附件1

2019级房地产经营与管理专业人才培养方案

# 一、 专业大类、名称、专业代码、招生对象、教育类型

专业大类：土木建筑

专业名称：房地产经营与管理

专业代码：540701

招生对象：普通高中毕业生、中等职业学校毕业生或具有同等学历者

教育类型：高等职业教育

# 二、学制与毕业要求

## （一）学制

1.基本学制：3年

2.修业年限：在校学习年限不少于2年，累计修业年限不超过5年（含休学）

## （二）毕业要求

1.修完教学计划规定的各教学和军事、社会责任实践活动等环节并取得相应学分，专业修业最低学分为144.5。

2.获得全国计算机等级考试一级证书或计算机类专业获得二级证书。

3.全国普通话等级考核二级乙等及以上水平。

# 三、专业人才需求分析及培养目标、规格

## （一）市场需求

房地产业的人才需求受房地产投资高速增长、房价快速上涨等利好因素刺激，房地产业人才需求旺盛，人才短缺状况依然没有得到根本性改变。房地产经营与管理专业相关岗位仍然属于网络招聘的热门紧缺岗位。 2015年3月29日，由人力资源和社会保障部全国人才流动中心和全国各省、区、市政府人力资源和社会保障部门所属人才服务机构联合举办的，为期一个月的“第十二届全国人才网络招聘大会”启幕。 在各企业提供的超过 7.53 万个招聘需求岗位中，房地产经营与管理专业人才的需求处于第四位。 据有关部门预测，未来 10 年，我国房地产市场发展潜力巨大，我国房地产行业的就业总人数预计将超过 550 万人。由于房地产行业的特殊性，要求从业人员既要具备扎实的理论基础，又要具备较强的综合沟通协调能力和专业技能。因此，在培养学生综合素质的同时，要求学生对房地产市场运作的各环节，如策划、开发、营销、中介、物业管理及相关政策法规等专业知识必须十分熟悉，对每一项专业工作都要能灵活操作。这就要求房地产经营与管理专业教学在培养人才时必须面向市场、面向企业，改革传统的、单调的教学方法，否则就很难满足房地产市场对专业人才的需求。从市场需求和发展趋势来看，大专层次的房地产管理人才更能适应社会需要，现代房地产开发和管理企业所需要的人才应是复合型人才，既要有扎实的基础理论，又需要懂得管理实务。

房地产业的岗位需求 房地产业从业人员基本上来自城市规划、建筑学、土木工程、建设管理、投资与金融等相关专业，真正受过系统的房地产经营与管理专业教育的人才只占很小的比例。通过对房地产行业人才招聘市场调研发现:企业对人才学历的要求是必须具备专科以上学历层次，但值得注意的是，北京、天津等地的企业多数要求本科学历，对研究生学历也有少量需求，而其他地区的建筑企业主要需要大专及本科层次的人才，尤其是高职毕业生。房地产经营与管理专业是随着市场经济发展出现的新兴专业，如果以改革和向前看的姿态对待这个专业，通过市场对房地产专业人才知识结构的需求制约学校的专业和课程设置，充分发挥行业学会、协会在评估学校教育过程中的作用，将会对房地产专业的发展起到很好的推动和促进作用。在高职院校开设房地产经营与管理专业，不仅可以适应房地产行业领域的发展现状，而且也很切合国家高职高专教育的培养要求。

## （二）培养目标

本专业培养熟练掌握房地产估价、房地产市场营销、房地产市场调查与预测、房地产法规、物业管理知识，具有独立完成房地产评估报告、房地产可研报告、房地产市场调查与预测报告、进行物业管理能力，拥有适应社会发展和企业需求的素质，主要在房地产估价、房地产营销等产业，从事房地产评估、房地产交易、房地产营销策划、物业管理公司等工作的技术技能人才。

## （三）培养规格

本专业面向珠江三角洲工业企业、商品流通业为商品销售、市场调研等一线岗位培养技术技能人才，具有良好的职业道德和素养，爱岗敬业，乐于奉献；掌握必需的专业基础理论和知识，能在实践中学习和掌握先进技术的应用，具有创新精神和创新能力；掌握本专业成熟技术和高级操作技能；综合素质高，善于协同工作，可持续发展能力强。具体如下表：

