

ОБЩЕСТВО С ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ
«СОЮЗ ЭНЕРГЕТИКОВ ПОВОЛЖЬЯ»

УТВЕРЖДЕНО

Педагогическим советом
(протокол от «05» марта 2024 г.
№ 04/2024)

УТВЕРЖДАЮ

Генеральный директор
ООО «Союз Энергетиков
Поволжья»

_____ Е.А. Грязина

**ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ
ПРОГРАММА – ПРОГРАММА ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ
«Специалист по работе с маркетплейсами»**

Тольятти, 2024

Разработчик(и) (составитель(и)):

1. Лыткин А.И., заместитель генерального директора по научной деятельности, ООО «Союз Энергетиков Поволжья»

2. Капарова А.В., методолог, автономная некоммерческая организация «Центр опережающей профессиональной переподготовки Самарской области»

Программа согласована (работодатель-партнер)

_____ / ИП Кудряшова О.С. (ОГРНИП: 3322554300046237)

(подпись) МП

СОДЕРЖАНИЕ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОГРАММЫ.....	
1.1 Общие положения	
1.2 Цель освоения и характеристика новой квалификации	
1.3 Планируемые результаты обучения.....	
1.4 Учебно-тематический план	
1.5 Календарный учебный график.....	
1.6 Рабочие программы дисциплин (модулей, разделов)	
1.7 Организационно-педагогические условия	
1.8 Формы аттестации.....	
2 ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ.....	
2.1 Текущий контроль.....	
2.2 Промежуточная аттестация.....	
2.3 Итоговая аттестация	

1. ОБЩИЕ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОГРАММЫ

1.1. Общие положения

1.1.1. Нормативные правовые основания разработки программы

Нормативные правовые основания для разработки дополнительной профессиональной программы – программы повышения квалификации «Специалист по работе с маркетплейсами» (далее – программа) составляют:

- Федеральный закон от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;
- Приказ Министерства образования и науки Российской Федерации от 1 июля 2013 г. № 499 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным профессиональным программам» (зарегистрирован в Министерстве юстиции Российской Федерации 20 августа 2013 г., регистрационный № 29444);
- Приказ Министерства труда и социальной защиты РФ от 4 августа 2014 г. № 515 «Об утверждении методических рекомендаций по перечню рекомендуемых видов трудовой и профессиональной деятельности инвалидов с учетом нарушенных функций и ограничений их жизнедеятельности»
- профессиональный стандарт «Специалист по интернет-маркетингу» (утвержден приказом Минтруда России от 19.02.2019 №95н);
- Приказ Министерства труда и социальной защиты РФ от 19 февраля 2019 г. № 95н "Об утверждении профессионального стандарта "Специалист по интернет-маркетингу";
- Приказ Минобрнауки России от 12.05.2014 N 510 (Зарегистрировано в Минюсте России 26 июня 2014 г. N 32859).

Программа разработана на основе установленных квалификационных требований по должностям Специалист по интернет-маркетингу Интернет-маркетолог, указанных в профессиональном стандарте «Специалист по интернет-маркетингу» (утвержден приказом Минтруда России от 19.02.2019 №95н).

Программа разработана на основе требований федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования 42.02.01 «Реклама» (Приказ Минобрнауки России от 12.05.2014 N 510 (Зарегистрировано в Минюсте России 26 июня 2014 г. N 32859) к результатам освоения образовательных программ.

1.1.2. Требования к слушателям

а) категория слушателей:

- граждане в возрасте 50 лет и старше, граждане предпенсионного возраста;
- граждане, фактически осуществляющие уход за ребенком и находящиеся в отпуске по уходу за ребенком до достижения им возраста 3 лет;
- женщины, не состоящие в трудовых отношениях и имеющие детей дошкольного возраста в возрасте от 0 до 7 лет включительно;
- инвалиды;
- граждане, обратившиеся в органы службы занятости в целях поиска работы;
- безработные граждане, зарегистрированные в органах службы занятости;
- работники, находящиеся под риском увольнения, включая введение режима неполного рабочего времени, простой, временную приостановку работ, предоставление отпусков без сохранения заработной платы, проведение мероприятий по высвобождению работников;
- граждане Украины и лица без гражданства, постоянно проживающие на территории Украины, которые получили удостоверение беженца или

свидетельство о предоставлении временного убежища на территории Российской Федерации;

- ветераны боевых действий, принимавшие участие (содействовавшие выполнению задач) в специальной военной операции на территориях Донецкой Народной Республики, Луганской Народной Республики и Украины с 24 февраля 2022 г., на территориях Запорожской области и Херсонской области с 30 сентября 2022 г., уволенные с военной службы (службы, работы);
- лица, принимавшие в соответствии с решениями органов публичной власти Донецкой Народной Республики, Луганской Народной Республики участие в боевых действиях в составе Вооруженных Сил Донецкой Народной Республики, Народной милиции Луганской Народной Республики, воинских формирований и органов Донецкой Народной Республики и Луганской Народной Республики начиная с 11 мая 2014 г.;
- члены семей лиц, погибших (умерших) при выполнении задач в ходе специальной военной операции (боевых действий), члены семей лиц, умерших после увольнения с военной службы (службы, работы), если смерть таких лиц наступила вследствие увечья (ранения, травмы, контузии) или заболевания, полученного ими при выполнении задач в ходе специальной военной операции (боевых действий);
- молодежь в возрасте до 35 лет включительно, относящаяся к категориям: граждан, которые со дня окончания военной службы по призыву не являются занятыми в соответствии с законодательством о занятости населения в течение 4 месяцев и более; граждан, не имеющих среднего профессионального образования, высшего образования и не обучающихся по образовательным программам среднего профессионального или высшего образования (в случае обучения по основным программам профессионального обучения); граждан, которые со дня выдачи им документа об образовании и (или) о квалификации не являются занятыми в соответствии с законодательством о занятости населения в течение 4 месяцев

и более; граждан, находящихся под риском увольнения (планируемых к увольнению в связи с ликвидацией организации либо прекращением деятельности индивидуальным предпринимателем, сокращением численности или штата работников организации, индивидуального предпринимателя и возможным расторжением трудовых договоров); граждан, завершающих обучение по образовательным программам среднего профессионального или высшего образования в текущем календарном году (за исключением получивших грант на обучение или обучающихся по договорам о целевом обучении), обратившихся в органы службы занятости, для которых отсутствует подходящая работа по получаемой профессии (специальности).

б) требования к уровню профессионального образования: минимальный уровень образования – среднее профессиональное образование.

