

# 最新地产未来职业规划(实用5篇)

在日常的学习、工作、生活中，肯定对各类范文都很熟悉吧。那么我们该如何写一篇较为完美的范文呢？接下来小编就给大家介绍一下优秀的范文该怎么写，我们一起来看看吧。

## 地产未来职业规划篇一

(2) 熟悉房地产建筑、规划等基础专业知识；

(3) 掌握企业管理的基本原理和知识；

(4) 熟悉广告学、市场营销的基本知识；

(5) 了解消费心理学的基本知识；

(6) 学会将资源整合，对项目本身、开发商和营销策划公司、广告公司、媒体等多方面的资源进行有效整合，充分利用自身优势资源进行楼盘创意推广。

## 2. 策划思路：

(1) 首先，对项目进行研究，这是营销策划中重要一步，是在为今后的工作做铺垫和确立主体方向。

(2) 市场调研是全盘策划中关键步骤，包括市场调查和市场研究两部分。正确的市场调查才会得出正确的市场研究结论，这关系到整个营销策划的决策倾向；让市场来检验产品，与市场进行对照，充分挖掘本项目的营销优势。其具体内容包括：市场格局调研、竞争对手项目情况调研、竞争对手营销策划调研、消费群体调研等等。

## 3. 调研之后，进行项目再定位

为何对项目再次定位?开发商在立项开发时，基本上对项目进行了初步的定位，但当时是从宏观上进行考虑，对市场定位的把握不够细致、准确，从立项开发到营销开始大都要经过一段漫长的时期，期间市场可能发生诸多变化，因此在实施营销策划时要进行项目再定位。

#### 4. 营销策略

项目按照市场进行定位，与市场进行充分结合，按照市场运行轨道做出一个系统营销策略，包括：楼盘包装、品牌包装、价格定位、营销诉求、市场推广(广告主题、媒体组合与选择、广告诉求和基调、广告排期等)。

#### 5. 项目规划设计建议

从营销角度对项目的规划、设计提出要求和建议，包括功能设置、小区布局、环境规划、景观规划、户型结构及分配、工作进展排期等。

#### 6. 入市时机选择

入市的时机选择非常关键，如果选择时机失败，就有可能导致整个营销的失败。

- (1) 有市场空白时；
- (2) 有事件发生时；
- (3) 有重要节日来临时；
- (4) 有市场需求而市场出现供给断裂时；
- (5) 旺季来临时；
- (6) 市场竞争强度较弱时；

(7) 总需求增大时;

## 7. 广告策划的执行

广告是一种沟通，一种主线，它承载着房地产产品的销售力、项目卖点的提炼、项目形象的表现、项目理念的传达。各种广告媒体充当着项目与潜在客户群进行沟通的不可替代的重要角色，高效的广告沟通，能使项目以实现更快的速度实现更大的价值。而广告创意的成功与否，就决定了项目同潜在客户能否进行有效的沟通。可以从一下五方面着手：

### (1) 目标市场策略

开发商通常并不针对整个目标市场做广告，而是针对其中的某个细分市场，哪个细分市场需要广告配合，广告就应该以那个细分市场为目标并采取相应的广告策略。

以兼有多层和高层住宅的小区广告策划为例：当小区刚起步时，以开发深受市场欢迎的多层住宅为主，这时可采用开拓性广告策略：广告结合多层住宅的销售热潮不断强化小区的知名度和客户的认知度，使楼盘迅速进入市场。当小区逐步成型时，则采用劝说性广告策略：广告以说服客户购买，提高市场占有率为目的。当小区初具规模，欲推出高层楼盘时，可采取提示性广告策略：以造声势，提醒客户留意认购期为主要目的。

### (2) 市场定位策略

定位策略的根本目的是使楼盘处于与众不同的优势位置，从而使开发商在竞争中占据有利地位。定位时可根据目标客户群的要求，采取价格定位策略、素质定位策略、地段定位策略、时尚定位策略等。市场定位不能偏差或含混不清，否则广告诉求时重点不明，受众难以留下特定的鲜明印象。

