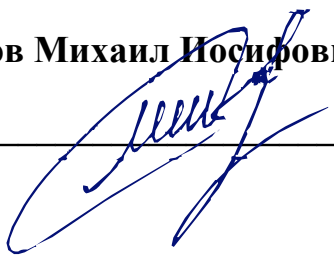


УТВЕРЖДАЮ

ИП Шебзухов Михаил Иосифович



Образовательная программа
Дополнительного образования детей и взрослых
Общеобразовательные и общеразвивающие программы
социально-гуманитарной направленности
«Система продаж и продвижения на Wildberries (Вайлдберрис)»

Республика Бурятия, Кижингинский район

2026

Раздел 1. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОГРАММЫ.

Программа разработана в соответствии с Федеральным законом №273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации», Постановлением Правительства РФ №1678 «О применении электронного обучения и дистанционных образовательных технологий», Приказом Министерства просвещения Российской Федерации от 27 июля 2022 г. № 629 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным общеобразовательным программам» и иными нормативными правовыми актами РФ.

1.1. Цель реализации программы: понять, как устроены маркетинговые стратегии, узнать, какие существуют виды и различия между ними, проанализировать все плюсы и минусы каждого из них. Получить стратегию и пошаговую инструкцию для успешного старта на маркетинговых стратегиях.

1.2. Планируемые результаты обучения по программе «Система продаж и продвижения на Wildberries (Вайлдберрис)».

Программа направлена на совершенствование навыков, связанных с маркетинговыми стратегиями, по направлению подготовки: Дополнительное образование детей и взрослых.

1.3. Дополнительное образование детей и взрослых направлено на формирование и развитие творческих способностей, удовлетворение их индивидуальных потребностей в интеллектуальном, нравственном и физическом совершенствовании, формирование культуры здорового и безопасного образа жизни, укрепление здоровья, а также на организацию их свободного времени. Также дополнительное образование детей обеспечивает их адаптацию к жизни в обществе, профессиональную ориентацию, а также выявление и поддержку детей, проявивших выдающиеся способности. Дополнительные общеобразовательные программы для детей должны учитывать возрастные и индивидуальные особенности детей.

1.4. К освоению дополнительных общеобразовательных программ допускаются любые лица без предъявления требований к уровню образования, если иное не обусловлено спецификой реализуемой образовательной программы.

1.5. Содержание дополнительных общеразвивающих программ и сроки обучения по ним определяются образовательной программой, разработанной и утвержденной организацией, осуществляющей образовательную деятельность.

1.6. Направление настоящей программы социально-гуманитарное.

1.7. Организационно-педагогические условия:

Обучающимся обеспечивается доступ к электронной информационно-образовательной среде, включающей учебные материалы, фиксацию результатов обучения и взаимодействие с преподавателем.

Идентификация обучающихся осуществляется посредством авторизации в личном кабинете. При проведении итоговой аттестации может применяться прокторинг.

1.8. Для обучающихся с ОВЗ предусмотрена адаптация материалов, продление сроков аттестации и индивидуальные консультации.

ЗАДАЧИ ПРОГРАММЫ:

Главная задача - понять, что такое маркетинговые стратегии и как с ними взаимодействовать. В процессе её достижения преподаватели должны:

- *Обеспечить такой уровень готовности слушателя, чтобы он начал ориентироваться на изучаемой площадке уже во время обучения. Курс*

длится 8 недель, и каждая новая неделя дает более глубокий уровень погружения в Система продаж и продвижения на Wildberries (Вайлдберрис).

- *Обеспечить поддержку слушателя на всех этапах обучения: в процессе обучения на каждом этапе учеников сопровождает эксперт в теме маркетплейсов.*
- *Сформировать у обучающихся умение применять встроенные в обучение способы взаимодействия с изучаемой площадкой, а также дать дополнительные материалы для расширения кругозора и навыков по работе с системой маркетплейсов.*
- *Расширить знания ученика в области эффективного использования маркетплейсов для дальнейшего практического применения.*

В результате освоения общеобразовательных и общеразвивающих программ слушатели должны приобрести знания, умения и навыки в области маркетплейсов, узнать все тонкости взаимодействия с ними.

По итогам освоения программы слушатели должны:

Знать:

- какие ниши на маркетплейсах наиболее востребованные и как отличить популярный товар от убыточного
- как безошибочно выбирать товар при помощи специального аналитического сервиса

Уметь:

- работать с сервисами аналитики;
- анализировать, какой контент нужно подготовить для размещения на маркетплейсе;
- распознавать особенности каждого из маркетплейсов: Ozon (Озон), Яндекс.Маркет, Wildberries (Вайлдберрис).

Владеть:

- принципами и алгоритмами конкурентного анализа;
- способностью анализировать продажи на основе данных, полученных на маркетплейсах.

Планируемый уровень освоения содержания программы: по итогам освоения программы обучающийся осваивает настройку личного кабинета маркетплейса, чтобы чувствовать себя уверенно и с легкостью ориентироваться на платформе. Учится размещать внутри маркетплейса информацию, которую нашел самостоятельно.

Обучающийся приобретает навыки для решения любых задач, связанных с маркетплейсами, при помощи осознанного владения информационными технологиями. При проектировании обучающей программы учтены нюансы обучения взрослых; материал дается от более простого к более сложному, гарантируя «мягкое» освоение большого объема информации.

Планируемые результаты обучения:

Личностные результаты:

- Развитие предпринимательских навыков;
- Формирование системного мышления;
- Развитие навыков самообразования.

Метапредметные результаты:

- Умение анализировать рыночную ситуацию;
- Способность к проектной деятельности;
- Навыки работы с аналитическими инструментами.

Предметные результаты:

- Знание особенностей работы маркетплейсов;
- Умение работать с аналитическими сервисами;
- Владение навыками продвижения товаров.

Организационно-педагогические условия:

Программа реализуется с применением дистанционных образовательных технологий.

Срок освоения программы: 8 недель.

Форма обучения: заочная с применением образовательных технологий.