1.1.3. Особенности адаптации образовательной программы для лиц с ограниченными возможностями здоровья

Разработка адаптированной образовательной программы для лиц с ОВЗ и/или инвалидностью или обновление уже существующей образовательной программы определяются индивидуальной программой реабилитации инвалида (при наличии), рекомендациями заключения ПМПК (при наличии) и осуществляются по заявлению слушателя (законного представителя).

1.1.4. Форма обучения: очная или очная с применением дистанционных образовательных технологий.

1.1.5. Трудоемкость освоения: 144 академических часа, включая все виды контактной и самостоятельной работы слушателя.

1.1.6. Период освоения: 75 календарных дней.

1.1.7. Форма документа, выдаваемого по результатам освоения программы: лицам, успешно освоившим дополнительную

профессиональную программу и прошедшим итоговую аттестацию, выдается удостоверение о повышении квалификации установленного образца.

1.2. Цель освоения

Целью освоения программы являются совершенствование и (или) получение новой(ых) компетенции(ий), необходимой(ых) для профессиональной деятельности, и (или) повышение профессионального уровня в рамках имеющейся квалификации в области профессиональной деятельности.

1.3. Планируемые результаты обучения

Таблица 1 – Планируемые результаты обучения

Код и наименование компетенции	Показатели освоения компетенции		
	Знания	Умения	Знания
ПК 1. Проведение подготовительных работ для поискового продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	31.1.1 Виды поисковых запросов пользователей в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	У1.1.1. Использовать программные средства и платформы для подбора и анализа ключевых слов и словосочетаний	В1.1.1. Первичное составление списка ключевых слов и словосочетаний, отражающих специфику веб-сайта
	31.1.2. Программные средства и платформы для подбора ключевых слов и словосочетаний, отражающих специфику веб-сайта 31.1.3. Инструменты сбора и анализа поисковых запросов	У1.1.2. Анализировать полученный список ключевых слов и словосочетаний с точки зрения соответствия техническому заданию У1.1.3. Оформлять список ключевых слов	В1.1.2. Расширение и изменение списка ключевых слов, отражающих специфику веб-сайта В1.1.3. Оценка подобранных словосочетаний с точки зрения их соответствия тематике веб-сайта
	31.2.1. Особенности функционирования поисковых систем	У1.2.1. Размещать текстовую и графическую информацию на страницах вебсайта	В1.2.1. Размещение текстов на веб-сайте с учетом факторов внутренней поисковой оптимизации
	31.2.2. Правила формирования основных тегов (заголовок страницы, ключевые слова страницы, описание страницы)	У1.2.2. Работать с графическим и текстовым редактором	
ПК 2 Проведение подготовительных работ для контекстно-медийного продвижения в информационно-телекоммуникационной сети Интернет"	32.1.1. Основы контекстно-медийной рекламы в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	У2.1.1. Использовать системы размещения контекстно-медийной рекламы	В2.1.1. Подбор ключевых слов и словосочетаний для показа контекстно-медийных объявлений
	32.1.2. Виды поисковых запросов пользователей в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	У2.1.2. Составлять рекламные объявления, привлекательные для целевой аудитории продвигаемого веб-сайта	В2.1.2. Оценка подобранных ключевых слов и словосочетаний с точки зрения их соответствия тематике рекламируемого веб-сайта
	32.1.3. Программные средства и платформы для подбора ключевых словосочетаний, отражающих специфику веб-сайта	У2.1.3. Анализировать рекламные объявления на соответствие выданному техническому заданию	В2.1.3. Составление текстов рекламных объявлений в контекстно-медийной сети
	32.1.4. Инструменты поиска веб-сайтов		

Код и наименование компетенции	Показатели освоения компетенции		
	Знания	Умения	Знания
	<p>конкурентов</p> <p>32.1.5. Инструменты мониторинга и сбора поисковых запросов веб-сайтов конкурентов</p>		
ПК 3 Реализация стратегии поискового продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	<p>33.1.1. Правила формирования основных тегов (заголовок страницы, ключевые слова страницы, описание страницы)</p>	<p>У3.1.1. Выявлять особенности эргономичности (юзабилити) веб-сайтов конкурентов, влияющие на занимаемые ими позиции в выдаче поисковой машины</p>	<p>В 3.1.1. Проведение аудита визуально-эстетического решения аудируемого вебсайта</p>
	<p>33.1.2. Основы копирайтинга и веб-рейтинга</p>		
	<p>3.2.1. Основы оптимизации веб-сайта под требования современных поисковых машин</p>	<p>У 3.2.1. Составлять список ключевых слов и словосочетаний для анализа поисковой выдачи</p> <p>В 3.2.2. Анализировать собранную информацию и принимать решение о порядке работы с веб-сайтом с целью оптимизации по требованиям поисковой машины</p>	<p>В 3.2.1. Анализ поисковой выдачи</p> <p>В 3.2.2. Анализ веб-сайтов конкурентов из поисковой выдачи</p> <p>В 3.2.3. Анализ поведения пользователей при поиске необходимой информации в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"</p>
<p>33.3.1. Правила создания и корректировки текстового материала для веб-сайта (правила веб-рейтинга)</p> <p>33.3.2. Методы обработки текстовой информации</p>	<p>У 3.3.1. Составлять список ключевых слов и словосочетаний, необходимых для оптимизации веб-сайта под требования поисковых машин</p> <p>У 3.3.2. Анализировать релевантность составленного списка ключевых слов и словосочетаний тематике оптимизируемого веб-сайта</p> <p>У 3.3.3. Анализировать список ключевых</p>	<p>В 3.3.1. Проверка и корректировка списка ключевых слов и словосочетаний, используемых при поисковом продвижении</p>	

Код и наименование компетенции	Показатели освоения компетенции		
	Знания	Умения	Знания
		слов и словосочетаний на соответствие техническому заданию	
<p>3 3.4.1. Правила реферирования, аннотирования и редактирования текстов</p> <p>3 3.4.2. Методы обработки текстовой и графической информации</p> <p>3 3.4.3. Основы копирайтинга</p>	<p>У 3.4.1. Составлять технические задания для составителей текстов</p> <p>У 3.4.2. Проверять результаты выполнения на соответствие выданному техническому заданию</p> <p>У 3.4.3. Формулировать замечания к результатам выполнения задания и контролировать устранение выявленных недочетов</p>	<p>В3.4.1. Составление технических заданий для написания текстов, размещаемых на веб-сайте</p> <p>В 3.4.2. Оценка и корректировка выполненных заданий</p>	
<p>33.4.1. Правила и методы написания конверсионных текстов</p> <p>33.4.2. Особенности поведения пользователей в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", использующих различные устройства для выхода в сеть</p> <p>33.4.3. Показатели популярности веб-сайтов, используемые поисковыми машинами для индексации веб-ресурсов</p>	<p>У3.4.1. Использовать профессиональные инструменты для анализа поведения посетителей веб-сайта</p> <p>3.3.4.2. Оценивать поведение посетителей продвигаемого веб-сайта</p> <p>У3.4.3. Использовать профессиональные инструменты для анализа поведения пользователей в поисковой выдаче</p>	<p>В3.4.1. Анализ поведения посетителей веб-сайта</p>	
33.5.1. Основы веб-аналитики	<p>У3.5.1. Анализировать поисковый трафик на веб-сайт</p> <p>У3.5.2. Рассчитывать показатели конверсии трафика</p> <p>У3.5.3. Анализировать качественные и количественные характеристики трафика на веб-сайт</p>	<p>В3.5.1. Сбор статистических и аналитических данных</p> <p>В3.5.2. Составление отчетов по результатам работы</p>	

