



成都职业技术学院
市场营销专业（房地产营销与策划方向）
专业人才培养方案

专业名称： 市场营销（房地产营销与策划方向）

专业代码： 630701

制订部门： 城市建设学院

2020 年 09 月

目 录

一、专业名称及代码.....	1
二、入学要求及修业年限.....	1
三、所属专业群.....	1
四、职业面向及职业能力要求.....	1
五、培养目标及培养规格.....	5
六、毕业能力要求.....	7
七、课程设置及要求.....	9
八、人才培养模式.....	24
九、教学进程总体安排.....	25
十、教学实施保障.....	25
十一、毕业要求.....	29
十二、继续专业学习深造建议.....	29
十三、其他需要说明的内容.....	29
十四、附录（教学进程表）.....	29

一、专业名称及代码

专业名称：市场营销（房地产营销与策划方向）

专业代码：630701

二、入学要求及修业年限

入学要求：普通高中毕业生、中职毕业生或同等学力人员

修业年限：3-6 年

学历：大学专科

三、所属专业群

土木建筑专业群

四、职业面向及职业能力要求

（一）职业面向

就业面向的行业：房地产开发行业，房地产营销策划行业

主要就业单位类型：大型房地产营销策划企业、中小型房地产开发企业、房地产中介、房地产销售等企业主要就业部门：

主要就业部门：本专业培养的毕业生不仅可以在房地产开发企业或房地产营销策划公司从事房地产项目的现（期）房销售、二手房销售、市场调研、项目产品定位策划及营销策划以及信息咨询、房地产项目策划助理等工作，也可以在房地产经纪公司从事咨询、投资、以及代理服务等工作，还可以在房地产营销代理公司从事房地产策划、销售顾问等工作。

可从事的岗位：

表 1 市场营销专业（房地产营销与策划方向）职业面向

所属专业大类 (代码)	所属专业类 (代码)	对应行业 (代码)	主要职业类别 (代码)	主要岗位群或技 术领域举例	职业资格证书和职 业技能等级证书举 例
6307	630701	4-6-02	4-6-02-01	房地产经纪人	房地产经纪人协 理、房地产经纪人
6307	630701	4-6-02	4-6-02-02	房地产策划师	房地产策划师

表 2 市场营销专业（房地产营销与策划方向）岗位能力分析表

序号	岗位名称	岗位类别		岗位描述	岗位能力及要求
		初始岗位	发展岗位		
1	销售人员	☒	☐	1、熟练掌握房地产基础知识及房地产销售技巧，详细熟练的回答客户问题，做好客户的置业顾问。 2、详细掌握项目销售信息，为客户提供准确信息， 3、具备高尚的职业道德，以诚待人，不	1、较强的沟通访谈能力 2、勤勉踏实，办事仔细认真 3、必要的促销基本知识

				能夸大其谈，与客户建立良好关系，为企业和楼盘树立良好形象。 4、负责公司开发项目销售执行工作：填写客户来电来访记录、销售接待、客户回访、款项催收、合同签订、违约客户处理、客户资料收集等工作，完成公司制定的销售任务。 5、负责填写审核认购书、购房合同并及时将合同上交销售主管及销售部长审核，销售总监签字后执行。 6、负责反馈一线销售信息，指导策划推广工作。 7、负责发现项目存在的各项问题并及时反馈上报。 8、负责客户资源的维护工作，做好客户的各项服务工作，同时做好客户资源的保密工作。 9、协助办理客户按揭贷款工作，负责违约客户款项催缴。 10、协助公司办理交房、办证、发证等工作。 11、定期进行可类比项目市场调研，了解其它楼盘信息。 完成领导交办的其它工作。	4、较熟悉房地产建设知识和房地产相关法律知识
2	销售客服人员	☒	☐	1、售楼现场接待,对客户咨询进行解释,登记来电来访,客户回访 2、签定认购协议,购房合同,并签定《商品房买卖合同》 3、收取交款凭证,开立收据登记销售台帐,并负责收取相关资料 4、负责客户资料的收集,购房尾款的催收,并建立客户档案,对销售资料进行管理 5、对售楼现场人员礼仪、服务质量进行监督 6、售楼现场环境、清洁工作监管配合交房手续办理 完成上级交代的其它工作	1、较强的沟通访谈能力 2、勤勉踏实,办事仔细认真 3、必要的促销基本知识 较熟悉房地产建设知识和房地产相关法律知识
3	策划文员（策划助理）	☒	☐	1、进行市场调查策划,提出市场调查提纲、问卷 2、进行定位策划,进行项目定位分析,提出项目定位功能、形象、规模、户型、业态、造型、价格等建议报告 3、进行营销推广策划,提出广告主题、分主题、文案创意和美工建议,提出活动策划 4、负责广告制作发布、楼书制作、装修	1、严谨、认真的工作作风 2、有一定的活动能力和协调能力 3、有一定逻辑思维能力 4、思维活跃,富于创意,熟悉房产策划

				售楼部等营销宣传的执行 收集各种房地产营销策划、规划设计、 广告装潢等信息资料	熟悉掌握房地建设知识和房地产相 关法律、法规、政 策
4	销售主管	☐	☒	1. 进行销售面积的测算、登记 2. 接待客户，登记来电来访，办理认购、 预售、签订购房合同，收取缴款凭证， 开立收据，登记销售台帐，归纳销售报 表 3. 为客户代办产权和银行按揭 4. 汇总购房合同、销售台帐、收据、客 户缴款凭 ☒ 证，定期移交给财务	1. 较强的创新思维 能力 2. 较强的沟通访谈 能力 3. 必要的广告、促 销管理能力 4. 熟悉掌握房地建设知识和房地产相 关法律、法规、政 策
5	策划主管	☐	☒	1、负责公司开发项目的全面市场调研工 作，并根据市场调研情况提出产品定位、 项目总体策划和项目总体运作方案的建 议 2、参与新项目的研究论证工作，为公司 提供相关决策支持和操作建议 3、负责根据公司的发展战略与市场情 况，定期提出公司项目储备的总体原则 和储备方向的建议 4、组织与指导下属人员进行整体市场状 况研究，包含经济环境与政策研究、供 求市场研究、客户研究、竞争项目与竞 争对手研究等方面 5、负责根据市场研究情况，组织与指导 下属有关研究人员定期编写市场报告 6、负责市场研究中心全部报告的整体质 量控制，包括提纲的编辑讨论、资料数 据的控制、关键章节的控制及组织不同 形式的讨论与文稿形成过程的监督 负责市场信息系统流程的建立，包括信 息来源、汇总、数据库的整理与刷新、 报告的形成等	1. 严谨、认真的工作 作风 2. 较强的行业、企 业分析研究能力 3. 缜密的逻辑思维 能力 4. 较强的沟通访谈 能力 熟悉掌握房地建设知识和房地产相 关法律、法规、政 策
6	销售经理	☐	☒	1. 负责依据公司的规章制度对本部门人 员进行管理 2. 协助市场部经理完成公司销售工作的 策划组织、协调工作，并建立并完善全 面的销售管理系统，包括客户、销售代 表、销控、价格等所有环节 3. 负责根据市场情况和项目的具体情 况，制定项目销售策略 4. 负责销售计划和方案的实施，制定客 户政策、管理合同签约和管理客户档案， 包括销售公司的选择并通过项目销售经	1. 较强的行业趋势 分析能力 2. 较强的创新思维 能力 3. 较强的沟通访谈 能力 4. 必要的广告、促 销管理能力 熟悉掌握房地建设知识和房地产相 关法律、法规、政

				理管理销售工作 5. 负责建立并调整有关巡展及电子商务等新的营销系统 6. 负责根据销售要求，建立相应的公关宣传体系，包括所有外包公司的选择及监督 7. 建立广告宣传的策略系统，并根据具体进展及时调整 8. 监督所有策略的执行，包括展会、各类销售工具、大众媒体宣传等工作 9. 根据公司组织结构调整、部门职责的重新分配及业务的重组等要求，定期或不定期对公司业务流程进行优化 对部门工作计划的执行进行监督，并加以控制	策
7	市场经理 (策划经理)	☐	☒	1. 负责依据公司的规章制度对本部门人员进行管理 2. 负责公司房地产开发项目寻找开发工作，组织编写项目可行性研究及项目策划方案 3. 负责配合完成在项目部成立前负责项目前期的勘察、土地征用、项目立项审批、用地计划的报批和报审及工程项目开工的各种手续 4. 负责开发项目广告的营销方案的制定与实施，销售公司的选择及销售项目部的组建 5. 负责协调销售公司、工程部、物业公司之间的工作 6. 组织房地产市场状况研究：供求分析、客户分析、竞争对手分析、政策分析等 7. 组织项目市场调查工作 8. 负责协调组织公司的客户服务工作 对部门工作计划的执行进行监督，并加以控制	1. 杰出的眼光及商业判断力，能够洞察房地产行业发展趋势 2. 领导公司成为一流公司的强烈的进取心和责任心 3. 出色的领导实施能力，使公司开发项目快速进入正常的商业运作 4. 出色的沟通能力，协调管理团队团结奋斗 5. 出色的管理人员培训能力，使下属不断成长 必要的广告策划、建筑设计、工程建造和房地产相关法律知识