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **要素** | **基本要求** | | **具体内容** | **相应课程或教学环节** |
| 知识结构 | 基础知识 | | 英语应用能力 | 《实用英语》 |
| 专业基础知识 | | 经济、管理、人文等 | 《经济学基础》、《管理学》 |
| 基本素质 | 政治素质 | | 1、具备运用辩证唯物主义、马克思主义的立场的基本观点及方法认识、分析和解决问题的能力  2、了解中国特色社会主义理论体系的基本原理知识。  3、了解国家的政治经济形势与政策。 | 《形势与政策》  《毛泽东思想概论》  《思想道德修养与法律基础》 |
| 身心素质 | | 1、有切合实际个人发展目标，主动适应现实环境；有较强的团队意识。  2、积极参加体育锻炼和学校组织的各种文化体育活动。  3、达到大学生体育健康合格标准； | 《体育》  《心理健康教育》 |
| 人文素质 | | 1、具有一定的人文知识和人文素养；  2、具有流畅的语言表达能力；  3、具有应用文写作能力； | 《应用文写作》  《徽商文化》 |
| 职业素质 | | （1）具有组织协调能力，正确进行房地产行业的营销策划，具有实地调研的能力，正确书写广告文案的能力；  （2）具有与业主沟通能力，正确进行物业流程操作的能力，正确完成物业谈判、物业组织、物业管理方案的能力；  （3）具备对市场的宏观把控能力，对综合专业知识的运用能力以及与同事、客户的沟通能力；  （4）熟悉房地产估价的方法，能够进行中等难度的房地产估价报告写作，培养学生应用理论解决实际问题的能力；  （5）培养学生的房地产投资和咨询服务能力，具有在房地产经营、投资经济评价、可行性研究方面的相关能力；  （6）具有营销服务能力，正确处理客户与企业关系，具有与客户准确地交往的能力；  （7）具有从事本专业工作的安全生产、环境保护、职业道德等意识，能遵守相关的法律法规。 | 《房地产营销与策划》  《物业管理基础》  《房地产经纪与实务》  《房地产开发与经营》  《消费心理学》 |
| 能力要求 | 基本  能力 | 计算机应用能力 | 具备使用基本办公软件的能力 | 《计算机基础》 |
| 外语应用能力 | 具备基本的英语口语表达能力、阅读能力 | 《大学英语》 |
| 语言表达能力 | 具备与人沟通的能力、形象端庄礼貌的能力 | 《普通话》、《职业形象与商务礼仪》 |
| 专业核心能力 | 产品策划能力 | 具有系统把握房地产市场，进行产品策划能力 | 《房地产营销与策划》、《市场营销》、《房地产广告》 |
| 营销管理能力 | 具有企业管理者所需的领导、管理能力 | 《管理学基础》、《房地产概论》、《经济学基础》 |
| 产品销售能力 | 具备运用市场营销专业知识销售房产的能力 | 《房地产营销与策划》、《市场营销》、《房地产广告》、《房地产产品销售技巧》、《职业形象与商务礼仪》 |
| 专业拓展能力 | 学习  能力 | 具有学习新知识、新领域和不断适应新环境的能力 | 《经济学基础》、《职业指导》、《管理学基础》、《外国房地产政策简介》 |
| 创新  能力 | 具有一定的创新、实践能力 | 《房地产开发项目合同管理》、《房地产法规》、《房地产估价》、《房地产概论》 |

1. 职业岗位分析

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **序号** | **职业岗位** | **岗位描述（典型工作任务）** | **职业能力要求** | **职业资格证书** |
| **1** | 房地产营销 | ①项目前期可行性研究报告的制定；  ②完成营销方案；  ③置业顾问相关职业要求 。 | ①能进行项目前期可行性研究；②能制定具体的可行性的营销方案；③能完成营销的实施与组知工作 | 房地产营销师 |
| **2** | 中介代理 | ①楼盘资料调查，搜集经纪业务所需信息资料；  ②开展房地产租赁、抵押、买卖、权属登记等经纪业务；  ③运用房地产中介交易软件。 | ①能够运用所学的房地产经纪知识开展楼盘资料调查，搜集经纪业务所需信息资料；②能熟悉开展房地产租赁、抵押、买卖、权属登记等经纪业务；③能熟练运用房地产中介交易软件。 | 房地产经纪人 |
| **3** | 房地产估价 | ①熟悉房地产估价的相关法律法规；  ②掌握市场比较法、成本法、收益法、假设开发法四种评估方法进行测算方法；  ③了解房地产估价程序，掌握房地产估价报告写作要求。 | ①能够运用所学的房地产经纪知识开展楼盘资料调查，搜集经纪业务所需信息资料；②能熟练运用市场比较法、成本法、收益法、假设开发法四种评估方法进行测算；③能撰写完整规范的房地产估价报告。 | 房地产估价师 |
| **4** | 物业管理 | ①按照有关程序负责办公用品、福利劳动保护用品和工具备品的申购、登记、发放；  ②对管理处经营及租赁事务进行具体管理；  ③负责业主入伙手续的办理 | ①能够办理业主（住户）装修手续，对装修情况进行检查，对装修中存在的问题协调处理；②能够对管理处经营及租赁事务进行具体管理。 | 物业管理师 |

# 五、课程体系

## （一）课程体系设计思路

**思路：**

构建与行动领域相对应的、工学结合一体化的课程体系

通过对房地产行业发展趋势的研究以及房地产行业所需人才的要求的调查我们了解到：要构建与行动领域相对应的、工学结合一体化的课程体系，首先学校就要积极的与房地产行业合作，根据房地产行业对该领域人才的需要来设计开发课程，并以房地产行业的职业资格标准为依据，从房地产行业自身分析，对职业岗位的职责进行确定；然后在对确定完成任务所应该掌握的技术和知识进行系统的归纳，最后再以科学的分析方法和教学来实现由房地产领域到学习课程的转化，进而构建与行动领域相对应的、工学一体化的课程体系，这样会使得课程体系更加贴近房地产领域，符合房地产行业的职业需求。在工作和行动形结合的情况下，开展以房地产企业工作为基础的房地产经营与管理专业的教学内容，并将学习的内容与目标，通过教学方式进行转换、形成以主题为主导的学习课程，营造相对应的学习情境，以保证学习课程的系统化、科学化、具体化和实践化，设定一下课程体系：

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **学期** | **综合素质** | **专业基础能力** | **专业核心能力** | **专业拓展能力** |
| **第一学期** | 思想道德修养与法律基础、形势与政策、体育、实用英语（基础级） | 经济学基础、管理学基础、房地产概论 |  |  |
| **第二学期** | 毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概述、形势与政策、体育、实用英语（提高级）、计算机应用基础、普通话口语表达、应用数学 | 房地产广告、办公自动化 |  |  |
| **第三学期** | 形势与政策、应用文写作 | 消费心理学、网络营销 | 房地产市场营销、物业管理、房地产营销策划 | 建筑识图 |
| **第四学期** | 形势与政策、体育 | 商务谈判、  职业礼仪 | 房地产经纪及实务、房地产估价、市场调查与分析 | 建筑制图、新媒体营销 |
| **第五学期** | 职业发展与就业指导 | 客户关系管理、房地产投资分析 |  | 投资心理学（二选一）、现代推销技术（二选一）、企业课程 |
| **第六学期** | 顶岗实习&毕业设计 | | | |

