

Индивидуальный предприниматель
Бумагин Василий Александрович

Дополнительная общеразвивающая программа модульного веб-курса
«Маркетинг и продвижение на Wildberries»

Возраст обучающихся: 18-65 лет

Срок реализации: 42,5 часов

Составитель:

ИП Бумагин Василий Александрович

Г. Орёл

2025 год

СОДЕРЖАНИЕ

1. Пояснительная записка	3
2. Календарный учебный график	7
3. Планируемые результаты	9
4. Рабочие программы модулей	11
5. Содержание программы	15
6. Система контроля и зачётные требования. Оценочные материалы.	17
7. Организационно-педагогические условия и методические материалы	19

1. Пояснительная записка

В последние годы рынок электронной коммерции демонстрирует стремительный рост, открывая предпринимателям новые возможности для увеличения продаж и конкурентного продвижения. Wildberries, являясь одной из крупнейших торговых платформ в России, предоставляет уникальные инструменты для реализации товаров, взаимодействия с клиентами и анализа эффективности. Однако успешная работа на данной платформе требует не только понимания её функционала, но и глубоких знаний в области алгоритмов, маркетинговых стратегий, аналитики и автоматизации процессов.

Эта программа разработана для предпринимателей, менеджеров и селлеров, стремящихся освоить специфику работы с Wildberries, внедрить эффективные инструменты аналитики и автоматизации процессов, а также разработать стратегии продвижения для достижения стабильных и высоких результатов. Несмотря на огромные преимущества, работа на Wildberries сопряжена с рядом сложностей:

1. Конкуренция — необходимость проработки карточек товаров для выделения среди множества предложений.
2. Алгоритмы ранжирования — их понимание и использование в продвижении товаров является ключом к успешным продажам.
3. Реклама — грамотная настройка рекламных кампаний, выбор подходящих инструментов и анализ их эффективности требуют профессиональных навыков.
4. Аналитика — сбор данных и их интерпретация для корректировки стратегии продвижения.

Эти проблемы особенно актуальны для начинающих предпринимателей, которые только начинают работать на платформе и нуждаются в структурированном подходе к обучению. Отсутствие таких знаний и навыков может привести к неэффективным вложениям и снижению продаж.

Программа направлена на развитие системного и аналитического подхода к управлению продажами и рекламой на маркетплейсе Wildberries. Она предлагает:

- Принятие решений на основе данных: обучение работе с аналитическими инструментами и метриками для принятия обоснованных решений, исключающих интуитивные догадки.

- Автоматизацию рутинных задач: освоение способов оптимизации процессов, что способствует увеличению продаж, сокращению затрат и ускорению тестирования гипотез.

- Разработку и внедрение стратегий: участники курса научатся формировать и реализовывать эффективные стратегии продвижения, адаптированные к условиям высокой конкуренции.

Цель программы — обучение менеджеров и селлеров системному подходу к управлению продажами и рекламой на платформе Wildberries. Участники курса освоят:

1. Расчёт юнит-экономики: навыки быстрого анализа финансовых показателей, позволяющие видеть реальную прибыль и определять эффективность вложений.

2. Разработку эффективной рекламы: создание и настройку рекламных кампаний, которые работают на увеличение продаж и обеспечивают положительный финансовый результат, вместо простого привлечения внимания аудитории.

3. Анализ данных: умение интерпретировать аналитические показатели, чтобы принимать обоснованные решения и эффективно распределять бюджеты.

Программа направлена на формирование у участников комплексного подхода к продвижению товаров на маркетплейсе Wildberries. Она включает изучение теоретических основ и практических инструментов, необходимых для успешной работы на платформе, что позволяет адаптировать полученные знания к индивидуальным бизнес-задачам.

По окончании курса обучающиеся смогут:

- Анализировать данные и принимать решения, основываясь на цифрах, а не догадках.

