Общество с ограниченной ответственностью «Реалтьютор»

ОГРН 1167746470066 / ИНН 9705067152 / КПП 770501001

УТВЕРЖДАЮ
Приказом № Р-1 от 10.02.2023 г.
Генеральный директор
ООО «Реалтьютор»
_____ /Высоцкая Т. В./
м.п.

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

Сертификат
02524DD30021B4858E47D78699826492CE
Действителен 03.04.2026 - 03.07.2027
Владелец ООО "РЕАЛТЬЮТОР"

ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ПРОГРАММА

повышения квалификации

«Руководитель офиса продаж недвижимости»

Объем программы (трудоемкость): 72 академических часа

Срок освоения программы — 6 недель.

2023 г.

ЛИСТ ОБНОВЛЕНИЙ И АКТУАЛИЗАЦИИ

дополнительной профессиональной программы
повышения квалификации
«Руководитель офиса продаж недвижимости»

№ п/п	Дата внесения изменений в программу	Характер изменений	Дата и номер протокола согласований документа
1	26.10.2026	Актуализация программы: ссылка на утративший силу приказ Минобрнауки России от 01.07.2013 № 499 заменена ссылкой на приказ Минобрнауки России от 24.03.2025 № 266; нормативная база дополнена постановлением Правительства РФ от 11.10.2023 № 1678; обновлены сведения об образовательной платформе в связи с ее переименованием в iSpring LMS (свидетельство о государственной регистрации программы для ЭВМ № 2026614838 от 18.02.2026) и сертификатом соответствия ISO/IEC 27001:2022 от 08.07.2024; обновлен список литературы: издания «Бука. Большая учебная книга агента» (2022) и «Бетонное казино» (2020) заменены новыми изданиями «Бука 2.0. Большая учебная книга агента» и «Бетонное казино 2.0» (2024)	Приказ № Р-11 от 26.10.2026

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1.1 Характеристика программы:

Дополнительная профессиональная программа повышения квалификации «Руководитель офиса продаж недвижимости» (далее – программа) является учебно-методическим нормативным документом, регламентирующим содержание, организационно-методические формы и трудоемкость обучения.

Дополнительная профессиональная программа повышения квалификации «Руководитель офиса продаж недвижимости» разработана в соответствии с нормами Федерального закона от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» с учетом требований приказа Минобрнауки России от 24.03.2025 № 266 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным профессиональным программам», постановления Правительства РФ от 11.10.2023 № 1678 «Об утверждении Правил применения организациями, осуществляющими образовательную деятельность, электронного обучения, дистанционных образовательных технологий при реализации образовательных программ», профессионального стандарта "Специалист по операциям с недвижимостью" (утв. приказом Министерства труда и социальной защиты РФ от 10 сентября 2019 года N 611н), Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (утв. приказом Министерства науки и высшего образования РФ от 12 августа 2020 г. N 970).

1.2. Характеристика профессиональной деятельности слушателей:

Основная цель вида профессиональной деятельности слушателей:

Оказание комплекса услуг при покупке, продаже, управлении и передаче в аренду (пользование) различных объектов недвижимого имущества, долей и прав на них

1.3. Категория обучающихся: лица, имеющие среднее профессиональное и (или) высшее образование; лица, получающие среднее профессиональное и (или) высшее образование.

1.4. Объем программы (трудоемкость): общая трудоемкость 72 академических часа.

1.5. Срок освоения программы — 6 недель.

1.6. Форма обучения: заочная (с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения).

1.7. Документ, выдаваемый после завершения обучения: удостоверение о повышении квалификации установленного образца.

2. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ПРОГРАММЫ

2.1. Цель программы заключается в получении теоретических знаний и овладении практическими умениями и навыками, обеспечивающими формирование и совершенствование у слушателей профессиональных компетенций, необходимых для работы в области реализации вещных прав и прав требования на недвижимость и контроля деятельности работников в агентстве недвижимости или в структурном подразделении.

2.2. Задачи программы:

1. Изучение слушателями основ законодательства Российской Федерации в части защиты прав потребителей; маркетинга, менеджмента и управления персоналом.

2. Формирование представления о методических основах осуществления реализации вещных прав и прав требования на недвижимость и контроля деятельности работников в агентстве недвижимости или в структурном подразделении.

3. Выработка у слушателей самостоятельного мышления для принятия решений в профессиональной деятельности; овладение методами оценки эффективности деятельности, в том числе финансовой, структурного подразделения или агентства недвижимости.

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ

3.1. **Программа направлена** на совершенствование и приобретения новых компетенций в области реализации вещных прав и прав требования на недвижимость и контроля деятельности работников в агентстве недвижимости или в структурном подразделении, обеспечивающих

качественную, безопасную и эффективную профессиональную деятельность в современных условиях.

3.2. В планируемых результатах обучения отражается связь с требованиями соответствующего профессионального стандарта "Специалист по операциям с недвижимостью» (утв. приказом Министерства труда и социальной защиты РФ от 10 сентября 2019 года N 611н) и Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (утв. приказом Министерства науки и высшего образования РФ от 12 августа 2020 г. N 970).

3.3. Программа направлена на получение и совершенствование слушателями универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций.

В результате освоения программы слушатели будут обладать *универсальными компетенциями* (УК), включающими в себя способность:

УК-2. определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений;

УК-3. осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде;

УК-10. принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности.

В результате освоения программы слушатели будут обладать *общепрофессиональными компетенциями* (ОПК):

ОПК-1. Способен решать профессиональные задачи на основе знаний экономической, организационной и управленческой теории;

ОПК-3. Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия;

ОПК-4. Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций;

ОПК-6. Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности.

3.3. Планируемым результатом обучения является освоение и совершенствование как теоретических знаний, так и практических умений и навыков

В результате освоения программы обучающиеся

будут знать:

Требования законодательства Российской Федерации о защите прав потребителей; основы административного законодательства Российской Федерации; Трудовое законодательство Российской Федерации;

Стандарты и инструкции профессиональной деятельности, правила предоставления услуг на рынке недвижимости;

Порядок организации работ по реализации прав на объекты недвижимости;

Основы менеджмента и управления персоналом;

Маркетинг и особенности ценообразования на рынке недвижимости;

Квалификационные требования, предъявляемые к специалистам различной квалификации;

Этику делового общения, методы ведения переговоров и основы конфликтологии;

будут уметь:

Планировать работу структурного подразделения или агентства недвижимости;

Ставить задачи работникам агентства недвижимости (структурного подразделения) и контролировать их выполнение;

Совершенствовать методы организации предоставления услуги по реализации прав на недвижимость;

Определять потребности организации или структурного подразделения в персонале, а также необходимые качества персонала;

Повышать трудовую мотивацию, стимулировать инициативу и активность работников;

Контролировать повышение профессионального уровня работников;

Оценивать эффективность деятельности, в том числе финансовую, структурного подразделения или агентства недвижимости.

4. УЧЕБНЫЙ ПЛАН

дополнительной профессиональной программы повышения квалификации «Руководитель офиса продаж недвижимости»

Цель обучения – получение и совершенствование слушателями необходимых знаний, умений и навыков, необходимых для работы в области реализации вещных прав и прав требования на недвижимость и контроля деятельности работников в агентстве недвижимости или в структурном подразделении.
Категория слушателей – лица, имеющие среднее профессиональное и (или) высшее образование; лица, получающие среднее профессиональное и (или) высшее образование
Трудоемкость обучения: 72 академических часа.
Форма обучения: заочная (с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения).

№ п/п	Наименование компонентов программы	Трудоемкость, ак. ч. [1]				Форма контроля
		Всего	Лекции	Практические занятия / Самостоятель-ная работа	Контроль	
1	**РАЗДЕЛ 1. БИЗНЕС-МОДЕЛИ АГЕНТСТВ НЕДВИЖИМОСТИ**	**5**	**4**		**1**	**Зачет**
2	**РАЗДЕЛ 2. АГЕНТСТВО НЕДВИЖИМОСТИ И ФЕРМА, ЧТО ОБЩЕГО**	**5**	**4**		**1**	**Зачет**
3	**РАЗДЕЛ 3. ЭТАПЫ РАЗВИТИЯ БИЗНЕСА**	**5**	**4**		**1**	**Зачет**
4	**РАЗДЕЛ 4. РЕКРУТИНГ И ЕГО СМЫСЛ**	**9**	**8**		**1**	**Зачет**
5	**РАЗДЕЛ 5. ОСНОВЫ И ЦЕЛИ ПРОВЕДЕНИЯ СОБЕСЕДОВАНИЯ**	**7**	**6**		**1**	**Зачет**
6	**РАЗДЕЛ 6. ОБУЧЕНИЕ И ЕГО СМЫСЛ**	**9**	**8**		**1**	**Зачет**

[1] Для всех видов учебной работы, реализуемых с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий, академический час устанавливается продолжительностью 45 минут.

