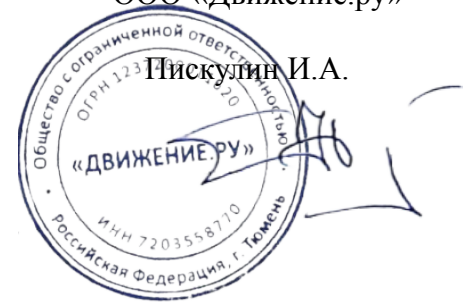




ШКОЛА
НЕДВИЖИМОСТИ
ДВИЖЕНИЕ

ООО «ДВИЖЕНИЕ.РУ»
ИНН 7203558770 КПП 720301001
Адрес: г. Тюмень, ул. Володарского, д.17/1

УТВЕРЖДАЮ
Генеральный директор
ООО «Движение.ру»



ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ПРОГРАММА ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ

«Антикризисные продажи недвижимости»

Нормативный срок освоения программы: 46 академических часов.

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

г. Тюмень, 2026 г.

СОДЕРЖАНИЕ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОГРАММЫ	3
1.1. Нормативные правовые основы разработки программы	3
1.2. Требования к слушателям	3
2. ЦЕЛЬ И ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ	4
2.1. Цель освоения программы	4
2.2. Описание перечня профессиональных компетенций в рамках имеющейся квалификации, качественное изменение которых осуществляется в результате обучения	4
3. УЧЕБНЫЙ ПЛАН	9
4. КАЛЕНДАРНЫЙ УЧЕБНЫЙ ГРАФИК	11
5. РАБОЧИЕ ПРОГРАММЫ УЧЕБНЫХ МОДУЛЕЙ	12
6. ОРГАНИЗАЦИОННО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ	18
6.1. Материально-техническое обеспечение	18
6.2. Организация образовательного процесса	18
6.3. Кадровое обеспечение образовательного процесса	19
7. ФОРМЫ АТТЕСТАЦИИ	20
7.1. Итоговая аттестация	20
8. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ	21

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОГРАММЫ

1.1. Нормативные правовые основы разработки программы

Нормативную правовую основу разработки программы составляют:

- Федеральный закон от 29.12.2012 №273 «Об образовании в Российской Федерации»;
- Приказ Минобрнауки России от 24.03.2025 № 266 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным профессиональным программам»;
- Приказ Минтруда России от 12 апреля 2013 г. № 148н «Об утверждении уровней квалификаций в целях разработки проектов профессиональных стандартов»;
- Письмо Минобрнауки России от 30 марта 2015 г. № АК-821/06 «О направлении методических рекомендаций по итоговой аттестации слушателей»;
- Письмо Минобрнауки России от 21 апреля 2015 г. № ВК-1013/06 «О направлении методических рекомендаций по реализации дополнительных профессиональных программ с использованием дистанционных образовательных технологий, электронного обучения и в сетевой форме»;
- Единый квалификационный справочник должностей руководителей, специалистов и других служащих.

1.2. Требования к слушателям

К освоению программы допускаются лица, имеющие среднее профессиональное и (или) высшее образование; лица, получающие среднее профессиональное и (или) высшее образование.

Целевая аудитория программы:

1. Специалисты отдела продаж;
2. Руководители отдела продаж;
3. Собственники агентств по недвижимости.

2. ЦЕЛЬ И ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ

ПРОГРАММЫ

2.1 Цель освоения программы

Целью освоения программы является формирование у слушателей навыков и знаний, необходимых для работы в отделе продаж в девелопменте.

2.2 Описание перечня профессиональных компетенций в рамках имеющейся квалификации, качественное изменение которых осуществляется в результате обучения.

Содержание дополнительной профессиональной программы учитывает профессиональные стандарты, указанные в Таблице 1.

Таблица 1.

Профессиональный стандарт	Формируемые и (или) совершенствуемые трудовые функции		
Профессиональный стандарт 09.003 «Специалист по операциям с недвижимостью» УТВЕРЖДЕН приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 10 сентября 2019 года № 611н Специалист по операциям с недвижимостью	<i>Вспомогательная деятельность при оказании услуг по реализации вещных прав и прав требования на объекты недвижимости, в том числе на строящиеся (за исключением услуг найма жилого помещения)</i>	<i>A/01.5</i>	<i>5</i>
	<i>Деятельность при оказании услуг по реализации вещных прав и прав требования на объекты недвижимости жилого назначения, в том числе на строящиеся, и (или) земельные участки, отнесенные к жилым территориальным зонам (далее - жилая недвижимость)</i>	<i>B/01.5</i>	<i>5</i>
	<i>Деятельность при оказании услуг по реализации вещных прав и прав требования на объекты недвижимости, не относящиеся к жилой недвижимости, в том числе на строящиеся, и (или) земельные участки, не относящиеся к жилым территориальным зонам (далее - нежилая недвижимость)</i>	<i>B/03.5</i>	<i>5</i>

В результате освоения программы слушатель будет:

Знать:

- Особенности современного кризиса и его влияние на рынок недвижимости.
- Основные изменения спроса, предложения, цен и поведения покупателей.
- Причины перехода от рынка продавца к рынку осознанного покупателя.
- Психологические особенности клиента в условиях неопределенности и повышенного внимания к рискам.
- Роль профессиональных, коммуникативных и личностных качеств специалиста по

продажам.

