

《房地产策划文案写作》课程标准

一、课程基本信息

课程名称：房地产策划文案写作	学 分：3
课程代码：	学 时：48
先修课程：市场营销实务	
后续课程：营销策划	
适用专业：市场营销	编制人：袁航
审核人：陈明发	制订时间：2018年9月

二、课程性质

本课程是市场营销专业学徒班的必修课程。通过对房地产策划的内涵与格式及相应开展的房地产业务活动经典案例的学习和分析，学生能够理解策划及房地产策划的含义、应用和表现形式，了解房地产营销策划文案的任务，在正确理解语体、语境，具备房地产营销策划文案写作基本功，掌握房地产营销策划文案写作原则、结构与章法的基础上，运用恰当的语言，将房地产策划创意、构思用文本的形式表现出来，形成完整、可操作的营销策划文案。

三、课程设计

（一）课程目标设计

1、能力目标：

- （1）能够正确理解房地产策划的内涵、策划项目及文案的语体、语境；
- （2）培养较好的语言文字能力，能够专业、流畅地组织语言文字；
- （3）能够运用恰当的视觉语言，制作符合企业和产品定位的PPT；
- （4）具有较灵活的思维和策划创新能力；
- （5）能正确运用与房地产业务活动相关的专业术语；
- （6）能正确理解层次、包含、并列关系，会运用鱼刺图建立房地产策划文案框架；
- （7）能分析典型房地产策划文案案例；
- （8）能够根据企业情境，按照房地产策划文案的结构，运用房地产策划文案的章法，撰写完整、可执行的房地产策划文案。

2、知识目标：

- （1）理解房地产策划的含义、应用和表现形式及其与房地产策划文案的关系；
- （2）了解房地产策划文案的任务和作用；
- （3）了解房地产策划文案写作的基本功；
- （4）了解语境在房地产策划文案中的作用和影响；
- （5）掌握房地产策划文案写作的基本原则及鱼刺图的写作原则；
- （6）了解房地产策划文案的基本构成、各部分之间的逻辑关系，正确理解房地产策划文案的章法；
- （7）掌握房地产策划文案的语言使用与表达方式方法，掌握图表运用的方法，了解房地产策划文案的语言表达禁忌；

(8) 理解房地产策划文案的文本表现要求，掌握房地产策划文案的文本表现的主要特点。

(二) 课程教学活动设计

1、课程内容设计（一般指一级项目编号及名称、内容）

序号	项目（模块）名称	学时
1	房地产策划与房地产策划文案认知	4
2	房地产策划文案写作基本功	4
3	房地产策划文案语境	4
4	房地产策划文案写作原则	6
5	房地产策划文案结构与章法	4
6	房地产策划文案语言表现	4
7	房地产策划文案文本表现	4
8	房地产策划文案写作与点评	12
9	其他（课程介绍、复习、考查）	6
合计		48

2、能力训练项目设计（一般指二级项目内容）

编号	能力训练项目名称	学时	能力目标	主要支撑知识	训练方式及步骤	结果（可展示）
1	易居房地产销售企业的客户调研策划	2	能够对房地产客户进行定义、房地产客户调查策划的应用与任务	房地产活动、房地产策划、房地产环境、房地产客户调查策划文案的含义	提出问题，布置任务，学生分组完成	上交的书面答案
2	房地产策划文案写作基本功训练	2	能够有较好的房地产策划创意；能够领会、运用正确的语体写作	文体、语体的含义；房地产策划的创新思维模型和典型方法	思考-写作-发言-点评-整理	上交的书面答案

3	领会房地产策划文案语境	2	能够理解和把握房地产策划文案的语境	语境的含义、作用及特点	阅读案例-思考-回答问题-点评	发言视频
4	鱼刺图写作训练	2	能够制作正确的鱼刺图	房地产策划文案写作的基本原则, 鱼刺图写作原则	给出背景-思考-板书-讲解-点评	上交的书面答案
5	房地产策划文案写作结构与层次训练	2	能够识记房地产策划文案构成部分, 正确理解包含与并列关系	房地产策划文案构成与章法	布置任务-写出标题序号-板书-点评	黑板板书
6	房地产策划文案语言的修改和运用	2	能够运用叙述语言、正确的句式与修辞、恰当的视觉语言进行语言表达	语言的种类、风格、图表的种类和作用	布置任务-思考-修改-发言-点评	上交的书面答案
7	房地产策划文案文本整理	2	能够运用WORD、EXCEL等对房地产策划文案进行正确的排版及装帧	房地产策划文案整理的要求	给出文本-整理-讲解-点评	上交的书面答案
8	房地产策划文案的完整写作与点评	6	能够撰写完整的、可执行的房地产策划文案	综本列所述	布置任务-思考-写作-点评	上交的房地产策划文案

