

Частное учреждение дополнительного профессионального образования "ЭММенеджмент"
620142 г. Екатеринбург, Степана Разина дом 16 офис 412

Приказ № _____ от _____ 2026
Утверждаю Директор: _____ И. А. Тимофеева



ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ПРОГРАММА ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ

**Специалист по работе с маркетплейсами:
создаем магазин с нуля**

Форма обучения: дистанционная

Срок реализации – 5 недель (59 часов)

Екатеринбург, 2026 г

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА
2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ
3. ОРГАНИЗАЦИОННО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ
4. УЧЕБНЫЙ ПЛАН
5. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН И СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ
6. КАЛЕНДАРНЫЙ УЧЕБНЫЙ ГРАФИК
7. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ

1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Дополнительная профессиональная программа повышения квалификации регламентирует цели, ожидаемые результаты, содержание, условия и технологии реализации образовательного процесса, оценку качества подготовки выпускника по данному направлению подготовки и профилю и включает в себя: учебный план; рабочие программы учебных дисциплин и другие материалы, обеспечивающие качество подготовки обучающихся, а также календарный учебный график и методические и оценочные материалы, обеспечивающие реализацию соответствующей образовательной технологии.

Цель программы – приобретение необходимых знаний и навыков, требуемых для успешного осуществления должностных задач, связанных с построением системы продаж и управлению в онлайн-среде маркетплейсов.

Категория слушателей - специалисты по продажам, менеджеры по работе с клиентами, руководители отдела продаж и те слушатели, кто стремится профессионально ориентироваться в управлении продажами на маркетплейсах.

Объем программы – 59 академических часов (в том числе 28 ак. часов видеолекций и 31 ак. час практической самостоятельной работы).

Форма обучения: дистанционная.

Виды занятий при организации дистанционного обучения:

- видеолекция в записи;
- разработанные педагогом презентации и рабочая тетрадь (раздаточный материал);
- фрагменты и материалы образовательных интернет-ресурсов.

Режим учебных занятий: при освоении данной программы предполагается 28 академических часов видеолекций, 31 ак. час практической самостоятельной работы слушателей. Учебные занятия проводятся без отрыва от работы. Теоретические и практические занятия проводятся в режиме онлайн с использованием средств современных информационных технологий и сервисов.

Обучение платное.

Документы, необходимые для зачисления:

- Ксерокопия паспорта;
- Ксерокопия документа о предшествующем образовании с присвоенной квалификацией*

* К освоению дополнительных профессиональных программ допускаются: лица, имеющие среднее профессиональное и (или) высшее образование; лица, получающие среднее профессиональное и (или) высшее образование.

Зачисление на курс происходит после заключения договора на оказании образовательных услуг и внесении слушателем оплаты.

Освоение дополнительных профессиональных образовательных программ завершается итоговой аттестацией обучающихся в форме зачета.

Лицам, успешно освоившим соответствующую дополнительную профессиональную программу и прошедшим итоговую аттестацию, выдаются документы о квалификации: удостоверение о повышении квалификации.

Нормативные документы, используемые для разработки программы

- Федеральный закон от 29.12.2012 N 273-ФЗ (ред. от 25.11.2013) "Об образовании в Российской Федерации" (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.01.2014)
- Приказ Министерства образования и науки РФ от 1 июля 2013 г. N 499 "Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным профессиональным программам"

2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ

1. Область применения.

Настоящая программа повышения квалификации «Специалист по работе с маркетплейсами: создаем магазин с нуля» устанавливает минимальные требования к знаниям и умениям слушателя и определяет содержание и виды учебных занятий и отчетности.

2. Цели освоения дисциплины.

- дать базовое представление о системе продаж и управлении продажами в среде маркетплейсов (Ozon, WB, Яндекс Маркет и МегаМаркет)
- дать практические навыки по построению онлайн-системы продаж, отбору сотрудников и их адаптации, анализу клиентской базы, работе с поставщиками – полноценному созданию магазина для начинающих

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

В результате освоения дисциплины слушатель должен

Знать:

- особенности современного рынка e-commerce;
- специфику популярных маркетплейсов (Ozon, WB, Яндекс Маркет, МегаМаркет);
- качества эффективного менеджера маркетплейсов;
- особенности договора (оферты) с маркетплейсом
- особенности формирования бренда и нейминга;
- преимущества и недостатки моделей доставки FBS/RFBS, FBO, FBY, DBS;
- специфику финансового анализа экономики проекта для запуска на маркетплейсах;
- базис-основы оптимальной юнит-экономики;
- правила ценовой политики на маркетплейсе, ценовые стратегии;
- требуемые торговыми площадками расчеты;
- возможные риски перед запуском проекта;
- функционал и возможности личных кабинетов продавца на маркетплейсах;
- действия по регистрации личного кабинета на маркетплейсах;
- действия по модерации личного кабинета продавца;
- особенности инфографики и rich-контента при создании карточек товаров для маркетплейсов;
- возможности и инструменты работы в графическом редакторе Figma, которые можно применить при оформлении дизайна карточек товаров;
- алгоритм автоматизации процессов дизайна в графическом редакторе Figma;
- методы создания продающих карточек товаров;
- тонкости SEO-оптимизации описаний в карточках товаров;
- инфлюенс-маркетинг как способ продвижения товаров;
- типы блогеров как инструмент влияния на свою целевую аудиторию;
- инструменты продвижения товаров с помощью рекламных кампаний блогеров;
- методики сегментации клиентов;
- функционал и возможности сервисов TGStat и Телеметр;
- способы масштабирования магазина на маркетплейсе;
- правила безопасной упаковки различных категорий товаров;
- правила маркировки товаров;
- основы работы с системой «Честный знак»;
- алгоритм движения неликвидного товара;
- роли в команде магазина на маркетплейсе;

- правила оформления резюме на позицию «менеджер маркетплейсов»;
- методы проведения собеседования и подбора продающего персонала.

Уметь применять различные инструменты создания магазина и управления продажами на маркетплейсе, в том числе:

- выделять особенности рынка e-commerce и ключевых российских маркетплейсов (Ozon, WB, Яндекс Маркет, МегаМаркет);
- анализировать тренды продаж товаров на маркетплейсах;
- оценивать свои предпринимательские навыки по «колесу баланса»;
- планировать работу менеджера маркетплейсов;
- разбираться в необходимых юридических тонкостях работы на маркетплейсах;
- формировать бренд своего магазина на маркетплейсах;
- подбирать подходящую модель доставки товаров: FBS/RFBS, FBO, FBY, Express или DBS;
- выстраивать и рассчитывать оптимальную юнит-экономику проекта;
- выстраивать ценовую и промо-стратегию перед запуском проекта;
- закладывать в бюджет затраты на логистику;
- выделять особенности расчетов торговых площадок Ozon, WB, Яндекс Маркет, МегаМаркет;
- анализировать потенциальные риски проекта и юнит-экономики;
- регистрироваться в личных кабинетах продавца и модерировать их;
- создавать продающие карточки товаров и их SEO-описания для маркетплейсов;
- применять графический редактор Figma для оформления продающего дизайна карточек товаров и других сопутствующих материалов;
- составлять ТЗ по оформлению карточек и составлению описания товаров;
- выбирать подходящие для своей целевой аудитории виды влияния (тип блогера и способ сотрудничества с ним);
- анализировать эффективность рекламы у блогеров (количество подписчиков, коэффициент вовлеченности, показатель прироста подписчиков, процент ботов, индекс цитирования и пр.);
- составлять ТЗ блогеру или инфлюенсеру;
- оценивать и прогнозировать путь покупателя (CJM);
- анализировать статистику и визуал блога для рекламы товаров;
- работать в сервисах TGStat и Телеметр;
- применять правила безопасной упаковки под разные категории товаров;
- маркировать товар и работать в системе «Честный знак»;
- анализировать вакансии и составлять привлекательное резюме на позицию «менеджер маркетплейсов»
- проводить интервью по компетенциям на позицию «менеджер маркетплейса»;
- отбирать продающий персонал.

Результаты прохождения образовательной программы:

- Понимание движущих трендов и условий продаж на маркетплейсах Ozon, WB, Яндекс Маркет и МегаМаркет, их особенностей;
- Собственный спектр предпринимательских навыков для успешной деятельности на маркетплейсах в виде «колеса баланса»;
- Уверенность в выборе торговой площадки и в работе в личных кабинетах маркетплейсов;
- Учет необходимых юридических тонкостей при работе на маркетплейсах;
- Понимание сути оферты, договоров с подрядчиками, организации техподдержки;
- Применение правил брендинга и нейминга при создании своего бренда;
- Подбор подходящей модели доставки FBS/RFBS, FBO, FBY, Express или DBS;
- Применение базис-основ оптимальной юнит-экономики;
- Выстраивание ценовой политики на маркетплейсах;
- Понимание структуры затрат на логистику;

