编制人：巫月娥

审定人：林晓伟

开课部门：商学院

编制时间：2019年6月22日

房地产营销策划本科课程教学大纲

一、课程基本信息

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 课程名称 | 中文 | 房地产营销策划 | | |
| 英文 | Real Estate Marketing Planing | | |
| 课程代码 | 18223050200 | | 课程性质 | 专业选修课 |
| 课程学分 | 2 | | 课程学时 | 32 |
| 适用专业 | 市场营销 | | 课程组负责人 |  |
| 课程组成员 |  | | | |
| 先修课程 | 市场营销、消费者行为学、营销策划、市场调查与预测 | | | |
| 选用教材 | [李英](http://search.dangdang.com/?key2=%C0%EE%D3%A2&medium=01&category_path=01.00.00.00.00.00" \t "http://product.dangdang.com/_blank)、[周宇](http://search.dangdang.com/?key2=%D6%DC%D3%EE&medium=01&category_path=01.00.00.00.00.00" \t "http://product.dangdang.com/_blank)、[杨世寨](http://search.dangdang.com/?key2=%D1%EE%CA%C0%D5%AF&medium=01&category_path=01.00.00.00.00.00" \t "http://product.dangdang.com/_blank).房地产市场营销（第2版）.北京：清华大学出版社. 2016 | | | |
| 参考书目 | 1．[余洁](http://search.dangdang.com/?key2=%D3%E0%BD%E0&medium=01&category_path=01.00.00.00.00.00" \t "http://product.dangdang.com/_blank).房地产营销策划与执行（第二版）. 上海：化学出版社.2018  2．[周志强](http://search.dangdang.com/?key2=%D6%DC%D6%BE%C7%BF&medium=01&category_path=01.00.00.00.00.00" \t "http://product.dangdang.com/_blank).房地产营销策划.武汉：华中科技大学出版社.2017 | | | |
| 推荐教材 | 祖立广.房地产营销策划(第2版).北京：机械工业出版社.2018 | | | |

二、课程目标

**（一）课程具体目标**

|  |  |
| --- | --- |
| **序 号** | **课程具体目标** |
| 课程目标1 | 掌握房地产营销策划的基本理论、方法，包括房地产市场调查分析、房地产市场细分、房地产项目市场定位、房地产产品策划、推广策划、渠道策划等方面的专业性知识。 |
| 课程目标2 | 运用房地产营销策划知识解决房地产企业实际营销问题。 |
| 课程目标3 | 利用房地产营销策划知识进行创新创业。 |

**（二）课程目标与毕业要求的关系**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **课程目标** | **支撑的毕业要求** | **支撑的毕业要求指标点** |
| 课程目标1 | 毕业要求1:知识获取能力 | 1.2专业性知识。本专业学生须系统地掌握管理学、组织行为学、会计学、财务管理学、市场营销学、创业学等工商管理类专业理论知识与方法，重点掌握市场营销学的理论前沿及发展动态。 |
| 课程目标2 | 毕业要求2:知识应用能力 | 2.1专业知识应用能力。具有国际视野，系统掌握市场营销专业基础知识。具备市场调查与预测、营销策划、销售管理等组织管理问题的敏锐性和判断力，并能够运用市场营销学理论和方法，系统分析、解决企业的营销问题。  2.2 人文知识应用。具有较高的审美情趣、文化品位、人文素养；具有时代精神和较强的人际交往能力；积极乐观地生活，充满责任感地工作。  2.3 互利网技术应用。熟练运用网络技术和数字营销工具分析解决企业现代营销中的问题。 |
| 课程目标3 | 毕业要求4：创新创业能力。 | 4.1 具有较强的组织沟通能力与探索性、批判性思维能力，不断尝试理论或实践创新。  4.2 具有创业所具备的专业和人文素养。  4.3 具有创新意识，通过参与课外科研训练、学科竞赛、文化活动、学科技能训练，具备创新创业等实践活动能力。 |