- Признаки, стадии и последствия профессионального выгорания.
- Природу стресса, стадии его развития и основные реакции человека на угрозу.
- Различия между страхом и устойчивым болезненным страхом, а также их влияние на поведение.
- Основы эмоциональной грамотности и ее значение для продаж, переговоров и делового общения.
- Способы осознания, анализа и управления собственным эмоциональным состоянием.
- Приемы восстановления спокойного и работоспособного состояния.
- Принципы уверенного и уважительного общения.
- Способы понимания эмоционального состояния клиента по словам, поведению и невербальным признакам.
- Отличия честного влияния от манипуляции.
- Принципы построения доверительных отношений с клиентами, коллегами и партнерами.
- Факторы формирования первого впечатления в деловом общении.
- Основные приемы внимательного слушания, эмпатического общения и начала деловой беседы.
- Назначение короткого вступительного разговора и делового комплимента.
- Основные потребности клиента при покупке недвижимости.
- Различия между требованием, пожеланием и скрытым мотивом клиента.
- Виды вопросов, применяемых для выявления потребностей и мотивов клиента.
- Принципы рационального и эмоционального представления объекта недвижимости.
- Структуру убедительного довода: тезис, объяснение, пример.
- Правила обсуждения цены, скидок и ценности предложения.
- Основы построения убедительного рассказа о продукте, компании, объекте или опыте клиента.
- Типовые кризисные возражения покупателей и последовательность работы с ними.
- Признаки готовности клиента к покупке и основные способы завершения сделки.
- Основы ненасильственного общения и конструктивной обратной связи.
- Признаки, виды и приемы манипулятивного воздействия.
- Способы защиты от давления в переговорах и деловом общении.
- Основные законы управления временем и личной работоспособностью.
- Принципы планирования рабочего дня специалиста по продажам.
- Модель цепочки продажи как инструмент планирования, контроля и оценки работы с клиентами.

Уметь:

- Оценивать влияние кризисной ситуации на рынок недвижимости, поведение клиентов и работу специалиста по продажам.
- Определять необходимые изменения в подходе к продажам в условиях снижения уверенности покупателей.
- Проводить самооценку своих профессиональных, коммуникативных и личностных качеств.
- Определять приоритетные направления собственного развития.

- Распознавать признаки стресса, усталости и профессионального выгорания.
- Определять личные причины напряжения и выбирать способы восстановления спокойного состояния.
- Анализировать собственные страхи и снижать их влияние на рабочее поведение.
- Оценивать свою устойчивость к трудным ситуациям и находить источники поддержки.
- Распознавать и называть собственные эмоции в рабочих ситуациях.
- Анализировать связь между событием, эмоцией, мыслью и действием.
- Вести дневник эмоций для развития самонаблюдения.
- Применять дыхательные, телесные и мыслительные приемы для снижения напряжения.
- Переводить отрицательные мысли в конструктивное русло.
- Использовать письменное изложение мыслей и прием оценки ситуации по шкале.
- Выстраивать личные границы и применять уверенный уважительный стиль общения.
- Определять эмоциональное состояние клиента по поведению, жестам, позе, взгляду и тону речи.
- Отделять факты поведения собеседника от собственных оценок и предположений.
- Формулировать цель общения с клиентом через взаимную пользу, а не через давление.
- Использовать благодарность, внимание и уважительное участие для укрепления деловых отношений.
- Применять приемы внимательного слушания: уточнение, пересказ, обобщение, поддерживающую реплику.
- Задавать вопросы для выявления потребностей, мотивов и опасений клиента.
- Готовить уместные персональные деловые комплименты.
- Начинать разговор с клиентом так, чтобы сделать дальнейшую беседу понятной и безопасной.
- Использовать короткий вступительный разговор для создания доверительной атмосферы.
- Выявлять требования, пожелания и скрытые мотивы клиента при покупке недвижимости.
- Подбирать вопросы под разные уровни потребностей клиента.
- Формулировать ясный тезис представления объекта недвижимости.
- Подбирать доводы, раскрывающие преимущества объекта, компании или условий сделки.
- Представлять цену через ценность, выгоды и последствия выбора.
- Обсуждать скидки и стоимость без потери уверенности в предложении.
- Использовать рациональные и эмоциональные доводы в зависимости от состояния клиента и хода разговора.
- Строить короткий убедительный рассказ о продукте, объекте, компании или опыте другого покупателя.
- Распознавать типовые возражения клиента и определять их истинную причину.
- Применять последовательность работы с возражением: выслушать, принять, уточнить, ответить, проверить согласие.
- Отвечать на возражения о цене и сроках покупки через раскрытие ценности

предложения.

- Распознавать вербальные и невербальные признаки готовности клиента к покупке.
- Вовремя завершать представление объекта и переходить к договоренности о следующем шаге.
- Использовать срочность и ограниченность предложения этично, без давления на клиента.
- Вести сложный разговор через факты, чувства, потребности и конкретную просьбу.
- Давать обратную связь корректно, ясно и без обвинения.
- Распознавать начало манипуляции по изменению своего состояния и действиям собеседника.
- Использовать паузу, уточнение и повторение своей позиции для защиты от давления.
- Экологично отказывать, сохраняя уважительный тон и деловой контакт.
- Определять основные потери времени в своей работе.
- Планировать рабочий день с учетом встреч, звонков, подготовки и последующих действий по клиентам.
- Распределять задачи на жесткие, гибкие и требующие отдельного времени.
- Рассчитывать переход клиентов между этапами цепочки продажи.
- Определять слабые места в личной и командной работе с клиентами.
- Управлять циклом сделки через планирование времени, контроль договоренностей и сопровождение клиента.

Владеть навыками:

- Анализа кризисной ситуации в продажах недвижимости: навыком оценки изменений рынка, поведения клиентов и требований к работе специалиста.
- Профессиональной самооценки: навыком определения уровня развития собственных знаний, умений, способов общения и качеств самоуправления.
- Планирования личного развития: навыком выбора приоритетных направлений развития для успешной работы в новых условиях.
- Управления стрессом: навыком определения причин напряжения и возвращения в спокойное состояние.
- Развития устойчивости: навыком анализа страхов, поиска опоры и сохранения работоспособности в сложных обстоятельствах.
- Эмоциональной саморегуляции: навыком осознания, называния и управления собственными эмоциями в деловом общении.
- Самонаблюдения: навыком ведения записей о событиях, эмоциях, причинах реакции и выводах для дальнейшего поведения.
- Уверенного и уважительного общения: навыком выражения своей позиции, защиты границ и сохранения делового тона.
- Понимания состояния клиента: навыком наблюдения за словами, поведением, жестами, позой, взглядом и тоном собеседника.
- Эмпатического общения: навыком учета переживаний, опасений и потребностей клиента без потери деловой цели разговора.
- Построения доверительных отношений: навыком создания устойчивого контакта на основе уважения, внимания, честности и взаимной пользы.

