

**Образовательное частное учреждение
Дополнительного профессионального образования «Центр
компьютерного обучения «Специалист» Учебно-научного центра при
МГТУ им. Н.Э. Баумана»
(ОЧУ «Специалист»)**

123317 Москва, Пресненская набережная, д 8, стр. 1, этаж 48, помещение 484с, комната 5
ИНН 7701257303, ОГРН 1037739408189

Утверждаю:
Директор ОЧУ «Специалист»



/Т.С.Григорьева/
«26» марта 2018 года

**Дополнительная профессиональная программа
повышения квалификации
«Агрегаторы и маркетплейсы для интернет-
магазинов»**

Программа разработана в соответствии с Федеральным законом от 29 декабря 2012 г. №273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации», приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 1 июля 2013 г. N 499 "Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным профессиональным программам", Профессиональным стандартом «Специалист по интернет-маркетингу», и на основании преемственности по отношению к Федеральному государственному образовательному стандарту высшего образования (ФГОС ВО) по направлениям подготовки 380302 «Менеджмент».

Повышение квалификации слушателей, осуществляемое в соответствии с программой, проводится с использованием модульного принципа построения учебного плана с применением различных образовательных технологий, в том числе дистанционных образовательных технологий и электронного обучения в соответствии с законодательством об образовании.

Дополнительная профессиональная программа повышения квалификации, разработана образовательной организацией в соответствии с законодательством Российской Федерации, включает все модули, указанные в учебном плане.

Содержание оценочных и методических материалов определяется образовательной организацией самостоятельно с учетом положений законодательства об образовании Российской Федерации.

Структура дополнительной профессиональной программы соответствует требованиям Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным профессиональным программам, утвержденного приказом Минобрнауки России от 1 июля 2013 г. N 499.

Объем дополнительной профессиональной программы вне зависимости от применяемых образовательных технологий, должен быть не менее 16 академических часов. Сроки ее освоения определяются образовательной организацией самостоятельно.

Формы обучения слушателей (очная, очно-заочная, заочная) определяются образовательной организацией самостоятельно.

К освоению дополнительных профессиональных программ допускаются:

- лица, имеющие среднее профессиональное и (или) высшее образование;
- лица, получающие среднее профессиональное и (или) высшее образование.

Для определения структуры дополнительной профессиональной программы и трудоемкости ее освоения может применяться система зачетных единиц. Количество зачетных единиц по дополнительной профессиональной программе устанавливается организацией.

Образовательная деятельность слушателей предусматривает следующие виды учебных занятий и учебных работ: лекции, практические и семинарские занятия, лабораторные работы, круглые столы, мастер-классы, мастерские, деловые игры, ролевые игры, тренинги, семинары по обмену опытом, выездные занятия, консультации, выполнение аттестационной, дипломной, проектной работы и другие виды учебных занятий и учебных работ, определенные учебным планом.

1. Цель программы

Цель программы – познакомить слушателей с возможностями, предоставляемыми агрегаторами и маркетплейсами, для продвижения интернет-магазинов.

Планируемый результат обучения

Лица, успешно освоившие программу, должны овладеть следующими компетенциями.

Совершенствуемые компетенции в соответствии с трудовыми функциями профессионального стандарта «Специалист по интернет-маркетингу» (проект)

№	Компетенция	Направление подготовки
		Трудовые функции (код)
1	Реализация контекстно-медийной стратегии продвижения в интернете	Е/01.5, Е/02.5, Е/03.5, Е/04.5
2	Управление реализацией стратегии интернет продвижения	J/01.6

После окончания обучения Слушатель будет знать:

- Наиболее интересные агрегаторы и маркетплейсы для увеличения продаж в интернет-магазине
- Как эффективно работать с этими площадками
- Как оптимизировать свой интернет-магазин для повышения эффективности работы с агрегаторами и маркетплейсами

После окончания обучения Слушатель будет уметь:

- Выбирать наиболее эффективные площадки для получения дополнительного трафика и заказов
- Создавать товарные объявления
- Анализировать трафик и заказы с агрегаторов и маркетплейсов
- Грамотно распределять бюджеты

2. Учебный план

Категория слушателей:

- Компании и предприниматели, собирающиеся открыть свой интернет-магазин
- Компании и предприниматели, недавно открывшие свой интернет-магазин
- Сотрудники компаний, отвечающие за развитие и продвижение интернет-магазина

Требования к предварительной подготовке: успешное окончание курса «Базовая компьютерная подготовка. Windows и Интернет для начинающих» или эквивалентная подготовка.

Срок обучения: 16 академических часов, 8 самостоятельно

Форма обучения: очная, очно-заочная, заочная. По желанию слушателя форма обучения может быть изменена и/или дополнена.

Режим занятий: дневной, вечерний, группы выходного дня.

№ п/п	Наименование модулей по программе	Общая трудоемкость	Общая трудоемкость (акад. часов)	В том числе, аудиторных		СРС
				Лекций	Практических занятий	

1	Модуль 1. Контекстная реклама – способ привлечения клиентов	4	3	2	1	1
2	Модуль 2. Аккаунт Яндекс.Директ	6	4	2	2	2
3	Модуль 3. Настройка рекламной кампании	5	3	2	1	2
4	Модуль 4. Группы объявлений	6	4	2	2	2
5	Модуль 5. Объявления рекламной кампании	3	2	1	1	1
	Итого:	24	16	9	7	8
	Итоговая аттестация		тестирование			

Для всех видов аудиторных занятий академический час устанавливается продолжительностью 45 минут.

