

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА И
ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»

Алтайский филиал

Кафедра экономики и финансов

Директор филиала

И.А. Панарин

«27» января 2023 года

Утверждена Ученым советом
Алтайского филиала РАНХиГС

Протокол № 5

от «26» января 2023 года

**ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ПРОГРАММА
повышения квалификации**

«Основы работы с маркетплейсами»

Барнаул, 2023

Разработчик
канд. экон. наук, доцент
кафедры экономики и
финансов


(подпись)

Д.В. Рожкова

Руководитель программы
канд. экон. наук, доцент
кафедры экономики и
финансов


(подпись)

Д.В. Рожкова

Руководитель структурного
подразделения
Заведующий кафедрой
экономики и финансов,
к.э.н., доцент



Е.В. Лукина

Дополнительная профессиональная программа рассмотрена и одобрена на заседании ученого совета Алтайского филиала РАНХиГС «26» 01 2023 г., протокол № 5.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Общая характеристика программы	4
1.1. Цель реализации	4
1.2. Нормативная правовая база.....	4
1.3. Планируемые результаты обучения	4
1.4. Категория слушателей	5
1.5. Формы обучения и срок освоения	6
1.6. Период обучения и режим занятий.....	6
1.7. Документ о квалификации.....	6
2. Содержание программы	6
2.1. Календарный учебный график	6
2.2. Учебный план	7
2.3. Содержание программы по модулям и темам	10
3. Организационно-педагогические условия реализации программы	11
3.1. Кадровое обеспечение.....	11
3.2. Материально-техническое и программное обеспечение реализации программы	13
3.3. Учебно-методическое и информационное обеспечение программы	13
4. Оценка качества освоения программы	15

1. Общая характеристика программы

1.1. Цель реализации программы

Цель реализации программы заключается в формировании теоретических знаний и практических навыков работы с маркетплейсами, необходимых как для развития собственного бизнеса на популярных онлайн-площадках, так и для выбора схемы и построения цепочки продаж сторонним «магазинам».

1.2. Нормативная правовая база

Постановление Правительства Российской Федерации от 06.05.2008 № 362 «Об утверждении государственных требований к профессиональной переподготовке и повышению квалификации государственных гражданских служащих Российской Федерации»;

Приказ Минобрнауки России от 01.07.2013 №499 «Об утверждении порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным профессиональным программам»;

Профессиональный стандарт: 08.035 «Маркетолог», утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 04 июня 2018 года N 366н (далее – ПС 366н);

Профессиональный стандарт: 06.043 «Специалист по интернет-маркетингу», утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 19 февраля 2019 года N 95н (далее – ПС 95н);

Устав федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации»;

Приказ ректора РАНХиГС от 13.08.2021 г. № 02-835 «Об утверждении положения о порядке разработки и утверждения в РАНХиГС дополнительных профессиональных программ - программ профессиональной переподготовки, программ повышения квалификации».

1.3. Планируемые результаты обучения

Выпускник по программе в соответствии с задачами профессиональной деятельности и целями программы должен обладать следующими основными профессиональными компетенциями (ПК) (таблица 1).

Планируемые результаты обучения¹

Виды деятельности	Общепрофессиональные / профессиональные компетенции ОПК, ПК или трудовые функции (ПСК и СК) (формируются и (или) совершенствуются)	Знания	Умения	Практический опыт
В. Разработка и реализация маркетинговых программ с использованием инструментов комплекса маркетинга	В/03.7 Разработка, внедрение и совершенствование системы распределения (дистрибуции) и сбытовой политики в организации	Знает подходы к формированию сбытовой политики организации, законодательство Российской Федерации и международное право в области маркетинговой деятельности, стандарты и этические принципы, регулирующие сбытовую деятельность организации	Умеет работать с информацией и базами данных по системе распределения, создавать каналы распределения (дистрибуции) в организации, проводить оценку сбытовой политики организации, управлять продажами товаров и услуг	Владеет навыками разработки сбытовой политики организации и комплексной системы распределения (дистрибуции) в организации
Н. Проведение исследований в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	Н/03.6 Исследование спроса в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	Знает алгоритмы формирования потребительского спроса	Умеет применять инструменты анализа для определения тенденций изменения спроса	Владеет навыками анализа тенденции изменения спроса
I. Разработка стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	I/01.6 Подбор каналов и формирование системы показателей эффективности продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	Знает основы предпринимательской деятельности	Умеет обосновывать выбор каналов продвижения с точки зрения общей эффективности работы организации на рынке	Владеет навыками подбора каналов продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