- Внимательного слушания: навыком применения уточнения, пересказа, обобщения и поддерживающих реплик.
- Начала деловой беседы: навыком создания понятной структуры разговора и согласования с клиентом дальнейшего хода общения.
- Выявления потребностей клиента: навыком определения требований, пожеланий, скрытых мотивов и личных причин покупки.
- Построения системы вопросов: навыком подбора вопросов под этап разговора, состояние клиента и глубину его потребности.
- Представления объекта недвижимости: навыком ясного и последовательного раскрытия преимуществ предложения.
- Рационального убеждения: навыком построения довода через тезис, объяснение и пример.
- Работы с ценой: навыком обсуждения стоимости, скидок и ценности предложения без обесценивания объекта.
- Эмоционального вовлечения клиента: навыком создания у клиента образа будущего результата, владения или проживания.
- Построения убедительного рассказа: навыком превращения фактов о продукте, компании, объекте или покупателе в содержательный рассказ.
- Работы с возражениями: навыком спокойного принятия сомнений клиента, уточнения их причины и подбора убедительного ответа.
- Ответа на возражение о цене: навыком признания опасений клиента и раскрытия ценности предложения.
- Ответа на сомнение о сроках покупки: навыком помощи клиенту в оценке последствий решения и отказа от решения.
- Завершения сделки: навыком распознавания готовности клиента и перевода разговора к конкретной договоренности.
- Этичного влияния: навыком использования доводов, примеров, срочности и ограниченности предложения без давления и манипуляции.
- Ведения сложного разговора: навыком применения ненасильственного общения в конфликтных и напряженных ситуациях.
- Защиты от манипуляций: навыком распознавания давления и применения конструктивных способов возвращения контроля над разговором.
- Экологичного отказа: навыком спокойного выражения несогласия с сохранением уважительного отношения к собеседнику.
- Управления рабочим временем: навыком выявления потерь времени, выбора приоритетов и поддержания работоспособности.
- Планирования рабочего дня: навыком распределения встреч, звонков, подготовки и последующих действий по клиентам.
- Работы с цепочкой продажи: навыком расчета перехода клиентов между этапами и выявления слабых мест в работе.
- Управления циклом сделки: навыком последовательного сопровождения клиента от первого обращения до договоренности о следующем шаге.

3. УЧЕБНЫЙ ПЛАН

Таблица 2

№	Наименования этапов / блоков / модулей / дисциплин	Всего часов	Лекции	Практические занятия	СРС*
	Модуль I				
1.	Фундамент антикризисного мышления	4	2	1	1
1.1	Мир перманентного кризиса				
1.2	Стабилизация себя и клиента в кризис. Управление страхами				
	Модуль II				
2.	Эмоциональный интеллект как ключевой инструмент продаж	16	8	4	4
2.1	Эмоциональный интеллект				
2.2	Знание и понимание своих эмоций				
2.3	Управление своими эмоциями. Часть 1				
2.4	Управление своими эмоциями. Часть 2				
2.5	Осознание эмоций других людей				
2.6	Управление эмоциями других людей — управление отношениями				
2.7	Установка контакта и создание атмосферы доверия через управление эмоциями. Часть 1				
2.8	Установка контакта и создание атмосферы доверия через управление эмоциями. Часть 2				

	Модуль III				
3.	Продажи: стратегия и содержание	10	5	2	3
3.1	Рынок недвижимости: что происходит сейчас и какие есть стратегии успеха				
3.2	Техники выяснения и формирования потребности клиента				
3.3	Технологии рациональной презентации				
3.4	Технологии эмоциональной презентации				
3.5	Сторителлинг				
	Модуль IV				
4.	Техники коммуникации и работа с возражениями	8	4	2	2
4.1	Отработка возражений				
4.2	Техники завершения сделки				
4.3	Ненасильственная коммуникация и обратная связь клиенту				
4.4	Противодействие манипуляциям				
	Модуль V				
5.	Оптимизация работы и личной эффективности	4	2	1	1
5.1	Тайм-менеджмент менеджера по продажам. Часть 1				
5.2	Тайм-менеджмент менеджера по продажам. Часть 2				
Итоговая аттестация		4	Тестирование		
Итого:		46			

* СРС – самостоятельная работа слушателя.

4. КАЛЕНДАРНЫЙ УЧЕБНЫЙ ГРАФИК

Таблица 3

№	Наименования этапов/блоков/модулей/ дисциплин	Неделя обучения
Модуль I		
1.	Фундамент антикризисного мышления	
1.1	Мир перманентного кризиса	1-я неделя
1.2	Стабилизация себя и клиента в кризис. Управление страхами	
Модуль II		
2.	Эмоциональный интеллект как ключевой инструмент продаж	
2.1	Эмоциональный интеллект	1-я неделя
2.2	Знание и понимание своих эмоций	
2.3	Управление своими эмоциями. Часть 1	2-я неделя
2.4	Управление своими эмоциями. Часть 2	
2.5	Осознание эмоций других людей	
2.6	Управление эмоциями других людей — управление отношениями	
2.7	Установка контакта и создание атмосферы доверия через управление эмоциями. Часть 1	3-я неделя
	Установка контакта и создание атмосферы доверия через управление эмоциями. Часть 2	
Модуль III		
3.	Продажи: стратегия и содержание	
3.1	Рынок недвижимости: что происходит сейчас и какие есть стратегии успеха	3-я неделя
3.2	Техники выяснения и формирования потребности клиента	
3.3	Технологии рациональной презентации	4-я неделя
3.4	Технологии эмоциональной презентации	
3.5	Сторителлинг	
Модуль IV		
4.	Техники коммуникации и работа с возражениями	
	Отработка возражений	4-я неделя
	Техники завершения сделки	
	Ненасильственная коммуникация и обратная связь клиенту	5-я неделя
	Противодействие манипуляциям	
Модуль V		
5.	Оптимизация работы и личной эффективности	

