

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Крылова Людмила Вячеславовна  
Должность: Проректор по учебно-методической работе  
Дата подписания: 30.12.2025 14:35:16  
Уникальный программный ключ:  
b066544bae1e449cd8bfce392f7224a676a271b2

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«ДОНЕЦКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ЭКОНОМИКИ И  
ТОРГОВЛИ ИМЕНИ МИХАИЛА ТУГАН-БАРАНОВСКОГО»**

**КАФЕДРА МАРКЕТИНГА И ТОРГОВОГО ДЕЛА**



**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ  
Б1.В.02 СЕТЕВОЙ МАРКЕТИНГ**

(шифр, название учебной дисциплины в соответствии с учебным планом)

Укрупненная группа направлений подготовки: 38.00.00 Экономика и управление  
(код, наименование)

Программа высшего образования – магистерская программа

Направление подготовки 38.04.06 Торговое дело  
(код, наименование)

Факультет маркетинга и торгового дела

Форма обучения, курс:

очная форма обучения 1 курс

заочная форма обучения 1 курс

Рабочая программа адаптирована для лиц с ограниченными возможностями  
здравья и инвалидов

Донецк  
2025

Рабочая программа учебной дисциплины «Сетевой маркетинг» для обучающихся по направлению подготовки: 38.04.06 Торговое дело, разработанная в соответствии с учебным планом, утвержденным Ученым советом ФГБОУ ВО «ДОННУЭТ»:

- в 2025 г. - для очной формы обучения;
- в 2025 г. - для заочной формы обучения.

Разработчик: Морозова Наталья Игоревна, доцент кафедры маркетинга и торгового дела, кандидат экономических наук

*Морозова Наталья Игоревна*

Рабочая программа утверждена на заседании кафедры маркетинга и торгового дела  
Протокол от «25» февраля 2025 года № 16

Зав. кафедрой

*Морозова Наталья Игоревна*  
(подпись)

И.М. Рвачева

(инициалы, фамилия)

КАФЕДРА  
МАРКЕТИНГА И  
ТОРГОВОГО ДЕЛА

СОГЛАСОВАНО

Декан факультета маркетинга и торгового дела

*Махноносов Д.В.*  
(подпись)

Д.В. Махноносов

(инициалы, фамилия)

Дата «25» февраля 2025 года



ОДОБРЕНО

Учебно-методическим советом ФГБОУ ВО «ДОННУЭТ»  
Протокол от «26» февраля 2025 года № 7

Председатель

*Крылова Л.В.*  
(подпись)

Л.В. Крылова

(инициалы, фамилия)

© Морозова Н.И., 2025 год  
(ФИО разработчика)

© ФГБОУ ВО «Донецкий  
национальный университет экономики и  
торговли имени  
Михаила Туган-Барановского», 2025 год

## ОПИСАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

| Наименование показателя  | Наименование укрупненной группы направлений подготовки, направление подготовки, профиль, программа высшего образования | Характеристика учебной дисциплины                       |                        |
|--|--|---|------------------------|
|  |  | очная форма обучения                                    | заочная/форма обучения |
| Количество зачетных единиц – 2   | Укрупненная группа направлений подготовки<br>38.00.00 Экономика и управление   | Часть формируемая участниками образовательных отношений |                        |
|  | Направление подготовки<br>38.04.06 Торговое дело   |   |                        |
| Модулей – 1  |  | <b>Год подготовки</b>                                   |                        |
| Смысловых модулей – 2  |  | 1-й   | 1-й                    |
| Общее количество часов – 72  |  | <b>Семестр</b>  |                        |
|  |  | 2-й   | 2-й                    |
|  |  | <b>Лекции</b>   |                        |
|  |  | 16 час.   | 6 час.                 |
| Количество часов в неделю для очной формы обучения:<br><br>аудиторных – 1,76;<br>самостоятельной работы обучающегося – 2,4 | Программа высшего образования – магистерская программа   | <b>Практические, семинарские занятия</b>                |                        |
|  |  | 14 час.   | 6 час.                 |
|  |  | <b>Лабораторные занятия</b>                             |                        |
|  |  | -   | - час.                 |
|  |  | <b>Самостоятельная работа</b>                           |                        |
|  |  | 40,95 час.  | 56,85 час.             |
|  |  | <b>Индивидуальные задания*:</b>                         |                        |
|  |  | 3 ТМК   | 3 ТМК                  |
|  |  | <b>Форма промежуточной аттестации:</b>                  |                        |
|  |  | <b>(зачет, зачет с оценкой, экзамен)</b>                |                        |
|  |  | Зачет   | Зачет                  |

Примечание. Для очной формы обучения указывается количество проводимых текущих модульных контролей (например, 2ТМК), при наличии – курсовая работа/курсовый проект (КР/КП); для заочной формы обучения указывается, при наличии, аудиторная письменная работа/контрольная работа (АПР), курсовая работа/ курсовой проект (КР/КП).