1.4. Категория слушателей

К освоению программы допускаются лица, имеющие высшее образование (бакалавриат, специалитет, магистратура), среднее профессиональное образование, получающие высшее или среднее профессиональное образование.

Категория слушателей – предприниматели, самозанятые лица, маркетологи и другие специалисты, занимающиеся или планирующие заниматься вопросами продвижения товара/бренда на маркетплейсах.

При реализации программы в очном формате и (или) с использованием дистанционных образовательных технологий предельная численность лекционной группы, практической (семинарской) группы составляет 100 человек.

¹Профессиональный стандарт: 08.035 «Маркетолог», утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 4 июня 2018 года N 366н (далее – ПС 366н);

Профессиональный стандарт: 06.043 «Специалист по интернет-маркетингу», утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 19 февраля 2019 года N 95н (далее – ПС 95н);

1.5. Формы обучения и сроки освоения

Очная форма обучения с использованием дистанционных образовательных технологий, без отрыва от основной трудовой деятельности. Срок освоения программы – 52 академических часа, в том числе 24 часа занятий лекционного и практического типа и 28 часов самостоятельной работы (электронное обучение), в том числе подготовка к итоговому тестированию 1 час, итоговое тестирование 1 час.

1.6. Период обучения и режим занятий

Количество дней обучения: 11

Время проведения занятий: с 8.00 до 12.50.

1.7. Документ о квалификации

Удостоверение Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации о повышении квалификации.

2. Содержание программы

2.1. Календарный учебный график

Указываются периоды учебных занятий, практик (стажировок), текущего контроля успеваемости, промежуточной и итоговой аттестации, а также периоды каникул (таблица 2).

Календарный учебный график заполняется с помощью условных обозначений:

УЗ ДОТ – учебные занятия с применением дистанционных образовательных технологий;

ТКУ ДОТ – текущий контроль успеваемости с применением дистанционных образовательных технологий;

ПА ДОТ – промежуточная аттестация с применением дистанционных образовательных технологий.

Одна ячейка может содержать несколько обозначений (УЗ/ТКУ и т.д.). Перечень условных обозначений может быть дополнен разработчиком ДПП.

Календарный учебный график

Таблица 2

Период обучения (дни)					
1 день	2 день	3 день	4 день	5 день	6 день
УЗ ДОТ / ТКУ ДОТ	УЗ ДОТ / ТКУ ДОТ	УЗ ДОТ / ТКУ ДОТ	УЗ ДОТ/ ТКУ ДОТ	УЗ ДОТ/ ТКУ ДОТ	Выходной
7 день	8 день	9 день	10 день	11 день	
Выходной	УЗ ДОТ / ТКУ ДОТ	УЗ ДОТ / ТКУ ДОТ	УЗ ДОТ / ТКУ ДОТ	ПА ДОТ (тестирование)	

