Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»

Институт Отраслевого Менеджмента

Факультет маркетинга, рекламы и сервиса

Кафедра Иностранных языков

УТВЕРЖДЕНА
решением кафедры Иностранных языков
Протокол от «__» _____ 201__ г.
№ _____

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ОД.14 АНГЛИЙСКИЙ ЯЗЫК ДЛЯ БИЗНЕСА

направление подготовки
38.03.02 – Менеджмент
направленность (профиль) Менеджмент недвижимости"

Квалификация
Бакалавр

Форма обучения
Очно-заочная

Год набора – 2016

Москва, 2017 г.

Автор–составитель:
К.л.н., доцент М.В.Пьянова

Заведующая кафедрой Иностранных языков к.л.н., доцент Пьянова М.В.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

2. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических или астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся и место дисциплины в структуре образовательной программы

3. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических или астрономических часов и видов учебных занятий и структура дисциплины

4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

6. Основная и дополнительная учебная литература, необходимая для освоения дисциплины (модуля), ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

7. Материально-техническая база, информационные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения программы

1.1. Дисциплина Б1.В.ОД.14 «Английский язык для бизнеса» обеспечивает овладение следующими компетенциями с учетом этапа:

Код компетенции	**Наименование компетенции**	**Код этапа освоения компетенции**	**Наименование этапа освоения компетенции**
ПК-2	Владение различными способами разрешения конфликтных ситуаций при проектировании межличностных, групповых и организационных коммуникаций на основе современных технологий управления персоналом, в том числе, в межкультурной среде	ПК-2.4	Достижение взаимопонимания в поликультурном мире, способность вести диалог с другими людьми на родном и иностранном языках;
		ПК-2.5.	Способность осуществлять деловую коммуникацию на иностранном языке в деловой среде

1.2. В результате освоения дисциплины Б1.В.ОД.14 «Английский язык для бизнеса» у студентов должны быть сформированы:

ОТФ/ТФ (при наличии профстандарта)/ профессиональные действия	**Код этапа освоения компетенции**	**Результаты обучения**
ПС-16.025 С Организация строительного производства на участке строительства (объектах капитального строительства С/09.6 - Руководство работниками участка строительства	ПК-2.4	**на уровне знаний:** интонационные модели иностранного (английского) языка, а также правила чтения текстов; основные грамматические явления в объеме, необходимом для общения во всех видах речевой деятельности. правила речевого этикета; основы морфологии и синтаксиса иностранного (английского) языка; **на уровне умений:** свободно выражать свои мысли, адекватно используя разнообразные языковые средства с целью выделения релевантной информации; читать оригинальную литературу по специальности на английском языке для получения необходимой информации; **на уровне навыков:**

Е Руководство структурным подразделением организации, осуществляющим управление многоквартирным домом Е/04.6 - Взаимодействие с собственниками помещений в многоквартирном доме, их объединениями и органами власти		владеть навыками: всеми видами речевой деятельности на английском языке (чтение, говорение, письмо, аудирование); основными навыками грамматического, синтаксического и морфологического анализа, обработки лексикографической информации; английским языком в объёме, необходимом для возможности получения специальной (профессиональной) информации из зарубежных источников, а также основами современной;
ПС-16.025 С Организация строительного производства на участке строительства (объектах капитального строительства С/09.6 - Руководство работниками участка строительства Е Руководство структурным подразделением организации, осуществляющим управление многоквартирным домом Е/04.6 - Взаимодействие с собственниками помещений в многоквартирном доме, их объединениями и органами власти	ПК-2.5	**на уровне умений:** структурировать и интегрировать знания из различных областей профессиональной деятельности, а также их творчески использовать и развивать в ходе решения профессиональных задач; **на уровне навыков:** всеми видами речевой деятельности на английском языке (чтение, говорение, письмо, аудирование); основными навыками грамматического, синтаксического и морфологического анализа, обработки лексикографической информации; английским языком в объёме, необходимом для возможности получения специальной (профессиональной) информации из зарубежных источников

2. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических или астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся и место дисциплины в структуре образовательной программы

Объем дисциплины

Вид учебных занятий и самостоятельная работа		Объем дисциплины, час.											
		Всего	Семестр (триместр), курс										
							5	6	7	8	9	10	
Очно-заочная форма обучения													
Контактная работа обучающихся с преподавателем, в том числе:		***70***					***36***	***34***					
лекционного типа (Л)		***34***					***18***	***16***					
лабораторные работы (практикумы) (ЛР)													
практического (семинарского) типа (ПЗ)		***36***					***18***	***18***					
контролируемая самостоятельная работа обучающихся (КСР)													
Самостоятельная работа обучающихся (СР)		***110***					***36***	***74***					
Вид контроля:	**форма**	***З и Э***					***З***	***Э***					
	час.						***72***	***108 /3***					
Общая трудоемкость (час. / з.е.)		***216/6***					***72 /2***	***144 /4***					

Место дисциплины в структуре ОП ВО

Дисциплина «Английский язык для бизнеса» входит в вариативную часть дисциплин профессионального цикла (Б1.В.ОД.14).

