Общество с ограниченной ответственностью «Реалтьютор»
ОГРН 1167746470066 / ИНН 9705067152 / КПП 770501001

УТВЕРЖДАЮ
Приказом № Р-6 от 03.08.2026 г.
Генеральный директор
ООО «Реалтьютор»
_____ /Житник В. И./
м.п.

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

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

# ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ПРОГРАММА

## повышения квалификации

## «Эксперт по недвижимости»

**Объем программы (трудоемкость):** 48 академических часов

**Срок освоения программы** — 4 недели

г. Москва

2026 г.

## ЛИСТ ОБНОВЛЕНИЙ И АКТУАЛИЗАЦИИ

дополнительной профессиональной программы
повышения квалификации

**«Эксперт по недвижимости»**

| № п/п | Дата внесения изменений в программу | Характер изменений | Дата и номер протокола согласования документа |
|---|---|---|---|
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |

**СОДЕРЖАНИЕ**

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ..... 4
2. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ПРОГРАММЫ.....4
3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ.....5
4. УЧЕБНЫЙ ПЛАН.....7
5. КАЛЕНДАРНЫЙ УЧЕБНЫЙ ГРАФИК.....10
6. РАБОЧИЕ ПРОГРАММЫ.....11
7. ОЦЕНКА КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ.....30
8. ПРОГРАММА ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ.....31
9. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ.....32
10. ОРГАНИЗАЦИОННО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ.....76
11. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ.....76
12. ИНФОРМАЦИОННЫЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ.....77

## 1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

**1.1 Характеристика программы:**

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

Программа разработана в соответствии с нормами Федерального закона от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» с учетом требований приказа Минобрнауки России от 24.03.2025 № 266 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным профессиональным программам», постановления Правительства РФ от 11.10.2023 № 1678 «Об утверждении Правил применения организациями, осуществляющими образовательную деятельность, электронного обучения, дистанционных образовательных технологий при реализации образовательных программ», профессионального стандарта "Специалист по операциям с недвижимостью" (утв. приказом Министерства труда и социальной защиты РФ от 10 сентября 2019 года N 611н), федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 38.02.08 Торговое дело (утв. приказом Министерства просвещения РФ от 19 июля 2023 г. N 548).

**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 48 академических часов.

**1.5. Срок освоения программы** — 4 недели.

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

**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 оказания экспертных консультационных услуг при совершении операций с жилой и коммерческой недвижимостью, в том числе при реализации инвестиционных стратегий.

Программа разработана с учетом потребностей и интересов специалистов по недвижимости.

**2.2. Задачи программы:**

1. Получение и совершенствование слушателями знаний, умений и навыков анализа и оценки объектов жилой и коммерческой недвижимости, их локации и ликвидности.

2. Получение и совершенствование слушателями навыков консультирования клиента в рамках выявления его истинной потребности, анализа активов и финансовой ситуации семьи, работы с участниками сделки, имеющими разные интересы.

3. Получение и совершенствование слушателями навыков расчета и сравнения инвестиционных стратегий, в том числе при приобретении недвижимости с торгов, срочном выкупе, флиппинге и покупке готового арендного бизнеса.

4. Получение и совершенствование слушателями навыков поиска клиентов, персонального маркетинга и применения информационных технологий, в том числе инструментов искусственного интеллекта, в профессиональной деятельности.

## 3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ

3.1. Программа направлена на совершенствование и приобретение новых компетенций в области оказания экспертных консультационных услуг при совершении операций с жилой и коммерческой недвижимостью (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 среднего профессионального образования по специальности 38.02.08 Торговое дело (утв. приказом Министерства просвещения РФ от 19 июля 2023 г. N 548).

3.3. Программа направлена на получение и совершенствование слушателями общих и профессиональных компетенций.

В результате освоения программы слушатели будут обладать общими компетенциями (ОК), включающими в себя способность:

ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;

ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;

ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях;

ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде.

В результате освоения программы слушатели будут обладать профессиональными компетенциями (ПК):

ПК-1. Способен консультировать клиента при приобретении (реализации) прав на объекты жилой и коммерческой недвижимости с учетом его истинной потребности и финансовой ситуации;

ПК-2. Способен анализировать и оценивать объекты недвижимости, их локацию, ликвидность и стоимость;

ПК-3. Способен рассчитывать и сравнивать инвестиционные стратегии в сфере недвижимости;

ПК-4. Способен осуществлять поиск клиентов и продвижение услуг, в том числе с использованием информационных технологий.

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

В результате освоения программы обучающиеся

*будут знать:*

- методологию выявления истинной потребности клиента и основы психологии принятия решений в семье;
- методы анализа активов и финансовой ситуации семьи клиента;
- приёмы работы с семейными парами и участниками сделки с разными интересами, роль агента-медиатора;

- методы анализа и оценки жилой и коммерческой недвижимости, локации и ликвидности объектов;
- особенности рынка новостроек, торговой и коммерческой недвижимости, готового арендного бизнеса;
- виды аукционов, подготовку к торгам, особенности срочного выкупа и связанные с ними риски;
- методы расчета доходности и сравнения инвестиционных стратегий;
- возможности и ограничения инструментов искусственного интеллекта и методы управления информационными данными;
- методы персонального маркетинга и продвижения услуг в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет".

*будут уметь:*

- проводить консультацию и глубинное интервью с клиентом, определять его истинную потребность;
- анализировать финансовую ситуацию семьи и формировать стратегию сделки;
- выявлять скрытые конфликты интересов участников сделки и выступать в роли медиатора;
- выявлять особенности объекта недвижимости, в том числе физического (планировка), географического (локация) и экономического характера;
- оценивать локацию, ликвидность и рыночную стоимость объектов жилой и коммерческой недвижимости;
- рассчитывать доходность и сравнивать инвестиционные стратегии для клиента;
- осуществлять поиск клиентов, формировать круг рекомендаций и витрину объектов коммерческой недвижимости;
- использовать инструменты искусственного интеллекта для анализа рынка на основе проверенных источников данных;
- продвигать свои услуги с использованием персонального маркетинга, в том числе посредством информационно-телекоммуникационной сети "Интернет".

## 4. УЧЕБНЫЙ ПЛАН

### дополнительной профессиональной программы повышения квалификации «Эксперт по недвижимости»

**Цель обучения** – получение теоретических знаний и овладение практическими умениями и навыками, обеспечивающими формирование и совершенствование у слушателей профессиональных компетенций, необходимых для оказания экспертных консультационных услуг при совершении операций с жилой и коммерческой недвижимостью, в том числе при реализации инвестиционных стратегий.

**Категория слушателей** – лица, имеющие среднее профессиональное и (или) высшее образование; лица, получающие среднее профессиональное и (или) высшее образование.

**Трудоемкость обучения:** 48 академических часов.

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

| № п/п | Наименование компонентов программы | Трудоемкость, ак. ч.[1] | | | | | Форма контроля |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | Всего | Лекции | Практические занятия | Самостоятельная работа | Контроль | |
| **1.** | **Раздел 1. Персональный план развития** | **3,9** | **1,4** | **0,3** | **2,2** | | Текущий контроль (тестирование) |
| | 1.1 Как агенту менять свой средний чек | 0,5 | 0,5 | | | | |
| | 1.2 Как выстраивать круг рекомендаций | 0,3 | 0,3 | | | | |
| | 1.3 Как просить круг рекомендаций. Практикум | 0,3 | | 0,3 | | | |
| | 1.4 Где и как искать клиентскую базу | 0,2 | 0,2 | | | | |
| | 1.5 Как ставить цели | 0,4 | 0,4 | | | | |
| **2.** | **Раздел 2. Психология клиента и истинная потребность** | **5,8** | **2,0** | **0,5** | **3,3** | | Текущий контроль (тестирование) |
| | 2.1 Агент как семейный консультант | 0,6 | 0,6 | | | | |
| | 2.2 Психология клиента | 0,4 | 0,4 | | | | |
| | 2.3 Глубинное интервью | 0,2 | 0,2 | | | | |
| | 2.4 Как задавать неудобные вопросы | 0,3 | 0,3 | | | | |
| | 2.5 Анализ финансовой ситуации семьи | 0,3 | 0,3 | | | | |
| | 2.6 Перспективная оценка объекта недвижимости | 0,2 | 0,2 | | | | |
| | 2.7 Разбор консультации. Кейс 1 | 0,3 | | 0,3 | | | |
| | 2.8 Разбор консультации. Кейс 2 | 0,2 | | 0,2 | | | |
| **3.** | **Раздел 3. Жилая недвижимость. Новостройки** | **4,4** | **0,8** | **1,1** | **2,5** | | Текущий контроль (тестирование) |
| | 3.1 Типовые ошибки при подборе новостроек | 0,2 | 0,2 | | | | |

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

| № п/п | Наименование компонентов программы | Трудоемкость, ак. ч. | | | | | Форма контроля |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | Всего | Лекции | Практические занятия | Самостоятельная работа | Контроль | |
| | 3.2 Как оценивать ликвидность новостройки | 0,6 | 0,6 | | | | |
| | 3.3 Анализ рынка новостроек. Зиларт | 0,4 | | 0,4 | | | |
| | 3.4 Анализ рынка новостроек. Остров | 0,4 | | 0,4 | | | |
| | 3.5 СМАК. Практикум | 0,3 | | 0,3 | | | |
| **4.** | **Раздел 4. Коммерческая недвижимость** | **4,4** | **1,5** | **0,4** | **2,5** | | Текущий контроль (тестирование) |
| | 4.1 Как анализировать коммерцию | 0,4 | 0,4 | | | | |
| | 4.2 Как оценивать локацию | 0,3 | 0,3 | | | | |
| | 4.3 Торговая недвижимость. Часть 1 | 0,5 | 0,5 | | | | |
| | 4.4 Торговая недвижимость. Часть 2 | 0,3 | 0,3 | | | | |
| | 4.5 Торговая недвижимость. Практические примеры | 0,4 | | 0,4 | | | |
| **5.** | **Раздел 5. ИИ в работе агента** | **2,1** | **0,5** | **0,5** | **1,1** | | Текущий контроль (тестирование) |
| | 5.1 ИИ в работе агента | 0,3 | 0,3 | | | | |
| | 5.2 ИИ. СМАК. Практикум. Часть 1 | 0,2 | | 0,2 | | | |
| | 5.3 ИИ. СМАК. Практикум. Часть 2 | 0,2 | | 0,2 | | | |
| | 5.4 ИИ. Работа с базами данных | 0,2 | 0,2 | | | | |
| | 5.5 ИИ. Анализ конкретного ЖК | 0,1 | | 0,1 | | | |
| **6.** | **Раздел 6. Как искать клиентов в коммерческой недвижимости** | **1,5** | **0,5** | | **1,0** | | Текущий контроль (тестирование) |
| | 6.1 Как искать клиентов на коммерческую и торговую недвижимость | 0,1 | 0,1 | | | | |
| | 6.2 Активный поиск через порталы аренды | 0,2 | 0,2 | | | | |
| | 6.3 Как собрать витрину коммерческой недвижимости | 0,1 | 0,1 | | | | |
| | 6.4 Работа с витриной и базой арендаторов | 0,1 | 0,1 | | | | |
| **7.** | **Раздел 7. Торги и срочный выкуп** | **3,1** | **1,1** | | **2,0** | | Текущий контроль (тестирование) |
| | 7.1 Как считать инвестиции в новостройки | 0,2 | 0,2 | | | | |
| | 7.2 Покупка недвижимости с торгов | 0,1 | 0,1 | | | | |
| | 7.3 Подводные камни выкупа объектов недвижимости | 0,1 | 0,1 | | | | |
| | 7.4 Подготовка к торгам | 0,3 | 0,3 | | | | |

| № п/п | Наименование компонентов программы | Трудоемкость, ак. ч. | | | | | Форма контроля |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | Всего | Лекции | Практические занятия | Самостоятельная работа | Контроль | |
| | 7.5 Торги на растущем и падающем рынке | 0,1 | 0,1 | | | | |
| | 7.6 Срочный выкуп | 0,1 | 0,1 | | | | |
| | 7.7 Проклятие победителя | 0,2 | 0,2 | | | | |
| **8.** | **Раздел 8. ГАБ, флиппинг, спекуляция** | **1,3** | **0,5** | | **0,8** | | Текущий контроль (тестирование) |
| | 8.1 Парадокс флиппинга | 0,1 | 0,1 | | | | |
| | 8.2 Готовый арендный бизнес | 0,2 | 0,2 | | | | |
| | 8.3 Спекуляция и консерватизм. Семейный эксперимент | 0,2 | 0,2 | | | | |
| **9.** | **Раздел 9. Персональный маркетинг эксперта** | **4,4** | **2,0** | | **2,4** | | Текущий контроль (тестирование) |
| | 9.1 Персональный маркетинг эксперта | 0,4 | 0,4 | | | | |
| | 9.2 Алгоритмы платформ | 0,3 | 0,3 | | | | |
| | 9.3 Как снимать видео | 0,4 | 0,4 | | | | |
| | 9.4 Ошибки в социальных сетях | 0,2 | 0,2 | | | | |
| | 9.5 Что создаёт доверие | 0,7 | 0,7 | | | | |
| **10.** | **Раздел 10. Расчет инвестиционных стратегий** | **2,3** | **0,9** | | **1,4** | | Текущий контроль (тестирование) |
| | 10.1 Доллар. Ретроспектива инвестиций за 7 лет | 0,2 | 0,2 | | | | |
| | 10.2 Ретроспектива депозитов | 0,1 | 0,1 | | | | |
| | 10.3 Убыточная недвижимость | 0,2 | 0,2 | | | | |
| | 10.4 Ловушка доходности. Сдача квартиры в аренду | 0,2 | 0,2 | | | | |
| | 10.5 Как считать доходность | 0,2 | 0,2 | | | | |
| **11.** | **Итоговое практическое задание «Аналитика локации» (подготовка отчёта)** | **12,8** | | | **12,8** | | Отчёт |
| **12.** | **Итоговая аттестация (проверка и оценка отчёта)** | **2,0** | | | | **2,0** | Зачет |
| **13.** | **Итого** | **48,0** | **11,2** | **2,8** | **32,0** | **2,0** | |

## 5. КАЛЕНДАРНЫЙ УЧЕБНЫЙ ГРАФИК

**дополнительной профессиональной программы**
**повышения квалификации**
**«Эксперт по недвижимости»**

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

Срок освоения программы — 4 недели. Начало обучения — по мере набора группы.

Примерный режим занятий: 2–3 академических часа в день. Итоговая аттестация (проверка и оценка отчёта по итоговому практическому заданию) проводится на 4-й неделе обучения после загрузки отчёта на образовательную платформу.

| № п/п | Наименование компонентов программы | 1 неделя | 2 неделя | 3 неделя | 4 неделя | Всего, ак. ч. |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 1. | Раздел 1. Персональный план развития | 3,9 | | | | **3,9** |
| 2. | Раздел 2. Психология клиента и истинная потребность | 5,8 | | | | **5,8** |
| 3. | Раздел 3. Жилая недвижимость. Новостройки | | 4,4 | | | **4,4** |
| 4. | Раздел 4. Коммерческая недвижимость | | 4,4 | | | **4,4** |
| 5. | Раздел 5. ИИ в работе агента | | 2,1 | | | **2,1** |
| 6. | Раздел 6. Как искать клиентов в коммерческой недвижимости | | | 1,5 | | **1,5** |
| 7. | Раздел 7. Торги и срочный выкуп | | | 3,1 | | **3,1** |
| 8. | Раздел 8. ГАБ, флиппинг, спекуляция | | | 1,3 | | **1,3** |
| 9. | Раздел 9. Персональный маркетинг эксперта | | | 4,4 | | **4,4** |
| 10. | Раздел 10. Расчет инвестиционных стратегий | | | 2,3 | | **2,3** |
| 11. | Итоговое практическое задание «Аналитика локации» (подготовка отчёта) | | | | 12,8 | **12,8** |
| 12. | Итоговая аттестация (проверка и оценка отчёта) | | | | 2,0 | **2,0** |
| **13.** | **Итого** | **9,7** | **10,9** | **12,6** | **14,8** | **48,0** |

## 6. РАБОЧИЕ ПРОГРАММЫ

### Рабочая программа
### Раздела 1. Персональный план развития

**Цель программы раздела** – формирование и совершенствование у слушателей профессиональных компетенций в области «Персональный план развития», необходимых для оказания экспертных консультационных услуг при совершении операций с недвижимостью.

**Планируемые результаты изучения раздела**

*будут знать:*

- методы планирования профессионального развития и постановки целей;
- принципы работы с кругом рекомендаций и источники клиентов на коммерческую недвижимость;

*будут уметь:*

- формировать личный бизнес-план на год как план будущих трат и менять витрину объектов и круг общения;
- формировать круг рекомендаций и «узлы доверия», применять приёмы просьбы о рекомендации.

### Содержание обучения
### Раздела 1. Персональный план развития

| Вид занятий | Кол-во часов | Наименование темы и содержание |
|---|---|---|
| Лекции | 1,4 | **1.1 Как агенту менять свой средний чек**<br>Почему рост дохода за счёт увеличения количества сделок упирается в «правило второго прыжка». Смена среднего чека через два показателя: витрину объектов, которая определяет, кто звонит агенту, и круг общения. Закрытие базовых финансовых вопросов как основа перехода; почему показной статус не создаёт доверия. Пересмотр плана смены окружения каждые 90 дней.<br>**1.2 Как выстраивать круг рекомендаций**<br>Круг рекомендаций как источник клиентов. «Узлы доверия» агента: адвокаты по разделу имущества и наследству, финансовые консультанты, дизайнеры и архитекторы. Почему рекомендатель боится рекомендовать и что партнёр ценит больше вознаграждения. Польза как основа отношений с новым кругом общения, этап личного доверия, правила, которые помогают не испортить круг рекомендателей.<br>**1.4 Где и как искать клиентскую базу**<br>Поиск клиентов на коммерческую недвижимость: собственники дорогой жилой аренды как будущие инвесторы, офисные здания и объекты, которые не публикуются на порталах, телефоны на вывесках пустующих помещений, собственная клиентская база агента. Сдача пустующего помещения в аренду перед продажей как готового арендного бизнеса; комплексный контракт с одним собственником.<br>**1.5 Как ставить цели**<br>Ловушка погони за количеством сделок вместо среднего чека. Цель как план будущих трат; личный бизнес-план агента на год и переход от ежемесячного дохода к годовому. Как научиться работать с состоятельными клиентами: кругозор, интересы, отказ от заискивания. |
| Практические занятия | 0,3 | **1.3 Как просить круг рекомендаций. Практикум**<br>Практикум: принцип «возьми у меня пользу, а не дай мне клиента». Приёмы «Оцени мою экспертизу», «дал денег — дай визитку», мини-аудит риска для потенциального партнёра. Разбор ошибочных просьб о рекомендации; работа в бизнес-клубах через поиск партнёров. Кейс построения доверия с финансовым консультантом. |

| Вид занятий | Кол-во часов | Наименование темы и содержание |
|---|---|---|
| Самостоя-тельная работа | 2,2 | Изучение материалов раздела на образовательной платформе и выполнение заданий:<br>1. Описать свою текущую витрину объектов и круг общения; определить, какие изменения нужны для работы с более высоким чеком.<br>2. Составить список «узлов доверия» (юристы, финансовые консультанты, дизайнеры и др.) и план первого полезного контакта с каждым.<br>3. Подготовить формулировку приёма «Оцени мою экспертизу» для своего круга общения.<br>4. Составить личный бизнес-план на год как план будущих трат и определить целевой годовой доход.<br>**Тестирование по урокам раздела на образовательной платформе:**<br>урок 1.1 — 7 вопросов;<br>урок 1.2 — 9 вопросов;<br>урок 1.3 — 8 вопросов;<br>урок 1.4 — 9 вопросов;<br>урок 1.5 — 5 вопросов;<br>*Тестовые задания с ключами приведены в п. 9.2.* |

## Рабочая программа
## Раздела 2. Психология клиента и истинная потребность

**Цель программы раздела** – формирование и совершенствование у слушателей профессиональных компетенций в области «Психология клиента и истинная потребность», необходимых для оказания экспертных консультационных услуг при совершении операций с недвижимостью.