## （二）专业核心课程描述

### 1、物业管理课程描述

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 课程名称 | | | 物业管理 | | 课程代码 | 193FC12B |
| 参考学分 | | 4 | 参考课时 | 72 | 开课学期 | 3 |
| 课  程  目  标 | 知识目标 | （1）掌握物业管理的基本理论、基本知识、基本技能；能较为熟练地运用计算机从事物业管理工作；具有一定的企业管理能力；  （2）掌握现代物业信息系统的手段、方法，具有较强的物业策划、管理和信息化的能力；  （3）掌握计算机应用等基础知识掌及物业管理应用文的写作方法；  （4）了解社区设备、设施的安全使用方法；  （5）熟悉物业管理的全过程及物业管理的基本工作内容。 | | | | |
| 能力目标 | （1）具有认知问题、分析问题、解决问题的能力。  （2）具有物业管理专业软件应用能力；  （3）具有能够编制和实施物业管理计划、起草物业管理文书、合同、 设计招标投标文件能力；  （4）具有市场调研、预测并为决策提供信息的能力。 | | | | |
| 素质目标 | （1）具备良好的自我表现、与人沟通的能力；  （2）树立团队协作精神；  （3）具备分析问题、解决问题的能力；  （4）树立勇于创新、敬业乐业的工作作风；  （5）树立质量意识；  （6）具有诚实、守信、坚韧不拔的性格；  （7）具备自主、开放的学习能力 | | | | |
| 主要  教学  内容 | 物业管理概论、物业管理机构、物业服务市场、前期物业管理、物业基础管理  物业综合管理与服务 | | | | | |
| 教学  方法  建议 | 转变教学思路，让学生走出课堂学理论，根据企业岗位需求，以职业能力为核心。对于物业管理专业所拟定的能力体系，根据教学内容，结合企业的工作学。  假设一个物业服务企业从开始筹建到运营这样一个过程可以让使整个教学形成一个动态的可以操作的学生实践教学过程，以及公司日常运营中的管理流程和具体业务处理流程，各个工作的具体环节又可以分为各自的工作流程。在基于一个工作任务的工作过程中进行教学，从第一个环节开始就要求学生进入真实的实践操作状态，整个环节是环环相扣的，让学生掌握真实的职业能力。 | | | | | |
| 课程  考核  建议 | 闭卷笔试。 | | | | | |

## 2、房地产经纪课程描述

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 课程名称 | | | 房地产经纪与实务 | | 课程代码 | 193FC15B |
| 参考学分 | | 4 | 参考课时 | 72 | 开课学期 | 4 |
| 课  程  目  标 | 知识目标 | （1）掌握房地产经纪人员的作用和职业资格制度；  （2）掌握房地产经纪人员的权利、义务和基本要求；  （3）掌握房地产交易的基本流程；  （4）了解房地产经纪机构和海外房地产经纪人制度；  （5）熟悉房地产交易的其他相关内容。 | | | | |
| 能力目标 | （1）具有房源调查与收集、房源与客源管理的能力；  （2）具有办理经纪业务、代表各种交易手续、测算交易费用、业务办理的能力；  （3）具有房地产政策、法规知识和市场信息更新和运用的能力；  （4）具有主动分析市场、进行判断的市场意识。 | | | | |
| 素质目标 | （1）具备良好的自我表现、与人沟通的能力；  （2）树立团队协作精神；  （3）具备分析问题、解决问题的能力；  （4）树立勇于创新、敬业乐业的工作作风；  （5）树立质量意识；  （6）具有诚实、守信、坚韧不拔的性格；  （7）具备自主、开放的学习能力。 | | | | |
| 主要  教学  内容 | 房地产经纪人员的概念和作用  房地产经纪人员职业资格制度  房地产经纪人员的权利、义务和基本要求  房地产交易的基本流程  房地产经纪机构  海外房地产经纪人制度  房地产交易的其他相关内容 | | | | | |
| 教学  方法  建议 | 转变教学思路，让学生走出课堂学理论，以房地产经纪企业岗位需求为主导，以房地产经纪职业能力为核心，结合房产经纪的职业生涯规划过程进行教学。  假设学生毕业之后从事房地产经纪行业，模拟成为一名成功的房地产经纪的过程使整个教学形成一个动态的可以操作的学生主动参与的教学过程。从阐述房地产经纪的概念和作用环节开始就要求学生进入真实的职场成长环境，用职业生涯的成功引起学生的重视，从而激发学生的学习兴趣，让学生掌握真实的职业能力。 | | | | | |
| 课程  考核  建议 | 闭卷笔试 | | | | | |

## 3、房地产营销与策划课程描述

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 课程名称 | | | 房地产营销与策划 | | 课程代码 | 193FC14B |
| 参考学分 | | 4 | 参考课时 | 72 | 开课学期 | 3 |
| 课  程  目  标 | 知识目标 | (1)了解什么是市场营销策划，掌握市场营销策划的内容，市场营销策划学科的特点、学科的对象。总体把握该门学科的特性。  (2)掌握市场营销策划战略制定的三个阶段，即调查分析、战略制定及实施评价阶段。了解目标市场战略的意义。  (3)认识营销策划的目的，产品策划的重要性，了解产品策划、新产品策划、产品组合策划以及品牌和包装策划的基本理论。  (4)认识促销策划在企业营销活动中的重要意义；了解促销策划的含义和程序；掌握人员促销、广告促销、营运推广和公关促销策划的基本理论。  (5)掌握企业形象策划的含义、组成要素、基本原则，了解企业形象策划的基本程序、基本内容及与品牌策划时应该注意的问题。  (6)理解绿色营销、关系营销、数字营销、体验营销、服务营销、整合营销、网络营销、文化营销和公关危机营销等创新理念。  (7)明确实施和控制市场营销策划方案是市场营销管理过程中的两个重要步骤，了解营销策划方案实施和控制的基本理论和方法。 | | | | |
| 能力目标 | (1)初步接触市场营销策划，并对市场营销策划有一个整体的印象，以利于以后的学习和提高。  (2)掌握建立市场营销策划组织的基本方法、营销策划过程所需经费预算的基本方法，策划所需的信息搜集及整理、筛选方法，市场营销策划书的撰写。  (3)具备营销策划中的创意思维能力，掌握营销策划创意的步骤及开发途径  (4)了解和掌握市场营销策划的制定方法和步骤。  (5)掌握产品策划、新产品策划、产品组合策划、品牌和包装策划的基本方法和技巧。  (6) 学习价格策划的基本方法，掌握价格策划的基本技巧。  (7)掌握营销渠道策划的基本技能，懂得渠道长度与宽度、厂商与中间商关系。把握厂商主导型与中间主导型、传统营销系统与垂直营销系统关系  (8)掌握人员促销策划、广告促销策划、营业推广策划和公关策划的方法和要点。  （9）掌握企业形象策划的基本流程与基本内容。  （10）学会在项目营销与策划中巧妙运用营销策划创新理念。 | | | | |
| 素质目标 | （1）具备良好的自我表现、与人沟通的能力；  （2）树立团队协作精神；  （3）具备分析问题、解决问题的能力；  （4）树立勇于创新、敬业乐业的工作作风；  （5）树立质量意识；  （6）具有诚实、守信、坚韧不拔的性格；  （7）具备自主、开放的学习能力 | | | | |
| 主要  教学  内容 | （1）深刻诠释-营销策划认知  （2）蓄势待发-营销策划准备  （3）策划之魂-营销策划的思维创意  （4）把握脉搏-营销策略定位策划  （5）突显个性-产品策划  （6）转动魔方-产品定价策划  （7）开辟通路-分销渠道策划  （8）多管齐下-促销策划  （9）远见卓识-企业形象及产品品牌策划  （10）循序渐渐-营销策划的实施与控制 | | | | | |
| 教学  方法  建议 | （1）以企业营销策划实践为课程建设背景  （2）以项目教学和营销实战为教学方法  （3）以利用企业资源为保障 | | | | | |
| 课程  考核  建议 | （1）基本思路：学习过程考核和结果考核相结合，项目完成评分考核和期末综合考核相结合。  （2）评分标准（共100分）  学习过程考核40％。其中：出勤15%；课堂表现和项目完成情况20％；课后自主学习的进展，作业、案例分析表现5%。  期末综合考核60％。  本课程按百分制考查，60分为合格。 | | | | | |

1. 房地产开发与经营课程描述

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 课程名称 | | | 房地产估价 | | 课程代码 | 193FC13B |
| 参考学分 | | 4 | 参考课时 | 72 | 开课学期 | 4 |
| 课  程  目  标 | 知识目标 | （1）掌握房地产开发管理制度等基本制度 ；  （2）掌握房地产开发的程序和市场分析方法 ；  （3）掌握房地产项目的可行性研究、项目用地取得和项目规划设计；  （4）了解房地产开发的特点和政府调控的常用手段；  （5）熟悉房地产市场营销的相关内容 | | | | |
| 能力目标 | （1）具有掌握房地产开发与经营一般理论的能力；  （2）具有进行市场调查、撰写相关报告的能力；  （3）具有进行房地产营销的能力；  （4）具有认识我国房地产领域的发展态势的思想 | | | | |
| 素质目标 | （1）具备良好的自我表现、与人沟通的能力；  （2）树立团队协作精神；  （3）具备分析问题、解决问题的能力；  （4）树立勇于创新、敬业乐业的工作作风；  （5）树立质量意识；  （6）具有诚实、守信、坚韧不拔的性格；  （7）具备自主、开放的学习能力 | | | | |
| 主要  教学  内容 | 房地产开发综述  房地产开发的程序  房地产市场分析  房地产项目可行性研究  房地产项目用地的取得  房地产项目规划设计  房地产市场营销 | | | | | |
| 教学  方法  建议 | 转变教学思路，让学生走出课堂学理论，以房地产企业开发与经营的岗位需求为主导，以房地产开发与经营的职业能力为核心，规划过程进行教学。  假设学生毕业之后进入一家房地产开发与经营企业，模拟企业房产开发与经营的过程使整个教学形成一个动态的可以操作的学生主动参与的教学过程。从阐述房地产开发的重要性开始就要求学生进入真实的企业环境，用地产项目开发经营的成功引起学生的重视，从而激发学生的学习兴趣，让学生掌握真实的职业能力。 | | | | | |
| 课程  考核  建议 | 闭卷笔试 | | | | | |

