

**ОБЩЕСТВО С ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ
«МОСКОВСКАЯ АКАДЕМИЯ БИЗНЕСА И ИНВЕСТИЦИЙ»**



УТВЕРЖДАЮ

Директор

О.Р.Алмазова

« 10 » ноября 2022 г.

**Дополнительная профессиональная программа
(профессиональная переподготовка)**

«Алгоритм управления продажами и их анализ на маркетплейсах»

НОВОСИБИРСК, 2022

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОГРАММЫ

1.1. Цель реализации программы.

Целью реализации программы является совершенствование и получение новых компетенций, необходимых для профессиональной деятельности в сфере управления продажами и их аналитики на маркетплейсах.

1.2. Планируемые результаты обучения

В рамках изучения курса слушатель повышает уровень знаний и умений, представленных в Федеральном государственном образовательном стандарте 38.03.06 «Торговое дело», утвержденным Приказом Министерством науки и высшего образования от 12.08.2020 г. №963, и в профессиональном стандарте «Специалиста в сфере закупок», утвержденном приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 10 сентября 2015 № 625н, а именно:

умения:

- обобщать полученную информацию, цены на товары, работы, услуги, статистически ее обрабатывать и формулировать аналитические выводы;
- использовать вычислительную и иную вспомогательную технику, средства связи и коммуникаций;
- определять связи и зависимости между элементами информации бизнес- анализа;

знания:

- экономические основы и особенности ценообразования на рынке по направлениям;
- основы менеджмента и управления персоналом.

В дополнение к знаниям и умениям, закрепленных в профессиональном стандарте, в результате освоения программы слушатель должен знать:

- современные технологии и подходы в управлении продажами;
- инструментарием ценностно-ориентированного подхода для повышения эффективности в деятельности;
- методики работы с командой;
- основы нормативно-правовой и финансовой грамотности в сфере;
- современные инструменты для развития, поддержания имиджа, внешних коммуникаций;
- работа с основными современными инструментами торговли.

Уметь:

- разрабатывать проекты;
- применять инструменты электронных коммуникаций в работе;
- исследовать целевые аудитории, выявлять потребности;
- проектировать выход товара на электронный рынок.

1.3. Категория слушателей

К освоению дополнительных профессиональных программ профессиональной подготовки допускаются лица, имеющие среднее профессиональное и (или) высшее образование.

1.4. Трудоемкость обучения

Объем программы профессиональной переподготовки – 252 академических часа.

1.5. Форма обучения

Заочная с применением дистанционных образовательных технологий

2. СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

2.1. Учебный план программы программы профессиональной переподготовки «Алгоритм управления продажами и их анализ на маркетплейсах»

№	Наименование разделов, дисциплин	Общая трудоем кость, ч	Всег о ауд., ч	Занятия, ч		Внеаудитор ные зан., ч
				Лекции	Практические и семинарские занятия	Индивидуал ьная внеаудиторн ая работа с преподавате лем
1	2	3	4	5	6	7
1.	Основы предпринимательской деятельности	16	16	6	10	0
2.	Стандартизация и сертификация продукции. Основы права интеллектуальной собственности	28	20	10	10	8
3.	Эффективные методы и инструменты выбора бизнес-ниши	24	20	8	12	4
4.	Аналитика: анализ ниш и конкурентов	28	16	8	8	12
5.	Методики работы с поставщиками	24	20	4	16	4
6.	Особенности бизнеса с Китаем	18	10	4	6	8
7.	Технологии продаж и продвижения товара на маркетплейсах (на примере «Вайлдберриз», «Озон»)	70	60	36	24	10
8.	Маркетплейсы и реклама	18	12	4	8	6
9.	SEO оптимизация и аналитика собственных продаж. Стратегия больших продаж	12	8	4	4	4
10.	Работа с командой и масштабирование бизнеса	12	8	4	4	4
11.	Итоговая аттестация	2	2	0	2	0
	Итого:	252	192	88	104	60

2.2. Календарный учебный график

Календарный график обучения является примерным, составляется и утверждается для каждой группы. Срок освоения программы – 7 недель. Примерный режим занятий: 6-8 академических часов в день. Промежуточная и итоговые аттестации проводятся согласно графику.

	Неделя обучения	ИТОГО часов	1 неделя	2 неделя	3 неделя	4 неделя	5 неделя	6 неделя	7 неделя
	Наименование дисциплин								
1.	Основы предпринимательской деятельности	16	16						
2.	Стандартизация и сертификация продукции. Основы права интеллектуальной собственности	28	24	4					
3.	Эффективные методы и инструменты выбора бизнес-ниши	24		24					
4.	Аналитика: анализ ниш и конкурентов	28		12	16				
5.	Методики работы с поставщиками	24			24				
6.	Особенности бизнеса с Китаем	18				18			
7.	Технологии продаж и продвижения товара на маркетплейсах (на примере «Вайлдберриз», «Озон»)	70				22	40	8	
8.	Маркетплейсы и реклама	18						18	
9.	SEO оптимизация и аналитика собственных продаж. Стратегия больших продаж	12						4	8
10.	Работа с командой и масштабирование бизнеса	12							12
11.	Итоговая аттестация	2							2
12.	Всего часов	252							

2.3. Организационно-педагогические условия

Программа профессиональной переподготовки строится с учетом практической направленности и включает в себя изучение успешной практики в России. Основные дидактические принципы программы обучения в рамках курса:

- Принцип соответствия интересам слушателя, требованиям к целям, задачам и содержанию профессиональной программы профессиональной переподготовки;
- Принцип компетентностного подхода в обучении формирование и развитие профессиональной и методологических компетенций в процессе обучения;
- Принцип дифференциации и индивидуализации обучения максимальное удовлетворение групповых и индивидуальных запросов слушателей;
- Принцип деятельности погружение слушателей в учебную деятельность, в том числе, и с использованием элементов геймификации;
- Принцип непрерывности мотивирования к самообразованию.