**Планируемые результаты изучения раздела**

*будут знать:*

- основы психологии клиента и принятия решений в семье;
- методику глубинного интервью и анализа финансовой ситуации семьи;
- подходы к оценке объекта для продажи сейчас и на перспективу;

*будут уметь:*

- выявлять истинную потребность клиента;
- задавать деликатные вопросы и анализировать финансовое положение семьи;
- выстраивать финансовый план семьи и стратегию сделки.

## Содержание обучения
## Раздела 2. Психология клиента и истинная потребность

| Вид занятий | Кол-во часов | Наименование темы и содержание |
|---|---|---|
| Лекции | 2,0 | **2.1 Агент как семейный консультант**<br>Задача эксперта — стать для клиента точкой входа на рынок недвижимости и выстроить долгосрочные отношения. Агент как «домашний врач» семьи. Жизненные циклы семьи и связанные с ними сроки владения жильём; чего не учитывает молодая пара при первой покупке. Скрытые конфликты интересов между участниками сделки.<br>**2.2 Психология клиента**<br>Главная ошибка консультации — стремление доминировать в разговоре вместо того, чтобы слушать. Как клиент слышит агента. Почему семейную пару нельзя считать единым клиентом. Вопрос «Почему именно сейчас?» и пусковой триггер обращения. Кейсы о скрытых мотивах: страх потери сбережений, покупка дома в браке.<br>**2.3 Глубинное интервью**<br>Методика глубинного интервью: единая анкета для собственника и покупателя, триггеры обращения (рождение ребёнка, развод, наследство, смена работы, болезнь, пенсия), проверка ложной потребности вопросом «Что будет, если не совершать сделку?». Подготовка ко второй встрече: план продажи текущего объекта и план покупки следующего.<br>**2.4 Как задавать неудобные вопросы**<br>Работа с семейной парой: кто чаще принимает решение о покупке, ошибка апеллировать только к «мужской логике», вовлечение второго супруга в разговор. Деликатное выяснение чувствительных обстоятельств через кейсы из практики. Позиция медиатора. Три базовые схемы сделок и их ключевые вопросы: улучшение быта, разница в цене, раздел имущества.<br>**2.5 Анализ финансовой ситуации семьи**<br>Разбор финансовых кейсов семей: поверхностный запрос клиента и необходимость пересмотра всех активов. «Скрытые» активы семьи (добрачная недвижимость, наследство, земельный участок). Построение финансового плана семьи вместо подбора объекта на заявленную сумму.<br>**2.6 Перспективная оценка объекта недвижимости**<br>Два подхода к оценке недвижимости: оценка для выхода объекта на рынок сейчас (сравнительно-маркетинговый анализ) и оценка перспектив объекта на годы вперёд. Три вопроса перспективной оценки: что будет с локацией (градостроительная политика, транспорт, демография), как менялась цена в |

| Вид занятий | Кол-во часов | Наименование темы и содержание |
|---|---|---|
| | | локации за 3–5 лет, как будет меняться сам объект и его меновая цена относительно нового фонда. Консультация «стоит ли вообще продавать объект» на примерах квартиры в старом панельном доме и загородного дома, полученного по наследству. |
| Практические занятия | 0,5 | **2.7 Разбор консультации. Кейс 1**<br>Разбор консультации инвестора: почему нельзя сразу сравнивать объекты и считать доходность, не выяснив срок и требования к ликвидности. Сравнение новостройки, гостиничного апартамента и коммерческой недвижимости по ликвидности, делимости капитала и риску управления; итоговое решение о распределении капитала.<br>**2.8 Разбор консультации. Кейс 2**<br>Разбор консультации семьи с запросом «купить каждому ребёнку по квартире»: страхи родителей за ними, влияние инфляции и неравномерного роста цен. Переход от покупки квартир к созданию капитала под будущий момент жизни каждого ребёнка; разные горизонты и стратегии для сына и дочери. |
| Самостоя-тельная работа | 3,3 | Изучение материалов раздела на образовательной платформе и выполнение заданий:<br>1. Составить перечень вопросов для глубинного интервью, включая вопрос «Почему именно сейчас?» и проверку ложной потребности.<br>2. Провести консультацию с клиентом (или в формате ролевой игры) и письменно сформулировать заявленный запрос и истинную потребность.<br>3. Подготовить шаблон анализа всех активов семьи для финансового плана.<br>4. Описать сделку с несколькими участниками и их интересами и подготовить вопросы для медиации.<br>**Тестирование по урокам раздела на образовательной платформе:**<br>урок 2.1 — 5 вопросов;<br>урок 2.2 — 8 вопросов;<br>урок 2.3 — 5 вопросов;<br>урок 2.4 — 7 вопросов;<br>урок 2.5 — 4 вопроса;<br>урок 2.6 — 5 вопросов;<br>урок 2.7 — 4 вопроса;<br>урок 2.8 — 7 вопросов;<br>*Тестовые задания с ключами приведены в п. 9.2.* |

## Рабочая программа
## Раздела 3. Жилая недвижимость. Новостройки

**Цель программы раздела** – формирование и совершенствование у слушателей профессиональных компетенций в области «Жилая недвижимость. Новостройки», необходимых для оказания экспертных консультационных услуг при совершении операций с недвижимостью.

**Планируемые результаты изучения раздела**

*будут знать:*

- правила консультирования при подборе новостроек;
- влияние планировки на ликвидность квартиры и приёмы ценовой политики застройщиков;
- методику сравнительно-маркетингового анализа (СМАК);

*будут уметь:*

- оценивать ликвидность новостройки;
- проводить анализ рынка новостроек и сравнительный анализ объектов.

## Содержание обучения
## Раздела 3. Жилая недвижимость. Новостройки

| Вид занятий | Кол-во часов | Наименование темы и содержание |
|---|---|---|
| Лекции | 0,8 | **3.1 Типовые ошибки при подборе новостроек**<br>Почему не работает концепция «бесплатного подбора новостроек». Платная консультация и позиция агента на стороне клиента. Правила первичной консультации: общий разбор без названий ЖК, пауза и подборка позже. Продолжение отношений после сделки с застройщиком: приёмка, будущая продажа, рекомендации.<br>**3.2 Как оценивать ликвидность новостройки**<br>Ликвидность новостройки через качество планировки: площадь сама по себе не имеет потребительской ценности. Функциональные размеры кухни-столовой и спален, расчёт систем хранения в объёме, признаки хорошей планировки. Почему избыточные метры — это переплата клиента. |
| Практические занятия | 1,1 | **3.3 Анализ рынка новостроек. Зиларт**<br>Практический разбор ЖК «Зиларт»: динамика цены с 2018 по 2022 год, закрытие окна инвестиций «в котлован» после перехода на эскроу-счета. Какие вопросы задать клиенту, чтобы оценить результат его вложения.<br>**3.4 Анализ рынка новостроек. Остров**<br>Практический разбор ЖК «Остров»: ценовая лестница между кварталами и приёмы ценовой манипуляции застройщика (запуск премиального квартала, наценка на верхние этажи, лоты под семейную ипотеку). Как объяснить клиенту, что будет с ценой после завершения строительства района.<br>**3.5 СМАК. Практикум**<br>Практикум по сравнительно-маркетинговому анализу (СМАК): ценовой коридор вместо «точной цены», данные по проданным аналогам (срок экспозиции, цена в рекламе и цена сделки, площадь), сравнение нетипичных по площади объектов, вопрос собственнику о минимальной цене продажи. |
| Самостоя-тельная работа | 2,5 | Изучение материалов раздела на образовательной платформе и выполнение заданий:<br>1. Проанализировать планировку квартиры в выбранном ЖК по критериям урока 3.2.<br>2. Составить для выбранного ЖК таблицу цен по корпусам или кварталам и оценить ценовую политику застройщика.<br>3. Провести сравнительно-маркетинговый анализ (СМАК) объекта и определить ценовой коридор. |

| Вид занятий | Кол-во часов | Наименование темы и содержание |
|---|---|---|
| | | **Тестирование по урокам раздела на образовательной платформе:**<br>урок 3.1 — 5 вопросов;<br>урок 3.2 — 10 вопросов;<br>урок 3.3 — 3 вопроса;<br>урок 3.4 — 7 вопросов;<br>урок 3.5 — 4 вопроса;<br>*Тестовые задания с ключами приведены в п. 9.2.* |

## Рабочая программа
## Раздела 4. Коммерческая недвижимость

**Цель программы раздела** – формирование и совершенствование у слушателей профессиональных компетенций в области «Коммерческая недвижимость», необходимых для оказания экспертных консультационных услуг при совершении операций с недвижимостью.

**Планируемые результаты изучения раздела**

*будут знать:*

- виды и особенности коммерческой недвижимости;
- критерии оценки локации, торговых помещений и договоров аренды;

*будут уметь:*

- анализировать объекты торговой и коммерческой недвижимости;
- оценивать локацию, арендный поток и риски объекта.

## Содержание обучения
## Раздела 4. Коммерческая недвижимость

| Вид занятий | Кол-во часов | Наименование темы и содержание |
|---|---|---|
| Лекции | 1,5 | **4.1 Как анализировать коммерцию**<br>Коммерческая недвижимость как инвестиция: заблуждение, что владелец должен сам вести бизнес в помещении. Сравнение доходности аренды жилой (5–7%) и коммерческой (9,5–11,5%) недвижимости. Логика арендатора-компании при выборе помещения. Комиссии агента при переводе капитала клиента из жилой недвижимости в коммерческую.<br>**4.2 Как оценивать локацию**<br>Анализ локации начинается с демографии. Как смена поколений и наследование повлияют на рынок старого жилого фонда; уценка старого фонда при большом объёме нового строительства; рынок аренды как опережающий индикатор.<br>**4.3 Торговая недвижимость. Часть 1**<br>Торговая недвижимость в эпоху доставки: магазин как «склад самообслуживания», рост спроса на склады последней мили, борьба за помещения на окраинах и в спальных районах, влияние навигаторов на размещение сервисных точек. Плотность домовладений и доля торговых площадей как критерии выбора помещения.<br>**4.4 Торговая недвижимость. Часть 2**<br>Договор аренды торгового помещения: срок договора и разрешение Роспотребнадзора, ставка в процентах от товарооборота, риски договоров дольше 7 лет. Оценка срока окупаемости (месячная ставка × 100). Требования к помещениям под алкогольную розницу; нормы насыщенности для стоматологий и салонов красоты. |
| Практические занятия | 0,4 | **4.5 Торговая недвижимость. Практические примеры**<br>Практические примеры: почему выгодны помещения в старых спальных районах, для каких арендаторов подходит «кабинетная нарезка», влияние открытия школы на ограничения торговли. Трафик-анализ района, качество документов и вход без порога как критерии выбора. |
| Самостоя-тельная работа | 2,5 | Изучение материалов раздела на образовательной платформе и выполнение заданий:<br>1. Оценить демографию и объём нового строительства в выбранной локации.<br>2. Оценить торговое помещение по плотности домовладений и насыщенности района торговыми площадями.<br>3. Рассчитать ориентировочный срок окупаемости помещения по рыночной арендной ставке.<br>**Тестирование по урокам раздела на образовательной платформе:** |

| Вид занятий | Кол-во часов | Наименование темы и содержание |
|---|---|---|
| | | урок 4.1 — 4 вопроса;<br>урок 4.2 — 4 вопроса;<br>урок 4.3 — 7 вопросов;<br>урок 4.4 — 6 вопросов;<br>урок 4.5 — 5 вопросов;<br>*Тестовые задания с ключами приведены в п. 9.2.* |

## Рабочая программа
## Раздела 5. ИИ в работе агента

**Цель программы раздела** – формирование и совершенствование у слушателей профессиональных компетенций в области «ИИ в работе агента», необходимых для оказания экспертных консультационных услуг при совершении операций с недвижимостью.

**Планируемые результаты изучения раздела**

*будут знать:*

- возможности и ограничения инструментов искусственного интеллекта;
- принципы работы ИИ с проверенными источниками данных;

*будут уметь:*

- применять инструменты ИИ для анализа объектов и работы с базами данных;
- проверять и интерпретировать результаты, полученные с помощью ИИ.

## Содержание обучения
## Раздела 5. ИИ в работе агента

| Вид занятий | Кол-во часов | Наименование темы и содержание |
|---|---|---|
| Лекции | 0,5 | **5.1 ИИ в работе агента**<br>Инструменты искусственного интеллекта в работе агента: сравнительно-маркетинговый анализ по большому массиву (40–50 аналогов), ретроспективный анализ цен, расчёт ипотечных платежей и доходности. Ограничения ИИ: он не проверяет достоверность источников и не заменяет осмотр объекта и экспертную оценку.<br>**5.4 ИИ. Работа с базами данных**<br>Почему ИИ нельзя использовать как поисковик. Работа ИИ только с проверенными источниками данных, которые загружает сам эксперт; типичные ошибки в формулировке запросов. ИИ как аналитический помощник и источник контента. |
| Практические занятия | 0,5 | **5.2 ИИ. СМАК. Практикум. Часть 1**<br>Практикум: анализ готовой таблицы сравнительно-маркетингового анализа (СМАК) с помощью ИИ. Постановка запроса с описанием структуры таблицы (проданные объекты, конкуренты в рекламе, объекты большей площади). Получение рекомендации по стартовой цене в рекламе, целевой цене сделки и нижней границе; сверка с оценкой агента. Подготовка с помощью ИИ текста презентации анализа собственнику: проданные аналоги, конкуренты, психологический ценовой потолок.<br>**5.3 ИИ. СМАК. Практикум. Часть 2**<br>Практикум: построение сравнительно-маркетингового анализа с нуля с помощью ИИ. Поэтапная передача данных о проданных объектах и конкурентах в рекламе из открытых сервисов, уточнение характеристик (отделка, этаж). Получение расчётной рыночной стоимости, вероятной цены сделки и цены выхода в рекламу, подбор опорных пар аналогов. Роль эксперта — выбор сопоставимых объектов на основе знания территории.<br>**5.5 ИИ. Анализ конкретного ЖК**<br>Практический пример: подготовка объективного обзора жилого комплекса с помощью ИИ только по заданным экспертом источникам (обзоры, порталы недвижимости). Оценка сильных и слабых сторон проекта, кому он подходит для жизни и для инвестиций; подготовка сравнительного отчёта по нескольким ЖК к встрече с клиентом. |
| Самостоя-тельная работа | 1,1 | Изучение материалов раздела на образовательной платформе и выполнение заданий:<br>1. Подготовить с помощью ИИ-инструмента сравнительно-маркетинговый анализ по 40–50 аналогам и проверить достоверность данных. |

| Вид занятий | Кол-во часов | Наименование темы и содержание |
|---|---|---|
| | | 2. Сформулировать запросы к ИИ, ограниченные собственными проверенными источниками данных.<br><br>**Тестирование по урокам раздела на образовательной платформе:**<br>урок 5.1 — 5 вопросов;<br>урок 5.2 — тест не предусмотрен;<br>урок 5.3 — тест не предусмотрен;<br>урок 5.4 — 4 вопроса;<br>урок 5.5 — тест не предусмотрен;<br>*Тестовые задания с ключами приведены в п. 9.2.* |

## Рабочая программа
## Раздела 6. Как искать клиентов в коммерческой недвижимости

**Цель программы раздела** – формирование и совершенствование у слушателей профессиональных компетенций в области «Как искать клиентов в коммерческой недвижимости», необходимых для оказания экспертных консультационных услуг при совершении операций с недвижимостью.

**Планируемые результаты изучения раздела**

*будут знать:*

- категории клиентов на рынке коммерческой недвижимости и каналы их поиска;
- принципы формирования витрины объектов и базы арендаторов;

*будут уметь:*

- осуществлять активный поиск клиентов через порталы аренды;
- формировать витрину коммерческой недвижимости и подбирать арендаторов.

## Содержание обучения
## Раздела 6. Как искать клиентов в коммерческой недвижимости

| Вид занятий | Кол-во часов | Наименование темы и содержание |
|---|---|---|
| Лекции | 0,5 | **6.1 Как искать клиентов на коммерческую и торговую недвижимость**<br>Почему агент по жилой недвижимости может работать с коммерческой: те же клиенты, их деньги и задачи. Риски зависимости от льготных ипотечных программ. Поиск клиентов в собственной базе контактов.<br>**6.2 Активный поиск через порталы аренды**<br>Активный поиск: собственники дорогой жилой аренды (раздел «сдаётся», фильтр «от собственника») как будущие инвесторы в коммерческую недвижимость. Сравнение доходности; типичные возражения собственника и ответы на них.<br>**6.3 Как собрать витрину коммерческой недвижимости**<br>Как собрать первую витрину коммерческой недвижимости: обход офисных и административных зданий, контакты на фасадах, объекты, не размещённые на порталах. Показ офиса как выход на лиц, принимающих решения.<br>**6.4 Работа с витриной и базой арендаторов**<br>Работа с витриной и базой арендаторов: длительный срок поиска коммерческого помещения, подбор лотов под арендатора без привязки к одному объекту, что фиксировать в описании объекта. Аудитория коммерческой недвижимости — владельцы и топ-менеджеры бизнеса. |
| Самостоя-тельная работа | 1,0 | Изучение материалов раздела на образовательной платформе и выполнение заданий:<br>1. Найти на порталах аренды 10 объявлений собственников коммерческих помещений и подготовить сценарий первичного контакта.<br>2. Сформировать витрину из 5 коммерческих объектов с описанием и указанием целевых арендаторов.<br>**Тестирование по урокам раздела на образовательной платформе:**<br>урок 6.1 — 5 вопросов;<br>урок 6.2 — 4 вопроса;<br>урок 6.3 — 3 вопроса;<br>урок 6.4 — 5 вопросов;<br>*Тестовые задания с ключами приведены в п. 9.2.* |

## Рабочая программа
## Раздела 7. Торги и срочный выкуп

**Цель программы раздела** – формирование и совершенствование у слушателей профессиональных компетенций в области «Торги и срочный выкуп», необходимых для оказания экспертных консультационных услуг при совершении операций с недвижимостью.