Дисциплина изучается в 5,6-м семестрах.

По дисциплине осуществляется итоговый контроль в форме зачета и экзамена.

Содержание данной дисциплины опирается на содержание дисциплины «Иностранный язык» (индекс (Б1.Б.3), семестр изучения – 1,2,3-й) и выступает опорой для прохождения: исследовательской работы, преддипломной практики.

3.Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических или астрономических часов и видов учебных занятий и структура дисциплины

Структура дисциплины

Очно-заочная форма обучения

=	Наименование тем	Объем дисциплины, час.	Форма

	(разделов)	Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий		СР	текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации
			Л	П		
1-2	The Marketing Mix	4	1	1	2	О, ДЗ, Д
3	SWOT анализ	4	1	1	2	О, ДЗ, Т, Д
4	Маркетинговая стратегия и план по маркетингу	4	1	1	2	О, ДЗ
5	Этика маркетинга	4	1	1	2	О, ДЗ, КР
6	Рыночная среда	4	1	1	2	О, ДЗ, Д
7	Юридические аспекты маркетинга	4	1	1	2	О, ДЗ, Т, Д
8-9	Исследования в маркетинге	4	1	1	2	О, ДЗ
10-11	Этапы создания нового продукта.	4	1	1	2	О, ДЗ, КР
12	Мозговой штурм	6	1	1	4	О, ДЗ, Д
13	Типы продуктов и услуг	6	1	1	4	О, ДЗ, Т
14	Сущность концепции жизненного цикла продукта. Характеристики этапов жизненного цикла и маркетинговых стратегий для каждого этапа.	6	1	1	4	О, ДЗ
15	Сбыт товаров и услуг	6	1	1	4	О, ДЗ, КР
16-17	Понятие «бренд», брендинг. Основные функции бренда.	6	1	1	4	О, ДЗ
18	Ценности бренда	6	1	1	4	О, ДЗ, Т
19	Сегментация рынка	6	1	1	4	О, ДЗ
20	Потребности и поведение покупателя	6	1	1	4	О, ДЗ, КР
21	Сохранение клиентской базы	6	1	1	4	О, ДЗ, Д
22	Мотивация и ее роль в маркетинге	6	1	1	4	О, ДЗ
23	Управление связями с клиентами	6	1	1	4	О, ДЗ, Т
24	Бюджет маркетинга	6	1	1	4	О, ДЗ
25	Ценообразование	6	1	1	4	О, ДЗ, КР

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Объем дисциплины, час.				Форма текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий		СР	
			Л	П		
26	Логистика и каналы распределения	6	1	1	4	О, ДЗ
27	Мерчендайзинг	6	1	1	4	О, ДЗ, Т
28	Торговые ярмарки	6	1	1	4	О, ДЗ, Д
29	Телемаркетинг	6	1	1	4	О, ДЗ, Д
30	Покупки через Интернет и заказы по каталогам	6	1	1	4	О, ДЗ, КР
31	Личные продажи	6	1	1	4	О, ДЗ
32	Реклама и продвижение товаров и услуг	6	1	1	4	О, ДЗ, Т
33	СМИ и маркетинг	5,5	0,5	1	4	О, ДЗ
34	Телевидение и радио	5,5	0,5	1	4	О, ДЗ, Д
35	Наружная реклама	5,5	0,5	1	4	О, ДЗ, КР
36	Пресса	5,5	0,5	1	4	О, ДЗ
	Подготовка и сдача зачета и экзамена	36				
	Итого	216	34	36	110	

26	Логистика и каналы распределения	6	1	1	4	О, ДЗ
27	Мерчендайзинг	6	1	1	4	О, ДЗ, Т
28	Торговые ярмарки	6	1	1	4	О, ДЗ, Д
29	Телемаркетинг	6	1	1	4	О, ДЗ, Д
30	Покупки через Интернет и заказы по каталогам	6	1	1	4	О, ДЗ, КР
31	Личные продажи	6	1	1	4	О, ДЗ
32	Реклама и продвижение товаров и услуг	6	1	1	4	О, ДЗ, Т
33	СМИ и маркетинг	5,5	0,5	1	4	О, ДЗ
34	Телевидение и радио	5,5	0,5	1	4	О, ДЗ, Д
35	Наружная реклама	5,5	0,5	1	4	О, ДЗ, КР
36	Пресса	5,5	0,5	1	4	О, ДЗ
	Подготовка и сдача зачета и экзамена	36				
	Итого	**216**	**34**	**36**	**110**	