Форма промежуточной аттестации: тестирование.

Форма итоговой аттестации: тестирование (не доступно обучающимся, пока не будет успешно сдано промежуточное тестирование)

Выдаваемый по окончании обучения документ:

Слушателям, успешно освоившим общеобразовательную и общеразвивающую программу и прошедшим итоговую аттестацию, выдается сертификат дополнительного образования детей и взрослых.

Содержание реализуемой общеобразовательной и общеразвивающей программы учитывает все требования, предъявляемые к образованию в области маркетплейсов.

Содержание программы включает:

- современные образовательные и самообразовательные технологии, открытые онлайн курсы;
- образовательные площадки;
- базовые рекомендации для реализации полученных знаний о маркетплейсах;
- практическую работу на платформе;
- вспомогательные инструменты.

УЧЕБНЫЙ ПЛАН
ДОПОЛНИТЕЛЬНОЕ ОБРАЗОВАНИЕ ДЕТЕЙ И ВЗРОСЛЫХ
ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ И ОБЩЕРАЗВИВАЮЩИЕ ПРОГРАММЫ
«Система продаж и продвижения на Wildberries (Вайлдберрис)»

Цель программы: понять, как устроены маркетплейсы, узнать, какие существуют виды и различия между ними, проанализировать все плюсы и минусы каждого из них. Получить стратегию и пошаговую инструкцию для успешного старта на маркетплейсах.

Цель курса: приобретение знаний, умений и навыков, связанных с маркетплейсами, овладение структурой внутреннего сервиса на действующих маркетплейсах.

Категория слушателей: любые лица без предъявления требований к уровню образования.

Форма обучения: заочная с применением дистанционных технологий.

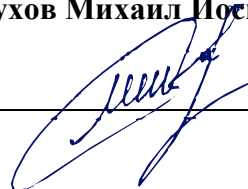
Срок обучения: 22 академических часа 30 минут

Структура курса:

- Изучение материалов на образовательной платформе;
- Еженедельная постановка задач и контроль их выполнения;

№	Наименование учебных предметов, курсов, дисциплин (модулей)	Всего, Час.	теорет. занятия	практ. занятия	Форма контроля
1	Модуль 1. Подбор товара	2 час 38 минут	2 час 38 минут		
2	Модуль 2. Закуп товара	4 час 22 минут	4 час 22 минут		
3	Модуль 3. Вывод товара на WB (ВБ)	4 час 23 минут	4 час 23 минут		
4	Модуль 4. Вывод товара в ТОП	3 час 27 минут	3 час 27 минут		
	Промежуточная аттестация	45 минут			тестирование
5	Модуль 5. Работа менеджером WB (ВБ)	3 час 21 минут	26 минут		
6	Модуль 6. Масштабирование	1 час 34 минут	33 минут		
	Итоговая аттестация	2 час			тестирование
	Итого:	22 час 30 минут			

УТВЕРЖДАЮ
ИП Шебзухов Михаил Иосифович



КАЛЕНДАРНЫЙ УЧЕБНЫЙ ГРАФИК
ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ И ОБЩЕРАЗВИВАЮЩИЕ ПРОГРАММЫ
«Система продаж и продвижения на Wildberries (Вайлдберрис)»

Дата начала обучения по программе	Дата окончания обучения по программе	Всего учебных недель	Количество учебных дней	Количество учебных часов	Режим занятий в неделю
20.07.2026	07.09.2026	8	34	22,30	дистанционный
14.09.2026	02.10.2026	8	34	22,30	дистанционный

СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ:

Модуль 1. Подбор товара - представляет собой фундаментальный блок обучения, в рамках которого слушатели осваивают ключевые инструменты аналитики маркетплейса, учатся работать с сервисом Mrstats, изучают различные стратегии выхода на Wildberries (Вайлдберрис), осваивают методы анализа сезонных и трендовых товаров, а также получают практические навыки по тестированию и подбору перспективных товарных позиций, что в итоге позволяет им сформировать собственную стратегию выбора товара для успешного старта продаж на маркетплейсе.

Планируемые результаты: слушатель научится профессионально анализировать рынок маркетплейсов, освоит современные методы поиска и оценки перспективных товарных позиций, сможет самостоятельно проводить комплексный анализ ниш с помощью сервиса Mrstats, определять потенциал сезонных и трендовых товаров, выбирать оптимальную стратегию выхода на Wildberries (Вайлдберрис), а также получит практические навыки работы с аналитическими инструментами для принятия обоснованных решений по формированию товарного ассортимента.

Урок 1: Стратегия подбора товара

Содержание: детальное изучение методов подбора товара.

Результаты: владение методиками подбора, умение применять их на практике.

Урок 2: Обзор аналитика Mrstats

Содержание: работа с аналитикой Mrstats, интерпретация данных.

Результаты: умение анализировать данные, способность принимать решения на их основе.

Урок 3: Подбор товара с Wildbox и новый функционал Церебро

Содержание: урок охватывает подбор товара в Wildbox - от поиска ниш и анализа конкурентов до расчётов экономики и работы с функционалом «Церебро».

Результаты: научитесь обоснованно отбирать перспективные товары, оценивать риски и формировать шорт-лист с экономическими расчётами.

Модуль 2. Закуп товара - обучает слушателей основам финансовой модели продаж на Wildberries (Вайлдберрис), расчёту объёма первой партии товара, взаимодействию с российскими рынками, фабриками, байерами оформлению разрешительной документации и ведению таблицы закупок.

Планируемые результаты: после прохождения участники смогут рассчитывать юнит-экономику, оценивать риски при закупках, выстраивать эффективную систему работы с поставщиками и организовывать полный цикл закупки товара с учётом всех необходимых финансовых и документальных аспектов.

Урок 1: Финансовая модель продаж на ВБ.

Содержание: построение финансовой модели продаж, учет всех расходов и доходов.

Результаты: способность создавать финансовую модель, понимание взаимосвязи показателей.

Урок 2: Расчет и оптимизация при покупке товара из Китая.