(二) 典型工作任务及其工作过程

表3 市场营销专业（房地产营销与策划方向）典型工作任务及工作过程分析表

序号	典型工作任务	工作过程
1	熟练掌握房地产基础知识及房地产销售技巧，详细熟练的回答客户问题，做好客户的置业顾问。	1、详细掌握项目销售信息，为客户提供准确信息 2、售楼现场接待,对客户咨询进行解释，登记来电来访，客户回访
2	填写审核认购书、购房合同并及时将合同上交销售主管及销售部长审核，销售总监签字后执行。	1、签定认购协议，购房合同，并签定《商品房买卖合同》 2、收取交款凭证，开立收据登记销售台帐，并负责收取相关资料

		3、负责公司开发项目销售执行工作：填写客户来电来访记录、销售接待、客户回访、款项催收、合同签订、违约客户处理、客户资料收集等工作，完成公司制定的销售任务。
3	负责反馈一线销售信息，指导策划推广工作。	负责发现项目存在的各项问题并及时反馈上报
4	负责客户资源的维护工作，做好客户的各项服务工作，同时做好客户资源的保密工作。为客户代办产权和银行按揭	1、协助办理客户按揭贷款工作，负责违约客户款项催缴。 2、负责客户资料的收集，购房尾款的催收，并建立客户档案，对销售资料进行管理 3、配合交房手续办理
5	协助公司办理交房、办证、发证等工作。	1、具备高尚的职业道德，以诚待人，不能夸大其谈，与客户建立良好关系，为企业和楼盘树立良好形象。
6	定期进行可类比项目市场调研，了解其它楼盘信息。 完成领导交办的其它工作。	1、进行市场调查策划，提出市场调查提纲、问卷 2、进行定位策划，进行项目定位分析，提出项目定位功能、形象、规模、户型、业态、造型、价格等建议报告
7	进行营销推广策划，提出广告主题、分主题、文案创意和美工建议，提出活动策划	1、负责广告制作发布、楼书制作、装修售楼部等营销宣传的执行 2、收集各种房地产营销策划、规划设计、广告装潢等信息资料
8	进行销售面积的测算、登记	1、接待客户，登记来电来访，办理认购、预售、签订购房合同，收取缴款凭证，开立收据，登记销售台帐，归纳销售报表 2、汇总购房合同、销售台帐、收据、客户缴款凭证，定期移交给财务
9	负责公司开发项目的全面市场调研工作，并根据市场调研情况提出产品定位、项目总体策划和项目总体运作方案的建议	1、参与新项目的研究论证工作，为公司提供相关决策支持和操作建议 2、负责根据公司的发展战略与市场情况，定期提出公司项目储备的总体原则和储备方向的建议
10	组织与指导下属人员进行整体市场状况研究，包含经济环境与政策研究、供求市场研究、客户研究、竞争项目与竞争对手研究等方面	1、负责根据市场研究情况，组织与指导下属有关研究人员定期编写市场报告 2、负责市场研究中心全部报告的整体质量控制，包括提纲的编辑讨论、资料数据的控制、关键章节的控制及组织不同形式的讨论与文稿形成过程的监督 3、负责市场信息系统流程的建立，包括信息来源、汇总、数据库的整理与刷新、报告的形成等

五、培养目标及培养规格

本专业学生毕业五年后能够达到的职业和专业成就即专业培养目标能够达到的营销经理或者销售经理的岗位要求。如表 4 所示，具体为解决实际问题的能力、团队作用的发挥、职业道德和伦理水准，终身学习能力的养成，创新意识及创新方法培养、为成都、四川，乃至西南地区区域经济和社会发展做出贡献。将这六个方面作为专业人才培养目标的六个维度，按照培养目标→毕业要求→毕业要求指标点→课程矩阵图的路径落实到课程、课堂中。从而

实现学生职业和专业成长，达成专业培养目标。

表 4 市场营销专业（房地产营销与策划方向）培养目标

序号	具体内容
A	能够完成商品房销售及项目销售案场管理
B	能够进行房地产市场调查与预测
C	能够完成房地产项目基础定位判断
D	能够进行房地产项目营销策划与推广执行
E	具备创新意识，完成房地产项目客户服务及关系管理
F	能够完成房地产项目可行性研究与分析

1. 知识要求

- (1) 具有牢实的文化基础知识（如：英语、应用文写作等知识）
- (2) 掌握足够的房地产营销与策划、客户关系管理等专业知识，具有较强的房地产营销与策划专业技能。
- (3) 熟悉房地产营销与策划的相关知识（如：房地产经营管理、房地产统计、房地产市场调查与预测、建筑工程基础知识、房地产金融、房地产法律法规、房地产营销策划、居住区规划、房地产投资等知识）
- (4) 具有一定的历史、地理、美学、心理学等社会科学和人文科学的基本知识

2. 能力要求

- (1) 运用房地产可行性研究的程序和方法编制房地产项目可行性分析报告的能力。
- (2) 具有房地产市场调研、市场预测与决策分析的能力。
- (3) 具备利用消费者的心理分析、个性分析以及各种因素判断消费者购房需求的能力。
- (4) 具备基本技能和专业技能，能通过普通话、计算机等级证、以及相应的职业资格证书。
- (5) 区分不同定位的项目对户型设计、环境设计等方面要求的能力。
- (6) 具备进行项目广告策划和销售策划的能力。
- (7) 有一定的创新精神和自学能力，能不断的更新专业知识，能运用现代信息技术对实践活动的进行分析和归纳。
- (8) 具有较强的语言表达能力、文案撰写能力、沟通能力、合作能力及应变能力

3. 素质要求

- (1) 坚定拥护中国共产党领导和我国社会主义制度，在习近平新时代中国特色社会主义思想指引下，践行社会主义核心价值观，具有深厚的爱国情感和中华民族自豪感；

(2) 崇尚宪法、遵法守纪、崇德向善、诚实守信、尊重生命、热爱劳动，履行道德准则和行为规范，具有社会责任感和社会参与意识；

(3) 具有质量意识、环保意识、安全意识、信息素养、工匠精神、创新思维、全球视野和市场洞察力；

(4) 勇于奋斗、乐观向上，具有自我管理能力、职业生涯规划的意识，有较强的集体意识和团队合作精神；

(5) 具有良好的职业道德和职业素养。崇德向善、诚实守信、爱岗敬业，具有精益求精的工匠精神；尊重劳动、热爱劳动，具有较强的实践能力；具有质量意识、绿色环保意识、安全意识、信息素养、创新精神；具有较强的集体意识和团队合作精神，能够进行有效的人际沟通和协作，与社会、自然和谐共处；具有职业生涯规划意识。

(6) 具有良好的身心素质和人文素养。具有健康的体魄和心理、健全的人格，能够掌握基本运动知识和一两项运动技能；具有感受美、表现美、鉴赏美、创造美的能力，具有一定的审美和人文素养，能够形成一两项艺术特长或爱好；掌握一定的学习方法，具有良好的生活习惯、行为习惯和自我管理能力。

4. 创新创业能力要求

结合市场营销专业（房地产营销与策划方向）的特点，依托创新创业课程、创新创业平台，建立专业与创业教育相融合的实践体系，培养学生房地产方面的专业实践能力、创新精神、创业意识。在《创新创业教育》的基础上，加强对房地产营销领域的创新创业实践，充分利用在校期间的两个暑期，参加房地产营销企业的创新创业实践、参加房地产项目开盘、现场拓客、渠道管理等专业活动。同时积极参加行业、专业领域的技能大赛、积极参与专利申请、发明创造等活动置换学分或取得学分。

六、毕业能力要求

根据人才培养目标细分毕业能力要求和毕业要求指标点，如表 5、表 6 所示。

表 5 市场营销专业（房地产营销与策划方向）毕业要求

序号	毕业能力要求	对应的培养目标
1	能够具备良好的口头和书面表达能力	A
2	能够熟练地操作计算机及相关软件	A、B、D
3	能运用英语进行简单的对话交流，能看懂专业技术文献	A、D、E
4	能够熟练掌握检索工具，运用现代信息技术进行自主学习	B、D、F
5	能够用自然科学、房地产基础知识分析、解决工作中的问题	A、D
6	能掌握基本的创新方法，具有创新的意识和创业的素质	E、F
7	能够对房地产项目销售、策划等工作有效控制	A、D