Содержание дисциплины

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Содержание тем (разделов)
1-2	The Marketing Mix	4 основные и 4 дополнительные *P* Продажа нового продукта 4 *C*, 4 *A*, 4 *O* AIDA
3	SWOT анализ	SWOT анализ и маркетинговая стратегия
4	Маркетинговая стратегия и план по маркетингу	Маркетинговая стратегия и план по маркетингу: сопоставительный анализ. Разработка плана по маркетингу – AOSTC, SMART цели
5	Этика маркетинга	Социальный маркетинг Корпоративная социальная ответственность
6	Рыночная среда	Характеристика факторов макро- и микросреды фирмы. STEP анализ
7	Юридические аспекты маркетинга	Определение интеллектуальной собственности. Промышленная собственность и авторское право. Юридические проблемы Закон о защите прав потребителей
8-9	Исследования в маркетинге	Типы исследований. Методология проведения исследований
10-11	Этапы создания нового продукта.	11 этапов создания нового продукта Рабочий процесс
12	Мозговой штурм	Участники заседания и техники проведения мозгового штурма
13	Типы продуктов и услуг	Товарная линия. Тип товара. Товарная категория.
14	Сущность концепции жизненного цикла продукта.	Характеристики этапов жизненного цикла и маркетинговых стратегий для каждого этапа. The Boston Consulting Group Matrix
15	Сбыт товаров и услуг	Продавец. Покупатель – закупщик. Типы сбыта. Особенности продажи услуг
16-17	Понятие «бренд», брендинг. Основные функции бренда.	Платформа бренда. Управление брендом. Стратегия бренда.
18	Ценности бренда	Доверие. Практичность. Эмоциональность. Современность.
19	Сегментация рынка	Сегментация рынка в действии. Параметры для описания сегментов рынка.
20	Потребности и поведение покупателя	Пирамида нужд Маслоу. Жизненный цикл потребителя. Покупательское поведение.
21	Сохранение клиентской базы	Программы лояльности покупателя.
22	Мотивация и ее роль в маркетинге	Выгоды от повышения мотивации сотрудников. Программы поощрения персонала.
23	Управление связями с клиентами	Индивидуальный маркетинг. Технология CRM. Политика защиты личных данных покупателей.

24	Бюджет маркетинга	Методы бюджетирования. Возврат с инвестиций - ROI
25	Ценообразование	Стратегии ценообразования.
26	Логистика и каналы распределения	Перевозка грузов. Каналы прямого и не прямого распределения. Посредники.
27	Мерчендайзинг	Промо-товар. Мерчендайзинг в спорте, музыке и литературе. Перекрестный маркетинг.
28	Торговые ярмарки	Организация деловых мероприятий.
29	Телемаркетинг	Входящий и исходящий телемаркетинг. Холодный обзвон и его цели.
30	Покупки через Интернет и заказы по каталогам	Как сделать покупки через Интернет удобными для покупателя?
31	Личные продажи	Торговые мощности. Целевой показатель объема продаж или выручки. Порядок личных продаж и маркетинговая поддержка.
32	Реклама и продвижение товаров и услуг	ATL, BTL, TTL Техники рекламирования
33	СМИ и маркетинг	Медиа стратегия и медиа планирование. Закупка места и времени в СМИ.
34	Телевидение и радио	Реклама на радио и ТВ Состав целевой аудитории
35	Наружная реклама	Форматы и эффективность наружной рекламы
36	Пресса	Газеты и журналы как рекламные носители

4.Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине

4.1. Формы и методы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.

4.1.1. В ходе реализации дисциплины «Английский язык для бизнеса» используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

– при проведении занятий лекционного типа:

используется объяснительно-иллюстративный метод с элементами проблемного изложения учебной информации; использование аудио- и видеозаписей на изучаемом языке; раздаточных материалов.

– при проведении занятий семинарского типа:

- опрос;
- грамматический тест;
- домашнее задание;
- контрольная работа.

- при проведении зачета и экзамена:

ответ на вопросы билета и практическое задание.

4.1.2. Зачет и экзамен проводятся в виде устного опроса и выполнения практического задания.

4.2. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся.

Самостоятельное изучение разделов дисциплины

№ раздела	Вопросы, выносимые на самостоятельное изучение	
30	Покупки через Интернет и заказы по каталогам. Как сделать покупки через Интернет удобными для покупателя?	
39	Интернет. Реклама в Интернете. Поисковые системы и маркетинг – оптимизация поиска.	
43	Уличный маркетинг, пробники продукции. История уличного	
44	Логотипы. Виды логотипов. Дизайн логотипа, гарнитура шрифта.	
45	Материалы и упаковка. Виды и типы упаковки и упаковочного материала.	
48	Спонсорство мероприятий и спортивных событий. Типы спонсорской деятельности	

Вопросы для самопроверки и рекомендуемая литература

№ раздела	Вопросы для самопроверки
1-2	1. Think about the most recent product you bought. Describe the marketing mix using the 4Cs, the 4Os or the 4As. 2. Think about an expensive brand and a less expensive alternative. What are the differences in the marketing mix for the two brands?
3	Think about the company you would like to work for. Carry a SWOT analysis of the company. Do the same for the company you would never want to work for.
4	Think about a product or service that you use every day.
5	Think about the brands you buy. How does ethical marketing influence your purchasing decisions?