Содержание: урок раскрывает расчёт себестоимости и оптимизацию закупки товаров из Китая - от выбора поставщика и условий поставки до учёта логистики, пошлин, конвертации валют и маржинальности.

Результаты: сможете точно рассчитывать итоговую стоимость партии, выявлять точки оптимизации расходов и принимать обоснованные решения о закупке с учётом рентабельности и рисков.

Урок 3: Закуп товара из Киргизии.

Содержание: поиск поставщиков, расчёт итоговой стоимости с учётом логистики.

Результаты: выстраивать прозрачные схемы закупок из Киргизии, точно считать себестоимость и маржу, минимизировать риски по документам и качеству, а также отбирать товары с максимальной доходностью.

Модуль 3. Вывод товара на WB (ВБ) - обучает слушателей процессу регистрации на маркетплейсе, работе с личным кабинетом и карточками товаров, включая SEO-оптимизацию, подготовку товара к отгрузке, создание поставок, особенности работы по системе FBS и со складами Wildberries (Вайлдберрис), после прохождения которого участники смогут самостоятельно зарегистрировать личный кабинет, правильно оформить карточки товаров, подготовить товар к поставке и эффективно управлять складскими запасами на платформе.

Урок 1: Разбор действующих карточек на WB.

Содержание: анализ KPI (CTR, конверсия, позиции в выдаче, возвраты), проверку SEO (заголовки, ключи, описание), оценку визуала (фото, инфографика, видео), сравнение с конкурентами, работу с отзывами и рейтингом.

Результаты: выявление слабых мест в текущих карточках, точечная доработка контента и SEO, повышение конверсии и позиции в выдаче, а с помощью аналитики принимать решения, какие карточки масштабировать, а какие выводить из ассортимента.

Урок 2: SEO - создаем для WB и Ozon.

Содержание: работа с контентом и инфографикой, анализ конкурентов, отслеживание метрик.

Результаты: карточки лучше ранжируются на WB и Ozon, растёт трафик и конверсия, есть понятный алгоритм доработки и масштабирования позиций.

Урок 3: SEO - оптимизация. Пошаговый алгоритм

Содержание: сбор семантики до проработки визуала, описания и работы с отзывами.

Результаты: карточки лучше ранжируются, растут трафик и конверсия, формируется системный подход к доработке ассортимента.

Урок 4: Личный кабинет WB

Содержание: работа с карточками товаров, оформление поставок, установка цен и скидок, запуск рекламы, контроль остатков, аналитика продаж и финансов, коммуникация с покупателями и решение юридических вопросов.

Результаты: единый инструмент для полного цикла продаж на Wildberries (Вайлдберрис) добавление первого товара до анализа эффективности бизнеса и масштабирования ассортимента.

Модуль 4. Вывод товара в ТОП - обучает комплексным методам продвижения товаров на Wildberries (Вайлдберрис), включая работу с ранжированием, CTR, инфографикой, отзывами, внешней и внутренней рекламой, рекламными кампаниями, анализом ключевых запросов и затрат на продвижение.

Планируемые результаты: участники научатся эффективно использовать все инструменты для вывода товаров в топ-позиции, оптимизировать рекламные бюджеты и удерживать высокие позиции в поисковой выдаче маркетплейса.

Урок 1: Эффективные рекламные связки.

Содержание: комбинирование внутренних инструментов маркетплейсов.

Результаты: стабильный и масштабный рост.

Урок 2: Автобиддер и автоответы.

Содержание: принципы работы автобиддера (автоматическая корректировка ставок для удержания позиций в рекламе с экономией бюджета) и настройка автоответов (шаблоны

для отзывов и вопросов покупателей по тональности: позитивные, нейтральные, негативные).

Результаты: снижение ручной нагрузки на управление рекламой и коммуникацией, стабильные позиции в выдаче при контроле расходов, рост скорости реакции на отзывы и поддержание рейтинга карточки.

Урок 3: Повышаем CTR 1 слайда с помощью инструментов ИИ.

Содержание: подбор и обработка визуала и текста для первого слайда карточки с помощью ИИ-инструментов.

Результаты: первый слайд становится более привлекательным и релевантным для целевой аудитории.

Модуль 5. Работа менеджером WB (ВБ) - обучает слушателей основам работы менеджером маркетплейса, включая классификацию менеджеров и их специализаций, методы поиска клиентов и выстраивания эффективной работы с селлерами, принципы построения коммуникации в профессиональной среде, а также стратегии повышения своего дохода в качестве менеджера, по итогам освоения которого участники смогут профессионально оказывать услуги по ведению продавцов на Wildberries (Вайлдберрис), выстраивать успешные взаимоотношения с клиентами и масштабировать свой менеджерский бизнес.

Урок 1: Разбор профессии менеджера + ответы на вопросы от эксперта.

Содержание: классификация менеджеров маркетплейсов, их специализации и особенности работы.

Результаты: понимание различий между типами менеджеров, умение определять свою нишу.

Модуль 6. Масштабирование - обучает слушателей стратегиям и методам расширения бизнеса на Wildberries (Вайлдберрис), включая поэтапное развитие, создание финансовой модели для масштабирования, формирование команды, внедрение методологии Kanban и постановку целей роста, после прохождения которого участники смогут эффективно планировать и реализовывать масштабирование своего бизнеса, управлять финансовыми показателями, организовывать работу команды и достигать поставленных целей развития на маркетплейсе.

Урок 1: Рост продаж + калькулятор ИЛ

Содержание: комплекс мер для роста продаж (оптимизация карточек, реклама, работа с отзывами, управление остатками, акции) плюс расчёт ключевых показателей в калькуляторе ИЛ (маржинальность, точка безубыточности, прогноз выручки, окупаемость рекламы).

Результаты: понятные рычаги роста выручки и точные цифры по экономике каждой позиции - можете выбирать самые прибыльные товары, грамотно распределять бюджет и прогнозировать прибыль.

ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ БЛОК ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Система идентификации обучающихся:

Процесс регистрации:

- Создание учетной записи на платформе GetCourse (ГетКурс) в соответствии с документами, подтверждающими личность обучающихся;
- Подтверждение почтового адреса;
- Установка надежного пароля;
- Активация личного кабинета;
- Контроль активности.

Мониторинг участия:

- Отслеживание времени входа в систему;
- Фиксация длительности работы с материалами;
- Учет выполнения домашних заданий;
- Контроль прохождения тестов;
- Механизмы подтверждения;

Верификация личности:

- Авторизация через личный кабинет;
- Двухфакторная аутентификация;
- Подтверждение почты при восстановлении доступа;
- Система отчетности.

Регулярный контроль:

- Еженедельная отчетность по прогрессу;
- Проверка выполнения заданий;
- Мониторинг успеваемости;
- Отслеживание сроков сдачи работ;
- Технические механизмы отслеживания;
- Применение прокторинга на промежуточной и итоговой аттестации.

Автоматические системы:

- Фиксация просмотров материалов;
- Учет взаимодействий с контентом;
- Мониторинг прохождения модулей;
- Поддержка и сопровождение.

Система коммуникации:

- консультации с наставником;
- Ответы на вопросы в личном кабинете;
- Обратная связь по выполненным заданиям;
- Мониторинг активности в чатах;
- Документальное подтверждение.

Фиксация результатов:

- Ведение электронного журнала;
- Сохранение всех оценок;
- Формирование отчетов о прогрессе;
- Документирование достижений.

Для лиц с ОВЗ предусмотрены:

- Продление сроков аттестации;
- Индивидуальные консультации;
- Адаптация учебных материалов.

Контроль знаний:

- Промежуточное тестирование (45 минут);
- Итоговая аттестация (120 минут);
- Доступ к аттестации после успешного прохождения промежуточных этапов.

ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ И ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ ТРЕБОВАНИЯ К ПРЕПОДАВАТЕЛЯМ

Базовые квалификационные требования:

- Наличие среднего профессионального или высшего образования по направлению «Образование и педагогические науки»;
- Соответствие требованиям профессиональных стандартов в сфере дополнительного образования;
- Владение навыками дистанционного обучения.

Требования к опыту работы:

- Практический опыт работы в сфере маркетплейсов;
- Педагогический опыт приветствуется, но не является обязательным.
- Знание платформы Wildberries (Вайлдберрис) и аналогичных сервисов;

Правовые ограничения:

- Отсутствие судимости за преступления, предусмотренные законодательством РФ;
- Отсутствие заболеваний, препятствующих осуществлению профессиональной деятельности;
- Наличие справки об отсутствии судимости;
- Действующая медицинская книжка (при необходимости).

Необходимые компетенции:

- Методическая подготовка для ведения дистанционных занятий;
- Владение инструментами платформы GetCourse (ГетКурс);
- Навыки работы с электронной документацией;
- Умение составлять учебные материалы;

Документация для трудоустройства:

- Диплом об образовании и о квалификации;
- Трудовая книжка или иные документы, подтверждающие опыт работы;
- Согласие на обработку персональных данных;

Преподаватель обязан осуществлять:

- Соблюдение требований ФЗ №273 «Об образовании в РФ»;
- Выполнение норм Постановления Правительства РФ №1678;
- Соответствие Приказу Минпросвещения РФ № 629;

Дополнительные требования:

- Техническая оснащенность для работы в дистанционном формате;
- Навыки тайм-менеджмента;
- Умение работать с большим объемом информации;
- Способность к самообучению и профессиональному развитию.

МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИН(МОДУЛЕЙ)

При изучении данной программы рекомендуется использовать:

- Учебно-наглядные пособия (аудиовизуальные средства, таблицы, схемы, чек-листы)
- Раздаточный материал: бланки, схемы, инструкции и памятки, модели проблемных и практических ситуаций.

Материально-техническое обеспечение:

- Доступ к интернет ресурсам

В целях доступности получения дополнительного образования обучающимися с ограниченными возможностями здоровья организации, осуществляющие образовательную деятельность, по адаптированным дополнительным образовательным программам обеспечивают создание специальных условий для получения образования указанными обучающимися, в том числе:

Для обучающихся с тяжелыми нарушениями речи:

адаптация содержания теоретического материала в текстовом / аудио- / видеформате в соответствии с речевыми возможностями обучающихся; создание условий, облегчающих работу с данным теоретическим материалом (восприятие/воспроизведение);

использование средств альтернативной коммуникации, включая коммуникаторы, специальные планшеты, кнопки, коммуникативные программы, коммуникативные доски и так далее;

преимущественное использование методов и приемов демонстрации, показа действий, зрительного образца перед вербальными методами на первоначальном периоде обучения;

стимуляция речевой активности и коммуникации (словесные отчеты о выполненных действиях, формулирование вопросов, поддержание диалога, информирование о возникающих проблемах);

обеспечение понимания обращенной речи (четкое, внятное проговаривание инструкций, коротких и ясных по содержанию);

нормативные речевые образцы (грамотная речь педагога (тренера, инструктора);

расширение пассивного и активного словаря обучающихся с тяжелыми нарушениями речи за счет освоения специальной терминологии;

Для обучающихся с расстройствами аутистического спектра (РАС) - использование визуальных расписаний;

К образовательной программе создан учебно-методический комплекс, представляющий собой совокупность систематизированных материалов, необходимых для осуществления образовательного процесса и обеспечивающих результативное освоение обучающимися данной программы. Достижению качества образовательного процесса способствуют:

- рекомендации, разработки,
- электронные образовательные ресурсы: презентации,
- наглядный материал,
- инструкции, советы,

Перечень материалов, используемых при реализации общеобразовательных и общеразвивающих программ дополнительного образования по направлению «Система продаж и продвижения на Wildberries (Вайлдберрис)».

