Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Крылова Людмила Вячеславовна
Должность: Проректор по учебно-методической работе
Дата подписания: 10.11.2026 20:00:54
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

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебно-методической работе
_____ Крылова Л.В.
(подпись) (фамилия, инициалы)
«15» 05 2026 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.02 СЕТЕВОЙ МАРКЕТИНГ

(шифр, название дисциплины)

Укрупненная группа направлений подготовки: 38.00.00 Экономика и управление (код, наименование)
Образовательная программа высшего образования: программа магистратуры

Направление подготовки/ Магистерская программа: 38.04.06 Торговое дело (код, наименование)
Торговое дело (код, наименование)

Факультет: маркетинга и торгового дела
Форма обучения, курс: очная форма обучения, 1 курс
заочная форма обучения, 2 курс

Рабочая программа адаптирована для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов (*при наличии таких лиц*)

Донецк
2026

*Рабочая программа дисциплины «*Сетевой маркетинг*»*
(название дисциплины)
для обучающихся по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело,
(код, наименование)
Магистерская программа: Торговое дело,
(наименование)
разработана в соответствии с ОПОП ВО для набора обучающихся 2026 года.

Разработчик: Морозова Наталья Игоревна, доцент, к.э.н., доцент
(ФИО, должность, ученая степень, ученое звание)

Рабочая программа утверждена на заседании кафедры маркетинга и торгового дела
Протокол от «17» февраля 2026 года № 14

Зав. кафедрой Рвачёва И.М.

КАФЕДРА МАРКЕТИНГА И ТОРГОВОГО ДЕЛА

(подпись) (фамилия, инициалы)

СОГЛАСОВАНО

Декан факультета маркетинга и торгового дела Махноносов Д.В.

(подпись) (фамилия, инициалы)

«17» февраля 2026 года

ОДОБРЕНО

Учебно-методическим советом ФГБОУ ВО «ДОННУЭТ»

Протокол от «25» марта 2026 года № 8

Председатель Крылова Л.В.
(подпись) (фамилия, инициалы)

©Морозова Наталья Игоревна, 2026 год
(ФИО разработчика/разработчиков)
© Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского», 2026 год

1. ОПИСАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

<table>
<tr><td rowspan="2">Наименование показателя</td><td rowspan="2">Наименование укрупненной группы направлений подготовки/ специальностей, направление подготовки/ специальность, профиль/ специализация/ магистерская программа, программа высшего образования</td><td colspan="2">Характеристика дисциплины</td></tr>
<tr><td>очная форма обучения</td><td>заочная форма обучения</td></tr>
<tr><td rowspan="2">Количество зачетных единиц – 2</td><td>Укрупненная группа направлений подготовки/ специальностей
38.00.00 Экономика и управление
(код, название)</td><td colspan="2" rowspan="2">часть, формируемая участниками образовательных отношений</td></tr>
<tr><td>Направление подготовки
38.04.06 Торговое дело
(код, название)</td></tr>
<tr><td>Модулей –1
Смысловых модулей –3
Общее количество часов – 72</td><td rowspan="6">Магистерская программа
Торговое дело
(название)</td><td colspan="2">Год подготовки</td></tr>
<tr><td>1-й</td><td>2-й</td></tr>
<tr><td colspan="2">Семестр</td></tr>
<tr><td>2-й</td><td>3-й</td></tr>
<tr><td colspan="2">Лекции</td></tr>
<tr><td>16 часов</td><td>6 часов</td></tr>
<tr><td rowspan="11">Количество часов в неделю для очной формы обучения:
аудиторных – 1,76;
самостоятельной работы обучающегося – 2,4.</td><td rowspan="11">Программа высшего образования – программа магистратуры</td><td colspan="2">Практические и семинарские занятия</td></tr>
<tr><td>14 часов</td><td>6 часов</td></tr>
<tr><td colspan="2">Лабораторные занятия</td></tr>
<tr><td>- часов</td><td>- часов</td></tr>
<tr><td colspan="2">Самостоятельная работа</td></tr>
<tr><td>40,95 часов</td><td>56,85 часов</td></tr>
<tr><td colspan="2">Форма промежуточной аттестации:</td></tr>
<tr><td>зачет</td><td>зачет</td></tr>
</table>

Соотношение количества часов аудиторных занятий и самостоятельной работы составляет:

для очной формы обучения – 30/40,95

для заочной формы обучения – 12/56,85

2. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

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

Задачи 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 ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «Сетевой маркетинг» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений ОПОП ВО.