- Понимать основные метрики эффективности рекламы и юнит-экономики, чтобы видеть реальную прибыль.
- Запускать результативные рекламные кампании с минимальными затратами.
- Использовать аналитические инструменты для оценки эффективности стратегий и внесения корректировок.
- Быстро тестировать гипотезы и находить наиболее эффективные решения.
- Автоматизировать рутинные процессы для экономии времени и увеличения продаж.
- Выстраивать комплексные стратегии продвижения товаров, адаптированные под изменения рынка и алгоритмы платформы Wildberries.

Нормативно-правовую основу настоящей рабочей программы веб-курса составляют следующие документы:

1. Гражданский кодекс Российской Федерации.
2. Федеральный закон Российской Федерации от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации».
3. Закон Российской Федерации «О защите прав потребителей» № 2300-1 от 7 февраля 1992 г.
4. Федеральный закон «О рекламе» от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ.
5. Стратегия национальной безопасности Российской Федерации, утверждённая Указом Президента Российской Федерации от 2 июля 2021 г. № 400 «О Стратегии национальной безопасности Российской Федерации».
6. Правила продажи товаров дистанционным способом, утверждённые Постановлением Правительства Российской Федерации от 27 сентября 2007 г. № 612.
7. Приказ Министерства просвещения Российской Федерации от 9 ноября 2018 г. № 196 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным общеобразовательным программам».

8. Письмо Федеральной антимонопольной службы (ФАС) от 25 сентября 2019 г. № АК/83509/19 «О разъяснении по вопросу рекламы в информационно-телекоммуникационной сети Интернет».

Настоящая программа разработана в соответствии с вышеуказанными нормативными документами и учитывает актуальные тенденции в сфере электронной коммерции.

2. Календарный учебный график

Сроки реализации программы:

Общая продолжительность: 42,5 часов.

Количество модулей: 14 модулей по 1,5 часа.

Количество прямых эфиров: 5 прямых эфиров по 4 часа.

Формат: еженедельное проведение минимум двух модулей и эфиров.

Общая продолжительность курса: 5 недель.

Дополнения:

1. Промежуточная аттестация (зачет по результатам выполнения практического задания):

Выполнение практического задания проводится после модулей 1, 2, 3, 4, 5 и 7 выделяется 0,5 часа после каждого ключевого модуля.

№ п/п	Модуль	Неделя 1	Неделя 2	Неделя 3	Неделя 4	Неделя 5	Всего часов
1	Подготовка карточки к продвижению	4	1,5				5,5
-	Промежуточная аттестация (зачет по результатам выполнения практического задания)	0,5					0,5
2	Юнит-экономика и окупаемость		4	1,5			5,5
-	Промежуточная аттестация (зачет по результатам выполнения практического задания)		0,5				0,5
3	Типы рекламы и семантика			4	1,5		5,5
-	Промежуточная аттестация (зачет по результатам выполнения практического задания)			0,5			0,5
4	Инструменты продвижения				4	1,5	5,5

-	Промежуточная аттестация (зачет по результатам выполнения практического задания)				0,5		0,5
5	Анализ результатов					4	4
-	Промежуточная аттестация (зачет по результатам выполнения практического задания)		0,5				0,5
6	Кейсы в разных нишах	1,5					1,5
7	Сервисы для рекламы		1,5				1,5
-	Промежуточная аттестация (зачет по результатам выполнения практического задания)		0,5				0,5
8	Налоги		1,5				1,5
9	Seo + ИИ для Seo			1,5			1,5
10	ИИ для контента			1,5			1,5
11	ИИ для видеоконтента			1,5			1,5
12	Введение в работу с блогерами					1,5	1,5
13	Поиск и выбор блогеров					1,5	1,5
-	Промежуточная аттестация (зачет по результатам выполнения практического задания)				0,5		0,5
14	Запуск и оценка кампании					1,5	1,5

Программа предусматривает проведение учебных занятий в течение четырех недель. Каждая неделя обучения включает несколько модулей и прямые эфиры. Общая продолжительность одного модуля составляет полтора часа, а прямой эфир длится четыре часа.

Учебные занятия проводятся в формате теоретических и практических блоков, что позволяет обучающимся не только получить необходимые знания, но и сразу применять их на практике, а также быстро внедрить в работу инструменты.

В рамках курса предусмотрены промежуточные аттестации в виде выполнения практического задания, что способствует более качественному освоению материала и проверке уровня знаний.

Кроме того, предусмотрены перерывы для отдыха и анализа выполненных заданий, что помогает участникам глубже усваивать материал и повышать эффективность обучения.

3. Планируемые результаты

После завершения курса «Маркетинг и продвижение на Wildberries» обучающиеся смогут:

- Осуществлять анализ данных на основе метрик и инструментов аналитики, исключая интуитивные предположения, для принятия обоснованных решений.
- Быстро рассчитывать юнит-экономику, видеть реальную прибыль и определять эффективность вложений в рекламу.
- Разрабатывать результативные рекламные кампании, которые работают на увеличение продаж и обеспечивают положительный финансовый результат.
- Оптимизировать процессы работы с рекламой, используя автоматизацию задач для повышения эффективности и сокращения затрат.
- Понимать основные метрики эффективности рекламы и юнит-экономики, такие как ROI, ROMI и конверсия, для оценки результатов и корректировки стратегии.
- Создавать карточки товаров, оптимизированные под алгоритмы ранжирования, с использованием SEO, качественного описания и медиа-составляющей.
- Выбирать подходящие типы рекламы для разных категорий товаров, включая медийную рекламу, бренд-зоны, баннеры и внешние рекламные кампании.
- Тестировать гипотезы, используя A/B тестирование, анализ ключевых слов, настроек и фото, для повышения эффективности рекламных кампаний.
- Анализировать результаты рекламных кампаний, интерпретировать данные и вносить корректировки в стратегии продвижения.
- Разрабатывать медиапланы, включая построение воронки продаж, прогнозирование гипотез и расчёт бюджета.
- Использовать сервисы для автоматизации работы с рекламой и аналитикой, включая настройку авторекламных кампаний, кластеризацию и минусацию ключевых слов.

- Работать с блогерами: искать, выбирать подходящих для сотрудничества, запускать кампании и оценивать их результаты.

- Успешно выводить на рынок новые товары, строить стратегии их продвижения, адаптированные под изменения рынка и алгоритмы платформ Wildberries.

- Управлять процессами налогообложения для маркетплейсов, учитывая специфику работы на Wildberries и другие платформы.

- Осваивать использование ИИ для сбора ключей и оптимизации текстов, чтобы улучшить SEO-видимость карточек товаров и их ранжирование.

- Изучать технологии ИИ для автоматизации процесса создания и обработки видеоконтента, включая генерацию, монтаж, озвучку и создание аватаров.

- Масштабировать успешные стратегии, применять кейсы из различных ниш и адаптировать их к индивидуальным задачам бизнеса.

4. Рабочие программы модулей

№ Модуля	Название модуля	Содержание	Практическое задание	Компетенции	Очное время, час	Заочное время, час
1	Подготовка карточки к продвижению	Ключевые факторы ранжирования. Стратегии выхода и удержания в ТОП. Основные метрики и источники трафика. Анализ конкурентов через сравнение карточек. Оптимизация карточки. Склейки, чек-лист оценки карточки перед продвижением. CTR, воронка продаж, CJM. Инструменты WB: джем, премиум-опции. Товар и реклама. Бонус: чек-лист подготовки карточки к продвижению, юнит-экономика.	Составить чек-лист оценки карточки и протестировать улучшение CTR.	Оптимизация карточек, анализ конкурентов, инструменты WB.	5,5	0,5
2	Юнит-экономика и окупаемость	Расчет прибыли/убытков, максимальные допустимые затраты на рекламу. Планирование и анализ: окупаемость партии, стоимость самовыкупа и раздач, тестирование гипотез. Бонусы: таблицы расчетов юнит-экономики и продвижения.	Заполнить шаблон расчета юнит-воронки на примере собственного товара.	Планирование бюджета, расчет эффективности и, тестирование гипотез.	5,5	0,5

№ Модуля	Название модуля	Содержание	Практическое задание	Компетенции	Очное время, час	Заочное время, час
3	Типы рекламы и семантика	Автоматическая и аукционная реклама. Кейсы применения. Настройка таргетированной рекламы, ARK, анализ результатов. Семантическое ядро: кластеры и пресеты, запросы, релевантность товара запросу. Оптимизация видимости, анализ конкурентных ключей, медиапланирование. Бонусы: калькулятор средних показателей по рекламным кампаниям, таблица расчета семантического ядра.	Составить медиаплан для продвижения товара, используя предоставленные шаблоны.	Настройка таргетинга, работа с семантикой, анализ ключевых запросов.	5,5	0,5
4	Инструменты продвижения	Настройка таргетированной рекламы. Работа с ARK (алгоритм распределения конверсий). Анализ результатов рекламы. Инструменты автоматизации для повышения эффективности.	Запустить тестовую рекламную кампанию, проанализировать результаты.	Настройка рекламных кампаний и работа с инструментами автоматизации.	5,5	0,5

№ Модуля	Название модуля	Содержание	Практическое задание	Компетенции	Очное время, час	Заочное время, час
5	Анализ результатов	Ключевые показатели эффективности. Статистика на WB, достоверность данных. Оптимизация рекламы: медиакарточка, ассоциированная конверсия, анализ воронки продаж, атрибуция трафика. Бонусы: кейсы в записи.	Провести анализ воронки продаж и рассчитать конверсии по ключам.	Работа с метриками, анализ данных, принятие решений на основе статистики.	4	0,5
6	Кейсы в разных нишах	Реализация стратегий в рекламе, исходя из задач проекта. 20 кейсов в разных нишах. Сервисы для рекламы.	Изучить кейсы и предложить стратегию для своей ниши.	Реализация стратегий, применение кейсов, использование сервисов для рекламы.	1,5	0
7	Сервисы для рекламы	Сервисы для автоматизации и достижения эффективной рекламы.	Подготовить список необходимых сервисов для автоматизации рекламы в своей нише.	Работа с инструментам и автоматизации , настройка эффективных рекламных процессов.	1,5	0,5
8	Налоги	Налоги при работе с маркетплейсами.	Рассчитать налоги для своего проекта, используя предоставленные данные и примеры.	Основы налогообложения при работе с маркетплейсами.	1,5	0
9	SEO + ИИ для SEO	SEO-продвижение карточек на WB.	Провести SEO-анализ карточки товара и предложить способы улучшения.	Основы SEO-оптимизации, работа с внешними источниками трафика.	1,5	0

№ Модуля	Название модуля	Содержание	Практическое задание	Компетенции	Очное время, час	Заочное время, час
10	ИИ для контента	Использование ИИ для создания визуального и текстового контента	Создать визуальный или текстовый контент с помощью нейросети и предложить способы его улучшения.	Работа с инструментам и ИИ для генерации контента, оптимизация и адаптация материалов.	1,5	0
11	ИИ для видео контента	Использование ИИ для создания видео контента	Сгенерировать видео с помощью нейросети и адаптировать его под заданную целевую аудиторию.	Работа с инструментам и ИИ для генерации видеоконтента , создание и редактирование сценариев.	1,5	0
12	Введение в работу с блогерами	Основы маркетинга влияния; анализ аудитории блогеров; влияние внешнего трафика на ранжирование.	Анализ целевой аудитории; выбор подходящих блогеров для сотрудничества.	Навыки работы с внешним трафиком и блогерами; понимание механики влияния на ранжирование.	1,5	0
13	Поиск и выбор блогеров	Критерии отбора блогеров, где искать, оценка блогеров, расчет ROMI, автоматизация поиска, составление ТЗ, договора. Бонусы: шаблон ТЗ для блогеров.	Найти и оценить блогеров для продвижения своего товара, составить техническое задание.	Поиск и оценка блогеров, организация работы, расчет ROMI.	1,5	0,5

№ Модуля	Название модуля	Содержание	Практическое задание	Компетенции	Очное время, час	Заочное время, час
14	Запуск и оценка кампании	Анализ результатов, разбор эффективности блогеров, ошибки интеграций, итоговые корректировки, масштабирование, стратегии повторных коллабораций. Бонусы: чек-лист для повторного запуска.	Проанализировать результаты кампании и предложить корректировки для следующего запуска.	Анализ результатов кампаний, разработка долгосрочных стратегий.	1,5	0

5. Содержание программы

Программа «Маркетинг и продвижение на Wildberries» состоит из 14 модулей, включая 5 дополнительных занятий, которые охватывают ключевые аспекты работы на платформе. Участники курса изучают внутренние и внешние инструменты рекламы, методы аналитики, построение медиапланов, а также способы масштабирования успешных стратегий.

Содержание программы:

1. Подготовка карточки к продвижению. Включает изучение ключевых факторов ранжирования, стратегий выхода и удержания в ТОП, анализ конкурентов через сравнение карточек товаров, оптимизацию карточек, склейки, улучшение CTR, построение воронки продаж, составление Customer Journey Map (CJM). Учащиеся изучают инструменты WB, включая джем и премиум-опции, а также чек-листы подготовки карточек к продвижению и основы юнит-экономики.
2. Юнит-экономика и окупаемость. Охватывает расчёт прибыли и убытков, определение максимальных допустимых затрат на рекламу (CPM, CPC), прогнозирование окупаемости партии, анализ стоимости самовыкупа и раздач, тестирование гипотез и принятие решений на основе данных. Учащиеся получают навыки работы с таблицами расчётов юнит-экономики и продвижения.
3. Типы рекламы и семантика. Изучаются автоматическая и аукционная реклама, настройка таргетированных кампаний, анализ конкурентных ключей. Учащиеся разбирают семантическое ядро, включая создание кластеров и пресетов, релевантность товара запросам, оптимизацию видимости, анализ конкурентных ключей и медиапланирование.
4. Инструменты продвижения. Включает изучение таргетированной рекламы, настройку алгоритмов распределения конверсий (ARK), анализ результатов кампаний и использование сервисов автоматизации для повышения их эффективности.
5. Анализ результатов. Охватывает ключевые показатели эффективности рекламы, работу со статистическими данными на WB, оценку достоверности

данных, оптимизацию рекламных кампаний, анализ воронки продаж и атрибуцию трафика.

6. Кейсы в разных нишах. Углублённое изучение 20 реальных кейсов из различных ниш, разбор успешных стратегий продвижения и их применение для разработки индивидуальных решений.

7. Сервисы для рекламы. Изучение инструментов автоматизации и их применение для достижения эффективности рекламных кампаний, оптимизации процессов и повышения результативности.

8. Налоги. Рассматриваются особенности налогообложения при работе с маркетплейсами, включая базовые принципы расчёта налогов и их влияние на финансовую эффективность бизнеса.

9. SEO + ИИ для SEO. Изучение основ SEO-продвижения карточек товаров, сбора ключевых слов и оптимизации текстов с помощью ИИ для увеличения продаж.

10. ИИ для контента. Изучение использования нейросетей для создания уникального визуального и текстового контента, включая генерацию изображений и написание продающих текстов с помощью ИИ.

11. ИИ для видеоконтента. Изучение инструментов ИИ для создания видеоконтента: генерация видео на основе сценариев и шаблонов, автоматизация монтажа, добавление эффектов, синтез речи и создание реалистичных аватаров.

12. Введение в работу с блогерами. Основы маркетинга влияния, влияние внешнего трафика от блогеров на позиции товара. Учащиеся изучают методы анализа эффективности блогеров, составление медиапланов, разметку ссылок, анализ рынка и изучение целевой аудитории.