1. 45 татуировок менеджера: правила российского руководителя. – Текст: электронный // ЛитРес: [сайт] – URL: <https://www.litres.ru/book/maksim-batyrev/45-tatuirovok-menedzhera-pravila-rossiyskogo-rukovoditelya-6187749/>

2. SWOT-анализ: как понять, что с твоим бизнесом не так. – Текст: электронный // ЛитРес: [сайт] – URL: <https://www.litres.ru/book/artem-demidenko/swot-analiz-kak-ponyat-cto-s-tvoim-biznesom-ne-tak-71627869/>

3. Богатый папа, бедный папа: для подростков. – Текст: электронный // ЛитРес: [сайт] – URL: <https://www.litres.ru/book/robert-kiyosaki/bogatyuy-papa-bednyuy-papa-dlya-podrostkov-10263349/>

4. Карьера: как сменить профессию или выйти на фриланс. – Текст: электронный // ЛитРес: [сайт] – URL: <https://www.litres.ru/book/svetlana-litvinceva/karera-kak-smenit-professiu-ili-vyyti-na-frilans-72626230/>

5. Самый богатый человек в Вавилоне. – Текст: электронный // ЛитРес: [сайт] – URL: <https://www.litres.ru/book/dzhorzh-semuel-kleyson/samy-bogaty-chelovek-v-vavilone-68983152/>

6. Вооружение отдела продаж: системный подход. – Текст: электронный // ЛитРес: [сайт] – URL: <https://www.litres.ru/book/maksim-batyrev/vooruzhenie-otdelov-prodazh-sistemnyy-podhod-63506006/>

В рамках реализации образовательной программы используется электронно-библиотечная система ЛитРес (Далее - ЭБС), обеспечивающая доступ к следующим ресурсам:

- Учебная литература по направлению подготовки;
- Медиаматериалы (видео- и аудиоконтент);
- Тестирующие системы для контроля знаний;
- Дополнительные инструменты для организации учебного процесса.

Порядок доступа к ЭБС:

- Доступ к электронно-библиотечной системе осуществляется следующим образом;
- Регистрация пользователей на платформе ЛитРес;

- Авторизация в личном кабинете;
- Навигация по каталогу материалов;
- Работа с контентом в режиме онлайн.

Функциональные возможности ЭБС:

Система предоставляет следующие возможности для обучающихся:

- Поиск литературы по различным критериям;
- Чтение электронных учебников;
- Работа с медиаконтентом;
- Тестирование по пройденным темам;
- Сохранение заметок и формирование личного архива.

Интеграция ЭБС в учебный процесс:

- Использование электронно-библиотечной системы в программе включает;
- Обеспечение доступа к основной и дополнительной литературе;
- Организация самостоятельной работы с учебными материалами;
- Проведение текущего контроля знаний;
- Консультации по работе с системой.

Методические рекомендации по использованию ЭБС:

Для эффективного использования ресурсов ЭБС рекомендуется:

- Планировать работу с электронными материалами;
- Создавать закладки и заметки при изучении материала;
- Использовать тесты для самопроверки;
- Обращаться в службу поддержки при возникновении технических вопросов.

Материально-техническое обеспечение доступа:

Для работы с ЭБС необходимы:

- Стабильное интернет-соединение;
- Компьютер/планшет с современным браузером;
- Учетная запись на платформе ЛитРес;
- Личные данные для авторизации.

Контроль использования ЭБС:

Мониторинг работы с электронно-библиотечной системой включает:

- Учет активности обучающихся;
- Анализ результатов тестирования;
- Корректировку индивидуальных образовательных траекторий;
- Своевременное обновление контента в соответствии с требованиями программы.

Оценочные материалы (оценочные средства) по практике представляет собой совокупность контрольно-измерительных материалов (типовые задания, контрольные работы, тесты и др.) и методов их использования, предназначенных для измерения уровня достижения обучающимися установленных результатов обучения.

Критерии оценивания теста:

Критерии оценивания промежуточного теста:

Один правильный ответ – 1 балл.

4-5 баллов (70-100%) – «зачтено»

0-3 баллов (0-69%) – «не зачтено»

Пересдача предоставляется на следующий день.

Промежуточная аттестация

Какая стратегия по выходу на ВБ лишняя:

- а) рискованная
- б) работа с сезонными товарами
- в) работа с трендовыми товарами
- г) вывод уникальных товаров
- е) работа с одеждой
- ж) работа над развитием бренда
- з) работа по ФБС
- и) работа с тестированием товара
- к) все продают и я буду.

Рискованная стратегия это:

- А) Большая партия, выход в топ.
- Б) Закупить товар который мне хочется (нравиться).

Как правильно работать сезонным товаром:

- А) заводить за месяц до сезона, начинать выводить за месяц до конца сезона.
- Б) заводить товар когда сезон уже в самом разгаре, поднимать цену к концу сезона.

Трендовый товар

- А) смотрим что все продают этот товар давно, надо тоже завезти.
- Б) Нашли новый тренд который только появилась в соцсетях, быстро закупили партию и завезли на ВБ.

Где искать уникальный товар:

- А) поиск товара на иностранных маркетплейсах
- Б) посещать международные выставки
- В) искать идеи у блогеров которые показывают обзор на новинки из Китая.
- Г) На местном рынке возле дома.

Особенности работы с одеждой (аксессуарами)

- А) Низкий процент выкупа
- Б) Высокий бюджет
- В) ассортимент
- Г) мода
- Г) лекала и размеры
- Д) Рекомендовано для новичков

Что такое LTV ?

- А) Пожизненная ценность клиента
- Б) Пожизненное лишение свободы

Инструмент работы с брендом:

- А) внутри маркетплейса
- Б) за пределами маркетплейса
- В) в космосе

Стратегия работы по FBS

- А) Собственное производство
- Б) Сложный или габаритный товар
- В) Тестирование товара
- Г) Продажа под заказ
- Д) Продажа с рынка
- Е) Продвижение в топ

Фильтр подбора товара:

- А) Аналитика продавца
- Б) Анализ конкурентов
- В) Поиск поставщика
- Г) Закуп товара
- д) Закуп продаваемого товара
- Е) Закуп товар без аналитики.

Какой способ подбора товара вам больше понравился?