8	能够对房地产案场有效管理、合同管理和信息管理	A、E
9	具备团队领导能力、能够有效沟通、协调房地产销售（策划）工作中各项问题，具有责任意识和职业道德	A、E
10	具备终身学习的意识，了解对接本专业继续深造以及参加职业培训的途径	D、E
11	熟悉全国、四川、成都地区房地产行业发展现状、趋势	D、F

表6 市场营销专业（房地产营销与策划方向）毕业要求指标点

序号	毕业能力要求	能力要求指标点序号	对应的毕业要求指标点
1	能够具备良好的口头和书面表达能力	1.1	具备良好的口头表达能力
		1.2	具备良好的书面表达能力
2	能够熟练地操作计算机及相关软件	2.1	能够熟练地操作计算机，会常用的办公软件
		2.2	能够熟练地操作视频编辑等广告制作软件
3	能运用英语进行简单的对话交流，能看懂专业技术文献	3.1	能运用英语进行简单的对话交流
		3.2	能看懂专业技术英文文献
4	能够熟练掌握检索工具，运用现代信息技术进行自主学习	4.1	能够熟练掌握检索工具，运用现代信息技术进行自主学习
5	能够用自然科学、房地产基础知识分析、解决工作中的问题	5.1	能够用自然科学、房地产基础知识分析、解决工作中的问题
		5.2	了解中国建筑文化底蕴，
		5.3	能够熟练掌握房地产相关法律法规
6	能掌握基本的创新方法，具有创新的意识和创业的素质	6.1	能掌握基本的创新方法，具有创新的意识和创业的素质
7	能够对房地产项目销售、策划等工作有效控制	7.1	能够对房地产项目销售工作有效控制
		7.2	能够对房地产项目策划等工作有效控制
8	能够对房地产案场有效管理、合同管理和信息管理	8.1	能够对房地产案场有效管理
		8.2	能够对房地产合同管理
		8.3	能够对房地产信息管理
9	具备团队领导能力、能够有效沟通、协调房地产销售（策划）工作中各项问题，具有责任意识和职业道德	9.1	具备团队领导能力
		9.2	能够有效沟通、协调房地产销售（策划）工作中各项问题
		9.3	具有责任意识和职业道德
10	具备终身学习的意识，了解对接本专业继续深造以及参加职业培训的途径	10.1	具备终身学习的意识，了解对接本专业继续深造以及参加职业培训的途径
11	熟悉全国、四川、成都地区房地产行业发展现状、趋势	11.1	熟悉全国、四川、成都地区房地产行业发展现状、趋势

七、课程设置及要求

（一）专业群课程构建

本专业属于土木建筑专业群，专业群课程体系按照群内专业底层共享、中层分立，高层互选的原则进行构建。底层为公共课程、专业基础课程；中层为专业方向课程，即职业能力课程；高层为专业限选课程，扩展和提升职业能力，拓宽学生职业能力范围。

专业基础课程：
（底层共享）

房地产经济学、房地产法律法规、经济数学、建筑工程基础知识、房地产经纪、房地产市场调查与预测、房地产投资分析、房地产开发经营与管理、房地产营销与策划

专业方向课程：
（中层分立）

会计基础、市场营销、房地产广告实务、居住区规划设计、房地产金融、中国建筑文化、商务谈判

专业限选课程：
（高层互选）

房地产统计（统计学基础）、客户服务

（二）专业课程与典型工作任务的对应关系

表7 专业课程与典型工作任务对应关系

序号	课程名称（学习领域）	对应的典型工作任务
1	会计基础	1、了解基本的房地产财务知识； 2、掌握会计基础理论和基本方法，坚持会计理论知识教育的系统性。
2	房地产经济学	1、从房地产业的基本状况入手，理论联系实际，强调房地产经济学的应用。 2、了解房地产制度、地租理论与区位理论、房地产市场、房地产价格、房地产投资、房地产金融、房地产税收、房地产业的宏观调控。
3	市场营销	1、了解市场营销学的基本原理及其运用，包括市场营销学的产生和发展、市场营销组织与控制、营销环境与市场分析、营销信息系统与营销调研、市场细分与目标市场选择和市场定位、竞争分析与竞争策略、市场营销组合策略（产品决策、定价决策、促销决策和渠道决策） 2、掌握市场营销学的新发展，如绿色营销、服务营销、网络营销、关系营销、直接营销、定制营销、整合营销、体验营销等。
4	经济数学	1、房地产市场分析，房地产数据统计、数据模型建立等基础知识
5	建筑工程基础知识	1、房地产营销专业的学生具备建筑学基本理论和知识，是房地产营销策

		划和销售工作的建筑专业知识基础。 2、掌握投影的基本原理和作图方法， 3、掌握建筑工程施工图的基本知识和绘图技能 4、掌握一般民用建筑的构造原理 5、掌握常用构造方法，了解建筑设计基本知识及设计方法
6	房地产投资分析	1、是一门实践应用课程，拓展专科学生的知识结构。 2、提高学生参与房地产行业运作的专业水平，使学生能够发挥经济学和地理学的学科特长从事房地产投资分析。
7	房地产广告实务	1、以必要的理论铺垫为基础，以设定课题，实践训练组织调研、制定广告战略为起点，开展全程模拟广告策划活动，强化学生实践技能的掌握。 2、按照广告策划流程、突出实践环节、重点强调广告策划的理论与实践相结合的思路，对广告调查与分析、广告战略策划、广告策略策划、广告创意策划、广告表现策划、广告媒体策划和广告预算策划、广告效果测评、广告策划书撰写等内容进行了论述。
8	房地产市场调查与预测	1、将房地产与房地产市场和市场调查与预测有机结合在一起，坚持基础性、技能性和实用性。 2、掌握房地产与房地产市场基础知识；房地产市场调查的程序、方法和内容；态度测量和样本设计；问卷设计、资料收集、整理与分析；房地产市场预测基本理论和方法；房地产市场调查报告的撰写；房地产市场调查专员的职业发展规划指导等内容。
9	房地产经纪	1、坚持理论与实务相结合，培养房地产经纪人员职业技能。 2、掌握房地产经纪机构部门的设置，权属登记备案、抵押贷款手续代办的程序，学会房地产转让、租赁、抵押，二手房居间、代理等业务的基本流程。
10	居住区规划设计	1、了解居住区规划的演变与前瞻，居住区规划设计概念，住宅区的规划组织结构与布局、住宅用地、公共用地、道路用地及停车设施、公共绿地等规划设计。 2、掌握综合技术经济指标，竖向规划设计，居住区规划实践成果，实例及管线工程综合概述等。
11	房地产营销与策划	1、熟悉现代房地产营销策划的基本理论，较好地把握房地产及房地产市场的特点，掌握房地产市场营销中有关营销策划的流程与内容、市场调查与预测、产品定位策划、产品价格策划、营销渠道策划、促销策划等基本知识和技能。 2、初步具备从事房地产市场营销策划和营销管理的能力，将大量结合房地产案例、实践、实训，注重对实际应用能力的培养，以达到高级应用型人才的培养。
12	房地产法律法规	1、了解城市土地取得、城市房屋拆迁、房地产交易、房地产产权管理等方面的法律规定和程序。 2、结合房地产案例注重对实际应用能力的培养，注重高级应用型人才的培养。
13	房地产开发经营与管理	1、注重理论联系实际，以实践中具体的操作和详实的案例展示出房地产开发经营与管理，在工作实践中的重要意义。 2、了解房地产开发前期工作、房地产建设过程、房地产营销策划、物业管理等。
14	房地产金融	1、了解房地产金融的基础知识，对房地产抵押贷款、信托、保险以及房地产与资本市场等问题能够进行深入的分析。 2、能够对房地产金融有个全面的、系统的认识。对房地产金融的一些前