### (3) 广告诉求策略

根据诉求对象、诉求区域的特点，房地产广告可采用理性诉求策略，即通过真实、准确、公正地传达开发商或楼盘的有关信息或其带给客户的利益，让受众理智地做出决定；也可采用感性诉求策略，即向受众传达某种情感或感受，从而唤起受众的认同感和购买欲；当然还可用情理结合的诉求策略，即用理性诉求传达信息，以感性诉求激发受众的情感，从而达到最佳的广告效果。

### (4) 广告表现策略

广告表现策略要解决的是广告中信息如何通过富有创意的思路、方式以及恰如其分的广告表现主题传达给受众。广告诉求的重点通常是楼盘的优点和特色，而广告表现的主题则具有更深一层的内涵，即楼盘带给客户的是生活品位的提高和由此而生的自豪感、优越感。广告表现策略要求用创意对广告信息进行包装并确定广告设计、制作的风格和形式。广告创意讲求新颖独特，但不能离奇古怪。失败的创意有时让人厌恶，给楼盘销售也带来负面影响。

### (5) 广告媒介策略

据统计，8%的广告费用用于广告媒介，媒介选择不当，就有可能造成投入高、见效低的结果。通常房地产广告可以选用四大媒体：报纸、广播、电视和杂志，还有户外广告，如工地围墙宣传画、巨幅电脑喷画、路牌、灯箱、车身广告、横幅等，这些可统称为线上媒介。线下媒介也是开发商常用的，像展销会、直邮、赞助及其它推销用的楼书、优惠券、单张(海报)等。广告媒介策略要求开发商和代理商合理选择媒介组合，形成全方位的广告空间，扩大广告受众的数量；其次要合理安排广告的发布时间、持续时间、频率、各媒体发布顺序等，特别重要的广告要提前预定好发布时间和版位。

## (6) 广告效果的测定

广告效果通常是在广告发布后测定的，对于房地产广告却不太合适，事后测定不利于控制广告效果。较为明智的做法是在广告发布前就进行预测。先邀请目标客户群中的一些代表对广告的内容和媒介的选择发表见解，通过分析反馈意见再结合部分专业人士的建议，反复调整，就可使广告计划日臻完善。

课堂作业：在北京做一个产权酒店，你如何选址？如何进行营销策划？分组讨论，然后在课堂上由个人、或各组代表阐述思想和方法。

## (三) 如何消除策划的困惑

课堂讨论：如果给你时间去旅行，你会选择那座城市？

分组讨论并阐述：

(1) 为什么选择这个地方？

(2) 之前你对这个地方的认识？包括主观和客观认识。

(3) 此行目的？或要满足自己的那些需要？

做事之前确立目标很重要，确立准确目标需要你做足基本功，打好基础；简单的说房地产项目就是要满足特定人群的特殊需要，只有层层剖析才能最终确立你的目标。

### 1. 对项目判断的困惑

万事开头难，项目的研究与定位就是营销策划的第一关键，一个地产项目的成败，70%决定于发展商对地块的判断。

从地块考察开始，充分挖掘项目地块的地产因子并判断土地

的价值，作为项目建筑功能和市场定位的核心依据；从市场调研中寻找依据，这是一个地产项目能否成功的关键的前提条件；从项目定位出发，进行项目投入产出模拟分析，透视项目的风险性并提出相关的规避方式，使发展商在项目的运作之初就可以预知未来的成果。

## 2. 针对卖点群的精确策划

随着房地产供应量的增加、需求相对减弱，买家开始能从容地挑选。买家在货比三家的过程中，使得发展商必须快速适应购买者的挑剔。

采取人有我有的经营策略。

策划公司适其时，开始有意识地收集众生之长而集于一者，使得开发商不得不在短期之内对于购买者作出充足的承诺。策划公司在引导开发商力求尽善尽美之时，也极其所能地向市场罗列无尽的卖点。

每一个卖点，都凝聚着发展商的心机；每一个卖点的后面，都是智慧和成本的凝结；每一个卖点的成型，都似一根根钢筋对大厦起着更为牢固的支持，每一个卖点的后面通常都是成本的发生。

卖点数量和质量的增加，使楼盘质素不断地得到提高。市场在接受这些卖点之时，使策划公司亦获得绵延不断的商业合约机会，但不少楼盘的富贵病亦随之产生。许多城市的高楼大厦，实际已出现明显的成本高于售价的问题，多数卖点策划模式对提高项目的素质起到了非常积极的作用，但同时也使许多楼盘成本处于高处不胜寒之境。