Код и наименование компетенции	Показатели освоения компетенции		
	Знания	Умения	Знания
ПК 4 Реализация контекстно-медийной стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	34.1.1. Основы рекламы 4.1.2. Основы маркетинга	У4.1.1. Составлять стратегии возвращения пользователей на веб-сайт У4.1.2. Определять территорию показа объявлений	В4.1.1. Подбор территории показа объявлений
	34.2.1. Методы обработки текстовой информации 34.2.2. Основы копирайтинга 34.2.3. Правила реферирования, аннотирования и редактирования текстов 34.2.4. Правила создания и корректировки текстового материала для веб-сайта (правила веб-рейтинга)	У4.2.1. Составлять технические задания для специалистов по написанию текстов У4.2.2. Составлять технические задания на разработку медийного контента У4.2.3. Проверять результаты выполнения на соответствие выданному техническому заданию У4.2.4. Формулировать замечания к результатам выполнения задания и контролировать устранение выявленных недочетов	В4.2.1. Составление технических заданий по написанию и редактированию текстов для рекламируемых страниц веб-сайта В4.2.2. Составление технических заданий дизайнеру по подготовке медийного контента для объявлений
	34.3.1. Основы веб-аналитики	У4.3.1. Рассчитывать и интерпретировать количественные и качественные показатели эффективности контекстно-медийной рекламной кампании У4.3.2. Анализировать трафик на веб-сайт У4.3.3. Составлять аналитические записки по проведенной контекстно-медийной рекламной кампании	В4.3.1. Анализ показателей эффективности проведения контекстно-медийной рекламной кампании В4.3.2. Составление отчетов по результатам работы
	3 5.1.1. Основы веб-дизайна	У 5.1.1. Выявлять маркетинговые преимущества веб-сайтов конкурентов	В 5.1.1. Анализ готовности веб-сайта к медийным кампаниям и составление аналитической записки В 5.1.2. Анализ веб-сайтов конкурентов, использующих медийную рекламу для своего продвижения

Код и наименование компетенции	Показатели освоения компетенции		
	Знания	Умения	Знания
	<p>35.2.1. Основы рекламы и маркетинга</p> <p>35.2.2. Типы и форматы информации, используемые в контекстно-медийных системах</p> <p>35.2.3. Особенности поведения пользователей информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" в зависимости от географического расположения и времени суток</p>	<p>У5.2.1. Составлять стратегии возвращения пользователей на веб-сайт</p> <p>аналитические записки по проведенной рекламной кампании</p>	<p>В5.2.1. Составление плана медиапродвижения</p> <p>В6.1.1.2. Разработка стратегии таргетирования показа рекламных баннеров</p> <p>В5.2.2. Размещение медийных баннеров на площадках</p>
	<p>35.3.1. Методы обработки текстовой и графической информации</p>	<p>У5.3.1. Составлять технические задания для специалистов по написанию текстов</p> <p>У 5.3.2. Составлять технические задания на разработку медийного контента</p>	<p>В 5.3.1. Составление технических заданий по составлению и редактированию текстов для рекламируемых страниц веб-сайта</p> <p>В 5.3.2. Составление технических заданий дизайнеру по подготовке медийного контента</p>
	<p>3 5.4.1. Основы веб-аналитики</p>	<p>У 5.4.1. Рассчитывать и интерпретировать количественные и качественные показатели эффективности медийной рекламной кампании</p> <p>У 5.4.2. Составлять аналитические записки по проведенной рекламной кампании</p>	<p>В 5.4.1. Анализ показателей эффективности проведения медийной кампании</p> <p>В 5.4.2. Составление отчетов по результатам проведения медийной рекламной кампании</p>
ПК 6 Реализация стратегии социального продвижения в	<p>3 6.1.1. Основы маркетинга</p> <p>36.1.2. Состав и особенности комплекса маркетинговых мероприятий при работах с</p>	<p>У 6.1.1. Выявлять особенности эргономичности (юзабилити) веб-сайтов конкурентов, влияющие на конверсию</p>	<p>В6.1.1. Анализ и мониторинг информационного поля бренда, личности, организации</p>

Код и наименование компетенции	Показатели освоения компетенции		
	Знания	Умения	Знания
информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	социальными сетями Основы управления репутацией бренда, личности, организации	У6.1.2. Выявлять маркетинговые преимущества сетевых сообществ конкурентов	В6.1.2. Поиск и анализ конкурирующих субъектов, присутствующих в социальных медиа
	36.2.1. Основы маркетинга 36.2.2. Основы рекламы 36.2.3. Особенности поведения пользователей современных социальных медиа в зависимости от географического расположения и времени суток	У6.2.1. Сегментировать целевую аудиторию рекламной компании У6.2.2. Производить расчет бюджета на проведение рекламной кампании	В6.2.1. Составление медиаплана проведения рекламной кампании В6.2.2. Разработка стратегии таргетирования показа рекламных объявлений
ПК 7 Проведение исследований в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	37.1.1. Алгоритмы формирования потребительского спроса	У7.1.1. Применять инструменты анализа для определения тенденций изменения спроса	В7.1.1. Анализ тенденции изменения спроса
ПК 8 Разработка стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	38.1.1. Основы эффективной коммуникации	У8.1.1. Обосновывать свою точку зрения У8.1.2. Проводить переговоры У8.1.3. Составлять аналитические записки	В8.1.1. Согласование показателей эффективности и стратегии продвижения с заказчиком В8.1.2. Формирование бюджета на продвижение в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" В8.1.3. Формирование бюджета на продвижение в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Код и наименование компетенции	Показатели освоения компетенции		
	Знания	Умения	Знания
ПК 9 Стратегическое планирование интернет-кампаний	39.1.1. Управление проектами 39.1.2. Основы маркетинга 30.1.3. Основы бюджетирования маркетинговой деятельности	У9.1.1. Бюджетировать реализацию стратегии продвижения У9.1.2. Обосновывать необходимые расходы согласно показателям эффективности продвижения У9.1.3. Вычислять экономический эффект от реализации стратегии продвижения с учетом финансовых возможностей заказчика	В9.1.1. Оценка финансовых возможностей заказчика и экономического эффекта от реализации стратегии продвижения В9.1.2. Определение основных направлений расходования средств согласно разработанной стратегии продвижения В9.1.3. Обоснование расходов с использованием системы показателей эффективности продвижения
	39.2.1. Основы маркетинга 39.2.2. Управление проектами	У9.2.1. Планировать работы по продвижению проекта заказчика в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	В9.2.1. Внесение оперативных изменений в реализацию стратегии продвижения с учетом выявленных причин расхождений

