

# 紧扣职业能力培养，提升高职学生核心竞争力——高职营销专业在房地产行业的实践教学内容体系研究

贾雯雯

(河南交通职业技术学院 河南省郑州市 450015)

**摘要：**随着房地产行业的快速发展，我国的房地产行业急需大批高层次的房地产行业的专业技术人员，因此社会对这些行业的高层次人才的需求量也越来越大。在高等职业技术学院飞速发展的今天，实践教学在高等职业技术学院的应用越来越受到重视。本文根据高职院校营销专业实践教学课程建设的基本原则和基本思路，对该课程的教学内容进行了详细的阐述，并就如何在实际房地产行业建构该课程的课程体系进行了探讨。

**关键词：**高职营销专业；实践教学；内容体系

**Abstract:** with the rapid development of the real estate industry, China's real estate industry urgently needs a large number of high-level professional and technical personnel in the real estate industry. Therefore, the social demand for high-level talents in these industries is also increasing. With the rapid development of Higher Vocational and technical colleges, the application of practical teaching in Higher Vocational and technical colleges has attracted more and more attention. According to the basic principles and ideas of practical teaching course construction of marketing specialty in higher vocational colleges, this paper expounds the teaching content of the course in detail, and discusses how to construct the course system in the actual real estate industry.

key word: Marketing major in higher vocational education; Practical teaching; Content system

**引言：**

自从国家教育部将房地产管理与评估学科改为“房地产经营与估价专业”后，国内 60 所高职院校相继设立了这一专业，并使营销专业同样获得了前所未有的发展。该学科成立的时间较短，且在房地产业发展迅猛的情况下，出现了许多新的东西，因而，这方面的工作十分繁杂。当前，我国高职院校营销专业的教学体系还比较薄弱，不能满足社会和产业发展的需要。文章对高职院校的营销专业课程进行了系统的分析，并对其进行了初步的探索。

1、高职营销专业实践教学内容体系构建的重要性及现状

从专业发展的角度来分析，高职院校的营销专业毕业生都是为满足职业需要而培养的专业技术人员。在培养目的上，高职院校学生在具备基本专业工作能力的同时，还要具备良好的职业操守以及较强的精神状态和身体素质。只有满足了这些培养目的，高职院校的技术人才就能够有相应的社会竞争力和专业素质。通过在房地产行业的有效教学，可以提高高职营销专业学生的基本专业技能、职业道德、身体和心理素质等能力，是高等职业技术教育的核心内容。实践能力是高职院校营销专业学生综合素质考核的一个关键因素，而实践教学是培养具有较高质量技术技能的市场营销人员的关键一步。目前，我国高职院校营销实训课程的实施还面临着目标不明确、项目不完善、内容落后、管理不到位等问题。高职院校的教学特点不够突出，需要加强对实践教学内容的设计，根据不同的工作岗位的能力需求，建立相应的课程和教学模块，动员相关企业、协会等力量参加到学生的培训中去。房地产行业是一个具有鲜明地域特征的典型的区域市场，其市场的需求与特征具有鲜明的地域特征。

2、营销专业人才职业能力的需求分析和思考

2.1 人才相应岗位

通过对有关行业职位需求信息的梳理，房地产行业技术人员的工作群体包括：市场调研专员、策划助理、营销专员、开发报建专员、拆建助理、销售人员、招商专员、二手房中介、合同专员、售后管理员、房地产估价员、投资分析员等。

2.2 岗位任职能力要求分析

高职院校可以整理房地产相关企业招聘岗位要求的要求，并且有计划地去房地产开发企业进行实地取证，通过各种途径去了解该行业的管理机制，同时还可以通过去相关区域进行实地考察并发放对招聘人才职业素养，专业技能要求的考察报告，发挥一切条件去咨询相关工作人员，从而建成一套考核机制，适用于高职学历学生的专业技能考核考试，而院校也可根据相对应的六个考核标准来规划本专业实践教学内容即：市场调研能力、开发管理能力、房地产销售能力(一手房代理、二手房中介、商业地产招商)、房地产策划能力、房地产专业分析能力(房地产估价能力、房地产投资分析能力)、基本能力(含电脑操作、沟通协调、应用文写作)。