## 3. 市场难以把握的困惑

在买方市场的条件下，市场的竞争体现在多因素竞争状态之

中。在房地产卖方市场阶段，项目是在选优的条件下获取成功，只要有一个突出的优点或闪光点成为热门卖点，就可以以这个突出优点的高度来实现价值。而在进入买方市场之后，买方在从容的时间和足够的选择，来精挑细选，找你的毛病，任何一个小问题，都可能导致买卖不能成交，价值不能实现。这样就呈现出多因素的竞争，以你的短项弱项来决定整体效益。

#### 4. 继续提高自己的综合运营能力

激烈的市场竞争，大家都在提高，谁能加速度提高，谁能更多更好地借用外脑，谁就能在竞争中立于不败之地，所以不但要用好资本、品牌、信用，而且要用好外脑、智慧。现在专业策划被行业的普遍接受，就已经说明社会在这个层面的进步。

## 地产未来职业规划篇二

评估内容：

生涯规划是一个延续一生的过程，对规划进行实时的调整，能够让计划与现实更加的切合。制定了评估的时间，接下来我们需要明确评估的内容，以及相应的调整方案。

### 1、实施策略评估

如果在四大的适合没有完成考研的目标，则继续考研一年，并且考研阶段积极寻找工作。

### 2、职业目标评估

如果达到目标，自我激励。将自己所做的事业发扬光大。

如果达不到目标，进行详细分析学习和工作方法等需要注意

的地方，改进学习效率、工作方法，以争取来年的更上一层楼。

## 结束语

人生就是以方沃土，你播下什么，你就收获什么：播下一颗心态，收获一种思想；播下一种思想，收获一种行动；播下一种行动，收获一种习惯；播下一种习惯，收获一种命运。

收获的喜悦不是我们每个人都能领悟到的，但是，播种的心情则是我们所共享的。

人生的旅途荆棘丛生，逃、懦弱、避、消极、退、无能~~~~  
我们只有播下坚定的信念，播下坚韧的品质，播下不灭的希望，才能在收获成功鲜花的大道上。昂然前行！

有想不到，没有做不到，这一字一字的书写大学，这一步一步的学业规划，使我产生了一个质的飞跃，从迷茫飞向自信，从踌躇飞向坚定。我相信，在毕业的时刻，在那戴上学士帽的刹那，在那一快门一闪光一定格的瞬间，我定能向我的大学我的青春交出一份满意的答卷。

放飞梦想，扬帆起航，规划自我，造就辉煌！

## 地产未来职业规划篇三

职场与生活都要兼顾，那么，房地产的个人职业规划怎么写？下面是具体步骤，为大家分析：

### 第一步：分析你的需求

开动脑筋，写下来10条未来5年你认为自己应做的事，要确切，但不要有限制和顾虑哪些是自己做不到的。

## 第二步□swot□(优势/劣势/机遇/挑战) 分析

### 第三步：长期和短期的目标

根据你认定的需求，自己的优势、劣势、可能的机遇来勾画自己长期和短期的目标。先制定长期目标，然后在长期目标的基础上，制定自己短期目标。

### 第四步：困境

写下阻碍你达到目标的自身缺点、所处环境中的劣势。这些缺点一定是和你的目标有联系的，而并不是分析自己所有的缺点。

当你发现自己不足时，就下决心改正它，这能使你不断进步。

### 第五步：提升计划

写下你要克服这些不足所需的行动计划。要明确，要有期限。你可能会需要掌握某些新的技能，提高某些目前的技能，或学习新的知识。

### 第六步：寻求帮助

能分析出自己行为习惯中的缺点并不难，但要去改变它们却很难。你的父母、老师、朋友、上级主管、职业咨询顾问都可以帮助你。有外力的协助和监督会使你更有效地完成这一步骤。

### 第七步：实施

分析自己的角色制定一个明确的实施计划：一定要明确根据计划你要做什么。

大部分人在长期的工作中趋于麻木，对自己的角色并不清晰。但是，就像任何产品在市场中有其特色的定位和卖点一样，你也要做些事情，一些相关的、有意义和影响但又不落俗套的事情，让这个单位知道你的存在，认可你的价值和成绩。

