

УТВЕРЖДАЮ
Директор НОЧУ ОДПО
«Акцион-МЦФЭР»

Д.А. Зацепин
«10» января 2019 г.



ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА
дополнительного профессионального образования (повышения квалификации)

«УПРАВЛЕНИЕ ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНОМ»
(объем 40 академических часов)

г. Москва

1. ЦЕЛЬ И ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ

Программа направлена на освоение (совершенствование) профессиональных компетенций, необходимых для осуществления следующих обобщенных трудовых функций:

- обеспечение жизнеспособности и эффективного развития организации;
- получение максимальной отдачи для акционеров и заинтересованных сторон в долгосрочном развитии организации;
- выстраивание эффективных коммуникаций;
- управление информационными потоками;
- поиск перспектив для бизнеса и личного развития.

В результате освоения программы слушатель будет:

знать:

- стратегии анализа производственной, финансовой, маркетинговой и инновационной деятельности организации;
- критерии оценки индивидуального вклада сотрудников в достижение общих целей с учетом их реальных и потенциальных возможностей;
- принципы отбора компетентных исполнителей для делегирования;
- способы формирования стратегии индивидуального развития для себя и членов команды;

уметь:

- управлять сотрудниками и оценивать их деятельность;
- планировать и анализировать деятельность;
- контролировать деятельность функциональных менеджеров;
- оценивать риски и разрабатывать планы управления рисками.

2. НОРМАТИВНЫЕ ДОКУМЕНТЫ – проект профессионального стандарта «Руководитель коммерческой (некоммерческой) организации» (утвержден приказом Минтруда России от 13.03.2014 б/н).

3. ТРУДОЕМКОСТЬ И СРОК ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ: трудоемкость - 40 академических часов, срок освоения – 2 месяца.

4. КАТЕГОРИИ СЛУШАТЕЛЕЙ: лица, имеющие среднее профессиональное и (или) высшее образование; лица, получающие среднее профессиональное и (или) высшее образование.

5. ФОРМА ОБУЧЕНИЯ – заочная с использованием дистанционных образовательных технологий.

6. УЧЕБНЫЙ ПЛАН

№ п/п	Наименование дисциплин / модулей (в том числе практик)	Часы			Формы контроля
		Всего часов	Аудиторные	Самостоятельная работа	
1	2	3	4	5	6
1	Продающий сайт	9	3	6	-
2	Привлечение посетителей	11	4	7	-
3	Организация продаж	10	4	6	-
4	Анализ статистики	9	3	6	-
<i>A</i>	<i>Итоговая аттестация</i>	<i>1</i>	<i>-</i>	<i>1</i>	<i>зачет</i>
	ИТОГО:	40	14	26	-

7. УЧЕБНО-ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН ПРОГРАММЫ

7.1. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ВИДОВ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ ПО РАЗДЕЛАМ ПРОГРАММЫ

№ п/п	Наименование разделов	Часы
-------	-----------------------	------

		Всего часов	Аудиторные		Самостоятельная работа
			Лекции	Практические занятия	
1	2	3	4	5	6
1.	Продающий сайт	9	3	-	6
1.1	Как настроить интернет-магазин под потребности вашей целевой аудитории	2	1	-	1
1.2	Юзабилити	3,5	1	-	2,5
1.3	Методы повышения конверсии сайта	3,5	1	-	2,5
2.	Привлечение посетителей	11	4	-	7
2.1	Что руководителю важно знать об SMM перед тем, как начать продвижение	3	1	-	2
2.2	Продвижение в соцсетях	5	2	-	3
2.3	Owned, earned, payed media	3	1	-	2
3.	Организация продаж	10	4	-	6
3.1	Скидки и программы лояльности	6	2,5	-	3,5
3.2	Как повысить средний чек	4	1,5	-	2,5
4.	Анализ статистики	9	3	-	6
4.1	Системы и сервисы интернет-аналитики	2	0,5	-	1,5
4.2	Анализ ключевых показателей	7	2,5	-	4,5
	ИТОГО:	39	14	-	25

7.2. СОДЕРЖАНИЕ РАЗДЕЛОВ ПРОГРАММЫ

Тема 1.1. Как настроить интернет-магазин под потребности вашей целевой аудитории.

Что вы знаете о своих посетителях. Темпераменты аудитории: какие элементы сайта влияют на каждый тип темперамента.

Тема 1.2. Юзабилити.

Основы навигации. Макет навигации, визуальная иерархия, утилиты, ссылки. Страница категории. Страница товара. Страница оплаты товара: 18 советов, которые повысят конверсию в продажи.

Тема 1.3. Методы повышения конверсии сайта.

Поиск на сайте: подсказки в поиске и каталоге. Мерчендайзинг. Персонализация. Инструменты захвата в момент попытки ухода. 20 приемов повышения конверсии.

Тема 2.1. Что руководителю важно знать об SMM перед тем, как начать продвижение.

Что такое SMM. Как измерять SMM. Как контролировать сммщика.

Тема 2.2. Продвижение в соцсетях.

Как начать свой путь в социальных сетях. Какой бывает контент. Как привлечь подписчиков: конкурс репостов. Если не конкурс репостов, то что. Как продавать в соцсетях. Какие рассылки отправлять. Топ-5 правил работы в соцсетях. Примеры из опыта, когда все сработало на 200%. Домашнее задание.

Тема 2.3. Owned, earned, payed media.

При каких условиях PR поможет бизнесу и чем должен заниматься PR-специалист. Owned, earned, payed media: что это и чем полезно бизнесу. Owned-каналы: как работать с блогами. Owned-каналы: как работать с соцсетями и рассылками. Как считать ROI по всем каналам коммуникации.

Тема 3.1. Скидки и программы лояльности.

Задачи программы лояльности. Принципы программы лояльности. Дисконтная программа лояльности. Бонусная программа лояльности. Система уровней клиентов. Нематериальная лояльность к бренду. Вовлечение клиента в программу лояльности. Как измерить эффективность программы лояльности.

Тема 3.2. Как повысить средний чек.

Бандлы: продажа наборами. Рекомендации. Акции. Доверительный контент. Маркетинговые механики. Интерактив.

Тема 4.1. Системы и сервисы интернет-аналитики.

Как работают основные счетчики аналитики. Как читать отчеты.

Тема 4.2. Анализ ключевых показателей.

Настройка целей и импорт данных. Стандартизация UTM-меток. Оптимизация навигации; вебвизор. Покинутые корзины. Отчет эффективности рекламы. Воронка продаж в Google Analytics и Яндекс Метрике. Оптимизация рекламных кампаний. Домашнее задание.

8. ЗАДАНИЯ ДЛЯ САМОКОНТРОЛЯ

В процессе обучения с целью проверки качества освоения материала и закрепления пройденных тем слушателю предлагается задание для самоконтроля – тестирование из 10 вопросов, относящихся к материалам пройденного раздела. Доступ к материалам следующего раздела слушатель получает после того, как ответит на все вопросы задания для самоконтроля.

9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРОГРАММЫ

9.1. РЕКОМЕНДОВАННАЯ ЛИТЕРАТУРА:

1. А. Петроченков «Введение в Google Analytics»
2. А. Петроченков «Идеальный Landing Page. Создаем продающие веб-страницы»
3. В. Бокарева «33 зуба маркетолога. Книга про настоящий маркетинг глазами практика»
4. Р. Далио «Принципы Жизнь и работа»
5. Д. Риз «Миллион долларов за один день»
6. Д. Кауфман «Сам себе MBA. Самообразование на 100%»
7. П. Брегман «Эмоциональная смелость. Как брать ответственность на себя, не бояться сложных разговоров и вдохновлять других»
8. Ф. Барден «Взлом маркетинга. Наука о том, почему мы покупаем»
9. Р. Чалдини «Психология убеждения»
10. Д. Каплунов «Контент, маркетинг и рок-н-ролл. Книга-муза для покорения клиентов в интернете»
11. Н. Эяль «На крючке. Как создавать продукты, формирующие привычки»
12. Р. Бест «Маркетинг от потребителя»
13. Д. Огилви «О рекламе»
14. М. Недякин «Искренний сервис. Как мотивировать сотрудников сделать для клиента больше, чем достаточно. Даже когда шеф не смотрит»
15. В. Александров «Стратегия e-mail-маркетинга. Эффективные рассылки для вашего бизнеса»
16. В. Мышляев «iМаркетинг. Работаем по системе»
17. Дж. Янч «По рекомендации. Бизнес, который продвигает себя сам»
18. Б. Рэбхен «От кликов к продажам. Как повысить продажи через оптимизацию конверсии»
19. Д. Зарелла «Интернет-маркетинг по науке. Что, где и когда делать для получения максимального эффекта»
20. Б. Шарп «Как растут бренды. О чем не знают маркетологи»
21. А. Парабеллум «Как легко заработать в интернете миллион рублей пассивного дохода практически без усилий»
22. Компания Insider «План открытия интернет-магазина. Тактика быстрого старта»
23. М. Потапов «Как открыть интернет-магазин или Начинаем бизнес в сети»
24. Д. Сирокер, П. Кумен «А/Б тестирование лучший способ превратить посетителей сайта в покупателей»
25. Я. Броди «Продающие рассылки»
26. А. Салбер «Как открыть интернет-магазин»
27. Дж. Ким, П. Дебуа, Дж. Уиллис и Дж. Хамбл «Руководство по DevOps. Как добиться гибкости, надежности и безопасности мирового уровня в технологических компаниях»
28. С. Бринкер «Agile-маркетинг. Хакерские практики для эффективного бизнеса»
29. «Генеральный Директор. Персональный журнал руководителя» // Электронный журнал «Генеральный Директор». <http://e.gd.ru/>

30. «Коммерческий директор. Профессиональный журнал коммерсанта». // Электронный журнал «Коммерческий директор». <http://e.kom-dir.ru/>

10. ИТОГОВАЯ АТТЕСТАЦИЯ

Оценка качества освоения программы осуществляется по результатам прохождения итоговой аттестации. Аттестованным считается слушатель, ответивший правильно не менее, чем на 17 вопросов.

Тестирование проводится на платформе дистанционного обучения, результат подсчитывается автоматически. Тест состоит из вопросов, случайным образом выбираемых системой дистанционного обучения из общего числа утвержденных вопросов, так чтобы в тесте были представлены вопросы по всем темам. Ответ не зачитывается при выборе неверного варианта ответа, а также при одновременном указании правильного и неправильного вариантов.

Слушателям, освоившим образовательную программу и успешно прошедшим итоговую аттестацию, выдается удостоверение о повышении квалификации (установленного образца).

11. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОСНАЩЕНИЕ ПРОГРАММЫ – программа реализуется с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения.

12. СОСТАВИТЕЛИ:

1. Бокарева В., бизнес-тренер, автор книг по маркетингу, продажам, управлению бизнесом и личной эффективности, ведущая YouTube-канала по маркетингу и продажам, MBA, PhD, к.с.н.
2. Дзенис Я., PR-директор компании Aviasales
3. Петроченков А., генеральный директор агентства Convert Monster, автор книг «Введение в Google Analytics» и «Идеальный Landing Page. Создаем продающие веб-страницы»
4. Росс П., руководитель e-commerce интернет-магазинов Sephora и «Иль де Ботэ»
5. Северинов Р., SMM-лидер компании «Додо пицца»