7	**РАЗДЕЛ 7. ЕЖЕНЕДЕЛЬНЫЕ ЗАНЯТИЯ С АГЕНТАМИ**	**8**	**7**		**1**	**Зачет**
8	**РАЗДЕЛ 8. ФИНАНСОВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ И ПРОГНОЗИРОВАНИЕ**	**7**	**6**		**1**	**Зачет**
9	**РАЗДЕЛ 9. CRM: МИФЫ И РЕАЛЬНОСТЬ**	**3**	**2**		**1**	**Зачет**
10	**РАЗДЕЛ 10. ОСНОВЫ СОВРЕМЕННОГО МАРКЕТИНГА**	**5**	**4**		**1**	**Зачет**
11	**РАЗДЕЛ 11. ИНСТРУМЕНТЫ МАРКЕТИНГА**	**4**	**3**		**1**	**Зачет**
12	**РАЗДЕЛ 12. КАПИТАЛИЗАЦИЯ БИЗНЕСА И РАБОТА С ИНВЕСТОРАМИ**	**4**	**3**		**1**	**Зачет**
13	**Итоговая аттестация (тестирование)**	**1**	**-**		**1**	**Зачет**
14	**Итого**	**72**	**59**		**13**	

5. УЧЕБНО-ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

дополнительной профессиональной программы повышения квалификации «Руководитель офиса продаж недвижимости»

Цель обучения – получение и совершенствование слушателями необходимых знаний, умений и навыков, необходимых для работы в области реализации вещных прав и прав требования на недвижимость и контроля деятельности работников в агентстве недвижимости или в структурном подразделении.
Категория слушателей – лица, имеющие среднее профессиональное и (или) высшее образование; лица, получающие среднее профессиональное и (или) высшее образование
Трудоемкость обучения: 72 академических часа.
Форма обучения: заочная (с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения).

№ п/п	Наименование компонентов программы	Трудоемкость, ак. ч. [2]				Форма контроля
		Всего	Лекции	Практические занятия / Самостоятельная работа	Контроль	
1	**РАЗДЕЛ 1. БИЗНЕС-МОДЕЛИ АГЕНТСТВ НЕДВИЖИМОСТИ**	**5**	**4**		**1**	**Зачет**
1.1	Главная операционная функция	1	1			
1.2	Виды моделей агентств недвижимости	1	1			
1.3	Как выбрать модель агентства недвижимости	2	2			
1.4.	Промежуточная аттестация по разделу (тестирование)	1	-		1	**Зачет**
2	**РАЗДЕЛ 2. АГЕНТСТВО НЕДВИЖИМОСТИ И ФЕРМА, ЧТО ОБЩЕГО**	**5**	**4**		**1**	**Зачет**
2.1	Что является основой бизнеса?	1	1			
2.2	Агентство как ферма: кто приносит выручку	1	1			
2.3	Пирамида успеха в агентстве недвижимости	2	2			
2.4.	Промежуточная аттестация по разделу (тестирование)	1	-		**1**	**Зачет**
3	**РАЗДЕЛ 3. ЭТАПЫ РАЗВИТИЯ БИЗНЕСА**	**5**	**4**		**1**	**Зачет**

[2] Для всех видов учебной работы, реализуемых с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий, академический час устанавливается продолжительностью 45 минут.

3.1	Жизненные циклы компании по Адизесу	1	1			
3.2	Изобретатели «велосипеда» и уникальных бизнес-процессов	1	1			
3.3	Сколько и как строить агентство недвижимости	2	2			
3.4.	Промежуточная аттестация по разделу (тестирование)	1	-		1	**Зачет**
4	**РАЗДЕЛ 4. РЕКРУТИНГ И ЕГО СМЫСЛ**	**9**	**8**		**1**	**Зачет**
4.1	С чего начинаем рекрутировать	1	1			
4.2	Первая встреча с Кандидатом	1	1			
4.3	Пример проведения собеседования № 1	1	1			
4.4.	Пример проведения собеседование № 2	1	1			
4.5	Формула потребности. Почему мы ее используем при рекрутинге?	1	1			
4.6	Типы коммуникаций. Как работать с типами коммуникаций в рекрутинге?	1	1			
4.7	Мотивы кандидатов. Как использовать их при продаже профессии?	2	2			
4.8	Промежуточная аттестация по разделу (тестирование)	1	-		1	**Зачет**
5	**РАЗДЕЛ 5. ОСНОВЫ И ЦЕЛИ ПРОВЕДЕНИЯ СОБЕСЕДОВАНИЯ**	**7**	**6**		**1**	**Зачет**
5.1	Пример проведения собеседования № 1	1	1			
5.2	Пример проведения собеседование № 2	1	1			
5.3	Кого мы рекрутируем	1	1			
5.4	Идеальный портрет Агента	1	1			
5.5	Первый день кандидата в компании	2	2			
5.6	Промежуточная аттестация по разделу (тестирование)	1	-		1	**Зачет**
6	**РАЗДЕЛ 6. ОБУЧЕНИЕ И ЕГО СМЫСЛ**	**9**	**8**		**1**	**Зачет**
6.1	Выводим агента в офис	1	1			
6.2	Как правильно обучать взрослых	1	1			
6.3	Как учатся взрослые	1	1			
6.4	Заблуждения об обучении взрослых	1	1			
6.5	Как и чему учим?	1	1			
6.6	Как устроены современные	1	1			

	системы обучения?					
6.7	Формула обучения агентов	2	2			
6.8	Промежуточная аттестация по разделу (тестирование)	1			**1**	**Зачет**
7	**РАЗДЕЛ 7. ЕЖЕНЕДЕЛЬНЫЕ ЗАНЯТИЯ С АГЕНТАМИ**	**8**	**7**		**1**	**Зачет**
7.1	Первый день кандидата в компании	1	1			
7.2	Цели руководителей и агентов	1	1			
7.3	Целеполагание: декомпозиция целей стажера	1	1			
7.4	Мотивация и стимуляция агентов	1	1			
7.5	Как оценивать агента	1	1			
7.6	Как не попасть под пресс агентов	2	2			
7.7	Промежуточная аттестация по разделу (тестирование)	1	-		**1**	**Зачет**
8	**РАЗДЕЛ 8. ФИНАНСОВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ И ПРОГНОЗИРОВАНИЕ**	**7**	**6**		**1**	**Зачет**
8.1	Базовая финансовая схема агентства недвижимости	1	1			
8.2	Ключевые финансовые показатели агентства	1	1			
8.3	КТУ и раздел комиссии	1	1			
8.4	Прогнозирование в агентстве недвижимости. Часть 1	1	1			
8.5	Прогнозирование в агентстве недвижимости. Часть 2	2	2			
8.6	Промежуточная аттестация по разделу (тестирование)	1	-		**1**	**Зачет**
9	**РАЗДЕЛ 9. CRM: МИФЫ И РЕАЛЬНОСТЬ**	**3**	**2**		**1**	**Зачет**
9.1	Ложное представление об автоматизации	1	1			
9.2	С чего начинается цифровая гигиена	1	1			
9.3	Промежуточная аттестация по разделу (тестирование)	1			**1**	**Зачет**
10	**РАЗДЕЛ 10. ОСНОВЫ СОВРЕМЕННОГО МАРКЕТИНГА**	**5**	**4**		**1**	**Зачет**
10.1	Цели и задачи маркетинга	1	1			
10.2	Заблуждения о маркетинге	1	1			
10.3	Главные элементы маркетинга	2	2			
10.4	Промежуточная аттестация по разделу (тестирование)	1	-		1	Зачет
11	**РАЗДЕЛ 11. ИНСТРУМЕНТЫ**	**4**	**3**		**1**	**Зачет**

	МАРКЕТИНГА					
11.1	Прежде, чем взять в руки инструмент, подумай	1	1			
11.2	Ключевая ошибка поведения в социальных сетях	1	1			
11.3	Принципы работы YouTube, Дзен, Telegram	1	1			
11.4	Промежуточная аттестация по разделу (тестирование)	1	-		1	Зачет
12	**РАЗДЕЛ 12. КАПИТАЛИЗАЦИЯ БИЗНЕСА И РАБОТА С ИНВЕСТОРАМИ**	**4**	**3**		**1**	**Зачет**
12.1	Что определяет капитализацию проекта: прибыль или рост?	1	1			
12.2	Как правильно работать с инвестором?	1	1			
12.3	Ошибки на старте агентства недвижимости	1	1			
12.4	Промежуточная аттестация по разделу (тестирование)	1	-		**1**	**Зачет**
13	**Итоговая аттестация (тестирование)**	**1**	**-**		**1**	**Зачет**
14	**Итого**	**72**	**59**		**13**	

6. РАБОЧИЕ ПРОГРАММЫ

Вид занятий	**Кол-во часов**	**Наименование раздела, темы и содержание**
РАЗДЕЛ 1. БИЗНЕС-МОДЕЛИ АГЕНТСТВ НЕДВИЖИМОСТИ		
Лекция	1	**Тема 1.1. Главная операционная функция** Что такое основная операционная функция? Как строится бизнес-модель вокруг основной операционной функции?
Лекция	1	**Тема 1.2. Виды моделей агентств недвижимости** Какие модели агентств недвижимости в мире и в России мы видим? Какая бизнес-модель эффективна?

