

**ЧАСТНОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ  
«САРАТОВСКИЙ КОЛЛЕДЖ ИННОВАЦИОННЫХ ПРОФЕССИЙ»**

**УТВЕРЖДАЮ**

Директор ЧПОУ «Саратовский  
колледж инновационных профессий»

\_\_\_\_\_ В.В. Степанова  
регистрационный номер \_\_\_\_\_

**ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ПРОГРАММА-  
ПРОГРАММА ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ**

**МЕНЕДЖЕР МАРКЕТПЛЕЙСА**

## **Дополнительная профессиональная программа-программа повышения квалификации Менеджер маркетплейса.**

Составлено и разработано на основе профессионального стандарта Специалист по интернет-маркетингу (утвержден приказом Минтруда России от 19 февраля 2019 г. № 95н).

### **1. Цели реализации программы**

Дополнительная профессиональная программа повышения квалификации направлена на совершенствование и (или) получение новой компетенции, необходимой для профессиональной деятельности, и (или) повышение профессионального уровня в рамках имеющейся квалификации в области продвижения товара посредством современных и востребованных интернет-платформах-маркетплейсах.

### **2. Требования к результатам обучения. Планируемые результаты обучения**

#### **2.1. Характеристика нового вида профессиональной деятельности, трудовых функций и (или) уровней квалификации**

Дополнительная профессиональная программа повышения квалификации направлена на совершенствование и (или) формирование у слушателей новой компетенции «Менеджер маркетплейса».

<b>№ п/п</b>	<b>Содержание совершенствуемой или вновь формируемой компетенции (профессии)</b>
1	Проведение подготовительных работ для поискового продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»
2	Подбор каналов продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»
3	Анализ поведения пользователей при поиске необходимой информации в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»
4	Осуществление деятельности в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», увеличивающей количество пользователей в интернет-сообществе
5	Разработка показателей эффективности продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и Согласование показателей эффективности и стратегии продвижения с заказчиком
6	Формирование бюджета на продвижение в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»
7	контроль реализации стратегии специалистами

Программа разработана в соответствии с:

- профессиональным стандартом Специалист по интернет-маркетингу (утвержден приказом Минтруда России от 19 февраля 2019 г. № 95н).

К освоению программы допускаются лица, имеющие или получающие среднее профессиональное и (или) высшее образование. Медицинские ограничения регламентированы Перечнем медицинских противопоказаний Минздрава России.

Рабочие места, которые возможно занять по итогам обучения по программе (трудоустройство на вакансии в организации, самозанятость, работа в качестве индивидуального

предпринимателя): самозанятый, трудоустройство на следующие вакансии: маркетолог, логист, менеджер маркетплейса, индивидуальный предприниматель.

Программа рекомендуется к освоению лицами, имеющими среднее профессиональное и (или) высшее образование по профессиям/специальностям/направлениям подготовки: в сфере маркетинга, логистики и в сфере информационно-коммуникационных технологий.

Программа рекомендуется к освоению лицами, имеющими квалификацию и/или опыт профессиональной деятельности в сфере маркетинга, логистики и в сфере информационно-коммуникационных технологий.

## **2.2 Требования к результатам освоения программы**

В результате освоения дополнительной профессиональной программы у слушателя должны быть сформированы компетенции, в соответствии с разделом 2.1. программы.

В результате освоения программы слушатель должен

**знать:**

- цели и назначение логистики сбыта в онлайн;
- программные продукты и сервисы интернет-продвижения товаров;
- факторы развития интернет-рынков;
- основы продвижения товаров на маркетплейсах;
- факторы угроз и рисков при сбыте товаров на маркетплейсах;
- назначение аудита интернет-платформы и способы его проведения;
- перспективы маркетплейсов в России;
- особенности государственного регулирования деятельности маркетплейсов;
- особенности рыночных механизмов на маркетплейсах;
- принципы ценообразования на маркетплейсах;
- инструментарий аналитики Озон, Яндекс, Вайлдбериз;
- критерий оценки работы на маркетплейсах.