**Планируемые результаты изучения раздела**

*будут знать:*

- виды аукционов и стратегии участия в торгах;
- особенности и риски срочного выкупа;
- методы расчета инвестиций в новостройки;

*будут уметь:*

- готовиться к участию в торгах и определять максимальную цену;
- оценивать риски выкупа объектов и рассчитывать доходность инвестиций.

## Содержание обучения
## Раздела 7. Торги и срочный выкуп

| Вид занятий | Кол-во часов | Наименование темы и содержание |
|---|---|---|
| Лекции | 1,1 | **7.1 Как считать инвестиции в новостройки**<br>Расчёт инвестиций в новостройки: депозит как «невидимый соперник» инвестиции, ошибка несвоевременного выхода, стоимость ожидания роста цены. Показатели IRR и NPV для сравнения инвестиции с депозитом.<br>**7.2 Покупка недвижимости с торгов**<br>Как устроены торги: английский и голландский аукцион, количество участников как источник ажиотажа. Главное заблуждение участников — стремление выиграть торги вместо выгодной покупки.<br>**7.3 Подводные камни выкупа объектов недвижимости**<br>Подводные камни объектов с торгов: оспаривание банкротных торгов, проживающие в квартире прежние заёмщики, что можно и чего нельзя узнать из документов, комиссия площадки с победителя. Происхождение объектов на торгах.<br>**7.4 Подготовка к торгам**<br>Подготовка к торгам: оценка реальной рыночной цены (почему не по объявлениям на порталах, тестовое объявление), учёт возможного роста цены на торгах, стоп-цена.<br>**7.5 Торги на растущем и падающем рынке**<br>Торги на растущем и падающем рынке: изменение числа участников, когда выгоднее покупать, почему избегать мелких лотов. Поиск недооценённых объектов и дисциплина цены вместо прогнозов рынка.<br>**7.6 Срочный выкуп**<br>Срочный выкуп: выкуп с дисконтом 20–30% к рынку, поиск обращений, риски оспаривания сделки при банкротстве продавца и мошеннических схем, проверки перед сделкой. Срочный выкуп как альтернатива торгам.<br>**7.7 Проклятие победителя**<br>«Проклятие победителя»: почему грамотный участник проигрывает большинство торгов, реальный диапазон роста цены, участие через представителя, манипуляции, подталкивающие к переплате, скрытые издержки покупки с торгов. |
| Самостоя-тельная работа | 2,0 | Изучение материалов раздела на образовательной платформе и выполнение заданий:<br>1. Рассчитать доходность инвестиции в квартиру в строящемся доме с учётом всех затрат и налогов. |

| Вид занятий | Кол-во часов | Наименование темы и содержание |
|---|---|---|
| | | 2. Найти на торговой площадке объект недвижимости и составить чек-лист его проверки.<br>3. Определить максимальную цену участия в торгах для выбранного объекта и обосновать её.<br><br>**Тестирование по урокам раздела на образовательной платформе:**<br>урок 7.1 — 4 вопроса;<br>урок 7.2 — 7 вопросов;<br>урок 7.3 — 5 вопросов;<br>урок 7.4 — 4 вопроса;<br>урок 7.5 — 6 вопросов;<br>урок 7.6 — 6 вопросов;<br>урок 7.7 — 7 вопросов;<br><br>*Тестовые задания с ключами приведены в п. 9.2.* |

## Рабочая программа
## Раздела 8. ГАБ, флиппинг, спекуляция

**Цель программы раздела** – формирование и совершенствование у слушателей профессиональных компетенций в области «ГАБ, флиппинг, спекуляция», необходимых для оказания экспертных консультационных услуг при совершении операций с недвижимостью.

**Планируемые результаты изучения раздела**

*будут знать:*

- особенности стратегий флиппинга, спекуляции и консервативного инвестирования;
- принципы оценки готового арендного бизнеса;

*будут уметь:*

- рассчитывать реальную доходность флиппинга;
- анализировать предложения готового арендного бизнеса.

## Содержание обучения
## Раздела 8. ГАБ, флиппинг, спекуляция

| Вид занятий | Кол-во часов | Наименование темы и содержание |
|---|---|---|
| Лекции | 0,5 | **8.1 Парадокс флиппинга**<br>Флиппинг — короткая перепродажа ради разницы в цене. Налоговые риски частых сделок, заморозка капитала на ремонт. Парадокс флиппинга: стратегия с ремонтом не даёт ощутимого преимущества перед короткими операциями.<br>**8.2 Готовый арендный бизнес**<br>Готовый арендный бизнес: почему это прежде всего способ выгодно продать объект, кто получает основную выгоду, налоговые риски (НДС) при продаже в 2026–2028 годах.<br>**8.3 Спекуляция и консерватизм. Семейный эксперимент**<br>Семейный эксперимент длиной в четыре года: спекулятивная стратегия с активной сменой инструментов (облигации, валюта, акции, золото, коммерческая недвижимость) и консервативная стратегия последовательных сделок с квартирами и депозитом. Меновая цена старого жилого фонда и новостроек, покупка со срочной распродажи. Сравнение результата и риска стратегий и выбор стратегии с учётом готовности клиента к риску. |
| Самостоя-тельная работа | 0,8 | Изучение материалов раздела на образовательной платформе и выполнение заданий:<br>1. Рассчитать реальную доходность сделки флиппинга с учётом затрат, сроков и налогов.<br>2. Проанализировать предложение готового арендного бизнеса: кто получает выгоду, налоговые риски при продаже.<br>3. Сравнить для клиента спекулятивную и консервативную стратегию по доходности и риску на примере семейного эксперимента.<br>**Тестирование по урокам раздела на образовательной платформе:**<br>урок 8.1 — 4 вопроса;<br>урок 8.2 — 4 вопроса;<br>урок 8.3 — тест не предусмотрен;<br>*Тестовые задания с ключами приведены в п. 9.2.* |

## Рабочая программа
## Раздела 9. Персональный маркетинг эксперта

**Цель программы раздела** – формирование и совершенствование у слушателей профессиональных компетенций в области «Персональный маркетинг эксперта», необходимых для оказания экспертных консультационных услуг при совершении операций с недвижимостью.

**Планируемые результаты изучения раздела**

*будут знать:*

- принципы персонального маркетинга и формирования доверия;
- особенности алгоритмов социальных сетей и видеоплатформ;

*будут уметь:*

- формировать позиционирование и контент-план;
- готовить и снимать экспертные видео.

## Содержание обучения
## Раздела 9. Персональный маркетинг эксперта

| Вид занятий | Кол-во часов | Наименование темы и содержание |
|---|---|---|
| Лекции | 2,0 | **9.1 Персональный маркетинг эксперта**<br>Персональный маркетинг эксперта: почему не работает классическая «воронка лидов», зачем видеоконтент клиенту, пришедшему по рекомендации. Контент должен отвечать на то, что волнует аудиторию, а не ставить в центр самого агента.<br>**9.2 Алгоритмы платформ**<br>Алгоритмы платформ: оценка роликов по просмотрам подписчиков, роль коротких и длинных форматов в привлечении и удержании аудитории, обложка и «хук», аналитика платформы и встроенный ИИ для выбора тем. Почему гонка за подписчиками уводит от цели.<br>**9.3 Как снимать видео**<br>Съёмка экспертного видео: подготовка без заучивания текста, съёмка на объекте, 7–8 контрольных точек в обзоре ЖК, действие в кадре, распределение усилий между съёмкой, монтажом и продвижением, реалистичный объём и конверсия роликов в обращения.<br>**9.4 Ошибки в социальных сетях**<br>Типовые ошибки агентов в социальных сетях: самореклама, реклама в запрещённых в РФ соцсетях и её правовые риски, «идиотский» юмор, контент для низкого чека, запугивание. Общая причина — в центре не польза для зрителя.<br>**9.5 Что создаёт доверие**<br>Что создаёт долгосрочное доверие: длинный формат и полевые обзоры, почему не помогает обычный SMM-менеджер и хайп-интервью. Формула роста дохода: больше просмотров целевой аудитории. Роль эксперта при выборе ЖК и ипотеки. |
| Самостоя-тельная работа | 2,4 | Изучение материалов раздела на образовательной платформе и выполнение заданий:<br>1. Сформулировать своё позиционирование как эксперта и описать целевую аудиторию.<br>2. Составить контент-план на месяц для одной из социальных сетей.<br>3. Подготовить сценарий и снять экспертное видео продолжительностью до 2 минут.<br>**Тестирование по урокам раздела на образовательной платформе:**<br>урок 9.1 — 5 вопросов;<br>урок 9.2 — 5 вопросов; |

| Вид занятий | Кол-во часов | Наименование темы и содержание |
|---|---|---|
| | | урок 9.3 — 10 вопросов;<br>урок 9.4 — 5 вопросов;<br>урок 9.5 — 6 вопросов;<br>*Тестовые задания с ключами приведены в п. 9.2.* |

## Рабочая программа
## Раздела 10. Расчет инвестиционных стратегий

**Цель программы раздела** – формирование и совершенствование у слушателей профессиональных компетенций в области «Расчет инвестиционных стратегий», необходимых для оказания экспертных консультационных услуг при совершении операций с недвижимостью.

**Планируемые результаты изучения раздела**

*будут знать:*

- методы расчета доходности и окупаемости недвижимости;
- принципы пересмотра структуры капитала и ловушки доходности;

*будут уметь:*

- сравнивать доходность недвижимости с альтернативными инструментами;
- рассчитывать и сравнивать инвестиционные стратегии для клиента.

## Содержание обучения
## Раздела 10. Расчет инвестиционных стратегий

| Вид занятий | Кол-во часов | Наименование темы и содержание |
|---|---|---|
| Лекции | 0,9 | **10.1 Доллар. Ретроспектива инвестиций за 7 лет**<br>Ретроспектива долларовой стратегии за 7 лет и сравнение с депозитом и ОФЗ. Устойчивая привычка россиян инвестировать в валюту; необходимость диверсификации капитала.<br>**10.2 Ретроспектива депозитов**<br>Ретроспектива депозитов: средняя ставка за 2020–2025 годы, сравнение с доходностью коммерческой недвижимости, «двойная капитализация» коммерческой недвижимости, преимущества и риски депозитов, параллельное использование инструментов.<br>**10.3 Убыточная недвижимость**<br>«Дорогая ностальгия»: эмоциональная привязанность к недвижимости, которая больше не нужна. Реструктуризация капитала семьи; пересмотр портфеля недвижимости раз в 7–10 лет.<br>**10.4 Ловушка доходности. Сдача квартиры в аренду**<br>Ловушка доходности при сдаче квартиры в аренду: расчёт от цены покупки без учёта упущенной выгоды и переоценки, инфляция, внутренняя норма доходности, сравнение с депозитом и другими стратегиями.<br>**10.5 Как считать доходность**<br>Как считать доходность с учётом фактора времени и альтернативной доходности капитала. Вывод о сокращении горизонта инвестиционных стратегий в недвижимости. |
| Самостоя-тельная работа | 1,4 | Изучение материалов раздела на образовательной платформе и выполнение заданий:<br>1. Сравнить доходность вложения одинаковой суммы в валюту, депозит и коммерческую недвижимость за последние 7 лет.<br>2. Рассчитать реальную доходность сдачи квартиры в аренду с учётом упущенной выгоды и инфляции.<br>3. Подготовить для клиента письменное сравнение двух инвестиционных стратегий.<br>**Тестирование по урокам раздела на образовательной платформе:**<br>урок 10.1 — 3 вопроса;<br>урок 10.2 — 8 вопросов;<br>урок 10.3 — 5 вопросов;<br>урок 10.4 — 5 вопросов;<br>урок 10.5 — 2 вопроса; |

| Вид занятий | Кол-во часов | Наименование темы и содержание |
|---|---|---|
| | | *Тестовые задания с ключами приведены в п. 9.2.* |

**Рабочая программа**
**Итоговое практическое задание «Аналитика локации»**

**Трудоемкость:** 12,8 ак. ч. (самостоятельная работа по подготовке отчёта). Проверка и оценка отчёта проводится в рамках итоговой аттестации (2,0 ак. ч.).

Слушатель выбирает локацию, формулирует гипотезу и проверяет её данными: рынок по пяти сегментам, сравнение районов, расчёт привлекательности. Итог — один PDF-отчёт с выводами и источником к каждой цифре.

Отчёт состоит из восьми частей:

1. Титул
2. Гипотеза
3. Локация
4. Рынок по сегментам
5. Сравнение районов
6. Расчёт привлекательности
7. Выводы
8. Источники

Требования к отчёту, образец таблицы аналогов и критерии оценки приведены в п. 9.1. Отчёт по итоговому практическому заданию проверяется и оценивается в рамках итоговой аттестации. Выполненное задание загружается на образовательную платформу и проверяется преподавателем.

## 7. ОЦЕНКА КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ

Программой предусмотрены текущий контроль знаний и итоговая аттестация слушателей в форме выполнения итогового практического задания «Аналитика локации».

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

Объектами оценивания выступают:

- степень освоения теоретических знаний;
- уровень овладения практическими умениями и навыками по всем видам учебной работы.

Текущий контроль знаний проводится посредством тестирования по каждому уроку на образовательной платформе. Тест считается пройденным при не менее 58% правильных ответов.

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

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

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

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

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

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

## 8. ПРОГРАММА ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

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

Итоговая аттестация проводится в форме зачета по результатам выполнения итогового практического задания «Аналитика локации». Слушатель готовит аналитический отчёт в формате PDF и загружает его на образовательную платформу; отчёт проверяется и оценивается преподавателем. Требования к отчёту приведены в п. 9.1.

Отчёт оценивается по перечню проверки из 13 пунктов (п. 9.1). Зачёт выставляется при выполнении не менее 58% пунктов перечня, что соответствует оценке «удовлетворительно».

| Оценка | Критерии оценки |
|---|---|
| Зачтено | Выполнено не менее 58% пунктов перечня проверки (не менее 8 из 13). Отчёт оформлен как аналитический документ: цифры подтверждены источниками и датами, выводы следуют из данных анализа и содержат ответ на гипотезу. |
| Не зачтено | Выполнено менее 58% пунктов перечня проверки (7 и менее из 13): отсутствуют обязательные части отчёта или сегменты рынка без подтверждения данными, цифры не подтверждены источниками, не выполнен расчёт доходности и привлекательности, выводы не связаны с данными анализа. |

## 9. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

### 9.1. Итоговое практическое задание «Аналитика локации»

Слушатель выбирает локацию, формулирует гипотезу и проверяет её данными: рынок по пяти сегментам, сравнение районов, расчёт привлекательности. Итог — один PDF-отчёт с выводами и источником к каждой цифре.

**Требования к файлу**

Отчёт проверяется как аналитический документ: цифры должны быть проверяемыми, а файл — читаемым.

| | |
|---|---|
| **Формат** | Один файл PDF. До 20 МБ и до 40 страниц. |
| **Таблицы и картинки** | Таблицы оформляются таблицами. Картинки — с подписью и источником. |
| **Цифры** | У каждой цифры — ссылка на источник [n] и дата, на которую актуальны данные. |

*Пример оформления цифры: «Медианная цена вторички — XXX тыс. ₽/м² [4], данные на 01.07.2026». Под номером [4] в списке источников — название, ссылка и дата.*

**Структура отчёта (восемь частей — в указанном порядке)**

**1. Титул**

- город или локация, дата.

**2. Гипотеза**

- 1–3 предложения: что именно проверяется аналитикой.

**3. Локация**

- население и его динамика;
- экономика и крупные работодатели;
- транспорт;
- планы развития: генплан, КРТ, новое метро.

**4. Рынок по сегментам**

- пять подразделов: вторичное жильё, новостройки, аренда жилья, коммерческая офисная недвижимость, коммерческая торговая недвижимость;
- в каждом подразделе: цена или ставка за м² (медиана и диапазон), число найденных аналогов, динамика минимум за 12 месяцев, таблица аналогов со ссылками, доходность — для аренды и коммерции;
- если сегмента почти нет — это указывается и подтверждается данными: сколько предложений нашлось и где проводился поиск.

**5. Сравнение районов**

- 2–5 районов: чем каждый выгоден и какие у него риски (например, для Подмосковья — микрорайоны и соседние населённые пункты).

**6. Расчёт привлекательности**

- доходность, срок окупаемости, ожидаемый рост цены, риски.

**7. Выводы**

- подтвердилась ли гипотеза;
- куда инвестировать и почему;
- 2–3 сценария. Бюджет не важен.

**8. Источники**

- нумерованный список: номер [n], название, ссылка, дата данных и дата обращения. Например: [4] Название источника — https://… (данные на 01.07.2026, дата обращения 15.07.2026).

**Образец таблицы аналогов (приводится в каждом из пяти сегментов рынка)**

| № | Объект / адрес | Площадь, м² | Цена или ставка, ₽ | ₽/м² | Ссылка | Дата |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | ЖК / улица, дом | — | — | — | [n] | дд.мм.гггг |
| 2 | … | — | — | — | [n] | дд.мм.гггг |
| 3 | … | — | — | — | [n] | дд.мм.гггг |

*Под таблицей указывается: сколько аналогов найдено всего, медиана и диапазон ₽/м².*

**Перечень проверки перед отправкой (каждый пункт влияет на оценку)**

- один PDF, до 20 МБ, до 40 страниц;
- на титуле — локация и дата;
- гипотеза — 1–3 предложения;
- все 5 сегментов рынка на месте;
- в каждом сегменте — медиана, диапазон, число аналогов;
- динамика — минимум за 12 месяцев;
- таблицы аналогов — со ссылками;
- доходность — для аренды и коммерции;
- сравнение 2–5 районов;
- 2–3 сценария в выводах;
- у каждой цифры — [n] и дата данных;
- картинки подписаны, указан источник;
- список источников пронумерован.

**Критерии оценки итогового практического задания (итоговая аттестация)**

| Оценка | Критерии оценки |
|---|---|
| Зачтено | Выполнено не менее 58% пунктов перечня проверки (не менее 8 из 13). Отчёт оформлен как аналитический документ: цифры подтверждены источниками и датами, выводы следуют из данных анализа и содержат ответ на гипотезу. |
| Не зачтено | Выполнено менее 58% пунктов перечня проверки (7 и менее из 13): отсутствуют обязательные части отчёта или сегменты рынка без подтверждения данными, цифры не подтверждены источниками, не выполнен расчёт доходности и привлекательности, выводы не связаны с данными анализа. |

## 9.2. Тестовые задания текущего контроля

Тестирование проводится по каждому уроку на образовательной платформе. Каждый вопрос оценивается в 10 баллов, дается одна попытка. Тест считается пройденным при не менее 58% правильных ответов. Тестовые задания приведены без указания верных ответов.