	Тайм-менеджмент менеджера по продажам. Часть 1	5-я неделя
	Тайм-менеджмент менеджера по продажам. Часть 2	
Итоговая аттестация		

5. РАБОЧИЕ ПРОГРАММЫ УЧЕБНЫХ МОДУЛЕЙ

Таблица 4

№	Наименования этапов/блоков/ модулей/дисциплин	Содержание
I.	Фундамент антикризисного мышления	<p>1.1. Мир постоянного кризиса.</p> <p>1.1.1. Природа и основные признаки современного кризиса.</p> <p>1.1.2. Особенности поведения человека в условиях кризиса.</p> <p>1.1.3. Соотношение безопасности и развития в профессиональной деятельности.</p> <p>1.1.4. Стресс, профессиональное выгорание и их влияние на работоспособность специалиста.</p> <p>1.2. Стабилизация себя и клиента в кризисной ситуации. Управление страхами.</p> <p>1.2.1. Понятие стресса и стадии его развития.</p> <p>1.2.2. Основные реакции человека на угрозу и неопределенность.</p> <p>1.2.3. Способы возвращения в спокойное и работоспособное состояние.</p> <p>1.2.4. Страхи клиента и специалиста в кризисных условиях.</p>
	Практическое занятие	1.3. Выполнение практических заданий по теме урока в рабочих тетрадях.
	Самостоятельная работа	1.4. Слушатель изучает теорию и дополнительные материалы для подготовки к итоговому тестированию. 1.5. Прохождение тестирования после каждого урока.
II.	Эмоциональный интеллект как ключевой инструмент	2.1. Эмоциональный интеллект.

	<p>продаж</p>	<p>2.1.1. Понятие эмоций и их отличие от иных эмоциональных состояний.</p> <p>2.1.2. Основные составляющие эмоционального интеллекта.</p> <p>2.1.3. Значение эмоционального интеллекта в продажах, переговорах и деловом общении.</p> <p>2.1.4. Влияние эмоционального состояния на поведение человека.</p> <p>2.2. Знание и понимание своих эмоций.</p> <p>2.2.1. Значение осознания эмоций в профессиональной деятельности.</p> <p>2.2.2. Признаки развитого эмоционального интеллекта.</p> <p>2.2.3. Приемы самонаблюдения за эмоциональным состоянием.</p> <p>2.2.4. Ведение дневника эмоций как способ анализа собственного поведения.</p> <p>2.3. Управление своими эмоциями. Часть 1.</p> <p>2.3.1. Основные этапы управления эмоциональным состоянием.</p> <p>2.3.2. Способы снижения интенсивности негативных эмоций.</p> <p>2.3.3. Уверенное и уважительное общение в сложных ситуациях.</p> <p>2.3.4. Оптимизм, благодарность, прощение и извинение как элементы эмоциональной саморегуляции.</p> <p>2.4. Управление своими эмоциями. Часть 2.</p> <p>2.4.1. Дополнительные способы управления эмоциональным состоянием.</p> <p>2.4.2. Телесные и мыслительные приемы восстановления ресурсного состояния.</p> <p>2.4.3. Письменное изложение мыслей как способ снижения напряжения.</p> <p>2.4.4. Развитие гибкости восприятия и внимания.</p> <p>2.5. Осознание эмоций других людей.</p>
--	----------------------	---

		<p>2.5.1. Способы понимания эмоционального состояния другого человека.</p> <p>2.5.2. Невербальные признаки в поведении клиента.</p> <p>2.5.3. Эмпатическое общение в деловой среде.</p> <p>2.5.4. Подготовка к сложному диалогу с учетом поведения собеседника.</p> <p>2.6. Управление эмоциями других людей и управление отношениями.</p> <p>2.6.1. Этика влияния на эмоциональное состояние собеседника.</p> <p>2.6.2. Отличие честного влияния от манипуляции.</p> <p>2.6.3. Принципы построения качественных деловых отношений.</p> <p>2.6.4. Анализ окружения и снижение влияния неблагоприятных отношений.</p> <p>2.7. Установление контакта и создание атмосферы доверия через управление эмоциями. Часть 1.</p> <p>2.7.1. Основные составляющие первого впечатления.</p> <p>2.7.2. Словесные и невербальные средства делового общения.</p> <p>2.7.3. Приемы внимательного слушания.</p> <p>2.7.4. Структурирование начала беседы с клиентом.</p> <p>2.8. Установление контакта и создание атмосферы доверия через управление эмоциями. Часть 2.</p> <p>2.8.1. Цель и признаки короткой вступительной беседы.</p> <p>2.8.2. Приемы установления первичного контакта с клиентом.</p> <p>2.8.3. Деловой комплимент: назначение, правила построения и применения.</p>
	Практическое занятие	2.9. Выполнение практических заданий по теме урока в рабочих тетрадях.
	Самостоятельная работа	2.10. Слушатель изучает теорию и дополнительные материалы для подготовки к итоговому тестированию.

		2.11. Прохождение тестирования после каждого урока.
III.	Продажи: стратегия и содержание	<p>3.1. Рынок недвижимости: текущая ситуация и стратегии успешной работы.</p> <p>3.1.1. Основные изменения на рынке недвижимости.</p> <p>3.1.2. Особенности поведения современного покупателя недвижимости.</p> <p>3.1.3. Переход от рынка продавца к рынку осознанного покупателя.</p> <p>3.1.4. Ключевые вопросы клиента в процессе принятия решения.</p> <p>3.2. Приемы выяснения и формирования потребности клиента.</p> <p>3.2.1. Цель и задачи выявления потребностей клиента.</p> <p>3.2.2. Требования, пожелания и скрытые потребности клиента.</p> <p>3.2.3. Виды вопросов для выявления мотивов и ожиданий клиента.</p> <p>3.2.4. Последовательность уточнения потребностей при продаже недвижимости.</p> <p>3.3. Приемы рационального представления объекта недвижимости.</p> <p>3.3.1. Цель и задачи представления объекта недвижимости.</p> <p>3.3.2. Структура убедительного довода.</p> <p>3.3.3. Представление преимуществ объекта в конкурентной среде.</p> <p>3.3.4. Правила обсуждения цены, скидок и ценности предложения.</p> <p>3.4. Приемы эмоционального представления объекта недвижимости.</p> <p>3.4.1. Роль эмоциональных доводов в продаже недвижимости.</p> <p>3.4.2. Формирование у клиента образа будущего результата.</p> <p>3.4.3. Учет состояния клиента при выборе способа аргументации.</p> <p>3.4.4. Сочетание фактов и образных примеров в представлении объекта.</p>

		<p>3.5. Убедительный рассказ как инструмент продажи.</p> <p>3.5.1. Назначение убедительного рассказа в деловом общении.</p> <p>3.5.2. Использование рассказа для ответа на вопрос клиента «почему».</p> <p>3.5.3. Основные способы построения краткого убедительного рассказа.</p> <p>3.5.4. Речевые приемы усиления убедительности рассказа.</p>
	Практическое занятие	3.6. Выполнение практических заданий по теме урока в рабочих тетрадях.
	Самостоятельная работа	<p>3.7. Слушатель изучает теорию и дополнительные материалы для подготовки к итоговому тестированию.</p> <p>3.8. Прохождение тестирования после каждого урока.</p>
IV	Техники коммуникации и работа с возражениями	<p>4.1. Отработка возражений.</p> <p>4.1.1. Типовые возражения клиента в кризисных условиях.</p> <p>4.1.2. Последовательность работы с возражением клиента.</p> <p>4.1.3. Приемы работы с возражениями о цене и сроках покупки.</p> <p>4.1.4. Использование примеров и рассказов при ответе на возражения.</p> <p>4.2. Приемы завершения сделки.</p> <p>4.2.1. Цель и задачи этапа завершения сделки.</p> <p>4.2.2. Словесные и невербальные признаки готовности клиента к покупке.</p> <p>4.2.3. Рациональные и эмоциональные приемы завершения сделки.</p> <p>4.2.4. Правила поведения специалиста после согласия клиента или отказа.</p> <p>4.3. Ненасильственное общение и обратная связь клиенту.</p> <p>4.3.1. Основные этапы ненасильственного общения.</p> <p>4.3.2. Различия между наблюдением и оценкой.</p>

		<p>4.3.3. Формулирование чувств, потребностей и конкретной просьбы.</p> <p>4.3.4. Принципы корректной обратной связи клиенту.</p> <p>4.4. Противодействие манипуляциям.</p> <p>4.4.1. Понятие, признаки и виды манипулятивного воздействия.</p> <p>4.4.2. Способы распознавания давления в деловом общении.</p> <p>4.4.3. Личные качества, помогающие противостоять манипуляции.</p> <p>4.4.4. Приемы конструктивного противодействия манипулятивному воздействию.</p>
	Практическое занятие	4.5. Выполнение практических заданий по теме урока в рабочих тетрадях.
	Самостоятельная работа	<p>4.6. Слушатель изучает теорию и дополнительные материалы для подготовки к итоговому тестированию.</p> <p>4.7. Прохождение тестирования после каждого урока.</p>
V	Оптимизация работы и личной эффективности	<p>5.1. Управление временем специалиста по продажам. Часть 1.</p> <p>5.1.1. Основные законы управления временем и личной работоспособностью.</p> <p>5.1.2. Способы повышения эффективности выполнения рабочих задач.</p> <p>5.1.3. Факторы, снижающие продуктивность рабочего времени.</p> <p>5.1.4. Оценка задач и определение очередности их выполнения.</p> <p>5.2. Управление временем специалиста по продажам. Часть 2.</p> <p>5.2.1. Планирование рабочего дня специалиста по продажам.</p> <p>5.2.2. Виды рабочих задач и способы их распределения.</p> <p>5.2.3. Правила организации эффективного рабочего дня.</p> <p>5.2.4. Управление циклом сделки через планирование времени и контроль договоренностей.</p>

	Практическое занятие	5.3. Выполнение практических заданий по теме урока в рабочих тетрадях.
	Самостоятельная работа	5.4. Слушатель изучает теорию и дополнительные материалы для подготовки к итоговому тестированию. 5.5. Прохождение тестирования после каждого урока.
	Самостоятельная работа	Итоговая аттестация по программе.

6. ОРГАНИЗАЦИОННО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ

6.1 Материально-техническое обеспечение

Слушатели программы имеют доступ в режиме 24 часа в сутки 7 дней в неделю без учета объемов потребляемого трафика к электронной информационно-образовательной среде (далее – ЭИОС), в которой размещены учебные материалы:

- учебный план,
- расписание занятий,
- рабочие программы модулей,
- различные текстовые материалы,
- задания для самостоятельной работы,
- методические рекомендации для слушателя по изучению учебного материала и организации самостоятельной работы, прохождению форм текущего контроля успеваемости и итоговой аттестации.

6.2 Организация образовательного процесса

Образовательная программа предусматривает контактную и самостоятельную работу обучающихся.