Соотношение количества часов аудиторных занятий и самостоятельной работы составляет:

для очной формы обучения – 30/40,95

для очно-заочной формы обучения – 12/56,85

## 2. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

**Цель учебной дисциплины:** ознакомление со знаниями теоретических основ социально – экономической сущности многоуровневого маркетинга, его роли и места в современной рыночной экономике, основных тенденциях его развития.

**Задачи учебной дисциплины:** изучение сущности, основных принципов особенностей и функций сетевого маркетинга; рассмотрение концепции сетевого маркетинга; методы работы в сетевом бизнесе и их основные принципы; выявление особенностей управления сетевым маркетингом.

## 3. МЕСТО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП ВПО

Учебная дисциплина Б1.В.02 «Сетевой маркетинг» относится к части формируемой участниками образовательного процесса дисциплинам части ОПОП ВО.

*Изучение данной дисциплины базируется на знании таких учебных дисциплин: «Маркетинг», «Маркетинг услуг» «Интернет-маркетинг».*

## 4. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ), СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

В результате освоения изучения учебной дисциплины у обучающегося должны быть сформированы **компетенции и индикаторы их достижения**:

| Код и наименование компетенции  | Код и наименование индикатора достижения компетенции   |
|---|--|
| ПК-3 Способность анализировать техно-логический процесс как объект управления, организовывать работу персонала, находить и принимать управленческие решения в области профессиональной деятельности, систематизировать и обобщать информацию по формированию и использованию ресурсов предприятия | ИДК-2 <sub>ПК-3</sub> Систематизировать и обобщать информацию для принятия управленческих решений по формированию и использованию ресурсов предприятия, в том числе в оперативном режиме и в ситуациях риска |

В результате изучения учебной дисциплины обучающийся должен:

**знать:** сущность и основные компоненты сетевого маркетинга; основные методы работы в сетевом бизнесе и их принципы; иметь представление о различиях между сетевыми компаниями и финансовыми пирамидами; мотивацию и ее значение для работы в сетевом бизнесе; общий план деятельности по построению собственной сети.

**уметь:** применять основные методы работы в сетевом бизнесе.

**владеть:** практическими навыками в области построения собственного бизнеса в сетевой компании; навыками принятия и обоснования тактических и стратегических решений.

## **5. ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

**Смысовой модуль 1.** Теоретические основы формирования сетевого маркетинга в современной рыночной экономике.

**Тема 1.** Сущность сетевого маркетинга.

1. История возникновения сетевого маркетинга
2. Сущность, понятия и виды сетевого маркетинга
3. Сетевой маркетинг в иерархии потребностей человека

**Тема 2.** Специфика сетевого маркетинга.

1. Прямые продажи и сетевой маркетинг
2. Отличия сетевого маркетинга от традиционного маркетинга
3. Особенности сетевого маркетинга
4. Отличия сетевого маркетинга от финансовых пирамид

**Смысовой модуль 2.** Методы работы и управление в сетевом маркетинге.

**Тема 3.** Виды и типы маркетинговых-планов в сетевом маркетинге.

1. Сущность, содержание маркетинг-планов
2. Основные типы маркетинг-планов

**Тема 4.** Основы работы в сетевом бизнесе.

1. Формы участия в бизнесе и источники дохода дистрибуторов  
2. Взаимоотношения спонсора и дистрибутора в сетевом бизнесе. Их основные права и обязанности  
3. Инструменты сетевого маркетинга

**Тема 5.** Методы работы и обучения в сетевом маркетинге.

1. Система обучения в сетевом маркетинге
2. Виды встреч в сетевом бизнесе и цели их проведения
3. Домашний кружок, индивидуальные встречи
4. Презентация
5. Сущность и виды «холодных контактов»

