



**МИКРОКРЕДИТНАЯ КОМПАНИЯ
РОСТОВСКИЙ МУНИЦИПАЛЬНЫЙ ФОНД ПОДДЕРЖКИ
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА**

УТВЕРЖДАЮ
Генеральный директор


Е.С. Благинина
«12» августа 2024 г.



ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ПРОГРАММА
«Менеджер электронной коммерции»

Вид программы: повышение квалификации

Объем учебной нагрузки: 16 академических часов.

Форма обучения: очная

Организация обучения: 2 недели, с использованием дистанционных образовательных технологий

г. Ростов-на-Дону
2024

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОГРАММЫ

1.1. Пояснительная записка

Дополнительная профессиональная программа профессиональной переподготовки «Менеджер электронной коммерции» направлена на приобретение профессиональных компетенций, необходимых для осуществления нового вида деятельности в сфере разработки и реализации стратегии продвижения товаров и услуг через торговые площадки электронной коммерции в информационно-телекоммуникационной сети Интернет.

Программа разработана в соответствии с федеральным законом от 29.12.2012 №273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации», с учетом требований профессионального стандарта 06.043 «Специалист по интернет-маркетингу», утвержденного приказом Министерства труда и социальной защиты РФ от 19 февраля 2019 года №95н. Вид профессиональной деятельности специалиста: Разработка и реализация стратегии продвижения веб-сайтов, интерактивных приложений, информационных ресурсов, товаров и услуг в информационно-телекоммуникационной сети Интернет.

Программа повышения квалификации «Менеджер электронной коммерции» предназначена для лиц, желающих осуществлять самостоятельную коммерческую деятельность или планирующих стратегию цифровой трансформации бизнеса, связанную с реализацией товаров и услуг через площадки электронной коммерции.

1.2. Цель реализации программы

Цель настоящей программы повышения квалификации «Менеджер электронной коммерции» – формирование комплекса знаний и навыков работы на ведущих электронных площадках, в том числе: анализ товарных ниш для выбора наиболее подходящей для реализации товара; расчет юнит-экономики товаров и формирование цены; управление магазином на платформе электронной коммерции; работа с личным кабинетом, создание и наполнение карточки товара; подбор инструментов продвижения и ведение рекламных кампаний; изучение оптимальных сервисов аналитики; порядок правового сопровождения всей деятельности.

1.3. Планируемые результаты освоения

Дополнительная профессиональная программа «Менеджер электронной коммерции» направлена на достижение следующих результатов освоения:

Виды программы	Профессиональные компетенции
ПК	- знание особенностей работы с площадками электронной коммерции (требования, предъявляемые к продавцам, инструменты предоставляют для продвижения товаров, комиссии площадок и т.п.);

	<ul style="list-style-type: none"> - знание товара и рынка. Менеджер электронной коммерции должен знать свой товар: его характеристики, преимущества, целевую аудиторию, конкурентные преимущества. Также он должен знать свой рынок: спрос, предложение, конкурентов, тренды, потребности и проблемы потребителей; - навыки работы с данными (сбор, обработка, анализ и визуализация данных, использование различных инструментов для работы с данными: таблицы, отчёты, графики, умение анализировать и делать выводы данных и принимать на их основе решения); - навыки работы с контентом (умение создавать привлекательный и информативный контент для своих товаров: заголовки, описания, фотографии, видео, подбирать ключевые слова для SEO-оптимизации контента, а также следить за его актуальностью и качеством); - навыки работы с рекламой (умение настраивать и оптимизировать рекламные кампании для своих товаров, знание рекламных инструментов, которые предоставляют электронные площадки, какие цели и показатели результативности можно ставить для рекламы, как измерять и анализировать ее эффективность, умение использовать различные рекламные форматы: контекстная, таргетированная, баннерная, видео); - умение работать самостоятельно и в коллективе, эффективно общаться с коллегами, руководством, покупателями.
--	---

1.4. После успешного освоения программы слушатели научатся:

- Работать на популярных площадках электронной коммерции (Озон, Валдберриз, Яндекс-Маркет)
- Понимать особенности торговли в сети Интернет, ставить цели для реализации проектов;
- Анализировать преимущества различных электронных площадок, создавать магазин на площадке, размещать карточки товаров;
- Вести бизнес с помощью дополнительных сервисов и возможностей, которые предоставляет современная информационная среда;
- Создавать, управлять и позиционировать бизнес на площадках электронной коммерции с учётом отечественных трендов и экономических реалий;
- Понимать последовательность шагов по организации торговли на площадках электронной коммерции, организовать процесс продажи;
- Реализовать план мероприятий по продвижению товара на электронных площадках, обрабатывать вопросы и отзывы покупателей;

- Понимать особенности торговли в сети Интернет, ставить цели для реализации проектов.