Вид занятий	Кол-во часов	Наименование раздела, темы и содержание
Лекция	2	**Тема 1.3. Как выбрать модель агентства недвижимости** Как выбрать бизнес-модель в зависимости от цели, которую вы перед собой ставите?
Промежуточная аттестация	1	**Зачет по разделу (тестирование)**
РАЗДЕЛ 2. АГЕНТСТВО НЕДВИЖИМОСТИ И ФЕРМА, ЧТО ОБЩЕГО		
Лекция	1	**Тема 2.1. Что является основой бизнеса?**
Лекция	1	**Тема 2.2. Агентство как ферма: кто приносит выручку** На чем зарабатывает Ферма? Кто является нашим клиентом? Вокруг чего строится микроэкономика нашего бизнеса? Почему классические менеджеры не справляются в агентстве недвижимости?
Лекция	2	**Тема 2.3. Пирамида успеха в агентстве недвижимости** Пирамида успеха. Финансовая модель нашего бизнеса.
Промежуточная аттестация	1	**Зачет по разделу (тестирование)**
РАЗДЕЛ 3. ЭТАПЫ РАЗВИТИЯ БИЗНЕСА		

Вид занятий	Кол-во часов	Наименование раздела, темы и содержание
Лекция	1	**Тема 3.1. Жизненные циклы компании по Адизесу** Жизненный циклы компании по Адизесу. Почему мы проваливаемся в бизнесе? Как пройти через долину смерти?
Лекция	1	**Тема 3.2. Изобретатели «велосипеда» и уникальных бизнес-процессов** Классическая бизнес-модель агентства недвижимости.
Лекция	2	**Тема 3.3. Сколько и как строить агентство недвижимости** Как развивать агентство недвижимости? Мотивация отдельных участников процесса? Почему агентство недвижимости не может развиваться на наемных менеджерах? Почему в мире все сети развиваются модель франчайзинга?
Промежуточная аттестация	1	**Зачет по разделу (тестирование)**
РАЗДЕЛ 4. РЕКРУТИНГ И ЕГО СМЫСЛ		
Лекция	1	**Тема 4.1. С чего начинаем рекрутировать** Что такое рекрутинг и чем он отличается от найма? Зачем и кого мы рекрутируем? Как и когда рекрутируем? Каналы поиска рекрутов? Математика рекрутинга?
Лекция	1	**Тема 4.2. Первая встреча с Кандидатом**

Вид занятий	Кол-во часов	Наименование раздела, темы и содержание
Лекция	1	**Тема 4.3. Пример проведения собеседования № 1**
Лекция	1	**Тема 4.4. Пример проведения собеседование № 2**
Лекция	1	**Тема 4.5. Формула потребности. Почему мы ее используем при рекрутинге?** Оценка эффективности рекрутинга? Бизнес-процесс рекрутинга. Цифровые показатели рекрутинга?
Лекция	1	**Тема 4.6. Типы коммуникаций. Как работать с типами коммуникаций в рекрутинге?**
Лекция	2	**Тема 4.7. Мотивы кандидатов. Как использовать их при продаже профессии?**
Промежуточная аттестация	1	**Зачет по разделу (тестирование)**
РАЗДЕЛ 5. ОСНОВЫ И ЦЕЛИ ПРОВЕДЕНИЯ СОБЕСЕДОВАНИЯ		
Лекция	1	**Тема 5.1. Пример проведения собеседования № 1**
Лекция	1	**Тема 5.2. Пример проведения собеседование № 2**
Лекция	1	**Тема 5.3. Кого мы рекрутируем** Приглашаем на собеседование или продаем встречу? Порядок тестирования? Порядок проведения собеседования?
Лекция	1	**Тема 5.4. Идеальный портрет Агента** По каким параметрам оцениваем кандидата? Как объяснить кандидату модель дохода без оклада?

Вид занятий	Кол-во часов	Наименование раздела, темы и содержание
Лекция	2	**Тема 5.5. Первый день кандидата в компании.** Как оцифровать симпатию и лояльность сотрудника?
Промежуточная аттестация	1	**Зачет по разделу (тестирование)**
РАЗДЕЛ 6. ОБУЧЕНИЕ И ЕГО СМЫСЛ		
Лекция	1	**Тема 6.1. Выводим агента в офис** Как общаться со стажером? Как помочь стажеру перейти от ориентации на оклад к доходу от сделок?
Лекция	1	**Тема 6.2. Как правильно обучать взрослых** Что такое обучение взрослых?
Лекция	1	**Тема 6.3. Как учатся взрослые**
Лекция	1	**Тема 6.4. Заблуждения об обучении взрослых**
Лекция	1	**Тема 6.5. Как и чему учим?** Чему и как учить? Программа обучения. Цели, который мы достигаем за счет обучения.
Лекция	1	**Тема 6.6. Как устроены современные системы обучения?** Почему нужно использовать интерактивные системы обучения. В чем разница с очным обучением?
Лекция	2	**Тема 6.7. Формула обучения агентов**
Промежуточная аттестация	1	**Зачет по разделу (тестирование)**

Вид занятий	Кол-во часов	Наименование раздела, темы и содержание
РАЗДЕЛ 7. ЕЖЕНЕДЕЛЬНЫЕ ЗАНЯТИЯ С АГЕНТАМИ		
Лекция	1	**Тема 7.1. Первый день кандидата в компании** Кто отвечает за ежедневный контроль агентов?
Лекция	1	**Тема 7.2. Цели руководителей и агентов** Утро с агентами, как проводить планерку? Роль руководителя на планерке.
Лекция	1	**Тема 7.3. Целеполагание: декомпозиция целей стажера** Как связать личные цели агента с целями агентства.
Лекция	1	**Тема 7.4. Мотивация и стимуляция агентов** Мотивация и стимуляция агентов. За что хвалим и ругаем агентов.
Лекция	1	**Тема 7.5. Как оценивать агента** Показатели эффективности агента.
Лекция	2	**Тема 7.6. Как не попасть под пресс агентов** Кого увольняем и за что.
Промежуточная аттестация	1	**Зачет по разделу (тестирование)**
РАЗДЕЛ 8. ФИНАНСОВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ И ПРОГНОЗИРОВАНИЕ		

Вид занятий	Кол-во часов	Наименование раздела, темы и содержание
Лекция	1	**Тема 8.1. Базовая финансовая схема агентства недвижимости** Финансовое планирование в агентстве недвижимости. Ложные KPI в агентстве недвижимости.
Лекция	1	**Тема 8.2. Ключевые финансовые показатели агентства** Что влияет на финансовые показатели? P&L агентства недвижимости.
Лекция	1	**Тема 8.3. КТУ и раздел комиссии** Кассовые разрывы: причины и устранение. КТУ и раздел комиссионных с агентами.
Лекция	1	**Тема 8.4. Прогнозирование в агентстве недвижимости. Часть 1**
Лекция	2	**Тема 8.5. Прогнозирование в агентстве недвижимости. Часть 2**
Промежуточная аттестация	1	**Зачет по разделу (тестирование)**
РАЗДЕЛ 9. CRM: МИФЫ И РЕАЛЬНОСТЬ		

Вид занятий	Кол-во часов	Наименование раздела, темы и содержание
Лекция	1	**Тема 9.1. Ложное представление об автоматизации** Ложное представление об автоматизации. Почему внедрение CRM часто не дает результата. Цели автоматизации. Что нельзя автоматизировать. Разбираем CRM Vysotsky Estate
Лекция	1	**Тема 9.2. С чего начинается цифровая гигиена.** Что такое информационная гигиена.
Промежуточная аттестация	1	**Зачет по разделу (тестирование)**
РАЗДЕЛ 10. ОСНОВЫ СОВРЕМЕННОГО МАРКЕТИНГА		
Лекция	1	**Тема 10.1. Цели и задачи маркетинга** Как изменился маркетинг за последние 5 лет. Что такое маркетинг доверия?
Лекция	1	**Тема 10.2. Заблуждения о маркетинге**
Лекция	2	**Тема 10.3. Главные элементы маркетинга** Что такое контент-маркетинг? Акционизм и почему за ним будущее?
Промежуточная аттестация	1	**Зачет по разделу (тестирование)**
РАЗДЕЛ 11. ИНСТРУМЕНТЫ МАРКЕТИНГА		

Вид занятий	Кол-во часов	Наименование раздела, темы и содержание
Лекция	1	**Тема 11.1. Прежде, чем взять в руки инструмент, подумай** Обзор доступных инструментом маркетинга. Что и какой инструмент решает в маркетинге. Расходы на маркетинг.
Лекция	1	**Тема 11.2. Ключевая ошибка поведения в социальных сетях**
Лекция	1	**Тема 11.3. Принципы работы YouTube, Дзен, Telegram** На какие показатели нужно обратить внимание. Анализ показателей эффективности маркетинга.
Промежуточная аттестация	1	**Зачет по разделу (тестирование)**
РАЗДЕЛ 12. КАПИТАЛИЗАЦИЯ БИЗНЕСА И РАБОТА С ИНВЕСТОРАМИ		
Лекция	1	**Тема 12.1. Что определяет капитализацию проекта: прибыль или рост?** Из каких показателей строится капитализация нашего бизнеса? Как продать агентство недвижимости как готовый бизнес?