1.4. Учебно-тематический план

Таблица 2 – Учебно-тематический план

Наименование разделов (модулей), тем, видов аттестации	Трудоемкость, ак. час				Наименование разделов (модулей), тем, видов аттестации
	Итого	Л	ПЗ, ЛР	СР	
Раздел 1. Wildberries	72	18	40	14	зачет
Тема 1.1. Создание карточки товара	6	2	4	-	-
Тема 1.2. SEO оптимизация	6	2	3	1	-
Тема 1.3. Ценообразование и участие в акциях	6	2	3	1	-
Тема 1.4. Инфографика на маркетплейсах	10	2	6	2	-
Тема 1.5. Доставка товара, форматы работы с маркетплейсами	6	2	3	1	-
Тема 1.6. Работа с отзывами и вопросами покупателей	6	1	3	2	-
Тема 1.7. Внутренняя реклама на маркетплейсах	6	1	4	1	-
Тема 1.8. Внутренняя аналитика на Wildberries	6	2	4	-	-
Тема 1.9. Финансовая отчетность на Wildberries	6	2	4	-	-
Тема 1.10. Продвижение на маркетплейсах	6	1	3	2	-
Тема 1.11. Анализ ниш и конкурентов	6	1	3	2	-
Промежуточная аттестация	2	-	-	2	зачет
Раздел 2. Как искать клиентов и продать себя дорого	12	2	6	4	зачет
Тема 2.1. Каналы поиска клиентов, ценообразование услуг	5	1	3	1	-
Тема 2.2. Как пройти собеседование и «продать» себя дорого	5	1	3	1	-
Промежуточная аттестация	2			2	зачет
Раздел 3. Ozon	38	10	20	8	зачет
Тема 3.1. Создание карточки товара	6	2	4	-	-

Тема 3.2. Ценообразование на Ozon	6	2	3	1	-
Тема 3.3. Поставка товара, форматы работы с маркетплейсами	6	2	3	1	-
Тема 3.4. Продвижение на Ozon	6	1	3	2	-
Тема 3.5. Аналитические и финансовые отчёты на Ozon	6	2	4	-	-
Тема 3.6. Создание рич-контента на Ozon	6	1	3	2	-
Промежуточная аттестация	2	-	-	2	зачет
Модуль 4. Excel для маркетплейсов	16	4	8	4	зачет
Тема 4.1. ABC анализ, формула ВПР	7	2	4	1	-
Тема 4.2. Вспомогательные инструменты Excel для обработки отчётов	7	2	4	1	-
Промежуточная аттестация	2	-	-	2	зачет
Итоговая аттестация	6	-	6		Выполнение итогового аттестационного задания / защита итоговой аттестационной работы
ИТОГО:	144	34	80	30	

1.6. Рабочая программа

Макет рабочей программы представлен в таблице 4.

Таблица 4

Наименование тем	Виды учебных занятий, ак. час		Содержание
Раздел 1. Wildberries			
Тема 1.1. Создание карточки товара	Л	2	Создание карточки товара ручным способом. Создание карточки через шаблон.
	ПЗ	4	Создание карточки товара ручным способом. Создание карточки через шаблон
	СР	0	-
Тема 1.2. SEO оптимизация	Л	2	SEO оптимизация с использованием инструментов Wildberries. SEO оптимизация с использованием MPSTATS
	ПЗ	3	SEO оптимизация с использованием инструментов Wildberries. SEO оптимизация с использованием MPSTATS
	СР	1	SEO оптимизация с использованием инструментов Wildberries. SEO оптимизация с использованием MPSTATS
Тема 1.3. Ценообразование и участие в акциях	Л	2	Особенности ценообразования на WB. Динамическое ценообразование. Ценообразование и типология покупателей. Себестоимость продукции. Затраты на логистику. Расходы на оплату аренды и др. Формулы и правила расчета цены на Wildberries. Налогообложение. Постановка товара в акции. Расчет эффективности. Основные показатели эффективности: чистый дисконтированный доход (NPV), индекс доходности (PI) и рентабельность возврата инвестиций (ROI).
	ПЗ	3	Применение формул для расчета стоимости товара. Постановка товара в акции. Расчет эффективности.

Наименование тем	Виды учебных занятий, ак. час		Содержание
	СР	1	Рассчитать стоимость товара по формуле. Постановка товара в акции. Расчет эффективности
Тема 1.4. Инфографика на маркетплейсах	Л	2	Инфографика на маркетплейсах: цели, задачи, требования маркетплейса и селлера, современные тенденции. Основные структурные компоненты. Правила компоновки на основе психологии внимания и восприятия.
	ПЗ	6	Классификация ошибок, допущенных в инфорграфике, на основе анализа нескольких интернет-магазинов. Написание технического задания для копирайтера, видеографа, фотографа, дизайнера и пр. специалистам.
	СР	2	Создание инфографики с помощью современных, доступных графических и текстовых редакторов и приложений.
Тема 1.5. Поставка товара, форматы работы с маркетплейсами	Л	2	Система работы по FBO. Система работы по FBS
	ПЗ	3	Работы по FBO. Работы по FBS
	СР	1	Работы по FBO. Работы по FBS
Тема 1.6. Работа с отзывами и вопросами покупателей	Л	1	Работа с обращениями покупателей, комментариями и отзывами, как инструмент продаж, допродаж, управления репутацией. Основы деловой коммуникации. Связь рейтинга товаров и отзывов. Факторы, влияющие на доверие и лояльность потенциального покупателя.
	ПЗ	3	Анализ отзывов и вопросов, классификация отзывов и вопросов, типизация клиентов по их целям и мотивации.
	СР	2	Проработка вариантов ответов на отзывы, комментарии и вопросы покупателей.
Тема 1.7. Внутренняя реклама на маркетплейсах	Л	1	Виды рекламных акций на маркетплейсах, как инструмент стимулирования и поддержания потребительского спроса. Подготовительный этап к запуску акции. Алгоритм запуска рекламных акций. Рекламные инструменты: виды, особенности, эффективность на разных этапах рекламной кампании.