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

1.6. Трудоемкость и срок обучения: 16 академических часов.

1.7. Форма обучения и режим занятий: очная, с применением дистанционных образовательных технологий.

1.8. Язык обучения: русский

2. СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

2.1. Учебный план дополнительной профессиональной программы: «Менеджер электронной коммерции»

№	Наименование модулей образовательной программы, дисциплин и тем	Всего, час.	в том числе:			Форма контроля
			Лекции	Семинарские / практические занятия / стажировка / консультация	Самостоятельная работа	
1.1.	<p>Модуль 1. Основы электронной коммерции</p> <p>Тема 1.1. Что такое Интернет-торговля.</p> <p>Рынок электронной коммерции в России: основные направления, особенности, тренды. Правовые основания и правовое сопровождение электронной коммерции, особенности налогообложения. Риски электронной коммерции.</p> <p>Формы взаимодействия менеджера с поставщиками и электронной площадкой.</p> <p>Какие бизнес-процессы происходят на площадках электронной коммерции (Озон, Валдберриз, Яндекс Маркет).</p>	1	1	-	-	тестирование
	<p>Тема 1.2. Основы работы с электронной площадкой</p> <p>Анализ рынка. Поиск ниши. Основные ошибки при запуске нового бизнеса.</p>					

	<p>Мониторинг, анализ, учёт работы проекта. Основы бизнес-планирования.</p> <p>Аналитика продаж, сервисы аналитики для площадок электронной коммерции.</p> <p>Интернет-маркетинг в электронной коммерции. Основы позиционирования и работы с контентом.</p> <p>(Домашнее задание №1 – анализ товара)</p>					
2.1.	<p>Модуль 2. Организация работы магазина на площадках электронной коммерции.</p> <p>Тема 2.1. Создание магазина</p> <p>Начало работы с площадками электронной коммерции.</p> <p>Создание и продвижение интернет-магазина (площадки электронной коммерции: структура, условия и принципы работы).</p> <p>Технология продаж, системы логистики, типы комиссий.</p> <p>Поиск идеального товара. Поиск идеального поставщика.</p>	2	2	-	-	тестирование
2.2.	<p>Тема 2.2. Обзор кабинета Валдберриз (ОЗОН, Яндекс-Маркет). Ценообразование.</p> <p>Обзор личного кабинета. Цепочка расходов и понятие «юнит-экономика». Принципы расчета юнит-экономики.</p> <p>Финансовое планирование. Ежемесячное и квартальное планирование продаж</p> <p>Домашнее задание № 2 (расчёт юнит-экономики для вывода товара на Валдберриз).</p>	1,5	1	0,5	-	

3.1.	<p>Модуль 3. Размещение товаров в магазине.</p> <p>Тема 3.1. Создание карточки товара</p> <p>Из чего состоит карточка товара.</p> <p>Составление грамотного ТЗ для дизайнера.</p> <p>SEO карточки товара на Валдберриз.</p> <p>Домашнее задание №3 (составление SEO описания к карточке товара)</p> <p>Домашнее задание №4 (анализ карточки товара конкурента).</p>	1,5	1	0,5	-	
3.2.	<p>Тема 3.2. Создание поставок.</p> <p>Складское распределение товара.</p> <p>Организация региональных поставок.</p> <p>Работа с фулфилментом.</p> <p>Основы создания поставки по системе работы FBO.</p> <p>Основы продажи товара по системе FBS.</p>	1	1	-	-	тестирование
3.3.	<p>Тема 3.3. Взаиморасчёты с торговой площадкой и анализ закрывающих документов.</p> <p>Финансовая отчетность.</p> <p>Подробный разбор вкладки «Аналитика»</p> <p>Домашнее задание №5 (разбор финансового отчета), тестовая форма</p>	1	0,5	0,5	-	

