营与管理》，尹作为、陈翼、李笑路编著，中国地质大学出版社，2008年版。

**三、自学方法指导**

1、在开始阅读指定教材某一章之前，先翻阅大纲中有关这一章的考核知识点及对知识点的能力层次要求和考核目标，以便在阅读教材时做到心中有数，有的放矢。

2、阅读教材时，要逐段细读，逐句推敲，集中精力，吃透每一个知识点，对基本概念必须深刻理解，对基本理论必须彻底弄清，对基本方法必须牢固掌握。

3、在自学过程中，既要思考问题，也要做好阅读笔记，把教材中的基本概念、原理、方法等加以整理，这可从中加深对问题的认知、理解和记忆，以利于突出重点，并涵盖整个内容，可以不断提高自学能力。

4、完成书后作业和适当的辅导练习是理解、消化和巩固所学知识，培养分析问题、解决问题及提高能力的重要环节。在做练习之前，应认真阅读教材，按考核目标所要求的不同层次，掌握教材内容，在练习过程中对所学知识进行合理的回顾与发挥，注重理论联系实际和具体问题具体分析，解题时应注意培养逻辑性，针对问题围绕相关知识点进行层次（步骤）分明的论述或推导，明确各层次（步骤）间的逻辑关系。

**四、对社会助学的要求**

1、应熟知考试大纲对课程提出的总要求和各章的知识点。

2、应掌握各知识点要求达到的能力层次，并深刻理解对各知识点的考核目标。

3、辅导时，应以考试大纲为依据，指定的教材为基础，不要随意增删内容，以免与大纲脱节。

4、辅导时，应对学习方法进行指导，宜提倡"认真阅读教材，刻苦钻研教材，主动争取帮助，依靠自己学通"的方法。

5、辅导时，要注意突出重点，对考生提出的问题，不要有问即答，要积极启发引导。

6、注意对应考者能力的培养，特别是自学能力的培养，要引导考生逐步学会独立学习，在自学过程中善于提出问题，分析问题，做出判断，解决问题。

7、要使考生了解试题的难易与能力层次高低两者不完全是一回事，在各个能力层次中会存在着不同难度的试题。

8、助学学时：本课程共4学分，建议总课时72学时，其中助学课时分配如下：

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 章 次 | 内 容 | 学 时 |
| 第一章 | 珠宝企业概述 | 11 |
| 第二章 | 珠宝企业管理概论 | 11 |
| 第三章 | 珠宝企业战略管理与决策 | 11 |
| 第四章 | 珠宝企业（公司）的创办与经营 | 11 |
| 第五章 | 珠宝企业的组织人事管理 | 11 |
| 第六章 | 珠宝市场及营销管理 | 11 |
| 第八章 | 质量管理和品牌管理 | 6 |
| 合 计 | | 72 |

**五、关于命题考试的若干规定**

1．本大纲各章所提到的内容和考核目标都是考试内容。试题覆盖到章，适当突出重点。

2．笔试的比例一般为识记占40%，理解占40%，应用占20%。

3. 试题难易程度应合理：易、中等难度、难。难题部分比例不超过20%。

4．笔试试题类型一般分为：单项选择题、名词解释题、简答题、案例分析题、论述题。

5．笔试采用闭卷考核方式，考试时间150分钟，按百分制计分，60分为及格。

**六、题型示例**

（一）单项选择题

下列国际著名珠宝企业中，属于奥地利的是

A. 蒂芙尼（TIFFANY） B. 卡地亚（Cartier）

C. 宝嘉丽（BVLGARI） D. 施华洛世奇（SWAROVSKI）

（二）名词解释题

企业理念

（三）简答题

简述珠宝企业的特征。

（四）案例分析题

案例：目前国内许多珠宝企业属于民营企业，家族化情况非常明显，虽然这些珠宝公司仅几十人，但是这些公司年销售额可达亿元，小规模却能创下大业绩。

请回答以下问题：

（1）这些珠宝公司如何运营才能做到这些业绩？

（2）民营中小企业或者家族式企业有哪些优点和缺点？

（五）论述题

试述珠宝企业管理者应该具备哪些观念？并简要阐述这些观念对于企业管理的作用。