- Умение просчитать основные показатели и юнит-экономику по своему проекту на маркетплейсе;
- Создание и модерация личных кабинетов продавцов на маркетплейсах;
- Создание 5 продающих карточек собственных товаров для маркетплейсов
- Применение основ SEO для описания товаров;
- Использование графического редактора Figma для дизайна карточек и т.п.;
- ТЗ по оформлению карточек и составлению описания товаров;
- Подбор подходящих для своей целевой аудитории видов влияния (тип блогера и способ сотрудничества с ним);
- Анализ эффективности рекламы у блогеров (количество подписчиков, коэффициент вовлеченности, показатель прироста подписчиков, процент ботов, индекс цитирования и пр.)
- ТЗ блогеру или инфлюенсеру;
- Оценка и прогноз пути покупателя (CJM);
- Анализ статистики и визуала блога для рекламы товаров;
- Работа в сервисах TGStat и Телеметр;
- Знание правил по грамотной упаковке разных категорий товаров;
- Маркировка товаров и уверенная работа в системе «Честный знак»;
- Анализ вакансий и привлекательное резюме на позицию «менеджер маркетплейсов»;
- Оформленное резюме на позицию «менеджер маркетплейсов»;
- Понимание основных правил как прохождения, так и проведения собеседования.

Портфолио выпускников данной программы содержит более 10 интерактивных работ, в том числе:

- Кейс «Колесо баланса» для оценки собственных предпринимательских навыков;
- Дорожная карта выхода бренда/магазина на маркетплейс
- Чек-лист «10 правил работы с Ozon и WB»
- Шаблон «Дерево бренда»
- Кейс «Подбор модели доставки»
- Калькулятор тарифов на логистику маркетплейсов (WB, Ozon, Яндекс Маркет, МегаМаркет)
- Ценовая «упаковка» товара с расчетом точки предельной дешевизны, безразличия, оптимальной цены, предельной дороговизны;
- Сравнительный анализ личных кабинетов маркетплейсов
- Кейс «Баланс SEO и читаемости описания товара»
- SEO-оптимизация для маркетплейсов с разбором ключевых фраз, заголовков и текстов
- Чек-лист «Продающий дизайн карточек товаров»
- Чек-лист «Фатальные ошибки дизайна карточек товаров»
- 5 продающих карточек товаров для маркетплейсов
- ТЗ по дизайну карточек товаров
- ТЗ на рекламу для блогера
- Кейс по подбору безопасной упаковки под разные типы товаров
- Мониторинг вакансий «менеджер маркетплейсов»
- Резюме с портфолио для трудоустройства на маркетплейс
- Чек-лист и список вопросов для собеседования при найме сотрудников на позицию «менеджер маркетплейсов»

Выпускники образовательной программы могут занимать должности:

- Менеджер по продажам на маркетплейсе;
- Менеджер маркетплейсов

3. ОРГАНИЗАЦИОННО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ

Общие требования к организации образовательного процесса

- Образовательный процесс предусматривает следующие виды и формы учебных занятий: лекции, практические и семинарские занятия в форме видеозанятий в записи, выполнение самостоятельной работы, выполнение аттестационной работы.
- Изучение каждого раздела программы имеет практическую направленность и предполагает решение задач, предусматривающих приобретение слушателями конкретных профессиональных умений и навыков.
- Обязательные лекционные и практические занятия проводятся с применением телекоммуникационных и облачных сервисов, электронной информационно-образовательной среды.
- Программа реализуется в условиях электронного обучения, описанного в Федеральном законе от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации».

Требования к кадровому обеспечению образовательного процесса

Реализация дополнительной профессиональной образовательной программы обеспечивается педагогическими кадрами, имеющими высшее образование, соответствующее профилю преподаваемой дисциплины. Преподаватели специальных дисциплин должны иметь опыт деятельности в соответствующей профессиональной сфере.

Учебно-методическое обеспечение образовательного процесса

Реализация дополнительной профессиональной образовательной программы обеспечивается наличием:

- доступа у каждого слушателя к информационным ресурсам, по содержанию соответствующим полному перечню дисциплин курса;
- учебно-методических, методических пособий, разработок и рекомендаций по всем дисциплинам и по всем видам занятий;
- практических заданий;
- наглядных пособий, презентаций по темам, раздаточных материалов, аудио-, видео- и мультимедийных материалов.

