

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования «Марийский государственный университет»



УТВЕРЖДАЮ  
Проректор по учебной работе  
Э.М. Воронцова

2022г.

**Дополнительная профессиональная программа профессиональной переподготовки**

**Менеджер маркетплейсов**

## 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОГРАММЫ

### 1.1. Нормативно-правовые основания разработки программы

Программа разработана на основе профессионального стандарта 08.035 Маркетолог, утвержденного приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 4 июня 2018 года N 366н.

**1.2. Цель реализации программы** – формирование профессиональных компетенции, необходимых для выполнения нового вида деятельности в области в сфере экономики и финансы:

- разработки, внедрения и совершенствования системы распределения и сбытовой политики на маркетплейсах.

### 1.3. Характеристика нового вида профессиональной деятельности, новой квалификации

а) Область профессиональной деятельности - экономика и финансы / коммерция

б) Объекты профессиональной деятельности  
основы менеджмента, маркетинг, маркетинговые исследования, каналы распределения, маркетплейсы WILDBERRIES и OZON

в) Виды профессиональной деятельности  
*Разработка, внедрение и совершенствование системы распределения (дистрибуции) и сбытовой политики на маркетплейсах.*

г) Выпускник, освоивший программу профессиональной переподготовки, готов решать следующие профессиональные задачи в соответствии с видом профессиональной деятельности, на которые ориентирована программа

1. Работать с информацией и базами данных по системе распределения на маркетплейсе.
2. Выполнять маркетинговые действия по выбору каналов распределения (дистрибуции) на маркетплейсе.
3. Создавать каналы распределения (дистрибуции) в организации для эффективного распределения товаров и масштабирования бизнеса на маркетплейсе.
4. Оценивать результативность каналов распределения (дистрибуции) на маркетплейсе.
5. Проводить оценку сбытовой политики организации на маркетплейсе.
6. Управлять продажами товаров и услуг на маркетплейсе.

д) Достижение 6 уровня квалификации в соответствии с профессиональным стандартом 08.035 Маркетолог, утвержденного приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 4 июня 2018 года N 366н. (ОТФ 3.1).

### 1.4 Трудоемкость обучения

Срок освоения программы составляет 256 часов.

**1.5 Форма обучения** – очно-заочная с применением дистанционных образовательных технологий.

**1.6 Требования к слушателям (категории слушателей)** – лица, имеющие среднее профессиональное или высшее образование.

**1.7 Выдаваемый документ по результатам освоения программы** – диплом о профессиональной переподготовке установленного образца.

## 2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ

По результатам освоения программы выпускник должен освоить профессиональные компетенции и проявить планируемые результаты обучения:

### Результаты освоения образовательной программы

Вид деятельности	Профессиональные компетенции	Знания	Умения	Практический опыт
ВД 1 Разработка, внедрение и совершенствование системы распределения (дистрибуции) и сбытовой политики на маркетплейсе	ПК-1 Способность формировать средства и каналы распределения (дистрибуции) для взаимодействия с поставщиками, инвесторами и иными партнерами организации на маркетплейсах.	Методы проведения маркетинговых исследований в области распределения (дистрибуции) и продаж на маркетплейсе	Работать с информацией и базами данных по системе распределения товаров на маркетплейсах  Выполнять маркетинговые действия по выбору каналов распределения (дистрибуции) на маркетплейсе	Умение выбирать каналы распределения маркетинговой информации о товарах внутри маркетплейса и использовать внешние системы распространения маркетинговой информации
	ПК-2 Способность разрабатывать комплексную систему распределения (дистрибуции) на маркетплейсе.	Подходы к формированию сбытовой политики на маркетплейсе	Создавать каналы распределения (дистрибуции) на маркетплейсе	Создавать рекламные кампании и иные мероприятия по продвижению товаров организации внутри маркетплейса, использовать инструменты по привлечению внешнего трафика на маркетплейс
	ПК-3 Способность разрабатывать сбытовую политику организации на маркетплейсе.		Оценивать результативность каналов распределения (дистрибуции) на маркетплейсе Управлять продажами товаров и услуг на маркетплейсе	Проводить оценку эффективности проведения маркетинговых мероприятий по продаже конкретных товаров на маркетплейсе. Администрировать личный кабинет поставщика на маркетплейсе.
	ПК-4 Способность совершенствовать систему распределения (дистрибуции) на маркетплейсе.	Законодательство Российской Федерации и международное право в области маркетинговой деятельности, стандарты и этические принципы, регулирующие сбытовую деятельность на маркетплейсе	Проводить оценку сбытовой политики организации на маркетплейсе учётом норм права РФ	Оценивать результативность продаж товаров на маркетплейсе, проводить анализ и оценку соответствия продаваемых товаров требованиям российского законодательства к продажам товаров подобного уровня и назначения в интернет-пространстве

### 3. СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

#### 3.1 Учебный план

**Учебный план**  
дополнительной профессиональной программы  
профессиональной переподготовки  
**Менеджер маркетплейсов**

№	Наименование дисциплины (модуля)	Общая трудоемкость, час.	По учебному плану с использованием дистанционных образовательных технологий, час.						СРС, час.	Текущий контроль <sup>2</sup>	Промежуточная аттестация <sup>3</sup>
			Аудиторные занятия, час.			Дистанционные занятия, час. <sup>1</sup>					
			всего	из них		всего	из них				
				лекции	практические занятия, семинары, лабораторные работы		лекции	практические занятия, семинары, лабораторные работы			
1	2	3	4	6	7	8	10	11	12	13	
1.	Основы и формы работы на российских маркетплейсах.	28	2	2		12	2	10	14	Тест	Зачет
2.	Нормативно-правовое обеспечение работы на маркетплейсе в РФ.	26	2	2		8	2	6	16	Тест	Зачет
3.	Аналитика на маркетплейсах. Внутренняя аналитика. Внешние сервисы аналитики.	46	2	2		22	4	18	22	Практическое задание	Экзамен
4.	Стратегия продвижения товаров на маркетплейсах. Сбытовая политика поставщика.	46	2	2		22	2	20	20	Практическое задание	Экзамен
5.	Администрирование личного кабинета поставщика. Создание карточек товаров, поставки, логистика и складское хранение товаров.	42	4	4		18	2	16	20	Практическое задание	Диф. зачет
6.	Финансовая модель бизнеса на маркетплейсе. Юнит-экономика.	28	2	2		10	2	8	16	Практическое задание	Диф. зачет
7.	Трудоустройство на должность менеджера маркетплейса	26	2	2		8		8	16	Практическое задание	Диф. зачет
8.	Стажировка	10				10		10			Диф. зачет
9.	Итоговая аттестация	6	6		6	0		0	0		Защита проекта
10	ИТОГО	256	22	16	6	110	14	96	124		