三、课程教学要求与重难点

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **序号** | **课程内容框架** | **教学要求** | **教学重点** | **教学难点** |
| 1 | 第一章 房地产营销策划基础 | 1.回顾市场营销理论,了解4C理论、掌握4P理论、市场营销的概念2.房地产市场的特点3.掌握房地产营销销售的流程4.对中国房地产营销的发展特征及趋势有所了解 | 1.房地产市场营销学的特点2.房地产市场营销的流程3.中国房地产市场营销的阶段发展特征及趋势。 | 1.房地产市场营销的流程2.中国房地产市场营销的阶段发展特征及趋势。 |
| 2 | 第二章 房地产市场调研 | 1.了解房地产市场调研的概念与重要性2.正确理解房地产市场调研的程序3.掌握房地产市场调研的主要方法，包括如何进行房地产市场的外部调研，如何对不同阶段不同类型的房地产市场进行调研 | 1.房地产市场调研的概念与重要性2.房地产市场调研的程序3.房地产市场调研的主要方法 | 1.房地产市场调研的主要方法 |
| 3 | 第三章 房地产项目市场定位 | 1.了解房地产市场细分的概念和作用2.掌握房地产细分的程序和方法3.明确项目定位的目标4.掌握项目本体分析和竞争项目对比分析5.对市场需求量进行预测，并选择项目细分市场的方法。 | 1.房地产细分的程序和方法2.项目本体分析和竞争项目对比分析3.房地产项目市场定位方法。 | 1.房地产市场细分的参数和方法2.房地产市场定位的依据和定位策略。 |
| 4 | 第四章 房地产市场营销策略 | 1.了解房地产项目的主题概念设计，房地产项目的卖点整合及房地产营销的分销售计划2.掌握房地产营销的产品策略，包括项目的总体规划、单体设计、景观设计及配套设施设计3.了解房地产营销的销售渠道策略4.掌握房地产市场营销宣传推广策略。 | 1.房地产项目的主题概念设计2.房地产项目的卖点整合及房地产营销的分销售计划3.房地产营销的产品策略4.房地产营销的销售渠道策略5.房地产市场营销宣传推广策略 | 1.房地产项目的主题概念设计2.房地产市场营销宣传推广策略 |

四、课程教学内容、教学方式、学时分配及对课程目标的支撑情况

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **序号** | **课程内容框架** | **教学内容** | **教学方式** | **学时** | **支撑的**  **课程目标** |
| 1 | 第一章 房地产营销策划基础 | 第一节 房地产市场营销策划的概念 | 讲授 | 2 | 课程目标1、2 |
| 第二节 房地产营销策划的发展模式 | 讲授、课堂讨论 | 2 | 课程目标1、2 |
| 2 | 第二章 房地产市场调研 | 第一节 房地产市场环境分析 | 讲授 | 4 | 课程目标1、2 |
| 第二节 房地产市市场竞争对手动态调研 | 讲授 | 4 | 课程目标1、2、3 |
| 第三节 住宅市场需求调研 | 讲授、市场报告作业 | 2 | 课程目标1、2、3 |
| 3 | 第三章 房地产项目市场定位 | 第一节 房地产市场细分 | 讲授、案例分析 | 4 | 课程目标2、3 |
| 第二节 项目的市场定位 | 讲授、案例分析 | 6 | 课程目标2、3 |
| 4 | 第四章 房地产市场营销策略 | 第一节 房地产市场营销产品策略 | 讲授、课堂讨论  案例分析 | 4 | 课程目标1、2 |
| 第二节 房地产市场营销销售渠道策略 | 讲授 | 2 | 课程目标2、3 |
| 第三节 房地产市场营销宣传推广策略 | 讲授、案例分析 | 2 | 课程目标2、3 |

五、课程目标与考核内容

|  |  |
| --- | --- |
| **课程目标** | **考核内容** |
| 课程目标1 | 有关房地产营销策划理论知识和方法的理解和掌握情况 |
| 课程目标2 | 应用房地产营销策划理论知识和方法解决房地产企业实际营销问题的能力 |
| 课程目标3 | 利用房地产营销策划知识进行创新创业的能力和素养 |

六、考核方式与评价细则

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **考核方式** | **比例** | **考核/评价细则** |
| 课堂表现 | 20% | 考勤记录和课堂讨论、调查报告分析演示表现情况加分、扣分记录 |
| 平时作业 | 20% | 教师批改的课程作业 |
| 期末报告 | 60% | 期末报告对房地产市场细分、定位、概念包装、推广方式的整体掌握情况。 |