В образовательном процессе используются законодательные акты, нормативные документы и материалы профессионально ориентированных периодических изданий.

Материально-техническое обеспечение образовательного процесса

Образовательное учреждение, реализующее дополнительную профессиональную образовательную программу, должно располагать материально-технической базой, соответствующей действующим санитарно-техническим нормам.

Для проведения занятий необходимы электронная информационно-образовательная среда, система телеконференцсвязи.

Для работы в системе слушателю выделяется логин и пароль. Рабочее место слушателя должно быть оснащено компьютером с подключением к сети Интернет.

В системе дистанционного обучения выставляются основные учебно-методические материалы по программе. Проводится индивидуальное тестирование, размещаются выполненные слушателями задания для самостоятельной работы. На вебинарах организуется обмен опытом по актуальным вопросам программы, проводятся консультации.

Контроль знаний

Контроль знаний проводится в конце изучения программы для оценки результатов освоения тем программы. Диагностика проводится в форме оценки выполнения обучающимся практических домашних заданий и итоговой аттестационной работы.

По темам, включенным в учебный план образовательного учреждения, выставляется итоговая оценка в форме «зачета».

Итоговый контроль производится в соответствии со шкалой:

Процент результативности (правильных ответов)	Качественная оценка индивидуальных образовательных достижений, отметка
100 - 70%	ЗАЧЕТ
69- 0%	НЕЗАЧЕТ

4. УЧЕБНЫЙ ПЛАН

УТВЕРЖДАЮ
Директор ЧУДПО «ЭмМенеджмент»
_____ Тимофеева И.А.
«__» _____ 2026 г.
Приказ № __ от __. __. 2026 г.

УЧЕБНЫЙ ПЛАН

Дополнительной профессиональной программы
повышения квалификации
«Специалист по работе с маркетплейсами: создаем магазин с нуля»

Форма обучения: дистанционная

Длительность обучения: 58,5 академических часов

Минимальный уровень образования: средне-специальное образование

№	Наименование раздела	Всего часов	В том числе, часов		Форма контроля
			Видеолекции	Практическая самостоятельная работа	
1	Тренды и правила игры на рынке электронной торговли Результат: слушатель знает структуру рынка электронной торговли и современные тенденции его работы. Выделяет отличия в профессиональной деятельности между менеджером продаж и менеджером маркетплейсов	5,5	2,5	3	Зачет
2	Создание своего магазина «с нуля» Результат: слушатель знает правила оферты популярных маркетплейсов. Создает свой бренд с опорой на сильные и уникальные черты. Формирует продающее и емкое наименование своего бренда. Подбирает наиболее подходящую схему работы с поставщиками в зависимости от условий и особенностей каждой из моделей доставки	8,5	4,5	4	Зачет
3	Работа в личных кабинетах продавца на маркетплейсе Результат: слушатель создает личный кабинет на маркетплейсе.	13	6	7	Зачет

	<p>Осуществляет пошаговую регистрацию и модерацию личного кабинета. Знает возможности и функционал личного кабинета. Загружает сопроводительную документацию перед началом продаж</p>				
4	<p>Создание продающих карточек товара</p> <p>Результат: слушатель знает особенности инфографики и rich-контента в продажах. Знает функционал редактора Figma и может применить его для своих задач при работе на маркетплейсах. Создает продающие карточки товаров с учетом особенностей SEO-оптимизации, визуала. Составляет ТЗ дизайнеру или копирайтеру по созданию карточек товара полностью или отдельных их элементов</p>	15	7	8	Зачет
5	<p>Продвижение товаров через взаимодействие с инфлюенсерами</p> <p>Результат: слушатель знает особенности инфлюенс-маркетинга и его влияние на продвижение товаров на маркетплейсах. Знает, где подбирать подходящих блогеров для сотрудничества. Проводит верификацию и оценку аккаунта блогера, эффективности его рекламы. Знает виды блогов и подбирает блог под конкретный товар. Знает и различает форматы рекламных интеграций. Проводит сравнительный анализ блогеров. Составляет ТЗ блогеру на рекламу товара</p>	11	5	6	Зачет
6	<p>Упаковка и маркировка товаров: что нужно знать</p> <p>Результат: слушатель знает способы надежной упаковки в зависимости от товара и применяет их.</p>	2	1	1	Зачет