**Смысовой модуль 3.** Место дистрибутора в сетевом маркетинге.

**Тема 6.** Структура продаж в сетевом маркетинге.

1. Этапы продаж
2. Основные психологические типы поведения клиентов

**Тема 7.** Мотивация персонала в сетевом бизнесе.

1. Сущность и основные понятия мотивации
2. Содержательные теории мотивации
3. Процессуальные теории мотивации
4. Специфика мотивации персонала в сетевом бизнесе

**Тема 8.** Правовое регулирование сетевого маркетинга.

1. Правовое регулирование сетевого маркетинга в России  
2. Кодекс поведения в бизнесе Ассоциации прямых продаж и Кодекс действий Ассоциации прямых продаж

## 6. СТРУКТУРА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

| Название смысловых модулей и тем  | Количество часов     |                |                |                  |                  |                 |                             |             |          |     |             |              |
|---|----------------------|----------------|----------------|------------------|------------------|-----------------|-----------------------------|-------------|----------|-----|-------------|--------------|
|   | очная форма обучения |                |                |                  |                  |                 | Очно-заочная форма обучения |             |          |     |             |              |
|   | всего                | в том числе    |                |                  |                  |                 | всего                       | в том числе |          |     |             |              |
|   |                      | л <sup>1</sup> | п <sup>2</sup> | лаб <sup>3</sup> | инд <sup>4</sup> | СР <sup>5</sup> |                             | л           | п        | лаб | инд         | СР           |
| 1   | 2                    | 3              | 4              | 5                | 6                | 7               | 8                           | 9           | 10       | 11  | 12          | 13           |
| <b>Модуль 1. Сетевой маркетинг</b>  |                      |                |                |                  |                  |                 |                             |             |          |     |             |              |
| <b>Смысловой модуль 1.</b> Теоретические основы формирования сетевого маркетинга в современной рыночной экономике |                      |                |                |                  |                  |                 |                             |             |          |     |             |              |
| Тема 1. Сущность сетевого маркетинга  | 10                   | 2              | 2              |                  |                  | 6               | 8                           | 0,5         | 0,5      |     |             | 7            |
| Тема 2. Специфика сетевого маркетинга   | 10                   | 2              | 2              |                  |                  | 6               | 8                           | 0,5         | 0,5      |     |             | 7            |
| <b>Итого по смысловому модулю 1</b>   | <b>20</b>            | <b>4</b>       | <b>4</b>       |                  |                  | <b>12</b>       | <b>16</b>                   | <b>1</b>    | <b>1</b> |     |             | <b>14</b>    |
| <b>Смысловой модуль 2.</b> Методы работы и управление в сетевом маркетинге.                                       |                      |                |                |                  |                  |                 |                             |             |          |     |             |              |
| Тема 3. Виды и типы маркетинговых-планов в сетевом маркетинге   | 10                   | 2              | 2              |                  |                  | 6               | 8,5                         | 0,5         | 1        |     |             | 7            |
| Тема 4. Основы работы в сетевом бизнесе   | 10                   | 2              | 2              |                  |                  | 6               | 8,5                         | 0,5         | 1        |     |             | 7            |
| Тема 5. Методы работы и обучения в сетевом маркетинге.  | 10                   | 2              | 2              |                  |                  | 6               | 9                           | 1           | 1        |     |             | 7            |
| <b>Итого по смысловому модулю 2</b>   | <b>30</b>            | <b>6</b>       | <b>6</b>       |                  |                  | <b>18</b>       | <b>26</b>                   | <b>2</b>    | <b>3</b> |     |             | <b>21</b>    |
| <b>Смысловой модуль 3.</b> Место дистрибутора в сетевом маркетинге.   |                      |                |                |                  |                  |                 |                             |             |          |     |             |              |
| Тема 6. Структура продаж в сетевом маркетинге   | 7                    | 2              | 2              |                  |                  | 3               | 8,5                         | 1           | 0,5      |     |             | 7            |
| Тема 7. Мотивация персонала в сетевом бизнесе.  | 6                    | 2              | 1              |                  |                  | 3               | 8,5                         | 1           | 0,5      |     |             | 7            |
| Тема 8. Правовое регулирование сетевого маркетинга.   | 7,95                 | 2              | 1              |                  |                  | 4,95            | 9,85                        | 1           | 1        |     |             | 7,85         |
| <b>Итого по смысловому модулю 3</b>   | <b>20,95</b>         | <b>6</b>       | <b>4</b>       |                  |                  | <b>10,95</b>    | <b>26,85</b>                | <b>3</b>    | <b>2</b> |     |             | <b>21,85</b> |
| <b>Всего по смысловым модулям</b>   | <b>70,95</b>         | <b>16</b>      | <b>14</b>      |                  |                  | <b>40,95</b>    | <b>68,85</b>                | <b>6</b>    | <b>6</b> |     |             | <b>56,85</b> |
| <i>Катт</i>   | <b>0,8</b>           |                |                |                  | <b>0,8</b>       |                 | <b>0,9</b>                  |             |          |     | <b>0,9</b>  |              |
| <i>СРЭК</i>   | -                    |                |                |                  |                  |                 |                             |             |          |     |             |              |
| <i>ИК</i>   | -                    |                |                |                  |                  |                 |                             |             |          |     |             |              |
| <i>КЭ</i>   | -                    |                |                |                  |                  |                 |                             |             |          |     |             |              |
| <i>КаттЭК</i>   | <b>0,25</b>          |                |                |                  | <b>0,25</b>      |                 | <b>0,25</b>                 |             |          |     | <b>0,25</b> |              |
| <i>Контроль</i>   | -                    |                |                |                  |                  |                 | <b>2</b>                    |             |          |     | <b>2</b>    |              |
| <b>Всего часов:</b>   | <b>72</b>            | <b>16</b>      | <b>14</b>      |                  | <b>1,15</b>      | <b>40,95</b>    | <b>72</b>                   | <b>6</b>    | <b>6</b> |     | <b>3,15</b> | <b>56,85</b> |