### Раздел 1. Персональный план развития

***Тест к уроку 1.1 Как агенту менять свой средний чек***

**Вопрос 1.** *Выбор одного ответа*

Почему просто увеличить количество сделок не получается?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Клиентов на рынке с каждым годом физически меньше. |
| **Б** | Срабатывает правило второго прыжка — рутина выматывает сильнее, чем старт. |
| **В** | Закон ограничивает число сделок одного агента в год. |

**Вопрос 2.** *Выбор одного ответа*
Что в уроке называют «правилом второго прыжка»?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Первый прыжок с парашютом сложнее всех следующих. |
| **Б** | Второй и следующие прыжки тяжелее первого: появляется страх, рутина выматывает. |
| **В** | Второй прыжок всегда безопаснее первого. |

**Вопрос 3.** *Выбор одного ответа*
Что произойдёт, если вы постоянно держите на витрине объекты по 2–4 млн рублей?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Появятся клиенты с любым капиталом. |
| **Б** | К вам не придут клиенты с крупным капиталом. |
| **В** | Застройщики повысят вам комиссию. |

**Вопрос 4.** *Выбор одного ответа*
Что должно лежать в основе смены чека прежде всего?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Закрытые базовые вопросы: еда, жильё, финансовая подушка. |
| **Б** | Покупка дорогого автомобиля в кредит. |
| **В** | Мгновенный переход к сделкам с чеком от 1 млн рублей. |

**Вопрос 5.** *Выбор одного ответа*
Почему покупка машины, часов и брендовых вещей в кредит не помогает войти в новый круг?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Это слишком дорого для агента. |
| **Б** | Такое поведение считывается как чужое и не создаёт ни личного, ни профессионального доверия. |
| **В** | Кредит портит кредитную историю агента. |

**Вопрос 6.** *Выбор одного ответа*
Что рекомендуется делать каждые 90 дней?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Менять офис агентства. |
| **Б** | Пересматривать план смены своего окружения. |
| **В** | Повышать комиссию для всех клиентов. |

**Вопрос 7.** *Выбор нескольких ответов*
Какие два показателя определяют смену парадигмы мышления агента?* * - множественный выбор

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Витрина объектов, которая определяет, кто вам звонит. |
| **Б** | Круг общения агента. |
| **В** | Количество лайков в социальных сетях. |
| **Г** | Возраст агента. |

### *Тест к уроку 1.2 Как выстраивать круг рекомендаций*

**Вопрос 1.** *Выбор одного ответа*
Какую ошибку чаще всего совершают, приходя в новый круг общения?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Слишком долго молчат и ни с кем не знакомятся. |
| **Б** | Начинают агрессивно и резко продавать свои услуги. |
| **В** | Задают слишком мало вопросов о рынке. |

**Вопрос 2.** *Выбор одного ответа*

Почему рекомендатель боится вас рекомендовать?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Боится потерять своего клиента и его доверие из-за вас. |
| **Б** | Боится, что вы отберёте у него бизнес. |
| **В** | Боится налоговой проверки. |

**Вопрос 3.** *Выбор одного ответа*

Что нужно давать новому кругу общения в первую очередь?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Пользу: разбор рынка, лайфхаки, интересные кейсы. |
| **Б** | Скидку на будущую комиссию. |
| **В** | Список объектов на продажу. |

**Вопрос 4.** *Выбор одного ответа*

Что сильнее всего вредит доверию в соцсетях агента?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Разборы реальных кейсов с рынка. |
| **Б** | Показная важность и напускной статус эксперта. |
| **В** | Регулярные публикации. |

**Вопрос 5.** *Выбор одного ответа*

Что партнёр ценит в рекомендателе больше, чем возможное вознаграждение?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Скорость ответа на сообщения. |
| **Б** | Уверенность, что за рекомендацию ему не будет стыдно. |
| **В** | Размер обещанной комиссии. |

**Вопрос 6.** *Выбор одного ответа*

Как правильно начать отношения с адвокатом или финансовым консультантом?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Сразу попросить у него клиентов взамен на комиссию. |
| **Б** | Самому первым дать ему пользу — клиентов или бесплатную консультацию. |
| **В** | Предложить откат за каждого переданного клиента. |

**Вопрос 7.** *Выбор одного ответа*

Что происходит на этапе личного доверия, прежде чем начнутся рекомендации?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Вас узнают просто как человека, которому можно доверять. |
| **Б** | Вы сразу подписываете партнёрский договор. |
| **В** | Вы платите за вступление в клуб. |

**Вопрос 8.** *Выбор нескольких ответов*

Отметьте профессии, которые в уроке называют хорошими узлами доверия для агента.* * - множественный выбор

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Адвокаты по разделу имущества и наследству. |
| **Б** | Финансовые консультанты. |
| **В** | Дизайнеры и архитекторы. |
| **Г** | Случайные прохожие на улице. |

**Вопрос 9.** *Выбор нескольких ответов*

Отметьте правила, которые помогают не испортить круг рекомендателей.* * - множественный выбор

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Не продавать себя при первом разговоре. |
| **Б** | Не предлагать откаты как основу доверия. |
| **В** | Не считать нового партнёра своим клиентом. |
| **Г** | Раздавать визитки как можно чаще и всем подряд. |

### *Тест к уроку 1.3 Как просить круг рекомендаций. Практикум*

**Вопрос 1.** *Выбор одного ответа*

Какой базовый принцип лежит в основе просьбы о рекомендации?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | «Дай мне своего клиента, а я разберусь». |
| **Б** | «Возьми у меня пользу, а не дай мне клиента». |
| **В** | «Предложи мне откат за рекомендацию». |

**Вопрос 2.** *Выбор одного ответа*

Что слышит партнёр в плохом запросе «у тебя есть богатый клиент, продам ему новостройку, дам откат»?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Предложение выгодного и безопасного сотрудничества. |
| **Б** | Просьбу взять на себя ответственность за малознакомого человека. |
| **В** | Комплимент своей клиентской базе. |

**Вопрос 3.** *Выбор одного ответа*

Сколько лет заняло построение моста доверия с финансовым консультантом из кейса урока?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Несколько недель. |
| **Б** | Два-три года. |
| **В** | Один день. |

**Вопрос 4.** *Выбор одного ответа*

В чём суть приёма «Оцени мою экспертизу»?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Спросить знакомого, дал бы он ваш контакт человеку, который ищет специалиста по недвижимости. |
| **Б** | Попросить знакомого написать отзыв в соцсетях. |
| **В** | Попросить знакомого оценить вашу квартиру. |

**Вопрос 5.** *Выбор одного ответа*

Почему приём «Оцени мою экспертизу» работает?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Клиент сам произносит фразу о готовности рекомендовать, без давления и просьбы продать. |
| **Б** | Клиент получает скидку за честный ответ. |
| **В** | Приём заставляет клиента сразу назвать контакты знакомых. |

**Вопрос 6.** *Выбор одного ответа*

В чём смысл правила «дал денег — дай визитку»?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Визитку нужно давать до того, как человек заплатил за услугу. |
| **Б** | Визитку стоит предложить сразу после того, как вы сами заплатили крупную сумму и получили хороший сервис. |

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **В** | Визитки нужно раздавать только в бизнес-клубах. |

**Вопрос 7.** *Выбор одного ответа*
Что предполагает «мини-аудит риска» для потенциального партнёра?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Бесплатный короткий разбор его объекта недвижимости без продажи услуг. |
| **Б** | Полную платную оценку его бизнеса. |
| **В** | Юридическую проверку его контрагентов. |

**Вопрос 8.** *Выбор одного ответа*
Что стоит делать в бизнес-клубе вместо поиска клиентов?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Продавать свои услуги со сцены. |
| **Б** | Искать партнёров и делиться короткой пользой — кейсами и лайфхаками. |
| **В** | Собирать визитки без разбора. |

### *Тест к уроку 1.4 Где и как искать клиентскую базу*

**Вопрос 1.** *Выбор одного ответа*
В каком разделе объявлений стоит искать собственников для перехода в коммерческую недвижимость?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | В разделе «продаётся». |
| **Б** | В разделе «сдаётся». |
| **В** | В разделе «куплю». |

**Вопрос 2.** *Выбор одного ответа*
Почему собственник, который сдаёт квартиру за 500 тысяч руб. в месяц, — интересный клиент?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Он явно хочет купить ещё одну такую же квартиру. |
| **Б** | Продав квартиру, он может купить коммерческий объект с более высокой доходностью. |
| **В** | Он всегда готов снизить цену аренды. |

**Вопрос 3.** *Выбор одного ответа*
Как агенту найти контакт человека, который сдаёт офисные помещения в конкретном здании?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Написать в администрацию города. |
| **Б** | Прийти в здание и спросить у охраны контакт того, кто занимается арендой. |
| **В** | Искать исключительно на ЦИАН и Авито. |

**Вопрос 4.** *Выбор одного ответа*
Почему часть офисных объектов не найти на ЦИАН и Авито?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Такие объекты сдают только через личные контакты на месте. |
| **Б** | Закон запрещает рекламировать коммерческую недвижимость. |
| **В** | Такие объекты сдаются только иностранным компаниям. |

**Вопрос 5.** *Выбор одного ответа*
На кого можно выйти напрямую, сдав крупное офисное помещение (400–500 м²)?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | На секретаря компании. |
| **Б** | На руководителя бизнеса. |

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **В** | На бухгалтера компании. |

**Вопрос 6.** *Выбор одного ответа*

Почему собственная клиентская база — источник клиентов на коммерческую недвижимость, которым агенты обычно не пользуются?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Бывшие клиенты обычно теряют контакты агента. |
| **Б** | Клиенты, купившие с вами жильё, тоже ведут бизнес, но ассоциируют вас только с жилой недвижимостью. |
| **В** | Закон запрещает повторно работать с одним клиентом. |

**Вопрос 7.** *Выбор одного ответа*

Что стоит сделать, увидев номер телефона на вывеске пустующего торгового помещения?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Ничего, это не рабочий канал поиска клиентов. |
| **Б** | Позвонить и выяснить, кто продаёт или сдаёт это помещение. |
| **В** | Сообщить номер в администрацию района. |

**Вопрос 8.** *Выбор одного ответа*

Почему выгоднее сначала сдать пустующее торговое помещение в аренду, а не сразу продавать его пустым?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Аренда требует меньше документов, чем продажа. |
| **Б** | Можно заработать на сдаче в аренду, а затем продать объект как готовый арендный бизнес — дороже и с новой комиссией. |
| **В** | Продажа пустых помещений запрещена законом. |

**Вопрос 9.** *Выбор нескольких ответов*

Из чего может сложиться контракт больше чем на 7 млн. руб. комиссии с одним собственником?* * - множественный выбор

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Комиссия за продажу квартиры. |
| **Б** | Комиссия за покупку коммерческого объекта. |
| **В** | Комиссия за сдачу нового объекта в аренду. |
| **Г** | Комиссия за оформление визы. |

### *Тест к уроку 1.5 Как ставить цели*

**Вопрос 1.** *Выбор одного ответа*

В какую ловушку, по словам автора, чаще всего попадают агенты по недвижимости?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Они гонятся за количеством сделок вместо увеличения среднего чека с одной сделки. |
| **Б** | Они гонятся за средним чеком, полностью забывая про количество сделок. |
| **В** | Они вообще не ставят себе никаких целей на год. |

**Вопрос 2.** *Выбор одного ответа*

Из чего, по мнению автора, должен состоять личный бизнес-план агента на год?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Из чёткого календаря или графика будущих трат. |
| **Б** | Из списка контактов потенциальных клиентов. |
| **В** | Из перечня объектов, которые хочется продать. |

**Вопрос 3.** *Выбор одного ответа*

На что, по мнению автора, должен переключиться опытный эксперт по недвижимости вместо ежемесячного дохода?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | На годовой доход. |
| **Б** | На доход от одной-единственной сделки. |
| **В** | На доход супруга или супруги. |

**Вопрос 4.** *Выбор одного ответа*

Как в уроке определяется настоящая цель?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Это ваши будущие траты: то, ради чего вы готовы тратить время, энергию и деньги. |
| **Б** | Это красиво написанная фраза, которую потом сжигают в бокале с шампанским. |
| **В** | Это то, что вам говорит психолог на приёме. |

**Вопрос 5.** *Выбор нескольких ответов*

Отметьте верные утверждения о том, как агенту научиться работать с состоятельными клиентами.* * - множественный выбор

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Дорогая одежда и машина сами по себе не меняют восприятие клиента. |
| **Б** | Нужно расширять кругозор: книги, музеи, театры, интересные темы для разговора. |
| **В** | Агенты часто заискивают перед богатыми клиентами вместо разговора на равных. |
| **Г** | Чтобы повысить уровень жизни, можно смело брать кредиты. |

## Раздел 2. Психология клиента и истинная потребность

### *Тест к уроку 2.1 Агент как семейный консультант*

**Вопрос 1.** *Выбор одного ответа*

Чем задача агента на этом курсе отличается от задачи агента базового уровня?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Решить конкретную задачу клиента и закрыть сделку. |
| **Б** | Стать для клиента точкой входа на рынок недвижимости и выстроить долгосрочные отношения. |
| **В** | Продавать клиенту только новостройки. |

**Вопрос 2.** *Выбор одного ответа*

Почему нормы по школам, детсадам и поликлиникам при расчёте новостроек посчитаны неверно?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Их считают исходя из количества студий и однушек. |
| **Б** | Их считают исходя из количества двушек и трёшек, а дети чаще рождаются в семьях, купивших студии и однушки. |
| **В** | Они вообще не учитывают количество квартир в доме. |

**Вопрос 3.** *Последовательность*

Расставьте этапы жизненного цикла семьи по порядку.

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Молодая семья без детей (25–30 лет) — короткий цикл владения, 3–5 лет. |
| **Б** | Семья 45–50 лет — тяжёлый неликвидный объект, нужно отселить взрослых детей. |
| **В** | Семья с ребёнком — переход к жилью большего класса, цикл владения 10–15 лет. |

**Вопрос 4.** *Выбор нескольких ответов*

Что стоит в центре внимания консультанта?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | В центре внимания — человек или семья. |
| **Б** | Между участниками сделки часто есть скрытые конфликты интересов. |
| **В** | Агент похож на «домашнего врача» семьи. |
| **Г** | У семьи всегда одна общая, непротиворечивая задача. |

**Вопрос 5.** *Выбор нескольких ответов*

Что не учитывает молодая пара (20–35 лет) при первой покупке недвижимости?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Нет бытового жизненного опыта. |
| **Б** | Нет потребительского опыта — пара не может сформулировать реальную потребность. |
| **В** | Неустойчивое финансовое положение. |
| **Г** | Слишком большой опыт в ремонте и отделке. |

### *Тест к уроку 2.2 Психология клиента*

**Вопрос 1.** *Выбор одного ответа*

В чём главная ошибка агента на консультации?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Агент недостаточно подробно рассказывает клиенту о рынке. |
| **Б** | Агент стремится доминировать в разговоре, вместо того чтобы слушать клиента. |
| **В** | Агент задаёт слишком много уточняющих вопросов. |

**Вопрос 2.** *Выбор одного ответа*

Что слышит человек, когда с ним разговаривает агент?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Дословно то, что говорит агент. |
| **Б** | Собственную интерпретацию — то, что сам хотел услышать. |
| **В** | Преимущественно интонацию, а не слова. |

**Вопрос 3.** *Выбор одного ответа*

Почему семейную пару нельзя считать единым клиентом с единой позицией?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Муж и жена всегда покупают недвижимость в равных долях. |
| **Б** | У каждого из супругов может быть своя, порой противоположная позиция и мотивация. |
| **В** | Закон требует раздельного оформления документов на супругов. |

**Вопрос 4.** *Выбор одного ответа*

С какой фразы должен начинаться самый важный вопрос глубинного интервью?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | «Сколько вы готовы заплатить?» |
| **Б** | «Почему именно сейчас?» |
| **В** | «Когда вам удобно на просмотр?» |

**Вопрос 5.** *Выбор одного ответа*

В чём смысл кейса про страх потери сбережений и покупку новостройки?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Клиент разумно инвестирует деньги, чтобы их приумножить. |
| **Б** | Клиент хочет убрать страх потери денег, но, забирая их из банка и вкладывая в новостройку, снова «кладёт деньги в банк» — застройщика; реальный страх этим не решается. |

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **В** | Клиент лучше агента понимает свои финансовые риски и не нуждается в консультации. |

**Вопрос 6.** *Выбор одного ответа*

В кейсе с домом от первого брака мужа истинная мотивация жены, подталкивающей его продать дом, — в том, что...

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | она хочет жить в доме большей площади. |
| **Б** | она хочет, чтобы следующий дом был куплен уже в браке — это даст ей защиту при разводе. |
| **В** | ей не нравится архитектура дома. |

**Вопрос 7.** *Выбор одного ответа*

Что даёт агенту ответ на вопрос «Почему именно сейчас вы решили продать/купить квартиру?»

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Точную рыночную стоимость объекта. |
| **Б** | Пусковой триггер — источник дискомфорта клиента. |
| **В** | Список документов, нужных для сделки. |

**Вопрос 8.** *Выбор нескольких ответов*

Что больше всего любит делать человек в разговоре?* * - множественный выбор

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Говорить сам с собой, в том числе о своих страхах. |
| **Б** | Говорить, когда говорят про него самого. |
| **В** | Слушать длинные монологи о рынке недвижимости. |
| **Г** | Говорить о чужих, посторонних проблемах. |

### *Тест к уроку 2.3 Глубинное интервью*

**Вопрос 1.** *Выбор одного ответа*

Почему анкета для собственника и анкета для покупателя строятся на одних и тех же вопросах?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Перечень вопросов установлен законом. |
| **Б** | Чаще всего недвижимость продают, чтобы решить ту же задачу, что и покупкой, — собственник и покупатель по сути одно лицо. |
| **В** | Покупатель и продавец всегда встречаются на одной сделке лично. |

**Вопрос 2.** *Выбор одного ответа*

Зачем нужен вопрос «Представьте, что вы не будете совершать сделку — что произойдёт?»

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Чтобы заранее отговорить клиента от сделки. |
| **Б** | Чтобы проверить, не является ли заявленная потребность ложной. |
| **В** | Чтобы сэкономить время на подготовке аналитики. |

**Вопрос 3.** *Выбор нескольких ответов*

Отметьте возможные триггеры обращения по вопросу недвижимости.

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Рождение ребёнка или беременность. |
| **Б** | Развод или новый брак. |
| **В** | Наследство. |
| **Г** | Смена времени года. |
| **Д** | Смена работы, рост карьеры, переезд. |
| **Е** | Болезнь, выход на пенсию. |

**Вопрос 4.** *Выбор нескольких ответов*

Что агент готовит ко второй встрече с клиентом?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | План продажи текущего объекта и план покупки следующего. |
| **Б** | Два аналитических документа: за сколько продать текущий объект и за сколько купить следующий. |
| **В** | Готовый договор с застройщиком. |
| **Г** | Рекламный видеоролик объекта. |

**Вопрос 5.** *Расставьте слова по местам*

Расставьте слова по своим местам.

| | |
|---|---|
| **Слова** | будет / ваша / вопрос / должна / жизнь / как / какой / недвижимости / после / решён / стать / того |

### *Тест к уроку 2.4 Как задавать неудобные вопросы*

**Вопрос 1.** *Выбор одного ответа*

Какую роль занимает агент, задавая обоим участникам сделки вопросы: «Что вас смущает? Что вас беспокоит?»