2.3 国外先进的教学理念引进

国外的营销专业的教学内容分为不同的阶段，其内容饱满，教学方式较为多样，但由于培养目标和培养标准不同，其教学方案和内容也不尽相同。比如英国大学实行的“三明治式”(即一至两年的工作或实习)兼职，以适应不同的需要，并收到良好的教学效果。在专业设置上，可以提供更多的单元教学，并与房地产行业协会、教育研究协会等机构进行了一些协作。在我国，以房地产为主题的研究盛行，灵活的模块教学与行业的结合等教学思想是非常有必要的。

总之，高职院校实践教学的教学内容系统要围绕工作“应用”这一主题和特点来建构，其课程的教学内容系统必须具有较高的实践性、较高的工作技能培养和较高的教学可操作性，并在教学的品质观念上要注重提高教学效果，避免教学的低效。

3、高职营销专业实践教学内容体系构建的指导思想

针对营销专业学生未来的发展方向，高职院校应全面进行企业调查，明确专业毕业生的工作岗位，了解清楚每个岗位、岗位群应承担的工作任务，以及每一岗位所需要的主要技能、设备、基础技能、基础设备等，并从这些关键技术和设备中总结出需要的核心训练内容，并将其与实践教学的内容相联系补充。

3.1 构建思路

3.1.1 为提高高职学生的全面素质，院校需要对其进行合理的课程安排

高职院校在该专业的教学过程中要把营销专业人才培养作为首要目的,力求将该专业的不同岗位需求进行系统分解,并通过不同的教学板块对学生加以系统化,以典型基础为根本并向上延伸,打牢根基进而合理分析房地产行业未来发展方向,再通过现有的合理分析去夯实院校本身的实践教学内容体系,着力构建符合行业发展的教学模块,查漏补缺并不断优化实践教学内容,对现有的实践教学体系加以完善并落实具体实施措施,以构建营销岗位需求为目标,以培养营销职业技能为任务,以提升职业素养为主线,不断强化各部分实践教学板块,着力打造职业、技术、素质三者合一,各实践教学层层递进,不断培养营销专业高素质企业人才。建立校内与校外、课内与课外、专业与非专业、学期与假期一体化的综合最佳化的教育系统。全面提升学生的专业能力和职业素养。

### 3.1.2 强化专业基础和核心技能的培训

加强房地产市场营销与销售技能培训,把房地产营销分为市场调研、房地产营销策划、房地产销售技巧三大类,以实现企业的核心技能培训。高职学生的毕业实习和毕业设计应与具体的工程相联系。

### 3.2 整体架构

高职院校市场营销专业实践教学体系的整体架构由四大模块组成:

一是安排实践课程计划,主要方向在于将实践教学与传统课堂教学分开,构成一套以理论知识为基础的强化实践教学,二者层层递进,相对独立,同时要以实践教学为中心,对其的考核也应超过总体教学时间的45%,贯穿于整个高职教学规划。实践教学体系由理论框架内的总体知识为蓝本,以教学目的为主线,不断提高学生的动手能力以及专业技能。通过实践教学,学生所要掌握的主要专业能力有计算机应用能力、沟通能力、写作能力等。而在学期末教师还可安排营销专业的入职教育、面试演练、职业规划指导等训练,进一步提升学生的竞争力。

第二部分是实践课程建设,课程建设主要包括三种情形:

(1)发展一种新的学科,各专业实践教学按照各专业的实际需要,制订教学目标、教学要求和教学内容,并以教学大纲、任务书、教学指导书等教学文档为依据,确保了教学的有效性和适用性。(2)要将现有的教学大纲进行合并,注重对学生的核心技能的训练,从而使学生的核心技能得到有效的提升。(3)以房地产行业的教学实践课程应增设课时,强化学生对房地产政策、法规咨询能力的认识;缩短学生对房地产行业的认识周期,明确房地产的发展过程和各个阶段的困难;缩短房地产会计类课时,着重于成本和财务报告以及之后的房地产投资分析。