Примечания: 1. л – лекции;

2. п – практические (семинарские) занятия;

3. лаб – лабораторные занятия;
4. инд – индивидуальные занятия;
5. СР – самостоятельная работа.

## 7. ТЕМЫ СЕМИНАРСКИХ И ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ

| № п/п   | Название темы   | Количество часов |               |
|---|---|------------------|---------------|
|   |   | очная форма      | заочная форма |
| <b>Смысловой модуль 1.</b> Теоретические основы формирования сетевого маркетинга в современной рыночной экономике |   |                  |               |
| 1   | История сетевого маркетинга   | 2                | 0,5           |
| 2   | Сущность и специфика сетевого маркетинга                              | 2                | 0,5           |
| <b>Смысловой модуль 2.</b> Методы работы и управление в сетевом маркетинге.                                       |   |                  |               |
| 3   | Классификация MLM компаний.   | 2                | 1             |
| 4   | Классификация маркетинговых планов                                    | 2                | 1             |
| 5   | Методы работы в сетевом бизнесе и их основные принципы.               | 2                | 1             |
| <b>Смысловой модуль 3.</b> Место дистрибутора в сетевом маркетинге.   |   |                  |               |
| 6   | Управление в сетевом маркетинге.                                      | 2                | 0,5           |
| 7   | Маркетинговая деятельность в сетевом маркетинге. Искусство мотивации. | 1                | 0,5           |
| 8   | Нормативная база компании MLM.  | 1                | 1             |
| <b>Всего:</b>   |   | <b>16</b>        | <b>6</b>      |

**6**

## 8. ТЕМЫ ЛАБОРАТОРНЫХ ЗАНЯТИЙ – не предусмотрены

| № п/п | Название темы | Количество часов |               |
|-------|---------------|------------------|---------------|
|       |               | очная форма      | заочная форма |
|       |               |                  |               |

## 9. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА

| № п/п   | Название темы                                   | Количество часов |                    |
|---|---|------------------|--------------------|
|   |   | очная форма      | очно-заочная форма |
| <b>Смысловой модуль 1.</b> Теоретические основы формирования сетевого маркетинга в современной рыночной экономике |   |                  |                    |
| 1   | Сущность сетевого маркетинга                    | 6                | 7                  |
| 2   | Этапы развития сетевого маркетинга              | 6                | 7                  |
| <b>Смысловой модуль 2.</b> Методы работы и управление в сетевом маркетинге.                                       |   |                  |                    |
| 4   | Особенности продукции в сетевых компаниях.      | 6                | 7                  |
| 5   | Система стимулирования продаж в СМ.             | 6                | 7                  |
| 6   | Коммуникационные материалы в СМ.                | 6                | 7                  |
| <b>Смысловой модуль 3.</b> Место дистрибутора в сетевом маркетинге.   |   |                  |                    |
| 7   | Имидж сетевика.                                 | 3                | 7                  |
| 8   | Способы нахождения потенциальных клиентов в СМ. | 3                | 7                  |
| 9   | Сетевой маркетинг и Интернет.                   | 4,95             | 7,85               |
| <b>Всего:</b>   |   | <b>40,95</b>     | <b>56,85</b>       |

## **10. ОБЕСПЕЧЕНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ И ИНВАЛИДОВ**

В ходе реализации учебной дисциплины используются следующие дополнительные методы обучения, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в зависимости от их индивидуальных особенностей:

1) для глухих и слабослышащих:

- лекции оформляются в виде электронного документа;

- письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме;

- зачёт проводится в письменной форме на компьютере; возможно проведение в форме тестирования.

