

Автономная некоммерческая организация  
дополнительного профессионального образования  
«Институт бизнеса и информационных технологий»



УТВЕРЖДАЮ

Директор  
О.В. Обухов  
\_\_\_\_\_ 2024 г.

**ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ПРОГРАММА  
ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ  
«Торговля на электронных торговых площадках»**

Разработчики программы:

Летов Е.И. – ВКС, основатель и директор компании «ПромоЭксперт», практикующий специалист в SEO продвижении.

Екатеринбург  
2024

## 1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

### Актуальность программы

Программа «Торговля на электронных торговых площадках» предусматривает приобретение новых компетенций и практических навыков для профессиональной деятельности, направленных на размещение и продвижение товаров на популярных маркетплейсах. Обучение по программе «Торговля на электронных торговых площадках» позволит слушателям получить системные знания по составлению и анализу текстов карточек товаров, обработку изображений.

### Цель и задачи программы:

Программа направлена на получение знаний и умений об особенностях продвижения товаров на маркетплейсах. Приобретение умений и практических навыков в области написания эффективных текстов для товаров и продвижения.

### Нормативно-правовые акты, в соответствии с которыми разработана программа:

Образовательная дополнительная профессиональная программа повышения квалификации «Менеджер маркетплейсов» составлена на основании требований Федерального закона «Об образовании в Российской Федерации» от 29.12.2012г. № 273-ФЗ, Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным профессиональным программам утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 01.07.2013г. № 499 и преемственности по отношению к государственным образовательным стандартам высшего профессионального образования 38.03.02 «Менеджмент», а также с учетом профессионального стандарта «Специалист по информационным ресурсам», утвержденного приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 8 сентября 2014 г. № 629н (уровень квалификации – 5).

**Категория обучающихся**, на обучение которых рассчитана программа: действующие субъекты малого и среднего предпринимательства Свердловской области.

**Базовый уровень образования обучающихся:** среднее профессиональное, высшее.

**Нормативный срок освоения программы** – 32 часа.

**Длительность обучения** – 2 неделя.

**Режим обучения** – 32 академических часов в неделю.

**Форма обучения** – без отрыва от работы.

**Количество обучающихся** от 10-200 человек.

**Форма организации образовательного процесса** - групповая

**Технология освоения** – он-лайн

## 2. УЧЕБНО-ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

№ п/п	Наименование разделов, дисциплин	Всего, час.	В том числе:			Форма контроля (экзамен, зачет)
			Теорет. занятия	Практ. занятия	Самост. работа	
1	2	3	4	5	6	7
1	Wildberries	12	12	0	0	-
1.1	Введение в маркетплейсы	2	2	0	0	
1.2	Маркетплейс Валдберис	2	2	0	0	
1.3	Схемы работы на	2	2	0	0	



	Валдберис					
1.4	Товары	2	2	0	0	
1.5	Личный кабинет селлера ВБ	2	2	0	0	
1.6	Карточка товара	2	2	0	0	
2	Ozon	8	8	0	0	
2.1	Маркетплейс Ozon	2	2	0	0	-
2.2	Рейтинг продавца. Отзывы	2	2	0	0	
2.3	Карточка товара	2	2	0	0	
2.4	Работа с таблицами	2	2	0	0	
3	Маркировка товара на Wildberries и Ozon. Расчет розничной цены на товар	4	2	2	0	-
4	Формирование поставок. Продвижение на Wildberries	4	2	2	0	-
5	Итоговая аттестация	4	0	0	4	
5	ВСЕГО:	32	24	4	4	

### 3. РАБОЧИЕ УЧЕБНЫЕ ПРОГРАММЫ РАЗДЕЛОВ

#### 3.1. Рабочая учебная программа раздела Wildberries

**Цель изучения раздела:** обеспечение глубоких знаний обучающихся в области использования методов обработки текстовой и графической информации, основ потребительского поведения, основ коммуникаций в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", использования полученных знания в практической работе.