4.1.	<p>Модуль 4. Продвижение товара на площадках электронной коммерции.</p> <p>Тема 4.1. Рекламные инструменты, маркетинг</p> <p>Воронка продаж.</p> <p>Обзор платных и бесплатных инструментов продвижения.</p> <p>Внутренняя реклама на Валдберриз.</p> <p>Инструменты внешнего привлечения трафика.</p> <p>Правовые основы рекламной деятельности и продвижения. Требования законодательства о рекламе. Маркировка.</p> <p>Работа с отзывами и вопросами.</p> <p>Акции на площадке.</p>	2	1	1	-	тестирование
5.	<p>Модуль 5. Основы работы с Озон. Основные понятия, отличия и особенности.</p> <p>Общее представление о площадке ОЗОН.</p> <p>Регистрация поставщика.</p> <p>Работа с личным кабинетом.</p> <p>Карточка товара.</p> <p>Юнит-экономика.</p> <p>Способы продвижения товаров.</p>	1,5	1	0,5	-	тестирование

6.	<p>Модуль 6. Основы работы с Яндекс-Маркет. Основные понятия, отличия и особенности.</p> <p>Общее представление о площадке Яндекс-Маркет.</p> <p>Регистрация поставщика.</p> <p>Работа с личным кабинетом.</p> <p>Карточка товара.</p> <p>Юнит-экономика.</p> <p>Способы продвижения товаров.</p>	1,5	1	0,5	-	тестирование
7.	<p>Модуль 7. Особенности трудоустройства менеджеров электронной коммерции.</p> <p>Составление продающего резюме.</p> <p>Поиск вакансии. Типы работодателей.</p> <p>Прохождение собеседования и позиционирование себя как специалиста.</p> <p>Стоимость услуг менеджера электронной коммерции.</p>	1	-	1	-	тестирование
	Итого:	16	11	5		

2.2. Календарный учебный график

Трудоемкость программы	16 ак.ч.
Нормативный срок освоения программы	14 дней
Режим обучения	2-4 часа/день
График проведения занятий в соответствии с расписанием	

2.3. Рабочие программы дисциплин (модулей), практик, стажировок

Модуль 1. Основы электронной коммерции

Тема 1.1. Что такое Интернет-торговля

Рынок электронной коммерции в России: основные направления, особенности, тренды. Правовые основания и правовое сопровождение электронной коммерции, особенности налогообложения. Риски электронной коммерции.

Формы взаимодействия менеджера с поставщиками и электронной площадкой.

Какие бизнес-процессы происходят на площадках электронной коммерции (Озон, Валдберриз, Яндекс Маркет).

Тема 1.2. Основы работы с электронной площадкой

Анализ рынка. Поиск ниши. Основные ошибки при запуске нового бизнеса. Мониторинг, анализ, учёт работы проекта. Основы бизнес-планирования.

Аналитика продаж, сервисы аналитики для площадок электронной коммерции.

Интернет-маркетинг в электронной коммерции. Основы позиционирования и работы с контентом.

Модуль 2. Организация работы магазина на площадках электронной коммерции.

Тема 2.1. Создание магазина

Начало работы с площадками электронной коммерции.

Создание и продвижение интернет-магазина (площадки электронной коммерции: структура, условия и принципы работы).

Технология продаж, системы логистики, типы комиссий.

Поиск идеального товара. Поиск идеального поставщика.

Тема 2.2. Обзор кабинета Валдберриз (Озон, Яндекс-Маркет).

Ценообразование.

Обзор личного кабинета. Цепочка расходов и понятие «юнит-экономика».

Принципы расчета юнит-экономики.

Финансовое планирование. Ежемесячное и квартальное планирование продаж

Модуль 3. Размещение товаров в магазине.

Тема 3.1. Создание карточки товара

Из чего состоит карточка товара.

Составление грамотного ТЗ для дизайнера.

SEO карточки товара на Валдберриз.

Домашнее задание №3 (составление SEO описания к карточке товара)

Домашнее задание №4 (анализ карточки товара конкурента).

Тема 3.2. Создание поставок.

Складское распределение товара. Организация региональных поставок. Работа с фулфилментом.

Основы создания поставки по системе работы FBO.

Основы продажи товара по системе FBS.

Тема 3.3. Взаиморасчёты с торговой площадкой и анализ закрывающих документов.

Финансовая отчетность.

Подробный разбор вкладки «Аналитика»

Модуль 4. Продвижение товара на площадках электронной коммерции.

Тема 4.1. Рекламные инструменты, маркетинг

Воронка продаж.

Обзор платных и бесплатных инструментов продвижения.

Внутренняя реклама на Валдберриз.

Инструменты внешнего привлечения трафика.

Правовые основы рекламной деятельности и продвижения. Требования законодательства о рекламе. Маркировка.

Работа с отзывами и вопросами.

Акции на площадке.