Наименование тем	Виды учебных занятий, ак. час		Содержание
	ПЗ	4	Выбор вида рекламной акции и его обоснование. Осуществление внутренней ревизии, как подготовительной деятельности, пред запуском акции. Выбор рекламных инструментов. Обоснование выбора.
	СР	1	Запуск рекламных акций Оценка эффективности рекламной акции.
Тема 1.8. Внутренняя аналитика на Wildberries	Л	2	Внутренняя аналитика на Wildberries: объекты, цели и задачи, виды внутренней аналитики. Анализ спроса, продаж и финансов на основе данных аналитики маркетплейсов.
	ПЗ	4	Анализ результатов внутренней аналитики. Прогнозирование последствий на основании внутренней аналитики. Составление аналитической записки с рекомендациями по устранению выявленных ошибок и недочетов.
	СР	0	-
Тема 1.9. Финансовая отчётность на Wildberries	Л	2	Финансовая отчётность на Wildberries
	ПЗ	4	Составление финансовой отчётности на Wildberries. Применение шаблонов финансовых таблиц для составления финансовых отчётов на Wildberries
	СР	0	-
Тема 1.10. Продвижение на маркетплейсах.	Л	1	Способы продвижения товара в ТОП: виды, преимущества и недостатки каждого способа. Самовыкупы, как один из способов продвижения товаров на маркетплейсы. Этические и правовые аспекты самовыкупа.
	ПЗ	3	Выбор способа продвижения и обоснование его целесообразности. Организация самовыкупа.
	СР	2	Применение алгоритмов продвижения товара в топ. Оценка эффективности самовыкупа на основании финансовой отчетности.

Наименование тем	Виды учебных занятий, ак. час		Содержание
Тема 1.11. Анализ ниш и конкурентов	Л	1	Факторы, влияющие на выгодность выбранной ниши: специфика, сезонность, конкуренты, популярность. Различные типы товарных сегментов. Точки роста. Сервисы для анализа ниши и ее потенциала. Расширение, корректировка товарной матрицы. Выявление перспективных направлений. Критерии выбора ниши: наивысшая суммарная выручка, растущий тренд, выручка за период 6 мес., низкий средний чек и другие. Сравнительный анализ конкурентов: ценовая политика; количество продавцов, предлагающих аналогичный товар; активность на маркетплейсах; ходовые товары, марки, размеры; успешные поисковые запросы в продвижении товара; эффективно продающие карточки товара; УТП; стратегии и тактики привлечения; мониторинг отзывов и видеообзоров покупателей. Сервисы для анализа конкурентов. Значение анализа конкурентов.
	ПЗ	3	Анализирование категорий товаров по трендам, среднему чеку, покупательской способности и другим параметрам. Расчет степени конкурентности. Анализ конкурентов по чек-листу по выбранной нише, категории товара.
	СР	2	Составление аналитической записки по оценке потенциала выбранной ниши. Составление аналитической записки с выводами и предложениями по оптимизации продаж и адаптации подходов конкурентов для совершенствования своих маркетинговых кампаний.
Промежуточная аттестация	СР	2	Тестирование по темам раздела
Раздел 2. Как искать клиентов и продать себя дорого			

Наименование тем	Виды учебных занятий, ак. час		Содержание
Тема 2.1. Каналы поиска клиентов, ценообразование услуг	Л	1	Каналы поиска клиентов менеджеру по работе с маркетплейсами. Ценообразование услуг менеджера по работе с маркетплейсами.
	ПЗ	3	Анализ площадок по поиску работы и предложений услуг менеджера по работе с маркетплейсами.
	СР	1	Формирование современного, актуального резюме и размещение его на различных онлайн-рекрутинговых платформах.
Тема 2.2. Как пройти собеседование и «продать» себя дорого	Л	1	Собеседование: виды, этапы, особенности. Возможные вопросы и ответы на них.
	ПЗ	3	Проработка ответов на возможные вопросы.
	СР	1	Решение тестовых заданий, возможных на собеседовании для оценки уровня профессиональных компетенций.
Промежуточная аттестация	СР	2	Тестирование по темам раздела
Раздел 3. Ozon			
Тема 3.1. Создание карточки товара			
Тема 3.1. Создание карточки	Л	2	Создание карточки ручным способом и дублированием. Создание карточки через шаблон. Особенности SEO оптимизации.
	ПЗ	4	Создание карточки ручным способом и дублированием. Сбор семантического ядра. Создание карточки через шаблон. Сбор семантического ядра и создание карточки через шаблон по выбранному виду товара.
	СР	0	-
Тема 3.2. Ценообразование на Ozon	Л	2	Факторы, влияющие на ценообразование при продаже на ОЗОН. Себестоимость, наценка, прибыль, расходы на доставку до клиента, комиссии Озон. Цена и конкурентоспособность.

Наименование тем	Виды учебных занятий, ак. час		Содержание
			Формула расчетов оптимальной цены товара. Стратегии ценообразования. Автоматизация ценообразования.
	ПЗ	3	Разбор расчета цены на товар.
	СР	1	Расчет цены на выбранный товар.
Тема 3.3. Поставка товара, форматы работы с маркетплейсами Система работы по FBO	Л	2	Особенности доставки со склада торговой площадки (FBO). Система работы по FBO. Система работы по FBS. Преимущества и недостатки. Правила упаковки и маркировки на Ozon. Паллетирование, сортировка и погрузочные работы. Система единого учета “Мой склад” и “1С” для Ozon.
	ПЗ	3	Демонстрация система работы по FBO. Демонстрация система работы по FBS
	СР	1	Апробация работы в системе FBO на конкретном товаре. Апробация работы в системе FBS на конкретном товаре.
Тема 3.4. Продвижение на Ozon.	Л	1	Рекламные инструменты Ozon. Позиции карточки и способы ее повышения в общем рейтинге платформы. Органическое продвижение. Платная внутренняя реклама. Привлечения внешнего трафика. Комплексный подход. Минимальный бюджет под каждый рекламный инструмент. Вкладки «Реклама» (реклама внутри категории, медийная реклама, продвижение в поиске) и «Продвижение» и механика их настроек. Таргетирование. Скидки, подарки, промокоды, акции, Flash Sale
	ПЗ	3	Выбор рекламного инструмента и обоснование выбора для конкретного товара.
	СР	2	Выбор рекламного инструмента и обоснование выбора для конкретного товара. Расчет эффективности выбранного рекламного инструмента
Тема 3.5. Аналитические и финансовые отчёты на Ozon	Л	2	Цели и задачи аналитики на маркетплейсах. Платные и бесплатные инструменты аналитики в личном кабинете продавца Ozon. SelSup юнит-экономика для Ozon.