**Результаты освоения:**

Освоивший раздел обучающийся

**Знает:**

- Методы обработки текстовой и графической информации
- Основы рекламы
- Основы маркетинга
- Особенности функционирования современных систем контекстно-медийной реклам
- Основы потребительского поведения
- Основные поведенческие факторы
- Основы коммуникаций в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

**Умеет:**

- Проводить анализ торговых предложений конкурентов
- Создавать портрет потребителя
- Формулировать конкурентные преимущества продукта или услуги

#### Учебно-тематический план раздела

Наименование раздела, тем	Всего, час.	В том числе:			Форма контроля
		Лекции	Практические занятия (семинары, лабораторные занятия)	Самостоятельная работа	

Wildberries	12	12	0	0	Не предусмотрена
Введение в маркетплейсы	2	2	0	0	
Маркетплейс Валдберис	2	2	0	0	
Схемы работы на Валдберис	2	2	0	0	
Товары	2	2	0	0	
Личный кабинет селлера ВВ	2	2	0	0	
Карточка товара	2	2	0	0	

### Содержание раздела

Наименование разделов и тем	Содержание (по темам), а также тематика практических занятий (семинаров, лабораторных занятий), самостоятельной работы, описание применяемых образовательных технологий и рекомендуемых методических материалов, Интернет-ресурсов, содержание контрольных материалов
Wildberries	Введение в маркетплейсы. Маркетплейс Валдберис. Схемы работы на Валдберис. Товары. Личный кабинет селлера ВВ. Карточка товара.
<b>В том числе:</b>	
Практические занятия	Разбор текстов по урокам дисциплины и анализ ошибок
Самостоятельная работа	Составление карточки товара
Применяемые образовательные технологии	Дискуссии, кейсы, упражнения, индивидуальная работа
Рекомендуемые методические материалы, Интернет-ресурсы	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Кот Д. PRO копирайтинг. Как продать кота Питер, 2022г.</li> <li>2. Максим Ильяхов Пиши, сокращай. Как создавать сильный текст, Альпина Паблишер, 2018</li> <li>3. Денис Каплунов, Нейрокопирайтинг. 100 приемов влияния с помощью текста, Издательство Э, 2021</li> <li>4. Дмитрий Кот, Продающие тексты. Модель для сборки. Копирайтинг для всех, Питер СПб, 2019</li> <li>5. Тимур Асланов, Копирайтинг. Простые рецепты продающих текстов, Питер СПб, 2018</li> <li>6. Хироси Микитани. Маркетплейс 3.0. Новый взгляд на торговлю в интернете от основателя Rakuten – одного из крупнейших интернет-магазинов в мире. Манн, Иванов и Фербер. 2014</li> </ol>

### 3.2 Рабочая учебная программа раздела

#### «Ozon»

**Цель изучения раздела:** обеспечение глубоких знаний обучающихся в области использования методов обработки текстовой и графической информации, основ потребительского поведения,



основ коммуникаций в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", использования полученных знания в практической работе.

**Результаты освоения:**

Освоивший раздел обучающийся

**Знает:**

- Методы обработки текстовой и графической информации
- Основы рекламы
- Основы маркетинга
- Особенности функционирования современных систем контекстно-медийной реклам
- Основы потребительского поведения
- Основные поведенческие факторы
- Основы коммуникаций в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

**Умеет:**

- Проводить анализ торговых предложений конкурентов
- Создавать портрет потребителя
- Формулировать конкурентные преимущества продукта или услуги

**Учебно-тематический план раздела**

Наименование разделов и тем	Всего, час.	В том числе:			Форма контроля
		Лекции и	Практические занятия (семинары, лабораторные занятия)	Самостоятельная работа	
Ozon	8	8	0	0	Не предусмотрена
Маркетплейс Ozon	2	2	0	0	
Рейтинг продавца. Отзывы	2	2	0	0	
Карточка товара	2	2	0	0	
Работа с таблицами	2	2	0	0	

**Содержание раздела**

Наименование разделов и тем	Содержание (по темам), а также тематика практических занятий (семинаров, лабораторных занятий), самостоятельной работы, описание применяемых образовательных технологий и рекомендуемых методических материалов, Интернет-ресурсов, содержание контрольных материалов
Ozon	Маркетплейс Ozon. Рейтинг продавца. Отзывы. Карточка товара. Работа с таблицами
<b>В том числе:</b>	
Практические занятия	Разбор по урокам дисциплины, анализ, исправление ошибок
Самостоятельная работа	Составление и анализ карточки товара.
Применяемые образовательные технологии	Дискуссии, кейсы, упражнения, индивидуальная работа
Рекомендуемые методические материалы, Интернет-ресурсы	1. Кот Д. PRO копирайтинг. Как продать кота Питер, 2022г. 2. Максим Ильяхов Пиши, сокращай. Как создавать сильный текст, Альпина Паблицер, 2018