2.2. Учебный план

Таблица 3

№п/п	Наименование (модуля/раздела/дисциплины/темы), практики (стажировки) ²	Общая трудоемкость, час.	Контактная работа, час.					Самостоятельная работа, час	Контактная работа (с применением дистанционных образовательных технологий, электронного обучения), час.					Самостоятельная работа, час	Текущий контроль успеваемости ²	Промежуточная аттестация (форма/час)	Итоговая аттестация (вид /час.) ³	Код компетенции
			Всего	В том числе					Всего	В том числе								
				Лекции / в интерактивной форме	Лабораторные занятия (практикум) /в интерактивной форме	Практические (семинарские) занятия /в интерактивной форме	Контактная самостоятельная работа, час			Лекции/ в интерактивной форме	Лабораторные занятия (практикум) /в интерактивной форме	Практические (семинарские) занятия /в интерактивной форме	Контактная самостоятельная работа, час					
1.	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	16	17	18	19	20
1.	Модуль 1. Подготовка к работе с маркетплейсами	3	-	-	-	-	-	-	3	1	-	1	1	-	-	-	-	-
1.1	Выбор организационно-правовой формы для работы на маркет-плейсах. Базовые финансовые показатели для оценки эффективности работы на маркетплейсах.	3	-	-	-	-	-	-	3	1	-	1	1	-	ТЗ	-	-	I/01.6
2	Модуль 2. Работа с онлайн-площадкой «Wildberries»	14	-	-	-	-	-	-	14	3	-	6	5	-	-	-	-	-
2.1	Подготовка к работе на базе площадки «Wildberries»: регистрация на маркетплейсе, анализ товара и ниши.	4	-	-	-	-	-	-	4	1	-	2	1	-	ТЗ	-	-	В/03.7 Н/03.6 I/01.6
2.2	Unit-экономика товара. Карточка товара. Работа с тестовым кабинетом. Поставка товара.	5	-	-	-	-	-	-	5	1	-	2	2	-	ТЗ	-	-	В/03.7 Н/03.6 I/01.6

²Виды текущего контроля успеваемости (ТКУ): ТЗ – выполнение типового задания.

³Виды итоговой аттестации: Т (Д) – тестирование с применением дистанционных образовательных технологий.

1.	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	16	17	18	19	20
2.3	Продвижение и аналитика продаж товара на «Wildberries». Особенности отчетности, взаиморасчеты и ежедневные задачи в работе.	5	-	-	-	-	-	-	5	1	-	2	2	-	T3	-	-	B/03.7 H/03.6 I/01.6
3.	Модуль 3. Работа с онлайн-площадкой «Ozon»	11	-	-	-	-	-	-	11	4	-	4	3	-	-	-	-	-
3.1	Как начать продавать на «Ozon»: регистрация на маркетплейсе, экономика маркетплейса, информационная безопасность.	2	-	-	-	-	-	-	2	1	-	1	-	-	T3	-	-	B/03.7 H/03.6 I/01.6
3.2	Карточка товара. Объединение карточек товара. Схемы продаж с разных типов складов.	6	-	-	-	-	-	-	6	2	-	2	2	-	T3	-	-	B/03.7 H/03.6 I/01.6
3.3	Продвижение и аналитика продаж товара на «Ozon». Особенности отчетности, взаиморасчеты и ежедневные задачи в работе.	3	-	-	-	-	-	-	3	1	-	1	1	-	T3	-	-	B/03.7 H/03.6 I/01.6
4.	Модуль 4. Работа с онлайн-площадкой «Яндекс маркет»	6	-	-	-	-	-	-	6	2	-	3	1	-	-	-	-	-
4.1	Подготовка к работе на базе площадки «Яндекс маркет»: регистрация на маркетплейсе, выбор модели работы.	2	-	-	-	-	-	-	2	1	-	1	-	-	T3	-	-	B/03.7 H/03.6 I/01.6
4.2	Каталог товаров: как создать и заполнить. Логистика, маркировка и упаковка товара.	2	-	-	-	-	-	-	2	-	-	1	1	-	T3	-	-	B/03.7 H/03.6 I/01.6

1.	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	16	17	18	19	20
4.3	Продвижение и аналитика продаж товара на «Яндекс маркете». Особенности отчетности.	2	-	-	-	-	-	-	2	1	-	1	-	-	ТЗ	-	-	В/03.7 Н/03.6 I/01.6
4.4	Модуль 5. Финансовые системы, финансовый менеджмент и анализ деятельности предприятия	16	-	-	-	-	-	-	16	-	-	-	16	-	-	-	-	I/01.6
	Итого:	50	-	-	-	-	-	-	50	10	-	14	26	-	-	-	-	-
	Итоговая аттестация	2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	Т(Д) / 1	-
	Всего:	52	-	-	-	-	-	-	50	10	-	14	27	-	-	-	1	-