2) для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- лекции оформляются в виде электронного документа;

- письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме;

- зачёт проводится в письменной форме на компьютере; возможно проведение в форме тестирования.

При необходимости предусматривается увеличение времени для подготовки ответа.

Процедура проведения промежуточной аттестации для обучающихся устанавливается с учётом их индивидуальных психофизических особенностей. Промежуточная аттестация может проводиться в несколько этапов.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения предусматривается использование технических средств, необходимых в связи с индивидуальными особенностями обучающихся. Эти средства могут быть предоставлены университетом, или могут использоваться собственные технические средства.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

Обеспечивается доступ к информационным и библиографическим ресурсам в сети Интернет для каждого обучающегося в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

1) для глухих и слабослышащих:

- в печатной форме;

- в форме электронного документа;

2) для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме;

- в форме электронного документа.

## **11. ИНДИВИДУАЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ**

Запланированная контрольная работа проводится в аудиторной форме после освоения студентами учебных модулей дисциплины. Контрольная работа предполагает ответ в письменном виде на два контрольных вопроса. Время выполнения ограничивается 45 минутами. Критериями оценки такой работы становятся: соответствие содержания ответа вопросу, понимание базовых категорий темы, использование в ответе этих категорий, ссылки нормативно-правовые акты, грамотность, последовательность изложения.

Вопросы для контрольных работ и текущего модульного контроля:

Тема 1. Сущность сетевого маркетинга.

1. С чьим именем связывают историю возникновения сетевого маркетинга?

2. Дать определение понятию «сетевой маркетинг».

3. Перечислите преимущества и недостатки сетевого маркетинга.

4. Определение понятия «прямые продажи» и их особенности.

5. Преимущества и недостатки прямых продаж для продавцов?

6. Преимущества и недостатки прямых продаж для покупателей?

7. Отличительные особенности сетевого маркетинга и прямых продаж?

Тема 2. Специфика сетевого маркетинга.

1. Перечислите отличия сетевого маркетинга от классического метода продаж.
2. Каковы особенности сетевого маркетинга?
3. Что такое финансовая пирамида? Приведите примеры финансовых пирамид.
4. Перечислите отличительные черты сетевого маркетинга от финансовых пирамид.

Смысовой модуль 2. Методы работы и управление в сетевом маркетинге.

Тема 3. Виды и типы маркетинговых-планов в сетевом маркетинге.

1. Что такое маркетинговый план?
2. Какова цель разработки плана маркетинга?
3. Какие существуют типы планов маркетинга (по Ф.Котлеру)?
4. Какие разделы может содержать план маркетинга?
5. Перечислите основные типы маркетинг-планы в сетевом маркетинге.
6. Какова сущность ступенчатого маркетинг-плана?
7. Назовите основные принципы работы линейного маркетинг-плана.
8. В чем заключается сущность матричного маркетинг-плана?
9. Перечислите преимущества и недостатки матричного маркетинг-плана.
10. Назовите основные принципы работы бинарного маркетинг-плана.
11. В чем заключается сущность смешанного маркетинг-плана?

Тема 4. Выбор сетевой компании.

1. Перечислите основные навыки дистрибутора младшего звена.
  2. Что такое промоушн?
  3. Перечислите основные навыки дистрибутора среднего звена.
  4. Каковы основные требования к товару в сетевом маркетинге?
- Тема 5. Методы работы в сетевом бизнесе и их основные принципы.
1. Перечислите основные виды встреч в MLM.
  2. Назовите основные цели встреч в сетевом маркетинге.
  3. В зависимости от места использования какие бывают презентации?
  4. Основные составляющие модели проведения презентации в сетевом маркетинге?
  5. Что такое «домашний кружок» в сетевом маркетинге?
  6. Раскройте сущность этапов плана проведения «домашнего кружка».
  7. Сущность индивидуальных встреч в сетевом маркетинге?
  8. Какие существуют виды «холодных контактов»?