	<p>3. Денис Каплунов, Нейрокопирайтинг. 100 приемов влияния с помощью текста, Издательство Э, 2021</p> <p>4. Дмитрий Кот, Продающие тексты. Модель для сборки. Копирайтинг для всех, Питер СПб, 2019</p> <p>5. Тимур Асланов, Копирайтинг. Простые рецепты продающих текстов, Питер СПб, 2018</p> <p>6. Хироси Микитани. Маркетплейс 3.0. Новый взгляд на торговлю в интернете от основателя Rakuten – одного из крупнейших интернет-магазинов в мире. Манн, Иванов и Фербер. 2014</p>
--	--

### 3.3 Рабочая учебная программа раздела

#### «Маркировка товара на Wildberries и Озон. Расчет розничной цены на товар»

**Цель изучения раздела:** обеспечение глубоких знаний обучающихся в области использования методов обработки текстовой и графической информации, основ потребительского поведения, основ коммуникаций в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", использования полученных знания в практической работе.

#### Результаты освоения:

Освоивший раздел обучающийся

##### Знает:

- Методы обработки текстовой и графической информации
- Основы рекламы
- Основы маркетинга
- Особенности функционирования современных систем контекстно-медийной рекламы
- Основы потребительского поведения
- Основные поведенческие факторы
- Основы коммуникаций в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

##### Умеет:

- Проводить анализ торговых предложений конкурентов
- Создавать портрет потребителя
- Формулировать конкурентные преимущества продукта или услуги

### Учебно-тематический план раздела

Наименование разделов и тем	Всего, час.	В том числе:			Форма контроля
		Лекции и	Практические занятия (семинары, лабораторные занятия)	Самостоятельная работа	
Маркировка товара на Wildberries и Озон. Расчет розничной цены на товар	4	2	2	0	Не предусмотрена

#### Содержание раздела

Наименование разделов и тем	Содержание (по темам), а также тематика практических занятий (семинаров, лабораторных занятий), самостоятельной работы, описание применяемых образовательных технологий и рекомендуемых методических материалов, Интернет-ресурсов,
-----------------------------	---



	содержание контрольных материалов
Маркировка товара на Wildberries и Ozon. Расчет розничной цены на товар	Клиентский сервис. Диалог с клиентом. Отработка возражений. Ценность продукта, стратегия продукта на маркетплейсах.
<b>В том числе:</b>	
Практические занятия	Разбор по урокам дисциплины, анализ, исправление ошибок
Самостоятельная работа	Анализ карточки товара и комментариев.
Применяемые образовательные технологии	Дискуссии, кейсы, упражнения, индивидуальная работа
Рекомендуемые методические материалы, Интернет-ресурсы	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Кот Д. PRO копирайтинг. Как продать кота Питер, 2022г.</li> <li>2. Максим Ильяхов Пиши, сокращай. Как создавать сильный текст, Альпина Паблишер, 2018</li> <li>3. Денис Каплунов, Нейрокопирайтинг. 100 приемов влияния с помощью текста, Издательство Э, 2021</li> <li>4. Дмитрий Кот, Продающие тексты. Модель для сборки. Копирайтинг для всех, Питер СПб, 2019</li> <li>5. Тимур Асланов, Копирайтинг. Простые рецепты продающих текстов, Питер СПб, 2018</li> <li>6. Хироси Микитани. Маркетплейс 3.0. Новый взгляд на торговлю в интернете от основателя Rakuten – одного из крупнейших интернет-магазинов в мире. Манн, Иванов и Фербер. 2014</li> </ol>

### 3.4 Рабочая учебная программа раздела

#### «Формирование поставок. Продвижение на Wildberries»

**Цель изучения раздела:** обеспечение глубоких знаний обучающихся в области использования методов обработки текстовой и графической информации, основ потребительского поведения, основ коммуникаций в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", использования полученных знания в практической работе.