Модуль 5. Основы работы с Озон. Основные понятия, отличия и особенности.

Общее представление о площадке ОЗОН.

Регистрация поставщика.

Работа с личным кабинетом.

Карточка товара.

Юнит-экономика.

Способы продвижения товаров.

Модуль 6. Основы работы с Яндекс-Маркет. Основные понятия, отличия и особенности.

Общее представление о площадке Яндекс-Маркет.

Регистрация поставщика.

Работа с личным кабинетом.

Карточка товара.

Юнит-экономика.

Способы продвижения товаров.

Модуль 7. Особенности трудоустройства менеджеров электронной коммерции.

Составление продающего резюме.

Поиск вакансии. Типы работодателей.

Прохождение собеседования и позиционирование себя как специалиста.

Стоимость услуг менеджера электронной коммерции.

Перечень практических занятий

Модуль	Наименование практического занятия	Трудоемкость, академ.час
Модуль 1	Домашнее задание №1 – анализ товара	0,5

Модуль 2	Домашнее задание №2 – расчёт юнит-экономики для вывода товара на Валдберриз.	0,5
Модуль 3	Домашнее задание №3 – составление SEO описания к карточке товара Домашнее задание №4 – анализ карточки товара конкурента. Домашнее задание №5 – разбор финансового отчета, тестовая форма	1

3. ОРГАНИЗАЦИОННО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ

3.1. Материально-технические условия реализации программы

Приводятся сведения об условиях проведения лекций, лабораторных и практических занятий, а также об используемом оборудовании и информационных технологиях.

Наименование специализированных аудиторий, кабинетов, лабораторий	Вид занятий	Наименование оборудования, программного обеспечения
Учебная аудитория МКК РМФ ИП по адресу: Россия, Ростовская область, город Ростов-на-Дону, ул. Красноармейская, зд.170, строение 9, помещение 1в	лекции и практические занятия	компьютер, мультимедийный проектор, ЛЭД-экран, доска, флип-чарт. микрофоны 7 шт. (настольные 4 шт. и радио 3 шт.), колонки, флип-чарт, стол для заседаний, столы (14 шт., стулья 30 шт.). Помещение соответствует санитарным нормам и правилам и требованиям техники безопасности. Программное обеспечение: «МТС Линк». Лицензия «СAL + 100 участников». «МТС Линк» (Платформа). Конфигурация «Обучение Optimum 30»

3.2. Кадровое обеспечение реализации программы

Реализация программы повышения квалификации будет обеспечиваться с привлечением преподавателей, имеющих профессиональное образование и обладающих надлежащими компетенциями.

3.3. Учебно-методическое обеспечение реализации программы

Основные источники:

1. Конституция Российской Федерации
2. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 №51-ФЗ.
3. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 26.01.1996 №14-ФЗ.
4. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть третья) от 26.11.2001 №146-ФЗ.
5. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть первая) от 31.07.1998 №146-ФЗ.
6. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 05.08.2000 №117-ФЗ.

7. Федеральный закон от 29.12.2012 №273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации».
8. Федеральный закон от 24.07.2007 №209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации».
9. Федеральный закон от 08.08.2001 № 129-ФЗ «О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей».
10. Федеральный закон от 04.05.2011 №99-ФЗ «О лицензировании отдельных видов деятельности».
11. Федеральный закон от 01.12.2007 №315-ФЗ «О саморегулируемых организациях».
12. Федеральный закон от 03.07.2016 №238-ФЗ «О независимой оценке квалификации».
13. Федеральный закон от 27.11.2018 №422-ФЗ «О проведении эксперимента по установлению специального налогового режима «Налог на профессиональный доход».
14. Федеральный закон от 06.12.2011 №402-ФЗ «О бухгалтерском учете»
15. Федеральный закон от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».
16. Федеральный закон от 27.07.2006 №152-ФЗ «О персональных данных».
17. Федеральный закон от 06.04.2011 №63-ФЗ «Об электронной подписи».
18. Областной закон от 10.05.2012 №843-ЗС «О региональных налогах и некоторых вопросах налогообложения в Ростовской области».
19. Приказ Минобрнауки России от 01.07.2013 №499 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным профессиональным программам».
20. Постановление Правительства РФ от 18.09.2020 №1490 «О лицензировании образовательной деятельности» (вместе с «Положением о лицензировании образовательной деятельности»).
21. Постановление Правительства РФ от 23.12.2021 №2425 «Об утверждении единого перечня продукции, подлежащей обязательной сертификации, и единого перечня продукции, подлежащей декларированию соответствия, внесении изменений в постановление Правительства Российской Федерации от 31.12.2020 №2467 и признании утратившими силу некоторых актов Правительства Российской Федерации».