将本文的word文档下载到电脑，方便收藏和打印

推荐度：

点击下载文档

搜索文档

## 地产未来职业规划篇四

本专业培养具备现代管理学、经济学及资源学的基本理论，掌握土地管理方面的基础知识，具有测量、制图、计算机等基本技能，能在国土、城建、农业、房地产以及相关领域从事土地调查、土地利用规划、地籍管理及土地管理政策法规工作的高级专门人才。

土地资源管理专业主要课程

管理学原理、经济学基础、公共财政学、土地法学、土地经济学、土地利用规划、土地行政学、地籍管理、土地信息系统、不动产估价、土地政策分析与评价等。

土地资源管理专业就业前景

城市人口密度不断增大，城市必须合理地发挥应有的各种功能。作为城市功能的一种载体，城市里的土地资源非常有限，如何规划和利用影响巨大，是大家密切关注的问题。所以，这个专业在各个国家都非常受重视。

## 土地资源管理专业就业方向

这一专业就业前景广泛。可以从事土地资源调查与评价、土地整理、土地利用规划、地籍测量、地籍管理、土地及房地产价格评估、土地信息系统开发与应用及房地产开发经营等方面的技术和行政管理工作。

## 土地资源管理专业毕业生的基本素质

1. 掌握管理学、经济学及资源学的基本理论；
3. 具有土地利用与管理方面的基本能力；
4. 熟悉国家有关土地利用与管理及可持续发展方面的有关方针、政策和法规；
5. 了解社会经济发展过程中土地利用与管理的发展动态；
6. 掌握文献检索、资料查询的基本方法，具有初步的科学研究和实际工作能力。

## 土地资源管理专业大学四年规划

初入大学就应该树立正确的职业生涯规划理念，大一就进行职业规划，从一开始就不走弯路。

### 大一

工作：积极参与工作，大胆尝试，通过担任班委和部门干事来提高自己的演说能力，表达能力和交际能力，培养责任心。

因为没有经验，大一是抱着一种学习的心态服从命令，接受工作安排，总结经验。

生活：适应新的环境，适应这里的生活模式，多参与活动，多交朋友，养成早起的习惯，学画画，提高个人修养。

## 大二

学习：学好专业课程，加强英语的学习，主要是在线学习和口语锻炼，做好准备，多看新闻，多了解市场动态。

工作：这一年主要是通过工作来克服上一年总结和发现的自己存在的不足，继续班委和部门的工作，需求新的突破。在部门里近期小目标是竞选部长，徐汇带领和管理一个部门。

生活：多运动，注意饮食，多跟朋友交流，多参与活动，抽空去画画，学会思考，摆脱幼稚，学会控制自己的情绪。

## 大三

学习：当英语一过去就立即准备英语，为相关的等级考试做准备，学习写简历，求职信等求职技巧，向已毕业的校友或老师了解求职情况，争取实习机会。

工作：继续班委的工作，部门工作视情况而定。

生活：学会用比较成熟的想法去看问题，学会分析情况，衡量问题轻重。

## 大四

学习：进行预习货模拟面试。积极利用学校提供的条件，了解就业指导中心提供的用人单位资料信息，强化求职技巧，进行模拟面试等训练。尽可能地在做好较为充分的准备的情况下进行施展演练。在撰写毕业论文的时候，可大胆提自己

的见解，锻炼自己独立解决问题的能力 and 创造性。

工作：继续班委的工作，到企业去实习，写实习总结和报告。

生活：学会适应社会，适应参与工作之后的生活，建立自己的生活模式。总结：大学的生活是丰富多彩的，每一个足迹都是我们成长的印记。通过对职业生涯的管理，考核与修正，使职业生涯具有科学性，合理性和可操作性，使自己时刻把握自己的职业生涯的目标方向，进而可以更容易实现自己的人生目标。