		沿问题，如房地产产业投资基金、住房抵押贷款证券化、物业维修基金等熟知
15	中国建筑文化	1、了解中国建筑的历史沿革、建筑类型、文化内涵及建筑工艺、技巧。 2、了解在不同历史时期政治、经济、文化、科技条件下，中国建筑充分融合历史学、文化学、宗教学、哲学、美学等不同学科的知识，对秦砖汉瓦、隋唐寺塔、两宋祠观、明清帝宫、都市城防等一系列伟大建筑。
16	商务谈判	1、是房地产行业商务谈判基础、注重商务谈判策略、商务谈判实务和商务谈判案例等。 2、重点了解商务谈判活动的组织与管理、如何运用各种不同的商务谈判策略与技巧，实用性强。
17	房地产统计	1、掌握统计学的基本原理、基本方法及基本统计指标的核算，并能运用所学知识，完成对统计资料的搜集、整理和分析，提高对社会经济问题的数量分析能力。 2、掌握统计学的基本知识和技能，能运用所学的统计理论对社会经济现象进行调查研究的，并能运用统计方法分析、研究有关经济问题，为国民经济的管理提供真实可靠的数字资料，提高经济管理水平。
18	客户服务	1、懂得客户服务的基本知识、各种服务技巧，能较熟练地对各类客户进行服务。 2、掌握客户服务基础、客服代表的职业化塑造、客户需求预测、初级客户服务技巧、中级客户服务技巧、高级客户服务技巧、大客户服务、客户投诉处理、客户服务压力管理、e时代的客户服务等。

（三）专业课程设置

专业课程设置按照成果导向（OBE）理念，将人才培养目标贯穿到每门课程中，确保课程开设的有效性，不断优化课程设置，通过课程目标的实现反向促进人才培养目标的实现。

表 8 市场营销专业（房地产营销与策划方向）课程矩阵图

毕业要求	毕业要求指标点		计算机基础	大学英语	会计基础	房地产经济学	市场营销	经济数学	建筑工程基础知识	房地产投资分析	客户服务	地产广告实务	房地产市场调查与预测	房地产经纪	房地产法律法规	房地产开发经营与管理	房地产营销与策划	房地产金融	中国建筑文化	居住区规划设计	房地产统计	消费心理分析	商务谈判
能够具备良好的口头和书面表达能力	1.1	具备良好的口头表达能力									√			√	√	√	√					√	√
	1.2	具备良好的书面表达能力	√		√	√					√	√	√			√	√	√			√		
能够熟练地操作计算机及相关软件	2.1	能够熟练地操作计算机，会常用的办公软件	√		√			√	√	√	√		√			√					√		

		件																					
	2.2	能够熟练地操作视频编辑等广告制作软件								√		√					√						
能运用英语进行简单的对话交流，能看懂专业技术文献	3.1	能运用英语进行简单的对话交流		√							√			√				√				√	√
	3.2	能看懂专业技术英文文献		√						√													√
能够熟练掌握检索工具，运用现代信息技术进行自主学习	4.1	能够熟练掌握检索工具，运用现代信息技术进行自主学习			√	√			√	√		√	√	√	√	√	√			√	√	√	
能够用自然科学、房地产基础知识分析、解决工作中的问题	5.1	能够用自然科学、房地产基础知识			√	√	√			√	√			√		√	√	√	√				

		分析、解决工作中的问题																					
	5.2	了解中国建筑文化底蕴，					√			√				√			√		√				
	5.3	能够熟练掌握房地产相关法律法规							√	√	√		√	√	√		√						√
能掌握基本的创新方法，具有创新的意识和创业的素质	6.1	能掌握基本的创新方法，具有创新的意识和创业的素质					√			√		√	√				√					√	√
能够对房地产项目销售、策划等工作有效控制	7.1	能够对房地产项目销售工作有效控制				√										√							
	7.2	能够对房地产项目策				√	√			√			√				√		√	√			

		划等工作有效控制																					
能够对房地产案场有效管理、合同管理和信息管理	8.1	能够对房地产案场有效管理								√					√			√		√	√		
	8.2	能够对房地产合同管理								√			√		√						√		
	8.3	能够对房地产信息管理					√	√	√	√			√	√		√	√	√					
具备团队领导能力、能够有效沟通、协调房地产销售（策划）工作中各项问题，具有责任意识和职业道德	9.1	具备团队领导能力											√			√	√						
	9.2	能够有效沟通、协调房地产销售（策划）工作中各项问题					√			√	√	√	√		√	√	√			√	√	√	√
	9.3	具有责任意识和职业								√	√	√	√	√	√	√	√	√		√	√	√	√

		道德																					
具备终身学习的意识，了解对接本专业继续深造以及参加职业培训的途径	10.1	具备终身学习的意识，了解对接本专业继续深造以及参加职业培训的途径	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√
熟悉全国、四川、成都地区房地产行业发展现状、趋势	11.1	熟悉全国、四川、成都地区房地产行业发展现状、趋势				√			√		√	√	√		√	√	√		√				

注：1. 专业课程体系应涵盖所有毕业要求，支撑所有指标点的训练和培养，可采用课程矩阵的方式表述课程—毕业要求—指标点三者之间的对应关系。

2. 毕业要求指标点到哪一门课程可以在该门课程对应的框中打“√”

（四）课程内容及要求

1. 素质教育活动课程

素质教育活动共包含四个模块，注重人文素质教育与职业道德教育的培养，坚持课内外教学活动和校外教育活动相结合，正确处理好德育与智育、理论与实践的关系，正确处理好传授基础知识、培养职业能力、提高综合素质三者之间的关系。

学生综合素质课程由劳动教育和素质教育活动培养体系综合构成，总计 4 学分，由学生处具体实施、考评。

表 9 素质教育活动课程

模块	培养目标	培养内容
职业道德规范	爱国明礼	主题教育活动、党团培养
	遵纪守法	遵规国家法律法规、校纪校规
	诚实守信	诚实守信，无考试作弊、虚假申报、欺诈行为
	爱岗敬业	课堂与集会全勤
	奉献社会	志愿者活动，义工活动，义务劳动，见义勇为，好人好事
职业核心能力	自我提高能力	专业讲座，职业资格技能证书，专业、公共技能大赛，技能培训，学历提升，自主学习，学习效果
	与人合作能力	加入专业协会、社团，担任学生干部
	解决问题能力	参与专业实践活动
	信息处理能力	获得计算机等级证书，担任公共网络平台管理员
	外语应用能力	获得英语等级证书，参加各类英语竞赛，交换生项目，海外研习、交流项目
	沟通表达能力	大学生辩论大赛，各类交流座谈活动主持人、讲述人、发言人
	数字运用能力	数学建模大赛
	革新创新能力	大学生创新服务开发项目，创新创业大赛，发明与专利
职业素质养成	人文素质	人文素质讲座，服务型学习，写作能力，社会实践
	科学素质	科技讲座，科技展览，科技活动
	文体素质	校园活动，文体社团，集体生活，礼仪规范，礼仪服务
	心理素质	心理健康讲座学习，心理健康教育活动
职业发展规划	明确职业定位	职业生涯规划电子书，职业生涯规划大赛
	提升职业能力	创业实践活动，创业就业培训学习，校内外勤工助学，行业调研
	完成职业准备	模拟招聘，企业宣讲会，校园招聘会

2. 公共基础课程

表 10 公共课程教学内容及要求

序号	课程名称	主要教学内容	主要教学方法与手段	建议学时
1	思想道德修养与法律基础	坚定理想信念；弘扬中国精神；践行社会主义核心价值观；明大德守公德严私德；尊法学法守法用法。	专题讲授法、案例教学法 互动教学法、启发教学法	48
2	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	毛泽东思想；邓小平理论；“三个代表”重要思想；科学发展观；习近平新时代中国特色社会主义思想。	专题讲授法、案例教学法 互动教学法、启发教学法	64
3	形势与政策	党和国家最新的时事与政策。	专题讲授法、案例教学法、互动教学法、启发教学法	48
4	就业指导	就业政策、就业信息、简历制作、求职技巧、模拟面试等方面的指导，帮助学生顺利就业、创业。	翻转教学法、案例教学法、互动教学法、启发教学法等	16
5	创新创业教育	从思维创新到项目产生教学内容：创新技法、希望点与缺点列举法、奥斯本检核表法、信息交合法、六合分析法、头脑风暴法。	讲授法、案例法、头脑风暴、在线卡牌模拟、角色扮演、小组讨论等。	36
6	大学英语	第一学期：涉外日常活动情景（听、说）；涉外业务活动情景（读、写、译）。	输出驱动教学法、情景教学法、交际教学法、线上线下混合式教学等。	130
7	体育	第三套大众健美操锻炼标准 2 级；简化 24 式太极拳；职业体能和素质拓展；分项开展各展球类、舞蹈、体操类课程。	讲授法、游戏练习法、分享讨论法、分组练习法、比赛练习法等	138
8	国学	先秦主要哲学思想传统艺术赏析；传统节日与习俗；传统礼仪与习俗；传统科技与发明创造；汉字与传统文学；宗教常识。	任务驱动、小组合作、头脑风暴、翻转课堂、混合式教学法等，云班课	30
9	天府文化	天府品格；天府历史；天府之最；天府遗存；天府名人；天府艺术；天府民俗。	任务驱动、小组合作、头脑风暴、翻转课堂、混合式教学法等，云班课	18
10	成都故事	古蜀文明惊天下；秦汉成都；三国风云南朝烟雨；唐宋成都；明清成都。	任务驱动、小组合作、头脑风暴、翻转课堂、混合式教学法等，云班课	18
11	大学生心理健康教育	大学生心理健康教育基础理论（健康教育）；自我认知与个性完善（意识教育）；亲子关系辅导（意识教育）；情绪管理与压力应对（挫折教育）；人际交往（社会适应性教育）；恋爱与性心理（成人教育）；生命的意义（生命教育）。	专题讲授法、案例教学法、体验式互动教学法、角色扮演法、行为强化法、团体辅导法	36

3. 专业课程

(1) 专业基础课程

表 11 主要专业基础课程教学内容及要求

序号	课程名称	主要教学内容	主要教学方法与手段	建议学时
1	房地产经济学	1、从房地产业的基本状况入手，理论联系实际，强调房地产经济学的应用。 2、了解房地产制度、地租理论与区位理论、房地产市场、房地产价格、房地产投资、房地产金融、房地产税收、房地产业的宏观调控。	专题讲授法、案例教学法 互动教学法、启发教学法	60
2	房地产法律法规	1、学生能较全面地了解我国房地产管理法律制度的基本内容和一些重要的法律法规， 2、并能利用所学知识解决遇到的有关房地产法律法规方面的问题		68
3	经济数学	1、房地产市场分析，房地产数据统计、数据模型建立等基础知识	专题讲授法、案例教学法 互动教学法、启发教学法	36
4	建筑工程基础知识	1、房地产营销专业的学生具备建筑学基本理论和知识，是房地产营销策划和销售工作的建筑专业知识基础。 2、掌握投影的基本原理和作图方法， 3、掌握建筑工程施工图的基本知识和绘图技能 4、掌握一般民用建筑的构造原理 5、掌握常用构造方法，了解建筑设计基本知识及设计方法	专题讲授法、案例教学法 互动教学法、启发教学法	72
5	房地产经纪	1、了解房地产经纪的主要内容，培养学生的从事相关工作的基本技能技巧。 2、以工作过程为导向，理论与实践密切结合。	专题讲授法、案例教学法 互动教学法、启发教学法	68
6	房地产市场调查与预测	1、针对高职高专学生的知识结构和专业基础，以通俗的案例来介绍房地产市场调查与预测的原理 2、使学生掌握市场调查与预测的基本原理和基本的分析方法，并能应用相关知识分析实际问题。	专题讲授法、案例教学法 互动教学法、启发教学法	68
7	房地产投资分析	1、是一门实践应用课程，拓展专科学生的知识结构。 2、提高学生参与房地产行业运作的专业水平，使学生能够发挥经济学和地理学的学科特长从事房地产投资分析。	专题讲授法、案例教学法 互动教学法、启发教学法	68

8	房地产开发经营与管理	1、房地产开发经营管理工作中,开发经营作为一个专业学科,在房地产企业中的重要作用,如何在工作中,完成实际应用。 2、进一步将房地产开发与经营与管理专业的特点想结合,配合案例情况,与同学们共同分析与学习。	专题讲授法、案例教学法 互动教学法、启发教学法	68
9	房地产营销与策划	1、了解房地产营销策划的主要内容,侧重培训学生销售实务能力,同时培养学生的基本策划技能和技巧。 2、了解房地产营销的产生和发展、市场营销组织与控制、营销环境与市场分析、营销信息系统与营销调研、市场细分与目标市场选择和市场定位、竞争分析与竞争策略、市场营销组合策略(产品决策、定价决策、促销决策和渠道决策)	专题讲授法、案例教学法 互动教学法、启发教学法	68

(2) 专业方向课程

表 12 《房地产营销与策划》课程教学内容及要求

课程名称		房地产营销与策划				
学 期		4	学 时	68	授课方式	理实一体
学 分		4	考核方式	考试	考试类型	理论+实践
课程目标	知识目标	房地产专业学生应该知道房地产行业、企业背景；了解房地产行业环境，特别是政策环境；理解土地市场、房地产金融市场、房地产税费、城市规划、居住区规划、项目建设等知识；掌握房地产项目营销流程、房地产市场分析、房地产项目定位与产品策划、价格策划、渠道策划、促销策划、房地产销售、售后服务等知识。				
	能力目标	房地产专业学生能根据房地产营销岗位职业标准，运用房地产营销与策划知识，做一般房地产项目的营销与策划分析工作。				
	素质目标	房地产业是现代服务业，无论营销什么项目，都要更“勤”劳、更“实”在，建设绿色住宅、创造阳光生活。				
教学内容		学生通过《房地产营销与策划》课程的学习，具备房地产营销环境调研能力、营销项目分析研究能力、项目营销策划能力、楼盘营销策划执行能力。为以后学习房地产专业的其它专业课程和从事房地产类职业打下基础，并为房地产营销师职业资格的获取奠定理论及实践技能基础。因此，课程对学生核心职业能力和职业素养养成起主要支撑和促进作用。				
教学方法及教学手段		注重全面考察学生的学习状况，启发学生的学习兴趣，激励学生学习热情，促进学生的可持续发展。要将过程评价与结果评价相结合，定性与定量相结合，充分关注学生的个性差异，增强学生的自信心，提高学生的实际应用技能。教师要善于利用所提供的大量信息，适时调整和改善教学过程。				
教学评价		《房地产营销与策划》课程在考核方法上，评价的手段和形式应多样化，发挥评价的启发激励作用。				
教学建议		《房地产营销与策划》课程对学生学习的评价，既关注学生知识与技能的理解和掌握，更要关注他们情感与态度的形成和发展；既关注学生学习的结果，更要关注他们在学习过程中的变化和发展。				

表 13 《房地产经纪》课程教学内容及要求

课程名称		房地产经纪				
学 期		3	学 时	68	授课方式	理实一体
学 分		4	考核方式	以证代考	考试类型	理论+实践
课程目标	知识目标	房地产专业学生应该知道房地产行业、企业背景；了解房地产行业环境，特别是政策环境；理解土地市场、房地产金融市场、房地产税费、城市规划、居住区规划、项目建设等知识；掌握房地产交易流程、房地产市场分析、房地产项目一二手联动策划、房地产居间业务、代理业务策划、房地产经纪业务处理、售后服务等知识。				
	能力目标	房地产专业学生能根据房地产经纪岗位职业标准，运用房地产经纪实务知识，做一般房地产经纪业务的分析与实施工作。				
	素质目标	房地产业是现代服务业，无论经纪什么房地产项目，都要更“勤”劳、更“实”在，建设绿色住宅、创造阳光生活。 结业考试以获得《房地产经纪人协理》为最终合格标准。				
教学内容		学生通过《房地产经纪》课程的学习，具备房地产经纪环境调研能力、交易房地产项目分析研究能力、业务方案策划能力、业务执行能力。为以后学习房地产专业的其它专业课程和从事房地产类职业打下基础，并为房地产经纪人职业资格的获取奠定理论及实践技能基础。因此，课程对学生核心职业能力和职业素养养成起主要支撑和促进作用。				
教学方法及教学手段		注重全面考察学生的学习状况，启发学生的学习兴趣，激励学生学习热情，促进学生的可持续发展。要将过程评价与结果评价相结合，定性与定量相结合，充分关注学生的个性差异，增强学生的自信心，提高学生的实际应用技能。教师要善于利用所提供的大量信息，适时调整和改善教学过程。既关注学生知识与技能的理解和掌握，更要关注他们情感与态度的形成和发展；既关注学生学习的结果，更要关注他们在学习过程中的变化和发展。				
教学评价		结业考试以获得《房地产经纪人协理》为最终合格标准。				
教学建议		《房地产经纪》课程教学资源条件是指依据本课程性质要求开发的各种教学材料以及该课程可以利用的各种教学资源、工具和场所，因此建议购买专业的竞赛训练软件提升学生学习兴趣及实战能力。				

表 14 《房地产开发经营与管理》课程教学内容及要求

课程名称		房地产开发经营与管理				
学 期		4	学 时	68	授课方式	理实一体
学 分		4	考核方式	考试	考试类型	理论+实践
课程目标	知识目标	房地产专业学生应该知道房地产行业、企业背景；了解房地产开发环境，特别是政策环境；理解土地市场、房地产金融市场、房地产税费、城市规划、居住区规划、项目建设等知识；掌握房地产项目开发流程、房地产市场分析与风险分析、房地产项目定位与产品策划、房地产销售、房地产经营分析等知识。				
	能力目标	房地产专业学生能根据房地产开发岗位职业标准，运用房地产开发与经营知识，做一般房地产项目的开发与经营分析工作。				
	素质目标	房地产业是现代服务业，无论开发什么项目，都要更“勤”劳、更“实”在，建设绿色住宅、创造阳光生活。				