Изучение данной дисциплины базируется на знании таких учебных дисциплин: «Маркетинг», «Маркетинговые исследования», «Интернет маркетинг».

4. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

В результате освоения учебной дисциплине 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$_{ПК-3}$ 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 ДИСЦИПЛИНЫ
МОДУЛЬ 1. СЕТЕВОЙ МАРКЕТИНГ

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

Тема 1. Сущность сетевого маркетинга.

Тема 2. Специфика сетевого маркетинга.

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

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

Тема 4. Основы работы в сетевом бизнесе.

Тема 5. Методы работы и обучения в сетевом маркетинге.

Смысловой модуль 3. Место дистрибьютора в сетевом маркетинге.

Тема 6. Структура продаж в сетевом маркетинге.

Тема 7. Мотивация персонала в сетевом бизнесе.

Тема 8. Правовое регулирование сетевого маркетинга.

6. СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Название смысловых модулей и тем	Количество часов											
	очная форма обучения						заочная форма обучения					
	всего	в том числе					всего	в том числе				
		л[1]	п[2]	лаб[3]	СР[4]	Пр[5]		л	п	лаб	СР	Пр
Модуль 1. Сетевой маркетинг												
Смысловой модуль 1.												
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
Всего по смысловому модулю 1	***20***	***4***	***4***			***12***	***16***	***1***	***1***			***14***
Смысловой модуль 2. 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
Итого по смысловому модулю 2	***30***	***6***	***6***			***18***	***26***	***2***	***3***			***21***
Смысловой модуль 3. Место дистрибьютора 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
Итого по смысловому модулю 3	***20,95***	***6***	***4***			***10,95***	***26,85***	***3***	***2***			***21,85***

Всего часов	**70,95**	**16**	**14**			**40,95**	**68,85**	**6**	**6**			**56,85**
ИК												
Катт	**0,8**				**0,8**		**0,9**				**0,9**	
СРэк												
КЭ												
Каттэк	**0,25**				**0,25**		**0,25**				**0,25**	
Контроль	**-**						**2**				**2**	
Итого	**72**	**16**	**14**		**1,15**	**40,95**	**72**	**6**	**6**		**3,15**	**56,85**

Примечания:
1. л – лекции;
2. п – практические (семинарские) занятия;
3. лаб – лабораторные занятия;
4. СР – самостоятельная работа;
5. Пр – прочие виды работы (ИК, Катт, КЭ, Каттэк)
6. ИК – индивидуальные консультации;
7. Катт – контактная работа на аттестацию в период теоретического обучения;
8. СРэк – самостоятельная работа в период экзаменационных сессий;
9. КЭ – консультации перед экзаменом
10. Каттэк – контактная работа на аттестацию в период экзаменационных сессий.

7. ТЕМЫ СЕМИНАРСКИХ И ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ

№ п/п	Название темы	Количество часов	
		очная форма	заочная форма
1	История сетевого маркетинга	2	0,5
2	Сущность и специфика сетевого маркетинга	2	0,5
3	Классификация MLM компаний.	2	1
4	Классификация маркетинговых планов	2	1
5	Методы работы в сетевом бизнесе и их основные принципы.	2	1
6	Управление в сетевом маркетинге.	2	1
7	Маркетинговая деятельность в сетевом маркетинге. Искусство мотивации.	1	0,5
8	Нормативная база компании MLM.	1	0,5
Всего:		16	6