3. Календарный учебный график

Календарный учебный график формируется при осуществлении обучения в течение всего календарного года. По мере набора групп слушателей по программе составляется календарный график, учитывающий объемы лекций, практики, самоподготовки, выезды на объекты.

Неделя обучения	1	2	3	4	5	6	7	Итого часов
	пн	вт	ср	чт	пт	сб	вс	
1 неделя	4	4	4	4ИА	-	-	-	16
СРС	2	2	2	2	-	-	-	8
Итого:								24
Примечание: ИА – Итоговая аттестация (тестирование)								

4. Рабочие программы учебных предметов

Модуль 1. Основные операторы рынка агрегаторов и маркетплейсов

- Популярность и рыночные доли: Яндекс.Маркет, Wildberries, Avito, Lamoda, Товары@Mail.ru, Google Shopping, Price.ru, Ozon, Tiu.ru, Aport, Sravni, MobiGuru, Goods, E-katalog
- Бизнес-модели агрегаторов и маркетплейсов. Сходства и различия.
- Модели оплаты
- Рыночные сегменты и товарные категории интернет-магазинов
- Основные условия и процедуры входа
- Юридические аспекты
- Регистрация

Модуль 2. Продвижение интернет-магазина на агрегаторах и маркетплейсах

- Создание и обновление товарных фидов

- Создание товарных объявлений (на примере Google Shopping/Avito)
- Определение минимальной рентабельности для размещаемых товарных позиций на маркетплейсах (Lamoda, Wilberries)
- Управление ставками (Яндекс-Маркет, ТоварыMail)
- Оптимизация продвижения
- Оценка качества трафика

Модуль 3. Влияние агрегаторов и маркетплейсов на бизнес-процессы интернет-магазина

- Как правильно организовать взаимодействие с агрегаторами и маркетплейсами
- Логистические особенности взаимодействия с агрегаторами и маркетплейсами
- Управление ассортиментом в рамках работы с агрегаторами и маркетплейсами
- Товарный учет и планирование

Модуль 4. Оптимизация интернет-магазина, как главное условие успешности взаимодействия с агрегаторами и маркетплейсами

- Влияние юзабилити и технических факторов интернет-магазина на экономику взаимодействия с агрегаторами и маркетплейсами
- Варианты оптимизации конверсии для улучшения показателей взаимодействия с агрегаторами и маркетплейсами

Модуль 5. Оценка эффективности взаимодействия с агрегаторами и маркетплейсами

- Аналитика в разрезе оценки эффективности работы с агрегаторами и маркетплейсами
- Расчет показателей CPA, CPO и CPS
- Распределение бюджетов между агрегаторами
- Распределение бюджетов между агрегаторами и другими рекламными каналами
- ROI как индикатор эффективности работы с агрегаторами и маркетплейсами

5. Организационно-педагогические условия

Соблюдение требований к кадровым условиям реализации дополнительной профессиональной программы:

а) преподавательский состав образовательной организации, обеспечивающий образовательный процесс, обладает высшим образованием и стажем преподавания по изучаемой тематике не менее 1 года и (или) практической работы в областях знаний, предусмотренных модулями программы, не менее 3 (трех) лет;

б) образовательной организацией наряду с традиционными лекционно-семинарскими занятиями применяются современные эффективные методики преподавания с применением интерактивных форм обучения, аудиовизуальных средств, информационно-телекоммуникационных ресурсов и наглядных учебных пособий.

Соблюдение требований к материально-техническому и учебно-методическому обеспечению дополнительной профессиональной программы:

а) образовательная организация располагает необходимой материально-технической базой, включая современные аудитории, библиотеку, аудиовизуальные средства обучения, мультимедийную аппаратуру, оргтехнику, копировальные аппараты. Материальная база

соответствует санитарным и техническим нормам и правилам и обеспечивает проведение всех видов практической и дисциплинарной подготовки слушателей, предусмотренных учебным планом реализуемой дополнительной профессиональной программы.

б) в случае применения электронного обучения, дистанционных образовательных технологий каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечивается индивидуальным неограниченным доступом к электронной информационно-образовательной среде, содержащей все электронные образовательные ресурсы, перечисленные в модулях дополнительной профессиональной программы.

6. Формы аттестации и оценочные материалы

Образовательная организация несет ответственность за качество подготовки слушателей и реализацию дополнительной профессиональной программы в полном объеме в соответствии с учебным планом.

Оценка качества освоения дополнительной профессиональной программы слушателей включает текущий контроль успеваемости и итоговую аттестацию.

Результаты итоговой аттестации слушателей ДПП в соответствии с формой итоговой аттестации, установленной учебным планом, выставляются по двух бальной шкале («зачтено\незачтено»).

Слушателям, успешно освоившим дополнительную профессиональную программу и прошедшим итоговую аттестацию, выдается удостоверение о повышении квалификации.

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

Итоговая аттестация проводится по форме аттестации по контрольным вопросам в соответствии с учебным планом. Результаты итоговой аттестации заносятся в соответствующие документы.

Контрольные вопросы

1. Какие существуют различные бизнес-модели маркетплейсов?
2. Каковы основные условия и процедуры входа?
3. Как создать товарное объявление?
4. Как определить минимальную рентабельность для размещаемых товарных позиций?
5. Как оценить качества трафика?
6. Как взаимодействовать с агрегаторами и маркетплейсами?
7. Как юзабилити влияет на экономику взаимодействия с агрегаторами и маркетплейсами?
8. Как рассчитать показатели CPA, CPO, CPS?