1. 市场调查与分析课程描述

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 课程名称 | | | 市场调查与分析 | | 课程代码 | 193FC16B |
| 参考学分 | | 4 | 参考课时 | 72 | 开课学期 | 4 |
| 课  程  目  标 | 知识目标 | （1）通过本门课程学习，使学生全面系统了解市场调查的基本原理；  （2）熟悉市场调查的基本技能和方法的运用，并树立科学调查的理念。 | | | | |
| 能力目标 | （1）进行设计市场调研方案的能力；  （2）进行问卷设计的能力；  （3）进行市场信息收集的能力；  （4）进行市场信息整理的能力；  （5）进行市场信息分析的能力；  （6）撰写市场调研报告的能力。 | | | | |
| 素质目标 | （1）培养在实际工作中刻苦钻研、实事求是的职业品质和岗位职业道德；  （2）培养诚实正直、专业信心等方面的基本品性；  （3）培养持之以恒、积极进取、自强不息的向上精神；  （4）培养团队合作精神；  （5）培养敏锐的洞察力、应变思维、创新能力；  （6）培养自我管理、自我培养的能力。 | | | | |
| 主要  教学  内容 | （1）市场调查基础知识；  （2）市场调查方案的设计；  （3）市场调查方法的选择；  （4）市场调查的测量技术选择；  （5）市场调查现场实施；  （6）市场调查资料的整理；  （7）市场预测；  （8）市场调查报告的撰写。 | | | | | |
| 教学  方法  建议 | 以调动学生积极性为核心，以实践教学为主线，多种教学方法并用。可通过以下方法提升教学效果：  （1）项目驱动法；  （2）情景模拟法  （3）角色扮演法 | | | | | |
| 课程  考核  建议 | （1）基本思路：学习过程考核和结果考核相结合，项目完成评分考核和期末综合考核相结合。  （2）评分标准（共100分）  学习过程考核40％。其中：出勤15%；课堂表现和项目完成情况20％；课后自主学习的进展，作业、案例分析表现5%。  期末综合考核60％。  本课程按百分制考查，60分为合格。 | | | | | |

## 实践教学环节描述

1、房地产营销策划实训描述

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 实训项目名称 | 房地产营销与策划实训 | | | | |
| 学分 | 1 | 课时 | 18 | 开设学期 | 3 |
| 实训目的 | 1、培养学生理论实践结合的能力，更好的掌握房地产营销策划相关理论实践知识；  2、秉持以就业为导向，通过实训，能够更好适应社会企业的需求；  3、培养学生自主学习、创新学习的能力。 | | | | |
| 实训内容 | 1、项目市场环境调查与分析  主要包括合肥市房地产市场宏观环境调查和拟售项目周边1.5公里范围内的微观市场的调查，并根据调查的资料进行分析并得出结论。  2、地块SWOT分析  项目地块的优势；项目地块的劣势；项目地块的机会点；项目地块的威胁及困难点。  3、项目定位  主要包括项目的客户人群定位、项目的市场定位和项目产品定位。  4、项目营销战略  包括产品开发计划、营销目标、营销费用预算、确定营销战略的组合方式（4P）等。  5、项目营销策略  主要包括项目市场营销机会点及障碍点、项目外在资源分析整合建议、项目卖点提炼、项目销售策略、项目价格策略、项目公关活动策略。  6、广告策略  7、营销计划实施和控制  主要包括产品构架与定位、营销策划工作计划、项目要点、要求及责任分解表。 | | | | |
| 实训要求 | 1、要求学生要到项目实地进行调查，调查范围在项目所在位置1.5公里范围内进行，要熟悉各种调查方法，并要对所调查的资料和数据进行有效的分析，其中重点调查内容和方法是有项目区域的房地产市场调查，主要从经济、社会、政策、土地供应、房地产供需状况和人们的需求倾向来分析；  2、进行房地产市场调查，保留原始调查表，并进行数据的整理、分析、计算；  3、计算依据：其采用的技术参数按所选项目所在城市的相关规定进行；  4、设计成果要求：设计成果以房地产营销策划报告的形式体现，论文要图文并茂。要求资料充实、数据准确、论证充分、有自己的观点和建设性意见或结论。 | | | | |

1. 房地产广告实训描述

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 实训项目名称 | 房地产广告营实训 | | | | |
| 学分 | 1 | 课时 | 18 | 开设学期 | 2 |
| 实训目的 | 1、培养学生理论实践结合的能力，更好的掌握房地产开发与经营相关理论实践知识；  2、秉持以就业为导向，通过实训，能够更好适应社会企业的需求；  3、培养学生自主学习、创新学习的能力。 | | | | |
| 实训内容 | 1、项目概况；  2、住宅潜在消费者调查与分析；  3、市场细分与目标市场选择；  4、产品定位；  5、销售计划；  6、市场推广；  7、销售工作；  8、销售后服务。 | | | | |
| 实训要求 | 1、进行房地产项目营销方案设计之前应进行项目实地调查；  2、分析评价要有理有据，论证充分；  3、设计成果要求A4打印稿，排版力求美观，有封面并装订；  4、在设计期间，同学之间可以探讨，但不允许出现雷同情况，否则按零分处理；  5、课程设计时间为一周，营销策划报告书须在课程设计的当周内完成，装入课程设计档案袋后由班长收齐交至指导教师处。  6、如有疑问，请及时联系指导教师。 | | | | |

3、房地产市场调查与预测实训

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 实训项目名称 | 房地产市场调查与预测 | | | | |
| 学分 | 1 | 课时 | 18 | 开设学期 | 4 |
| 实训目的 | （1）使学生学会用科学、系统的方法和创造性思维，对策划对象的资源、环境因素进行分析、重组、优化；  （2）学会策划的调查、研究、分析、创意、设计并制定营销活动方案；  （3）掌握系统地制定各种营销策划方案的方法和技能，培养学生的创新能力和实践能力。 | | | | |
| 实训内容 | （1）撰写市场调研报告  （2）环境分析  （3）新产品价格制定  （4）产品促销方案制定  （5）制定产品整体营销策划方案 | | | | |
| 实训要求 | （1）要求学生高度重视市场营销实训的作用，明确实训要达到的目的；    （2）在实训前要熟悉市场营销的基本理论，掌握市场营销的基本方法；    （3）严格按照实训的基本程序、技巧和方法独立完成每一个实训项目；  （4）实训一般分组进行，每组4—5人，在教师指导下开展策划活动，完成规定任务；  （5）在每个实训项目完成后，学生必须提交相关资料或总结。 | | | | |