职业生涯规划结束语

如果在一个想让你哭的人面前流泪，那就是失败，越是这种时候，越要微笑，坚强面对。

## 地产未来职业规划篇五

20xx年是我们××地产公司发展非常重要的一年，对于一个刚刚踏入房地产中介市场的新人来说，也是一个充满挑战，机遇与压力的开始的一年。为了我要调整工作心态、增强责任意识、服务意识，充分认识并做好房产中介的工作。为此，在房产部的朱、郭两位同事的热心帮助下，我逐步认识本部门的基本业务工作，也充分认识到自己目前各方面的不足，为了尽快的成长成为一名职业经纪人，我订立了以下年度：

一、熟悉公司的规章制度和基本业务工作。作为一位新员工，本人通过对此业务的接触，使我对公司的业务有了更好地了解，但距离还差得很远。这对于业务员来讲是一大缺陷，希望公司以后有时间能定期为新员工组织学习和培训，以便于工作起来更加得心顺手。

1、在第一季度，以业务学习为主，由于我们公司正值开张期间，部门的计划制定还未完成，节后还会处于一个市场低潮

期，我会充分利用这段时间补充相关业务知识，认真学习公司得规章制度，与公司人员充分认识合作；通过到周边镇区工业园实地扫盘，以期找到新的盘源和了解镇区工业厂房情况；通过上网，电话，陌生人拜访多种方式联系客户，加紧联络客户感情，到以期组成一个强大的客户群体。

2、在第二季度的时候，公司已正式走上轨道，工业厂房市场会迎来一个小小的高峰期，在对业务有了一定了解熟悉得情况下，我会努力争取尽快开单，从而正式转正成为我们公司的员工。并与朱、郭两经理一起培训新加入的员工，让厂房部早日成长起来。

3、第三季度的“十一”“中秋”双节，还有奥运会带来的无限商机，市场会给后半年带来一个良好的开端，。并且，随着我公司铺设数量的增加，一些规模较大的客户就可以逐步渗入进来了，为年底的厂房市场大战做好充分的准备。此时我会伙同公司其他员工竭尽全力为公司进一步发展做出努力。

4、年底的工作是一年当中的顶峰时期，加之我们一年的厂房推界、客户推广，我相信是我们厂房部最热火朝天的时间。我们部门会充分的根据实际情况、时间特点去做好客户开发工作，并根据市场变化及时调节我部的工作思路。争取把厂房工作业绩做到最大化！

二、制订学习计划。做房地产市场中介是需要根据市场不停的变化局面，不断调整经营思路的工作，学习对于业务人员来说至关重要，因为它直接关系到一个业务人员与时俱进的步伐和业务方面的生命力。我会适时的根据需要调整我的学习方向来补充新的能量。工业知识、营销知识、部门管理等相关厂房的知识都是我要掌握的内容，知己知彼，方能百战不殆(在这方面还希望公司给与我们业务人员支持)。

三、加强自己思想建设，增强全局意识、增强责任感、增强服务意识、增强团队意识。积极主动地把工作做到点上、落

到实处。我将尽我最大的能力减轻领导的压力。

以上，是我对20xx年的一些设想，可能还很不成熟，希望领导指正。火车跑的快还靠车头带，我希望得到公司领导、部门领导的正确引导和帮助。展望20xx年，我会更加努力、认真负责的去对待每一个业务，也力争赢的机会去寻求的客户，争取的单，完善厂房部门的工作。相信自己会完成新的任务，能迎接20xx年新的挑战。

## 房地产职业规划范文（二）

大学，我们都做过一份学业规划和职业规划，这是对自己的负责，也是对自己人生的完美的规划和整理。能够更有效率的完成，能够更顺利的抵达人生的目标之路。所以，我们要去努力地规划，努力地完成。今天，在我踏入了社会，犹如咖啡豆一样，没有煮出其中的美味，可是我要努力，我要使自己尽香尽美。所以，我今天做了一份职业规划书，让我自己的生活更有计划，让我的工作更加的充实。