**уметь:**

- анализировать продажи на маркетплейсах и проводить аудит работы;
- разрабатывать планы рекламных кампаний в цифровых каналах коммуникаций с учетом конкуренции;
- проводить мониторинг конкурентов и определять конкурентные преимущества продвигаемых брендов;
- пользоваться инструментами продвижения товаров на интернет-платформах: Озон, Яндекс, Вайлдбериз;
- пользоваться инструментами аналитики маркетплейсов;
- организовать продажи на маркетплейсах: Вайлдбериз, Яндекс.Маркет, Озон.

## **3. Содержание программы**

Категория слушателей: лица, имеющие или получающие среднее профессиональное и (или) высшее образование.

Трудоемкость обучения: 144 академических часа.

Форма обучения: очно-заочная с применением дистанционных образовательных технологий.

### 3.1. Учебный план

№	Наименование модулей	Всего, ак. час.	В том числе			Форма контроля
			лекции	практические занятия	самостоятельная работа	
1.	Модуль 1. Развитие интернет-рынков и логистика сбыта в онлайн	50	8	26	16	зачет
2.	Модуль 2. Маркетинг маркетплейсов	50	8	22	20	зачет
3.	Модуль 3. Аналитика продаж и HR-организация менеджеров по работе с маркетплейсами	40	4	22	14	зачет
4.	Итоговая аттестация - выполнение итоговой практической работы	4			4	Экзамен
<b>ИТОГО:</b>		<b>144</b>	<b>20</b>	<b>70</b>	<b>50</b>	

### 3.2. Учебно-тематический план

№	Наименование модулей	Всего, ак. час.	В том числе			Форма контроля
			лекции	практические занятия	самостоятельная работа	
1.	<b>Модуль 1. Развитие интернет-рынков и логистика сбыта в онлайн</b>	50	8	26	16	зачет
1.1	Актуальное техническое описание по профессии. Спецификация стандарта по профессии.					
2.	<b>Модуль 2. Маркетинг маркетплейсов</b>	50	8	22	20	зачет
2.1						
3.	<b>Модуль 3. Аналитика продаж и HR-организация менеджеров по работе с маркетплейсами</b>	40	4	22	14	зачет
3.1						
4.	<b>Итоговая аттестация</b>	<b>4</b>			<b>4</b>	Экзамен
<b>ИТОГО:</b>		<b>144</b>	<b>20</b>	<b>70</b>	<b>50</b>	

### 3.3. Учебная программа

**Модуль 1. Развитие интернет-рынков и логистика сбыта в онлайн**

**Тема 1.1. Актуальное техническое описание по профессии.**

Лекция: Экскурс в историю дизайна и его направления. Профессия Графический дизайнер.

Понятие о компетенции. Техническое описание компетенции. Профессиональный стандарт по профессии «Графический дизайн» (Индустриальный стандарт профессии, техническое задание, инфраструктура, оборудование рабочих мест, основные термины).

*Деятельность слушателя:*

- прослушивание лекции и ответы на вопросы преподавателя;
- поиск ответов на вопросы по ходу прослушивания лекционного материала и выполнение задания на основе прослушанного материала;
- заполнение таблицы по указанным разделам в рукописном (разборчиво для чтения) или печатном варианте

## **Модуль 2. Маркетинг маркетплейсов**

**Тема 2.1. Региональные меры содействия занятости, в том числе поиска работы, осуществления индивидуальной предпринимательской деятельности, работы в качестве самозанятого.**

*Лекция:* Виды государственных институтов и организаций, осуществляющих информационную поддержку специалистам самозанятым на рынке труда и способы взаимодействия с ними.

*Деятельность слушателя:*

- прослушивание лекции и ответы на вопросы преподавателя;
- поиск ответов на вопросы по ходу прослушивания лекционного материала и выполнение задания на основе прослушанного материала;
- заполнение таблицы по указанным разделам в рукописном (разборчиво для чтения) или печатном варианте

*Практическое занятие (работа в программе).*

*Деятельность слушателя:*

- выполнение практического задания в соответствии с пошаговыми инструкциями по использованию инструментов редактора;
- размещение работы в указанных папках;
- исправление ошибок после проверки работы преподавателем.

*Деятельность преподавателя:*

- обратная связь по результатам проверки практической работы.