6	Decide which market environment characteristics are micro factors or macro factors.
7	Think about intellectual property owned by your business, school or family. What is it and how is it protected?
8-9	Think about how you would carry out market research for a completely new product.
10-11	Think of three questions to ask about the new product. Present the different stages of product development. Use a fictional or real product to illustrate your talk.
12	Brainstorm a new product for the market.
13	What are the product and service types you buy? Which ones do you spend most money on? Which ones do you purchase most often?
14	Complete a Boston Box with products and services
15	Create a sales pitch for a small business. Think about how to package the service and the selling points.
16-17	1. Think about your favorite brand. Prepare a presentation of its brand image. 2. Is it possible to brand people? Think of a politician or any famous person.
18	Think about a brand you buy. What are the brand's values and how do they reflect your own values?
19	Which market segment are you in? Is it the same for your friends and colleagues? List some products or brands that are targeted at you?
20	What kinds of needs were you satisfying with each purchase?
21	How many loyalty cards are you carrying? What advantages do these cards give you?
22	What kind of team building event would work best for the staff of any organization or company you know well?
23	Were the job offers that you received tailored to you? How did the companies obtained your personal information?
24	What are the different possible approaches to setting the marketing budget?
25	Think about three product you have bought recently. Identify the pricing strategy.
26	What distribution channels can farmers use for their products?
27	What kind of merchandising would or would not be appropriate for a popular personality or character? Give reasons.
28	What trade fair would you attend to promote a chosen product or service? Design your stand, think about staffers, displays, etc.

29	Write a brief for a telemarketing firm.
30	Go to two online retailers and compare their sales process. Which one is easier to use? Why?
31	Think of a product or service that is usually sold by personal selling. What is included in a sales kit for this product or service?
32	Think about some advertisement or promotions you have seen recently. Was ATL, BTL or TTL used?
33	Think about advertising and communication campaigns you have seen recently and evaluate its' media planning and strategy.
34	Write down the type of station or channel, the daypart, the type of programme and the type of product or service being advertised.
35	Describe a poster you have seen recently. Why did this ad catch your eye?
36	Which formats have advertisers used in some newspapers and magazines?

4.3. Оценочные средства для промежуточной аттестации.

4.3.1. Формируемые компетенции

Код компетенции	**Наименование компетенции**	**Код этапа освоения компетенции**	**Наименование этапа освоения компетенции**
ПК-2	Владение различными способами разрешения конфликтных ситуаций при проектировании межличностных, групповых и организационных коммуникаций на основе современных технологий управления персоналом, в том числе, в межкультурной среде	ПК 2.4	Достижение взаимопонимания в поликультурном мире, способность вести диалог с другими людьми на родном и иностранном языках;
		ПК-2.5.	Способность осуществлять деловую коммуникацию на иностранном языке в деловой среде

4.3.2 Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Этап освоения компетенции	Показатель оценивания	Критерий оценивания
ПК-2.4	Навык общения на иностранном языке Участвует в выставках и круглых столах с целью получения новых знаний, а также с целью применения полученных знаний Посещает мастер-классы, семинары, лекции, конференции и другие мероприятия на иностранном языке, относящиеся к сфере профессиональной деятельности	Приобретен навык общения с людьми на родном и иностранном языках Высказывает личное мнение и подкрепляет его аргументами, в том числе для опровержения других мнений; включается в диалог или дискуссию, используя подходящие для этого языковые средства. Составление и презентация докладов на иностранном языке; проведения опросов и получения сведений на заданную тематику на иностранном языке.
ПК-2.5	Структурирование и интегрирование знания из различных областей профессиональной деятельности, а также их творчески использование и развитие в ходе решения профессиональных задач	Владеет всеми видами речевой деятельности на английском языке (чтение, говорение, письмо, аудирование); основными навыками грамматического, синтаксического и морфологического анализа, обработки лексикографической информации; деловым английским языком в объёме, необходимом для возможности получения специальной (профессиональной) информации из зарубежных источников

4.3.3 Типовые контрольные задания или иные материалы (типовые оценочные материалы), необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Вопросы к экзамену
по дисциплине «Английский язык для бизнеса»

1. Discuss similarities and differences between marketing processes carried out in domestic and international markets,

2. From the perspective of a manufacturer of a new model bicycle, give examples of the different needs this product might satisfy and of the different kinds of competitive products a consumer might purchase to satisfy these needs. Why would these considerations be important to a marketing manager?

3. Briefly argue either side of these criticisms of marketing:
   Marketing does/doesn't waste resources.
   Marketing does/doesn't create monopolies.
   Marketing does/doesn't deceive people.

4. Give two reasons why you might be interested in the study of marketing as
   (a) an individual looking for that first job after college;
   (b) the president of the firm that hires you; and
   (c) the president of the country where the firm is located.

8. Explain how all four components of the marketing mix might interact in preparing a plan to market Domino Pizza's new package that keeps pizzas hot until after they are delivered. For example, how would the takeout menu (the distribution, or place, component) affect the other three marketing mix elements?