2.3. Содержание программы по модулям/разделам/дисциплинам/и (или) темам

Таблица 4

Номер модуля/раздела/дисциплины/ темы его наименование	Содержание модуля/раздела/дисциплины/ темы
Модуль 1. Подготовка к работе с маркетплейсами	
Тема 1. Выбор организационно-правовой формы для работы на маркет-плейсах. Базовые финансовые показатели для оценки эффективности работы на маркетплейсах.	Особенности регистрации ООО и в качестве ИП, самозанятого лица для работы на маркетплейсах. Ключевые финансовые показатели эффективности предпринимательской деятельности: чистая прибыль, маржинальная прибыль, рентабельность, точка безубыточности.
Модуль 2. Работа с онлайн-площадкой «Wildberries»	
Тема 2. Подготовка к работе на базе площадки «Wildberries»: регистрация на маркетплейсе, анализ товара и ниши	Особенности процедуры регистрации на площадке. Способы и инструменты анализа товарной группы и рыночных ниш. Понятие позиционирования.
Тема 3. Unit-экономика товара. Карточка товара. Работа с тестовым кабинетом. Поставка товара.	Понятие unit-экономики. Подготовка и создание карточки товара. Доступ к тестовому кабинету. Особенности логистики на площадке, виды складов.
Тема 4. Продвижение и аналитика продаж товара на «Wildberries». Особенности отчетности, взаиморасчеты и ежедневные задачи в работе.	Рекламное продвижение на площадке. Аналитика продаж и прогнозирование поставок. Обзоры отчетов.
Модуль 3. Работа с онлайн-площадкой «Ozon»	
Тема 5. Как начать продавать на «Ozon»: регистрация на маркетплейсе, экономика маркетплейса,	Процедура регистрации. Работа в личном кабинете. Экономика маркетплейса. Информационная безопасность.
Тема 6. Карточка товара. Объединение карточек товара. Схемы продаж с разных типов складов.	Загрузка товара, создаем продающую карточку. Как и зачем объединять карточки товаров. Схемы продаж: Все о продажах со склада OZON. FBS: продажи с собственного склада. Real FBS: продажи со склада продавца.
Тема 7. Продвижение и аналитика продаж товара на «Ozon». Особенности отчетности, взаиморасчеты и ежедневные задачи в работе.	Выплаты продавцам. Как сэкономить на налогах. Рекламное продвижение на площадке. Аналитика продаж и прогнозирование поставок. Обзоры отчетов.
Модуль 4. Работа с онлайн-площадкой «Яндекс Маркет»	
Тема 8. Подготовка к работе на базе площадки «Яндекс Маркет»: регистрация на маркетплейсе, выбор модели работы.	Процедура регистрации на площадке. Плюсы и минусы площадки. Выбор модели работы на площадке.
Тема 9. Каталог товаров: как создать и заполнить. Логистика, маркировка и упаковка товара.	Создание и заполнение каталога товаров. Настройки логистики. Модерация. Управление заказами. Маркировка и упаковка товара.
Тема 10. Продвижение и аналитика продаж товара на «Яндекс Маркете». Особенности отчетности.	Функции личного кабинета, которые помогают зарабатывать больше. Рекламное продвижение на площадке. Аналитика продаж и прогнозирование поставок. Обзоры отчетов.
Тема 11. Финансовые системы, финансовый менеджмент и анализ деятельности предприятия	Ключевые финансовые показатели для оценки эффективности инвестиционных проектов. Ключевые финансовые показатели для оценки эффективности деятельности организации.

3. Организационно-педагогические условия реализации программы

3.1. Кадровое обеспечение

Квалификация руководящих и научно-педагогических работников организации соответствует квалификационным характеристикам, установленным в Едином квалификационном справочнике должностей руководителей, специалистов и служащих, разделе «Квалификационные характеристики должностей руководителей и специалистов высшего профессионального и дополнительного профессионального образования».