4、房地产营销实训描述

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 实训项目名称 | 房地产营销实训 | | | | |
| 学分 | 1 | 课时 | 18 | 开设学期 | 4 |
| 实训目的 | 房地产经纪实训是房地产类专业必不可缺少的技能性操作环节，通过课程实训使学生了解和熟悉房地产经纪企业运作的基本程序和工作内容，掌握基本的操作方法，了解实际运作过程，同时增强学生的团队协作精神，提高房地产经营管理专业学生分析问题和解决问题的实践能力，拓展学生的职业技能范围，为社会培养高技能实用型人才。 | | | | |
| 实训内容 | 1、运用所学的房地产经纪知识开展楼盘资料调查，搜集经纪业务所需信息资料；  2、模拟开展房地产租赁、抵押、买卖、权属登记等经纪业务；  3、熟悉和了解房地产经纪企业运作的基本程序和工作内容，掌握基本的操作方法，了解实际运作过程，同时有利于培养学生的实际操作能力，实践能力。 | | | | |
| 实训要求 | 课程设计结束后以房地产经纪实训报告形式提交成果，报告包括以下内容：  1、模拟××经纪公司的概况及业务范围、商品房销售代理业务；  2、存量房买卖业务、房屋租赁业务；  3、房地产抵押业务、房地产权属登记代理业务；  4、搜集并了解区域房产市场供需概况、发展趋势、国家相关政策、竞争对手楼盘开发情况、售价、营销策略及营销效果等；了解项目交通条件、周围配套设施、项目配套设施等；  5、学会把握项目的产品定位及开发商开发理念；  6、学会从目标消费者需求入手；  7、使用广告主题设计、媒介价格等。 | | | | |

**2.顶岗实习描述**

| 项目名称 | 顶岗实习 | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 学分 | 24 | 课时 | 672 | 开设学期 | 5、6 |
| 顶岗实习目的 | 1.总目标  通过房地产全程策划任务分解、多个项目实践，掌握房地产全程策划的技能和相关理论知识，在完成本专业相关岗位的工作任务中，培养诚信、刻苦、善于沟通和合作的品质，树立全面、协作和团结意识，为发展职业能力奠定良好的基础。  2.分目标  会进行房地产项目市场调查研究，组织市场调查、进行市场分析评价与商务环境分析；  会进行房地产项目整合营销策划，进行项目定位策划、营销价格策划、制订销售推广计划，并进行营销管理和培训等业务；  会开展房地产项目售后服务和物业管理，进行售后服务策划、协助选择物业管理方案。 | | | | |
| 顶岗实习内容 | 见附表1 | | | | |
| 顶岗实习要求 | 1.学习顶岗实习手册  （1）顶岗实习要求（教研室）  （2）顶岗实习基本情况表  （3）顶岗实习考勤表  （4）顶岗实习记录（周记）（交系统）  （5）顶岗实习报告（交系统）  （6）考核表  （7）实习换岗申请单等  2.成绩评定  采用过程管理、阶段评价、目标评价、项目评价模式。  根据学生在顶岗实习单位的表现由校内外指导教师对学生进行综合评定。  成绩构成如下：  实习单位和校外指导教师评价30%。  学校评价70%，其中：⑴周记35%；⑵实习报告15%；⑶考勤10%；⑷指导教师总体评价10%。  注：按百分计后，折合成优、良、中、及格、不及格五个等级。  有下列情况之一者成绩按不及格处理：  （1）周记缺少1篇；  （2）实习报告不符合要求；  （3）考勤没有达到学院规定的要求； | | | | |

**附表1：**顶岗实习内容

学生在以下实习内容中根据所在顶岗实习单位具体岗位，选择实习内容，其中根据实习岗位分配的具体工作有所侧重，在对应的实习岗位要求的实习内容中，至少完成15周的顶岗实习。

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 工作任务 | 课程内容 | 能力要求 | 活动设计 | 参考周数 |
| 项目一 | 房地产 项目市场调查 研究 | 1.市场调查的流程与方法  2.市场调查组织方法 | 1.能够确定调查的主题和内容  2.能够选择市场调研方法  3.能够组织实施市场调研活动 | 组织市场调查 | 15 |
| 1.房地产市场分析与预测的方法  2.项目SWOT分析方法  3.成本和需求估算方法 | 1.能够针对项目强、弱势进行分析  2.能够进行项目定价分析  3.能够对房地产市场进行预测 | 市场分析评价 |
| 1.商务环境分析的内容  2.商务环境分析的方法 | 1.能够针对社会、经济状况进行分析  2.能够对法规、政策等软环境进行分析 | 商务环境分析 |
| 项目二 | 房地产 项目整合营销 策划 | 1.房地产市场细分的方法  2.细分市场的评估方法  3.市场定位的内容与方法 | 1.能够确定市场细分的内容和目的  2.能够进行市场现状与趋势分析  3.能够对项目进行市场定位分析 | 确定目标市场 | 15 |
| 1.价格形成的原理  2.产品定价方法 | 1.能够制定目标价格方案  2.能够制定价格策略 | 营销价格策划 |
| 1.项目销售推广计划书的撰写方法  2.销售推广活动的组织技巧 | 1.能够编写项目销售推广计划书  2.能够估算项目销售推广费用  3.能够制订项目销售推广活动方案 | 制定销售推广计划 |
| 1.销售控制的方法  2.阶段性营销策略的制定方法  3.销售培训流程与内容  4.销售组织与日常管理的方法  5．营销成本费用的构成 | 1.能够制定营销目标和策略  2.能够制定各阶段营销控制实施方案  3.能够组织和实施营销培训计划  4.能够提出营销组织构架建议 | 营销管理和培训 |

