

江苏常居房地产营销策划有限公司
参与高等职业教育人才培养年度报告（2023）

2023 年 11 月

目 录

1 企业概况	1
2 参与教学情况	1
2.1 共同制定人才培养方案	1
2.2 共同设计课程内容	1
2.3 共同改革教学方法	2
2.4 共同建设实训基地	3
3 合作成果	3
3.1 提质企业人才储备	3
3.2 提升学生综合能力	4
3.3 提高人才培养质量	5
4 问题与展望	5
4.1 校企合作特色不突出，需要创新合作形式和机制	5
4.2 产教融合存在困难，需要优化人才培养模式	5

1 企业概况

江苏常居房地产营销策划有限公司，成立于 2008 年，至今已在常州地区开设直营门店和加盟店近 700 余家、专业房地产经纪人 3000 余名。历经 14 年发展，常居已成为常州房地产居间服务、新房楼盘代理、金融按揭和商业地产服务的佼佼者。业务范围涵盖二手房交易；一手楼盘代理；别墅、商铺、写字楼租售；房屋租赁管理；权证办理；房产咨询评估；房屋装饰装修等。目前在常州二手房市场占有率超 40%，新房代理市场占有率超 10%。未来 3 年计划将进驻全国 30 个城市，持续扩张。

2021 年 9 月该公司主动与我校经贸学院市场营销专业开展合作，从专业建设、课程改革、实训指导等方面全程参与教育教学。

2 参与教学情况

2.1 共同制定人才培养方案

公司与常州纺织服装职业技术学院市场营销专业紧密合作，公司校招负责人作为市场营销专业的专业建设委员会委员，与其他行业、企业专家和学校专业教师一起，完善制订人才培养方案及对学校人才培养目标和定位提出了建议。高职院校的学生应强化专业核心能力的培养、岗位实践能力的锻炼，注重培养学生与人沟通的能力。企校协商制定人才培养目标、明确定位，专业学生适应市场和社会的需求。

2.2 共同设计课程内容

公司业务部、人事部、营销部组建师资团队，与营销专业教师对接，共同研讨，制定课程标准、设计课程内容、开发业务流程，充实在线开放课程建设等。2023 年 6 月企业组建师资团队，企业课堂、踩点、市调多种形式相结合的教学方式，完成市场营销综合实训 1 和 2 课程的授课内容，营销部、策划部、业务部、人事部 10 位教师，校内校外，理论+实操的授课形式圆满的完成实训课程的教学

任务，学生们在企业 10 多位老师的指导，在房地产营销策划、实践操作等方面取得了一定的成效，收获知识、快速成长。



图 1 实训课程动员会现场

2.3 共同改革教学方法

学校和企业根据工作岗位和技能的实际需要，共同改革和优化教学模式，按照“做中学，学中做”的要求，创新教学方法，校企共建课堂，形成工学交替、知行合一的课堂教学和实践教学。



图 2 企业课堂现场教学

2.4 共同建设实训基地

作为常州纺织服装职业技术学院校企合作基地，常居地产着力与常州纺院共建共赢，打造职业技能实训基地，将企业实景教学作为课堂的延伸，协同培育高水平、高技能、高素质的人才。

	积分表	周一	周二	周四	周五	作业 提交 及时性	优秀 作业 分享	总计	
第一组	感觉就很队	8	1	9		2	10	30	
第二组	芭比公组	14	2	5			10	31	优秀小组
第三组	奋斗小组	9	5	5				19	
第四组	江苏火车头队	6	3	2				11	
第五组	五福临门队	1	3	2				6	
第六组	有志青年队	4	1	3				8	
第七组	泰酷辣队		1	2		1		4	
第八组	泰裤辣队	1	1			1	10	13	

图 3 企业课堂过程评价表

3 合作成果

3.1 提质企业人才储备

常州纺织服装职业技术学院毕业的学生目前在常居地产就业的员工有 50 人，2022 级实习生 16 人，2023 级实习生 10 人，营销班 3 位学生在带教师傅的指导下获得“优秀员工”荣誉称号。校企协作育人，为企业输送了大量的储备干部。



图4 优秀实习生

3.2 提升学生综合能力

学生在校企协同育人的模式下,专业知识、业务流程、实践操作技能得到了提高和锻炼,在业务岗位上获得相应管理层的一致认可。



图5 校企实训共育人才大合影

3.3 提高人才培养质量

企业结合行业现状、学校人才培养目标，以真实的工作场景和房地产项目培养学生的市调能力、新媒体运营能力、社交礼仪等多方面的职业技能和职业素养，帮助学生明确就业方向、岗位，合理规划未来的职业。深度合作，提升学生培养质量。

4 问题与展望

4.1 校企合作特色不突出，需要创新合作形式和机制

尽管本专业在校企合作方面做了很多工作，特别是近几年在校企合作广度方面我们拓展了多业态企业的合作，在探索工学结合为特征的教育培养模式方面都取得了一定的经验，校企合作育人的教学效果和水平也有较明显的提升，但是，受到自身办学水平和学制的限制，校企合作仍然停留在参观、见习和实训环节，依然存在着校企合作企业意愿很强烈学生被动的现象，实训环节企业需求和学校需求有一定的差距，学生在校企合作单位的入职率、留职率较低，企业缺少合作的积极性。实施三教改革中，校企双方一直都有共同编制教材的意愿，但是多年来没有取得实质性进展，这也是今后专业需要改革的方向。

4.2 产教融合存在困难，需要优化人才培养模式

人才培养模式是提高人才培养质量的核心。因此，在新的教育理念和教育环境中，不断优化人才培养模式，是促进专业建设发展的重要途径。本专业一直坚持“创业引领、校企合作、工学结合”的人才培养模式。在新技术、新模式、新业态环境的影响下，需要进一步优化人才培养模式，建立“专创融合、产教融合、岗课赛证融合”人才培养模式，突出“数字营销”人才培养特色，培养符合区域经济发展需要的高素质复合型市场营销专业人才。

校企携手，助梦起航。常居地产积极创新教学形式，让学生学到真本领，助力学生成长成才、梦想启航；常居加大校企合作力度，深化校企合作内容，促进

课程改革，助力专业建设与发展。

校企合作向全方位、深层次、多形式的方向发展，有利于产教融合的深化，建立稳定的校企合作关系，为培养具有良好的职业素质，掌握专业基本知识及专业技能，面向企业和服务的高素质、高技能应用型人才奠定了坚实的基础。