8. ТЕМЫ ЛАБОРАТОРНЫХ ЗАНЯТИЙ - не предусмотрено

Номер п/п	Название темы	Количество часов	
		очная форма	очно-заочная форма
1			
…			
Всего:			

9. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА

№ п/п	Название темы	Количество часов	
		очная форма	заочная форма
1	Сущность сетевого маркетинга	6	7
2	Этапы развития сетевого маркетинга	6	7
3	Особенности продукции в сетевых компаниях.	6	7
4	Система стимулирования продаж в СМ.	6	7
5	Коммуникационные материалы в СМ.	6	7
6	Имидж сетевика.	3	7
7	Способы нахождения потенциальных клиентов в СМ.	3	7
8	Сетевой маркетинг и Интернет.	4,95	7,85
Всего:		40,95	56,85

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

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

1) для слепых и слабовидящих:

− при необходимости предоставляется увеличивающее устройство; возможно также использование собственных увеличивающих устройств;

− письменные задания оформляются увеличенным шрифтом.

2) для глухих и слабослышащих:

– лекции оформляются в виде электронного документа, либо предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;

– письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме;

– зачет, экзамен проводятся в письменной форме на компьютере; возможно проведение их в форме тестирования.

3) для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

− зачет, экзамен проводятся в устной форме или выполняется в письменной форме на компьютере.

При необходимости предусматривается увеличение времени для подготовки ответа.

Процедура проведения зачета, экзамена для обучающихся устанавливается с учетом их индивидуальных психофизических особенностей.

Зачет, экзамен могут проводиться в несколько этапов.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения предусматривается использование технических средств, необходимых в связи с индивидуальными особенностями обучающихся. Технические средства могут быть предоставлены ФГБОУ ВО «ДОННУЭТ», а также могут использоваться собственные технические средства.

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

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

1) для слепых и слабовидящих:
– в печатной форме увеличенным шрифтом;
– в форме электронного документа.
2) для глухих и слабослышащих:
– в печатной форме;
– в форме электронного документа;
3) для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
– в печатной форме;
– в форме электронного документа.

11. СИСТЕМА ОЦЕНИВАНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Система оценивания по дисциплине, изучаемой в очной форме обучения[1]

Форма контроля	**Максимальное количество баллов**	
	За одну работу	**Всего**
Текущий контроль –дискуссия, собеседование (темы №1,4,5,6,8) –реферат, доклад, эссе (темы № 1-8) –тестирование (темы №1-8)	 3 5 10	 15 5 80
Промежуточная аттестация	Дифференцированный зачет	100
Итого за семестр	100	

Примечание. В соответствии с утвержденными оценочными материалами по дисциплине

Система оценивания по дисциплине, изучаемой в заочной форме обучения

Форма контроля	**Максимальное количество баллов**	
	За одну работу	**Всего**
Текущий контроль – реферат – тестирование (темы 1-8) – контрольная	 10 10 10	 10 80 10
Промежуточная аттестация	Дифференцированный зачет	100
Итого за семестр	100	

Вопросы для подготовки к зачету

Тема 1. Сущность сетевого маркетинга.

1. С чьим именем связывают историю возникновения сетевого маркетинга?
2. Дать определение понятию «сетевой маркетинг».
3. Перечислите преимущества и недоставки сетевого маркетинга.
4. Определение понятия «прямые продажи» и их особенности.
5. Преимущества и недоставки прямых продаж для продавцов?
6. Преимущества и недоставки 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.

Смысловой 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 дистрибьютора младшего звена.
2. Что такое промоушн?
1. Перечислите основные навыки дистрибьютора среднего звена.
2. 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»?

Смысловой модуль 3. Место дистрибьютора в сетевом маркетинге.

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

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

Тема 7. Стратегия и тактика дистрибьютора 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 существует виды членства в Ассоциации? Раскройте их сущность.

4. 4.Перечислите основные задачи Московской комиссии МСМ.

12. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ БАЛЛОВ, КОТОРЫЕ ПОЛУЧАЮТ ОБУЧАЮЩИЕСЯ

Максимальное количество баллов за текущий контроль и самостоятельную работу								**Макси-мальная сумма баллов**
Смысловой модуль 1		**Смысловой модуль 2**			**Смысловой модуль 3**			
Т1[1]	Т2	Т3	Т4	Т5	Т6	Т7	Т8	100
10	10	15	11	19	5	10	20	

Примечание. Т1, Т2, ... Т9 – номера тем соответствующих смысловых модулей

Государственная шкала оценивания академической успеваемости

Сумма баллов за все виды учебной деятельности	По государственной шкале
90-100	5 «отлично» / «зачтено»
75-89	4 «хорошо» / «зачтено»
60-74	3 «удовлетворительно» / «зачтено»
менее 60	2 «неудовлетворительно» / «не зачтено»

13. РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

Основная литература:

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.

2. Ржесик, К.А. Константин Адольфович. Маркетинг : учебное пособие / К.А. Ржесик ; рецензенты: В.Б. Ахполова, Р.И. Балашова, О.В. Мелентьева ; Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского, Факультет маркетинга и торгового дела, Кафедра маркетинга и торгового дела. — Барнаул : ИП Колмогоров И.А., 2025. — 164 с. : рис., табл. — Библиогр.: с. 160-163. — ISBN 978-5-00202-776-7. — Текст : непосредственный.

Дополнительная литература:

1. Мелентьева, О.В. Маркетинг : учебное пособие / О.В. Мелентьева ; Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского. — Донецк : ИП Кириенко С.Г., 2023. — 150 с. — Текст : непосредственный.

2. Маркетинг : учебник и практикум для вузов : Рекомендовано Учебно-методическим отделом высшего образования в качестве учебника для студентов высших учебных заведений, обучающихся по экономическим направлениям и специальностям / Н.Н. Молчанов [и др.] ; под редакцией: Т.А. Лукичевой, Н.Н. Молчанова. — Москва : Юрайт, 2022. — 370 с. : рис., табл. — (Высшее образование). — Библиогр.: с. 363-369. — ISBN 978-5-534-01478-5 : 2028,82. — Текст : непосредственный.

3. Мартынов Игорь Юрьевич. (ДОННУЭТ). Маркетинг : практикум : [для студентов направлений подготовки 38.03.01 Экономика, 38.03.06 Торговое дело программы "Бакалавриат" очной и заочной форм обучения] / И.Ю. Мартынов ; рецензенты: И.М. Рвачева,

В.Н. Кибзун ; Министерство образования и науки Донецкой Народной Республики, Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского, Кафедра маркетинга и коммерческого дела. — Донецк : ДОННУЭТ, 2020. — 100, [1] с. : табл., рис. — Библиогр.: с. 89-100. - Текст : непосредственный.

Учебно-методические издания:

1. Морозова Н. И. (ДонНУЭТ). Сетевой маркетинг : конспект лекций / Н. И. Морозова ; Министерство образования и науки Донецкой Народной Республики (ДНР), Государственная организация высшего профессионального образования "Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского" (ГО ВПО "ДонНУЭТ") ; Кафедра маркетинга и коммерческого дела. — Донецк : ДонНУЭТ, 2021. — Локал. компьютер сеть НБ ДонНУЭТ.
2. Морозова Наталья Игоревна (ДонНУЭТ). Сетевой маркетинг : методические рекомендации и указания для самостоятельной работы и практических занятий для студентов, направления подготовки 38.03.01 Экономика, профиль Маркетинг, Маркетинг услуг, очной и заочной форм обучения / Н. И. Морозова, М. К. Скороварова ; Министерство образования и науки Донецкой Народной Республики, ГО ВПО "Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского", Кафедра маркетинга и коммерческого дела. — Донецк : ДонНУЭТ, 2020. — Локал. компьютер сеть НБ ДонНУЭТ. — Систем. требования: ПК с процессором; MS Windows 2000. — Загл. с тит. экрана.