**3．毕业设计描述**

| **项目名称** | **毕业设计** | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **学分** | 6 | 课时 | 108 | 开设学期 | 6 |
| **毕业设计目的** | 毕业实习、设计阶段是在学生学完规定的全部课程的基础上进行的最后一个实践性教学环节，是学生全面、系统地掌握所学专业知识的重要组成部分。它具有综合性强、涉及面广和实践性强等显著特点。通过这一重要环节，培养学生具有综合运用所学的有关理论知识去独立分析、解决实际问题的能力，为其今后走上工作岗位从事相关实际工作打下一个良好的基础。 | | | | |
| **毕业设计内容** | 《房地产项目全程营销策划方案》 | | | | |
| **毕业设计要求** | **房地产项目全程营销策划方案大纲要求**  **一、项目概述**  **二、项目前期策划**  （一）市场调研及走势分析、预测  1．宏观、微观市场走势分析。  2．最新房地产市场行情分析。  （二）前期产品及市场定位可行性研究  1．产品定位分析；2．市场定位潜力分析；3．市场定位风险分析；4．市场定位的可行性评价；5．项目市场定位。  （三）品牌战略策划  1．名称确定建议及推广名确定；2．楼盘风格确定；3．建筑用料的建议；4．项目卖点的挖掘及提炼；5．小区环境营造——空间环境、生态环境、视觉环境、人文环境、智能环境；6．小区景观设计要点（环境规划）；7．电梯的设置；8．停车库设计要点、车位比例及安排；9．会所功能内容划分及概念的提炼；10．装修标准；11．社区服务项目配置建议12．物业管理服务项目建议。  **三、项目营销策划**  1.项目营销阶段性划分；2.项目分期推出的战术部署及促销手法建议；3.市场进攻要点及切入法建议（入市时机）；4.价格策略制定；5.价格体系及付款方式原则；6.销售现场包装要点；7.卖场包装要点；8.卖场促销要点；9.展销会举办方案；10.外销方案制定；11.制定CS系统（顾客满意系统）；12. AIDAS原理（阶段性促销活动策划）；13. 模型制作指导；14. 收集市场反馈信息，及时调整营销方案；15. 分销网络辅助措施；16. 新闻推广方案（软性文章及题材炒作）；17. 公关推广方案（政府机关及集团购买的可能性建议）。  **四、广告、宣传、推广设计**  （一）品牌识别  1、展示系统设计  （1）地盘形象设计；（2）工地围墙展示设计；（3）工地路牌、楼体招示布、工程进度牌；（4）售楼形象展示；（5）售楼处外观展示指导、内部形象定位指导；（6）售楼处设计建议；（7）样板房形象定位、效果建议；（8）售楼处展板创意建议；（9）看楼车体外观设计；（10）售楼人员服装设计、保安服装建议。  2、广告类规范  （1）报纸广告标准格式；（2）电视广告标准格式；（3）手提袋。  3、售楼导示系统  （1）样板房导示牌；（2）POP彩旗式吊旗设计；（3）各类标示牌；（4）户外看板。  4、小区形象系统  （1）导示系统；（2）公共导示系统设计；（3）公共信息展示设计；（4）会所导示系统设计；（5）各项配套设施形象系统设计；（6）物业管理人员服饰设计。  （二）广告运动  1．广告诉求目标。2．广告诉求理念。3．广告主题口号。4．广告内容及表现手法。5．创意策划。6．统一宣传口径制定。7．整体氛围概念提示。8．媒体计划。9．创意延展。10．报纸广告方案。11．电视广告创意方案审核建议。  （三）整体营销费用预算及成本控制的策略。  **五、销售阶段工作规划**  1. 售楼人员的安排及培训；2. 售楼人员的进场及销售的实施；3. 现场看楼团的筹划；4. 客户区域、年龄、职业等层面分析；5. 《客户信息反馈表》的编制、登记、汇集及总结分析；6. 广告发布效果的跟踪。7. 对放弃购买客户的原因调查；8. 售前及售后服务内容；9. 定期销售总结及策略调整；10. 系列促销活动；11. 销售后期收尾工作。 | | | | |

# 六、组织与实施

**(一)、教学理念与设计**

（1）“任务驱动、学做合一”的人才培养模式

房地产经营与估价专业人才培养模式是以岗位能力培养为主线，以岗位典型任务为导向，以房地产开发项目全过程中的组织、开发、经营、管理及物业等具体任务为载体，明确相对应的知识、能力和素质培养要求，确定具体课程，按照“基础理论---认识实践---专业理论---教学实践----技术理论---生产实践”的教学过程，使理论教学与实践教学交替进行。理论教学中，以学为主，辅之于实践训练；实践教学中，以做为主，辅之于专业技术学习，将知识内化为学生完成岗位工作任务的能力。工学结合，做中学，学中做，达到学做合一，提高实践动手能力。

教学实施过程中，将房地产经营与估价行业的职业岗位典型工作任务（例如：获取土地、项目开发策划、项目开发建设、楼盘销售、售后服务、房地产经纪、物业管理）转化为教师的教学任务和学生的学习任务，前四学期和第五学期前10周完成基础理论教学、认知实习（校内教学实训与校外参观教学实习）、专业理论教学；第五学期后8周完成校内专业实训；第六学期进入企业进行顶岗实习。通过上述理论与实践相交融的教学过程，学生真正参与工程项目和生产任务，体现以工作过程为导向的“任务驱动，学做合一”人才培养模式。

（2）以能力培养为主线的课程体系

本专业人才培养以房地产行业相关岗位（群）为就业目标，统筹考虑未来职业发展潜力，重点培养学生职业道德素养和职业技能，构建以房地产经营管理能力、房地产价格评估能力为两大核心能力的课程体系。