Контактная работа обучающихся проходит в рамках таких видов учебных занятий, проводимых с применением дистанционных образовательных технологий в следующих формах:

1. Лекция - представляет собой видеозапись учебного занятия, в ходе которого

лектор раскрывает систему представлений о том или ином предмете, явлении, помогая слушателям осмыслить проблему и прийти к определенному выводу.

2. Практическое задание - представляет собой домашние задания для обязательного выполнения.

Самостоятельная работа слушателей проходит в таких формах как:

3. Работа с основной и дополнительной литературой.

4. Практикум и тестирование

5. Итоговая аттестация (тестирование).

6.3 Кадровое обеспечение образовательного процесса

Реализация программы обеспечивается:

- административным персоналом, который обеспечивает условия для эффективной работы педагогического коллектива, осуществляет контроль и текущую организационную работу,

- техническим персоналом, который обеспечивает функционирование информационной структуры (включая ремонт технического обеспечения образовательного процесса, поддержание сайта и т.п.),

- педагогическими кадрами, к которым установлены следующие требования:

Преподаватель

Должен знать: законы и иные нормативные правовые акты Российской Федерации по вопросам высшего профессионального образования; локальные нормативные акты образовательного учреждения; образовательные стандарты по соответствующим программам высшего образования; теорию и методы управления образовательными системами; порядок составления учебных планов; правила ведения документации по учебной работе; основы педагогики, физиологии, психологии; методику профессионального обучения; современные формы и методы обучения и воспитания; методы и способы использования образовательных технологий, в том числе дистанционных; требования к работе на персональных компьютерах, иных электронно-цифровых устройствах; основы экологии, права, социологии; правила по

охране труда и пожарной безопасности.

Требования к квалификации. Высшее профессиональное образование и стаж работы не менее 5 лет.

7. ФОРМЫ АТТЕСТАЦИИ

7.1 Итоговая аттестация

Итоговая аттестация – это форма оценки степени и уровня освоения слушателями образовательной программы.

Итоговая аттестация проводится в форме итогового зачета (тестирование), с целью установления соответствия достигнутых результатов освоения программы заявленным целям и запланированным результатам обучения, с использованием электронной системы тестирования. Для проведения итоговой аттестации может использоваться как система электронного тестирования собственной разработки, так и системы электронного тестирования, разработанные сторонними организациями.

Система электронного тестирования выставляет слушателю оценку по результатам тестирования исходя из процента правильных ответов на вопросы тестирования. Результат пройденного тестирования доступен для просмотра слушателю, внесение исправлений в завершённый тест невозможна.

По результатам успешного прохождения итоговой аттестации слушателям выдается удостоверение о повышении квалификации установленного образца, дающий право выполнения вида профессиональной деятельности на основе полученной квалификации.

Слушателям, не прошедшим итоговую аттестацию или прервавшим обучение по уважительным причинам (по медицинским показаниям, подтвержденным соответствующими документами), предоставляется возможность переноса срока прохождения итоговой аттестации.

Диагностические инструменты:

Диагностическим инструментом, применяемым в рамках итоговой аттестации, является тест - инструмент, предназначенный для оценки результатов освоения программы слушателем.

Шкала оценивания:

Оценивание слушателя в рамках итоговой аттестации осуществляется по двухбалльной шкале в соответствии с нижеприведенными критериями.

– «зачтено» – 50% и более правильных ответов дано на вопросы теста,

– «не зачтено» – менее 50% требований к тесту выполнены.

Итоговая аттестация считается пройденной при условии получения отметки «зачтено».

8. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

Итоговый аттестационный тест

1. Какие из перечисленных навыков относятся к метанавыкам?

- а) Управление фокусом внимания, эмоциональный интеллект
- б) Навыки делового общения, знание технологии продаж
- в) Принятие неопределенности, системное мышление
- г) Критическое мышление и адаптивность
- д) Уверенность в себе, знание компьютерных программ

2. Какие из утверждений об эмоциональном интеллекте верные?

- а) Эмоциональный интеллект включает понимание, выражение и управление своими эмоциями
- б) Эмоциональный интеллект — это качество, которое дается людям с рождения в разных объемах
- в) Эмоциональный интеллект помогает уйти от эмоций в деловом общении и избегать конфликтов
- г) Эмоциональный интеллект подразумевает управление эмоциями других людей, их восприятие и понимание

3. Что включает в себя алгоритм понимания поведения собеседника?

- а) Отделение фактов от домыслов, поиск причин поведения, анализ своего вклада, постановка цели, выбор конкретных шагов
- б) Анализ вербальных и невербальных знаков, интерпретация, понимание источника, выбор ответной реакции
- в) Уточнение позиции собеседника, приемы речевого воздействия, достижение результата

4. Какие способы относятся к ВСК — высококачественным связям в межличностных отношениях?

- а) Уважительное участие, доверие, игра
- б) Поддержка, контроль, ответственность, развитие

- в) Знания, навыки, убеждения, эмоции
- г) Предоставление возможности выполнить задачу
- д) Общение, помощь, внимание, лидерство

5. Первое впечатление при контакте с новым человеком формируется за...

- а) 3–5 секунд
- б) 20–30 секунд
- в) 5 минут

6. Какой из примеров демонстрирует активное слушание?

- а) «Если я вас правильно понял, вы говорите, что решили сменить район из-за шума?»
- б) «Я вас понимаю. Это действительно важно при выборе квартиры, согласен»
- в) «Вы рассматриваете студии? Давайте я вам подробнее расскажу о том, какие у нас есть планировки»

7. Какой из критериев отличает удачный маленький разговор в начале встречи с клиентом?

- а) Он приятен, увлекает, располагает и дает повод для продолжения беседы
- б) Он помогает быстро перейти к презентации продукта
- в) Он содержит короткую профессиональную информацию в виде тезисов

8. Зачем менеджеру использовать технику «Подсветить путь» в начале беседы с клиентом?

