

清华大学房地产策划与营销总监国际研修班 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/205/2021_2022__E6_B8_85_E5_8D_8E_E5_A4_A7_E5_c78_205899.htm

随着经济的发展，中国房地产行业市场面临着巨大的挑战与机遇。当今房地产企业的核心竞争力，应有效的在项目策划与整合营销方面加大管理与创新力度，可以预见的是，一般在3 - 6个月的时间里，如果不能确定适当的市场营销策略并以此吸引消费者的关注，那么相应的产品项目信息及品牌形象将难以得到有效的传播及塑造，从而面临被动的局面。为此，清华大学联合国内外著名专家、学者、房地产卓越管理人士，推出《房地产策划与营销总监国际研修班》课程，以促进房地产行业策划与营销方面中高层管理者审时度势，掌握现代化策划与营销管理手段，树立全新的房地产运营理念，提高房地产业在市场经济条件下的竞争力。课程体系全部课程分为两大方向，系统帮助学员掌握房地产策划与营销的前沿知识和操作手段，知晓国内政策，分析市场走势，课程设置更为关注培养作为专业房地产人士应当具备的个人修养、核心操盘经验与领导艺术。学完全部课程后，学员将具备独立领导一个房地产专业团队，进行房地产开发、策划、营销和顾问服务的能力。具体内容设置如下：房地产策划方向课程：第一模块：房地产产业宏观经济形势和政策分析以及应对策略 宏观经济发展趋势 宏观调控对房地产策划及运作影响 房地产行业最新政策解读 宏观调控对房地产策划及运作影响 国外房地产市场发展分析与经验总结 针对目前政策环境的应对策略 第二模块：房地产企业品牌及战略策划 新政策调控下房地产企业应对

战略 我国房地产市场等级划分、发展预测与开发策略 房地产企业品牌建设步骤与实施 第三模块：房地产法律知识与销售合同 1、 房地产法律法规 2、 模糊区域与地产法律纠纷 3、 销售合同的制作 第四模块：项目 准备期的策划 1、 房地产定价策略及影响因素 2、 房地产策划的基本模式与原则 3、 有效的市场调查分析与项目可行性分析及方案制定 4、 地块分析与土地价值策划 5、 目标市场及客户群选择与定位 6、 具体产品差异化定位与策划 7、 具体市场营销策略策划 第五模块：项目实施期的品牌策划与推广 1、 市场整合推广战略的制定与实施 2、 品牌整合推广策略的制定与实施 3、 媒体整合策略与广告发布 4、 主题策划及广告创意 5、 售楼中心与样板间示范区定位与包装 6、 广告费用预算控制及广告效果评估 7、 销售策略与价格策略的制定 8、 房地产创新营销 房地产营销方向课程：第一模块：团队领导力塑造 1、 领导艺术与领导魅力塑造 2、 如何打造高效团队 3、 培训系统与学习型组织的建立 4、 有效激励与双赢谈判 第二模块：综合管理能力塑造 1、 目标管理及全面绩效管理 2、 有效的时间管理及执行力 3、 有效沟通与高效会议管理 4、 分层授权与分层负责 第三模块：销售执行力塑造 1、 上市时机选择与开盘节奏控制 2、 促销方案制定与价格调整技巧 3、 销售计划制定与销售目标分解 4、 销控管理 5、 销售现场管理与卖场氛围营造 6、 销售绩效管理考核 7、 销售流程设计及销售回款控制 8、 CRM 在销售过程中的有效应用 第四模块：经典策划营销案例分析及实战演练 1、 住宅项目营销案例 2、 商业项目营销案例 3、 销售计划制定与销售目标分解 4、 摩尔项目营销案例 5、 房地产全程策划中应注意的问题和应对措施 第五模块：渠

道拓展能力塑造 1、设计公司整合 不同物业规划设计要点及优秀规划方案分析 不同物业建筑设计要点及优秀户型分析 设计管理与产品价值提升 景观设计要点及优秀景观方案分析 2、代理公司整合 代理公司的前期介入 开发商与代理商如何达到强强联合 3、广告公司整合 广告公司选择与合作 楼书、海报、纸媒等销售道具制作要领 解读广告推广方案 优秀广告方案分析 课程特色 1、系统适用：学习系统、实用的项目核心运作体系及房地产策划与营销专业知识 2、实战操盘：注重互动、案例教学，提升实战操盘能力 3、全面提升：专业管理专家现场授课，全面升华管理与领导力 4、经验分享：汲取高等学府教授、业内专家、行业领军人物思想精华 5、人脉聚合：结识业内精英，有效拓展人脉 6、资源整合：搭建资源平台，立体整合资源 100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com