*Лекция:* Статистика востребованности специалистов и условия организации их профессиональной деятельности на рынке спроса и предложений

*Деятельность слушателя:*

- прослушивание лекции и ответы на вопросы преподавателя;
- поиск ответов на вопросы по ходу прослушивания лекционного материала и выполнение задания на основе прослушанного материала;
- заполнение таблицы по указанным разделам в рукописном (разборчиво для чтения) или печатном варианте

*Практическое занятие (работа в программе).*

*Деятельность слушателя:*

- выполнение практического задания в соответствии с пошаговыми инструкциями по использованию инструментов редактора;
- размещение работы в указанных папках;
- исправление ошибок после проверки работы преподавателем.

*Деятельность преподавателя:*

- обратная связь по результатам проверки практической работы.

*Практическое занятие (работа в программе).*

*Деятельность слушателя:*

- выполнение практического задания в соответствии с пошаговыми инструкциями по использованию инструментов редактора;

- размещение работы в указанных папках;
- исправление ошибок после проверки работы преподавателем.

*Деятельность преподавателя:*

- обратная связь по результатам проверки практической работы.

**Тема 2.2. Современные технологии в профессиональной сфере, соответствующие компетенции**

Лекция: Продажи на маркетплейсах и аудит работы. Программные продукты и сервисы интернет-продвижения товаров.

*Деятельность слушателя:*

- прослушивание лекции и ответы на вопросы преподавателя;
- поиск ответов на вопросы по ходу прослушивания лекционного материала и выполнение задания на основе прослушанного материала.

*Практическое занятие (работа в программе).*

*Деятельность слушателя:*

- выполнение практического задания в соответствии с пошаговыми инструкциями по использованию инструментов редактора;
- размещение работы в указанных папках;
- исправление ошибок после проверки работы преподавателем.

*Деятельность преподавателя:*

- обратная связь по результатам проверки практической работы.

**Модуль 3. Аналитика продаж и HR-организация менеджеров по работе с маркетплейсами.**

**Тема 3.1. Основы продвижения товаров на маркетплейсах**

Лекция: Основы продвижения товаров на маркетплейсах.

*Деятельность слушателя:*

- прослушивание лекции и ответы на вопросы преподавателя;
- поиск ответов на вопросы по ходу прослушивания лекционного материала и выполнение задания на основе прослушанного материала.

Лекция: Особенности государственного регулирования деятельности маркетплейсов.

*Деятельность слушателя:*

- прослушивание лекции и ответы на вопросы преподавателя;
- поиск ответов на вопросы по ходу прослушивания лекционного материала и выполнение задания на основе прослушанного материала.

Лекция: Принципы ценообразования на маркетплейсах

*Деятельность слушателя:*

- прослушивание лекции и ответы на вопросы преподавателя;
- поиск ответов на вопросы по ходу прослушивания лекционного материала и выполнение задания на основе прослушанного материала;
- задания на основе прослушанного материала.

Промежуточная аттестация. Зачет по модулю. Выполнение практической работы по теме: Разработка плана постов в личном аккаунте социальной сети.

**3.4. Календарный учебный график (порядок освоения модулей)**

Период обучения (недели)*	Наименование модуля
------------------------------	---------------------

1 неделя	<b>Модуль 1. Развитие интернет-рынков и логистика сбыта в онлайн</b>
2 неделя	<b>Модуль 2. Маркетинг маркетплейсов</b>
3 неделя	<b>Модуль 3. Аналитика продаж и HR-организация менеджеров по работе с маркетплейсами</b>
4 неделя	<b>Модуль 3. Аналитика продаж и HR-организация менеджеров по работе с маркетплейсами</b>
5 неделя	Итоговая аттестация
*-Точный порядок реализации модулей (дисциплин) обучения определяется в расписании занятий.	

#### **4. Организационно-педагогические условия реализации программы**

##### **4.1. Материально-технические условия реализации программы**

Материально-техническое оснащение рабочих мест преподавателя программы и слушателя программы отражено в Приложении 1 к программе.