Вид занятий	Кол-во часов	Наименование раздела, темы и содержание
Лекция	1	**Тема 12.2. Как правильно работать с инвестором?** Как привлекать инвесторов. Что ожидают инвесторы? Как разговаривать с инвесторами.
Лекция	1	**Тема 12.3. Ошибки на старте агентства недвижимости** Как развивать бизнес?
Промежуточная аттестация	1	**Зачет по разделу (тестирование)**
Итоговая аттестация	1	**Зачет (итоговое тестирование)**

7. КАЛЕНДАРНЫЙ УЧЕБНЫЙ ГРАФИК

дополнительной профессиональной программы повышения квалификации «Руководитель офиса продаж недвижимости»

Календарный график обучения является примерным, составляется и утверждается для каждой группы.

Срок освоения программы — 6 недель. Начало обучения — по мере набора группы.

Примерный режим занятий: 5 раз в неделю по 2 академических часа. Итоговая аттестация проводится на 6-й неделе обучения.

№ п/п	Наименование компонентов программы	1 нед.	2 нед.	3 нед.	4 нед.	5 нед.	6 нед.
1.	РАЗДЕЛ 1. БИЗНЕС-МОДЕЛИ АГЕНТСТВ НЕДВИЖИМОСТИ	5					
2.	РАЗДЕЛ 2. АГЕНТСТВО НЕДВИЖИМОСТИ И ФЕРМА, ЧТО ОБЩЕГО	5					
3.	РАЗДЕЛ 3. ЭТАПЫ РАЗВИТИЯ БИЗНЕСА	2	3				
4.	РАЗДЕЛ 4. РЕКРУТИНГ И ЕГО СМЫСЛ		9				
5.	РАЗДЕЛ 5. ОСНОВЫ И ЦЕЛИ ПРОВЕДЕНИЯ СОБЕСЕДОВАНИЯ			7			
6.	РАЗДЕЛ 6. ОБУЧЕНИЕ И ЕГО СМЫСЛ			4	5		
7.	РАЗДЕЛ 7. ЕЖЕНЕДЕЛЬНЫЕ ЗАНЯТИЯ С АГЕНТАМИ				7	1	
8.	РАЗДЕЛ 8. ФИНАНСОВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ И ПРОГНОЗИРОВАНИЕ					7	
9.	РАЗДЕЛ 9. CRM: МИФЫ И РЕАЛЬНОСТЬ					3	
10.	РАЗДЕЛ 10. ОСНОВЫ СОВРЕМЕННОГО МАРКЕТИНГА						5
11.	РАЗДЕЛ 11. ИНСТРУМЕНТЫ МАРКЕТИНГА						4
12.	РАЗДЕЛ 12. КАПИТАЛИЗАЦИЯ БИЗНЕСА И РАБОТА С ИНВЕСТОРАМИ						4
13.	Итоговая аттестация (зачет)						1
14.	ВСЕГО	12	12	11	12	11	14

8. ОЦЕНКА КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ

Формы аттестации

Программой предусмотрена текущая, промежуточная и итоговая аттестация слушателей.

Для проведения текущей, промежуточной и итоговой аттестации разработан фонд оценочных средств, являющийся неотъемлемой частью учебно-методического комплекса.

Объектами оценивания выступают:

степень освоения теоретических знаний;

уровень овладения практическими умениями и навыками по всем видам учебной работы.

Текущий контроль знаний проводится посредством тестирования на образовательной платформе на протяжении всего обучения по программе.

Текущий контроль знаний включает в себя проверку качества знаний, умений и навыков, которыми они овладели на определенном этапе обучения посредством выполнения упражнений и в иных формах, установленных преподавателем.

Промежуточная аттестация — оценка качества усвоения обучающимися содержания учебных разделов непосредственно по завершении их освоения, проводимая в форме зачета посредством тестирования или в иных формах в соответствии с учебным планом.

Промежуточная аттестация проводится по результатам освоения следующих разделов программы:

РАЗДЕЛ 1. БИЗНЕС-МОДЕЛИ АГЕНТСТВ НЕДВИЖИМОСТИ

РАЗДЕЛ 2. АГЕНТСТВО НЕДВИЖИМОСТИ и ФЕРМА, ЧТО ОБЩЕГО

РАЗДЕЛ 3. ЭТАПЫ РАЗВИТИЯ БИЗНЕСА

РАЗДЕЛ 4. РЕКРУТИНГ И ЕГО СМЫСЛ

РАЗДЕЛ 5. ОСНОВЫ И ЦЕЛИ ПРОВЕДЕНИЯ СОБЕСЕДОВАНИЯ

РАЗДЕЛ 6. ОБУЧЕНИЕ И ЕГО СМЫСЛ

РАЗДЕЛ 7. ЕЖЕНЕДЕЛЬНЫЕ ЗАНЯТИЯ С АГЕНТАМИ

РАЗДЕЛ 8. ФИНАНСОВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ И ПРОГНОЗИРОВАНИЕ

РАЗДЕЛ 9. CRM: МИФЫ И РЕАЛЬНОСТЬ

РАЗДЕЛ 10. ОСНОВЫ СОВРЕМЕННОГО МАРКЕТИНГА

РАЗДЕЛ 11. ИНСТРУМЕНТЫ МАРКЕТИНГА

РАЗДЕЛ 12. КАПИТАЛИЗАЦИЯ БИЗНЕСА И РАБОТА С ИНВЕСТОРАМИ

Промежуточная аттестация проводится форме зачета посредством тестирования в учебное время, отводимое на изучение данных разделов.

Прошедшим промежуточную аттестацию выставляется оценка «зачтено» по каждому разделу программы. Оценка «зачтено» ставится при прохождении теста и получении 80% и более положительных ответов.

Итоговая аттестация — процедура, проводимая с целью установления уровня знаний обучающихся с учетом прогнозируемых результатов обучения и требований к результатам освоения программы.

Слушатель допускается к итоговой аттестации после изучения разделов и тем программы в объеме, предусмотренном учебным планом.

Для аттестации обучающихся на соответствие их персональных достижений требованиям соответствующей образовательной программы созданы фонды оценочных средств, включающие типовые задания, тесты и методы контроля, позволяющие оценить знания и умения.

Обучающимся, успешно прошедшим итоговую аттестацию, выдаются удостоверения о повышении квалификации установленного образца.

При освоении программы параллельно с получением среднего профессионального или высшего образования удостоверения о повышении квалификации выдаются одновременно с получением соответствующего документа о среднем профессиональном или высшем образовании.

Лицам, не прошедшим итоговую аттестацию или получившим на итоговой аттестации неудовлетворительные результаты, а также лицам, освоившим часть программы и (или) отчисленным из образовательной организации, выдается справка об обучении или о периоде обучения по образцу, устанавливаемому организацией.

9. ПРОГРАММА ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Обучающиеся допускаются к итоговой аттестации после изучения разделов и тем программы в объеме, предусмотренном учебным планом программы.

Оценка качества освоения учебной программы проводится в процессе итоговой аттестации в форме зачета посредством электронного тестирования.

Оценка	Критерии оценки
Зачтено	Оценка «Зачтено» выставляется слушателю, если он твердо знает материал курса, грамотно и по существу использует его, не допуская существенных неточностей в ответе на тестовые вопросы, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения. Не менее 80% правильных ответов при решении итогового теста.
Не зачтено	Оценка «Не зачтено» выставляется слушателю,

	который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями решает практические вопросы или не справляется с ними самостоятельно. Менее 80% правильных ответов при решении итогового теста.

Лицам, успешно освоившим программу и прошедшим итоговую аттестацию, выдаётся удостоверение о повышении квалификации установленного образца.

Лицам, не прошедшим итоговую аттестацию или получившим на итоговой аттестации неудовлетворительные результаты, а также лицам, освоившим часть программы и (или) отчисленным из образовательной организации, выдается справка об обучении или о периоде обучения по образцу, устанавливаемому организацией.

10. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

Примерная тематика вопросов теста для промежуточной аттестации:

Раздел 1. БИЗНЕС-МОДЕЛИ АГЕНТСТВ НЕДВИЖИМОСТИ

Вопрос 1.
Вставьте пропущенные слова
Основная (главная) операционная функция - это _____процесс, который приносит _____предприятию

Ответ: основная (главная) операционная функция - это ключевой процесс, который приносит основную прибыль предприятию

Вопрос 2.
Назовите основную операционную функцию классического агентства недвижимости?

a) рекрутинг
b) услуга клиентам, которые хотят продать/купить недвижимость
c) обучение

Вопрос 3.
Назовите основную операционную функцию агентства недвижимости новостроек.

a) арбитраж рекламного трафика
b) услуга клиентам, которые хотят продать/купить недвижимость
c) обучение

Вопрос 4.
Назовите основную операционную функцию агентства недвижимости как отдела продаж застройщика?

a) рекрутинг
b) услуга клиентам, которые хотят продать/купить недвижимость
c) outstaffing

Вопрос 5.
В чем основной недостаток модели «агентство недвижимости по продаже новостроек»?

a) продукт конечен, новостройки могут перестать строить
b) расходы на генерацию лидов растут
c) рентабельность продажи лидов снижается

Вопрос 6.
В чем основной недостаток модели «агент с ассистентами»

a) бизнес сложно открыть
b) быстро заканчиваются клиенты и их дорого привлекать
c) бизнес зависим от состояния и желания работать главного агента

Вопрос 7.
В чем основной недостаток модели «классическое агентство недвижимости»?

a) продукт конечен, новостройки могут перестать строить
b) бизнес сложно масштабировать
c) невысокая скорость выхода в точку безубыточности

Вопрос 8.
Какой формат агентства недвижимости невозможно масштабировать?

a) агент с ассистентами
b) продажа новостроек
c) классическое агентство недвижимости

Вопрос 9.
Какой формат агентства недвижимости дает наибольшую капитализацию?

a) агент с ассистентами
b) агентство по продаже новостроек
c) классическое агентство недвижимости

Вопрос 10.
Какой формат агентства недвижимости наиболее зависим от бюджета на рекламу

a) агент с ассистентами
b) агентство по продаже новостроек
c) классическое агентство недвижимости

Раздел 2. АГЕНТСТВО НЕДВИЖИМОСТИ И ФЕРМА, ЧТО ОБЩЕГО

Вопрос №1
Почему нельзя рекрутировать людей, которые долгое время не работали?

a) нельзя утроить доход человека, который до этого был ноль
b) безработного долго учить
c) у безработного нет денег заплатить за обучение

Вопрос №2
Как выгоднее действовать с агентом?

a) мотивировать агента увеличивать свой доход каждый год
b) обучать агента увеличивать свой доход каждый год
c) создавать условия чтобы агент со стабильным доходом не уходил из агентства

Вопрос №3
Когда агент уходит из агентства?

a) когда ему нечего больше взять от агентства
b) когда ему не дают лиды
c) когда его не устраивает атмосфера

Вопрос №4
Вы хотите получить выручку в 18 млн рублей. В вашем городе лучшие агенты делают выручку 2 млн рублей в год. Какое количество агентов в общей сумме нужно вам рекрутировать?

a) 50 агентов
b) 11 агентов
c) 9 агентов

Вопрос №5
Вы хотите получить выручку в 60 млн рублей. Лучшие агенты в вашем городе делают выручку 5 млн рублей в год. Какое количество агентов в общей сумме нужно вам рекрутировать?

a) 15 агентов
b) 62 агента
c) 67 агентов

Вопрос №6
Три безусловно успешных агента сделали выручку по комиссии 11 млн рублей. Сколько сделали остальные агенты?

a) 22 млн рублей
b) 27,5 млн рублей
c) 25 млн рублей

Вопрос №7
Как называется агент, который начал делать сделки, но не может это сделать стабильно?

a) восходящая звезда
b) бешеная собака
c) проблемный ребенок

Вопрос №8
Как называется агент, который стабильно делает сделки и дает выручку?

a) проблемный ребенок
b) бешеная собака
c) дойная корова

Вопрос №9
Что нужно делать с Бешеной Собакой?

a) изолировать от всех и уволить
b) попробовать ее переубедить
c) отправить на переобучение

Вопрос №10
Можно ли всех агентов обучать одному и тому?

a) Нет
b) да

Раздел 3. ЭТАПЫ РАЗВИТИЯ БИЗНЕСА

Вопрос №1
Расставьте этапы жизненного цикла компании в правильном порядке. (тип теста порядок)

a) смерть
b) бюрократия
c) ранняя бюрократия
d) аристократизм
e) стабильность
f) расцвет
g) юность
h) давай-давай
i) младенчество
j) выхаживание

Вопрос №2
Что нельзя делать руководителю на этапе младенчества?

a) часто отлучаться из офиса
b) придумывать новые виды бизнеса
c) продавать бизнес

Вопрос №3
В чем опасность стадии давай-давай

a) руководитель распыляется и не фокусируется на основных процессах
b) руководитель не делегирует свои процессы
c) руководитель часто отлучается из офиса

Вопрос №4
В чем ловушка руководителя на стадии юности?

a) руководитель распыляется и не фокусируется на основных процессах
b) руководитель не делегирует свои процессы
c) руководитель часто отлучается из офиса

Вопрос №5
Можно ли брать на стадии младенчества руководителей из крупных стабильных компаний?

a) нет
b) да, конечно, они знают как строить большой бизнес

Вопрос №6

На какой стадии лучше всего основателю компании отойти от оперативного управления?

a) младенчество
b) давай-давай
c) юность
d) расцвет

Вопрос №7
Что делать правильнее?

a) строить свои индивидуальные бизнес-процессы
b) брать готовые и работать
c) брать готовые и переделывать под себя

Вопрос № 8
Каким количеством людей мы можем управлять напрямую

a) 7
b) 10
c) 9

Вопрос №9
Отметьте бизнес процессы, которые можно поручить новичку агенту? (множественный выбор)

a) захват лида
b) первая встреча
c) диагностика потребности
d) продажа контракта
e) переговоры по ценке

Вопрос №10
При каком количестве агентских групп наступает предел управляемости офисом?

a) 3
b) 5
c) 7

Раздел 4. РЕКРУТИНГ И ЕГО СМЫСЛ

1. Чем отличается найм от рекрутинга?

a) найм - это подбор кандидата на конкретную позицию, а рекрутинг - это оценка подойдет ли позиция кандидату;
b) рекрутинг - это подбор кандидата на конкретную позицию, а найм - это оценка подойдет ли позиция кандидату;
c) найм и рекрутинг по сути одинаковые процессы поиска кандидатов;

2. С чего начинается рекрутинг?

a) с работы с источниками кандидатов;
b) с оценки откликов и анкет кандидатов;
c) с проведения собеседований;

3 Кто отвечает за поиск кандидатов и приглашение на собеседование;

a) штатный рекрутер или администратор;
b) непосредственный руководитель;
c) внешнее HR-агентство;

4. Может ли рекрутер самостоятельно проводить собеседование?

a) да
b) нет

5 Что самое важное нужно сделать при проведении собеседования?

a) продать выгоду профессии агента по недвижимости;
b) оценить подойдет ли кандидат под позицию;
c) отобрать кандидатов, наилучшим образом подходящих под работу агентом;

6. Как использовать формулу Потребности при проведении собеседования?

a) выявить потребность кандидата для продажи выгоды профессии агента;
b) по формуле можно определить тип коммуникаций;
c) по формуле можно определить навыки человека;

7. Как проверить, есть ли у кандидата Потребность в росте доходов?

a) дать задания для анализа прилагаемых кандидатом усилий;
b) поговорить о проблемах в его жизни;
c) поговорить о том сколько он раньше зарабатывал;

8. Для чего мы у кандидата спрашиваем у кандидата про его семью?

a) проверяем способность кандидата к установке личного доверия с незнакомыми людьми;
b) проверяем способность кандидата излагать мысли;
c) проверяем навыки кандидата продавать себя на встрече;

9. Для чего мы опрашиваем кандидата о его образовании?

a) потому нельзя брать агентов без высшего образования;
b) проверяем способность кандидата у обучению;
c) проверяем насколько он хорошо учился;

10. Для чего мы спрашиваем у кандидата про цели на ближайшие годы?

a) проверить криминальность мышления;
b) через цели понять мотивы и мотивацию;
c) понять готов ли кандидат связать свою жизнь с нашей компанией;

11. Вы перед собой видите эмоциональную женщина, проявляет нервозность, нетерпеливость, при этом задающую много вопросов. Какой тип коммуникаций у данного кандидата?

a) решающий с аналитичным поровну;
b) решающий с продвигающим поровну;
c) аналитичный и продвигающий поровну;

12. Кандидат молодой человек, который много говорит о своих достижениях, идеях. Рассказывает о друзьях и знакомых. Какой тип коммуникаций у данного кандидата?

a) продвигающий с объединяющим поровну;
b) продвигающий с аналиличным поровну;
c) решающий с продвигающим поровну;

13. Кандидат говорит резко, быстро, просит задавать вопросы по делу. Просит рассказать о цели проведения собеседования. Какой тип коммуникаций у данного кандидата?

a) ярко выраженный решающий;
b) ярко выраженный аналитичный

c) ярко выраженный объединяющий;

14. Для чего нам нужно определять тип коммуникаций?
a) понять подойдет ли агентская деятельность кандидату
b) понять подойдет ли такой кандидат на должность;
c) понять криминальность мышления кандидата;

Раздел 5. ОСНОВЫ И ЦЕЛИ ПРОВЕДЕНИЯ СОБЕСЕДОВАНИЯ

Вопрос 1. Кандидатов какого возраста мы рекрутируем?
a) молодежь 18-25, потому что она технически продвинутая;
b) 50+, потому что они имеют жизненный опыт и пенсию в виде подушки безопасности;
c) 25-45, потому что они уже имеют опыт, но еще не вышли из активного возраста.