(二)、专业教师与教学团队要求

1、专业教师要求

1、有本专业或相关专业大学本科及以上学历；

2、有高校教师资格证书，中级及以上职业资格证书或相应技术职称；

3、有良好的思想道德品德修养，遵守职业道德，为人师表；热爱关心学生；

4、备本专业教学需要的扎实的专业知识和专业实践技能，并能在教学过程中灵活运用；

5、具备基于工学结合课程开发和教学组织设计能力、教学研究能力；

6、熟悉所任教专业与对应的产业、行业、企业、职业（岗位）、就业的相互依联程度，熟悉本行业的技术生产情况及发展趋势，能及时将企业各项新工艺、新材料、新方法和企业管理新理念补充进课程。长期与2个以上大中型企业保持密切联系。近3年中应有不少于3个月的企业一线实践经历。

2、专业教学团队要求

1、2个专业带头人，其中1人为来自企业的专家；

2、每门课程都有讲师及以上职称的教师担任课程负责人；

3、专业教师的数量和结构能满足教学需要，其中实践教学中来自企业一线的兼职教师应占专业教师总数的50%。

3、专业教学建议

1、多媒体教学手段

2、内实训以实训室模拟软件操作实训为主要形式

3、训体系：课程认知实习（校外）—学期综合实训（校内）—顶岗实习（校外）

4、据教学需要编制实训指导手册，提高实训效果。

# 教学计划进程表

**房地产经营与管理专业实践教学环节安排表**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **序号** | | | **实训项目** | **学期** | **周数** | **实训内容** | **实训场所** | **备注** |
| **1** | | | 军训、入学教育（含安全教育） | 1 | 2 | 军姿、踏步、正步等 | 操场 |  |
| **2** | | 房地产营销与策划实训 | 3 | 1 | 1、项目市场环境调查与分析  2、地块SWOT分析  3、项目定位  4、项目营销战略  5、项目营销策略  6、广告策略  7、营销计划实施和控制 | 投资理财实训室、房地产经纪实训室 |  |
| **3** | 房地产开发与经营实训 | 3 | 1 | 1、项目概况；  2、住宅潜在消费者调查与分析；  3、市场细分与目标市场选择；  4、产品定位；  5、销售计划；  6、市场推广；  7、销售工作；  8、销售后服务。 | 投资理财实训室、房地产经纪实训室 |  |
| **4** | | | 市场调查与分析实训 | 4 | 1 | （1）撰写市场调研报告  （2）环境分析  （3）新产品价格制定  （4）产品促销方案制定  （5）制定产品整体营销策划方案 | 投资理财实训室、房地产经纪实训室 |  |
| **5** | | | 房地产营销实训 | 4 | 1 | 1、开展楼盘资料调查，搜集经纪业务所需信息资料；2、模拟开展房地产租赁、抵押、买卖、权属登记等经纪业务；3、熟悉和了解房地产经纪企业运作的基本程序和工作内容。 | 投资理财实训室、房地产经纪实训室 |  |
| **6** | | 顶岗实习  （含毕业设计） | 5 | 26 | 在房地产相关企业从事相关工作 | 校外 |  |

# 八、其它说明

1、本方案严格依据《高等学校房地产开发与管理本科指导性专业规范》（2016版）并结合高等职业教育（专科）相关特点制定；

2、本方案的执行根据学期具体情况可先申请经批准后进行适当调整。

附件2：

**徽商职业学院**

**专业人才培养方案审批表**

专业（方向）名称 房地产经营与管理

所 在 系 部 商贸系

专 业 负 责 人 李志

适 用 年 级 2019级

制定（修订）日期 2019年8月26日

徽商职业学院 教务处制

**目 录**

1．专业建设指导委员会论证意见

2．徽商职业学院专业人才培养方案审批意见

**专业建设指导委员会论证意见**

论证专业（方向）名称： 房地产经营与管理 论证时间： 年 月 日

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 专业建设指导委员会名称 | | | 房地产经营与管理专业建设指导委员会 | | | |
| 专  业  建  设  指  导  委  员  会  成  员 | 姓名 | 职务/职称 | 工作单位 | 专业特长 | 签名 | 联系电话 |
| 汪茂元 | 主任委员/副教授 | 徽商职业学院 | 金融学 |  | 0551-68580953 |
| 褚先文 | 委员/讲师 | 徽商职业学院 | 连锁经营 |  | 0551-68580973 |
| 李志 | 委员/助教 | 徽商职业学院 | 房地产经营管理 |  | 0551-68580973 |
| 郑文华 | 委员/讲师 | 徽商职业学院 | 教育技术 |  | 0551-68580973 |
| 雷云云 | 委员/人力资源经理 | 合肥链家宝业房地产经纪有限公司 | 市场营销 |  | 0551-69121129 |
| 孔晶晶 | 委员/人力资源经理 | 合富辉煌集团安徽分公司 | 人力资源 |  | 0551-62818733 |
| 刘蕾 | 委员/实验师 | 徽商职业学院 | 实训指导 |  | 0551-68580973 |
| 潘辉 | 委员/讲师 | 徽商职业学院 | 教学秘书 |  | 0551-68580953 |
| 专  业  建  设  指  导  委  员  会  意  见 | 专业建设指导委员会主任（签字）：  年 月 日 | | | | | |

**徽商职业学院专业人才培养方案审批意见**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 专业  人才  培养  方案  主要  数据 | 专业名称 | 培养方案  总学时 | 理论课  总学时 | 实践教学占总学时比例（%） | 培养方案  总学分 |
| 房地产经营与管理 | 2840 | 1201 | 57.36％ | 144.5 |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
| 系部意见 | 系主任签字（公章）：  年 月 日 | | | | |
| 教务处审核意见 | 处长签字（公章）：  年 月 日 | | | | |
| 学院  审批意见 | 学院领导签字：  年 月 日 | | | | |