(三) 教学进度设计 (本表不含节假日)

序号	周次	学时	教学目标与主要内容				
			单元标题	能力目标	能力训练项目编号	知识目标	考核内容与方法

1	1	2	课程性质、目标介绍、课程内容简介	能够大致复述房地产策划文案写作的学习内容	--	--	--
2	2	4	房地产策划与房地产策划文案认知	能够认识房地产环境的复杂、房地产策划的应用与任务	1	理解房地产活动、房地产策划、房地产环境、房地产策划文案的含义	从危机公关案例的优劣比较；小组作业
3	3-4	4	房地产策划文案写作基本功	能够有较好的房地产策划创意；能够领会、运用正确的语体写作	2	理解文体、语体的含义；掌握房地产策划的创新思维模型和典型方法	语体选择和运用小组作业
4	4-5	4	房地产策划文案语境	能够理解和把握房地产策划文案的语境	3	理解语境的含义、作用及特点	语境的领会；小组总结发言
5	6-7	6	房地产策划文案写作原则	能够制作正确的鱼刺图	4	掌握房地产策划文案写作的基本原则，鱼刺图写作原则	鱼刺图设计与制作；小组作业

6	8	4	房地产策划文案结构与章法	能够识记房地产策划文案构成部分，正确理解包含与并列关系	5	掌握房地产策划文案构成与章法	房地产策划文案框架；小组作业
7	9-10	4	房地产策划文案语言表现	能够运用叙述语言、正确的句式与修辞、恰当的视觉语言进行表达	6	了解、掌握语言的种类、风格、图表的种类和作用	房地产策划文案语言的修改；小组作业
8	10-11	4	房地产策划文案文本表现	能够运用WORD、EXCEL等对房地产策划文案进行正确的排版及装帧	7	了解房地产策划文案整理的要求	房地产策划文案文本整理；小组作业
9	12-15	12	房地产策划文案写作与点评	能够撰写完整的、可执行的房地产策划文案	8	综本列所述	小组方案撰写考查
10	16	4	复习、考查				

(四) 第一次课设计梗概

第一步：自我介绍，告知通信方式。介绍课程性质、学习目标及本专业与该课程的关系。介绍学

习该课程与社会需求的关系。（20分钟）

第二步：告知学生考核内容与方式（详见考核方案设计）。（20分钟）

第三步：梳理本课程内容（20分钟）。

第四步：分组（20分钟）。

四、教学组织形式

以房地产策划岗位的工作任务——撰写房地产策划文案为教学任务，以完成完整、规范、可执行的房地产策划文案为主要教学目标，实施分组教学，强调“教学做”一体化，通过典型案例的阅读、分析、讲解，让学生掌握房地产策划文案的写作原则、结构、语言表现及文本表现，从而完成房地产策划文案的撰写。在教学过程中，布置学生阅读、分析案例，重视学生基本功的训练，要求学生熟练运用WORD、EXCEL及PPT制作。同时，课堂上运用讨论、发言、板书、评议等方法，丰富教学手段，活跃课堂气氛。

五、课程考核方式和考核标准

考核项目		考核标准	考核方法	评分比例%
过程考核	课堂表现	纪律、回答问题效果、参与度	记录	10
	考勤	到课率	课堂点名	20
	作业完成	作业次数及质量	批改	20
结果考核	撰写房地产策划文案	完整、规范、可执行	批改	50
合 计				100

六、教材的选用

（一）教材或讲义编写建议

本课程选用相应与课程名称对应的教材比较难，经过努力选定了首都经济贸易大学出版社 杨德慧 彭英编著的《商务策划文案写作》（第三版），针对商务领域的策划项目进行学生知识的讲解与能力的培养，以培养应用能力、创新能力为指导思想，要求教材内容理论与实践结合，体现工学结合导向要求，方便实施“教学做”一体化。一般要求教育部高职高专三年内规划教材或适合本专业实际需求的精品教材。

杨德慧，彭英. 房地产策划文案写作. 北京：首都经济贸易大学出版社，2015（策划专业核心课精品系列教材第三版）

（二）教学参考资料

营销策划文案写作指要. 陈建中 中国经济出版社 2011. 03

七、主要教学网络资源要求

（一）教师要求

原则上由具备中级以上职称、双师，具有良好的职业道德和责任心，具有较高的写作能力、较丰富的营销理论知识和企业工作经验，能灵活运用多种教学方法和现代化教学手段的教师来担任。

（二）学习场地、设施要求

多媒体教室和活动课桌。

（三）课程资源的开发与利用

从本课程的性质与应用、工作岗位与工作任务出发，本课程坚持深度校企合作的基础上，以市场为导向、以职业能力为本位、以技能为核心的理念，运用学校现有的图书馆、计算机网络等资源进行教学，并不断结合社会需求进行完善。