教学内容	学生通过《房地产开发经营与管理》课程的学习,具备房地产经营环境调研能力、地块分析研究能力、地块开发策划能力、地块开发执行能力。为以后学习房地产专业的其它专业课程和从事房地产类职业打下基础,并为房地产中级职业资格的获取奠定理论及实践技能基础。因此,课程对学生核心职业能力和职业素养养成起主要支撑和促进作用。
教学方法及教学手段	注重全面考察学生的学习状况,启发学生的学习兴趣,激励学生学习热情,促进学生的可持续发展。增强学生的自信心,提高学生的实际应用技能。教师要善于利用所提供的大量信息,适时调整和改善教学过程。既关注学生知识与技能的理解和掌握,更要关注他们情感与态度的形成和发展;既关注学生学习的结果,更要关注他们在学习过程中的变化和发展。
教学评价	课程在考核方法上,评价的手段和形式应多样化,发挥评价的启发激励作用。
教学建议	《房地产开发经营与管理》是一门实战性较强的课程,建议多利用目前的教学资源,开展课内及相应的专周实训,以快速提高学生的项目分析能力

表 15 《房地产投资分析》课程教学内容及要求

课程名称		房地产投资分析			
学 期	3	学 时	68	授课方式	理实一体
学 分	4	考核方式	考试	考试类型	理论+实践
课程目标	知识目标	1. 掌握复利计算的利息公式和等值计算方法; 2. 掌握投资方案评价判据的计算公式和评价标准及适用状况; 3. 掌握方案的比较和选择方法; 4. 熟悉资金筹措方式,了解项目融资的概念; 5. 掌握房地产项目财务分析的完整过程; 6. 熟悉房地产项目经济分析的方法—费用效益分析,了解费用—效果分析方法,了解房地产项目社会分析的主要内容; 7. 掌握盈亏平衡分析方法,敏感度分析方法,风险型决策问题分析方法; 8. 了解资产更新分析的主要内容; 9. 熟悉价值工程的内容和方法; 10. 熟悉房地产项目经济评价中的计算机应用方法。			
	能力目标	能够初步进行房地产市场调查和分析 能够进行房地产项目区位分析 能够进行房地产投资财务基础数据的估算 能够进行房地产投资财务分析 能够进行房地产投资不确定性分析 能够进行房地产投资风险性分析 能够进行房地产投资决策分析 能够完成房地产开发投资分析报告 能够完成房地产置业投资分析报告			
	素质目标	1. 培养规范意识和质量意识; 2. 培养吃苦耐劳、爱岗敬业精神; 3. 培养高度的责任心,精进的意识; 4. 养成科学严谨的工作态度; 5. 树立安全意识和环保意识。			

教学内容	房地产投资分析是房地产专业的一门专业必修课。房地产投资分析是房地产项目投资活动进行之前的论证过程。它是投资基本理论为基础，根据房地产的特点，结合房地产的环境和 market 分析、资金筹措分析、投资成本和收入估算、财务分析、不确定性分析以及风险分析等手段，对多种房地产投资方案从经济效益和风险分析两个角度，做出合理判断，最终获得满意方案，以实现房地产投资的潜在利润最大化。通过学习本课程学生需初步具备编写房地产投资分析报告的能力，并对房地产置业投资能够进行指导和咨询。
教学方法及教学手段	（一）教学组织 在教学组织形式上，力求做到理论与实践相结合，将知识传授、职业能力培养有机结合起来。 1. 采用分组教学和集中教学相结合 2. 教师主导教学和学生自主学习相结合 （二）教学方法和手段 1. 教学方法上，采取“任务驱动”教学方法、情境教学、角色扮演、案例教学、小组讨论、模拟教学和现场汇报等教学方法。本着：任务提出（案例分析或工作情境）— 任务讨论（启发诱导、小组讨论或学生分析）— 任务解决（扮演角色）— 形成能力的顺序开展教学活动。 2. 教学手段上，校内采用全套教学课件，视频、音频资料，网络资源平台，多媒体模拟实验软件等信息化教学；校外利用实训基地进行岗位认知、工学结合、顶岗实习等手段，以实现其教学目标。
教学评价	课程在考核方法上，评价的手段和形式应多样化，发挥评价的启发激励作用。
教学建议	针对本课程特点和课程的目标要求，教学方式上，要突出房地产投资分析在课程中的主体地位，采用多种教学方法将房地产投资分析与建筑知识融为一体，突出重点、解决难点；重视课程内容与实际工作的一致性，融“教、学、做”为一体。

（3）专业拓展模块

表 16 专业拓展模块内容及目标要求

序号	项目/课程名称	拓展内容	拓展目标	建议学时
1	房地产统计	使学生能掌握统计学的基本知识和技能，能运用所学的统计理论对社会经济现象进行调查研究，并能运用统计方法分析、研究有关经济问题，为国民经济的管理提供真实可靠的数字资料，提高经济管理水平。	通过本课程的学习，使学生能够掌握统计学的基本原理、基本方法及基本统计指标的核算，并能运用所学知识，完成对统计资料的搜集、整理和分析，提高学生对社会经济问题的数量分析能力。	68
2	客户服务	本课程内容为客户服务基础、客服代表的职业化塑造、客户需求预测、初级客户服务技巧、中级客户服务技巧、高级客户服务技巧、大客户的服务、客户投诉处理、客户服务压力管理、e时代的客户服务等。	通过本课程是学习使学生懂得客户服务的基本知识、各种服务技巧，能较熟练地对各类客户进行服务。对于营销专业学生而言，可适当加入职业礼仪的相关教学内容。	14

4. 实践课程

表 17 实践课程内容及学时学分分配表

实践（实习）项目	实践（实习）目标	实践学时
入学入职教育	帮助学生认识行业发展趋势，提升学生对专业的认识水平，了解专业课程设置；明确校规校纪，自觉遵守学校各种规章制度。	26
军训	培养学生艰苦奋斗，吃苦耐劳的坚强毅力和集体主义精神，帮助学生增强组织纪律性，养成良好的学风和生活作风。	52
国防教育	普及国防知识，增强国防意识，提高学生政治觉悟，激发爱国热情。	16
房地产市场调查实训	配合《房地产市场调查与预测》课程，掌握房地产与房地产市场基础知识；房地产市场调查的程序、方法和内容；态度测量和样本设计；问卷设计、资料收集、整理与分析；房地产市场预测基本理论和方法；房地产市场调查报告的撰写；房地产市场调查专员的职业发展规划指导等内容。	26
房地产销售实训	配合《房地产营销与策划》课程，熟悉现代房地产营销策划的基本理论，较好地把握房地产及房地产市场的特点，掌握房地产市场营销中有关营销策划的流程与内容、市场调查与预测、产品定位策划、产品价格策划、营销渠道策划、促销策划等基本知识和技能。注重对实际应用能力的培养，以达到高级应用型人才的培养。	26
SYB 创新创业实践	了解创办企业的流程和方法，模拟实践创办企业，增强创业实践指导性。	40
素质教育活动	培养学生的人文素养、职业道德、社会适应能力和社会责任感，养成劳动意识、竞争意识和创新创业意识等。	30
顶岗实习（含毕业设计、报告）	全面系统将专业所学与实际工作结合起来，熟悉具体岗位的业务工作，提升综合分析和解决问题的能力，提升社会适应能力，实现顶岗实习和就业直通。	450
合计		666

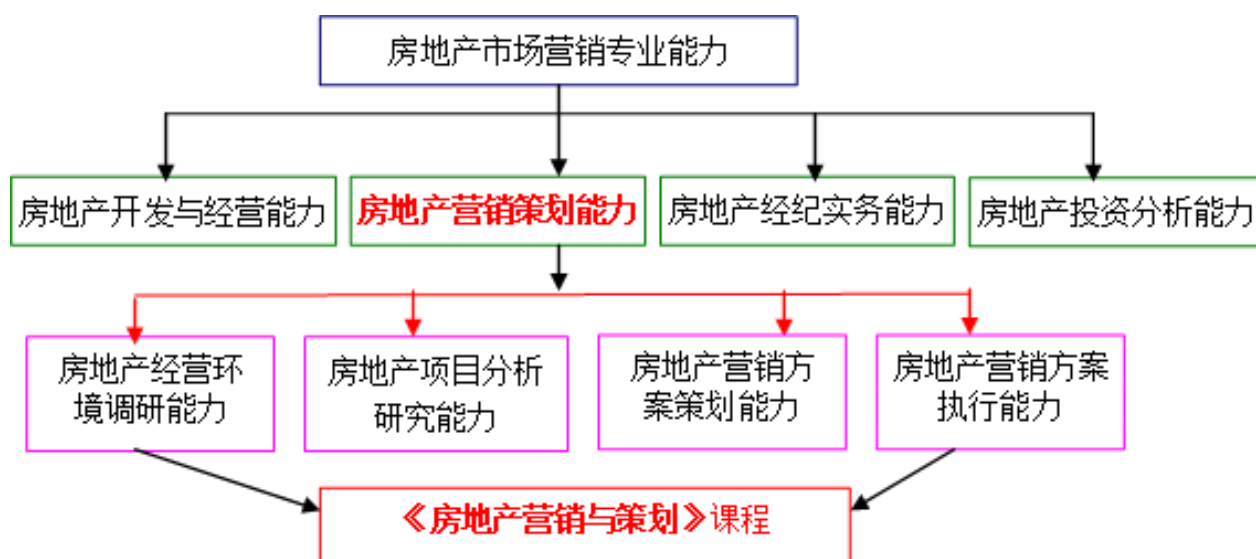
八、人才培养模式

房地产市场营销（房地产营销与策划方向）专业要结合本专业特点，从职业分析入手，抓住职业领域工作过程中的典型工作任务，围绕培养目标对人才的基础知识、专业技能、职业素质的要求，以职业能力培养为主线，以职业技能训练为核心，注意“工作”与“学习”的进程交替，实现专业学习与真实的职业工作环境训练有机衔接，实现高职人才培养目标。

（1）培养学生具备从事房地产项目开发过程中，各阶段下的营销与策划能力。

(2) 通过房地产开发项目任务分解多个项目学习,了解房地产开发过程中相关的营销与策划的理论知识,并补充其他专业课程内容未涉及的部分。

(3) 培养诚信、刻苦、善于沟通与合作的工作品质,树立正确的团队合作、协作意识,为未来的职业发展及职业能力学习打下良好的基础。



九、教学进程总体安排

本专业课程总学时 2595 学时、总计 136 学分。课程教学原则上 16-18 学时折算 1 学分,实践教学(校内实训、综合实践)每 20-28 学时计 1 学分。顶岗实习(含毕业设计、报告)每周 15 学时计 0.5 学分。课程学时学分分配情况见表 15,教学进程安排详见附录。

表 17 课程学时学分分配表

课程类型		学时分配情况		学分分配情况	
		学时	占比 (%)	学分	占比 (%)
公共基础模块		777	29.9	38	27.9
专业基础模块		576	22.2	34	25.0
专业方向模块		350	13.5	22	16.2
专业拓展模块		96	3.7	6	4.4
素质拓展课程平台	公共限选课	140	10.2	8	11
	公共任选课	124		7	
实践课程		666	25.7	25	18.4
合计		2595	100	136	100

十、教学实施保障

(一) 师资队伍

为满足教学需要,确保教学质量,本专业生师比建议为 13: 1。教师团队由校内专任教师和企业兼职教师构成。

专任教师原则上需要具备本科以上学历，具备课程开发能力，指导学生实践的能力。教师每5年必须累计不少于6个月到企业或生产服务一线实践。本专业的专任教师均为“双师”素质教师。

企业兼职教师原则上应为行业内从业多年的专业技术人员，具备较强的执教能力。专业上要为兼职教师提供教学培训机会。对技术革新较快，实践性较强的课程聘请企业兼职教师组成教学团队，共同完成课程教学和实践指导，及时将企业新标准、新技术、新工艺、新流程等融入教学。

表 19 专任教师一览表

序号	姓名	职称	学历/学位	年龄	研究领域	是否双师型	骨干教师/ 专业带头人
1	封永梅	高级工程师	研究生/硕士	47	房地产市场营销	是	骨干教师
2	刘国杰	副教授	本科/学士	55	房地产经济	是	骨干教师
3	张雪梅	讲师	研究生/硕士	37	房地产法律法规	是	骨干教师
4	周开勇	讲师	研究生/硕士	54	市场营销	是	骨干教师

表 20 兼职教师一览表

序号	姓名	职务	工龄	工作单位	承担课程	课时量
1	王晓宇	经理	14	成都盛源置业有限公司	房地产营销与策划 房地产广告实务	200
2	赵雪	高级经理	13	成都世康达物业有限服务公司	客户服务、房地产市场调查与预测	160

（二）实训条件

1.校内实训室

表 21 校内市场营销专业（房地产营销与策划）实训室

序号	实验室/实训基地（中心）的名称	实践教学内容	适用课程	专业群内共享（是/否）
1	ha102 房地产开发经营综合实训室	该实训室集合了原有的开发经营实训室、房地产经纪模拟实训室等综合功能。涵盖房地产领域从前期调研、规划、投资开发和交付使用及进入流通后各阶段的实务操作	房地产市场宏观调研、建筑规划和建筑识图、房地产开发项目、房地产投资、房地产项目融资、房地产开发、房地产估价、房地产市场营销、房地产交易、房地产经纪、房地产项目策划及品牌管理、房地产基本制度和法规、交付使用后的房地产项目运行等。	是
2	ha104 楼盘营销接待中心实训室	销售楼盘的场所，售楼处作为楼盘形象展示的主要场所，不仅仅是接待、洽谈业务的地方，还是现场广告宣传的主要工具，通常也是实际的交易地点。因此，作为直接影响客户第一视觉效果的售楼处设计，一定	开展销售策划与销售实务技能实训，组织学生进行网上房产营销业务房地产网上交易与交流平台。满足房地产营销员培训需要。 特别说明：楼盘销售接待中心楼盘展示部分，我们学校与专业公司共同合作，开发了“成都市楼盘展示及三维全景楼盘资源	是

		要形象突出，体现楼盘特色，同时能激发客户的良好心理感受，增强购买欲望。我们在整体包装上，按照此原则，结合目前实训室的实际情况，加以调整和改进。按照实际功能与动线要求划分为：接待区、洽谈区、沙盘区等。	信息平台演示系统（学校实训教室）”，方便同学们实际演练实用。 http://125.71.28.91:8040/main/login	
3	ha105 暖通空调实训室	通过仿真暖通空调实训室，认识中央空调结构	完成中央冷却水系统实训、了解中央空调空气处理及送风系统实训、中央空调冷冻水系统实训、中央空调制冷运行实训、中央空调制热运行实训、中央空调温度巡视及风速调节实训、中央空调模拟故障现象及恢复方法等实训。	是
4	ha207 客户沟通与服务实训室	从客户服务人员的实际工作内容为出发点，通过对他们的服务意识、言行举止、客户拜访及客户接待周到的服务讲解。帮助他们了解与客户交往技巧，掌握相关岗位的职业要求，提升客户经理在相关岗位的职业能力，职业化素养，从而提升精神面貌，进一步将文化精神理念与客户服务、客户营销的技巧落实到实际工作中	帮助他们灵活应用客户营销的知识服务于客户，完善、提升企业的公众形象；进而提高企业的社会效益和经济效益。	是
5	ha208 房地产估价工作室	房地产经营与估价专业与多家房地产开发公司、房地产估价师事务所和建筑施工企业等签订了校外实习基地建设协议，已形成长期稳定的实习基地。	这些基地一方面为学生成才提供了良好的实践机会和实践条件，另一方面为这些企业输入了新鲜血液并储备了一定的人才。因此，我们在引进企业专业的同时，以工作室的模式，让专家走进校园，让学生在项目的实践操作中加以学习和历练	是
6	ha209 房地产策划与经纪工作室	工作室是以市场营销与策划为基础核心，致力于学习和探讨房地产项目发展的策划发展战略。共同研究学习区域发展、旅游休闲地产发展、大型不动产项目策划，为学生提供实践、操作平台。结合学校目前与多家房地产开发企业、房地产营销策划有限公司等校外实习基地的建设，利用与校内实训基地等资源，紧密统筹规划，适当联系业务能力强而有特色的合作企业，为课程的实践教学提供真实的工作环境。	采用“项目引导、任务驱动”教学法，将所要学习的新知识隐含在一个主题开发项目或几个典型的工作任务（子项目）之中，学生通过对所提的项目（任务）进行分析、讨论，明确它大体涉及哪些相关知识，在老师的指导、帮助下，引导学生由易到难、循序渐进地完成一系列“任务”，从而得到清晰的思路、方法和知识的脉络，最后实现项目开发主题。在完成项目（任务）的过程中，培养分析问题、解决问题的能力，从而激发他们的求知欲望，培养出独立探索、勇于开拓进取的自学能力。“房地产营销与策划”不仅仅是传授房地产开发知识和经营理论知识，更是要培养学生在房地产真实项目背景下的开发应用能力和经营策划活动技巧。	是