С целью усиления практической ценности образовательной программы в качестве экспертов планируется пригласить специалистов, имеющих опыт практической работы с маркетплейсами.

Сведения о профессорско-преподавательском составе и ведущих специалистах

Таблица 5

Ф.И.О. преподавателя/ ведущего специалиста	Специальность, присвоенная квалификация по диплому	Дополнительная/ые квалификации/и	Место работы, должность, основное/дополнительное место работы	Ученая степень, ученое (почетное) звание	Стаж работы в области профессиональной деятельности/по дополнительной квалификации	Стаж научно-педагогической работы		Наименование преподаваемой дисциплины/темы (модуля), практики/стажировки и (при наличии) по данной программе
						Всего	В том числе по преподаваемой дисциплине (модулю)	
1	2	3	4	5	6	7	8	9
Рожкова Дарья Викторовна	Специальность «Маркетинг», квалификация - маркетолог	<p>2017 г. - Удостоверение № 222402157105 о повышении квалификации по теме «Электронное обучение в ВУЗе»;</p> <p>2018 г. - Удостоверение №600000217302 о повышении квалификации по теме «Основы методов проверки качества материалов онлайн-курсов для преподавателей, отвечающих за подготовку материалов онлайн-курсов»;</p> <p>2020 г. - Диплом о профессиональной переподготовке №642411037580 по программе профессиональной переподготовки «Цифровая экономика»;</p> <p>2020 г. – Удостоверение № Д.8520.0918 о повышении квалификации по программе «Проектное управление как современная образовательная технология и основа разработки проектов в вузах»;</p> <p>2021 г. - Удостоверение № 782400054634 о повышении квалификации по программе «Инновационные и цифровые технологии в образовании».</p>	Алтайский филиал РАНХиГС – основное место работы (штатный); доцент кафедры экономики и финансов	кандидат экономических наук	11	9	9	Модуль I. Подготовка к работе с маркетплейсами

3.2. Материально-техническое и программное обеспечение реализации программы

Для обеспечения учебного процесса по программе «Основы работы с маркетплейсами» филиал располагает учебными аудиториями для проведения занятий *лекционного типа, практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, государственной итоговой аттестации, итоговой аттестации, а также помещениями для самостоятельной работы и помещениями для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования.* Все аудитории оснащены видеопроекционным оборудованием для проведения презентаций, а также средствами звуковоспроизведения; помещения для занятий укомплектованы необходимой мебелью.

Филиал располагает компьютерными классами с комплектом лицензионного программного обеспечения MicrosoftOffice, «Консультант-Плюс»; операционной системой семейства MicrosoftWindows; пакетом офисных программ MicrosoftOffice; справочной правовой системой «Консультант Плюс»; электронным периодическим справочником «Система ГАРАНТ»); электронно-библиотечными системами; автоматизированной информационно-библиотечной системой Алтайского филиала РАНХиГС.

В филиале создана электронная информационно-образовательная среда, обеспечен доступ к системе онлайн обучения «Moodle».

Библиотека располагает рабочими местами для студентов/слушателей, оснащенными компьютерами с доступом к базам данных и сети Интернет: электронный зал для самостоятельной работы, электронный зал для научно-исследовательской работы.

В филиале имеются специальные аудитории, укомплектованные специализированной мебелью и техническими средствами обучения (видеопроекционное оборудование: видеопроектор, экран/телевизор, компьютер с комплектом лицензионного ПО, доступ к сети «Интернет»): лингафонные кабинеты, лаборатория для занятий по криминалистике, учебный зал судебных заседаний, аудитории для групповой работы, для проведения тренингов и т.д.

3.3. Учебно-методическое и информационное обеспечение программы

Организация образовательного процесса регламентируется учебным планом и расписанием учебных занятий. Язык обучения (преподавания) – русский. Для всех видов аудиторных занятий академический час устанавливается продолжительностью 45 минут.