##### **4.2. Учебно-методическое и информационное обеспечение программы**

- техническое описание компетенции;
- комплект оценочной документации по компетенции;
- печатные раздаточные материалы для слушателей;
- учебные пособия, изданных по отдельным разделам программы;
- профильная литература;
- отраслевые и другие нормативные документы;
- электронные ресурсы: ресурсы мультимедиа (онлайн курсов), периодики, тестов на платформе PROФобразование (электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО «PROФобразование» <https://profspo.ru/>).

Перечень используемых учебных изданий, интернет-ресурсов, дополнительной литературы

##### **Основные источники:**

- Константинов, В. И. Маркетинг : учебное пособие / В. И. Константинов. — Москва, Вологда : Инфра-Инженерия, 2023. — 236 с. — ISBN 978-5-9729-1146-2. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROФобразование : [сайт]. — URL: <https://profspo.ru/books/132790> (дата обращения: 20.02.2024). — Режим доступа: для авторизир. пользователей
- Шамис, В. А. Основы маркетинга : практикум для СПО / В. А. Шамис, Г. Г. Левкин. — 2-е изд. — Саратов : Профобразование, 2023. — 100 с. — ISBN 978-5-4488-1655-0. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROФобразование : [сайт]. — URL: <https://profspo.ru/books/134193> (дата обращения: 20.02.2024). — Режим доступа: для авторизир. пользователей
- Шамис, В. А. Основы маркетинга в различных сферах деятельности : учебное пособие для СПО / В. А. Шамис, Г. Г. Левкин. — Саратов, Москва : Профобразование, Ай Пи Ар Медиа, 2023. — 173 с. — ISBN 978-5-4488-1569-0, 978-5-4497-1831-0. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROФобразование : [сайт]. — URL: <https://profspo.ru/books/124751> (дата обращения: 20.02.2024). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

– Сухов, В. Д. Маркетинг : учебник для СПО / В. Д. Сухов, А. А. Киселев, А. И. Сазонов. — Саратов, Москва : Профобразование, Ай Пи Ар Медиа, 2022. — 306 с. — ISBN 978-5-4488-1358-0, 978-5-4497-1608-8. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROФобразование : [сайт]. — URL: <https://profspo.ru/books/119290> (дата обращения: 20.02.2024). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

– Курс по управлению маркетингом / . — Новосибирск : Сибирское университетское издательство, Норматика, 2016. — 117 с. — ISBN 978-5-379-01833-7. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROФобразование : [сайт]. — URL: <https://profspo.ru/books/65252> (дата обращения: 20.02.2024). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

– Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROФобразование : [сайт]. — URL: <https://profspo.ru/>

#### 4.3. Кадровые условия реализации программы

Количество ППС (физических лиц), привлеченных для реализации программы – 1 чел.

К отдельным темам и занятиям по программе могут быть привлечены дополнительные преподаватели.

Данные ППС, привлеченных для реализации программы

№ п/п	ФИО	Должность, наименование организации
1.	Осинкин Сергей Леонидович	преподаватель маркетинга

#### 4.4. Организация образовательного процесса

При реализации программы используются лекционные и практические занятия с применением дистанционных образовательных технологий.

Реализация программы осуществляется в синхронном формате (слушатели взаимодействуют друг с другом и с преподавателем в реальном времени): онлайн-вебинары.

Онлайн-вебинары проводятся с помощью облачной платформы для проведения онлайн видеоконференций и вебинаров.

Обучение проходит на Электронном ресурсе цифровой образовательной среды СПО PROФобразование : [сайт]. — URL: <https://profspo.ru>, где размещены учебные материалы, задания, инструкции к обучению, ссылки на информационные источники и интернет-ресурсы.

#### 5. Оценка качества освоения программы

Итоговая аттестация проводится в форме экзамена – выполнение итоговой практической работы.

Для итоговой аттестации используются разработанные преподавателями практические задания по компетенции. Баллы за выполнение заданий итоговой практической работы выставляются в соответствии с критериями оценивания. Перевод баллов в оценки «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно» осуществляется в соответствии с таблицей:

Оценка	«2»	«3»	«4»	«5»
Количество набранных баллов в рамках ДЭ	0-7,99	8-15,9 9	16-27,99	28-50

#### 6. Составители программы

Частное профессиональное образовательное учреждение «Саратовский колледж инновационных профессий».