Наименование тем	Виды учебных занятий, ак. час		Содержание
	ПЗ	4	Разбор примеров аналитики и финансовой отчетности в личном кабинете продавца.
	СР	-	
Тема 3.6. Создание рич-контента на Ozon	Л	1	Создание Рич контента на Ozon: визуальные эффекты и интерактивные элементы, галереи. Настройка рич контента под разные устройства. Обзор графических, текстовых редакторов и приложений для создания рич-контента. Написание технического задания для дизайнеров, копирайтеров, фотографов, видеографов. Способы и площадки для подрядчиков.
	ПЗ	3	Анализ карточек товаров. Выявление ошибок и недочетов.
	СР	2	Создание рич-контента по выбранному товару.
Промежуточная аттестация	СР	2	Тестирование по темам раздела
Раздел 4. Excel для маркетплейсов			
Тема 4.1. ABC анализ, формула ВПР	Л	2	ABC анализ, формула ВПР. Приемы работы в Excel.
	ПЗ	4	Применение алгоритмов работы с данными. Использование формул и функций Excel для маркетплейсов.
	СР	1	Анализ полученных данных и принятие решение о дальнейших продажах конкретного товара.
Тема 4.2. Вспомогательные инструменты Excel для обработки отчётов	Л	2	Вспомогательные инструменты Excel для обработки отчётов
	ПЗ	4	Применение вспомогательных инструментов Excel для обработки отчётов.
	СР	1	Применение вспомогательных инструментов Excel для обработки отчётов.
Промежуточная аттестация	СР	2	Тестирование по темам раздела

Наименование тем	Виды учебных занятий, ак. час		Содержание
Итоговая аттестация	ПЗ	6	Выполнение итогового аттестационного задания / защита итоговой аттестационной работы
Всего ак. часов		144	

1.7. Организационно-педагогические условия

Реализация программы осуществляется в соответствии с требованиями законодательства Российской Федерации в области образования, нормативными правовыми актами, регламентирующими данное направление деятельности.

1.7.1. Требования к квалификации педагогических кадров

Реализация программы обеспечивается педагогическими работниками, а также лицами, привлекаемыми к реализации программы на иных условиях. Квалификация педагогических работников должна отвечать квалификационным требованиям, указанным в квалификационных справочниках, и (или) профессиональных стандартах (при наличии).

1.7.2. Требования к материально-техническому обеспечению

Материально-техническое обеспечение (далее – МТО) необходимо для проведения всех видов учебных занятий и аттестации, предусмотренных учебным планом по программе, и соответствует действующим санитарным и гигиеническим нормам и правилам.

МТО содержит специальные помещения: учебные аудитории для проведения лекций, практических (семинарских) занятий, лабораторных работ, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы, итоговой аттестации (в соответствии с утвержденным расписанием учебных занятий). Специальные помещения укомплектованы специализированной мебелью, оборудованием, расходными материалами, программным обеспечением, техническими средствами обучения и иными средствами, служащими для представления учебной информации слушателям.

При реализации программы с использованием дистанционных образовательных технологий и (или) электронного обучения образовательная организация обеспечивает функционирование информационно-

образовательной среды, включающей в себя электронные информационные ресурсы, электронные образовательные ресурсы, совокупность информационных технологий, телекоммуникационных технологий, соответствующих технологических средств и обеспечивающую освоение слушателями образовательных программ полностью или частично независимо от места нахождения слушателей: каналы связи, компьютерное оборудование, периферийное оборудование, программное обеспечение.

Код и наименование компетенции	Материально-техническое обеспечение, необходимое для освоения ПК
ПК 1. Проведение подготовительных работ для поискового продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	Персональный компьютер с выходом в интернет; Веб-камера; Микрофон или гарнитура; Акустические колонки; Microsoft Windows; Microsoft Office 2019 или аналог; Специализированное программное обеспечение: Сервис аналитики «MPSTATS»; Сервис аналитики «WBСON: Калькуляторы юнит экономики»; Сервис аналитики «WBСON: Сервис статистики по внешней рекламе»; Yandex GPT 2; ChatGPT (или аналог); Платформы для видео- и аудио конференцсвязи.
ПК 2. Проведение подготовительных работ для контекстно- медийного продвижения в информационно-телекоммуникационной сети Интернет"	Персональный компьютер с выходом в интернет; Веб-камера; Микрофон или гарнитура; Акустические колонки; Microsoft Windows; Microsoft Office 2019 или аналог; Специализированное программное обеспечение: Сервис аналитики «MPSTATS»; Сервис аналитики «WBСON: Калькуляторы юнит экономики»; Сервис аналитики «WBСON: Сервис статистики по внешней рекламе»; Yandex GPT 2; ChatGPT (или аналог); Платформы для видео- и аудио конференцсвязи.
ПК 3. Реализация стратегии поискового продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	Персональный компьютер с выходом в интернет; Веб-камера; Микрофон или гарнитура; Акустические колонки; Microsoft Windows; Microsoft Office 2019 или аналог;

Код и наименование компетенции	Материально-техническое обеспечение, необходимое для освоения ПК
	<p>Специализированное программное обеспечение: Сервис аналитики «MPSTATS»; Сервис аналитики «WBСON: Калькуляторы юнит экономики»; Сервис аналитики «WBСON: Сервис статистики по внешней рекламе»; Yandex GPT 2; ChatGPT (или аналог); Платформы для видео- и аудио конференцсвязи.</p>
<p>ПК 4. Реализация контекстно-медийной стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"</p>	<p>Персональный компьютер с выходом в интернет; Веб-камера; Микрофон или гарнитура; Акустические колонки; Microsoft Windows; Microsoft Office 2019 или аналог; Специализированное программное обеспечение: Сервис аналитики «MPSTATS»; Сервис аналитики «WBСON: Калькуляторы юнит экономики»; Сервис аналитики «WBСON: Сервис статистики по внешней рекламе»; Yandex GPT 2; ChatGPT (или аналог); Платформы для видео- и аудио конференцсвязи.</p>
<p>ПК 5. Реализация медийной стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"</p>	<p>Персональный компьютер с выходом в интернет; Веб-камера; Микрофон или гарнитура; Акустические колонки; Microsoft Windows; Microsoft Office 2019 или аналог; Специализированное программное обеспечение: Сервис аналитики «MPSTATS»; Сервис аналитики «WBСON: Калькуляторы юнит экономики»; Сервис аналитики «WBСON: Сервис статистики по внешней рекламе»; Yandex GPT 2; ChatGPT (или аналог); Платформы для видео- и аудио конференцсвязи.</p>
<p>ПК 6. Реализация стратегии социального продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"</p>	<p>Персональный компьютер с выходом в интернет; Веб-камера; Микрофон или гарнитура; Акустические колонки; Microsoft Windows; Microsoft Office 2019 или аналог; Специализированное программное обеспечение: Сервис аналитики «MPSTATS»; Сервис аналитики «WBСON: Калькуляторы юнит экономики»;</p>