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Роль эксперта по документам. |
| **Б** | Роль медиатора. |
| **В** | Роль независимого оценщика. |

**Вопрос 2.** *Выбор одного ответа*

Кто чаще инициирует и фактически принимает решение о покупке недвижимости в паре?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Мужчина, как основной источник дохода семьи. |
| **Б** | Женщина. |
| **В** | Решение всегда принимается строго поровну. |

**Вопрос 3.** *Выбор одного ответа*

Какую ошибку чаще всего совершает агент, работая с семейной парой?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Апеллирует к мужской логике, считая мужчину главным добытчиком и решающим лицом. |
| **Б** | Слишком часто советуется с женщиной. |
| **В** | Никогда не говорит с супругами по отдельности. |

**Вопрос 4.** *Выбор одного ответа*

Какой вопрос стоит задать мужчине, чтобы вовлечь его в разговор с позиции супруги?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | «Сколько вы готовы потратить на квартиру?». |
| **Б** | «Давайте посмотрим на ситуацию с позиции вашей супруги. Что она вам сейчас сказала?». |
| **В** | «Вы согласны на любую предложенную цену?». |

**Вопрос 5.** *Выбор одного ответа*

Как деликатно выяснить, не ждёт ли пара прибавления в семье при переезде из двушки в трёшку?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Спросить в лоб: «А вы не беременны?». |
| **Б** | Рассказать похожий кейс из практики и мягко вывести клиентов на разговор через аналогию. |
| **В** | Вообще не поднимать эту тему. |

**Вопрос 6.** *Выбор одного ответа*

Как деликатно выяснить конфликт между братом и сестрой — совладельцами объекта?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Спросить напрямую: «Вы не собираетесь конфликтовать на сделке?» |
| **Б** | Рассказать кейс о конфликте других брата и сестры и спросить, нет ли чего-то похожего. |
| **В** | Отказаться от работы с такими собственниками. |

**Вопрос 7.** *Выбор нескольких ответов*

Отметьте три базовые схемы сделок и их ключевые вопросы.* * - множественный выбор

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Улучшение быта — сколько у семьи возможностей доплатить. |
| **Б** | Разница в цене — сколько семье нужно вытащить. |
| **В** | Раздел имущества — в чём конфликт. |
| **Г** | Покупка новостройки — размер скидки от застройщика. |

### *Тест к уроку 2.5 Анализ финансовой ситуации семьи*

**Вопрос 1.** *Выбор одного ответа*

Какой общий вывод следует из трёх финансовых кейсов?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Клиента всегда нужно вести к самой дорогой сделке. |
| **Б** | Клиента часто беспокоит поверхностный вопрос, а решение требует пересмотра всех его активов. |
| **В** | Финансовый анализ не нужен, если у клиента уже есть чёткий запрос. |

**Вопрос 2.** *Выбор одного ответа*

Какую доходность обещало вложение объединённого капитала в коммерческую недвижимость?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Около 3% годовых. |
| **Б** | Около 10% годовых. |
| **В** | Около 25% годовых. |

**Вопрос 3.** *Выбор одного ответа*

Клиенты просили помочь «вложить 5 миллионов рублей». Что сделал консультант вместо подбора объекта на эту сумму?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Сразу предложил кладовку или машиноместо. |
| **Б** | Выстроил полный финансовый план семьи, выяснив все её активы. |
| **В** | Отказал в консультации из-за малой суммы. |

**Вопрос 4.** *Выбор нескольких ответов*

Отметьте активы, которые в кейсах оказались «скрытыми» для самих клиентов.* * - множественный выбор

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Сдаваемая в аренду студия, купленная до брака. |
| **Б** | Квартира от бабушки. |
| **В** | Земельный участок, о котором «давно не знали, что делать». |
| **Г** | Депозит, о котором клиент сразу сам сообщил агенту. |

### *Тест к уроку 2.6 Перспективная оценка объекта недвижимости*

**Вопрос 1.** *Выбор одного ответа*

Какие два подхода к оценке недвижимости выделяет автор?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Оценка для сдачи в аренду и оценка для получения кредита. |
| **Б** | Оценка для вывода объекта в рынок сейчас и оценка перспективы объекта на годы вперёд. |
| **В** | Оценка юристом и оценка риелтором. |

**Вопрос 2.** *Выбор одного ответа*

Что у американских агентов важнее оценки самого объекта?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Оценка качества ремонта. |
| **Б** | Оценка перспектив локации. |
| **В** | Оценка юридической чистоты документов. |

**Вопрос 3.** *Выбор одного ответа*

Как называется изменение соотношения при обмене старого объекта на новый фонд?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Рыночная цена. |
| **Б** | Меновая цена. |
| **В** | Инвестиционная стоимость. |

**Вопрос 4.** *Выбор одного ответа*

Чем консультация «стоит ли вообще продавать объект» отличается от обычной оценки перед рекламой?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Ничем, методика та же. |
| **Б** | Требует глубокого анализа перспектив рынка, а не только сравнения с конкурентами. |
| **В** | Требует только юридической проверки объекта. |

**Вопрос 5.** *Выбор нескольких ответов*

На какие три вопроса отвечает перспективная оценка объекта? * * - множественный выбор

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Что будет с локацией (градостроительная политика, транспорт, демография). |
| **Б** | Что происходило и будет происходить с ценой в локации (ретроспектива 3–5 лет). |
| **В** | Как изменится сам дом или объект во времени. |
| **Г** | Какая сейчас ставка по ипотеке в конкретном банке. |

### *Тест к уроку 2.7 Разбор консультации. Кейс 1*

**Вопрос 1.** *Выбор одного ответа*

В чём главная ошибка агента на такой консультации?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Сразу начать сравнивать объекты между собой, не выяснив срок и ликвидность. |
| **Б** | Предложить клиенту слишком мало вариантов объектов. |
| **В** | Не рассказать клиенту о своей комиссии. |

**Вопрос 2.** *Выбор одного ответа*

Почему нельзя сразу считать доходность объектов, которые предлагает сравнить клиент?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Клиент в этот момент тестирует агента и втягивает его в свою игру, перекладывая на него готовое решение. |
| **Б** | Доходность объектов невозможно посчитать без доступа к базе застройщика. |

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **В** | Закон запрещает агенту сравнивать объекты разных классов. |

**Вопрос 3.** *Выбор одного ответа*

Какое решение агент в итоге предложил клиенту?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Не заходить в недвижимость на всю сумму, а вложить 35 млн рублей в коммерческую недвижимость, остальное держать в других инструментах. |
| **Б** | Вложить все 55 млн рублей в коммерческое помещение с арендатором. |
| **В** | Отказаться от инвестиций в недвижимость и оставить деньги на депозите. |

**Вопрос 4.** *Выбор нескольких ответов*

По каким параметрам агент сравнивал новостройку, гостиничный апартамент и коммерцию в итоговой таблице?* * - множественный выбор

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Ликвидность. |
| **Б** | Делимость капитала. |
| **В** | Риск управления объектом. |
| **Г** | Цвет отделки объекта. |

### *Тест к уроку 2.8 Разбор консультации. Кейс 2*

**Вопрос 1.** *Выбор одного ответа*

Что на самом деле скрывается за запросом родителей «хотим купить каждому ребёнку по квартире»?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Желание родителей защититься от собственного страха за капитал и выглядеть хорошим родителем прямо сейчас. |
| **Б** | Реальная потребность детей в собственном жилье уже сегодня. |
| **В** | Требование банка при оформлении семейной ипотеки. |

**Вопрос 2.** *Выбор одного ответа*

Почему одинаковая сумма, вложенная сегодня в двух детей, не гарантирует одинаковый результат в будущем?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Деньги теряют ценность из-за инфляции и неравномерного роста цен в разных районах. |
| **Б** | Закон запрещает делить капитал поровну между детьми. |
| **В** | Банки не позволяют открывать два одинаковых вклада. |

**Вопрос 3.** *Выбор одного ответа*

Как в уроке предлагается переформулировать запрос родителей?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Не «купить две квартиры», а создать капитал, который можно будет обменять на нужное жильё, когда оно понадобится. |
| **Б** | Оставить вопрос без изменений и просто купить две одинаковые квартиры. |
| **В** | Отговорить родителей от любых вложений в недвижимость. |

**Вопрос 4.** *Выбор одного ответа*

Чьи страхи на самом деле стоят за желанием быстро закрепить капитал за детьми?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Страхи родителей — например, боязнь споров за наследство. |
| **Б** | Страхи самих детей за своё будущее. |
| **В** | Требования органов опеки. |

**Вопрос 5.** *Выбор одного ответа*
Какая финальная формула подхода звучит в уроке?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Мы не покупаем квартиры детям, мы создаём для каждого ребёнка капитал под его будущий момент жизни. |
| **Б** | Мы всегда покупаем детям одинаковые по классу квартиры. |
| **В** | Мы советуем родителям вообще не вкладывать деньги в детей. |

**Вопрос 6.** *Выбор нескольких ответов*
Отметьте верные утверждения о горизонте планирования для сына и дочери.* * - множественный выбор

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | У сына (15 лет) горизонт до появления потребности в жилье — около 3-5 лет. |
| **Б** | У дочери (9 лет) горизонт до появления потребности в жилье — около 9-12 лет. |
| **В** | Оба ребёнка имеют одинаковый горизонт планирования. |
| **Г** | Локация будущего проживания сына и дочери заранее не определена. |

**Вопрос 7.** *Выбор нескольких ответов*
Отметьте элементы стратегии, рекомендованной для сына и для дочери.* * - множественный выбор

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Для сына — быстрая ликвидность, минимум ремонта, возможность оперативно продать объект. |
| **Б** | Для дочери — качество жилого фонда, развитие территории, стратегия долгой капитализации. |
| **В** | Для обоих детей — одна и та же квартира в одном жилом комплексе. |
| **Г** | Для сына — долгосрочная стратегия на 9-12 лет. |

## Раздел 3. Жилая недвижимость. Новостройки

### *Тест к уроку 3.1 Типовые ошибки при подборе новостроек*

**Вопрос 1.** *Выбор одного ответа*
В чём главная проблема концепции «бесплатный подбор новостроек»?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Клиент часто оказывается неуникальным — он уже зарегистрирован у застройщика через другую систему учёта лидов. |
| **Б** | Застройщики вообще не позволяют агентам подбирать новостройки бесплатно. |
| **В** | Клиенты никогда не пользуются бесплатной консультацией. |

**Вопрос 2.** *Выбор одного ответа*
Какой вопрос агент задаёт клиенту, чтобы объяснить необходимость платной консультации?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | «Кем вы хотите быть — товаром на рынке недвижимости или клиентом, чьи интересы мы отстаиваем?» |
| **Б** | «Сколько вы готовы заплатить застройщику?» |
| **В** | «Почему вы выбрали именно этого застройщика?» |

**Вопрос 3.** *Выбор одного ответа*
Что нельзя делать на первичной консультации по новостройкам?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Называть конкретные имена и жилые комплексы застройщиков. |
| **Б** | Рассказывать клиенту про цены в локации. |
| **В** | Брать контакты и мужа, и жены. |

**Вопрос 4.** *Выбор одного ответа*

Какое правило надо применять в работе с клиентами при подборе новостроек?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Вначале консультировать в общем, взять паузу, зафиксировать контакты, а уже потом отправлять конкретную подборку жилых комплексов. |
| **Б** | Никогда не консультировать клиентов по телефону. |
| **В** | Всегда называть клиенту минимум пять жилых комплексов сразу. |

**Вопрос 5.** *Выбор нескольких ответов*

Что даёт агенту продолжение отношений с клиентом после сделки с застройщиком?* * - множественный выбор

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Возможность помочь при приёмке квартиры и разговоре с застройщиком об устранении недостатков. |
| **Б** | Будущую сделку по продаже этой же квартиры. |
| **В** | Дополнительный доход от рекомендации ремонтных бригад. |
| **Г** | Автоматическое право на комиссию от всех последующих сделок клиента без его участия. |

### *Тест к уроку 3.2 Как оценивать ликвидность новостройки*

**Вопрос 1.** *Выбор одного ответа*

Какой размер имеет комфортная зона готовки на кухне независимо от эпохи застройки?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | От 4 до 8 квадратных метров. |
| **Б** | От 15 до 20 квадратных метров. |
| **В** | Ровно 3 квадратных метра. |

**Вопрос 2.** *Выбор одного ответа*

Какой главный тезис звучит в начале урока о ликвидности новостройки?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Площадь квартиры сама по себе потребительской ценности не имеет. |
| **Б** | Чем больше площадь квартиры, тем выше её ликвидность. |
| **В** | Ликвидность новостройки зависит только от этажа. |

**Вопрос 3.** *Выбор одного ответа*

Что в первую очередь определяет удобство планировки, по мнению автора?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Функциональность пространства и то, как в нём разместится мебель. |
| **Б** | Количество окон в квартире. |
| **В** | Этажность жилого комплекса. |

**Вопрос 4.** *Выбор одного ответа*

Из чего складывается функциональная кухня-столовая площадью около 10 метров?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Зона готовки около 5 метров, зона посадки около 4 метров, проход около 1 метра. |
| **Б** | Только зона готовки без зоны для стола. |
| **В** | Гардеробная, зона готовки и прихожая. |

**Вопрос 5.** *Выбор одного ответа*

Почему требование собственника «кухня должна быть 15 метров» агент называет избыточным?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Лишние метры не несут функциональной нагрузки, а стоят клиенту ощутимую переплату. |

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **Б** | Такая кухня технически невозможна в новостройке. |
| **В** | Застройщики вообще не делают кухни больше 10 метров. |

**Вопрос 6.** *Выбор одного ответа*

Какой диапазон площади соответствует комфортной (не минимальной) спальне?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | От 11,6 до 12,2 квадратных метра. |
| **Б** | От 5 до 6 квадратных метров. |
| **В** | От 25 до 30 квадратных метров. |

**Вопрос 7.** *Выбор одного ответа*

Какая площадь, по мнению автора, — практический предел для большой спальни родителей?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Около 15 квадратных метров. |
| **Б** | Около 25 квадратных метров. |
| **В** | Около 8 квадратных метров. |

**Вопрос 8.** *Выбор одного ответа*

Как правильно считать потребность семьи в системах хранения?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | В квадратных метрах шкафа. |
| **Б** | В кубометрах и литрах, а не в квадратных метрах. |
| **В** | По количеству дверей в гардеробной. |

**Вопрос 9.** *Выбор нескольких ответов*

Отметьте верные утверждения о минимальном размере спальни для базовой кровати.* * - множественный выбор

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Минимальная двуспальная кровать «эконом» — 1,6 на 2 метра. |
| **Б** | Вокруг кровати нужно закладывать около 60 сантиметров на тумбы и проход. |
| **В** | Минимальная спальня с балконом получается около 9,86 квадратных метра. |
| **Г** | Минимальная спальня по нормам должна быть не меньше 20 квадратных метров. |

**Вопрос 10.** *Выбор нескольких ответов*

Отметьте признаки хорошей планировки, названные в уроке.* * - множественный выбор

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Дверь в ванную открывается внутрь. |
| **Б** | Стол на кухне не приставлен к стене и может передвигаться. |
| **В** | Маршруты «чистой» и «грязной» зоны в квартире не пересекаются. |
| **Г** | Все двери в квартире открываются исключительно внутрь комнат. |

### *Тест к уроку 3.3 Анализ рынка новостроек. Зиларт*

**Вопрос 1.** *Выбор одного ответа*

В какой период инвесторы «Зиларта» заработали больше всего на росте цены?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | С лета 2018 года по февраль 2022 года — цена выросла более чем в два раза. |
| **Б** | С 2022 по 2024 год. |
| **В** | С момента старта продаж в 2015 году до конца 2016 года. |

**Вопрос 2.** *Выбор одного ответа*

Какой главный вывод делает автор об инвестициях в котлован таких проектов, как «Зиларт», после 2022 года?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Окно возможностей для выгодных инвестиций в котлован закрылось с переходом на эскроу-финансирование. |
| **Б** | Инвестиции в котлован после 2022 года стали ещё выгоднее, чем раньше. |
| **В** | Тип финансирования сделки никак не влияет на доходность инвестора. |

**Вопрос 3.** *Выбор нескольких ответов*

Какие вопросы стоит задать клиенту, если он спрашивает, выгодно ли он вложился в «Зиларт»?* * - множественный выбор

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | В какой корпус вложился. |
| **Б** | В каком году купил. |
| **В** | На каких условиях — ипотека или собственный капитал. |
| **Г** | Какой у него любимый цвет фасада. |

### *Тест к уроку 3.4 Анализ рынка новостроек. Остров*

**Вопрос 1.** *Выбор одного ответа*

Какая главная задача урока для профессионального агента?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Перестать смотреть на прайс-лист застройщика глазами обычного покупателя и понимать, какой квартал когда стартовал, что продано и что осталось. |
| **Б** | Выучить наизусть все цены по всем корпусам «Острова». |
| **В** | Убедить клиента отказаться от покупки в «Острове». |

**Вопрос 2.** *Выбор одного ответа*

Зачем застройщик вывел третий квартал сразу как премиальный по 950 тысяч рублей за метр?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Чтобы создать широкую вилку цен и создать у покупателей ощущение выгодной, быстрорастущей инвестиции. |
| **Б** | Чтобы полностью прекратить продажи в первом и втором кварталах. |
| **В** | Потому что третий квартал физически больше остальных. |

**Вопрос 3.** *Выбор одного ответа*

Как застройщик манипулировал восприятием цены четвёртого квартала, вышедшего в ноябре 2022 года, несмотря на его расположение, схожее с невыгодным первым кварталом?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Сравнил его цену не с первым кварталом, а с премиальным третьим по миллиону за метр — и на этом фоне 600 тысяч за метр выглядели выгодно. |
| **Б** | Снизил цену четвёртого квартала ниже цены первого квартала. |
| **В** | Полностью остановил продажи в остальных кварталах. |

**Вопрос 4.** *Выбор одного ответа*

Какую задачу ставит перед профессиональным агентом урок относительно всей этой манипуляции?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Объяснять клиенту, что будет с ценой, когда район полностью достроят и цены между кварталами выровняются, и в чью пользу. |
| **Б** | Скрывать от клиента разницу в расположении кварталов. |
| **В** | Рекомендовать клиенту всегда покупать только премиальные кварталы. |

**Вопрос 5.** *Выбор нескольких ответов*

Какие ещё приёмы манипуляции ценой упоминаются в уроке, помимо ценовой лестницы между кварталами?* * - множественный выбор

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Запуск нового квартала меняет восприятие цен уже продающихся соседних кварталов. |
| **Б** | Оформление отдельных лотов под условия семейной ипотеки. |
| **В** | Полный отказ от рекламы новых корпусов. |
| **Г** | Искусственное занижение цены всех корпусов одновременно. |

**Вопрос 6.** *Выбор нескольких ответов*

В чём суть ценовой манипуляции, которую применяет застройщик при запуске новых кварталов?* * - множественный выбор

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Запуск нового квартала меняет восприятие цен уже продающихся соседних кварталов. |
| **Б** | Цена становится частью портфеля альтернатив, а не самостоятельной цифрой. |
| **В** | Каждый следующий корпус специально дешевле предыдущего. |
| **Г** | Новый квартал часто сравнивают с самым дорогим уже вышедшим лотом, чтобы он выглядел выгодным. |

**Вопрос 7.** *Выбор нескольких ответов*

Какие ещё приёмы манипуляции ценой упоминаются в уроке, помимо ценовой лестницы между кварталами?* * - множественный выбор