Лекции

Лекционный курс предполагает систематизированное изложение основных вопросов учебного плана. Лекционный курс должен давать наибольший объем информации и обеспечивать более глубокое понимание учебных вопросов при значительно меньшей затрате времени, чем это требуется большинству обучающихся на самостоятельное изучение материала.

Практические занятия

Практические занятия представляют собой детализацию лекционного теоретического материала, проводятся в целях закрепления курса и охватывают все основные разделы.

Основной формой проведения семинаров и практических занятий является выполнение типовых заданий, которые погружают в практику работы в области таргетированной рекламы. В обязанности преподавателя входят: оказание методической помощи и консультирование обучающихся по соответствующим темам курса.

Обучающимся обеспечен доступ к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам.

Обучающиеся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья обеспечены

печатными и электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

Библиотека Алтайского филиала РАНХиГС имеет профильную библиографическую базу, оборудованный необходимой техникой читальный зал, имеет выход в Интернет.

Рекомендуемые литературные источники

Нормативно-правовые документы

1. Гражданский кодекс РФ, часть 2, глава 30
2. Налоговый кодекс РФ
3. Федеральный закон РФ от 13 марта 2006 г. N 38-ФЗ «О рекламе»
4. Федеральный закон РФ от 26 июля 2006 г. N 135-ФЗ «О защите конкуренции»
5. Федеральный закон РФ от 27.07.2006 N 152-ФЗ «О персональных данных»
6. Федеральный закон РФ от 7 февраля 1992 г. N 2300-1 «О защите прав потребителей»

Основная литература

1. Гаврилов, Л. П. Электронная коммерция : учебник и практикум для вузов / Л. П. Гаврилов. — 4-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 521 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14897-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489784> (дата обращения: 18.01.2023).
2. Интернет-маркетинг : учебник для вузов / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 301 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04238-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450115> (дата обращения: 18.01.2023).
3. Интернет-маркетинг : учебник для вузов / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 335 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15098-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489043> (дата обращения: 18.01.2023).

Дополнительная литература

1. Информационные технологии в маркетинге : учебник и практикум для вузов / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 367 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-02476-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489042> (дата обращения: 18.01.2023).
2. Карпова, С. В. Маркетинговый анализ. Теория и практика : учебное пособие для вузов / С. В. Карпова, С. В. Мхитарян, В. Н. Русин ; под общей редакцией С. В. Карповой. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 181 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05522-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/472642> (дата обращения: 18.01.2023).
3. Кожевникова, Г. П. Информационные системы и технологии в маркетинге : учебное пособие для вузов / Г. П. Кожевникова, Б. Е. Одинцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 444 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07447-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/469320> (дата обращения: 18.01.2023).
4. Лapidус, Л. В. Цифровая экономика: управление электронным бизнесом и электронной коммерцией : учебник / Л.В. Лapidус. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 479 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/textbook_5ad4a78dae3f27.69090312. - ISBN 978-5-16-013640-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1241988> (дата обращения: 18.01.2023).
5. Цифровой бизнес : учебник / под науч. ред. О.В. Китовой. — Москва : ИНФРА-М, 2019. — 418 с. — (Высшее образование: Магистратура). —

www.dx.doi.org/10.12737/textbook_5a0a8c777462e8.90172645. - ISBN 978-5-16-013017-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/989795> (дата обращения: 18.01.2023).

Интернет ресурсы

1. <http://www.gks.ru> – Федеральная служба государственной статистики.
2. <http://epp.eurostat.ec.europa.eu> - Портал статистики «Евростат»
3. <http://cyberleninka.ru/article>– научная электронная библиотека «Киберленинка»
4. <https://www.marketologi.ru/> - Гильдия Маркетологов
5. <https://pr-cy.ru>– блог для SEO-шников, интернет-маркетологов
6. <https://postium.ru/> - блог для интернет-маркетологов
7. <https://blog.kinetica.su/> - блог для интернет-маркетологов

Справочные системы

1. <http://pravo.gov.ru/> - Официальный портал правовой информации
2. [www.nnir.ru /](http://www.nnir.ru/) - Российская национальная библиотека
3. [www.nns.ru /](http://www.nns.ru/) -Национальная электронная библиотека
4. [www.rsi.ru /](http://www.rsi.ru/) - Российская государственная библиотека
5. <http://www.consultant.ru/> - Консультант плюс
6. <http://www.garant.ru/> - Гарант

4. Оценка качества освоения программы

Текущий контроль успеваемости проводится посредством оценки выполнения слушателями типовых заданий. Типовые задания выполняются на практических занятиях. В конце занятия обучающийся представляет преподавателю отчет, включающий решения индивидуальных заданий.