Код и наименование компетенции	Материально-техническое обеспечение, необходимое для освоения ПК
	<p>Сервис аналитики «WBСON: Сервис статистики по внешней рекламе»; Yandex GPT 2; ChatGPT (или аналог); Платформы для видео- и аудио конференцсвязи.</p>
<p>ПК 7. Проведение исследований в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"</p>	<p>Персональный компьютер с выходом в интернет; Веб-камера; Микрофон или гарнитура; Акустические колонки; Microsoft Windows; Microsoft Office 2019 или аналог; Специализированное программное обеспечение: Сервис аналитики «MPSTATS»; Сервис аналитики «WBСON: Калькуляторы юнит экономики»; Сервис аналитики «WBСON: Сервис статистики по внешней рекламе»; Yandex GPT 2; ChatGPT (или аналог); Платформы для видео- и аудио конференцсвязи.</p>
<p>ПК 8 Разработка стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"</p>	<p>Персональный компьютер с выходом в интернет; Веб-камера; Микрофон или гарнитура; Акустические колонки; Microsoft Windows; Microsoft Office 2019 или аналог; Специализированное программное обеспечение: Сервис аналитики «MPSTATS»; Сервис аналитики «WBСON: Калькуляторы юнит экономики»; Сервис аналитики «WBСON: Сервис статистики по внешней рекламе»; Yandex GPT 2; ChatGPT (или аналог); Платформы для видео- и аудио конференцсвязи.</p>
<p>ПК 9. Стратегическое планирование интернет-кампаний</p>	<p>Персональный компьютер с выходом в интернет; Веб-камера; Микрофон или гарнитура; Акустические колонки; Microsoft Windows; Microsoft Office 2019 или аналог; Специализированное программное обеспечение: Сервис аналитики «MPSTATS»; Сервис аналитики «WBСON: Калькуляторы юнит экономики»; Сервис аналитики «WBСON: Сервис статистики по внешней рекламе»; Yandex GPT 2; ChatGPT (или аналог);</p>

Код и наименование компетенции	Материально-техническое обеспечение, необходимое для освоения ПК
	Платформы для видео- и аудио конференцсвязи.

1.7.3. Требования к информационному и учебно-методическому обеспечению

Для реализации программы используются учебно-методическая документация, нормативные правовые акты, нормативная техническая документация, иная документация, учебная литература и иные издания, информационные ресурсы.

Таблица 4 – Учебно-методическая документация, нормативные правовые акты, нормативная техническая документация, иная документация, учебная литература и иные издания, информационные ресурсы

1. Нормативные правовые акты, иная документация	
1.1.	Должностная инструкция специалиста по интернет-маркетингу (интернет-маркетолога) (управление реализацией стратегии интернет-продвижения) (профессиональный стандарт "Специалист по интернет-маркетингу")
1.2.	Федеральный закон о рекламе №347-ФЗ.; ст. 18.1 Закона о рекламе от 1 сентября 2022 г.(о маркировке рекламы)
1.3.	Закон РФ от 07.02.1992 N 2300-1 (ред. от 05.12.2022)". О защите прав потребителей" Статья 12. Ответственность изготовителя (исполнителя, продавца, владельца агрегатора) за ненадлежащую информацию о товаре (работе, услуге)
1.4.	Приказ Минтруда России от 19.02.2019 N 95н "Об утверждении профессионального стандарта "Специалист по интернет-маркетингу" (Зарегистрировано в Минюсте России 16.05.2019 N 54635)
1.5.	Федеральный закон Российской Федерации от 06.04.2011 г. №63-ФЗ, Ст. 5 ФЗ «Об электронной подписи»
1.6.	Федеральный закон Российской Федерации от 27 июля 2006 г. № 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации»
2. Основная литература	
2.1.	Жильцова О.Н. Интернет-маркетинг: учебник для вузов / О. Н. Жильцова [и др.]; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 335 с. — (Высшее образование 2-е изд., пер. и доп. Учебник для вузов)
2.2.	Гавриков А.В. Интернет-маркетинг – настольная книга digital-маркетолога, А. В. Гавриков, М. В. Фёдоров, В. В. Давыдов. Издательство: АСТ, 2019 г. – 352с.
2.3.	Акулич М. В. Интернет-маркетинг: Учебник для бакалавров / М. В. Акулич. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. — 352 с.
3. Дополнительная литература	
3.1.	Мультановская Д. В. Маркетплейсы: как научиться продавать. Wildberries, Ozon и другие, Мультановская Д. В. Издательство: АСТ, 2022 г.
4. Интернет-ресурсы	

4.1.	https://www.garant.ru/
4.2.	https://www.consultant.ru/
5. Электронно-библиотечная система	
5.1.	Электронная библиотечная система «ЮРАЙТ» (https://urait.ru/)

1.7.4. Общие требования к организации учебного процесса

Общие требования к организации учебного процесса определяются локальными нормативными актами образовательной организации.

1.7.5. Сетевая форма обучения

Организация образовательного процесса при реализации Программы в сетевой форме осуществляется с привлечением материально-технических, научно-технических, учебно-методических, организационно-методических, информационно-коммуникационных и иных ресурсов и средств обучения организаций, участвующих в сетевом взаимодействии, а также силами научно-педагогических, педагогических и иных работников этих организаций.

В соответствии с договором о сетевом взаимодействии (№ _____ от «__» _____ 20__ г) в реализации программ участвуют следующие организации:

Таблица 5 – Организация сетевого обучения

№	Наименование организации	Участвует в реализации следующих разделов (модулей), тем	Формы участия

1.8. Формы аттестации

Оценка качества освоения программы осуществляется в форме текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации (при наличии – в соответствии с учебно-тематическим планом и рабочей программой) и итоговой аттестации слушателей.