Дополнительные источники:

1. Андрейчиков, А.В. Системный анализ и синтез стратегических решений в инноватике: Основы стратегического инновационного менеджмента и маркетинга: Учебное пособие / А.В. Андрейчиков, О.Н. Андрейчикова. - М.: КД Либроком, 2013. – 248 с. 96.
2. Бакланова Е.М. Эволюция инструментов и методов маркетинговой коммуникации в сети Интернет // Вопросы современной науки и практики, 2018. – №2. – С. 155-159.
3. Берзон Н. И. Рынок ценных бумаг: учебник для академического бакалавриата / Н. И. Берзон [и др.]; под общей редакцией Н. И. Берзона. — 5-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 514 с.
4. Васильев, Г.А. Рекламный маркетинг: Учебное пособие / Г.А. Васильев, В.А. Поляков. - М.: Вузовский учебник, НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 276 с.
5. Галицкий, Е.Б. Маркетинговые исследования. Теория и практика: Учебник для вузов / Е.Б. Галицкий, Е.Г. Галицкая. - Люберцы: Юрайт, 2016. - 570 с. 97
6. Гнадченко, Д.О. Интернет как двигатель розничной торговли // Научные записки молодых исследователей – 2019 -№2-С.25-28.
7. Гузнов, А. Г. Публично-правовое регулирование финансового рынка в Российской Федерации: монография / А. Г. Гузнов, Т. Э. Рождественская. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 500 с.
8. Гусева, И. А. Финансовые рынки и институты: учебник и практикум для академического бакалавриата / И. А. Гусева. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 347 с.

9. Данченко Л.А., Иванова А.Г., Ласковец С.В., Невоструев П.Ю. Маркетинг: учебно-практическое пособие. – М.: Изд. центр ЕАОИ, 2012. – 250
10. Диденко, Н.И. Международный маркетинг. учебник для бакалавров / Н.И. Диденко, Д.Ф. Скрипнюк. - Люберцы: Юрайт, 2016. - 556 с.
11. Дробышева, Л.А. Экономика, маркетинг, менеджмент: Учебное пособие. 4-е изд. / Л.А. Дробышева. - М.: Дашков и К, 2016. - 152 с.
12. Каменева, Н.Г. Международный маркетинг: Учебное пособие / Н.А. Нагапетьянц, О.Н. Романенкова, Н.Г. Каменева, С.В. Земляк. - М.: Вузовский учебник, НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 292 с
13. Карасев, А.П. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ: Учебник и практикум / А.П. Карасев. - Люберцы: Юрайт, 2016. – 323 98
14. Кожемяко, А. Психологические эффекты в менеджменте и маркетинге. 100+направлений повышения эффективности в управлении и сбыте / А. Кожемяко. - М.: МФПУ Синергия, 2015. - 176 с.
15. Коротков, А.В. Маркетинговые исследования: Учебник для бакалавров / А.В. Коротков. - Люберцы: Юрайт, 2016. - 595 с.
16. Котлер Ф. Маркетинг от А до Я. – М.: Альпина Паблишер, 2015. – 211с.
17. Молчанов, Николай Викторович. Человек покупающий и продающий: как законы эволюции влияют на психологию потребителя и причем здесь Люк Скайуокер / Николай Молчанов. – Москва: Эксмо, 2021. – 400 с.
18. «Почему вы? Как правильно объяснить клиентам, почему они должны выбрать именно вас». Манн Игорь Борисович, Турусина Анна Юрьевна Редактор: Сальникова Дарья. Издательство: СилаУма-Паблишер, 2020 г.
19. «Доверие». Автор: Манн Игорь Борисович, Манн Елизавета Игоревна. Издательство: СилаУма-Паблишер, 2023 г.

Интернет-ресурсы:

1. СПС Гарант // www.garant.ru
2. СПС КонсультантПлюс // www.consultantplus.ru

4. ОЦЕНКА КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ

Итоговая аттестация проходит в форме тестирования. Результаты итоговой аттестации оценивается по системе зачтено/не зачтено.

Обучающиеся, освоившие дополнительную профессиональную программу повышения квалификации «Менеджер электронной коммерции» и успешно прошедшие итоговую аттестацию, получают документ установленного образца о дополнительном профессиональном образовании – удостоверение о повышении квалификации.