Вопрос 2. Рекрутируем мужчин или женщин? И в каком соотношении?
a) 70% женщин, 30% мужчин
b) 50/50
c) только мужчин, они активны и ничего не боятся
d) только женщин, они терпеливы

Вопрос 3. Кого рекрутируем: новичков или опытных агентов?
a) лучше без опыта;
b) 50/50
c) только опытные

Вопрос 4. Нужно ли обязательно ли высшее образование?
a) да, показывает способность учиться
b) нет, не важно

Вопрос 5. Какие профессии лучше не брать? (множественный выбор)
a) ранее работал в рекламе
b) ранее работа в милиции
c) ранее работал в бухгалтерии
d) ранее работал в продажах машин
e) ранее работал в туризме
f) ранее работал в it
g) ранее работал аналитиком
h) ранее работал в страховой

Вопрос 6. Кандидат не хочет заполнять анкеты, что делаем?
a) вежливо объясняем, зачем это нужно
b) заполняем на собеседовании
c) выгоняем кандидата с собеседования

Вопрос 7. Кандидат на собеседовании резко отказывается отвечать на вопросы о семье?
a) оставляем поле пустым, так как не самая важная информация
b) заканчиваем собеседование, выяснив причину отказа
c) вежливо объясняем, зачем говорить о семье

Вопрос 8. Отметьте сильные стороны стажера (множественный выбор)
a) дергает и задает много вопросов по делу

b) тихо выполняет задание и не беспокоит
c) взял задание и ушел делать, не задавая вопросов
d) хорошо умеет слушать
e) умеет четко делать то, что прописано в процессе
f) подходит творчески к процессу
g) готов работать под критикой и давлением
h) не тратит время на лишнее обучение
i) записывает за вами, когда задает вопрос
j) жесткий и бескомпромиссный
k) считает деньги и бьется за свою комиссию
l) смиряется с неудачами

Вопрос 9. Отметьте слабые стороны стажера (множественный выбор)
a) дергает и задает много вопросов по делу
b) тихо выполняет задание и не беспокоит
c) взял задание и ушел делать, не задавая вопросов
d) хорошо умеет слушать
e) умеет четко делать то, что прописано в процессе
f) подходит творчески к процессу и импровизирует
g) готов работать под критикой и давлением
h) не тратит время на лишнее обучение
i) записывает за вами, когда задает вопрос
j) жесткий и бескомпромиссный
k) считает деньги и бьется за свою комиссию
l) смиряется с неудачами

Вопрос 10. Причины неуспеха кандидата (множественный выбор)
a) не работает по процессу
b) у вас плохая клиентская база
c) боится и не верит в себя
d) вы заставляете агента дорого продавать свои услуги
e) не верит в ваше обучение
f) вы не доучили агента
g) делает малый объем контактов с потенциальными клиентами
h) вы мало уделяете времени агенту

Раздел 6. ОБУЧЕНИЕ И ЕГО СМЫСЛ

1. На что обращать особое внимание на собеседовании?
a) Мотивация сотрудника
b) Внешность сотрудника
c) Опыт работника

2. Хороший агент берет на себя _____ за хороший результат.

3. Сотрудник, ориентированный на оклад
a) Оценивает себя через призму оклада
b) Ненавидит начальство
c) Не умеет работать в свободном графике
d) Ждет авансу и зарплату
e) Стремится учиться
f) Любит действовать, чтобы заработать больше

g) Сам несет ответственность за свой результат и зарплату

4. Фаза перехода стажеров от ориентации на оклад к ответственности за результат занимает:
a) 1 год
b) 1 месяц
c) Полгода
d) 2 года

5. Наши конкуренты в рекрутинге:
a) Зарплатные работодатели
b) Другие агентства
c) Застройщики

6. Расставьте по порядку понимание стажера
a) Я не знаю, что я знаю
b) Я знаю, что чего-то не знаю
c) Я всё знаю

7. Какие утверждения верны?
a) Взрослый человек не запоминает с первого раза 100% информации
b) Эксперт, чтобы обучать людей, должен обладать знаниями, как обучать
c) Взрослые сопротивляются обучению
d) Руководитель группы должен знать, как обучать взрослых
e) Если человек не хочет учиться, выгоняйте его в поля.
f) Продавец колбасы легко продаст квартиру
g) Новичок всегда прислушивается к эксперту
h) Одиночный мастер-класс лучше ежедневного обучения
i) Учебная программа не нужна

8. Цель взрослого — получить от обучения определенный _____

9. Чтобы человек учился, нужно погрузить его в состояние осознанной _____

10. Класс учится со скоростью:
a) Одинаковой
b) Самого медленного ученика
c) Самого быстрого ученика

11. Расставьте действия по порядку
a) Дать обучение
b) Дать задание

12. Расставьте этапы осознания по порядку
a) Академическая компетентность
b) Неосознанная компетентность
c) Осознанная компетентность
d) Осознанная некомпетентность
e) Неосознанная некомпетентность

13. Как давать информацию?
a) Всю сразу

b) Шагами сначала всю теорию
c) Шагами: немного теории - практика, немного теории - практика

14. Соотнесите понятия с вопросами, на которые они отвечают
a) Макрообучение — что делать?
b) Микрообучение — как делать?

15. Начинающему агенту нужно:
a) Макрообучение
b) Микрообучение
c) Оба блока, начинаем с микрообучения
d) Оба блока, начинаем с макрообучения

16. Вставьте слова
Изменение поведения = _____ x _____ x _____

17. Руководитель отвечает за:
a) Обучение
b) Веру
c) Действие

Раздел 7. ЕЖЕНЕДЕЛЬНЫЕ ЗАНЯТИЯ С АГЕНТАМИ

1. Первый год агент должен быть в офисе
a) Каждый, или почти каждый день
b) Раз в неделю
c) 2 раза в неделю

2. Цели агента и руководителя всегда _____

3. Цель определяется: (множественный выбор)

a) Ценой цели
b) Датой цели
c) Планом достижения
d) Размером выручки
e) Количеством продаж

4. Почему стажер работает плохо?
a) Вы не разобрались с его целями и не объяснили, как он может к ним прийти.
b) Вы не подружились со стажером
c) Ваш стажер боится продавать
d) Стажер не понимает ваши цели

5. Соотнесите понятия
a) Стимул — раздражающий страшный фактор
b) Мотивация — работа с целями агента

6. Хвалить людей нужно не за результат, а за _____

7. Хороший агент (множественный выбор)
a) Трудолюбивый

b) Упорный
c) Способный терпеть неудачи
d) Работает по стандартам
e) Работает на фарте
f) Громкий
g) Красивый
h) Бросает то, что скучно

8. Что из перечисленного поможет не попасть под пресс агентов? (Множественный выбор)
a) Иногда продавать самому
b) Выстроить границы
c) Не ругать систему обучения
d) Обучать агентов лично
e) Выполнять все желания агента
f) Не подписывать договора — отдавать агенту

9. Какое слово нужно пресекать сразу? _____

10. Сколько руководителей у стажера?
a) 1
b) 2
c) Сколько угодно

Раздел 8. ФИНАНСОВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ И ПРОГНОЗИРОВАНИЕ

1. Если мы в базовом понимании процесса по прохождению выручки, налогооблагаемой базы заблуждаемся и строим неправильную схему, наш бизнес: (множественный ответ)
a) Нерентабельный
b) Низкомаржинальный
c) Рисковый в плане налогообложения
d) Прибыльный
e) Успешный
f) Интересный для инвестора

2. Постройте белую схему работы между агентством, клиентом и агентов в правильном порядке.
a) Агентство
b) Агент
c) Клиент

3. Выберите правильный вариант при работе по белой схеме:
a) Агент — заказчик услуги юриста.
b) Агент — подчиненный юриста
c) Юрист защищает интересы продавца

4. Посчитайте вашу выручку, если клиент заплатил агенту комиссию 150 000 рублей. При упрощенной системе налогообложения.