第三部分为实践基地的构建,高职院校要加强与各合作单位的联系,建立优质的实践教学基地。实践场所承担着培养高素质高技能的工作,因此实践基地的建设水平决定着高职院校技术教育的成败。高职实践基地建设必须具有三个主要特点:(1)专业素质过硬。实践基地应立足于企业的生产实际和专业工作,创造一个适合高职院校教学的专业教育环境,促进学生专业技能的发展,并根据专业发展需要,建立一个拥有一系列模拟仿真,生产性的岗位培训等设施的实践基地,使学生在能够充分体现其专业特征的工作场景和工作情境下,实现对专业素养与专业技能训练的有效提高。(2)设施的全面性。在实践教学基地的构建过程中,要充分重视各种因素对实践教学的影响,从而形成有效的教学协同作用。(3)技能通用性

强。实践基地不仅要以实践为主,为学生提供技能培训,更要具有职业培训、技能鉴定、技术研发和为社区提供服务的职能。要把教学、经济效益和社会效益有机结合起来,着力建设和管理一批规模适中、功能齐全、现代化程度较高的高职院校实践教学基地。要加大与各大相关企业的协作力度,积极寻求各大社会企业对高职院校实践教学中的扶持。相关公司的支持可以采取资金投资的形式,也可以通过引进先进的装备和技术来实现,使实践场所的建立更加灵活和多样化。企业可以通过“零租金”等方式为高职院校提供展示相关设备,并提供教学场地,而高职院校则为企业提供相应的高水平技术员工,增强其技术咨询和技术服务的能力,高职院校与企业能够互相支持、优势互补、资源互用、利益共享。这无疑促进了高职院校教育的近代化发展,促进了教学和生产的可持续发展。

第四部分为实践教学模式的改革。通过参观房地产企业,积极参加竞赛,营销模拟训练,毕业实习,毕业设计以及考核相关的技术证书等实践活动,提升学生的营销策划能力,强化院校的专业技能培训,培养学生动手能力。实践教学也能提高学生的学习动力,培养好的专业习惯,并能使他们积极乐观地面对职场上的问题。通过技术资格认证书考试,同样可以拓宽学生的眼界,增强了他们的自主学习的水平。

### 3.3 以构建一套完整的实践教学体系为前提

为提高教学质量,需要建设一套完整的实践教学管理体系、保障体系和评估体系,确保高职院校对营销专业人才的培养目标能有效落实。该教学模式应当建立在健全的教学模块分工下。而保障方面应当在雄厚的师资队伍、校内外实践教学场所、教学教材、教学经费等方面给予全方位的支持。

结束语:

总而言之,在高职院校营销专业教学中,必须构建适合于营销专业实践教学的管理模式、保障体系和评估体系的营销教学模式,从而使高职院校的人才培养水平得到全面提升,达到高素质技术人才的培养目标。在当前形势下,营销专业人才的培养必须紧紧抓住市场对人才的需求,适时进行课程结构的优化、教学内容的调整、加强专业技术与综合素质的培训以及对核心能力的培养,使高职教育的整体水平得到不断地优化和加强。

参考文献

- [1] 章鸿雁. 紧扣职业能力培养,提升高职学生核心竞争力——高职房地产经营与估价专业实践教学内容体系研究[J]. 现代企业教育, 2008(12):2.
- [2] 封伟. 企业需求视阈中的高职学生职业能力培养框架构建——以房地产经营与估价专业为例[J]. 当代文化与教育研究, 2013(1):3.
- [3] 李敏. 对高职院校课程教学中提升学生职业能力的探讨——以房地产营销操作实务课程为例[J]. 中小企业管理与科技, 2016(32):2.
- [4] 杜君. 提升专业核心竞争力的市场营销专业实践教学体系构建策略分析[J]. 管理学家, 2012(21).
- [5] 国鑫莹. 基于胜任力模型的房地产关键岗位人才培养问题研究[D]. 东北师范大学, 2017.