**Результаты освоения:**

Освоивший раздел обучающийся

**Знает:**

- Методы обработки текстовой и графической информации
- Основы рекламы
- Основы маркетинга
- Особенности функционирования современных систем контекстно-медийной реклам
- Основы потребительского поведения
- Основные поведенческие факторы
- Основы коммуникаций в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

**Умеет:**

- Проводить анализ торговых предложений конкурентов
- Создавать портрет потребителя
- Формулировать конкурентные преимущества продукта или услуги

### Учебно-тематический план раздела

Наименование разделов и тем	Всего, час.	В том числе:			Форма контроля
		Лекции и	Практические занятия (семинары, лабораторные занятия)	Самостоятельная работа	
Формирование поставок. Продвижение на Wildberries	4	2	2	0	Не предусмотрена

#### Содержание раздела

Наименование разделов и тем	Содержание (по темам), а также тематика практических занятий (семинаров, лабораторных занятий), самостоятельной работы, описание применяемых образовательных технологий и рекомендуемых методических материалов, Интернет-ресурсов, содержание контрольных материалов
Формирование поставок. Продвижение на Wildberries	Построение кадра, свет, качество съемки. Понятие flatlay и композиции предметов в кадре.
<b>В том числе:</b>	
Практические занятия	Разбор по урокам дисциплины, анализ, исправление ошибок
Самостоятельная работа	-
Применяемые образовательные технологии	Дискуссии, кейсы, упражнения, индивидуальная работа
Рекомендуемые методические материалы, Интернет-ресурсы	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Кот Д. PRO копирайтинг. Как продать кота Питер, 2022г.</li> <li>2. Максим Ильяхов Пиши, сокращай. Как создавать сильный текст, Альпина Паблишер, 2018</li> <li>3. Денис Каплунов, Нейрокопирайтинг. 100 приемов влияния с помощью текста, Издательство Э, 2021</li> <li>4. Дмитрий Кот, Продающие тексты. Модель для сборки. Копирайтинг для всех, Питер СПб, 2019</li> <li>5. Тимур Асланов, Копирайтинг. Простые рецепты продающих текстов, Питер СПб, 2018</li> <li>6. Хироси Микитани. Маркетплейс 3.0. Новый взгляд на торговлю в интернете от основателя Rakuten – одного из крупнейших интернет-магазинов в мире. Манн, Иванов и Фербер. 2014</li> </ol>

#### 4. СИСТЕМА ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ

Оценка результатов освоения программы обучающимися включает текущий контроль по темам (выполнение устных заданий, выполнение домашних заданий) и итоговую аттестацию в форме зачета

1. Итоговая аттестация организуется и проводится с целью проверки качества знаний и умений учащихся в соответствии с требованиями программы. К итоговой аттестации допускаются обучающиеся, освоившие полный курс обучения.

2. Форма проведения итоговой аттестации: тест.



Количество обучающихся присутствующих на зачете не более 200 человек. Оценивание результатов сдачи зачета осуществляется преподавателем, проводившим обучение. Допускается однократная пересдача зачета.

Результаты итоговой аттестации оцениваются отметками: зачёт либо незачёт и оформляются протоколом.

Оценка «зачет»-«незачет» выставляется по следующим критериям:

#### **«ЗАЧТЕНО»**

Оценка «Зачтено» выставляется слушателю, если он твердо знает материал курса, грамотно и по существу использует его, не допуская существенных неточностей в ответе на тестовые вопросы, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения. Не менее 70% правильных ответов при решении тестов

#### **«НЕ ЗАЧТЕНО»**

Оценка «Не зачтено» выставляется слушателю, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями решает практические вопросы или не справляется с ними самостоятельно. Менее 70% правильных ответов при решении тестов.

Лицам, успешно освоившим образовательную программу и прошедшим итоговую аттестацию выдается удостоверение, установленного в организации образца.

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

## **5. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ**

### **8.1. Перечень нормативно-правовых документов**

Программа разработана в соответствии с положениями, статьями и пунктами:

- Федеральный закон от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;
- Приказ Минобрнауки России от 1 июля 2013 г. № 499 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным профессиональным программам»;
- Приказ Минобрнауки России от 22.12.2014 № 1601 «О продолжительности рабочего времени (нормах часов педагогической работы за ставку заработной платы) педагогических работников и о порядке определения учебной нагрузки педагогических работников, оговариваемой в трудовом договоре»;
- Приказ Минобрнауки России от 11.05.2016 № 536 «Об утверждении Особенности режима рабочего времени и времени отдыха педагогических и иных работников организаций, осуществляющих образовательную деятельность»;
- Постановление Правительства РФ от 18 сентября 2020 г. N 1490 "О лицензировании образовательной деятельности"