	<p>Знает основы маркировки товаров и работы в системе «Честный знак».</p> <p>Знает алгоритм движения неликвидного товара, брака, пересортицы, возвратов</p>				
7	<p>Трудоустройство в роли менеджера по маркетплейсам или проведение собеседований для найма сотрудников на эту позицию</p> <p>Результат: слушатель распределяет роли в команде магазина на маркетплейсе. Проводит собеседование для найма персонала и оценивает его итоги.</p> <p>Знает необходимые компетенции для трудоустройства в качестве менеджера маркетплейса.</p> <p>Знает путь развития карьеры менеджера маркетплейсов</p>	4	2	2	Зачет
ИТОГО:		59	28	31	

5. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН И СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

№	Наименование разделов и дисциплин	Всего часов	Учебные занятия, в т.ч.		Форма контроля
			Видеолекции	Практическая самостоятельная работа слушателя	
1	Тренды и правила игры на рынке электронной торговли	5,5	2,5	3	Зачет
	Как устроен рынок электронной торговли? Как развиваться в e-commerce в современных условиях?	2	1	1	
	Что такое маркетплейсы? Разбираем основные маркетплейсы на российском рынке	1,6	0,6	1	
	Кто такой менеджер маркетплейсов? Анализ трендов продаж и планирование работы менеджера маркетплейсов	1,6	0,6	1	
	Практика: <ul style="list-style-type: none"> • анализ своих предпринимательских навыков по «Колесу баланса» • составление дорожной карты (плана) выхода бренда/магазина на маркетплейс 				
2	Создание магазина с нуля	8,5	4,5	4	Зачет
	Как правильно обосновать юридический контекст работы маркетплейса. В чем суть оферты, договоров с подрядчиками и как организована техподдержка с покупателем и госрегулированием?	2,5	1,5	1	
	Формирование бренда и нейминг	4	2	2	
	Достоинства и недостатки моделей доставки FBS/RFBS, FBO, FBY и DBS	2	1	1	
	Практика: <ul style="list-style-type: none"> • составление чек-листа «10 правил работы с Ozon и WB» • заполнение шаблона «Дерево бренда», оценка соответствия атрибутов бренда с его УТП • решение кейса «Подбор модели доставки» 				
3	Работа в личных кабинетах продавца на маркетплейсе	13	6	7	Зачет
	Обзор личных кабинетов продавца (Ozon, WB, МегаМаркет, Яндекс Маркет) и основных возможностей для работы (контент, продвижение, аналитика, логистика и поставки, финансы)	3,5	1,5	2	
	Ценовые стратегии	6	3	3	
	Модерация личного кабинета продавца, загрузка сопроводительных документов для начала продаж	3,5	1,5	2	
	Практика: <ul style="list-style-type: none"> • выполнение сравнительного анализа личных кабинетов маркетплейсов 				
4	Создание продающих карточек товара	15	7	8	Зачет

	Вникаем в инфографику и rich-контент как способы повышения качества карточек товаров	7,5	3,5	4	
	Разбираем тонкости SEO-оптимизации	7,5	3,5	4	
	Практика: <ul style="list-style-type: none"> создание баннера для вашего магазина на маркетплейсе выполнение заданий по SEO – оптимизации выполнение сравнительного анализа успешных и неудачных карточек товаров создание 5 продающих карточек товаров для маркетплейсов составление ТЗ по обложке карточки товара 				
5	Продвижение товаров через блогеров и инфлюенсеров	11	5	6	Зачет
	Что такое инфлюенс-маркетинг и как он связан с продвижением товаров на маркетплейсах. Где искать блогеров для сотрудничества. Как верифицировать и оценить аккаунт. Оценка эффективности рекламы	2	1	1	
	Классификация блогов. Как подобрать блог под конкретный товар. Форматы рекламных интеграций. Составление сравнительной таблицы блогеров по основным характеристикам отбора. Как составить бриф и ТЗ перед началом сотрудничества	3	1,5	1,5	
	Карта пользователя Телеграм: от первого касания до целевого действия. Оценка и прогнозирование пути покупателя (СJM). Анализ статистики и визуала блога	1	0,5	0,5	
	Работа в сервисах TGStat и Телеметр, их обзор и сравнение	5	2	3	
	Практика: <ul style="list-style-type: none"> проведение анализа рекламы у выбранного блогера формулирование критериев для подбора блогера определение формата рекламы выполнение кейса по анализу 3-х примеров товарной рекламы анализ предложенного телеграм-канала через сервис TGStat анализ преимуществ и ограничений сервиса Телеметр анализ профиля, статистики и целевой аудитории выбранного блогера 				
6	Упаковка и маркировка товаров, что нужно знать	2	1	1	Зачет
	Как надежно и без убытков упаковать товаров перед отправкой покупателю. Учимся маркировке товара и основам работы с системой «Честный знак». Алгоритм движения неликвидного товара, брака, пересортицы и возвратов. Требования к упаковке товара Ozon. Требования площадок к описанию товара	2	1	1	