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Продажа верхних этажей на 30-40% дороже рынка. |
| **Б** | Оформление отдельных лотов под условия семейной ипотеки. |
| **В** | Полный отказ от рекламы новых корпусов. |
| **Г** | Искусственное занижение цены всех корпусов одновременно. |

### *Тест к уроку 3.5 CMAK. Практикум*

**Вопрос 1.** *Выбор одного ответа*

Что даёт клиенту сравнительно-маркетинговый анализ вместо точной цены?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Ценовой коридор, разброс цен, в рамках которого будет вестись работа. |
| **Б** | Готовый договор купли-продажи. |
| **В** | Список покупателей, готовых купить прямо сейчас. |

**Вопрос 2.** *Выбор одного ответа*

Какой ключевой вопрос агент задаёт собственнику, чтобы понять его настоящую мотивацию?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | «При какой цене вы вообще не будете продавать эту квартиру?». |
| **Б** | «Сколько вы заплатили за эту квартиру изначально?». |
| **В** | «Почему вы выбрали именно наше агентство?». |

**Вопрос 3.** *Выбор одного ответа*

Как правильно сравнивать цену очень крупных, нетипичных по площади квартир?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Вычислять цену за квадратный метр через сопоставимые по площади объекты, а не сравнивать итоговые суммы напрямую. |
| **Б** | Брать среднюю цену по всем квартирам в городе. |
| **В** | Ориентироваться только на кадастровую стоимость. |

**Вопрос 4.** *Выбор нескольких ответов*

Какие данные агент фиксирует по каждому проданному объекту при анализе?* * - множественный выбор

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Сколько дней объект был в продаже. |
| **Б** | Начальную цену в рекламе и итоговую цену продажи. |
| **В** | Площадь объекта. |
| **Г** | Имя предыдущего собственника. |

## Раздел 4. Коммерческая недвижимость

### *Тест к уроку 4.1 Как анализировать коммерцию*

**Вопрос 1.** *Выбор одного ответа*

В чём главное заблуждение большинства людей, впервые задумавшихся об инвестициях в коммерческую недвижимость?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Они уверены, что должны будут сами вести коммерческую деятельность в этом помещении. |
| **Б** | Они думают, что коммерческую недвижимость нельзя сдавать в аренду физическим лицам. |
| **В** | Они считают, что коммерческую недвижимость нельзя продать без лицензии. |

**Вопрос 2.** *Выбор одного ответа*

Как соотносится средняя доходность аренды жилой и коммерческой недвижимости?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Жильё — около 5-7% годовых, коммерция — около 9,5-11,5% годовых. |
| **Б** | Жильё и коммерция дают примерно одинаковую доходность. |
| **В** | Жильё — 9-11%, коммерция — 3-4%. |

**Вопрос 3.** *Выбор одного ответа*

Чем рискует компания, если переезжает в менее удобно расположенное, но большее по площади помещение?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Потерей ключевых сотрудников или необходимостью повышать зарплатный фонд. |
| **Б** | Автоматической потерей права на аренду. |
| **В** | Обязательным увеличением штата. |

**Вопрос 4.** *Выбор нескольких ответов*

Какие комиссии может получить агент, если поможет клиенту продать сдаваемую квартиру и переложить капитал в коммерческую недвижимость?* * - множественный выбор

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Комиссию за продажу квартиры. |
| **Б** | Комиссию за подбор коммерческого объекта. |
| **В** | Комиссию за сдачу объекта в аренду. |
| **Г** | Комиссию от арендатора за составление рекламного объявления. |

### *Тест к уроку 4.2 Как оценивать локацию*

**Вопрос 1.** *Выбор одного ответа*

С чего начинается анализ локации для клиента?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | С анализа демографической ситуации в локации. |
| **Б** | С анализа этажности. |
| **В** | С анализа наличия парковочных мест. |

**Вопрос 2.** *Выбор одного ответа*

Что произойдёт, когда квартиры перейдут по наследству поколению зумеров?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Зумеров меньше, чем поколения наследодателей, поэтому каждый получит примерно по две квартиры и, не желая жить в старом фонде, выставит их на продажу. |
| **Б** | Зумеры массово переедут жить в унаследованные панельные квартиры. |
| **В** | Наследование квартир в Москве законодательно ограничено одной на человека. |

**Вопрос 3.** *Выбор одного ответа*

Как объём нового строительства в городе влияет на цену старого жилого фонда?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Чем больше новостроек, тем хуже сохраняется цена старого фонда — он постоянно уценивается на фоне нового. |
| **Б** | Новое строительство всегда поднимает цену на старый фонд. |
| **В** | Объём нового строительства никак не влияет на цену старого фонда. |

**Вопрос 4.** *Выбор одного ответа*

Что показывает рынок аренды Москвы как опережающий индикатор?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Спрос на аренду не растёт уже с 2022 года. |
| **Б** | Спрос на аренду ежегодно удваивается. |
| **В** | Аренда полностью прекратила своё существование как формат. |

### *Тест к уроку 4.3 Торговая недвижимость. Часть 1*

**Вопрос 1.** *Выбор одного ответа*

Чем, по сути, является любой магазин, согласно уроку?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Складом самообслуживания. |
| **Б** | Исключительно точкой для передачи товара от продавца покупателю. |
| **В** | Рекламной площадкой без функции хранения. |

**Вопрос 2.** *Выбор одного ответа*

Как изменилось поведение покупателей с развитием доставки?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Люди стали заказывать чаще и в большем объёме, так как переносят нагрузку по переноске товара на курьера. |
| **Б** | Люди стали ходить в магазины реже, но покупать меньше товаров за раз. |
| **В** | Объём заказываемых товаров практически не изменился. |

**Вопрос 3.** *Выбор одного ответа*

Что произошло с торговыми помещениями вопреки ожиданиям эпохи онлайн-торговли?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Спрос на склады последней мили резко вырос, а не исчез. |
| **Б** | Спрос на любые торговые помещения полностью исчез. |
| **В** | Все торговые помещения перешли в собственность маркетплейсов. |

**Вопрос 4.** *Выбор одного ответа*

Где сейчас разворачивается основная борьба за торговые помещения?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | На окраинах и в спальных районах, а не в центре города. |
| **Б** | Исключительно в историческом центре города. |

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **В** | Только в новых деловых кварталах типа Москва-Сити. |

**Вопрос 5.** *Выбор одного ответа*

Как навигаторы в смартфонах изменили требования к расположению сервисных точек — салонов красоты, стоматологий?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Такие точки теперь можно располагать в глубине квартала, а не только на видных местах первой линии. |
| **Б** | Теперь такие точки обязаны располагаться только в торговых центрах. |
| **В** | Навигаторы никак не повлияли на выбор расположения. |

**Вопрос 6.** *Выбор одного ответа*

Какая плотность домовладений в радиусе 500 метров считается выгодной для продуктовой розницы?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Более 2000 домовладений. |
| **Б** | Не более 200 домовладений. |
| **В** | Ровно 500 домовладений. |

**Вопрос 7.** *Выбор одного ответа*

Какое соотношение торговых и жилых площадей в районе, по примеру Испанских кварталов, говорит об избытке предложения?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Более 6% торговых площадей к жилым, тогда как оптимально 4-6%. |
| **Б** | Менее 1% торговых площадей к жилым. |
| **В** | Соотношение торговых и жилых площадей не имеет значения. |

### *Тест к уроку 4.4 Торговая недвижимость. Часть 2*

**Вопрос 1.** *Выбор одного ответа*

От чего зависит срок разрешения Роспотребнадзора на ведение деятельности в торговом помещении?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | От длительности договора аренды. |
| **Б** | От площади помещения. |
| **В** | От этажности здания. |

**Вопрос 2.** *Выбор одного ответа*

Какая модель арендной платы выгоднее для собственника и почему?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Процент от товарооборота — он компенсирует инфляцию. |
| **Б** | Фиксированная ставка — она не меняется со временем. |
| **В** | Обе модели дают собственнику одинаковый результат. |

**Вопрос 3.** *Выбор одного ответа*

Почему долгосрочные договоры аренды дольше 7 лет — рискованная история для собственника?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Собственник не сможет пересмотреть договор, если арендные ставки в локации резко вырастут. |
| **Б** | По закону такие договоры автоматически становятся недействительными. |
| **В** | Арендатор обязан платить неустойку каждый год. |

**Вопрос 4.** *Выбор одного ответа*

Какой простой способ вычислить оптимальный срок окупаемости торгового помещения предлагает автор?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Умножить один месячный арендный платёж на 100. |
| **Б** | Разделить стоимость помещения на площадь. |
| **В** | Умножить годовую арендную ставку на 10. |

**Вопрос 5.** *Выбор одного ответа*

Какая минимальная площадь нужна для получения лицензии алкогольному магазину и почему алкоголь даёт высокий оборот с полки?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | 50 квадратных метров; алкоголь пока нельзя продавать и доставлять онлайн, поэтому вся продажа идёт через магазин. |
| **Б** | 500 квадратных метров; алкоголь требует огромных складских помещений. |
| **В** | 10 квадратных метров; алкоголь не облагается налогом. |

**Вопрос 6.** *Выбор одного ответа*

Какие нормы плотности упоминаются для стоматологических кабинетов и салонов красоты?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Один стоматологический кабинет примерно на 3000 квартир, один салон красоты примерно на 1000 квартир. |
| **Б** | Один стоматологический кабинет на 100 квартир. |
| **В** | Нормы плотности не упоминаются вовсе. |

### *Тест к уроку 4.5 Торговая недвижимость. Практические примеры*

**Вопрос 1.** *Выбор одного ответа*

В чём распространённое заблуждение о том, где выгодно покупать коммерческую недвижимость?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Что покупать нужно обязательно в центре города или в «престижном» районе. |
| **Б** | Что покупать можно только новостройки. |
| **В** | Что коммерческую недвижимость вообще нельзя купить с торгов. |

**Вопрос 2.** *Выбор одного ответа*

Почему старые советские спальные районы интересны для покупки коммерческой недвижимости?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | В них изначально было заложено минимальное количество торговых помещений, поэтому сегодня за них конкурируют арендаторы. |
| **Б** | В них государство раздаёт коммерческую недвижимость бесплатно. |
| **В** | В них никогда не бывает старого жилого фонда. |

**Вопрос 3.** *Выбор одного ответа*

Для каких арендаторов лучше всего подходит помещение с «кабинетной нарезкой» в панельном доме?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Для салонов красоты, барбершопов, массажных студий, хостелов — но не для массового ритейла. |
| **Б** | Исключительно для супермаркетов федеральных сетей. |
| **В** | Для помещений с кабинетной нарезкой арендаторов вообще не находится. |

**Вопрос 4.** *Выбор одного ответа*

Почему выгодно купить и сдать в аренду помещение до открытия соседней школы?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | После открытия школы на помещение может распространиться запрет на торговлю алкоголем и табаком, а уже сданный объект под это ограничение не попадёт. |
| **Б** | До открытия школы аренда всегда в два раза дешевле. |
| **В** | Открытие школы автоматически снижает стоимость самого помещения. |

**Вопрос 5.** *Выбор нескольких ответов*

Отметьте выводы, которые автор делает в конце урока.

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Нужно проводить трафик-анализ района перед покупкой. |
| **Б** | Не стоит гнаться за помещением именно в центре города. |
| **В** | Стоит выбирать объекты с качественными документами и входом без порога. |
| **Г** | Нужно всегда покупать самое дорогое помещение в районе. |

## Раздел 5. ИИ в работе агента

### *Тест к уроку 5.1 ИИ в работе агента*

**Вопрос 1.** *Выбор одного ответа*

В чём главная ошибка большинства агентов при составлении сравнительно-маркетингового анализа из-за низкой насмотренности?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Они сравнивают между собой нерелевантные, несопоставимые объекты. |
| **Б** | Они вообще не сравнивают объекты между собой. |
| **В** | Они сравнивают слишком много объектов одновременно. |

**Вопрос 2.** *Выбор одного ответа*

Сколько объектов автор рекомендует брать в сравнение с помощью ИИ вместо привычных 3-5?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Около 40-50 объектов. |
| **Б** | Ровно 2 объекта. |
| **В** | Не больше 10 объектов. |

**Вопрос 3.** *Выбор одного ответа*

Что искусственный интеллект не умеет делать, работая с источниками информации?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Проверять качество и достоверность источников. |
| **Б** | Быстро сканировать большой текст. |
| **В** | Обрабатывать большие таблицы чисел. |

**Вопрос 4.** *Выбор одного ответа*

Какую часть работы эксперта по недвижимости искусственный интеллект точно не сможет заменить?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Личный осмотр объектов и итоговую экспертную оценку. |
| **Б** | Составление сравнительных таблиц по большим объёмам данных. |
| **В** | Расчёт ипотечных платежей. |

**Вопрос 5.** *Выбор нескольких ответов*

Отметьте задачи, с которыми, по словам автора, искусственный интеллект справляется хорошо.* * - множественный выбор

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Готовить сравнительно-маркетинговый анализ по большому массиву данных. |
| **Б** | Делать ретроспективный анализ изменения цен. |
| **В** | Считать ипотечные платежи и доходность инвестиций. |
| **Г** | Проверять качество и достоверность источников. |

### *Тест к уроку 5.2 ИИ. СМАК. Практикум. Часть 1*

Тест не предусмотрен.

### *Тест к уроку 5.3 ИИ. СМАК. Практикум. Часть 2*

Тест не предусмотрен.

### *Тест к уроку 5.4 ИИ. Работа с базами данных*

**Вопрос 1.** *Выбор одного ответа*

Почему использование ИИ как поисковика — плохая идея?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Он «пылесосит» данные отовсюду подряд, не умея проверить их достоверность. |
| **Б** | Поисковый режим ИИ платный и очень дорогой. |
| **В** | В поисковом режиме ИИ работает медленнее, чем обычный браузер. |

**Вопрос 2.** *Выбор одного ответа*

Какое ограничение автор задаёт в своём аналитическом проекте, чтобы повысить надёжность ответов ИИ?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Запрещает ИИ использовать стороннюю память и источники — только те данные, что дал сам автор. |
| **Б** | Разрешает ИИ пользоваться любыми источниками без ограничений. |
| **В** | Ограничивает объём данных одним файлом в месяц. |

**Вопрос 3.** *Выбор одного ответа*

Какие преимущества, по мнению автора, даёт агенту регулярная работа с ИИ на качественных источниках?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Не будет проблем с контентом для канала, будет быстрая качественная аналитика для клиентов и сильный «математический» помощник под рукой. |
| **Б** | Полностью исчезнет необходимость общаться с клиентами лично. |
| **В** | Отпадёт необходимость проверять юридическую чистоту объектов. |

**Вопрос 4.** *Выбор нескольких ответов*

Какие две типичные ошибки в использовании ИИ называет автор?* * - множественный выбор

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Неправильно формулируют запросы, не зная, что именно спросить. |
| **Б** | Используют его как обычный поисковик. |
| **В** | Никогда не проверяют его ответы. |

### *Тест к уроку 5.5 ИИ. Анализ конкретного ЖК*

Тест не предусмотрен.

## Раздел 6. Как искать клиентов в коммерческой недвижимости

### *Тест к уроку 6.1 Как искать клиентов на коммерческую и торговую недвижимость*

**Вопрос 1.** *Выбор одного ответа*

Какое заблуждение мешает агентам по жилой недвижимости работать с коммерческой?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Они считают покупателей коммерческой недвижимости принципиально другой аудиторией, не пересекающейся с их клиентами. |
| **Б** | Они считают, что сделки с коммерческой недвижимостью требуют отдельной государственной лицензии. |
| **В** | Они считают, что комиссия по коммерческим сделкам всегда ниже, чем по жилым. |

**Вопрос 2.** *Выбор одного ответа*

Чем рискует агент, который работает только с семейной ипотекой и льготными программами в новостройках?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | При очередном изменении условий этих программ он может резко потерять источник дохода. |
| **Б** | Со временем банки начинают платить таким агентам повышенную комиссию. |
| **В** | Со временем банки начинают платить таким агентам повышенную комиссию. |

**Вопрос 3.** *Выбор одного ответа*

Что предлагается сделать со своей текущей клиентской базой, чтобы найти клиентов на коммерческую недвижимость?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Пройтись по контактам в мессенджерах и спросить о заинтересованности в коммерческой недвижимости. |
| **Б** | Полностью очистить базу и собрать контакты заново. |
| **В** | Передать базу коллеге, который уже специализируется на коммерции. |

**Вопрос 4.** *Выбор одного ответа*

Какой тезис о работе агента формулируется как ключевой?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Агент по сути работает с людьми и их деньгами, а не только с объектами недвижимости. |
| **Б** | Агент в первую очередь занимается юридическим оформлением сделок. |
| **В** | Успешный агент должен выбрать один тип недвижимости и не отклоняться от него. |

**Вопрос 5.** *Выбор одного ответа*

Что мешает агенту получать клиентов на коммерческую недвижимость, если он никогда этим не занимался?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Клиенты просто не связывают агента с этой услугой, хотя интерес у части из них есть. |
| **Б** | Коммерческой недвижимости физически не существует в большинстве городов. |
| **В** | Все потенциальные клиенты на коммерцию уже имеют штатных консультантов. |

### *Тест к уроку 6.2 Активный поиск через порталы аренды*

**Вопрос 1.** *Выбор одного ответа*

Насколько может вырасти доходность, если те же деньги вложить в коммерческую недвижимость вместо жилой аренды?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | На 70-80%, а иногда почти вдвое. |
| **Б** | Доходность вырастет незначительно, на 10-15%. |
| **В** | Доходность окажется ниже, чем у жилой аренды. |

**Вопрос 2.** *Выбор одного ответа*

В каком разделе портала ЦИАН или Авито автор предлагает искать потенциальных клиентов на коммерческую недвижимость?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | В разделе сдачи жилой недвижимости в аренду. |
| **Б** | В разделе продажи новостроек. |
| **В** | В разделе коммерческой ипотеки. |

**Вопрос 3.** *Выбор одного ответа*

Какой фильтр применяет автор, чтобы выйти напрямую на контакты владельцев?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Сдача от собственника. |
| **Б** | Сдача только через агентство. |
| **В** | Сдача с меблировкой. |

**Вопрос 4.** *Выбор нескольких ответов*

Каких возражений стоит ожидать от собственника при предложении перейти на коммерческую недвижимость?* * - множественный выбор

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | «Я ничего не понимаю в коммерческой недвижимости». |
| **Б** | «Жилую недвижимость сдавать проще». |
| **В** | Путает поиск арендатора с обслуживанием уже сданного объекта. |
| **Г** | «У меня уже стоит очередь из покупателей на эту квартиру». |

### *Тест к уроку 6.3 Как собрать витрину коммерческой недвижимости*

**Вопрос 1.** *Выбор одного ответа*

Какой самый простой способ собрать первую «витрину» коммерческой недвижимости?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Обходить офисные и административные здания и обращать внимание на телефоны, указанные на фасадах. |
| **Б** | Покупать готовую базу телефонов у сотовых операторов. |
| **В** | Ждать, пока собственники сами найдут агента. |