Правильный ответ: 66270

5. Ваша выручка — это:

a) Абонентские платежи от агента
b) Комиссия от клиента
c) Комиссия от клиента минус налог
d) Комиссия от клиента минус комиссия агента

6. Вставьте слово:

Недвижимость дает возможность нашим абонентам платить дорого за наш _____

7. KPI в бизнесе недвижимости — это

a) Количество встреч агента
b) Количество звонков агента
c) Средний чек с операции
d) Доход за время сотрудничества с агентом

8. Задачи руководителя (Множественный выбор)

a) Научить агента продавать время дорого
b) Не давать снижать средний чек
c) Устраивать здоровую конкуренцию
d) Удерживать лучших агентов
e) Самому ходить в «поля»
f) Ждать от агента высоких чеков
g) Заниматься рекламой
h) Грозить увольнением

9. Распределите по столбцам

Техническая работа

a) Найти вид
b) Квалифицировать вид
c) Вытащить на встречу
d) Подготовить объект к рекламе
e) Принимать звонки
f) Показывать объект и закрывать

Экспертная работа

a) Анализировать потребности
b) Демонстрировать решение и подписывать договор
c) Вести переговоры по цене
d) Получать аванс/задаток

10. Как разделить комиссию?

a) Новичку и эксперту поровну
b) Новичку меньше, в зависимости от задач
c) Новичку больше, ведь он и делает больше

11. Откуда берутся кассовые разрывы? (Множественный выбор)

a) Вы следите только за выручкой, а не за деятельностью агента
b) Вы не наращиваете витрину
c) Мало агентов
d) Недостаточно рекламы
e) Контракты распределены между новичками и экспертами равномерно
f) Вы сосредоточены на количестве новых лидов

12. На сколько месяцев отложена выручка в агентстве недвижимости?
a) 6
b) 4
c) 2
d) Отложенности нет

Раздел 9. CRM: МИФЫ И РЕАЛЬНОСТЬ

1. Отметьте правильные варианты
a) Агентство недвижимости может работать только с CRM
b) Агент может работать без автоматизации
c) Выручка агентства ВСЕГДА зависит от наличия CRM
d) Руководитель агентства не всегда видит картину лучше, даже если есть CRM
e) Создать автоматизированное обучение агентов важнее, чем завести CRM систему
f) CRM система — система учетности
g) CRM система отвечает на вопрос «что меня ждет завтра?»

2. Вы придете к успеху, если
a) Купите CRM систему и подгоните под себя
b) Разработаете и создадите бизнес-процессы, а уже потом поставите CRM

3. Агент звонил Петру 14 января. Петр уезжает в командировку на 2 недели. Что делает агент?
a) Создает напоминание на 14 января со всей информацией по звонку и пометкой перезвонить 28 января.
b) Создает напоминание на 28 января. Прописывает данные Петра: кто он, какая собственность, почему отказался от встречи.

4. Вставьте слово.
Главная цель заведения данных в CRM системы — увидеть _____ задачи

5. Расставьте в правильном порядке Правила работы с информацией
a) Обучить агентов правильно вносить информацию
b) Сформулировать набор правил, как вносить информацию
c) Создать календарь встреч
d) Рекрутировать агентов

6. CRM система будет бесполезна, пока: (множественный выбор)
a) Агенты не начнут ее заполнять
b) Вы не приучите себя и агентов правильно ею пользоваться
c) Вы не купите самую последнюю и дорогую версию
d) Не наймете специального человека, чтобы он вносил данные

Раздел 10. ОСНОВЫ СОВРЕМЕННОГО МАРКЕТИНГА

1. Маркетинг — это:

a) Рекрутинг
b) Реклама
c) Лидогенерация
d) Радио

2. Что может обнулить ваш маркетинг
a) Необученный, неграмотный агент
b) Реклама на чужую аудиторию
c) Фото на сайте плохого качества

3. Почему новым агентствам тяжело получить хороших агентов?
a) Нет истории
b) Нет бюджета
c) Нет знакомых агентов
d) Не знают, где искать

4. Если я рекрутирую 3000 стажеров, сколько касаний с потенциальным клиентом они мне принесут? _____

5. Расставьте по порядку
Пришел собственник
a) Агент подписал эксклюзив на витрину
b) Научили агента
c) Наняли агента
d) Лиды идут к вам, когда вы:

6. Наша ЦА
a) Покупатели и продавцы
b) Агенты

7. Какие посылы лежат в основе маркетинга? (Множественный выбор)
a) Отстройка от конкурентов: мои агенты по другому говорят, выглядят, используют эксклюзивный набор инструментов
b) Месседжи который несет агент — промоматериалы с пользой для клиента
c) Логистика: чем больше контактов в полях тем больше охват
d) Создание креативной рекламы: чем интереснее ролик — тем больше внимания
e) Программы на радио: чем чаще — тем больше лидов

8. Главная задача агента:
a) Раздавать промоматериалы — залезать в голову собственника
b) Работать ради комиссии
c) Учиться самостоятельно на Ютубе

9. Вставьте слово
Дал денег — дал _____

10. Что важнее?
a) Сайт
b) Отзовик

Раздел 11. ИНСТРУМЕНТЫ МАРКЕТИНГА

1. Расставьте по порядку инструменты рекламы по степени результативности
a) Радио
b) Поисковики
c) ТВ
d) Соц сети

2. Какие соцсети делятся трафиком?
a) YouTube
b) Instagram
c) Telegram
d) Дзен
e) RuTube

3. Мы можем использовать любые инструменты рекламы, но они не сработают, если у нас нет _____

4. Самая большая ошибка
a) Использовать только один канал связи с аудиторией
b) Рекламировать себя на зарубежных платформах
c) Идти в наружную рекламу

5. О чем говорить в контенте? (Множественный выбор)
a) О себе
b) О качестве своего продукта
c) Копируем звезд
d) О том, что болит у людей
e) О трендах и проблемах широких масс

6. Расставьте в порядке очередности действия:
a) Упаковать
b) Прописать решение
c) Найти, что болит у аудитории

7. Как искать нарратив
a) Сесть и отсмотреть самые популярные видео в своем направлении. Прочитать комментарии и вытащить боли.
b) Придумать
c) Подсмотреть у конкурента
d) Вообще не искать — это бесполезная трата времени

8. Кликбайтными на ютубе должны быть (множественный выбор)
a) Заголовок
b) Обложка
c) Ваше лицо
d) Информация в видео

9. Расставьте по порядку важности, на что смотрят YouTube и Яндекс.Дзен, чтобы решить, показывать ли вас большему количеству людей.
a) Количество комментариев и лайков
b) Глубина просмотров удержание аудитории

c) CTR

10. Сейчас работает маркетинг
a) Внимания
b) Понимания
c) Подражания
d) Хвастовства

11. Что нужно учитывать, если давать рекламу в телеграм-каналах? (Множественный выбор)
a) Стоимость просмотра
b) Сколько подписчиков смотрят пост
c) Нативность рекламы
d) Тему канала, чтобы точно совпадала с вашей
e) Как канал находят люди
f) Точку зрения хозяина канала
g) Нравится ли вам этот канал

12. Вставьте слово
Байт — это короткая фраза 2-3 слова в которой содержится _____, и он позволяет нам обратить внимание на публикацию.

Раздел 12. КАПИТАЛИЗАЦИЯ БИЗНЕСА И РАБОТА С ИНВЕСТОРАМИ

1. Может ли быть ваша прибыль меньше, или такой же, чем у ваших агентов?
a) Первые год-полтора
b) Нет, моя всегда выше
c) Да, пару месяцев каждый год

2. Как «убить свой» бизнес? (Множественный выбор)
a) Отдавать лучшие Лиды «любимчику»
b) Смотреть на агентство только через призму операционной выручки
c) Набрать агентов без опыта
d) Отдыхать на островах
e) Не подключить CRM-систему

3. Сопоставить:
a) Агент - продажи. Всегда в контакте с покупателем
b) Основатель агентства - развитие. Цель получать дивиденды без работы в полях

4. ВСТАВИТЬ СЛОВО
Инвестор не любит рисковать. Поэтому хочет инвестировать в _____ бизнес. (Проверенный)

5. Если инвестор вкладывает 6-7 миллионов в бизнес, сколько он получает в конце года?
a) 1,8 миллиона
b) 600 тысяч
c) Все инвестированные 6-7 миллионов + процент

6. Сопоставить
a) Инвестор - Получает процент и долю в росте капитала

b) Кредитор - Не участвует в капитализации бизнеса

7. Расставьте офисы по эффективности от самого эффективного до совсем не эффективного.
a) Вы сам себе человек-оркестр. Инвестируете и занимаете сразу 3-5 должностей.
b) Вы работаете с женой/мужем. Один из вас инвестор, второй управляющий.
c) Вы инвестор, у вас есть независимый управляющий.