- А) Простой, через сервис аналитики по новым sku которые выстрелили.
- Б) Сложный, со сводной таблицей excel.
- в) Через аналитику Wildberries (Вайлдберрис), дефицитные товары.

Анализ конкурентов

- А) Инфографика
- Б) Вопросы
- В) Количество отзывов
- Г) Оценка магазина
- Д) Рейтинг карточки
- Д) Красивые картинки

Стратегия продвижения товара

- А) уникальная комплектация
- Б) новая модель
- В) подарок
- Г) контент
- Д) цена
- Е) Сфотографировать и сделать инфографику товара самому.

Критерии оценивания теста:

Критерии оценивания промежуточного теста:

Один правильный ответ – 1 балл.

4-5 баллов (70-100%) – «зачтено»

0-3 баллов (0-69%) – «не зачтено»

Пересдача предоставляется на следующий день.

Итоговое тестирование

Как искать конкурента для закупки первой партии:

- А. Ищем товар который стоит на 20-30 позиции органически.

Б. Ищем товар который нравится.

Какое количество товара надо для закупки первой партии:

А. Рассчитать количество на 45-60 дней

Б. Заказать 100шт.

В. Заказать на весь бюджет.

На каком сайте закупаться в Китае:

А. 1688

Б. Alibaba

В. Poizon

Какие быстрые способы есть, для поиска на сайте 1688 определённого товара.

А. ввести в поисковую строку запрос переведенный на китайский через переводчик.

Б. ввести в поисковую строку фотографию товара.

В. Смотреть всё подряд.

Г. Через расширение FLG.

На какой из ключевых показателей нужно обращать внимание при поиске товара в Китае:

А. На процент повторных продаж.

Б. на красивое фото.

В. На цену.

По чему не выгодно работать с российскими рынками:

А. Продавцы сами выходят со своими товарами на маркетплейсы.

Б. Товар может закончиться у поставщика

В. Такой товар продают многие.

Г. Выше цена.

Д. Нет новинок.

Е. Цена лучше чем в Китае.

Плюсы работы с Турцией:

А. Высокое качество.

Б. Низкая цена.

Плюсы работы с СНГ:

А. Высокое качество.

Б. Низкая цена.

Виды коммуникаций с фабриками Китая:

А. Через байера

Б. Через карго.

В. Напрямую через wechat или 1688.

Г. По телефону.

Чем может грозить большая скидка на товар из Китая

А. Изменение качества товара.

Б. Большими продажами.

Минусы работы с байерами.

А. консультация и поддержка в ходе работы.

Б. Поиск товара или его аналога.

В. Коммуникация с фабриками.

Г. Покупка валюты, оплата заказа.

Д. Приемка товара в Китае и отправка в Россию.

Е. Оплата работы байера.

Виды доставки Карго:

А. авто стандарт.

Б. авто экспресс.

В. Авиа

Г. Ж/Д

Д. море.

Е. Дирижабль.

Что такое WeChat?

А. Китайский мессенджер для общения внутри Китая.

Б. мессенджер для общения с друзьями.

Для чего нужен фулфилмент:

А. Проверка товара на брак.

Б. упаковка товара.

В. Маркировка товара.

Г. Отправка товара на склад маркетплейса.

Д. Покупка товара.

Какие документы нужны для работы с работой на ВБ.

А. Сертификат соответствия.

Б. декларация о соответствии.

В. Отказное письмо.

Г. Расписка от поставщика.

Какой показатель лучше использовать для оценки реальной популярности товара у конкурентов на маркетплейсе?

А. Количество отзывов.

Б. Позиция в выдаче.

В. Количество продаж (если доступно) плюс динамика остатков.

Г. Только цена.

Что важнее на этапе выбора товара для первой партии?

А. Максимальная маржинальность без учёта спроса.

Б. Баланс спроса и маржинальности, плюс низкий уровень конкуренции в узком сегменте.

В. Товар, который легко фотографировать и описывать.

Г. Товар с самой низкой закупочной ценой.

Как понять, что товар «перегрет» конкуренцией на маркетплейсе?

А. Много продавцов и низкие цены, высокая доля рекламных мест занята.

Б. У товара мало отзывов.

В. Товар есть только у 2–3 продавцов.

Почему опасно брать первую партию «на весь бюджет»?

А. Нет денег на рекламу и продвижение.

Б. Риск не распродать товар и «заморозить» оборотные средства.

В. Маркетплейс может ограничить поставки.

Г. Всё вышеперечисленное.

На что опираться при расчёте первой партии, если нет своих исторических данных по продажам?

А. На продажи конкурентов, обрачиваемость и сезонность.

Б. На совет знакомого продавца.

В. На прогноз «примерно 100 штук».

В чём ключевое отличие 1688 от Alibaba с точки зрения закупок?

А. 1688 — внутренний китайский рынок (низкие цены, MOQ, язык китайский), Alibaba — международный (удобнее для иностранцев, выше цены).

Б. Alibaba только для розничных покупок.

В. 1688 не работает с оптовыми заказами.

Зачем на 1688 смотреть не только цену, но и минимальный заказ (MOQ)?

А. Чтобы понять, подходит ли объём под ваши возможности.

Б. MOQ не важен, можно договориться о меньшем объёме.

В. MOQ нужен только для фабрик, а не для торговых компаний.

Какой способ поиска на 1688 обычно даёт наиболее точные результаты?

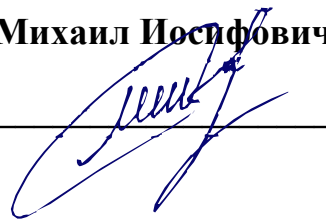
А. Перевод запроса на китайский + уточнение по фото.

Б. Только поиск по фото без текста.

В. Поиск по английскому названию.

УТВЕРЖДАЮ

ИП Шебзухов Михаил Иосифович

A handwritten signature in blue ink, consisting of stylized Cyrillic letters, is written over a horizontal line.