Типовые задания оцениваются по двухбалльной шкале – зачтено/не зачтено. «Зачтено» выставляется при верном выполнении от 50% всех заданий. «Не зачтено» выставляется при выполнении менее 50% всех заданий.

Материалы текущего контроля успеваемости с применением дистанционных образовательных технологий

Типовые задания по темам модуля 1. Подготовка к работе с маркетплейсами

1. Ознакомьтесь с практическими кейсами по работе с маркетплейсами:

1) Что самозанятым нужно знать о работе на маркетплейсах (<https://journal.tinkoff.ru/news/npd-na-ali/>).

2) Какие риски есть у бизнеса на маркетплейсах? (<https://journal.tinkoff.ru/short/risk-marketplace/>).

3) Продажи на маркетплейсах: ожидания и реальность (<https://journal.tinkoff.ru/marketplace-sales-expectations/>).

4) Что нужно знать о товарных знаках, если перепродаете товар на маркетплейсах (<https://journal.tinkoff.ru/kontrafakt-na-marketpleyce/>).

Систематизируйте проблемы, ошибки и риски, с которыми столкнулись герои кейсов и которые вы должны минимизировать в процессе работы с маркетплейсами?

Типовые задания по темам модуля 2. Работа с онлайн-площадкой «Wildberries»

2. Постройте карту позиционирования на выбранном вами рынке, осуществите поиск свободной ниши или ниши, наименее насыщенной конкурентами на площадке «Wildberries».

3. Произведите анализ выбранной товарной группы, используя методику ABC -

анализа, по представленным в таблице 6 данным. Сделайте вывод.

Таблица 6 – Исходные данные для анализа товарной группы

Наименование товара	Прибыль, руб., 2022 г.	Доля в структуре прибыли, %	Доля нарастающим итогом, %	Категория
Кукла «Мария»	56000			
Кукла «Карапуз»	56000			
Конструктор «Автомагистраль»	4500			
Конструктор «Полицейский участок»	20000			
Модель «Скорая помощь»	5000			
Модель «Полицейская машина»	12000			
Модель «МЧС»	41000			
Модель «Гоночный автомобиль»	78000			
Дом для кукол «Наш дом»	2500			
ОБЩИЙ ИТОГ	275000	-	-	

4. Создайте личный кабинет на платформе «Wildberries». Создайте и заполните карточку выбранного вами товара. Разработайте бизнес-план своего бизнеса на площадке.

Типовые задания по темам модуля 3. Работа с онлайн-площадкой «Ozon»

5. Постройте карту позиционирования на выбранном вами рынке, осуществите поиск свободной ниши или ниши, наименее насыщенной конкурентами на площадке «Ozon».

6. Создайте личный кабинет на платформе «Ozon». Создайте и заполните карточку выбранного вами товара. Разработайте бизнес-план своего бизнеса на площадке.

Типовые задания по темам модуля 4. Работа с онлайн-площадкой «Яндекс Маркет»

7. Постройте карту позиционирования на выбранном вами рынке, осуществите поиск свободной ниши или ниши, наименее насыщенной конкурентами на площадке «Яндекс Маркет».

8. Создайте личный кабинет на платформе «Яндекс Маркет». Создайте и заполните карточку выбранного вами товара. Разработайте бизнес-план своего бизнеса на площадке.

По итогам обучения по дополнительной профессиональной программе повышения квалификации проводится итоговый контроль знаний слушателей – тестирование с применением дистанционных образовательных технологий.