- а) Чтобы обозначить план диалога и получить согласие клиента двигаться по шагам
- б) Чтобы показать свою вовлеченность и установить контакт с клиентом
- в) Чтобы предвосхитить возражения клиента и направить разговор сразу к преимуществам

9. Зачем менеджеру по продажам задавать клиенту вопросы на этапе выяснения потребностей?

- а) Чтобы установить контакт с клиентом
- б) Чтобы понять задачи клиента
- в) Чтобы направить диалог в нужное русло
- г) Чтобы запомнить больше информации о клиенте
- д) Чтобы продемонстрировать свою экспертность и авторитет

10. Какой из вариантов демонстрирует правильное применение модели «Общие и контрастные характеристики» в презентации?

а) Наш проект самый лучший для семей с детьми. Как и в других проектах комфорт-класса в этой локации, у нашего проекта закрытый двор. Однако только у нас собственная школа и детский сад. Поэтому вы сможете сэкономить время и быть спокойны за безопасность ребенка.

б) Наш проект самый удачный для семей с детьми. Только у нас есть собственная школа и детский сад на территории закрытого двора. Поэтому вы сможете сэкономить время и быть спокойны за безопасность ребенка.

в) Наш проект очень благоприятный для семей с детьми. Как и в других проектах комфорт-класса в этой локации, у нашего проекта есть закрытый двор, в котором предусмотрена школа и детский сад. Поэтому вы сможете сэкономить время и быть спокойны за безопасность ребенка.

11. Как строится модель презентации «Ситуация — Проблема — Решение»?

- а) Описание ситуации, выявление проблемы, предложение нескольких вариантов решения с плюсами и минусами, рекомендация действия
- б) Описание ситуации, анализ проблемы, решение проблемы с возможными последствиями, рекомендация действия
- в) Описание ситуации, обозначение проблемы, предложение нескольких вариантов решений с положительными результатами, рекомендация действия

12. Когда эмоциональные аргументы работают особенно эффективно?

- а) Во время презентации, когда клиент принимает решение
- б) В начале презентации, чтобы сразу привлечь внимание
- в) В конце презентации, чтобы запомнилось последнее

13. Какой баланс между рациональными и эмоциональными аргументами рекомендуется использовать в презентации?

- а) 60% рациональных, 40% эмоциональных
- б) 80% эмоциональных, 20% рациональных
- в) 50% рациональных, 50% эмоциональных
- г) 30% рациональных, 70% эмоциональных

14. Если клиент согласился на покупку, что вы должны сделать?

- а) Прекратить убеждать
- б) Показать ему еще один строящийся объект
- в) Предложить подписать договор здесь и сейчас
- г) Закончить приводить аргументы

15. Какой из вариантов относится к технологии завершения сделки «Создание фактора дефицита»?

- а) «У нас остался последний экземпляр. Скорее всего, завтра его уже не будет. Рекомендую принять решение сейчас».
- б) «Акция действует до конца недели. Рекомендую принять решение сейчас, пока есть возможность купить и сэкономить».
- в) «У нас действует предложение “2 по цене 1”. Рекомендую принять решение сейчас, так как акция действует только сегодня».
- г) «У нас проходит акция, при которой у вас есть возможность купить этот товар со скидкой 33%. Рекомендую принять решение сейчас».

16. Что означает «Продажа обратной связи» в структуре сбалансированной обратной связи?

- а) Мягкое вступление с предложением: «У меня есть идея, как улучшить нашу коммуникацию, взаимодействие...»
- б) Начать разговор с позитивной похвалы, чтобы собеседник был расположен к вам
- в) Активное вступление с предложением: «Я хочу поделиться, что мне не понравилось в нашем последнем взаимодействии»

17. Вы проводите переговоры с клиентом. Переговоры шли достаточно напряженно.

Однако в один из моментов ваш оппонент вдруг начинает достаточно эмоционально обвинять вас в том, что вы ни капли не заинтересованы в клиенте, что вас интересуют только личные интересы, что вы не похожи на профессионала. Что вы сделаете в первую очередь?

- а) Пропустите эмоциональный всплеск клиента, начнете за ним внимательно наблюдать
- б) Объясните клиенту, что он несправедлив. Что вы профессионал и клиенты ваши довольны
- в) Уточните у клиента, почему он так решил, на каком основании сделал такой вывод
- г) Спросите у клиента, как вы можете доказать свою профессиональность

18. Вы начинаете переговоры с клиентом. И он с самого начала настроен негативно.

Начинает с фразы: «Ну докажите мне, что вы разбираетесь в недвижимости. Сделайте лучшее предложение по оптимальной цене!». Ваши действия?

- а) Проигнорируете его поведение и высказывание и будете вести себя по обычному сценарию
- б) Ответите ему, что вам незачем это доказывать, и предложите вернуться к конструктивному разговору
- в) Спросите у клиента: «Как я могу это доказать?»
- г) Ответите ему максимально вежливо, что у вас нет задачи доказывать, ваша задача — продавать

19. Какая последовательность действий соответствует технологии «Эффективный отказ»?

- а) Выслушать, смягчить, озвучить отказ, аргументировать решение, сделать конструктивное предложение
- б) Выслушать, согласиться частично, аргументировать решение, предложить альтернативу
- в) Выслушать, озвучить отказ, напомнить правила, завершить сделку
- г) Выслушать, аргументировать отказ, смягчить реакцию, предложить завершить сделку

20. Зачем используются «якоря» в организации рабочего времени?

- а) Это внешний стимул: звук, действие, ритуал и тому подобное, который помогает быстро настроиться на нужное эмоциональное или рабочее состояние
- б) Это заранее настроенные напоминания и сигналы, которые активируются в нужное время и помогают не забыть о важных задачах
- в) Это список ежедневных задач, к которым нужно регулярно возвращаться, чтобы поддерживать стабильный рабочий ритм и не упустить важное

21. Какой порядок действий поможет менеджеру по продажам эффективно распределить время и повысить результативность?