14. ИНФОРМАЦИОННЫЕ РЕСУРСЫ

1. 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.
2. Информио : электрон. справочник / ООО «РИНФИЦ». – Москва : Издат. дом «Информио», [2018?–]. – URL: https://www.informio.ru (дата обращения: 01.01.2023). – Текст : электронный.
3. 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.
4. Лань : электрон.-библ. система. – Санкт-Петербург : Лань, cop. 2011–2021. – URL: https://e.lanbook.com/ (дата обращения: 01.01.2023). – Текст : электронный. – Режим доступа: для авторизир. пользователей.
5. СЭБ : Консорциум сетевых электрон. б-к / Электрон.-библ. система «Лань» при поддержке Агентства стратег. инициатив. – Санкт-Петербург : Лань, cop. 2011–2021. – URL: https://seb.e.lanbook.com/ (дата обращения: 01.01.2023). – Режим доступа : для пользователей организаций – участников, подписчиков ЭБС «Лань».
6. Polpred : электрон. библ. система : деловые статьи и интернет-сервисы / ООО «Полпред Справочники». – Москва : Полпред Справочники, cop. 1997–2022. – URL: https://polpred.com (дата обращения: 01.01.2023). – Текст : электронный.
7. Book on lime : дистанц. образование / изд-во КДУ МГУ им. М.В. Ломоносова. – Москва : КДУ, cop. 2017. – URL: https://bookonlime.ru (дата обращения: 01.01.2023) – Текст . Изображение. Устная речь : электронные.
8. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU : информ.-аналит. портал / ООО Научная электронная библиотека. – Москва : ООО Науч. электрон. б-ка, cop. 2000–2022. – URL: https://elibrary.ru (дата обращения: 01.01.2023). – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.
9. CYBERLENINKA : науч. электрон. б-ка «КиберЛенинка» / [Е. Кисляк, Д. Семячкин, М. Сергеев ; ООО «Итеос»]. – Москва : КиберЛенинка, 2012– . – URL: http://cyberleninka.ru (дата обращения: 01.01.2023). – Текст : электронный.
10. Национальная электронная библиотека : НЭБ : федер. 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.
11. Научно-информационный библиотечный центр имени академика

12. 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.

13. 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.

14. 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.

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

16. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ 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 ДИСЦИПЛИНЫ

ФИО педагогического (научно-педагогического) работника, участвующего в реализации образовательной программы	Условия привлечения (по основному месту работы, на условиях внутреннего/ внешнего совмести-тельства; 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[1]
Морозова Наталья Игоревна	По основному месту работы	Должность – доцент, ученая степень – кандидат экономических наук, ученое звание – доцент	Высшее, маркетинг, магистр по маркетингу, диплом кандидата наук ДК № 000186	1. Диплом о профессиональной переподготовке №000000230005 от 11.12.2024г., «Медиакоммуникации: медийные и образовательные аспекты», 300 часов, ООО «Инфоурок» г.Смоленск 2. Удостоверение о повышении квалификации №ПК240571 от 30.12.2024г., «Эффективная цифровая и коммуникационная среда преподавателя: синергия законодательных требований и цифровых инструментов», 72 часа, «ООО Компания «Ай Пи Ар Медиа», г. Красногорск 3. Удостоверение о повышении квалификации № ПК 00732763 от 2024г., «Партизанский маркетинг как инновационный вид маркетинга», 144 часа, ООО «Инфоурок» г.Смоленск. 4. Удостоверение о повышении квалификации № ПК 00737348 от 2024г., «Мастерство сервисного маркетинга и PR» 180 часов, ООО «Инфоурок» г.Смоленск. 5. Удостоверение о повышении квалификации № 773401178720 от 02.07.2025г., «Организационно-

				управленческие и организационно-методические основы инклюзивного высшего образования», 72 сама, ФГБОУ ВО «Государственный университет управления», г.Москва. 6. Удостоверение о повышении квалификации № 722025022694 от 2025г., «Методика антикоррупционного просвещения и воспитания в организациях высшего образования (для педагогических работников)», 18 часов, Тюменский государственный университет, г.Тюмень