Материалы для подготовки к итоговой аттестации в форме тестирования

1. Что нельзя продавать на маркетплейсах?

- a) Алкоголь
- b) Продукты питания
- c) Лекарства

2. Выход на маркетплейс начинается с аналитики. Вы хотите продавать черные худи и видите, что выручка в категории есть у половины продавцов. Что это значит?

- a) Эта ниша уже занята
- b) Категория перспективна, в ней есть спрос и деньги

3. Что подразумевается под выражением «маркетплейс пессимизирует продавца»?

- a) Это означает, что платформа блокирует продавца

b) Это означает, что платформа понижает позицию продавца в выдаче поисковой системы на запросы покупателя

4. Вы хотите продавать черные худи и видите, что у продавцов черных худи на площадке есть упущенная выгода. Что это значит?

a) Черные худи не популярны, вместо них покупают другие вещи

b) Спрос на товар такой высокий, что продавцы не успевают его вовремя привозить на склад

5. Какой документ вам будет нужен, чтобы продавать товары чужого бренда?

a) Отказное письмо

b) Разрешение на продажу под чужим брендом

c) Декларация о соответствии

6. Вы решили продавать на Wildberries женскую одежду и считаете юнит-экономику. Что это значит?

a) Рассчитываю прибыль с продажи одной единицы товара

b) Рассчитываю, во сколько мне обойдется доставка единицы товара со склада покупателя

c) Рассчитываю, во сколько мне обойдется производство единицы товара

7. Вы продаете со склада маркетплейса, и товар внезапно закончился. Что будет дальше?

a) Маркетплейс оштрафует вас за пустую карточку, если она провисит больше суток

b) Карточка упадет вниз в поисковой выдаче

c) На три дня карточку спрячут, даже если товар появляется на складе

d) Ничего из вышеперечисленного

8. Покупатель добавил товар в корзину ваш товар и не купил

a) Теперь маркетплейс догонит его скидкой, и шансы на продажу увеличатся

b) Маркетплейс сочтет, что ваш товар неинтересен покупателю, и шансы на продажу понизятся

9. Каким образом возможно рекламировать товары маркетплейсов?

a) Только внутри, т.е. на площадке маркетплейсов

b) Только снаружи, т.е. за пределами площадки

c) Внутри (на площадке маркетплейсов) и снаружи (за пределами площадки)

10. Какие минусы есть у продвижения товара за пределами маркетплейса?

a) Если «рекламировать» товары только снаружи, маркетплейс пессимизирует вас в выдаче

b) Потенциальный покупатель может уйти с вашей карточки к конкурентам, а вы еще и заплатите за это

c) Такая реклама не окупается в половине случаев

11. Какую из этих фраз можно использовать в названии карточки?

a) Наволочка белая из натурального шелка

b) Наволочка белая

c) Наволочка для подушки «Елисейские поля»

12. Что означает показатель CTR?

a) Количество просмотров карточки

b) Отношение количества совершенных покупок к числу показов

c) Отношение числа кликов к числу показов

13. Что означает показатель BTSR?

a) Соотношение покупателей и продавцов на площадке

b) Соотношение активных и неактивных покупателей на площадке

14. Что демонстрирует показатель LTD?

a) Величину денежных средств, полученных от пользователя за конкретный период времени

б) Величину денежных средств, полученных от пользователя за конкретный период времени за вычетом административных и операционных расходов

15. Что демонстрирует показатель САС?

а) Отношение общей стоимости привлечения пользователей к числу новых пользователей

б) Отношение общей выручки к числу новых пользователей

При оценке результатов выполнения тестирования следует использовать шкалу критериев оценки, по которой устанавливается уровень знаний путем подсчета процента правильных ответов:

Таблица 7

Шкала оценки слушателя на итоговом тестировании по программе
«Основы работы с маркетплейсами»

Баллы (рейтинговой оценки), %	Оценка
50-100	зачтено
0-49	не зачтено

Получение итоговой оценки «зачтено» свидетельствует об успешном освоении программы «Основы работы с маркетплейсами».