**Вопрос 2.** *Выбор одного ответа*

Почему показ офисных помещений часто сводит агента напрямую с ЛПР или владельцем бизнеса?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | В отличие от жилой аренды, на просмотр офиса нередко приезжают именно те, кто принимает решение о переезде компании. |
| **Б** | Офисные помещения показывают только по выходным, когда владелец свободен. |
| **В** | Закон обязывает владельца лично присутствовать на показе. |

**Вопрос 3.** *Выбор одного ответа*

Почему часть офисных помещений не найти на ЦИАН и Авито, хотя они реально сдаются?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Сотрудники компаний просто забывают размещать объявления на порталах. |
| **Б** | Закон запрещает рекламировать коммерческую недвижимость онлайн. |
| **В** | Такие помещения всегда уже заняты. |

### *Тест к уроку 6.4 Работа с витриной и базой арендаторов*

**Вопрос 1.** *Выбор одного ответа*

В какую ловушку чаще всего попадают агенты, работающие со своей «витриной» коммерческой недвижимости?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Они думают, что обязательно должны отработать именно тот конкретный лот, который сейчас висит на витрине. |
| **Б** | Они забывают вообще заводить витрину. |
| **В** | Они боятся показывать объекты клиентам лично. |

**Вопрос 2.** *Выбор одного ответа*

Чем поиск арендатора коммерческого помещения отличается по срокам от поиска жилья в аренду?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Жильё обычно ищут за 1-2 месяца, а коммерческое помещение могут искать несколько месяцев и даже больше года. |
| **Б** | Коммерческое помещение всегда находят быстрее жилого. |
| **В** | Сроки поиска в обоих случаях всегда одинаковые. |

**Вопрос 3.** *Выбор одного ответа*

Что агент предлагает арендатору после показа помещения?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Присылать дальше подходящие лоты от собственников без дополнительной комиссии с его стороны. |
| **Б** | Настаивать на подписании договора именно на этот объект. |
| **В** | Предложить оплатить полную комиссию агента заранее. |

**Вопрос 4.** *Выбор одного ответа*

Какие детали важно фиксировать при описании объекта в базе коммерческой недвижимости?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Наличие парковки, включён ли НДС и обслуживание, стоимость и скорость интернета, наличие мест для обедов и досуга. |
| **Б** | Только площадь помещения и адрес. |
| **В** | Исключительно имя предыдущего арендатора. |

**Вопрос 5.** *Выбор одного ответа*

С кем в итоге чаще всего в конечном счёте работает агент по коммерческой недвижимости?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | С топ-менеджерами и владельцами бизнеса — той же аудиторией, что покупает премиальное жильё. |
| **Б** | Преимущественно со студентами и молодыми специалистами. |
| **В** | Почти исключительно с государственными организациями. |

## Раздел 7. Торги и срочный выкуп

### *Тест к уроку 7.1 Как считать инвестиции в новостройки*

**Вопрос 1.** *Выбор одного ответа*

Что называют «невидимым соперником» инвестиций в недвижимость?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Депозит — альтернативную доходность, которую можно было получить без вложений в недвижимость. |
| **Б** | Налоговую инспекцию. |
| **В** | Страховую компанию. |

**Вопрос 2.** *Выбор одного ответа*

В чём главная проблема большинства инвесторов в новостройки?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Не вовремя выходят — затягивают с продажей, ожидая, что цена «ещё подрастёт». |
| **Б** | Не вовремя входят — вообще боятся начинать инвестировать. |
| **В** | Проблема отсутствует, тайминг не важен. |

**Вопрос 3.** *Выбор одного ответа*

Что происходит, если собственник вторички откладывает продажу на год, надеясь на более высокую цену?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Он, по сути, сам себя кредитует под ставку около 13% годовых на сумму, которую мог бы получить сейчас. |
| **Б** | Он автоматически получает деньги без риска. |
| **В** | Цена объекта гарантированно вырастет ровно на размер инфляции. |

**Вопрос 4.** *Выбор нескольких ответов*

Какие показатели используются для корректного сравнения доходности инвестиции с депозитом?* * - множественный выбор

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | IRR (приведённая годовая доходность). |
| **Б** | NPV (чистая приведённая стоимость / премия к депозиту). |
| **В** | Средний чек сделки. |
| **Г** | Количество участников торгов. |

### *Тест к уроку 7.2 Покупка недвижимости с торгов*

**Вопрос 1.** *Выбор одного ответа*

Для чего около 300 лет назад разрабатывались аукционные стратегии?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Чтобы продать недвижимость как можно дороже. |
| **Б** | Чтобы отдать недвижимость бесплатно нуждающимся. |
| **В** | Чтобы упростить налогообложение сделок. |

**Вопрос 2.** *Выбор одного ответа*

Где впервые появились биржи и аукционные стратегии?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | В Нидерландах. |
| **Б** | В Италии. |
| **В** | В США. |

**Вопрос 3.** *Выбор одного ответа*

Как называется стратегия с низкой стартовой ценой, которая растёт за счёт соперничества участников?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Английский аукцион. |
| **Б** | Голландский аукцион. |
| **В** | Закрытая оферта. |

**Вопрос 4.** *Выбор одного ответа*

Что определяет главный ажиотаж на торгах?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Количество участников торгов. |
| **Б** | Время суток проведения торгов. |

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **В** | Репутация организатора торгов. |

**Вопрос 5.** *Выбор одного ответа*
В чём главное заблуждение большинства участников торгов?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Они стремятся выиграть торги, а не купить недвижимость выгодно. |
| **Б** | Они всегда стараются проиграть торги. |
| **В** | Они вообще не следят за ходом торгов. |

**Вопрос 6.** *Выбор одного ответа*
Как работает голландская стратегия — публичный аукцион на понижение?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Стартует высокая цена и постепенно снижается шагами, пока не начнётся «взрыв обращений». |
| **Б** | Стартует низкая цена, которая постепенно повышается. |
| **В** | Цена вообще не меняется в процессе торгов. |

**Вопрос 7.** *Выбор одного ответа*
К какому выводу о стремлении выигрывать торги приходит опытный участник?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Нужно, наоборот, чаще проигрывать торги, чтобы прийти к выгодной инвестиции. |
| **Б** | Нужно любой ценой выигрывать каждые торги. |
| **В** | Результат торгов не имеет значения для инвестора. |

### *Тест к уроку 7.3 Подводные камни выкупа объектов недвижимости*

**Вопрос 1.** *Выбор одного ответа*
Почему торги по банкротным объектам часто оспариваются?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Кто-то пытается вывести объект из банкротной массы через суд вместе с арбитражным управляющим. |
| **Б** | Закон вообще запрещает продавать имущество банкротов. |
| **В** | Банкротные объекты нельзя купить физическому лицу. |

**Вопрос 2.** *Выбор одного ответа*
Какая проблема часто возникает с ипотечными объектами после выигрыша торгов?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Предыдущий заёмщик часто ещё проживает в квартире, и его приходится выселять. |
| **Б** | Такие объекты никогда не подлежат ремонту. |
| **В** | Такие объекты автоматически переходят в собственность государства. |

**Вопрос 3.** *Выбор одного ответа*
Что можно узнать по документам до участия в торгах, а что нельзя?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Можно узнать технические параметры (площадь, адрес, кадастровый номер), но не реальное качество и отделку. |
| **Б** | Можно увидеть отделку, но нельзя узнать площадь объекта. |
| **В** | Можно узнать абсолютно всё, включая внутреннее состояние. |

**Вопрос 4.** *Выбор одного ответа*
Как некоторые торговые площадки увеличивают итоговые расходы победителя торгов?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Часть площадок берёт комиссию (около 10% от цены) именно с победителя, а не с продавца. |

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **Б** | Площадки никогда не берут комиссию с участников. |
| **В** | Комиссия площадки всегда уже включена в стартовую цену. |

**Вопрос 5.** *Выбор нескольких ответов*

Какого происхождения бывают объекты, попадающие на торги?* * - множественный выбор

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Объекты банкротов. |
| **Б** | Объекты с невыплаченной ипотекой. |
| **В** | Объекты, выставленные самими собственниками. |
| **Г** | Объекты, добровольно подаренные городу гражданами. |

### *Тест к уроку 7.4 Подготовка к торгам*

**Вопрос 1.** *Выбор одного ответа*

В чём главная ошибка участников на этапе подготовки к торгам?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Они очаровываются стартовой ценой и не закладывают, что цена может вырасти почти вдвое. |
| **Б** | Они слишком долго готовятся и опаздывают подать заявку. |
| **В** | Они всегда переоценивают итоговую цену объекта. |

**Вопрос 2.** *Выбор одного ответа*

Почему не стоит ориентироваться на цены ЦИАН и Авито при оценке объекта перед торгами?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Это цены несостоявшихся сделок — по ним объект ещё не продан. |
| **Б** | На этих порталах вообще нет объявлений о продаже недвижимости. |
| **В** | Цены там всегда точно совпадают с итоговой ценой продажи. |

**Вопрос 3.** *Выбор одного ответа*

Какой приём помогает понять реальную рыночную цену объекта до начала торгов?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Разместить похожее тестовое объявление о продаже такого же объекта и посмотреть на отклик рынка. |
| **Б** | Дождаться окончания торгов и посмотреть итоговую цену. |
| **В** | Спросить цену напрямую у организатора торгов. |

**Вопрос 4.** *Выбор одного ответа*

Что такое «стоп-цена» на торгах?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Максимальная цена, выше которой участник заранее решает не поднимать ставку. |
| **Б** | Минимальная цена, ниже которой торги не могут начаться. |
| **В** | Цена, которую называет организатор в начале торгов. |

### *Тест к уроку 7.5 Торги на растущем и падающем рынке*

**Вопрос 1.** *Выбор одного ответа*

Что происходит с числом участников торгов, когда рынок недвижимости начинает падать?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Число участников уменьшается. |
| **Б** | Число участников резко увеличивается. |
| **В** | Число участников не меняется. |

**Вопрос 2.** *Выбор одного ответа*
Когда выгоднее покупать недвижимость на торгах?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Когда цены начинают падать и участников становится меньше. |
| **Б** | Только когда рынок стремительно растёт. |
| **В** | Выгодность не зависит от направления рынка. |

**Вопрос 3.** *Выбор одного ответа*
Почему стоит избегать мелких торгов — ниже 10 млн рублей?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | На них слишком много участников, цена разгоняется чрезмерно. |
| **Б** | Такие объекты по закону нельзя перепродавать. |
| **В** | Такие объекты всегда юридически неликвидны. |

**Вопрос 4.** *Выбор одного ответа*
Какая задача считается главной для инвестора на торгах?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Находить недооценённые объекты («бриллианты»), а не просто выигрывать как можно больше. |
| **Б** | Побеждать в максимальном числе торгов подряд. |
| **В** | Всегда предлагать самую высокую возможную цену. |

**Вопрос 5.** *Выбор одного ответа*
На чём должен сосредоточиться участник торгов вместо того, чтобы гадать, растёт рынок или падает?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | На цене, при которой гарантированно заработает, и на цене, где нужно остановиться. |
| **Б** | На количестве конкурентов в конкретный момент. |
| **В** | На долгосрочных прогнозах ключевой ставки. |

**Вопрос 6.** *Выбор одного ответа*
Что иллюстрирует пример людей, выигравших около 150 торгов за несколько лет?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Выигрыш сам по себе не гарантирует прибыль — важно, сколько объектов продано с выгодой. |
| **Б** | Чем больше выигранных торгов, тем автоматически выше прибыль. |
| **В** | После 150 выигранных торгов инвестор гарантированно становится профессионалом. |

### *Тест к уроку 7.6 Срочный выкуп*

**Вопрос 1.** *Выбор одного ответа*
Что такое срочный выкуп недвижимости?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Добровольный выкуп объекта с дисконтом 20-30% к рынку. |
| **Б** | Принудительный выкуп по решению суда. |
| **В** | Выкуп объекта исключительно у банков-банкротов. |

**Вопрос 2.** *Выбор одного ответа*
О чём нужно помнить, работая со срочным выкупом, после дела Долиной?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Среди обратившихся много людей, ведомых мошенниками. |
| **Б** | Дело Долиной полностью закрыло рынок срочного выкупа. |
| **В** | После этого дела срочный выкуп стал незаконным. |

**Вопрос 3.** *Выбор одного ответа*

Какая стратегия поиска клиентов на срочный выкуп работает лучше всего?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Разместить в районе рекламу «срочный выкуп недвижимости» и ждать обращений. |
| **Б** | Обзванивать случайные номера из телефонного справочника. |
| **В** | Покупать готовую базу должников у банков. |

**Вопрос 4.** *Выбор одного ответа*

Почему опасно выкупать объект у человека, фактически находящегося на грани банкротства?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Сделка может быть оспорена, если человек войдёт в процедуру банкротства. |
| **Б** | Такие сделки автоматически облагаются повышенным налогом. |
| **В** | Такие объекты нельзя перепродать в течение года. |

**Вопрос 5.** *Выбор одного ответа*

Что рекомендуется сделать перед сделкой срочного выкупа для собственной защиты?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Провести дополнительные проверки — не ведётся ли по человеку производство. |
| **Б** | Ограничиться устным заверением продавца. |
| **В** | Полагаться только на паспорт продавца. |

**Вопрос 6.** *Выбор одного ответа*

Как срочный выкуп соотносится с торгами как стратегия поиска недооценённых объектов?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Это очень хорошая стратегия, не хуже участия в торгах. |
| **Б** | Это заведомо убыточная стратегия. |
| **В** | Это стратегия, доступная только юридическим лицам. |

### *Тест к уроку 7.7 Проклятие победителя*

**Вопрос 1.** *Выбор одного ответа*

В чём заключается главная задача участника торгов?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Получить объект по заранее определённой целевой цене, а не выиграть сами торги. |
| **Б** | Обязательно выиграть торги любой ценой. |
| **В** | Сделать как можно больше ставок в процессе торгов. |

**Вопрос 2.** *Выбор одного ответа*

Сколько торгов из десяти обычно проигрывает грамотный участник?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Около восьми из десяти. |
| **Б** | Около двух из десяти. |
| **В** | Ни одного — грамотный участник всегда выигрывает. |

**Вопрос 3.** *Выбор одного ответа*

Как называется ловушка, при которой победитель торгов — тот, кто дал самую высокую цену, — оказывается в наименее выгодном положении?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Проклятие победителя. |
| **Б** | Эффект утопленных затрат. |
| **В** | Синдром отличника. |

**Вопрос 4.** *Выбор одного ответа*

На сколько процентов в лучшем случае может разогнаться цена от стартовой на реальных торгах?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Примерно на 30%. |
| **Б** | Она останется равна стартовой. |
| **В** | Она вырастет минимум втрое. |

**Вопрос 5.** *Выбор одного ответа*

Почему на торги рекомендуется отправлять представителя по доверенности, а не участвовать лично?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Представитель без эмоциональной привязанности с меньшей вероятностью превысит заранее установленную стоп-цену. |
| **Б** | Личное участие в торгах запрещено законом. |
| **В** | Представитель автоматически получает более низкую комиссию площадки. |

**Вопрос 6.** *Выбор нескольких ответов*

Какие манипуляции используются, чтобы подтолкнуть участников торгов к переплате?* * - множественный выбор

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Искусственное ограничение времени на анализ перед торгами. |
| **Б** | Маленький шаг аукциона, из-за которого рост цены кажется незаметным. |
| **В** | Публикация независимой оценки объекта тремя экспертами. |
| **Г** | Гарантия минимальной цены выкупа для участников. |

**Вопрос 7.** *Выбор нескольких ответов*

Какие скрытые издержки часто возникают при покупке жилой недвижимости с торгов?* * - множественный выбор

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Плохое техническое состояние объекта. |
| **Б** | Затраты на выселение прежних жильцов. |
| **В** | Временные издержки на судебную волокиту — иногда до полугода. |
| **Г** | Обязательная доплата НДС сверх цены торгов. |

## Раздел 8. ГАБ, флиппинг, спекуляция

### *Тест к уроку 8.1 Парадокс флиппинга*

**Вопрос 1.** *Выбор одного ответа*

Флиппингом на языке профессиональных инвесторов называют:

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Короткую, быструю перепродажу объекта ради разницы в цене. |
| **Б** | Долгосрочную сдачу объекта в аренду с постепенным ростом капитализации. |
| **В** | Покупку объекта в складчину с несколькими инвесторами. |

**Вопрос 2.** *Выбор одного ответа*

Почему больше трёх коротких сделок в год — риск?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Налоговая может переквалифицировать это в предпринимательскую деятельность. |
| **Б** | Банк автоматически блокирует счёт после третьей сделки. |
| **В** | Росреестр законодательно ограничивает число сделок одного лица. |

**Вопрос 3.** *Выбор одного ответа*

На сколько месяцев замораживает свой капитал инвестор из второй стратегии (с ремонтом), пока делается отделка?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Около 5 месяцев. |
| **Б** | Около 1 месяца. |
| **В** | Ремонт не занимает времени вообще. |

**Вопрос 4.** *Выбор одного ответа*

К какому итоговому парадоксу подводит автор название урока «парадокс флиппинга»?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Более рискованный путь с ремонтом и длинной заморозкой капитала не даёт ощутимого преимущества в доходности перед короткими операциями без ремонта. |
| **Б** | Ремонт всегда увеличивает итоговую доходность минимум вдвое. |
| **В** | Короткие операции без ремонта всегда законодательно запрещены. |

### *Тест к уроку 8.2 Готовый арендный бизнес*

**Вопрос 1.** *Выбор одного ответа*

В чём состоит главное заблуждение о понятии «готовый арендный бизнес»?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Его считают выгодной покупкой, хотя по сути это способ выгодно продать объект. |
| **Б** | Его считают убыточным форматом, который вообще не приносит дохода. |
| **В** | Его путают с доверительным управлением недвижимостью. |

**Вопрос 2.** *Выбор одного ответа*

Почему большая часть инвесторов не готова работать по схеме «купил — сдал — продал как готовый бизнес»?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Им лень заново искать, куда вложить освободившийся капитал. |
| **Б** | Схема требует отдельной лицензии. |
| **В** | Схема законодательно запрещена для физических лиц. |

**Вопрос 3.** *Выбор одного ответа*

Что важно учитывать инвесторам в готовый арендный бизнес в 2026-2028 годах?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Риск возникновения НДС при продаже из-за налоговой реформы. |
| **Б** | Полный запрет на такие сделки с 2027 года. |
| **В** | Обязательную сертификацию арендатора. |

**Вопрос 4.** *Выбор одного ответа*

Кто получает основную выгоду в сделке с готовым арендным бизнесом?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Продавец — тот, кто довёл объект до продажи, а не будущий владелец. |
| **Б** | Арендатор, который платит по льготной ставке. |
| **В** | Банк, финансирующий сделку. |

### *Тест к уроку 8.3 Спекуляция и консерватизм. Семейный эксперимент*

Тест не предусмотрен.