2.校外实训条件

表 22 校外实践场所

序号	校外实习基地名称	合作企业名称	实践教学形式	合作深度	专业群内共享 (是/否)
1	恒大金碧天下、恒大银海湖、恒大御龙天峰	易居企业集团 (成都公司)	房地产项目可行性分析、 房地产市场调查	深度合作	是
2	金科廊桥水乡	金科地产	房地产市场调查等	紧密合作	是

(三) 学习资源

学习资源概述

表 23 市场营销专业（房地产营销与策划方向）教材一览表（参考）

序号	课程名称	教材名称	出版社	作者	出版时间	校企开发教材 (是/否)	新形态教材 (是/否)
1	会计基础	基础会计	吉林大学出版社	钟洪燕	2019 年 5 月	否	
2	房地产经济学	房地产经济学(第 2 版)	清华大学出版社	董藩	2017 年 11 月	否	
3	市场营销	市场营销项目化教程	东北大学出版社	孟省	2018. 1	否	

表 24 市场营销专业（房地产营销与策划方向）数字化资源选用表

序号	数字化资源名称	资源网址
1	搜房网、新浪乐居等专业的房地产网站；	http://www.sofang.com/ https://sc.leju.com/
2	地产公司工作期间资料；	
3	楼盘销售接待中心楼盘展示与成都市楼盘展示及三维全景楼盘资源信息平台演示系统（学校实训教室）；	
4	推荐项目的实际销售案场资料（及时补充，随时调整，确保项目的实效性，真实的实战作用和价值体现）	

(四) 教学方法

总结推广市场营销专业（房地产营销与策划方向）现代学徒制试点经验，普及项目教学、案例教学、情境教学、模块化教学等教学方式，广泛运用启发式、探究式、讨论式、参与式等教学方法，推广翻转课堂、混合式教学、理实一体教学等新型教学模式。

(五) 学习评价

对学生学习评价的方式方法提出建议。对学生的学业考核评价内容应兼顾认知、技能、情感、素养等方面，体现评价方式的多维度，如观察、口试、笔试、顶岗操作、职业技能大赛、职业资格鉴定等；体现评价主体的多元化，吸纳行业企业和社会参与学生的考核评价。通过多维度形式和多元化考核，结合学习过程建构起立体化的学习评价机制。

(六) 质量管理

在学院与分院（部）两级的质量保障体系下，以保障和提高教学质量为目标，运用系统

方法，依靠必要的组织结构，统筹考虑影响教学质量的各主要因素，结合教学诊断与改进、质量年报等自主保证各专业人才培养质量的工作，统筹各环节的教学质量管理活动，形成任务、职责、权限明确，相互协调、相互促进的专业质量管理机制。

十一、毕业要求

修满本专业毕业要求的最低学分：136 学分

十二、继续专业学习深造建议

体现终身学习理念，明确本专业毕业生继续学习的渠道和接受更高层次教育的专业面向。

十三、其他需要说明的内容

（一）建议取得的证书

表 25 建议取得的证书

序号	项目	等级	类别	考期	考试类型
1	普通话等级证书	二乙	省考（省语委）	大一、大二	鼓励选考
2	计算机等级证书	中级	行业（工信部）	大一、大二	鼓励选考
3	大学英语等级证书	4/6 级	国考	大一、大二	鼓励选考
4	房地产营销证书	中级	省考(省建设厅)	第 4 学期	鼓励选考
5	房地产经纪人协理	中级	行业(房协)	第 4 学期	鼓励选考
6	房地产策划师	初级	国考（人社部）	第 5 学期	鼓励选考
7	全国信息化工作师—ERP 应用资格证书	中级	行业（工信部）	第 3 学期或第 4 学期	鼓励选考

十四、附录（教学进程表）

（一）教学进程表

表一：																
城市建设学院（部）2020级市场营销专业（房地产营销与策划方向）专业学分制指导性教学进程表（三年制）																
学 年		一		二		三		总课时	学时分配			考查 学期	考试 学期	课程类型 (A/B/C)	专业核 心课程 (用★表示)	备注
学 期		1	2	3	4	5	6		理论 课时	实践 课时	学分					
理论教学周数		15	18	17	17	7	0									
课程名称																
公共基础模块	思想道德修养与法律基础		3					45	45	0	3		1	A		
	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论			4				72	72	0	4		2	A		
	形势与政策							48	48	0	1	2		A		1-2学期课堂授课 3-4学期讲座 5-6学期讲座/实践教育活动
	创新创业教育			2				36	18	18	1.5	2		B		
	就业指导						2	14	7	7	0.5	5		B		
	计算机基础		4					60	25	35	4	1		B		
	大学英语		4	4				132	52	80	8	1	2	B		
	体育		2	2	2	2		134	14	120	6	1-4		B		
	国学		2					30	30	0	2	1		A		
	天府文化			2				18	18	0	1	2		A		第1-9周
	成都故事			2				18	18	0	1	2		A		第10-18周
	大学生心理健康教育			2				36	36	0	2	2		A		花源第二学期， 高新、青羊第三 学期开课
	小计		15	16	2	2	2	0	643	383	260	34				
	公共基础模块共		38	学分，占				27.9%		777	学时	占	29.9%			
专业基础模块	房地产经济学		4					60	30	30	4		1	B		
	房地产法律法规					4		68	28	40	4		4	B		
	经济数学			2				36	6	30	2	2		B		
	建筑工程基础知识			4				72	4	68	4		2	B		
	房地产经纪				4			68	28	40	4		3	B	★	
	房地产市场调查与预测				4			68	28	40	4	3		B	★	
	房地产投资分析				4			68	28	40	4	3		B	★	
	房地产开发经营与管理					4		68	28	40	4		4	B	★	
	房地产营销与策划					4		68	28	40	4		4	B	★	
小计		4	6	12	12	0	0	576	208	368	34					
专业基础模块毕业学分		34	学分，占				25.0%		576	学时	占	22.2%				
专业方向模块	会计基础		4					60	30	30	4	1		B		
	市场营销		2					30	0	30	2	1		B		
	房地产广告实务				4			68	28	40	4		3	B		
	居住区规划设计				4			68	48	20	4	3		B		
	房地产金融					4		68	36	32	4	4		B		
	中国建筑文化						4	28	26	2	2	5		B		
	商务谈判						4	28	18	10	2	5		B		
小计		6	0	8	4	8	0	350	186	164	22					
专业方向模块毕业学分		22	学分，占				16.2%		350	学时	占	13.5%				
专业拓展模块	房地产统计					4		68	28	40	4					
	客户服务						4	28	18	10	2					
	小计		0	0	0	4	4	0	96	46	50	6				
专业拓展模块共开设		6	学分，占				4.4%		96	学时	占	3.7%				
公共选修课程	公共限选课			4	4			140	140	0	8	2、3				线上+线下
	公共任选课					4	8	124	124	0	7	4、5				
	小计		0	4	4	4	8		264	264	0	15				
公共选修课共		15	学分，占				11.0%		264	学时	占比	10.2%				
周学时总计		25	26	26	26	22	0									
每周开出课程总门数		8	10	7	7	5	0									
课堂教学总学时=理论学时		1087		+	实践学时		1508	=	2595							
课堂教学最低总学分		111	学分					毕业学分		136	学分					
课程类型：A(理论课程)、B(理实一体课程)、C(实践课程)																

（二）实践环节及时间表

表二：

城市建设学院（部）2020级市场营销专业（房地产营销与策划方向）教学环节时间表（三年制）

项目 周数 学期	课堂教学	专业实践教学	入学入职教育	军训及国防教育	SYB创新创业实践	顶岗实习（含毕业设计、报告）	考核	假期	小计
一	15		1	2			1	1	20
二	18						1	1	20
三	17	1					1	1	20
四	17	1					1	1	20
五	7				1	10	1	1	20
六	0					20			20
总计	74		1	2	1	30	5	5	120

（三）实践环节

表三：

城市建设学院（部）2020级市场营销专业（房地产营销与策划方向）实践环节表（三年制）

实践（实习）项目	实践学时	实践学分	实践周数	各学期实践周数						备注
				一期	二期	三期	四期	五期	六期	
入学入职教育	26	0.5	1	1						
军训	52	1.5	2	2						
国防教育	16	1								军训期间完成
房地产市场调查实训	26	1	1			1				
房地产销售实训	26	1	1				1			
SYB创新创业实践	40	1	1					1		
劳动与素质教育活动	30	4								根据学生成长规律安排在6个学期内完成
顶岗实习（含毕业设计、报告）	450	15	30					10	20	
合计	666	25	36	3	0	1	1	11	20	