13. Поиск и выбор блогеров. Рассматриваются критерии отбора блогеров, оценка их аудитории, вовлеченности и репутации. Учащиеся изучают методы расчёта ROMI, автоматизации поиска, составления технических заданий и договоров.

14. Запуск и оценка кампании. Анализ результатов интеграций, разбор эффективности взаимодействия с блогерами, выявление ошибок, корректировка

бюджета и планов. Учащиеся изучают масштабирование успешных кампаний, стратегии долгосрочных коллабораций и перенос успешных практик на других блогеров.

6. Система контроля и зачетные требования. Оценочные материалы.

Система контроля направлена на проверку усвоения теоретического материала и практических навыков, необходимых для работы на платформе Wildberries. Контроль осуществляется на каждом этапе программы, что позволяет своевременно выявить пробелы в знаниях и скорректировать стратегию обучения.

На протяжении курса предусмотрена промежуточная аттестация в рамках выполнения практического задания. В случае, если обучающийся справляется, то получается «зачет». Необходимо выполнить ряд заданий, направленных на свой личный бренд, исходя из теоретической массы знаний, полученных в ходе занятий, среди которых:

1. Написать 5 пунктов, как улучшить свою карточку товара и сравнить ее с пятью товарами конкурентами.

2. Рассчитать UNIT экономику для своего товара. Составить прогноз как изменится чистая прибыль при увеличении CTR на 1/2/3%. Придумайте идеи для улучшения CTR и финансовые гипотезы для увеличения чистой прибыли.

3. Проработать семантическое ядро для продукта, услуги или контента. Определить основные темы, связанные с бизнесом, и составить список базовых ключевых слов. Сгруппировать ключевые слова по смыслу и намерениям пользователей. Актуализировать ядро на основе новых данных и изменений на рынке.

4. Составить медиаплан на 7 дней, определив рекламные каналы, формат, аудиторию, расписание публикаций и распределение бюджета для максимального охвата. Рассчитать необходимый бюджет на основе вашей воронки продаж: определите САС, конверсию на этапах и количество лидов для достижения нужного объема продаж. Проверить емкость категории, чтобы убедиться, что доступных показов и кликов хватит для достижения ваших целей.

5. Рассчитать стоимость самовыкупа и раздачи товаров, создать UTM-метку для отслеживания переходов по вашему товару, сделать таплинк для товара с интеграцией UTM-метки, выложить сторис о товаре в своей социальной сети и проанализировать результаты взаимодействия аудитории.

Система контроля позволяет объективно оценить уровень подготовки участника и его способность применять полученные знания в реальных условиях.

7. Организационно-педагогические условия и методические материалы

Для успешной реализации программы предусмотрены следующие организационно-педагогические условия:

Материальные условия: доступ в интернет с высокой скоростью, компьютер или ноутбук, оснащенный необходимым программным обеспечением, оборудованный офис или рабочее пространство для проведения онлайн-лекций, включающее: презентационное оборудование (камера, микрофон, освещение).

Кадровые условия: данную программу реализует педагог дополнительного образования.

Финансовые условия: за счет средств потребителей.

Библиотечно-информационные условия: Обучение проводится в дистанционном формате, что обеспечивает доступ участников к материалам независимо от их местоположения.

Методические материалы.

Обучение проводится в дистанционном формате, что позволяет проходить курс из любой точки мира, имея доступ к интернету. Форма обучения — онлайн, с интерактивными занятиями, где вы можно задавать вопросы, участвовать в обсуждениях и получать обратную связь от преподавателей.

Видеозаписи лекций и прямых эфиров, доступные для повторного изучения.

Домашние практические задания предоставляются в заочном формате, включая четкие инструкции, шаблоны и примеры для самостоятельного выполнения.

Онлайн-платформы для тестирования и сдачи домашних заданий.

Доступ к программным инструментам и сервисам, необходимым для выполнения практических заданий (аналитические платформы, инструменты для настройки рекламы и расчёта юнит-экономики).