Смысовой модуль 3. Место дистрибутора в сетевом маркетинге.

Тема 6. Формы участия в бизнесе и источники дохода дистрибутора.

1. Какие существуют формы участия дистрибутора в бизнесе?
2. В чем заключается сущность формы «дистрибутор потребитель»?
3. Сущность формы «дистрибутор-спонсор»?
4. Перечислите этапы участия дистрибутора в бизнесе.
5. Основное содержание этического кодекса дистрибутора?

Тема 7. Стратегия и тактика дистрибутора в сетевом маркетинге.

1. Перечислите основные тактические задачи в сетевом маркетинге?
2. Какие Вы знаете Тактические и психологические приемы продаж?
3. Ступени роста в Сетевом маркетинге.

Тема 8. Правовое регулирование сетевого маркетинга.

1. Сущность и основная цель Ассоциации прямых продаж?
2. На каких приоритетных направлениях строится деятельность Ассоциации прямых продаж?
3. Какие существуют виды членства в Ассоциации? Раскройте их сущность.
4. Перечислите основные задачи Московской комиссии МСМ.

## 12. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Оценочные средства детализируются по видам работ в оценочных материалах по учебной дисциплине, которые утверждаются на заседании кафедры.

Система оценивания по учебной дисциплине по очной форме обучения\*

| Форма контроля  | Макс. количество баллов |               |
|---|-------------------------|---------------|
|   | За одну работу          | Всего         |
| Текущий контроль:<br>- устный опрос (темы 1,4,5,6,8)<br>- реферат, доклад, эссе (темы 4)<br>- тестирование (темы 1,2,3,4,5,6,7,8) | 3<br>5<br>10            | 15<br>5<br>80 |
| Промежуточная аттестация  | зачет                   | 100           |
| <b>Итого за семестр</b>   |                         | <b>100</b>    |

\* в соответствии с утвержденными оценочными материалами по учебной дисциплине

Система оценивания по учебной дисциплине на очно-заочной форме обучения

| Форма контроля   | Макс. количество баллов |                |
|--|-------------------------|----------------|
|  | За одну работу          | Всего          |
| Текущий контроль:<br>- тестирование<br>- контрольная работа<br>- реферат | 10<br>10<br>10          | 80<br>10<br>10 |
| Промежуточная аттестация   | зачет                   | 100            |
| <b>Итого за семестр</b>  |                         | <b>100</b>     |

### Вопросы для подготовки к зачету:

1. История возникновения и развития сетевого маркетинга.
2. Понятие сетевого (многоуровневого) маркетинга.
3. Взаимосвязь между традиционным и сетевым бизнесом.
4. Отличие между традиционным и сетевым бизнесом.
5. Схемы Понци.
6. Разница между финансовой пирамидой и сетевым бизнесом.
7. Понятие прямых продаж.
8. Сетевой маркетинг в США.
9. Сетевой маркетинг в КНР.
10. Сетевой маркетинг в России.
11. Сетевые компании в России.
12. Интернет и сетевой маркетинг.
13. Интернет-технологии в сетевом маркетинге.
14. Преодоление недостатков сетевого маркетинга посредством Интернет.
15. Качества, необходимые сетевому маркетологу.
16. Навыки работы в сетевом бизнесе.
17. Карьера дистрибутора.
18. Менеджеры сетевых компаний.
19. Требования, предъявляемые к менеджерам сетевых компаний.
20. Выбор способов привлечения клиентов.
21. Создание маркетингового плана.
22. Довольные и лояльные клиенты в сетевом бизнесе.

23. Средства маркетинга используемые в сетевом бизнесе.
24. Маркетинговые приемы, используемые в сетевом бизнесе.
25. Виды клиентов в сетевом бизнесе.

