

УТВЕРЖДАЮ
Приказом № 1 от 10.02.2023 г.
Генеральный директор
ООО «Реалтьютор»
/Высоцкая Т. В./



ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ПРОГРАММА
повышения квалификации

«Руководитель офиса продаж недвижимости»

Объем программы (трудоемкость): 72 академических часа

Срок освоения программы — 7 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. 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 01.07.2013 № 499 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным профессиональным программам», 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 74 академических часа.

1.5. Срок освоения программы — 7 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: 74 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 / Самостоятельная работа	Контроль	
1	РАЗДЕЛ 1. БИЗНЕС-МОДЕЛИ АГЕНТСТВ НЕДВИЖИМОСТИ	4	3		1	Зачет
2	РАЗДЕЛ 2. АГЕНТСТВО НЕДВИЖИМОСТИ И ФЕРМА, ЧТО ОБЩЕГО	4	3		1	Зачет
3	РАЗДЕЛ 3. ЭТАПЫ РАЗВИТИЯ БИЗНЕСА	4	3		1	Зачет
4	РАЗДЕЛ 4. РЕКРУТИНГ И ЕГО СМЫСЛ	8	7		1	
5	РАЗДЕЛ 5. ОСНОВЫ И ЦЕЛИ ПРОВЕДЕНИЯ СОБЕСЕДОВАНИЯ	6	5		1	Зачет
6	РАЗДЕЛ 6. ОБУЧЕНИЕ И ЕГО СМЫСЛ	8	7		1	Зачет
7	РАЗДЕЛ 7. ЕЖЕНЕДЕЛЬНЫЕ ЗАНЯТИЯ С АГЕНТАМИ	7	6		1	Зачет
8	РАЗДЕЛ 8. ФИНАНСОВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ И ПРОГНОЗИРОВАНИЕ	6	5		1	Зачет
9	РАЗДЕЛ 9. CRM: МИФЫ И РЕАЛЬНОСТЬ	3	2		1	
10	РАЗДЕЛ 10. ОСНОВЫ СОВРЕМЕННОГО МАРКЕТИНГА	4	3		1	Зачет
11	РАЗДЕЛ 11.	4	3		1	Зачет

¹ Для всех видов аудиторных занятий академический час устанавливается продолжительностью 45 минут.

	ИНСТРУМЕНТЫ МАРКЕТИНГА					
12	РАЗДЕЛ 12. КАПИТАЛИЗАЦИЯ БИЗНЕСА И РАБОТА С ИНВЕСТИТОРАМИ	4	3		1	Зачет
13	РАЗДЕЛ 13. ДИСТРИБУЦИЯ НОВОСТРОЕК ЧЕРЕЗ АГЕНТСКИЕ СЕТИ	5	4		1	Зачет
14	РАЗДЕЛ 14. ЮРИДИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ В УПРАВЛЕНИИ АГЕНТСТВА НЕДВИЖИМОСТИ	6	5		1	Зачет
15	Итоговая аттестация (тестирование)	1	-		1	Зачет
16	Итого	74	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: 74 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 / Самостоятель- ная работа	Контроль	
1	РАЗДЕЛ 1. БИЗНЕС- МОДЕЛИ АГЕНТСТВ НЕДВИЖИМОСТИ	4	3		1	Зачет
1.1	Главная операционная функция	1	1			
1.2	Виды моделей агентств недвижимости	1	1			
1.3	Как выбрать модель агентства недвижимости	1	1			
1.4.	Промежуточная аттестация по разделу (тестирование)	1	-		1	Зачет
2	РАЗДЕЛ 2. АГЕНТСТВО НЕДВИЖИМОСТИ И ФЕРМА, ЧТО ОБЩЕГО	4	3		1	Зачет
2.1	Что является основой бизнеса?	1	1			
2.2	Агентство ферма, агенты – дойные коровы	1	1			
2.3	Пирамида успеха в агентстве недвижимости	1	1			
2.4.	Промежуточная аттестация по разделу (тестирование)	1	-		1	Зачет
3	РАЗДЕЛ 3. ЭТАПЫ РАЗВИТИЯ БИЗНЕСА	4	3		1	Зачет
3.1	Жизненные циклы компании по Адизесу	1	1			
3.2	Изобретатели «велосипеда» и	1	1			

² Для всех видов аудиторных занятий академический час устанавливается продолжительностью 45 минут.

	уникальных бизнес-процессов					
3.3	Сколько и как строить агентство недвижимости	1	1			
3.4.	Промежуточная аттестация по разделу (тестирование)	1	-		1	Зачет
4	РАЗДЕЛ 4. РЕКРУТИНГ И ЕГО СМЫСЛ	8	7		1	
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?	1	1			
4.8	Промежуточная аттестация по разделу (тестирование)	1	-		1	Зачет
5	РАЗДЕЛ 5. ОСНОВЫ И ЦЕЛИ ПРОВЕДЕНИЯ СОБЕСЕДОВАНИЯ	6	5		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	1	1			
5.6	Промежуточная аттестация по разделу (тестирование)	1	-		1	Зачет
6	РАЗДЕЛ 6. ОБУЧЕНИЕ И ЕГО СМЫСЛ	8	7		1	Зачет
6.1	Вывод 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 системы обучения?	1	1			
6.7	Формула обучения агентов	1	1			
6.8	Промежуточная аттестация по	1			1	Зачет

	разделу (тестирование)					
7	РАЗДЕЛ 7. ЕЖЕНЕДЕЛЬНЫЕ ЗАНИЯТИЯ С АГЕНТАМИ	7	6		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	1	1			
7.7	Промежуточная аттестация по разделу (тестирование)	1	-		1	Зачет
8	РАЗДЕЛ 8. ФИНАНСОВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ И ПРОГНОЗИРОВАНИЕ	6	5		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	1	1			
8.6	Промежуточная аттестация по разделу (тестирование)	1	-		1	Зачет
9	РАЗДЕЛ 9. CRM: МИФЫ И РЕАЛЬНОСТЬ	3	2		1	
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	4	3		1	Зачет
10.1	Цели и задачи маркетинга	1	1			
10.2	Заблуждения о маркетинге	1	1			
10.3	Главные элементы маркетинга	1	1			
10.4	Промежуточная аттестация по разделу (тестирование)	1	-		1	Зачет
11	РАЗДЕЛ 11. ИНСТРУМЕНТЫ МАРКЕТИНГА	4	3		1	Зачет
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 ИНВЕСТИТОРАМИ	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	РАЗДЕЛ 13. ДИСТРИБУЦИЯ НОВОСТРОЕК ЧЕРЕЗ АГЕНТСКИЕ СЕТИ	5	4		1	Зачет
13.1	Специфика бизнеса застройщика	1	1			
13.2	Основы динамического ценообразования	1	1			
13.3	Управление витриной объектов	1	1			
13.4	Продажа или поиск покупателей	1	1			
13.5	Промежуточная аттестация по разделу (тестирование)	1	-		1	Зачет
14	РАЗДЕЛ 14. ЮРИДИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ В УПРАВЛЕНИИ АГЕНТСТВА НЕДВИЖИМОСТИ	6	5		1	Зачет
14.1	Юридические аспекты в управлении агентством недвижимости	1	1			
14.2	Форма отношений “агентство – агент”	1	1			
14.3	Форма отношений “агент – клиент”	1	1			
14.4	Отчетность и постановка на учет в КФМ	1	1			
14.5	Роль юриста агентства недвижимости в сделке	1	1			
14.6	Промежуточная аттестация по разделу (тестирование)	1	-		1	Зачет

15	Итоговая аттестация (тестирование)	1	-		1	Зачет
16	Итого	74	59		15	

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?
Лекция	1	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?

Вид занятий	Кол-во часов	Наименование раздела, темы и содержание
Лекция	1	Тема 2.2. Агентство ферма, агенты – дойные коровы На чем зарабатывает Ферма? Кто является нашим клиентом? Вокруг чего строится микроэкономика нашего бизнеса? Почему проваливаются в нашем бизнес классические менеджеры?
Лекция	1	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		
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.

Вид занятий	Кол-во часов	Наименование раздела, темы и содержание
Лекция	1	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
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	1	Тема 4.7. Мотивы кандидатов. Как использовать их при продаже профессии?

Вид занятий	Кол-во часов	Наименование раздела, темы и содержание
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 продать идею работать без зарплаты?
Лекция	1	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. Вывод агента в офис Как общаться со стажером? Проблема зарплатной наркомании? Как выводить человека из зарплатной зависимости?
Лекция	1	Тема 6.2. Как правильно обучать взрослых Что такое обучение взрослых?
Лекция	1	Тема 6.3. Как учатся взрослые

Вид занятий	Кол-во часов	Наименование раздела, темы и содержание
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	1	Тема 6.7. Формула обучения агентов
Промежуточная аттестация	1	Зачет по разделу (тестирование)
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 Почему агенту плевать на ваши цели.
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.

Вид занятий	Кол-во часов	Наименование раздела, темы и содержание
Лекция	1	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		
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	1	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 не работает ни одна CRM в России. 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	1	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?
Лекция	1	Тема 12.2. Как правильно работать с инвестором? Как привлекать инвесторов. Что ожидают инвесторы? Как разговаривать с инвесторами.

Вид занятий	Кол-во часов	Наименование раздела, темы и содержание
Лекция	1	Тема 12.3. Ошибки на старте агентства недвижимости Как развивать бизнес?
Промежуточная аттестация	1	Зачет по разделу (тестирование)
РАЗДЕЛ 13. ДИСТРИБУЦИЯ НОВОСТРОЕК ЧЕРЕЗ АГЕНТСКИЕ СЕТИ		
Лекция	1	Тема 13.1. Специфика бизнеса застройщика
Лекция	1	Тема 13.2. Основы динамического ценообразования
Лекция	1	Тема 13.3. Управление витриной объектов
Лекция	1	Тема 13.4. Продажа или поиск покупателей
Промежуточная аттестация	1	Зачет по разделу (тестирование)
РАЗДЕЛ 14. ЮРИДИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ В УПРАВЛЕНИИ АГЕНТСТВОМ НЕДВИЖИМОСТИ		
Лекция	1	Тема 14.1. Форма отношений “агентство - агент”
Лекция	1	Тема 14.2. Форма отношений “агент - клиент”
Лекция	1	Тема 14.3. Отчетность и постановка на учет в КФМ
Лекция	1	Тема 14.4. Роль юриста агентства недвижимости в сделке
Лекция	1	Тема 14.5. Учет и хранение архива сделок
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 — 7 недель. Начало обучения — по мере набора группы.

Примерный режим занятий: 5 раз в неделю по 2 - 3 академических часа³. Итоговая аттестация проводится согласно графику.

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

³ Для всех видов аудиторных занятий академический час устанавливается продолжительностью 45 минут.

13.	РАЗДЕЛ 13. ДИСТРИБУЦИЯ НОВОСТРОЕК ЧЕРЕЗ АГЕНТСКИЕ СЕТИ							5
14.	РАЗДЕЛ 14. ЮРИДИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ В УПРАВЛЕНИИ АГЕНТСТВА НЕДВИЖИМОСТИ							6
15.	Итоговая аттестация (зачет)							1
16.	ВСЕГО	10	10	10	10	10	12	12

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 обучающихся проводится преподавателем, ведущим занятия в учебной группе, на протяжении всего обучения по программе.

Текущий контроль знаний включает в себя наблюдение преподавателя за учебной работой обучающихся и 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 ИНВЕСТИТОРАМИ

РАЗДЕЛ 13. ДИСТРИБУЦИЯ НОВОСТРОЕК ЧЕРЕЗ АГЕНТСКИЕ СЕТИ

РАЗДЕЛ 14. ЮРИДИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ В УПРАВЛЕНИИ АГЕНТСТВА НЕДВИЖИМОСТИ

Промежуточная аттестация проводится в 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 удостоверение о повышении квалификации выдается 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?

- а) рекрутинг
- б) услуга клиентам, которые хотят продать/купить недвижимость
- в) обучение

Вопрос 3.

Назовите основную операционную функцию агентства недвижимости новостроек.

- а) арбитраж рекламного трафика
- б) услуга клиентам, которые хотят продать/купить недвижимость
- в) обучение

Вопрос 4.

Назовите основную операционную функцию агентства недвижимости как отдела продаж застройщика?

- а) рекрутинг
- б) услуга клиентам, которые хотят продать/купить недвижимость
- в) outstaffing

Вопрос 5.

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

- а) продукт конечен, новостройки могут перестать строить
- б) расходы на генерацию лидов растут
- в) рентабельность продажи лидов снижается

Вопрос 6.

В чем основной недостаток модели «агент с ассистентами»

- а) бизнес сложно открыть
- б) быстро заканчиваются клиенты и их дорого привлекать
- в) бизнес зависим от состояния и желания работать главного агента

Вопрос 7.

В чем основной недостаток модели «классическое агентство недвижимости»?

- а) продукт конечен, новостройки могут перестать строить
- б) бизнес сложно масштабировать
- в) 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

- с) 67 агентов

Вопрос №6

Три безусловно успешных агента сделали выручку по комиссии 11 млн рублей. Сколько сделали остальные агенты?

- а) 22 млн рублей
- б) 27,5 млн рублей
- с) 25 млн рублей

Вопрос №7

Как называется агент, который начал делать сделки, но не может это сделать стабильно?

- а) восходящая звезда
- б) бешеная собака
- с) проблемный ребенок

Вопрос №8

Как называется агент, который стабильно делает сделки и дает выручку?

- а) проблемный ребенок
- б) бешеная собака
- с) дойная корова

Вопрос №9

Что нужно делать с Бешеной Собакой?

- а) изолировать от всех и уволить
- б) попробовать ее переубедить
- с) отправить на переобучение

Вопрос №10

Можно ли всех агентов обучать одному и тому?

- а) Нет
- б) да

Раздел 3. ЭТАПЫ РАЗВИТИЯ БИЗНЕСА

Вопрос №1

Расставьте этапы жизненного цикла компании в правильном порядке. (тип теста порядок)

- а) выхаживание
- б) младенчество
- с) давай-давай
- д) юность
- е) расцвет
- ф) стабильность
- г) аристократизм
- h) ранняя бюрократия
- і) бюрократия
- ј) смерть

Вопрос №2

Что нельзя делать руководителю на этапе младенчества?

- а) часто отлучаться из офиса
- б) придумывать новые виды бизнеса
- с) 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 цене

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 женщину, 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 аналитичным 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 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 _____ (ответственность) за хороший результат.
3. Зарплатной наркоман
 - 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 из зарплатной наркомании 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 всё знаю
 - b) Я знаю, что чего-то не знаю
 - c) Я не знаю, что я 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 _____ (результат)

9. Чтобы человек учился, нужно погрузить его в состояние осознанной _____ (некомпетенции)
10. Класс учится со скоростью:
- Одинаковой
 - Самого медленного ученика
 - Самого быстрого ученика
11. Расставьте действия по порядку
- Дать задание
 - Дать обучение
12. Расставьте этапы осознания по порядку
- Неосознанная некомпетентность
 - Осознанная некомпетентность
 - Осознанная компетентность
 - Неосознанная компетентность
 - Академическая компетентность
13. Как давать информацию?
- Всю сразу
 - Шагами сначала всю теорию
 - Шагами: немного теории - практика, немного теории - практика
14. Соотнесите понятия с вопросами, на которые они отвечают
- Макрообучение — что делать?
 - Микрообучение — как делать?
15. Начинающему агенту нужно:
- Макрообучение
 - Микрообучение
 - Оба блока, начинаем с микрообучения
 - Оба блока, начинаем с макрообучения
16. Вставьте слова
Изменение поведения = _____ x _____ x _____ (обучение, вера, действие)
17. Руководитель отвечает за:
- Обучение
 - Вера
 - Действие

Раздел 7. ЕЖЕНЕДЕЛЬНЫЕ ЗАНЯТИЯ С АГЕНТАМИ

1. Первый год агент должен быть в офисе
- Каждый, или почти каждый день
 - Раз в неделю
 - 2 раза в неделю
2. Цели агента и руководителя всегда _____ (разные)
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 _____ (действие)
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? _____ (давайте)
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) Клиент
 - b) Агент
 - c) Агентство
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 _____ (сервис)
7. КРІ 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 _____ (будущие) задачи
5. Расставьте в правильном порядке Правила работы с информацией
- a) Рекрутировать агентов
 - b) Создать календарь встреч
 - c) Сформулировать набор правил, как вносить информацию
 - d) Обучить агентов правильно вносить информацию
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? _____ (15 000)
5. Расставьте по порядку
Лиды идут к вам, когда вы:
- a) Наняли агента
 - b) Научили агента
 - c) Агент подписал эксклюзив на витрину
 - d) Пришел собственник
6. Наша ЦА
- a) Покупатели и продавцы
 - b) Агенты

7. Какие послы 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 _____ (визитку)
10. Что важнее?
- a) Сайт
 - b) Отзовик

Раздел 11. ИНСТРУМЕНТЫ МАРКЕТИНГА

1. Расставьте по порядку инструменты рекламы по степени результативности
- a) Соц сети
 - b) ТВ
 - c) Поисковики
 - d) Радио
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 _____ (идеи)
4. Самая большая ошибка
- a) Использовать только один канал связи с аудиторией
 - b) Рекламирывать 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:
- а) Найти, что болит у аудитории
 - б) Прописать решение
 - в) Упаковать
7. Как искать нарратив
- а) Сесть и отсмотреть самые популярные видео в своем направлении. Прочитать комментарии и вытащить боли.
 - б) Придумать
 - в) Подсмотреть у конкурента
 - г) Вообще не искать — это бесполезная трата времени
8. Кликбайтными на ютубе должны быть (множественный выбор)
- а) Заголовок
 - б) Обложка
 - в) Ваше лицо
 - г) Информация в видео
9. Расставьте по порядку важности, на что смотрят YouTube и Яндекс.Дзен, чтобы решить, показывать ли вас большему количеству людей.
- а) CTR
 - б) Глубина просмотров удержание аудитории
 - в) Количество комментариев и лайков
10. Сейчас работает маркетинг
- а) Внимания
 - б) Понимания
 - в) Подражания
 - г) Хвастовства
11. Что нужно учитывать, если давать рекламу в телеграм-каналах? (Множественный выбор)
- а) Стоимость просмотра
 - б) Сколько подписчиков смотрят пост
 - в) Нативность рекламы
 - г) Тему канала, чтобы точно совпадала с вашей
 - д) Как канал находят люди
 - е) Точку зрения хозяина канала
 - ж) Нравится ли вам этот канал
12. Вставьте слово
Байт — это короткая фраза 2-3 слова в которой содержится _____ (смысл посыл), и он позволяет нам обратить внимание на публикацию.

Раздел 12. КАПИТАЛИЗАЦИЯ БИЗНЕСА И РАБОТА С ИНВЕСТИТОРАМИ

1. Может ли быть ваша прибыль меньше, или такой же, чем у ваших агентов?
- а) Первые год-полтора
 - б) Нет, моя всегда выше
 - в) 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 инвестор, у вас есть независимый управляющий.
 - b) Вы работаете с женой/мужем. Один из вас инвестор, второй управляющий.
 - c) Вы сам себе человек-оркестр. Инвестируете и занимаете сразу 3-5 должностей.
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 из зарплатной наркомании 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, акцентируя 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 входа 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.

Материально-техническая база образовательной организации включает помещение с необходимым оборудованием для доступа в интернет по выделенному каналу.

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.ispringsolutions.com>. Доступ к электронной образовательной среде (платформе) осуществляется через личный кабинет на официальном сайте образовательной организации: <https://realtutor.ru>.

Данные об образовательной платформе:

Свидетельство о государственной регистрации программ для ЭВМ:

<https://ispri.ng/ZN9X5> iSpring Market

<https://reestr.digital.gov.ru/search/?q=ispring>

Внесение в Реестр Российского ПО <https://pd.rkn.gov.ru/operators-registry/operators-list/?id=12-14-001153>

Сертификат соответствия системы менеджмента информационной безопасности ISO/IEC 27001:2013: <https://ispri.ng/v03XX>

Платформа <https://www.ispringsolutions.com> 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 или смартфон. Используемое для обучения программное обеспечение и техника

обучающегося должны соответствовать следующим техническим требованиям:

12.4.1. для персонального компьютера: процессор с частотой работы от 1.5ГГц, Память ОЗУ объемом не менее 4 Гб, Жесткий диск объемом не менее 128 Гб, Монитор от 10 дюймов с разрешением от 1440*900 точек (пикселей), ОС Windows 7+ или Mac OS X от 10.7+, Браузер Google Chrome последней версии.

12.4.2. для смартфона: операционная система Android версии 5.0 и выше, а также ОС iOS версии 10.0 и выше. оперативная память от 1 гб и выше, экран от 720×1280 и выше, Браузер Google Chrome последней версии.

13. ИНФОРМАЦИОННЫЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ

Список литературы:

1. Смирнов С.А., Высоцкая Т.В. Бука. Большая учебная книга агента. – ЛитРес, 2022. – 230 с.
2. Смирнов С.А., Высоцкая Т.В. Бетонное казино. - ЛитРес, 2020. – 240 с.

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.consultan.ru>, свободный.