	Практика: <ul style="list-style-type: none"> решение кейса по подбору подходящей упаковки под указанный товар проверка товаров по маркировке в системе «Честный знак» 				
7	Трудоустройство в роли менеджера по маркетплейсам или проведение собеседований для найма сотрудников	4	2	2	Зачет
	Распределяем роли в команде магазина и направляем бизнес-процессы. Как проводить подбор сотрудников для комплексного управления командой на маркетплейсе	2	1	1	
	В чем успех карьеры менеджера маркетплейса? Как менеджер помогает продавцам решать бизнес-задачи?	2	1	1	
	Практика: <ul style="list-style-type: none"> мониторинг 10-и вакансий «менеджер маркетплейсов» составление карты необходимых навыков, компетенций, требований составление резюме с портфолио для трудоустройства на маркетплейс 				
	ИТОГО	59	28	31	

6. КАЛЕНДАРНЫЙ УЧЕБНЫЙ ГРАФИК

_____ И.А. Тимофеева
Приказ № ____ от «__» _____ 2026 г.

№	Наименование раздела		1	2	3	4	5
1	Тренды и правила игры на рынке электронной торговли	5,5	2,5	3			
2	Создание своего магазина «с нуля»	8,5	4,5	4			
3	Работа в личных кабинетах продавца на маркетплейсе	13	6	7			
4	Создание продающих карточек товара	15			7	4	4
5	Продвижение товаров через блогеров и инфлюенсеров	11			3	4	4
6	Упаковка и маркировка товаров, что нужно знать	2			2		
7	Трудоустройство в роли менеджера по маркетплейсам или проведение собеседований для найма сотрудников	4				2	2
	ИТОГО:	59	13	14	12	10	10

7. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ

Нормативная документация:

Постановление Госстандарта РФ от 03.03.2003 N 65-ст "О принятии и введении в действие государственного стандарта Российской Федерации" (вместе с "ГОСТ Р 6.30-2003. Государственный стандарт Российской Федерации. Унифицированные системы документации. Унифицированная система организационно-распорядительной документации. Требования к оформлению документов")

"ГОСТ Р 7.0.97-2025. Национальный стандарт Российской Федерации. Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Организационно-распорядительная документация. Требования к оформлению документов" (утв. Приказом Росстандарта от 26.06.2025 N 622-ст)

Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Управление документами. Общие требования

Федеральный закон Российской Федерации об электронной подписи

Дополнительный материал:

Рабочая тетрадь «Тренды и правила игры на электронной платформе»

Гайд «Тренды маркетплейсов в 2025 году»

Рабочая тетрадь «Создание магазина с нуля»

Чек-лист «План выхода на маркетплейс»

Рабочая тетрадь «Работа в личных кабинетах продавца»

Ссылки для регистрации личного кабинета

Гайд «Работа в личном кабинете Ozon»

Гайд «Работа в личном кабинете Wildberries»

Гайд «Работа в личном кабинете ЯндексМаркет»

Рабочие тетради часть 1 — 10 «Создание продающих карточек товара»

SEO маркетплейсы рабочий файл

ТЗ на копирайтинг 5 часть «Создание продающих карточек товара»

Требования площадок к описанию товара

Составляем качественное описание товаров

Рабочая тетрадь «Продвижение товаров через лидеров мнений»

Сравнение блогеров (таблица для работы)

Платформы и выбор блогеров (презентация)

TGStat и Телеметр сравнение

Рабочая тетрадь «Упаковка и маркировка товаров: что нужно знать»

Требования к упаковке товаров на ОЗОН

Упаковка товара в коробки (презентация)

Чек-лист «Упаковка и маркировка товаров»

Гайд «Упаковка товаров для маркетплейсов»

Рабочая тетрадь «Трудоустройство в роли менеджера по маркетплейсам»

Трудоустройство в роли менеджера по маркетплейсам (презентация)

Шаблон резюме

Проведение собеседований для найма сотрудников