### 一、“知己”——自我认知

#### （一）个性特征

我的性格类型是“enfj”(外向+直觉+情感+判断)温情，有同情心，反应敏捷，有责任感。非常关注别人的情绪、需要和动机。善于发现他人的潜能，并希望能帮助他们实现。能够成为个人或群体成长和进步的催化剂。忠诚，对赞美和批评都能做出积极地回应。友善、好社交。()在团体中能很好地帮助他人，并有鼓舞他人的领导能力。经过测评得出，我这种类型的人热爱人类，并认为人的感情是最重要的。而且能够很自然地关心别人，以热情的态度对待生命，感受与个人相关的所有事物。由于过于理想化，按照自己的价值观生活，因此enfj型的人对于他们所尊重和敬佩的人、事业和机构非常忠诚。他们精力充沛、满腔热情、富有责任感、勤勤恳恳、

锲而不舍。我这种类型的人，具有自我批评的自然倾向。然而，对他人的情感具有责任心，所以很少在公共场合批评人。

并且能够敏锐地意识到什么是(或不是)合适的行为。彬彬有礼、富有魅力、讨人喜欢、深谙社会。具有平和的性格与忍耐力，长于外交，擅长在自己的周围激发幽默感。是天然的领导者，受人欢迎而有魅力。我常常得利于自己口头表达的天份，愿意成为出色的传播工作者。在自己对情况感受的基础上做决定，而不是基于事实本身。他们对显而易见的事物之外的可能性，以及这些可能性以怎样的方式影响他人感兴趣。

天生具有条理性，他们喜欢一种有安排的世界，并且希望别人也是如此。即使其他人正在做决定，他们还是喜欢把问题解决了。我是一个具有富有同情心和理解力，愿意培养和支持他人的人。我能很好地理解别人，有责任感和关心他人。不过书中说道，由于我这种类型的是理想主义者，因此他们通常能看到别人身上的优点。

## (二) 职业价值观

性格随和、开朗、大方的我比较喜欢当代城市，尤其是一线城市快节奏的生活，因为，在那种竞争力大的情况下，能够让人发挥出无限的潜力，能够迅速的学到东西，不会被对手赶上，我比较喜欢拥有挑战性的工作，比较独立，喜欢用自己的长处，和自己的优势，将自己的工作发挥的淋漓尽致，让我的工作充满血腥，充满挑战，尽管这样子会很辛苦，但是我愿意为这样子的工作去疯狂，去打拼！

## (三) 职业兴趣

可以说从我初中到大学，一直到社会我总是有一种占有欲，我比较喜欢站在上方，比较喜欢指挥领导或者说是居高临下的感觉，而且，我更善于言谈，比较适合营销工作和高层管

理工作，虽然没有什么社会实战经验，但是从初中到高中到大学一步步过来，我觉得管理上我能够领悟到一些东西，还有我生活比较随和，比较喜欢自由一些的生活，所以，我比较喜欢营销，管理，设计，有很多，但是，目前我最喜欢的是营销工作，与不同的人打交道沟通我觉得那是一种刺激。

#### (四) 自我认知小结

不能够自傲，更不能得意忘形，因为“人外有人，天外有天”社会不一样，可以说这不是古代，是现代，古代生活的人是要靠刀枪的，谁有力气，会武功，受人赏识，而当今社会，精英的时代，尤其是一个优秀的城市，有那么多人，不是自己自卑，也不是自己谦虚，只是我觉得自己还是要好好的努力学习。成为强中之强，发挥自己的优势，发挥自己的性格的优势，自己专业知识的优势。

## 二、“知彼”——环境评估

### (一) 行业分析

房地产行业发展趋势较为激烈，进入房产工作的精英甚多。有着很大的诱惑力和影响力的行业。尤为一线城市的竞争力较大，二线城市稍好些，房地产竞争性较强。

房地产行业一直是大家都比较关注的，从市场环境看出，虽然国家强力打击房地产行业，但是，买房热一直持续如今，竞争尤为激烈，为了迎合挑战更高的薪金，更是人员增长不断，竞争有为激烈。

### (二) 企业分析

现在企业主要分为国营企业，私营企业，国营企业主要是从事政府工作或者比较大型的企事业单位，福利待遇较好。而现在私营小企业比较多，整体行业发展是大树和小草协调发

展，现如今更是小草猛涨，是当今行业的主力军。

### (三) 职业分析

营销工作，可以说，总体就业情况，门槛要求比较低，而且，没有学历和经验要求，只要能够有较强的沟通能力，和与人交往的能力就好。善于表达，激情，乐观，敢于挑战，敢于突破自我，就能够在营销业界一展拳脚。