Рабочая программа
общеобразовательной и общеразвивающей программы
социально-гуманитарной направленности
«Система продаж и продвижения на Wildberries (Вайлдберрис)»

Республика Бурятия, Кижингинский район

2026

УЧЕБНО-ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН
ДОПОЛНИТЕЛЬНОЕ ОБРАЗОВАНИЕ ДЕТЕЙ И ВЗРОСЛЫХ
ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ И ОБЩЕРАЗВИВАЮЩИЕ ПРОГРАММЫ

«Система продаж и продвижения на Wildberries (Вайлдберрис)» Цель программы: понять, как устроены маркетплейсы, узнать, какие существуют виды и различия между ними, проанализировать все плюсы и минусы каждого из них. Получить стратегию и пошаговую инструкцию для успешного старта на маркетплейсах.

Цель курса: приобретение знаний, умений и навыков, связанных с маркетплейсами, овладение структурой внутреннего сервиса на действующих маркетплейсах.

Категория слушателей: любые лица без предъявления требований к уровню образования.

Форма обучения: заочная с применением дистанционных технологий.

Срок обучения: 22 академических часа 30 минут

Структура курса:

- Изучение материалов на образовательной платформе;
- Еженедельная постановка задач и контроль их выполнения;

УЧЕБНО-ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

№	Наименование учебных предметов, курсов, дисциплин (модулей)	Всего, Час.	теорет. занятия	практ. занятия	Форма контроля
1	Модуль 1. Подбор товара	2 час 38 минут	2 час 38 минут		
	Урок 1. Стратегия подбора товаров	49.13 минут	49.13 минут		
	Урок 2. Обзор аналитики с Mrstats	55.25 минут	55.25 минут		
	Урок 3. Подбор товара с Wildbox и новый функционал Церебро	54.10 минут	54.10 минут		
2	Модуль 2. Закуп товара	4 час 22 минут	4 час 22 минут		
	Урок 1. Финансовая модель работы с WB	1.46.31 минут	1.46.31 минут		
	Урок 2. Расчет и оптимизация при покупке товара из Китая	45.38 минут	45.38 минут		
	Урок 3. Закуп товара из Киргизии	1.50.36 минут	1.50.36 минут		
3	Модуль 3. Вывод товара на WB (WB)	4 час 23 минут	4 час 23 минут		
	Урок 1. Разбор действующих карточек на WB	1.45.50 минут	1.45.50 минут		
	Урок 2. SEO - создаем для WB и Ozon	1.01.09 минут	1.01.09 минут		
	Урок 3. SEO - оптимизация. Пошаговый алгоритм	48.42 минут	48.42 минут		
	Урок 4. Личный кабинет WB	47.56 минут	47.56 минут		

4	Модуль 4. Вывод товара в ТОП	3 час 27 минут	3 час 27 минут		
	Урок 1. Эффективные рекламные связки	45.02 минут	45.02 минут		
	Урок 2. Автобиддер и автоответы	01.05.57 минут	01.05.57 минут		
	Урок 3. Повышаем CTR 1 слайда с помощью инструментов ИИ	01.16.03 минут	01.16.03 минут		
	Промежуточная аттестация	45 минут			тестирование
5	Модуль 5. Работа менеджером WB (ВБ)	3 час 21 минут	3 час 21 минут		
	Урок 1. Разбор профессии менеджера + ответы на вопросы от эксперта	3.20.55 минут	3.20.55 минут		
6	Модуль 6. Масштабирование	1 час 34 минут	1 час 34 минут		
	Урок 1. Рост продаж + калькулятор ИЛ	1.34.10 минут	1.34.10 минут		
	Итоговая аттестация	2 час			тестирование
	Итого:	22 часа 30 минут			

РАБОЧИЕ ПРОГРАММЫ РАЗДЕЛОВ (ДИСЦИПЛИН, МОДУЛЕЙ)

Модуль 1. Подбор товара - представляет собой фундаментальный блок обучения, в рамках которого слушатели осваивают ключевые инструменты аналитики маркетплейса, учатся работать с сервисом Mrstats, изучают различные стратегии выхода на Wildberries (Вайлдберрис), осваивают методы анализа сезонных и трендовых товаров, а также получают практические навыки по тестированию и подбору перспективных товарных позиций, что в итоге позволяет им сформировать собственную стратегию выбора товара для успешного старта продаж на маркетплейсе.

Планируемые результаты: слушатель научится профессионально анализировать рынок маркетплейсов, освоит современные методы поиска и оценки перспективных товарных позиций, сможет самостоятельно проводить комплексный анализ ниш с помощью сервиса Mrstats, определять потенциал сезонных и трендовых товаров, выбирать оптимальную стратегию выхода на Wildberries (Вайлдберрис), а также получит практические навыки работы с аналитическими инструментами для принятия обоснованных решений по формированию товарного ассортимента.

Урок 1: Стратегия подбора товара

Содержание: детальное изучение методов подбора товара.

Результаты: владение методиками подбора, умение применять их на практике.

Урок 2: Обзор аналитика Mrstats

Содержание: работа с аналитикой Mrstats, интерпретация данных.

Результаты: умение анализировать данные, способность принимать решения на их основе.

Урок 3: Подбор товара с Wildbox и новый функционал Церебро

Содержание: урок охватывает подбор товара в Wildbox - от поиска ниш и анализа конкурентов до расчётов экономики и работы с функционалом «Церебро».

Результаты: научитесь обоснованно отбирать перспективные товары, оценивать риски и формировать шорт-лист с экономическими расчётами.

Модуль 2. Закуп товара - обучает слушателей основам финансовой модели продаж на Wildberries (Вайлдберрис), расчёту объёма первой партии товара, взаимодействию с российскими рынками, фабриками, байерами оформлению разрешительной документации и ведению таблицы закупок.

Планируемые результаты: после прохождения участники смогут рассчитывать юнит-экономику, оценивать риски при закупках, выстраивать эффективную систему работы с поставщиками и организовывать полный цикл закупки товара с учётом всех необходимых финансовых и документальных аспектов.

Урок 1: Финансовая модель продаж на WB.

Содержание: построение финансовой модели продаж, учет всех расходов и доходов.