В процессе реализации программы используются различные методы и формы обучения: лекции, практические занятия, тестирование. Техническое обеспечение реализации программы: компьютеры, образовательная платформа, мультимедиа проекторы, современные учебно-методические комплексы.

2.4. Формы аттестации

Итоговая аттестация проходит в форме тестирования.

3. ОЦЕНКА КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ

3.1. Общее положение

Оценка качества освоения дополнительных профессиональных программ проводится в отношении соответствия результатов освоения программы профессиональной переподготовки заявленным целям и планируемым результатам обучения.

В структуре дополнительной профессиональной программы профессиональной переподготовки оценка качества освоения программы включает итоговую аттестацию обучающихся в форме тестирования.

3.2. Оценочные материалы

1. Какой схемы продаж на wildberries не существует?
 - а) FBO
 - б) FBS
 - в) DBO
 - г) DBS
2. Сколько стоит обратная логистика при возврате товара с ПВЗ?
 - а) 36р
 - б) 55р в)
 - 33р г)
 - 25р
3. Отказное письмо - это:
 - а) национальная система маркировки товаров для их отслеживания от производителя (импортёра) до потребителя

б) документ, который подтверждает, что конкретная продукция не подлежит обязательной сертификации и декларированию

в) классификатор товаров, применяемый таможенными органами и участниками внешнеэкономической деятельности в целях проведения таможенных операций

4. Какие товары принесут постоянный доход:

а) хайповые товары

б) сезонные товары

в) товары постоянного спроса

5. В Сезонную нишу нужно заходить:

а) непосредственно перед

сезоном б) за 3-4 месяца до пика

продаж в) за 1-2 месяца до пика

продаж

6. Тестовую партию отгружают в количестве:

а) до 100шт

б) от 100 до 200шт

в) около 500шт

7. Стоимость доставки из Китая зависит:

а) от веса товара

б) от срока доставки

8. Каких типов поставок не бывает?

а) моно коробка

б) микс коробка

в) суперсейф

г) суперкороб

9. Напишите минимум 4 способа, как/где найти поставщика товара? (ответ текстовый)

10. Какие показатели (расходы) нужно учитывать при ценообразовании товара? (ответ текстовый)

11. Что такое КДВ и когда применяется? (ответ текстовый)

12. Объясните разницу между органическим и агрессивным продвижением? (ответ текстовый)

13. Для продвижения товара мы самовыкупили товар (вешалки-плечики) на 68 000 рублей, в количестве 185 штук за неделю. Необходимо рассчитать, сколько вернется на р/с, учитывая, что налог составил 7%. Приведете пример расчета. (развернутый ответ)

14. Пропишите по пунктам, как настраивается реклама в разделе "карточка товара" через внутреннюю рекламу Wildberries. (развернутый ответ)

15. Пропишите по пунктам, как настроить рекламу по поиску через Wildberries. (развернутый ответ)

16. Рассчитайте, какую необходимо установить скидку на терку для ног, если цена до скидки 2206, а итоговая цена была для покупателя 375(цена не получится равной). (развернутый ответ)

Задача #1. Рассчитайте расходы на 1 единицу товара, учитывая, что на материал потрачено 3000, на маркировку 1000, логистику до ВБ 1000.(для расчета необходимо использовать данные из задачи #2).

Задача #2. На основе полученных данных из задачи #1, рассчитайте себестоимость на одну единицу товара и чистую прибыль на партию. Учитывая, что цена закупки товара "X" 70, количество закупленных штук 2000, логистика до вашего склада 0 рублей. Процент комиссии ВБ 10. Базовая стоимость логистики 30. Хранение 0.04. Стоимость товара на ВБ для покупателя 190. (обязательно прикрепить таблицу Юнит экономики с расчетом). Процент выкупа 100%

Задача #3. Скоро стартует акция к 8 марта, ВБ зафиксировал цену в 259 р, в дни акции требуется снизить цену до 230 р. В случае участия в акции комиссия будет снижена на 5%, а в случае отказа - увеличена на 10%. Базовый процент комиссии ВБ 10%. Посчитайте выгодно ли участвовать в акции?

4. СОСТАВИТЕЛИ ПРОГРАММЫ

Составители:

О.Р.Алмазова – предприниматель, директор ООО «Московская академия бизнеса и инвестиций»;

Д.Г.Маликов – предприниматель, директор АНО ПО «Новоколледж».

5. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИХ МАТЕРИАЛОВ

1. Нормативно-правовые основы деятельности торговли и предпринимательства <http://base.garant.ru/10105879/5/>
2. Кокрум, Дж. Интернет-маркетинг. Лучшие бесплатные инструменты / Дж. Кокрум. - М.: Манн, Иванов и Фербер, 2022. - 245 с.
3. Просветов, Г. И. Управление продажами. Задачи и решения / Г.И. Просветов. - М.: Альфа-пресс, 2022. - 280 с.
4. Соловьев, Д. Интернет-магазин без правил / Д. Соловьев, А. Писарев. - М.: Питер, 2022. - 812 с.
5. Управление закупками и поставками. Учебник / М. Линдерс и др. - М.: Юнити-Дана, 2022. - 752 с.
6. Халлиган, Брайан Маркетинг в Интернете. Как привлечь клиентов с помощью Google, социальных сетей и блогов / Брайан Халлиган. - М.: Диалектика / Вильямс, 2022. - 647 с.