- а) Сначала завершить сделки с клиентами, готовыми покупать; затем принимать новые обращения; после этого — работать с теми, кто находится на этапе «Думает»
- б) Сначала принимать новые обращения; затем работать с клиентами, находящимися на этапе «Думает»; после этого — завершать сделки с готовыми к покупке клиентами
- в) Сначала работать с теми, кто находится на этапе «Думает»; затем обрабатывать новые обращения; после этого — завершать сделки с готовыми к покупке клиентами

22. Какие фразы из представленных будут являться признаками профессионального выгорания? Выберите наиболее подходящий ответ.

- а) «Я не хочу идти на работу. Я опаздываю, но мне все равно. Звонить сегодня никому не буду. Не хочу слышать ни клиентов, ни коллег».
- б) «Я не хочу идти на работу. На меня повесили столько задач, что одному мне не справиться, а попросить помощи я боюсь, вдруг подумают, что я слабый».
- в) «Я не хочу идти на работу. Я опаздываю, но мне все равно. Не понимаю, зачем ходить в офис каждый день и вставать для этого так рано».

23. Эмоциональный интеллект — это совокупность четырех основных навыков:

- а) Понимать свои эмоции и стимулы, которые их вызывают
- б) Выражать свои эмоции наилучшим путем
- в) Понимать, считывать эмоции других людей
- г) Управлять эмоциями других людей
- д) Контролировать эмоции других людей
- е) Сдерживать свои эмоции

24. Зачем человеку нужна социальная вовлеченность?

- а) В этом состоянии мы чувствуем контакт с внешним миром, расслаблены, наполнены позитивными эмоциями, склонны учитывать интересы общества
- б) Социальная вовлеченность дает ощущение гармонии на рабочем месте, с помощью нее мы можем создавать крепкие социальные связи
- в) Используя навыки социальной вовлеченности, мы успешно налаживаем контакты как дома, так и на работе, склонны более успешно добиваться целей

25. У какого человека эмоциональный интеллект будет выше?

- а) У него обширный эмоциональный словарь. Ему интересны люди. Он принимает изменения как таковые. Он знает свои сильные и слабые стороны. Его сложно обидеть. Он ценит то, что имеет. Он останавливает негативный внутренний диалог, как только замечает его.
- б) Ему интересны люди. Он знает их сильные и слабые стороны. Не вступает в конфликты. Может сказать «нет». Он не позволяет никому омрачать его жизнь. У него обширный эмоциональный словарь. Он хорошо высыпается.
- в) Он анализирует свои ошибки. Он контролирует свои эмоции. Он дает что-то другим в ответ на их хорошее отношение. Он не заикливается на ошибках, но исправляет свои ошибки. Он хорошо высыпается. Он ценит, что у него есть, и пытается приумножить все хорошее.

26. Какая информация про оптимистов является наиболее правдивой?

- а) Оптимисты чаще проявляют упорство и настойчивость, оптимисты ставят перед собой больше целей. Оптимисты более успешны в самых разных сферах. Оптимисты более здоровы и энергичны.
- б) Оптимисты добиваются поставленных целей чаще других. Они меньше болеют, более успешны в работе и личной жизни. Оптимисты чаще всего умнее пессимистичных людей.
- в) Оптимисты проявляют большую симпатию, с ними легче установить дружеские, любовные или другие отношения. На работе оптимисты всегда успешнее и занимают руководящие должности.

27. Выберите вариант, фразы которого относятся к ненасильственному общению.

- а) «Я чувствую себя огорченным, когда приходится ждать тебя...». «За прошлый месяц вы не выполнили план продаж, давайте поговорим об этом». «Вы не забили гол в 20 играх, меня беспокоит этот результат».
- б) «Ты огорчаешь меня, когда опаздываешь...». «Олег, план продаж необходимо выполнять, это в ваших же интересах». «Ты плохо играешь в последнее время, меня это беспокоит».
- в) «Твои опоздания уже переходят все границы, это недопустимо». «Олег, так работать нельзя, снова не закрыт план продаж». «Ты не очень хороший менеджер».

28. Выберите вариант корректной формулировки потребности.

а) «Мне нужна финансовая безопасность». «Мне нужны автономность и время для себя». «Мне нужен комфорт и отдых после рабочего дня».

б) «Мне нужно больше зарабатывать». «Мне нужна свобода и личное пространство». «Мне нужно, чтобы был порядок».

в) «Мне нужна работа X». «Мне нужно провести отпуск отдельно от всех». «Мне нужно, чтобы все вещи лежали на местах, когда я прихожу с работы».

29. Выберите верные сигналы готовности к покупке:

а) Клиент одобряет слова продавца и часто с ним соглашается. Он доброжелательно настроен.

б) Клиент положительно отзывается о предлагаемой продукции. Интересуется отзывами других клиентов

в) Клиент задает много вопросов, ведет активную дискуссию. Просит предоставить материалы о продукте. Расспрашивает о дополнительных условиях

г) Клиент меняет выражение лица, делая его более серьезным, настроенным. Расспрашивает о дополнительных условиях, скидках

30. Выберите признаки прогресса продажи:

а) Договорились провести демонстрацию. Договорились, что на следующей встрече будет присутствовать руководитель. Договорились о тестовом периоде

б) Договорились, что вас представят тем подразделениям клиента, которые были недоступны. Обсудили возможность встречи на следующей неделе, чтобы провести презентацию

в) Договорились о следующей встрече с техническим специалистом. Договорились провести демонстрацию. Проговорили, что вам перезвонят в удобное время

31. Вопросы на какую тему вы будете задавать последними в ходе выяснения потребности?

а) Параметры: что выбираете? по каким параметрам выбираете?

б) Социальные: как дела? какая ситуация? что привело?

в) Деньги: какой бюджет, ограничения?

г) Сроки: когда планируете покупку?

д) Потребности: какая цель? что хотите изменить?