Результаты: способность создавать финансовую модель, понимание взаимосвязи показателей.

Урок 2: Расчет и оптимизация при покупке товара из Китая.

Содержание: урок раскрывает расчёт себестоимости и оптимизацию закупки товаров из Китая - от выбора поставщика и условий поставки до учёта логистики, пошлин, конвертации валют и маржинальности.

Результаты: сможете точно рассчитывать итоговую стоимость партии, выявлять точки оптимизации расходов и принимать обоснованные решения о закупке с учётом рентабельности и рисков.

Урок 3: Закуп товара из Киргизии.

Содержание: поиск поставщиков, расчёт итоговой стоимости с учётом логистики.

Результаты: выстраивать прозрачные схемы закупок из Киргизии, точно считать себестоимость и маржу, минимизировать риски по документам и качеству, а также отбирать товары с максимальной доходностью.

Модуль 3. Вывод товара на WB (WB) - обучает слушателей процессу регистрации на маркетплейсе, работе с личным кабинетом и карточками товаров, включая SEO-оптимизацию, подготовку товара к отгрузке, создание поставок, особенности работы по системе FBS и со складами Wildberries (Вайлдберрис), после прохождения которого участники смогут самостоятельно зарегистрировать личный кабинет, правильно оформить карточки товаров, подготовить товар к поставке и эффективно управлять складскими запасами на платформе.

Урок 1: Разбор действующих карточек на WB.

Содержание: анализ KPI (CTR, конверсия, позиции в выдаче, возвраты), проверку SEO (заголовки, ключи, описание), оценку визуала (фото, инфографика, видео), сравнение с конкурентами, работу с отзывами и рейтингом.

Результаты: выявление слабых мест в текущих карточках, точечная доработка контента и SEO, повышение конверсии и позиции в выдаче, а с помощью аналитики принимать решения, какие карточки масштабировать, а какие выводить из ассортимента.

Урок 2: SEO - создаем для WB и Ozon.

Содержание: работа с контентом и инфографикой, анализ конкурентов, отслеживание метрик.

Результаты: карточки лучше ранжируются на WB и Ozon, растёт трафик и конверсия, есть понятный алгоритм доработки и масштабирования позиций.

Урок 3: SEO - оптимизация. Пошаговый алгоритм

Содержание: сбор семантики до проработки визуала, описания и работы с отзывами.

Результаты: карточки лучше ранжируются, растут трафик и конверсия, формируется системный подход к доработке ассортимента.

Урок 4: Личный кабинет WB

Содержание: работа с карточками товаров, оформление поставок, установка цен и скидок, запуск рекламы, контроль остатков, аналитика продаж и финансов, коммуникация с покупателями и решение юридических вопросов.

Результаты: единый инструмент для полного цикла продаж на Wildberries (Вайлдберрис) добавление первого товара до анализа эффективности бизнеса и масштабирования ассортимента.

Модуль 4. Вывод товара в ТОП - обучает комплексным методам продвижения товаров на Wildberries (Вайлдберрис), включая работу с ранжированием, CTR, инфографикой, отзывами, внешней и внутренней рекламой, рекламными кампаниями, анализом ключевых запросов и затрат на продвижение.

Планируемые результаты: участники научатся эффективно использовать все инструменты для вывода товаров в топ-позиции, оптимизировать рекламные бюджеты и удерживать высокие позиции в поисковой выдаче маркетплейса.

Урок 1: Эффективные рекламные связки.

Содержание: комбинирование внутренних инструментов маркетплейсов.

Результаты: стабильный и масштабный рост.

Урок 2: Автобиддер и автоответы.

Содержание: принципы работы автобиддера (автоматическая корректировка ставок для удержания позиций в рекламе с экономией бюджета) и настройка автоответов (шаблоны для отзывов и вопросов покупателей по тональности: позитивные, нейтральные, негативные).

Результаты: снижение ручной нагрузки на управление рекламой и коммуникацией, стабильные позиции в выдаче при контроле расходов, рост скорости реакции на отзывы и поддержание рейтинга карточки.

Урок 3: Повышаем CTR 1 слайда с помощью инструментов ИИ.

Содержание: подбор и обработка визуала и текста для первого слайда карточки с помощью ИИ-инструментов.

Результаты: первый слайд становится более привлекательным и релевантным для целевой аудитории.

Модуль 5. Работа менеджером WB (WB) - обучает слушателей основам работы менеджером маркетплейса, включая классификацию менеджеров и их специализаций, методы поиска клиентов и выстраивания эффективной работы с селлерами, принципы построения коммуникации в профессиональной среде, а также стратегии повышения своего дохода в качестве менеджера, по итогам освоения которого участники смогут профессионально оказывать услуги по ведению продавцов на Wildberries (Вайлдберрис), выстраивать успешные взаимоотношения с клиентами и масштабировать свой менеджерский бизнес.

Урок 1: Разбор профессии менеджера + ответы на вопросы от эксперта.

Содержание: классификация менеджеров маркетплейсов, их специализации и особенности работы.

Результаты: понимание различий между типами менеджеров, умение определять свою нишу.

Модуль 6. Масштабирование - обучает слушателей стратегиям и методам расширения бизнеса на Wildberries (Вайлдберрис), включая поэтапное развитие, создание финансовой модели для масштабирования, формирование команды, внедрение методологии Kanban и постановку целей роста, после прохождения которого участники смогут эффективно планировать и реализовывать масштабирование своего бизнеса,

управлять финансовыми показателями, организовывать работу команды и достигать поставленных целей развития на маркетплейсе.

Урок 1: Рост продаж + калькулятор ИЛ

Содержание: комплекс мер для роста продаж (оптимизация карточек, реклама, работа с отзывами, управление остатками, акции) плюс расчёт ключевых показателей в калькуляторе ИЛ (маржинальность, точка безубыточности, прогноз выручки, окупаемость рекламы).

Результаты: понятные рычаги роста выручки и точные цифры по экономике каждой позиции - можете выбирать самые прибыльные товары, грамотно распределять бюджет и прогнозировать прибыль.