1.8.1 Текущий контроль успеваемости

В соответствии с учебно-тематическим планом и рабочей программой.

1.8.2. Промежуточная аттестация

В соответствии с учебно-тематическим планом и рабочей программой.

1.8.3. Итоговая аттестация

Освоение программы завершается итоговой аттестацией. Итоговая аттестация проводится на основе принципов объективности и независимости оценки качества подготовки слушателей. Итоговая аттестация является обязательной для слушателей.

Итоговая аттестация проводится в форме выполнения практического аттестационного задания / защиты итоговой аттестационной работы.

К итоговой аттестации допускаются слушатели, не имеющие академической задолженности и в полном объеме выполнившие учебно-тематический план программы. Порядок прохождения итоговой аттестации определяется локальными нормативными образовательной организации.

2. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

Оценочные материалы обеспечивают проверку достижения планируемых результатов обучения по программе и используются в процедуре текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации (при наличии) и итоговой аттестации.

2.1. Текущий контроль

Текущий контроль знаний проводится в формах, предусмотренных учебным планом.

Текущий контроль успеваемости осуществляется педагогическим работником, реализующим образовательную программу.

Текущий контроль осуществляется по темам в соответствии с тематическим планированием рабочей программы, с учетом требований и содержания образовательной программы.

Текущий контроль осуществляется в форме:

- Выполнения письменной практической работы;
- Устного ответа, в том числе в форме проведения опроса слушателей, работы на семинаре, защиты проекта, реферата, творческой работы, презентационных материалов.

По итогам проведения текущего контроля успеваемости слушателям предоставляются развернутые комментарии по итогу проверки текущих работ.

2.2. Промежуточная аттестация

Освоение программы, в том числе отдельной ее части (раздела), может сопровождаться промежуточной аттестацией, проводимой в формах, определенных учебным планом.

Промежуточная аттестация проводится в форме тестирования по темам изученного раздела.

По результатам проведения промежуточной аттестации выставляются отметки по двухбалльной системе («удовлетворительно» («зачтено»), «неудовлетворительно» («не зачтено»).

2.3. Итоговая аттестация

Освоение программы завершается итоговой аттестацией.

Форма итоговой аттестации: выполнение практического аттестационного задания / защита итоговой аттестационной работы.

Выполнение практического аттестационного задания предполагает проверку знаний и умений учащихся, направленную на выявление степени усвоения изученного материала.

Практическое аттестационное задание разрабатывается преподавателем по согласованию с образовательной организацией, и утверждается педагогическим советом образовательной организации.

Практическое аттестационное задание содержит обобщенный материал по основным изученным темам, требует от слушателей хорошей ориентировки в предмете изучения.

Выполнение практического аттестационного задания осуществляется в режиме реального времени в формате видеоконференции в соответствии с календарным учебным графиком и учебно-тематическим планом.

Выполнение практического аттестационного задания может осуществляться, в том числе с использованием специализированного программного обеспечения: Сервис аналитики «MPSTATS»; Сервис аналитики «WBCON: Калькуляторы юнит экономики»; Сервис аналитики «WBCON: Сервис статистики по внешней рекламе»; Yandex GPT 2; ChatGPT (или аналог).

Выполнение практического аттестационного задания отличается высоким уровнем самостоятельности слушателей. Преподаватель представляет перечень заданий для проверки знаний, дает инструкцию по выполнению. По окончании отведенного времени на выполнение задания работа сдается на проверку в формате, утвержденным преподавателем.

Защита итоговой аттестационной работы представляет собой устный доклад, нормативно ограниченный по времени, сопровождаемый графической презентацией на оговоренную заранее тему. Такая форма итоговой аттестации позволяет установить теоретический и практический уровень подготовки слушателя к выполнению профессиональных задач и соответствия его подготовки требованиям государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования по основным специальностям и направлениям, по которым осуществляется профессиональная переподготовка.

Подготовка итоговой аттестационной работы осуществляется, в том числе с использованием специализированного программного обеспечения: Сервис аналитики «MPSTATS»; Сервис аналитики «WBCON: Калькуляторы

юнит экономики»; Сервис аналитики «WBСON: Сервис статистики по внешней рекламе»; Yandex GPT 2; ChatGPT (или аналог).

Критерии оценивания:

Суммарное максимальное количество баллов по оценке итоговой аттестационной работы составляет 100 баллов.

По результатам итоговой аттестации выставляются отметки по четырехбалльной системе («отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно»):

а) Отметка «отлично» (5 баллов) выставляется, если обучающийся набирает 81-100% от максимального количества баллов и демонстрирует:

- уверенное знание и понимание учебного материала;
- уверенные практические навыки;
- умение выделять главное в изученном материале, обобщать факты и практические примеры, делать выводы, устанавливать межпредметные и внутрипредметные связи;
- умение применять полученные знания на практике в полном объеме;
- отсутствие ошибок и недочётов при выполнении практической работы (самостоятельно устраняет отдельные неточности с помощью дополнительных вопросов преподавателя);

б) Отметка «хорошо» (4 балла) выставляется, если обучающийся набирает 61-80% от максимального количества баллов и демонстрирует:

- знание основного учебного материала;
- основные практические навыки;
- умение выделять главное в изученном материале, обобщать факты и практические примеры, делать выводы, устанавливать межпредметные и внутрипредметные связи;

- применение полученных знаний на практике в основной части;
- незначительные недочёты при выполнении практической работы, которые существенно не влияют на функциональность выполнения работ;

в) Отметка «удовлетворительно» (3 балла) выставляется, если обучающийся набирает 41-60% от максимального количества баллов и демонстрирует:

- знание основного учебного материала на уровне минимальных требований;
- практические навыки на уровне минимальных требований;
- умение воспроизводить изученный материал, затруднения в выполнении задания в измененной формулировке задания или новых условиях;
- применение полученных знаний на практике в минимальном объеме;
- наличие грубой ошибки/нескольких негрубых ошибок при выполнении практической работы;

г) Отметка «неудовлетворительно» (2 балла) выставляется, если обучающийся набирает менее 40% от максимального количества баллов и демонстрирует:

- знание основного учебного материала на уровне ниже минимальных требований, имеет фрагментарные представления об изученном материале;
- практические навыки на уровне ниже минимальных требований, неспособность выполнить простейшие задания;
- отсутствие учений воспроизводить изученный материал, затруднения в выполнении стандартных заданий;

- применение полученных знаний на практике в минимальном объеме;
- наличие нескольких грубых ошибок, большого числа негрубых ошибок при выполнении практической работы.

Для успешного прохождения итоговой аттестации слушатель должен получить отметку не ниже «удовлетворительно».