### (四) 职业环境分析

随着高等教育逐步走向大众化，就业形势越来越严峻。面对这一挑战，如何调整心态，努力提高自身的竞争能力，成为摆在我们每个大学生面前的首要问题。为了让我们尽早认清形势，调整好心态，做好充分的准备。

选择职业作为一种社会活动必定受到一定的社会制约，任何人选择职业的自由都是相对的、有条件的。如果择业脱离社会需要，他将很难被社会接纳。我们强调大学生求职时社会与个人利益的统一，社会需要与个人愿望有机结合。所以，大学生在职业生涯设计时，应积极把握社会人才需求的动向，把社会需要作为出发点和归宿，以社会对个人的要求为准绳，既要看到眼前的利益，又要考虑长远的发展，既要考虑个人的因素，也要自觉服从社会需要。

### 房地产职业规划范文（三）

了加快房地产公司的工作进程，合理、有效的制定年度工作计划，切实保障各部门、各岗位工作的顺利开展，针对公司当前的现状，有必要做系统调整和规划。我们必须去伪存精，优化工作流程和人员结构，实行业绩和收入挂钩的分配体系，加大监管力度，实行总公司和房地产公司双线管理的模式，统筹资源、切实解决工作中存在的系列问题。

## 一、体制改革

采用多项目运作模式，双线管理。

各项目以项目部的形式开展工作。实行项目经理负责制。项目经理负责本项目的一切事务管理，包含与总公司管辖范围内的对接事务，如：财务、采购、人员、考核等。

总公司负责财务(资金调度、税务、融资)，中高层人员(招聘、调度、管理)，资源开发(土地)，建筑材料采购。

项目部负责报建、外部关系处理、工程计划、工程进度、工程质量、成本控制、现场安全管理、人员管制、建筑材料管理(验收、实地评价、保管)、现场签证、业主关系、与监理关系、与设计院关系、工程变更、工程验收、工程资料(收集、建档)等事务。

## 二、强有力的人力资源保障

实行总公司和项目部联手招聘的模式，中高层以上的骨干人员由总公司负责招募、考核、录用，以下派的方式给各项目部配置，既受项目部经理管制，又受总公司监督。

各项目部负责基层岗位人员的招聘。

建立人才梯队，为人员甄选、更新作储备。

## 三、组织关系重组

梳理现有的配置，重新设计新的架构。原则是：以岗定人。绝对不是以人定岗。不能因为现有某人而设一个无效的岗位。

明确各部门的《部门职责》和《个人岗位说明书》，明确每个人的工作范围、权限和对应的责任，能够有效地防止职务重叠、责任扯皮，鸭多不下蛋的局面。

优化部分冗余人员。优化的原则是：价值、工作量、匹配度、综合考量的结果。

#### 四、工作流程的整合

改变现在的独立管理流程，增加总公司监督的工序。原则是：复杂的事情简单化，以加快工作效率。

加强横向联系的力度，杜绝各自为政的现象发生。

#### 五、建立新的《薪酬体系》

完善福利体系。结合国家的法律法规，给在职人员办理社保，进一步实现：员工生日祝贺、婚丧礼仪、年度旅游、教育培训等福利。

#### 六、建立目标管理制

公司制定长期、中期工作目标，下发到各部门，由各部门提交详细的月度、季度工作计划。交总公司监督委员会备案，总公司安排专人跟踪计划的实施情况，并直接对总裁负责。

所有人员都必须提交《周工作计划》，一份给自己的直接上司，一份给总公司监督委员会。工作计划里面要详细注明：事项、预计完成时间、具体负责人、协助人、完成情况、未完成的原因、改进措施。工作计划的达标率是年度绩效考核的主要依据。

每季度由总公司监督委员会召开一次工作检讨会。分析各岗位的工作执行情况，并开展批评与自我批评，责任到人，精确到每一件事。

七、签订工作责任状，实行风险收入，对保质保量完成工作任务的人员实行重奖，对完不成工作任务的人员进行经济处

分。

## 八、完善劳动关系

每个人都必须和公司签订《劳动合同》和《保密协议》。

新进人员必须体检上岗，预防不必要的事件发生。