## **6. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ БАЛЛОВ, КОТОРЫЕ ПОЛУЧАЮЩИЕСЯ**

| Текущее тестирование и самостоятельная работа |           |                     |           |           |                     |           |           | <i>Сумма, балл</i> |
|---|-----------|---------------------|-----------|-----------|---------------------|-----------|-----------|--------------------|
| Смысlovой модуль №1                           |           | Смысlovой модуль №2 |           |           | Смысlovой модуль №3 |           |           |                    |
| T1  | T2        | T3                  | T4        | T5        | T6                  | T7        | T8        | 100                |
| <b>13</b>                                     | <b>10</b> | <b>10</b>           | <b>18</b> | <b>13</b> | <b>13</b>           | <b>10</b> | <b>13</b> |                    |

Примечание. T1, T2, ... T6 – номера тем соответствующих смысловых модулей

**Соответствие государственной шкалы оценивания академической успеваемости**

| <b>Сумма баллов за все виды учебной деятельности</b> |  | <b>По государственной шкале</b> |
|--|--|---------------------------------|
| 60-100   |  | «зачет»                         |
| 0-59   |  | «не зачет»                      |

## **14. РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА**

### **Основная литература:**

1. Сухов В.Д. Маркетинг : учебник / Сухов В.Д., Киселев А.А., Сазонов А.И.. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2022. — 353 с. — ISBN 978-5-4497-1589-0. — Текст : электронный // IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/119289.html>
2. Безрутченко Ю.В. Маркетинг в социально-культурном сервисе и туризме : учебное пособие / Безрутченко Ю.В.. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2018. — 233 с. — ISBN 978-5-394-01664-6. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/75219.html>
2. Маркетинг гостиничного предприятия [Электронный ресурс]: учебное пособие для бакалавров/ Семенова Л.В., Корнеевец В.С., Драгилева И.И.— Электрон. текстовые данные.— Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2020.— 204 с Электронно-библиотечная система ЭБС «IPRbooks»: [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/90234.html>

### **Дополнительная литература:**

1. Слонимская М.А. Доступный маркетинг: рынок услуг / Слонимская М.А., Яшева Г.А., Вайлунова Ю.Г.. — Минск : Вышэйшая школа, 2021. — 224 с. — ISBN 978-985-06-3314-9. — Текст : электронный // IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/119979.html>

### **Учебно-методические издания:**

1. Морозова, Н. И. Сетевой маркетинг [ Электронный ресурс ] : учеб. пособие / Н. И. Морозова ; М-во образования и науки ДНР, ГОВПО "Донец. нац. ун-т экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского", Каф. маркетинга и коммерч. дела . — Донецк : ДонНУЭТ, 2020 . — Локал. компьютер сеть НБ ДонНУЭТ.

## **15. ИНФОРМАЦИОННЫЕ РЕСУРСЫ**

Автоматизированная библиотечная информационная система Unilib UC : версия 2.110 // Научная библиотека Донецкого национального университета экономики и торговли им. Михаила Туган-Барановского. – [Донецк, 2021– ]. – Текст : электронный.

Информио : электрон. справочник / ООО «РИНФИЦ». – Москва : Издат. дом «Информио», [2018?– ]. – URL: <https://www.informio.ru> (дата обращения: 01.01.2023). – Текст : электронный.

IPR SMART : весь контент ЭБС IPR BOOKS : цифровой образоват. ресурс / ООО «Ай Пи Эр Медиа». – [Саратов : Ай Пи Эр Медиа, 2022]. – URL: <http://www.iprbookshop.ru> (дата обращения: 01.01.2023). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст. Аудио. Изображения : электронные.

Лань : электрон.-библ. система. – Санкт-Петербург : Лань, сор. 2011–2021. – URL: <https://e.lanbook.com/> (дата обращения: 01.01.2023). – Текст : электронный. – Режим доступа: для авторизир. пользователей.

СЭБ : Консорциум сетевых электрон. б-к / Электрон.-библ. система «Лань» при поддержке Агентства стратег. инициатив. – Санкт-Петербург : Лань, сор. 2011–2021. – URL: <https://seb.e.lanbook.com/> (дата обращения: 01.01.2023). – Режим доступа : для пользователей организаций – участников, подписчиков ЭБС «Лань».

Polpred : электрон. библ. система : деловые статьи и интернет-сервисы / ООО «Полпред Справочники». – Москва : Полпред Справочники, сор. 1997–2022. – URL: <https://polpred.com> (дата обращения: 01.01.2023). – Текст : электронный.

Book on lime : дистанц. образование / изд-во КДУ МГУ им. М.В. Ломоносова. – Москва : КДУ, сор. 2017. – URL: <https://bookonlime.ru> (дата обращения: 01.01.2023) – Текст . Изображение. Устная речь : электронные.

Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU : информ.-аналит. портал / ООО Научная электронная библиотека. – Москва : ООО Науч. электрон. б-ка, сор. 2000–2022. – URL: <https://elibrary.ru> (дата обращения: 01.01.2023). – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

CYBERLENINKA : науч. электрон. б-ка «КиберЛенинка» / [Е. Кисляк, Д. Семячкин, М. Сергеев ; ООО «Итесос»]. – Москва : КиберЛенинка, 2012– . – URL: <http://cyberleninka.ru> (дата обращения: 01.01.2023). – Текст : электронный.

Национальная электронная библиотека : НЭБ : feder. гос. информ. система / М-во культуры Рос. Федерации [и др.]. – Москва : Рос. гос. б-ка : ООО ЭЛАР, [2008– ]. – URL: <https://rusneb.ru/> (дата обращения: 01.01.2023) – Текст. Изображение : электронные.

Научно-информационный библиотечный центр имени академика Л.И. Абалкина / Рос. экон. ун-т им. В.Г. Плеханова. – Москва : KnowledgeTree Inc., 2008– . – URL: <http://liber.rea.ru/login.php> (дата обращения: 01.01.2023). – Режим доступа: для авторизир. пользователей. – Текст : электронный.

Библиотечно-информационный комплекс / Финансовый ун-т при Правительстве Рос. Федерации. – Москва : Финансовый университет, 2019– . – URL: <http://library.fa.ru/> (дата обращения: 01.01.2023) – Режим доступа: для авторизир. пользователей. – Текст : электронный.

Университетская библиотека онлайн : электрон. библ. система. – ООО «Директ-Медиа», 2006– . – URL: <https://biblioclub.ru/> (дата обращения: 01.01.2023) – Режим доступа: для авторизир. пользователей. – Текст : электронный.

Электронный каталог Научной библиотеки Донецкого национального университета экономики и торговли им. Михаила Туган-Барановского. – Донецк : НБ ДОННУЭТ, 1999– . – URL: <http://catalog.donnue.education> (дата обращения: 01.01.2023). – Текст : электронный.

## 16. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины «Сетевой маркетинг» предполагает использование следующего материально-технического обеспечения: лекционная мультимедийная аудитория. Мультимедийная аудитория укомплектована мультимедийным проектором, проекционным экраном, ноутбуком. Преподаватель имеет возможность проводить лекции, лабораторные занятия, презентации, конференции и другие виды аудиторной нагрузки обучающихся в удобной и доступной для них форме с применением современных интерактивных средств обучения.

Дисциплина обеспечена комплектом презентаций и видеоматериалов по темам, необходимыми учебными пособиями и учебной литературой для освоения учебного курса.

## 17. КАДРОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

| Фамилия, имя, отчества    | Условия привлечения (по основному месту работы, на условиях внутреннего/ внешнего совместительства; на условиях договора гражданско-правового характера (далее – договор ГПХ)) | Должность, ученая степень, ученое звание                              | Уровень образования, наименование специальности, направления подготовки, наименование присвоенной квалификации | Сведения о дополнительном профессиональном образовании*   |
|---------------------------|--|---|--|---|
| Морозова Наталья Игоревна | По основному месту работы  | Должность - доцент, кандидат экономических наук, ученое звание доцент | Высшее, специальность: «Маркетинг», магистр по маркетингу, диплом кандидата экономических наук ДК №000186      | <p>Удостоверение о повышении квалификации 61240026999 1-14481 «Актуальные вопросы преподавания в образовательных учреждениях высшего образования: нормативно-правовое, психолого-педагогическое и методическое сопровождение» ФГБОУ ВО «ДГТУ» г. Ростов-на-Дону 22.09.22-24.09.22, 12 часов</p> <p>Удостоверение о повышении квалификации 61240031276 1-14481 «Организационно-методические аспекты разработки и реализации программ высшего образования по направлениям подготовки Экономика и управление» ФГБОУ ВО «ДГТУ» г. Ростов-на-Дону 30.05.23-02.06.23, 36 часов</p> <p>Диплом о профессиональной переподготовке «Медиакоммуникации: медийные и образовательные аспекты» 265.0924-11.12.24, 300 часов 000000230005 г.Смоленск, «Инфоурок»</p> <p>Удостоверение о повышении квалификации 571 «Эффективная цифровая и коммуникационная среда преподавателя: синергия законодательных требований и цифровых инструментов» ООО Компания «Ай Пи Ар Медиа», г. Красногорск 16.12.24-30.12.24, 72 часа</p> |

|  |  |  |  |  |
|--|--|--|--|--|
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |