

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное
учреждение высшего образования
«Тюменский государственный университет»

СОГЛАСОВАНО
Руководитель дополнительной
образовательной программы


(подпись)
М.П.
«13» октября 2022 г.


(инициалы, фамилия)

УТВЕРЖДАЮ
Директор Центра дополнительного
образования ТюмГУ


М.П.

А.А. Яковлев

22 октября 2022

ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПЕРЕПОДГОТОВКИ

«Эксперт в сфере недвижимости»

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

1.1. Цель

Формирование знаний, умений и навыков в сфере недвижимости, продаж и риэлтерского дела через практико-применимые инструменты и практические занятия для повышения конкурентоспособности выпускников на рынке труда, а также для обеспечения кадрового потенциала отраслей сферы недвижимости.

1.2. Требования к обучающемуся

На обучение по программе приглашаются лица, имеющие или получающие высшее или среднее профессиональное образование без предъявления требований к направлениям подготовки и профилям (специальностям).

1.3. Трудоемкость обучения

Общая трудоемкость программы – 252 академических часа.

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ

2.1. Для программы профессиональной переподготовки

2.1.1. Характеристика нового вида деятельности, новой квалификации

Выпускник по программе профессиональной переподготовки для выполнения нового вида профессиональной деятельности, приобретения новой квалификации «Эксперт в сфере недвижимости» в соответствии с целями программы и задачами профессиональной деятельности должен обладать следующими основными профессиональными компетенциями (ПК):

ПК1. Компетенция в сфере исследований и анализа рынка недвижимости, включающая в себя готовность применять исследовательский инструментарий к рынку недвижимости актуального региона, представление о правилах функционирования и развитии рынка недвижимости.

ПК2. Компетенция в сфере прямых продаж, включающая в себя общее представление о правилах маркетинга и продаж, уверенное владение инструментарием продаж, пониманием специфических инструментов и подходов продаж в сфере недвижимости с учетом особенностей конкретного рынка.

ПК3. Компетенция в сфере инвестиций, включающая в себя понимание процессов финансового рынка, инструментов и способов инвестиций в недвижимость, а также готовность к трансляции своей экспертизы.

ПК4. Компетенция в сфере переговоров, включающая в себя готовность вести позиционную коммуникацию, выбирать, занимать и отстаивать позицию в переговорах, в том числе вести стрессовые переговоры и переговоры с различными категориями адресатов.

2.1.2. Перечень дополнительных компетенций

К дополнительным компетенциям, формированию и развитию которых способствует освоение дополнительной образовательной программы, относятся:

коммуникация, публичные выступления, анализ информации, аргументация, способность к дебатам, навыки доказывания позиции.

3. СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПЕРЕПОДГОТОВКИ

3.1. Учебный план без применения дистанционных образовательных технологий и электронного обучения

Наименование дисциплин	Общая трудоемкость, час.	Всего, ауд. час.	Аудиторные занятия, час.			СРС, час.	Промежуточная аттестация		
			Лекции	Лабораторные работы	Практические занятия, семинары		Зачет	Экзамен	Иное
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1. Вводный модуль в формате «Welcome-день»	20	8	4	-	4	10	2	-	-
2. Исследования рынка. Рынок новостроек.	28	12	6	-	6	12	4	-	-
3. Недорогая ипотека: введение в ипотечное кредитование	28	12	6	-	6	12	4	-	-
4. Исследования рынка. Рынок загородной недвижимости	28	12	6	-	6	12	4	-	-
5. Инвестиции в недвижимость	28	12	8	-	4	12	4	-	-
6. Маркетинг в сфере недвижимости	28	10	6	-	4	14	4	-	-
7. Как продать что угодно и кому угодно?	28	12	6	-	6	12	4	-	-
8. Клуб переговорщиков	28	12	6	-	6	12	4	-	-
Практическая проектная работа	30	30	-	-	30	-	-	-	-
Итоговая аттестация в формате защиты проектной работы	6	6	-	-	6	-	-	-	-
Итого:	252	126	48	-	72	96	30	-	-
Итоговая аттестация	Защита итоговой аттестационной работы.								

3.2. Содержание программы профессиональной переподготовки

Раздел 1. Вводный модуль в формате «Welcome-день» (20 часов)

Тема 1.1. Знакомство с компанией (2 часа).

1. История сферы недвижимости в России и за рубежом;
2. История федерального риэлтерского агентства «Этажи».

Тема 1.2. Люди в недвижимости. Кадровый потенциал сферы и компании (2 часа).

1. Стартовые позиции в компании;
2. Истории успеха сотрудников.

Перечень практических занятий

Номер темы	Наименование практического занятия
Тема 1.1.	1. Практическое задание «Представь как звезду» (1 час).
	2. Формирование портрета успешного сотрудника (1 час).
Тема 1.2.	1. Самостоятельная работа. Формирование личного пути успеха (1 час).
	2. Самостоятельная работа «Изучение сайта Этажи», «УТП компании» (1 час).

Промежуточная аттестация – зачет в формате фронтального опроса по содержанию раздела.

Раздел 2. Исследования рынка. Рынок новостроек (28 часов)

Тема 2.1 Что такое новостройки (2 часа)

Тема 2.2 Презентация застройщиков (4 часа)

Перечень практических занятий

Номер темы	Наименование практического занятия
Тема 2.1.	Изучение рынка новостроек по открытой базе АН «Этажи» (2 часа).
Тема 2.2.	Экскурсии по застройщикам города, посещение строительных площадок и презентационных объектов недвижимости, в том числе в формате онлайн (4 часа).

Промежуточная аттестация – зачет в формате фронтального опроса по содержанию раздела.

Раздел 3. Недорогая ипотека: введение в ипотечное кредитование (28 часов)

Тема 3.1. Ипотека. Основные термины и понятия (3 часа).

- 1 Что такое ипотека. История возникновения ипотеки и ее составляющие;
- 2 Кому можно оформить ипотеку. Портрет клиента;
- 3 Что можно оформить в ипотеку? Виды объектов.

Тема 3.2. Такая разная ипотека (3 часа).

- 1 Виды ипотеки (под залог, рефинансирование, новая ипотека, траншевая ипотека)
2. Виды господдержки по ипотеке.
- 3 Динамика рынка ипотеки за последние десять лет (на примере Тюменской области, России и иностранных регионов присутствия АН «Этажи»).

Перечень практических занятий

Номер темы	Наименование практического занятия
Тема 3.1.	1. Решение задач в группах (1 час). 2. Квиз - игра (1 час).
Тема 3.2.	1. Самостоятельная работа. Расчет ипотеки по кейсам (2 часа). 2. Самостоятельная работа. Изучение условий государственных программ, получение льготной ипотеки (2 часа).

Промежуточная аттестация – зачет в формате фронтального опроса по содержанию раздела.

Раздел 4. Исследования рынка. Рынок загородной недвижимости (28 часов)

Тема 4.1. Обзор внутренних и внешних процессов загородной недвижимости (6 часов).

1. Знакомство со структурой отдела, функциональная карта отдела и бизнес-процессы;
- 2 Загородная недвижимость и что к ней относится;
3. Партнеры и государственные программы в сфере загородной недвижимости.

Перечень практических занятий

Номер темы	Наименование практического занятия
Тема 4.1.	1. Игра «Тревожный чемоданчик риэлтора по загородной недвижимости» (1 час). 2. Экскурсии по Девелоперам (4 часа). 3. Самостоятельная работа «Изучение Девелоперов» (1 час).

Промежуточная аттестация – зачет в формате фронтального опроса по содержанию раздела.

Раздел 5. Инвестиции в недвижимость (28 часов)

Тема 5.1. Виды инвестиционных портфелей (2 часа);

Тема 5.2. Стратегии инвестирования (2 часа);

Тема 5.3. Кейсы, примеры Инвестирование в недвижимость (2 часа);

Тема 5.4. Формирование собственного инвестиционного портфеля (2 часа).

Перечень практических занятий

Номер темы	Наименование практического занятия
Тема 5.1.	Составить стратегию инвестирования (1 час)
Тема 5.3.	Самостоятельная работа. Составить индивидуальный инвестиционный портфель. Подготовить стратегию инвестирования на 3 года (3 часа)

Промежуточная аттестация – зачет в формате фронтального опроса по содержанию раздела.

Раздел 6. Маркетинг в сфере недвижимости (28 часов)

Тема 6.1. Цели и задачи маркетинга (3 часа)

1. Особенности маркетинга недвижимости;
2. Основные приоритетные показатели в маркетинге недвижимости;
3. Воронка продаж;
4. Этапы сделки; возможности маркетинга на каждом этапе;
5. Пример планирования маркетингового бюджета;

Тема 6.2. Основы лидогенерации и медиапланирования (3 часа).

1. Виды рекламы в интернете;
2. Основы контекстной рекламы;
3. Основы таргетированной рекламы;
4. Основы написания УТП;
5. Основы медиапланирования.

Перечень практических занятий

Номер темы	Наименование практического занятия
Тема 6.1.	Планирование маркетингового плана (2 часа)
Тема 6.2.	Составление медиаплана по проекту (2 часа)

Промежуточная аттестация – зачет в формате фронтального опроса по содержанию раздела.

Раздел 7. Как продать что угодно, кому угодно (28 часов)

Тема 7.1. Понятие выгода (3 часа);

Тема 7.2. Техника «Свойство-Связка-Выгода» (3 часа).

Перечень практических занятий

Номер темы	Наименование практического занятия
Тема 7.1.	Практическое задание деловая игра «Продай мне» (3 часа).
Тема 7.2.	Написание речевых моделей по продажам (3 часа).

Промежуточная аттестация – зачет в формате фронтального опроса по содержанию раздела.

Раздел 8. Клуб переговорщиков (28 часов)

Тема 8.1. Анализ ситуации, подбор аргументов, построение стратегии (6 часов).

Перечень практических занятий

Номер темы	Наименование практического занятия
Тема 8.1.	1. Клуб переговорщиков (3 часа). 2. Изучение техник ведения переговоров (3 часа).

Промежуточная аттестация – зачет в формате фронтального опроса по содержанию раздела.

Практическая проектная работа (30 часов)

В рамках обучения по программе обучающиеся готовят практическую проектную работу по темам итоговой аттестации, представленным в разделе 5. В рамках подготовки создается чат участников, с которыми на связи находится куратор группы от АН «Этажи». По запросу обучающихся проводятся индивидуальные или групповые консультации по вопросу подготовки проекта. Результаты проектной работы ложатся в основу защиты проектной работы на итоговой аттестации.

Итоговая аттестация в формате защиты проектной работы (6 часов)

Итоговая аттестация проходит в формате защиты проектной работы, которая разрабатывалась в течение периода освоения программы. Все участники представляют итоги работы перед экспертным жюри. Время на каждого обучающегося – 15 минут (с учетом вопросов экспертов).

3.3. Календарный учебный график

Период обучения (день / неделя / месяц)	Наименование раздела / дисциплины / модуля
1 неделя	Раздел 1. Вводный модуль в формате «Welcome-день». Раздел 2. Исследования рынка. Рынок новостроек.
2 неделя	Раздел 3. Недорогая ипотека: введение в ипотечное кредитование.
3 неделя	Раздел 4. Исследования рынка. Рынок загородной недвижимости.
4 неделя	Раздел 5. Инвестиции в недвижимость.
5 неделя	Раздел 6. Маркетинг в сфере недвижимости.
6 неделя	Раздел 7. Как продать что угодно и кому угодно?
7 неделя	Раздел 8. Клуб переговорщиков.
8 неделя	Итоговая аттестация.

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПЕРЕПОДГОТОВКИ

4.1. Квалификация преподавателей, участвующих в реализации программы

1. Козуб Альбина Равиловна

Образование:

ТюмГУ, Факультет филологии, отделение журналистики, направление «Связи с общественностью» (PR), 2010 г.

Опыт работы:

2006 г. - 2008 г., ГТРК «Регион-Тюмень», телекорреспондент

2011 г. - 2012 г., ООО «Визус-5», заместитель директора по маркетингу

2012 г. - 2018 г., ООО «Маркетинг-консультант», ведущий специалист по работе с клиентами

2018 г. - 2022 г., ООО УК «Алекс» (ООО «ГЦКЗ»), руководитель отдела маркетинга

2022 г. - настоящее время, ООО Этажи, Руководитель направления маркетинга

2. Егорова Елизавета Сергеевна

Образование:

ТюмГУ ФЭИ «Экономика предприятий и организаций»

Опыт работы:

Руководитель сектора лидогенерации ООО «Этажи»

3. Сауков Илья Юрьевич

Образование:

- ТГСХА «Инженер»

- ЮУрГУ «Кадастровый инженер»

- ТЮМГНГУ Магистратура. «Разработка нефтяных и газовых месторождений»

Опыт работ:

2010 г. - 2019 г. - Специалист по недвижимости ООО «Этажи»;

2019 г. - 2022 г. - Заместитель руководителя отдела Загородной недвижимости ООО «Этажи»

2022 г. - по настоящее время - Руководитель отдела Загородной недвижимости ООО «Этажи»

4. Рудомётова Альбина Маратовна

Образование:

ТюмГУ, Финансы и кредит, «Экономист» 2009 г.;

АНО ДПО «Северо-Западная академия дополнительного профессионального образования и профессионального обучения» 2021 г., общая педагогика: теория и методика обучения и воспитания, Педагог

Опыт:

декабрь 2020 г. - по настоящее время ООО «ЭТАЖИ», Ипотечный брокер

5. Наконечная Ульяна Сергеевна

Образование:

УрГАУ, направление: управление персоналом (бакалавриат), 2018 г.

УрГАУ, направление: управление человеческими ресурсами (магистратура), 2020 г.

Опыт работы:

2018 г. - 2020 г., ЕРКЦ Сбербанк, Специалист по входящей линии

2021 г. - 2022 г., ООО «Этажи», Помощник менеджера по подбору персонала

2022 г. - настоящее время, ООО «Этажи», Менеджер по подбору персонала

6. Субботина Венера Фиркатовна

Образование:

ТюмГНГУ «Экономика труда» 2012 г.

Опыт работы:

2013 г. - 2021 г. - Ведущий специалист по обучению ООО «Росгосстрах»

2021 г. - по настоящее время - Бизнес-тренер ООО «Этажи»

7. Кузнецова Виорика Васильевна

Образование:

ТюмГНГУ «Специалист по связям с общественностью» 2014г

Опыт работы:

2015 г. - по настоящее время - Бренд-менеджер Департамента Новостроек ООО «Этажи»

8. Наветкин Егор Александрович

Образование:

ТюмГУ ИГиП «Государственное и муниципальное управление», специализация «Менеджер» 2009г.

Тренинговое агентство «Мастер-класс». Бизнес-тренер, 2016 г.

Санкт-Петербургская школа телевидения. Сертификация в направлении НЛП, 2018 г.

Опыт:

С 2016 г. - по настоящее время бизнес-тренер и эксперт в:

- продажи B2B, B2C;
- переговоры различного уровня;
- ораторское искусство;
- тайм-менеджмент.

4.3. Учебно-методическое обеспечение программы**4.3.1. Основная литература**

1. Хусаинов И.Б. «Этажи». Сила управления. Тюмень, 2019 г.
2. Обнимите своих клиентов // Джек Митчелл
3. От хорошего к великому // Джим Коллинз
4. Основы маркетинга // Филип Котлер

5. Маркетинг от А до Я: 80 концепций, которые должен знать каждый менеджер // Филип Котлер
6. Точки контакта. Простые идеи для улучшения вашего маркетинга // Манн, Турусин
7. Клиенты на всю жизнь // Карл Сьюэлл и Пол Браун
8. До последнего квадратного метра. Инструкция по продажам и маркетингу в девелопменте // Сергей Разуваев, Ольга Донская
9. Книга продаж девелопера // Сергей Разуваев, Анна Печеркина
10. Контекстная реклама, которая работает. Библия Google AdWords // Перри Маршалл и Брайан Тодд
11. Как сделать сайт удобным. Юзабилити по методу Стива Круга // Стив Круг
12. Как писать хорошо. Классическое руководство по написанию нехудожественных текстов // Зинсер Уильям
13. Позиционирование: битва за умы // Траут Джек, Эл Райс
14. Самоукина Н. Настольная книга менеджера по персоналу. М., 2020 г.
15. Ипотека в Российской империи // Н.А.Проскурякова
16. Бенджамин Грэм «Разумный инвестор»
17. Игорь Манн «Та самая книга девелопера»
18. Федеральный закон «О рекламе» от 13.03.2006 N 38-ФЗ
19. 16 июля 1998 года N 102-ФЗ «Об ипотеке»
20. 03.07.2019 № 157-ФЗ (О мерах государственной поддержки семей, имеющих детей, в части погашения обязательств по ипотечным жилищным кредитам)
21. 29.12.2006 № 256-ФЗ «О дополнительных мерах государственной поддержки семей, имеющих детей»
22. Постановление Правительства РФ от 30.12.2017 № 1711 «Об утверждении Правил предоставления субсидий из федерального бюджета российским кредитным организациям и акционерному обществу «Дом-рф» на возмещение недополученных доходов по выданным (приобретенным) жилищным (ипотечным) кредитам (займам), предоставленным гражданам Российской Федерации, имеющим детей».
23. Постановление Правительства РФ от 23.04.2020 № 566 «Об утверждении Правил возмещения кредитным и иным организациям недополученных доходов по жилищным (ипотечным) кредитам (займам), выданным гражданам Российской Федерации в 2020—2022 годах».
24. Постановление Правительства РФ от 07.12.2019 № 1609 «Об утверждении условий программы «Дальневосточная ипотека».
25. Постановление Правительства РФ от 30.11.2019 № 1567 «Об утверждении Правил предоставления субсидий из федерального бюджета российским кредитным организациям и акционерному обществу «Дом-рф» на возмещение недополученных доходов по выданным (приобретенным) жилищным (ипотечным) кредитам (займам), предоставленным гражданам Российской Федерации на строительство (приобретение) жилого помещения (жилого дома) на сельских территориях (сельских агломерациях)».

