

<<房地产经纪实务>>

图书基本信息

书名：<<房地产经纪实务>>

13位ISBN编号：9787811227918

10位ISBN编号：7811227916

出版时间：1970-1

出版时间：东北财经大学出版社

作者：熊帅梁 著

页数：240

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<房地产经纪实务>>

前言

高职高专教育要完成培养高等专门技术人员这一根本任务，迫切需要解决的问题之一就是教材问题。

本教材是根据《教育部加强高职高专人才培养工作的意见》和《关于全面提高高等职业教育教学质量的若干意见》等文件的精神，为了更好地满足高职高专房地产营销、经纪专业师生对教材的需要而再版的。

本书是在上述精神和职业教育的总体要求下，立足于提高学生综合素质和专业知识的综合应用能力，尤其是创新能力和实际操作能力而更新和修改的，目的是更好地为培养适应社会主义市场经济条件下房地产市场营销、经纪岗位需要的全面发展的高等技术应用型人才服务。

本书在保留第一版原有特点的基础上，加大了案例和实训所占比例，一方面是对第一版在使用过程中收到的宝贵意见的采纳，另一方面也是为了切实地满足教学的需要。

为此，案例方面，修改和调整了部分案例，使其更具有实践指导性，并在章末增设了“案例题”；实训方面，在正文中增加了“实战演练”栏目，在章末专门编写了“实训题”，包含实训情境设计、实训任务要求、实训提示、实训效果评价等各项。

本书由湖南财经高等专科学校工程管理系副教授熊帅梁主编、华侨大学土木工程学院建设管理系毛茂松老师副主编。

在编写过程中，和记黄埔地产长沙公司高旭女士为本书提供了许多资料，并撰写了第9章、第10章的案例，同时，编者所在学校的领导和同事也给予了很多支持与帮助，在此一并致谢！

由于编写时间仓促，编写水平有限，书中难免存在疏漏，敬请同行、专家和广大读者批评指正。

<<房地产经纪实务>>

内容概要

《房地产经纪实务（第2版房地产类）》共10章，阐述了房地产市场营销和经纪之间的联系，系统地介绍了房地产全程营销的各个环节：房地产市场调查、房地产项目市场定位等内容。在参考前人的研究成果的基础上，结合房地产营销实践的经验和总结，融合了当今房地产营销领域最新的理念和操作方法。

除了核心理论阐述之外，每节还有大量的实证案例和图、表作为学习的辅助工具。

每章配有“学习目标”、“本章小结”、“关键概念”等，充分体现了以提高学生整体素质为基础，着重培养学生房地产从业能力的高职高专房地产专业的人才培养目标，是高等院校房地产经营管理、房地产营销、房地产经纪等相关专业的理想教材和相关从业人员的理想参考书。

<<房地产经纪实务>>

书籍目录

第1章 概述学习目标1.1 房地产市场1.2 房地产经纪与房地产市场营销本章小结关键概念基础知识练习实践操作训练第2章 房地产市场调查学习目标2.1 房地产市场调查概述2.2 房地产市场调查的一般内容2.3 房地产市场调查方法和调查问卷设计2.4 房地产市场调查程序本章小结关键概念基础知识练习实践操作训练第3章 房地产项目市场定位学习目标3.1 市场细分3.2 项目市场定位3.3 产品市场定位本章小结关键概念基础知识练习实践操作训练第4章 房地产项目定价学习目标4.1 定价依据4.2 市场比较定价法4.3 其他定价法4.4 定价策略本章小结关键概念基础知识练习实践操作训练第5章 房地产项目营销推广学习目标5.1 房地产营销计划5.2 推广策略5.3 广告推广本章小结关键概念基础知识练习实践操作训练第6章 房地产销售学习目标6.1 销售准备6.2 房地产促销6.3 销售实施与管理6.4 房地产营销控制本章小结关键概念基础知识练习实践操作训练第7章 存量房地产交易业务的操作学习目标7.1 存量房地产概述7.2 存量房地产的销售7.3 存量房地产的贷款办理和交易税费本章小结关键概念基础知识练习实践操作训练第8章 房屋经纪业务管理学习目标8.1 房屋租赁的居间服务8.2 其他房地产经纪业务8.3 经纪业务的拓展本章小结关键概念基础知识练习实践操作训练第9章 房地产营销团队管理学习目标9.1 房地产营销团队概述9.2 房地产营销团队建设9.3 房地产营销团队管理本章小结关键概念基础知识练习实践操作训练第10章 房地产投资顾问学习目标10.1 房地产投资概述10.2 房地产投资风险及投资决策10.3 房地产投资分析本章小结关键概念基础知识练习实践操作训练综合实训一综合实训二附录附录1 《房地产经纪人员职业资格制度暂行规定》附录2 《房地产经纪人执业资格考试实施办法》主要参考文献

<<房地产经纪实务>>

章节摘录

1.1.3 房地产市场的分类 从识别和把握房地产宏观市场环境的角度出发,可以按照地域范围、房地产的用途和等级、房地产交易形式等标准,对房地产市场进行分类。

1) 按地域范围划分 房地产的不可移动性,表明其对地域性需要的依赖程度很大,这就决定了房地产市场是区域性市场,人们认识和把握房地产市场的状况,也多从地域的概念开始,因此按地域范围对房地产市场进行划分,是房地产市场划分的主要方式。

地域所包括的范围可大可小,由于房地产市场主要集中在城市化地区,所以最常见的是按城市划分,如北京市房地产市场、上海市房地产市场、深圳市房地产市场等。

对于比较大的城市,其城市内部各区域间的房地产市场往往存在较大差异,因此常常还要按照城市的某一个具体区域划分,如深圳市特区内房地产市场、深圳市特区外宝安房地产市场、深圳市中心区房地产市场等。

从把握某一国家房地产市场状况的角度,除按城市划分外,还可以按省或自治区所辖的地域划分,如湖南省房地产市场、辽宁省房地产市场等。

当然,还可以说中国华北地区房地产市场、美国房地产市场、东南亚地区房地产市场、亚洲房地产市场、世界房地产市场等。

但一般来说,房地产市场所包括的地域越大,其研究的深度就越浅,研究成果对房地产投资者的实际意义也就越小。

2) 按房地产的用途和等级划分 不同类型的房地产从投资决策到规划设计、工程建设、产品功能、服务客户的类型等方面均存在较大差异,因此,根据房地产用途,可将其分解为若干子市场,如居住物业市场(含普通住宅市场、高档公寓市场、别墅市场等)、商业物业市场(写字楼市场、商场或店铺市场、酒店市场等)、工业物业市场(标准工业厂房市场、高新技术产业用房市场、研究与发展用房市场等)、特殊物业市场(码头、机场等)和土地市场(各种类型用地市场)等。

根据市场研究的需要,有时还可以进一步按物业的档次或等级细分,如甲级写字楼市场、乙级写字楼市场等。

<<房地产经纪实务>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>