8. Какие ошибки часто совершают на старте агентства недвижимости? (Множественный выбор)
a) Не выделяют зарплатных позиции
b) Не ведут штатное расписание
c) Если закрывают позиции сотрудников, не учитывают себя в зарплате
d) Набирают в агенты знакомых
e) Берут кредиты на развитие
f) Дают рекламу локально

9. На что смотрит приходящий инвестор?
a) Чистый доход
b) Количество агентов
c) Вашу способность совмещать в себе управляющего, инвестора и бухгалтера

10. На какую доходность рассчитывает инвестор, вкладывая средства в ваш бизнес?
a) 30-40%
b) 20-25%
c) 6-7%
d) 50%

Примерные вопросы итогового теста:

1. Назовите основную операционную функцию классического агентства недвижимости?
a) рекрутинг
b) услуга клиентам, которые хотят продать/купить недвижимость
c) обучение

2. Назовите основную операционную функцию агентства недвижимости как отдела продаж застройщика?
a) рекрутинг
b) услуга клиентам, которые хотят продать/купить недвижимость
c) outstaffing

3. Когда агент уходит из агентства?
a) когда ему нечего больше взять от агентства
b) когда ему не дают лиды
c) когда его не устраивает атмосфера

4. В чем основной недостаток модели «классическое агентство недвижимости»?
a) продукт конечен, новостройки могут перестать строить
b) бизнес сложно масштабировать

c) невысокая скорость выхода в точку безубыточности

5. Какой формат агентства недвижимости дает наибольшую капитализацию?
a) агент с ассистентами
b) агентство по продаже новостроек
c) классическое агентство недвижимости

6. Вы хотите получить выручку в 60 млн рублей. Лучшие агенты в вашем городе делают выручку 5 млн рублей в год. Какое количество агентов в общей сумме нужно вам рекрутировать?
a) 15 агентов
b) 62 агента
c) 67 агентов

7. На какой стадии лучше всего основателю компании отойти от оперативного управления?
a) младенчество
b) давай-давай
c) юность
d) расцвет

8. Что самое важное нужно сделать при проведении собеседования?
a) продать выгоду профессии агента по недвижимости;
b) оценить подойдет ли кандидат под позицию;
c) отобрать кандидатов, наилучшим образом подходящих под работу агентом;

9. Для чего нам нужно определять тип коммуникаций?
a) понять подойдет ли агентская деятельность кандидату
b) понять подойдет ли такой кандидат на должность;
c) понять криминальность мышления кандидата;

10. Фаза перехода стажеров от ориентации на оклад к ответственности за результат занимает:
a) 1 год
b) 1 месяц
c) полгода
d) 2 года

11. KPI в бизнесе недвижимости — это
a) Количество встреч агента
b) Количество звонков агента
c) Средний чек с операции
d) Доход за время сотрудничества с агентом

12. CRM система будет бесполезна, пока: (множественный выбор)
a) Агенты не начнут ее заполнять
b) Вы не приучите себя и агентов правильно ею пользоваться
c) Вы не купите самую последнюю и дорогую версию
d) Не наймете специального человека, чтобы он вносил данные

13. Почему новым агентствам тяжело получить хороших агентов?
    a) Нет истории
    b) Нет бюджета
    c) Нет знакомых агентов
    d) Не знают, где искать

14. Какие соцсети делятся трафиком?
    a) YouTube
    b) Instagram
    c) Telegram
    d) Дзен
    e) RuTube

15. Сейчас работает маркетинг
    a) Внимания
    b) Понимания
    c) Подражания
    d) Хвастовства

16. Что нужно учитывать, если давать рекламу в телеграм-каналах? (Множественный выбор)
    a) Стоимость просмотра
    b) Сколько подписчиков смотрят пост
    c) Нативность рекламы
    d) Тему канала, чтобы точно совпадала с вашей
    e) Как канал находят люди
    f) Точку зрения хозяина канала
    g) Нравится ли вам этот канал

17. На что смотрит приходящий инвестор?
    a) Чистый доход
    b) Количество агентов
    c) Вашу способность совмещать в себе управляющего, инвестора и бухгалтера

18. Если мы в базовом понимании процесса по прохождению выручки, налогооблагаемой базы заблуждаемся и строим неправильную схему, наш бизнес: (множественный ответ)
    a) Нерентабельный
    b) Низкомаржинальный
    c) Рисковый в плане налогообложения
    d) Прибыльный
    e) Успешный
    f) Интересный для инвестора

19. Цель определяется: (множественный выбор)

    a) Ценой цели
    b) Датой цели
    c) Планом достижения
    d) Размером выручки
    e) Количеством продаж

20. Ваша выручка — это:
    a) Абонентские платежи от агента
    b) Комиссия от клиента
    c) Комиссия от клиента минус налог
    d) Комиссия от клиента минус комиссия агента

11. ОРГАНИЗАЦИОННО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ

Лекционные занятия проводятся с целью теоретической подготовки слушателей. Цель лекции - дать систематизированные основы знаний по учебной теме, акцентировав внимание на наиболее сложных вопросах темы занятия. Лекция должна стимулировать активную познавательную деятельность слушателей, способствовать формированию самостоятельного мышления.

Реализация программы осуществляется с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

Реализация программы обеспечивается педагогическими кадрами, имеющими соответствующее профессиональное образование и отвечающими квалификационным требованиям, указанным в квалификационных справочниках, и (или) профессиональным стандартам, в рамках изучаемого цикла.

Обучающимся предоставляется доступ (удаленный доступ) к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам,

электронной библиотеке, состав которых определяется настоящей программой.

При осуществлении дистанционного обучения слушателям выдаются логин и пароль для вхождения на образовательную платформу, с помощью которой необходимо будет реализовывать требования программы.

Форма итоговой аттестации по дополнительной профессиональной программе повышения квалификации - зачет посредством решения электронных тестовых заданий.

Обучающийся допускается к итоговой аттестации после изучения учебных материалов в объеме, предусмотренном учебным планом.

Лица, освоившие дополнительную профессиональную программу повышения квалификации и успешно прошедшие итоговую аттестацию, получают документ установленного образца – удостоверение о повышении квалификации.

12. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ

12.1. Образовательная организация располагает материально-технической базой, обеспечивающей проведение предусмотренных программой всех видов учебных занятий.

12.2. Образовательная организация имеет необходимое серверное оборудование, обеспечивающее функционирование электронной информационно-образовательной среды, и высокоскоростной канал доступа к электронной информационно-образовательной среде.

12.3. Обучение проводится посредством электронной образовательной среды (платформы) https://www.ispring.ru/ispring-learn. Доступ к электронной образовательной среде (платформе) осуществляется через личный кабинет по адресу https://realtutor.ispringlearn.ru или с официального сайта образовательной организации https://realtutor.ru (кнопка перехода на платформу обучения).

Данные об образовательной платформе iSpring LMS (правообладатель — ООО «Ричмедиа»):

свидетельство о государственной регистрации программы для ЭВМ «iSpring LMS» № 2026614838, дата государственной регистрации в Реестре программ для ЭВМ 18 февраля 2026 г.;

свидетельство о государственной регистрации программы для ЭВМ «iSpring Learn» (прежнее наименование платформы) № 2019662969, дата государственной регистрации в Реестре программ для ЭВМ 7 октября 2019 г.;

сведения в едином реестре российских программ для ЭВМ и баз данных: https://reestr.digital.gov.ru/search/?q=ispring;

сведения в реестре операторов, осуществляющих обработку персональных данных: https://pd.rkn.gov.ru/operators-registry/operators-list/?id=12-14-001153;

сертификат соответствия № СДС.ФР.СМ.00970.24: система менеджмента информационной безопасности ООО «Ричмедиа» соответствует требованиям ISO/IEC 27001:2022; дата регистрации 8 июля 2024 г., срок действия до 8 июля 2027 г. (орган по сертификации — ООО «Федеральный Регистр»).

Платформа iSpring LMS позволяет:

12.3.1. размещать обучающие материалы и задания;

12.3.2. загружать обучающимся выполненные задания, а также вопросы в адрес преподавателя;

12.3.3. проводить обучающие вебинары, задавать вопросы преподавателю в форме текстовых сообщений;

12.3.4. осуществлять контроль прогресса изучения учебных материалов, количества выполненных обучающимися заданий, а также проверять выполненные ими задания.

12.4. Для освоения образовательной программы обучающийся должен иметь доступ в сеть интернет, а также персональный компьютер, смартфон или планшет. Используемое для обучения программное обеспечение и техника обучающегося должны соответствовать следующим техническим требованиям (по данным разработчика платформы: https://www.ispring.ru/ispring-learn/tech-specs):

12.4.1. для персонального компьютера: браузер Google Chrome версии 121 и выше, Microsoft Edge версии 121 и выше, Mozilla Firefox версии 122 и выше или Safari версии 16 и выше; операционная система, поддерживающая указанные версии браузеров; стабильное подключение к сети интернет.

12.4.2. для смартфона или планшета: операционная система iOS версии 16.0 и выше или Android версии 10.0 и выше; доступ к обучению через браузер или мобильное приложение платформы (адрес аккаунта: realtutor.ispringlearn.ru).

13. ИНФОРМАЦИОННЫЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ

Список литературы:

1. Высоцкая Т.В., Смирнов С.А. Бука 2.0. Большая учебная книга агента. – Москва, 2024. – 320 с. – ISBN 978-5-9900133-4-6.

2. Смирнов С.А., Высоцкая Т.В. Бетонное казино 2.0. – Москва, 2024. – 240 с. – ISBN 978-5-9900133-3-9.

Интернет-ресурсы:

ГАРАНТ [Электронный ресурс]: справочно-правовая система. – Режим доступа: http://www.garant.ru/, свободный.

КОДЕКС [Электронный ресурс]: информационно-правовая система. – Режим доступа: http://www.kodeks.ru/, свободный.

КонсультантПлюс [Электронный ресурс]: официальный сайт. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/, свободный.