26. Федеральный закон от 20.08.2004 № 117-ФЗ «О накопительно-ипотечной системе жилищного обеспечения военнослужащих»

27. Приказ Министра обороны РФ от 24.04.2017 № 245 «Об утверждении Порядка реализации накопительно-ипотечной системы жилищного обеспечения военнослужащих в Вооруженных Силах Российской Федерации»

4.3.2. Электронные ресурсы

1. Сайт компании Этажи: <https://www.etagi.com/>
2. Учебный портал компании Этажи: <http://education.etagi.com/>.
3. Блог iSpring: <https://www.ispring.ru/elearning-insights/kak-sozdat-welcome-trening#:~:text=Welcome>.

5. ОЦЕНКА КАЧЕСТВА ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПЕРЕПОДГОТОВКИ

Оценка качества освоения программы профессиональной переподготовки включает итоговую аттестацию. Итоговая аттестация по программе осуществляется в форме защиты проекта. Учащийся выбирает тему аттестационной работы. В течение процесса обучения разрабатывает проект при поддержке куратора. Презентует приемной комиссии. Приемная комиссия состоит из экспертов в сфере недвижимости. Оценка проводится по 10-бальной шкале по следующим критериям:

- 1) Знания по выбранной теме, свободно и быстро ориентируется в работе, отвечает на вопросы
- 2) Проведен анализ и аргументировано предложенное решение
- 3) Ораторское мастерство, навыки презентации;
- 4) Творческий подход.

По результатам экспертной оценки исчисляется сумма баллов по каждому критерию у каждого эксперта и вычисляется средний балл по всем экспертам. Для прохождения аттестации необходимо набрать более 20 баллов по результатам экспертной оценки.

Примерные темы работ:

1. Загородная недвижимость и инвестиции;
2. Показатели эффективности работы отдела;
3. Разработка мероприятий по повышению эффективности системы управления деловой карьерой работников компании;
4. Разработка программы по совершенствованию системы коммуникаций внутри компании;
5. Разработка мотивационной политики компании и механизмов стимулирования персонала;
6. Анализ потенциала рынка и увеличение доли рынка за счёт направления загородной недвижимости;
7. Адаптация персонала в компании и эффективные инструменты для нее;
8. Геймификация как инструмент управления персоналом;
9. Основные источники и методы подбора персонала;

10. Показатели эффективности работы отдела подбора персонала;
11. Разработка мероприятий по повышению эффективности системы управления деловой карьерой работников компании;
12. Разработка программы по совершенствованию системы коммуникаций внутри компании;
13. Разработка мотивационной политики компании и механизмов стимулирования персонала;
14. Увольнение: процедура и документация;
15. Формирование корпоративной культуры как фактора конкурентоспособности компании;
16. Текущий анализ рынка ипотеки (на примере г. Тюмень);
17. Динамика ключевой ставки - влияние на покупательную активность;
18. Роль ипотечного брокера в сделке;
19. Живое общение или полная онлайнизация. Проблемы современной экономики;
20. Ипотечный брокеридж - изменения за последние 10 лет;
21. Инструменты господдержки для граждан (госпрограммы, субсидии, сертификаты);
22. Инструменты господдержки для граждан (госпрограммы, субсидии, сертификаты);
23. Портрет клиента по ипотеке (разбор возможностей);
24. Объекты по ипотеке (расширенный перечень объектов, лояльность банков);
25. Смягчение требований банков - факторы, влияющие на корреляцию показателя;
26. БКИ - современный взгляд на кредитный рейтинг;
27. Ипотека с несовершеннолетними собственниками. Особенности кредитования;
28. Взаимодействие с партнерами;
29. Формирование рекламной кампании агентства недвижимости: посылы, макеты, каналы продвижения, примерный бюджет на запуск, сроки;
30. Формирование инструментов для работы над увеличением конверсии из обращения в заявку;
31. Формирование скриптов для call-центра агентства недвижимости: обработка обращений, отработка возражений, удержание клиента, возвращение клиента;
32. Воронка продаж в агентстве недвижимости: инструменты работы с клиентом на каждом этапе;
33. Точки касания и их проработка на примере агентства недвижимости;
34. Разработать инвестиционную стратегию по заданному портфелю;
35. Подготовить стратегию продвижения продукта.