## Раздел 9. Персональный маркетинг эксперта

### *Тест к уроку 9.1 Персональный маркетинг эксперта*

**Вопрос 1.** *Выбор одного ответа*

В чём главное заблуждение экспертов, когда к ним не идут «удобные» клиенты?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Они думают, что ошиблись в маркетинге, хотя сложные и лёгкие клиенты есть в любом сегменте. |
| **Б** | Они уверены, что удобных клиентов не существует вовсе. |
| **В** | Они считают, что дело только в размере комиссии. |

**Вопрос 2.** *Выбор одного ответа*

Зачем нужен видеоконтент, если клиент уже пришёл по рекомендации?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Чтобы клиент увидел эксперта лично и понял ход его мыслей до начала сотрудничества. |
| **Б** | Чтобы клиент оплатил платную подписку на канал. |
| **В** | В этом случае видео не нужно вовсе. |

**Вопрос 3.** *Выбор одного ответа*

Насколько эффективна классическая «воронка лидов» как основа маркетинга эксперта?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Считается неэффективной — ставка делается на активный поиск клиентов. |
| **Б** | Считается главным и вполне достаточным инструментом. |
| **В** | Рекомендуется применять только для новостроек. |

**Вопрос 4.** *Выбор одного ответа*

В чём главная ошибка при построении личного бренда?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Ставить в центр контента себя, а не то, что волнует зрителя. |
| **Б** | Снимать слишком мало роликов в неделю. |
| **В** | Использовать слишком дорогую технику. |

**Вопрос 5.** *Выбор одного ответа*

На что в первую очередь должен отвечать контент эксперта?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | На то, что уже волнует аудиторию. |
| **Б** | На личные достижения самого эксперта. |
| **В** | На технические характеристики объектов. |

### *Тест к уроку 9.2 Алгоритмы платформ*

**Вопрос 1.** *Выбор одного ответа*

Почему гонка за подписчиками может вредить развитию канала эксперта?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Гонка за подписчиками уводит от цели — привлечения клиентов, а не просто зрителей. |
| **Б** | Подписчики автоматически крадут контент. |
| **В** | С ростом подписчиков растут налоги на канал. |

**Вопрос 2.** *Выбор одного ответа*

Как примерно с 2023 года алгоритмы платформ стали оценивать ролики?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | По тому, смотрят ли ролик именно подписчики канала. |

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **Б** | Исключительно по числу лайков. |
| **В** | Исключительно по длине ролика. |

**Вопрос 3.** *Выбор одного ответа*

В чём разница между короткими и длинными форматами с точки зрения привлечения и удержания аудитории?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Короткие хорошо приводят подписчиков, но плохо удерживают — для удержания нужны длинные. |
| **Б** | Оба формата одинаково хорошо и привлекают, и удерживают. |
| **В** | Длинные форматы вообще не привлекают новую аудиторию. |

**Вопрос 4.** *Выбор одного ответа*

Для чего полезно использовать встроенный искусственный интеллект в аналитике платформы?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Чтобы понять, какие темы сейчас интересуют аудиторию рынка недвижимости. |
| **Б** | Чтобы полностью автоматически писать сценарии роликов. |
| **В** | Чтобы автоматически монтировать видео. |

**Вопрос 5.** *Выбор одного ответа*

Играет ли обложка роль в коротких и длинных видеоформатах?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | В коротких неважна — работает хук первых секунд; в длинных играет ключевую роль. |
| **Б** | Неважна одинаково в обоих форматах. |
| **В** | Важна только в коротких форматах. |

### *Тест к уроку 9.3 Как снимать видео*

**Вопрос 1.** *Выбор одного ответа*

Можно ли заранее выучить текст для съёмки видео?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Нет — важно понимать смысл того, что говоришь, а не заучивать. |
| **Б** | Да, текст обязательно нужно выучить наизусть. |
| **В** | Текст читают исключительно с суфлёра. |

**Вопрос 2.** *Выбор одного ответа*

Почему доверие вызывает съёмка на месте события, а не в студии?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Зритель верит тому, кто сам идёт, трогает и показывает объект вживую. |
| **Б** | Съёмка в студии технически невозможна для недвижимости. |
| **В** | Съёмка на месте всегда дешевле. |

**Вопрос 3.** *Выбор одного ответа*

В чём ошибка формата «что вижу, то и пою» при съёмке обзора?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Попытка снять всё одним непрерывным кадром без монтажа. |
| **Б** | Слишком большое количество дублей. |
| **В** | Отсутствие звука в кадре. |

**Вопрос 4.** *Выбор одного ответа*

Сколько контрольных точек рекомендуется снимать при обзоре ЖК?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | 7–8 точек, не более полутора минут каждая. |
| **Б** | 20–30 точек. |
| **В** | Ровно одну точку на весь ролик. |

**Вопрос 5.** *Выбор одного ответа*

Что, по ссылке на лекцию Жоры Крыжовникова, важнее слов в кадре?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Действие — то, что делаешь руками, куда идёшь, что трогаешь. |
| **Б** | Интонация голоса. |
| **В** | Яркость освещения. |

**Вопрос 6.** *Выбор одного ответа*

Как соотносятся результаты дорогой и дешёвой съёмки по бюджету и охвату?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Лучше потратить больше и получить кратно больше просмотров, чем сэкономить и получить мизерный охват. |
| **Б** | Бюджет съёмки не влияет на охват. |
| **В** | Всегда выгоднее максимально экономить. |

**Вопрос 7.** *Выбор одного ответа*

Какую долю всей работы над видео занимает сама съёмка?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Около 30% — монтаж и продвижение занимают ещё больше. |
| **Б** | Около 90%. |
| **В** | 100%, дальше работы не требуется. |

**Вопрос 8.** *Выбор одного ответа*

Сколько роликов в год реально снять на практике?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Не больше 50 в год, около одного в неделю. |
| **Б** | Около 100 в год. |
| **В** | Всего 10–30 в год. |

**Вопрос 9.** *Выбор одного ответа*

Почему не стоит скрывать название жилого комплекса в обзорах?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Кому нужен именно этот ЖК, найдёт его сам, а кому нужен эксперт — выберет за экспертизу. |
| **Б** | Скрывать название запрещено законом. |
| **В** | Название ЖК не влияет на просмотры. |

**Вопрос 10.** *Выбор одного ответа*

Какая конверсия из просмотров в обращения клиентов приводится в уроке?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Примерно одно обращение на 1000 просмотров, из них около 75% «пустых». |
| **Б** | Одно обращение на 10 просмотров. |
| **В** | Конверсия 100% — каждый просмотр становится обращением. |

### *Тест к уроку 9.4 Ошибки в социальных сетях*

**Вопрос 1.** *Выбор одного ответа*
Какая фраза в контенте считается бесполезной и неинтересной зрителю?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | «Смотрите, какой я молодец». |
| **Б** | «Разберём реальный кейс клиента». |
| **В** | «Что волнует наших клиентов сегодня». |

**Вопрос 2.** *Выбор одного ответа*
Чем опасна прямая реклама чужого объекта в соцсети, запрещённой на территории РФ?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Уголовным преследованием или крупным штрафом за рекламу чужого товара. |
| **Б** | Только временной блокировкой аккаунта. |
| **В** | Ничем — реклама полностью законна. |

**Вопрос 3.** *Выбор одного ответа*
Почему «идиотский» юмор в контенте про недвижимость считается вредным для эксперта?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Юмор привлекает не ту аудиторию — за смехом, а не за экспертизой. |
| **Б** | Юмор запрещён на всех платформах. |
| **В** | Юмор снижает просмотры. |

**Вопрос 4.** *Выбор одного ответа*
Почему стоит избегать контента про дешёвые новостройки за МКАД и рассрочку?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Такой контент приводит клиентов с низким чеком — не ту аудиторию. |
| **Б** | Съёмка за МКАД технически невозможна. |
| **В** | Такой контент запрещён законом. |

**Вопрос 5.** *Выбор одного ответа*
Что объединяет перечисленные ошибки агентов в соцсетях — рекламу, юмор и запугивание?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | В центре не польза для зрителя, а сам агент или сиюминутный хайп. |
| **Б** | Все они гарантированно приводят только богатых клиентов. |
| **В** | Все они официально запрещены законом о рекламе. |

### *Тест к уроку 9.5 Что создаёт доверие*

**Вопрос 1.** *Выбор одного ответа*
Какой формат видео реально создаёт долгосрочное доверие аудитории?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Длинный формат, а не короткие «прикольные» ролики. |
| **Б** | Исключительно короткие вертикальные форматы. |
| **В** | Форматы без титров. |

**Вопрос 2.** *Выбор одного ответа*
Почему найм обычного SMM-менеджера не решает задачу эксперта по недвижимости?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | SMM-менеджер не эксперт в недвижимости и не заменит профессиональную насмотренность. |
| **Б** | SMM-менеджеры не вправе вести блоги про недвижимость. |
| **В** | SMM-менеджеры стоят дороже, чем агентство. |

**Вопрос 3.** *Выбор одного ответа*

Что происходит с каналами коллег, которые гонятся за хайпом и снимают интервью с известными людьми?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Экспертом в глазах зрителя становится гость, а не хозяин канала. |
| **Б** | Их каналы блокирует платформа. |
| **В** | Их доходы автоматически растут в разы. |

**Вопрос 4.** *Выбор одного ответа*

Какая формула реально работает для роста дохода эксперта?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | «Больше просмотров целевой аудитории = больше денег». |
| **Б** | Просто «больше просмотров = больше денег», без разницы чьих. |
| **В** | «Меньше просмотров = больше денег». |

**Вопрос 5.** *Выбор одного ответа*

Почему полевые обзоры работают лучше студийного контента?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Зритель больше доверяет тому, кого видит непосредственно на объекте. |
| **Б** | Полевые съёмки технически проще студийных. |
| **В** | Полевые съёмки значительно дешевле. |

**Вопрос 6.** *Выбор одного ответа*

Чем опасно для клиента отправить название интересующего ЖК напрямую брокеру или на сайт застройщика без эксперта?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Номер может «уйти» по разным агентствам, вызвав поток лишних звонков, а клиент не получит поддержки при выборе и одобрении ипотеки. |
| **Б** | Застройщик автоматически даст клиенту максимальную скидку. |
| **В** | Это гарантированно ускорит сделку. |

## Раздел 10. Расчет инвестиционных стратегий

### *Тест к уроку 10.1 Доллар. Ретроспектива инвестиций за 7 лет*

**Вопрос 1.** *Выбор одного ответа*

В чём состоит главная ошибка при хранении всего капитала в одном инструменте?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Отсутствие диверсификации между разными инструментами. |
| **Б** | Слишком частую покупку и продажу активов. |
| **В** | Хранение денег исключительно в рублях. |

**Вопрос 2.** *Выбор одного ответа*

Какая альтернатива сравнивается с долларовой стратегией как более выгодная?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Размещение тех же денег на депозите под 8% годовых или в ОФЗ. |
| **Б** | Вложение денег в криптовалюту. |
| **В** | Хранение денег наличными в рублях. |

**Вопрос 3.** *Выбор одного ответа*

Какая устойчивая модель поведения россиян сохраняется на протяжении последних 30 лет?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | В любой непонятной ситуации смотреть на курс доллара и инвестировать в доллары. |

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **Б** | В любой непонятной ситуации продавать всю недвижимость. |
| **В** | В любой непонятной ситуации переводить деньги в криптовалюту. |

### *Тест к уроку 10.2 Ретроспектива депозитов*

**Вопрос 1.** *Выбор одного ответа*

В чём заключалась распространённая ошибка последних лет, связанная со ставками по депозитам?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Вера в то, что нынешние высокие ставки по депозитам (16-20%) были и будут всегда. |
| **Б** | Вера в то, что депозиты вообще никогда не выгодны. |
| **В** | Вера в то, что ставки всегда фиксированы на 5%. |

**Вопрос 2.** *Выбор одного ответа*

Какая средняя ставка по депозитам получается при усреднении 2020-2025 годов?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Около 9% годовых. |
| **Б** | Около 15% годовых. |
| **В** | Около 4% годовых. |

**Вопрос 3.** *Выбор одного ответа*

Как средняя доходность сданной в аренду коммерческой недвижимости соотносится с депозитами за длительный период?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Около 10,5% годовых — немного выше средних депозитных 9%. |
| **Б** | Заметно ниже депозитов — около 4%. |
| **В** | Доходности полностью совпадают. |

**Вопрос 4.** *Выбор одного ответа*

В чём состоит главное преимущество депозита перед другими инструментами?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Это «быстрый кэш» — деньги легко доступны при необходимости. |
| **Б** | Депозит никогда не облагается налогом. |
| **В** | Депозит гарантированно даёт максимальную доходность. |

**Вопрос 5.** *Выбор одного ответа*

Что называют «двойной капитализацией» применительно к коммерческой недвижимости?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Одновременный рост арендного дохода и стоимости самого объекта. |
| **Б** | Удвоение налоговых льгот при сдаче в аренду. |
| **В** | Возможность взять сразу два кредита под объект. |

**Вопрос 6.** *Выбор одного ответа*

Что происходит с фазами высоких и низких ставок в экономике на длинном горизонте?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Они рано или поздно сменяют друг друга, ставка со временем усредняется. |
| **Б** | Высокая ставка, однажды установившись, больше не снижается. |
| **В** | Ставки не подвержены циклам. |

**Вопрос 7.** *Выбор одного ответа*

Какой риск депозитов стоит учитывать отдельно?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Возможность банковских кризисов, когда деньги нельзя легко забрать. |
| **Б** | Автоматическое обложение НДС. |
| **В** | Запрет открывать вклад больше чем на год. |

**Вопрос 8.** *Выбор одного ответа*

Что рекомендуется делать параллельно с хранением средств на депозитах, в фондах денежного рынка или ОФЗ?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Параллельно вкладывать в коммерческую недвижимость. |
| **Б** | Полностью отказаться от депозитов. |
| **В** | Держать все средства только в долларах. |

### *Тест к уроку 10.3 Убыточная недвижимость*

**Вопрос 1.** *Выбор одного ответа*

Что предполагал план реструктуризации капитала семьи?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Продать крупные объекты, купить меньшую квартиру родителям и стартовые — детям, остаток вложить в другие активы. |
| **Б** | Взять кредит под залог всей недвижимости. |
| **В** | Отказаться от какой-либо недвижимости в пользу депозита. |

**Вопрос 2.** *Выбор одного ответа*

Какой общий совет даётся по «перетряхиванию» капитала в недвижимости?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Делать это примерно раз в 7-10 лет — недвижимость морально устаревает. |
| **Б** | Никогда не менять состав недвижимого имущества. |
| **В** | Менять недвижимость ежемесячно. |

**Вопрос 3.** *Выбор одного ответа*

Какой ещё пример эмоциональной привязанности к недвижимости разбирается в уроке?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Хранение «маминой квартиры» как памяти о матери. |
| **Б** | Хранение квартиры ради налоговых льгот. |
| **В** | Хранение квартиры по требованию банка. |

**Вопрос 4.** *Выбор одного ответа*

К какому выводу приводит разбор недвижимости как класса активов?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Это гибкий инструмент, который периодически нужно пересматривать, а не привязываться к нему эмоционально. |
| **Б** | Это неприкосновенный актив, который нельзя продавать никогда. |
| **В** | Она всегда со временем дорожает, поэтому пересматривать её незачем. |

**Вопрос 5.** *Выбор одного ответа*

О какой психологической ловушке речь в теме «дорогая ностальгия»?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Люди эмоционально держатся за недвижимость, которая объективно им больше не нужна. |
| **Б** | Страх покупать любую новую недвижимость. |

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **В** | Нежелание вообще инвестировать в недвижимость. |

### *Тест к уроку 10.4 Ловушка доходности. Сдача квартиры в аренду*

**Вопрос 1.** *Выбор одного ответа*

В чём основная ошибка при оценке доходности квартиры, сдаваемой в аренду?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Доходность считают по цене покупки, не учитывая упущенную выгоду и переоценку объекта. |
| **Б** | Доходность вообще невозможно посчитать корректно. |
| **В** | Квартиры вообще нельзя сдавать в аренду. |

**Вопрос 2.** *Выбор одного ответа*

Какой способ оказался бы самым быстрым для роста капитала за эти 5 лет вместо покупки квартиры под аренду?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Просто держать деньги на депозите. |
| **Б** | Вложить деньги в биткоин. |
| **В** | Купить автомобиль представительского класса. |

**Вопрос 3.** *Выбор одного ответа*

Какая из трёх основных ошибок инвестора называется первой?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Не считает реальную внутреннюю норму доходности вложений. |
| **Б** | Переплачивает застройщику при покупке. |
| **В** | Выбирает слишком маленькую площадь. |

**Вопрос 4.** *Выбор одного ответа*

Что ещё рекомендуется учитывать при оценке доходности, помимо номинальных доходов и расходов?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Инфляцию и упущенную выгоду от альтернативных безрисковых вложений. |
| **Б** | Только курс доллара на момент покупки. |
| **В** | Только площадь купленного объекта. |

**Вопрос 5.** *Выбор одного ответа*

К какой рекомендации приводит анализ сдачи квартиры в аренду?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Сравнивать эту стратегию с альтернативными способами инвестиций. |
| **Б** | Сдача в аренду — всегда лучшая стратегия. |
| **В** | Расчёт доходности не нужен, важен сам факт владения. |

### *Тест к уроку 10.5 Как считать доходность*

**Вопрос 1.** *Выбор одного ответа*

Что называют главной проблемой большинства агентов при расчёте доходности?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Они забывают учитывать фактор времени — что капитал мог бы работать в другом месте. |
| **Б** | Они забывают учитывать площадь объекта. |
| **В** | Они забывают учитывать этаж объекта. |

**Вопрос 2.** *Выбор одного ответа*

К какому общему выводу приводит анализ недвижимости как инструмента длительных инвестиций?

| № | Варианты ответов |
|---|---|
| **А** | Она перестала быть эффективным инструментом длительных инвестиций — правильная стратегия сегодня короче. |
| **Б** | Она остаётся лучшим долгосрочным инструментом при любых условиях. |
| **В** | Сдача в аренду всегда выгоднее продажи. |

## 10. ОРГАНИЗАЦИОННО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ

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

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

Обучающимся предоставляется доступ (удаленный доступ) к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам, электронной библиотеке, состав которых определяется настоящей программой.

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

Форма итоговой аттестации по дополнительной профессиональной программе повышения квалификации - зачет по результатам выполнения итогового практического задания «Аналитика локации».

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.

## 11. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ

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

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

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

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

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

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

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

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

сертификат соответствия № СДС.ФР.СМ.00970.24: система менеджмента информационной безопасности ООО «Ричмедиа» соответствует требованиям ISO/IEC

27001:2022; дата регистрации 8 июля 2024 г., срок действия до 8 июля 2027 г. (орган по сертификации — ООО «Федеральный Регистр»).

Платформа https://www.ispring.ru/ispring-learn позволяет:

11.3.1. размещать обучающие материалы и задания;

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

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

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

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

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

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

## 12. ИНФОРМАЦИОННЫЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ

**Список литературы:**

1. Смирнов С.А. Бетонные мозги: Как эволюция обманывает нас в мире недвижимости. Почему мы принимаем иррациональные решения и как сэкономить миллионы / ред. Тугарина Л.И. – Москва, 2025. – 160 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.consultant.ru/, свободный.

iSpring LMS [Электронный ресурс]: платформа для электронного обучения. – Режим доступа: https://realtutor.ispringlearn.ru/ (вход также доступен с официального сайта https://realtutor.ru/), по логину и паролю.