9. Explain how the steps in the strategic marketing planning process are interrelated.

10. What are the benefits of strategic marketing planning to companies? To customers?

11. Using a local department store as an example, distinguish among strategic planning, strategies, and marketing programs.

12. Discuss similarities and differences between marketing processes carried out in domestic and international markets.

13. Explain why a marketing manager might be more interested in the growth rate of a single population group than in the growth rate of the overall population.

14. Assume that an individual quits a good job selling pneumatic and hydraulic components for a manufacturer to set up shop as an independent sales representative selling these components in the global market for a number of manufacturers. Give examples of how forces in the macro- and microenvironment might work for, or against, the success of this venture.

15. In terms of demographic, economic, political-legal, and technological factors that can work for or against successful entry into the global market, speculate on why a company might decide to reject a country for consideration as an entry market.

16. What is the significance of each letter in the SWOT acronym in terms of the search for the most worthwhile global entry market?

17. Distinguish between primary and secondary data. Explain how each might be used in selecting a good place to dine in a strange town, and give two reasons why each might prove to be invalid.

18. In the context of the strategic marketing planning process, explain the importance of an understanding of consumer behavior concepts and processes.

19. At which level of Maslow's hierarchy of needs are the following messages directed?

- "Warning: Smoking can be dangerous to your health
- "Don't leave home without it" (American Express)
- "Reach out and touch someone" (AT&T)
- "Be all that you can be" (U.S. Army)

20. Discuss advantages that each of the following communication tools would offer as part of Microsoft's IMC strategy to introduce the latest version of Windows software to sellers and consumers: publicity; internet advertising; personal selling; direct mail. Toward what audience might each be directed?

21. Speculate on why seven out of ten new products introduced into consumer markets are product modifications.

22. Judith Sans of Atlanta, Georgia, began marketing her natural cosmetics and skin care products overseas in 1985, when she joined a trade mission to the Far East to meet representatives of foreign businesses. Her firm now sells in more than 20 countries, with exports accounting for more than 60 percent of total sales volume in 2005. Promotion for Ms. Sans' product line is strongly associated with healthy, natural lifestyles, including proper dietary and exercise regimens. What advertising, publicity, and sales promotion tools might she combine to market a new skin care addition to her product line?

23. Referring to the Judith Sans effort in question 22, discuss problems she might face in getting her promotional message to members of a target market in a less developed country.

24. How might you promote your website to encourage people to refer to your site?
How would you profit from your website?
What costs will you incur in operating your website?
How do the following terms apply in this situation: selling site, service site, information site, brand site, intranet, extranet; click through, banner headline?

25. Distinguish between intermediaries and facilitating agencies in terms of the basic role of each in moving products from producer to consumer.

Наименование темы (раздела)	**Показатели оценивания**	**Критерии оценивания**	**Оценка (баллы)**
The Marketing Mix	Результат письменного перевода слов и выражений по теме Соблюдение правил грамматики при активном участии в обсуждении темы	Выполнение письменного перевода не ниже 70% Способность устно изложить основное содержание темы, используя профессиональную терминологию	2-3

SWOT анализ	Владение навыками публичной речи, аргументации, ведения дискуссии и полемики, практического анализа, логики различного рода рассуждений, навыками критического восприятия информации	Способность к коммуникации в устной и письменной формах на английском языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия, т.е. практикой разговорного общения на английском языке в рамках заданной темы, нацеленного на пополнение обучающимися профессионального словарного запаса, развитие навыков устной и письменной английской речи	1-1.5
Маркетинговая стратегия и план по маркетингу	Результат письменного перевода слов и выражений по теме Соблюдение правил грамматики при активном участии в обсуждении темы	Выполнение письменного перевода не ниже 70% Способность устно изложить основное содержание темы, используя профессиональную терминологию	2-3

Этика маркетинга	Владение навыками публичной речи, аргументации, ведения дискуссии и полемики, практического анализа, логики различного рода рассуждений, навыками критического восприятия информации	Способность к коммуникации в устной и письменной формах на английском языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия, т.е. практикой разговорного общения на английском языке в рамках заданной темы, нацеленного на пополнение обучающимися профессионального словарного запаса, развитие навыков устной и письменной английской речи	1-1.5
Рыночная среда	Результат письменного перевода слов и выражений по теме Соблюдение правил грамматики при активном участии в обсуждении темы	Выполнение письменного перевода не ниже 70% Способность устно изложить основное содержание темы, используя профессиональную терминологию	2-3
Юридические аспекты маркетинга	Владение навыками публичной речи, аргументации, ведения дискуссии и полемики, практического анализа, логики различного рода рассуждений, навыками критического восприятия информации	Способность к коммуникации в устной и письменной формах на английском языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия, т.е. практикой разговорного общения на английском языке в	1-1.5

		рамках заданной темы, нацеленного на пополнение обучающимися профессионального словарного запаса, развитие навыков устной и письменной английской речи	
Исследования в маркетинге	Результат письменного перевода слов и выражений по теме Соблюдение правил грамматики при активном участии в обсуждении темы	Выполнение письменного перевода не ниже 70% Способность устно изложить основное содержание темы, используя профессиональную терминологию	2-3
Этапы создания нового продукта.	Владение навыками публичной речи, аргументации, ведения дискуссии и полемики, практического анализа, логики различного рода рассуждений, навыками критического восприятия информации	Способность к коммуникации в устной и письменной формах на английском языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия, т.е. практикой разговорного общения на английском языке в рамках заданной темы, нацеленного на пополнение обучающимися профессионального словарного запаса, развитие навыков устной и письменной английской речи	1-1.5
Мозговой штурм	Результат письменного перевода слов и выражений по теме	Выполнение письменного перевода не ниже 70%	2-3

	Соблюдение правил грамматики при активном участии в обсуждении темы	Способность устно изложить основное содержание темы, используя профессиональную терминологию Успешное проведение мозгового штурма по теме	
Типы продуктов и услуг	Владение навыками публичной речи, аргументации, ведения дискуссии и полемики, практического анализа, логики различного рода рассуждений, навыками критического восприятия информации	Способность к коммуникации в устной и письменной формах на английском языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия, т.е. практикой разговорного общения на английском языке в рамках заданной темы, нацеленного на пополнение обучающимися профессионального словарного запаса, развитие навыков устной и письменной английской речи	1-1.5
Сущность концепции жизненного цикла продукта.	Владение навыками публичной речи, аргументации, ведения дискуссии и полемики, практического анализа, логики различного рода рассуждений, навыками критического восприятия информации	Способность к коммуникации в устной и письменной формах на английском языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия, т.е. практикой разговорного общения на английском языке в рамках заданной	1-1.5

		темы, нацеленного на пополнение обучающимися профессионального словарного запаса, развитие навыков устной и письменной английской речи	
Сбыт товаров и услуг	Результат письменного перевода слов и выражений по теме Соблюдение правил грамматики при активном участии в обсуждении темы	Выполнение письменного перевода не ниже 70% Способность устно изложить основное содержание темы, используя профессиональную терминологию	2-3
Понятие «бренд», брендинг. Основные функции бренда.	Владение навыками публичной речи, аргументации, ведения дискуссии и полемики, практического анализа, логики различного рода рассуждений, навыками критического восприятия информации	Способность к коммуникации в устной и письменной формах на английском языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия, т.е. практикой разговорного общения на английском языке в рамках заданной темы, нацеленного на пополнение обучающимися профессионального словарного запаса, развитие навыков устной и письменной английской речи	1-1.5
Ценности бренда	Результат письменного перевода слов и выражений по теме Соблюдение правил	Выполнение письменного перевода не ниже 70% Способность устно	2-3

	грамматики при активном участии в обсуждении темы	изложить основное содержание темы, используя профессиональную терминологию	
Сегментация рынка	Владение навыками публичной речи, аргументации, ведения дискуссии и полемики, практического анализа, логики различного рода рассуждений, навыками критического восприятия информации	Способность к коммуникации в устной и письменной формах на английском языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия, т.е. практикой разговорного общения на английском языке в рамках заданной темы, нацеленного на пополнение обучающимися профессионального словарного запаса, развитие навыков устной и письменной английской речи	1-1.5
Потребности и поведение покупателя	Результат письменного перевода слов и выражений по теме Соблюдение правил грамматики при активном участии в обсуждении темы	Выполнение письменного перевода не ниже 70% Способность устно изложить основное содержание темы, используя профессиональную терминологию	2-3
Сохранение клиентской базы	Владение навыками публичной речи, аргументации, ведения дискуссии и полемики, практического анализа, логики различного рода рассуждений,	Способность к коммуникации в устной и письменной формах на английском языках для решения задач межличностного и межкультурного	1-1.5

	навыками критического восприятия информации	взаимодействия, т.е. практикой разговорного общения на английском языке в рамках заданной темы, нацеленного на пополнение обучающимися профессионального словарного запаса, развитие навыков устной и письменной английской речи	
Мотивация и ее роль в маркетинге	Владение навыками публичной речи, аргументации, ведения дискуссии и полемики, практического анализа, логики различного рода рассуждений, навыками критического восприятия информации	Способность к коммуникации в устной и письменной формах на английском языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия, т.е. практикой разговорного общения на английском языке в рамках заданной темы, нацеленного на пополнение обучающимися профессионального словарного запаса, развитие навыков устной и письменной английской речи	1-1.5
Управление связями с клиентами	Результат письменного перевода слов и выражений по теме Соблюдение правил грамматики при активном участии в обсуждении темы	Выполнение письменного перевода не ниже 70% Способность устно изложить основное содержание темы, используя профессиональную терминологию	2-3

Бюджет маркетинга	Владение навыками публичной речи, аргументации, ведения дискуссии и полемики, практического анализа, логики различного рода рассуждений, навыками критического восприятия информации	Способность к коммуникации в устной и письменной формах на английском языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия, т.е. практикой разговорного общения на английском языке в рамках заданной темы, нацеленного на пополнение обучающимися профессионального словарного запаса, развитие навыков устной и письменной английской речи	1-1.5
Ценообразование	Владение навыками публичной речи, аргументации, ведения дискуссии и полемики, практического анализа, логики различного рода рассуждений, навыками критического восприятия информации	Способность к коммуникации в устной и письменной формах на английском языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия, т.е. практикой разговорного общения на английском языке в рамках заданной темы, нацеленного на пополнение обучающимися профессионального словарного запаса, развитие навыков устной и письменной	1-1.5

		английской речи	
Логистика и каналы распределения	Результат письменного перевода слов и выражений по теме Соблюдение правил грамматики при активном участии в обсуждении темы	Выполнение письменного перевода не ниже 70% Способность устно изложить основное содержание темы, используя профессиональную терминологию	2-3
Мерчендайзинг	Владение навыками публичной речи, аргументации, ведения дискуссии и полемики, практического анализа, логики различного рода рассуждений, навыками критического восприятия информации	Способность к коммуникации в устной и письменной формах на английском языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия, т.е. практикой разговорного общения на английском языке в рамках заданной темы, нацеленного на пополнение обучающимися профессионального словарного запаса, развитие навыков устной и письменной английской речи	1-1.5
Торговые ярмарки	Владение навыками публичной речи, аргументации, ведения дискуссии и полемики, практического анализа, логики различного рода рассуждений, навыками критического восприятия информации	Способность к коммуникации в устной и письменной формах на английском языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия, т.е. практикой разговорного общения на	1-1.5

		английском языке в рамках заданной темы, нацеленного на пополнение обучающимися профессионального словарного запаса, развитие навыков устной и письменной английской речи	
Телемаркетинг	Владение навыками публичной речи, аргументации, ведения дискуссии и полемики, практического анализа, логики различного рода рассуждений, навыками критического восприятия информации	Способность к коммуникации в устной и письменной формах на английском языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия, т.е. практикой разговорного общения на английском языке в рамках заданной темы, нацеленного на пополнение обучающимися профессионального словарного запаса, развитие навыков устной и письменной английской речи	1-1.5
Покупки через Интернет и заказы по каталогам	Результат письменного перевода слов и выражений по теме Соблюдение правил грамматики при активном участии в обсуждении темы	Выполнение письменного перевода не ниже 70% Способность устно изложить основное содержание темы, используя профессиональную терминологию	2-3
Личные продажи	Владение навыками публичной речи, аргументации,	Способность к коммуникации в устной и	1-1.5

	ведения дискуссии и полемики, практического анализа, логики различного рода рассуждений, навыками критического восприятия информации	письменной формах на английском языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия, т.е. практикой разговорного общения на английском языке в рамках заданной темы, нацеленного на пополнение обучающимися профессионального словарного запаса, развитие навыков устной и письменной английской речи	
Реклама и продвижение товаров и услуг	Владение навыками публичной речи, аргументации, ведения дискуссии и полемики, практического анализа, логики различного рода рассуждений, навыками критического восприятия информации	Способность к коммуникации в устной и письменной формах на английском языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия, т.е. практикой разговорного общения на английском языке в рамках заданной темы, нацеленного на пополнение обучающимися профессионального словарного запаса, развитие навыков устной и письменной английской речи	1-1.5
СМИ и маркетинг	Результат письменного перевода слов и выражений по теме	Выполнение письменного перевода не ниже 70%	2-3

	Способность устно изложить основное содержание темы, используя профессиональную терминологию Соблюдение правил грамматики при активном участии в обсуждении темы	Способность устно изложить основное содержание темы, используя профессиональную терминологию	
Телевидение и радио	Владение навыками публичной речи, аргументации, ведения дискуссии и полемики, практического анализа, логики различного рода рассуждений, навыками критического восприятия информации	Способность к коммуникации в устной и письменной формах на английском языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия, т.е. практикой разговорного общения на английском языке в рамках заданной темы, нацеленного на пополнение обучающимися профессионального словарного запаса, развитие навыков устной и письменной английской речи	1-1.5
Наружная реклама	Владение навыками публичной речи, аргументации, ведения дискуссии и полемики, практического анализа, логики различного рода рассуждений, навыками критического восприятия информации	Способность к коммуникации в устной и письменной формах на английском языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия, т.е. практикой разговорного общения на английском языке в рамках заданной	1-1.5

		темы, нацеленного на пополнение обучающимися профессионального словарного запаса, развитие навыков устной и письменной английской речи	
Пресса	Результат письменного перевода слов и выражений по теме Соблюдение правил грамматики при активном участии в обсуждении темы	Выполнение письменного перевода не ниже 70% Способность устно изложить основное содержание темы, используя профессиональную терминологию	2-3
Печатная продукция	Владение навыками публичной речи, аргументации, ведения дискуссии и полемики, практического анализа, логики различного рода рассуждений, навыками критического восприятия информации	Способность к коммуникации в устной и письменной формах на английском языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия, т.е. практикой разговорного общения на английском языке в рамках заданной темы, нацеленного на пополнение обучающимися профессионального словарного запаса, развитие навыков устной и письменной английской речи	1-1.5
Интернет	Владение навыками публичной речи, аргументации, ведения дискуссии и полемики,	Способность к коммуникации в устной и письменной формах на английском	1-1.5

	практического анализа, логики различного рода рассуждений, навыками критического восприятия информации	языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия, т.е. практикой разговорного общения на английском языке в рамках заданной темы, нацеленного на пополнение обучающимися профессионального словарного запаса, развитие навыков устной и письменной английской речи	
Молва и слухи	Результат письменного перевода слов и выражений по теме Соблюдение правил грамматики при активном участии в обсуждении темы	Выполнение письменного перевода не ниже 70% Способность устно изложить основное содержание темы, используя профессиональную терминологию	2-3
Выставление товара и его продвижение	Владение навыками публичной речи, аргументации, ведения дискуссии и полемики, практического анализа, логики различного рода рассуждений, навыками критического восприятия информации	Способность к коммуникации в устной и письменной формах на английском языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия, т.е. практикой разговорного общения на английском языке в рамках заданной темы, нацеленного на пополнение обучающимися профессионального словарного запаса,	1-1.5

		развитие навыков устной и письменной английской речи	
Прямые почтовые и интернет рассылки	Владение навыками публичной речи, аргументации, ведения дискуссии и полемики, практического анализа, логики различного рода рассуждений, навыками критического восприятия информации	Способность к коммуникации в устной и письменной формах на английском языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия, т.е. практикой разговорного общения на английском языке в рамках заданной темы, нацеленного на пополнение обучающимися профессионального словарного запаса, развитие навыков устной и письменной английской речи	1-1.5
Уличный маркетинг, пробники продукции	Владение навыками публичной речи, аргументации, ведения дискуссии и полемики, практического анализа, логики различного рода рассуждений, навыками критического восприятия информации	Способность к коммуникации в устной и письменной формах на английском языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия, т.е. практикой разговорного общения на английском языке в рамках заданной темы, нацеленного на пополнение обучающимися профессионального словарного запаса, развитие навыков	1-1.5

		устной и письменной английской речи	
Логотипы	Владение навыками публичной речи, аргументации, ведения дискуссии и полемики, практического анализа, логики различного рода рассуждений, навыками критического восприятия информации	Способность к коммуникации в устной и письменной формах на английском языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия, т.е. практикой разговорного общения на английском языке в рамках заданной темы, нацеленного на пополнение обучающимися профессионального словарного запаса, развитие навыков устной и письменной английской речи	1-1.5
Материалы и упаковка	Результат письменного перевода слов и выражений по теме Соблюдение правил грамматики при активном участии в обсуждении темы	Выполнение письменного перевода не ниже 70% Способность устно изложить основное содержание темы, используя профессиональную терминологию	2-3
Корпоративные ценности	Владение навыками публичной речи, аргументации, ведения дискуссии и полемики, практического анализа, логики различного рода рассуждений, навыками критического	Способность к коммуникации в устной и письменной формах на английском языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия, т.е. практикой	1-1.5

	восприятия информации	разговорного общения на английском языке в рамках заданной темы, нацеленного на пополнение обучающимися профессионального словарного запаса, развитие навыков устной и письменной английской речи	
Связи с общественностью и лоббирование интересов	Владение навыками публичной речи, аргументации, ведения дискуссии и полемики, практического анализа, логики различного рода рассуждений, навыками критического восприятия информации	Способность к коммуникации в устной и письменной формах на английском языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия, т.е. практикой разговорного общения на английском языке в рамках заданной темы, нацеленного на пополнение обучающимися профессионального словарного запаса, развитие навыков устной и письменной английской речи	1-1.5
Спонсорство мероприятий и спортивных событий	Владение навыками публичной речи, аргументации, ведения дискуссии и полемики, практического анализа, логики различного рода рассуждений, навыками критического восприятия	Способность к коммуникации в устной и письменной формах на английском языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия, т.е. практикой разговорного	1-1.5

	информации	общения на английском языке в рамках заданной темы, нацеленного на пополнение обучающимися профессионального словарного запаса, развитие навыков устной и письменной английской речи	
Кризис	Владение навыками публичной речи, аргументации, ведения дискуссии и полемики, практического анализа, логики различного рода рассуждений, навыками критического восприятия информации	Способность к коммуникации в устной и письменной формах на английском языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия, т.е. практикой разговорного общения на английском языке в рамках заданной темы, нацеленного на пополнение обучающимися профессионального словарного запаса, развитие навыков устной и письменной английской речи	1-1.5
Корпоративные блоги	Результат письменного перевода слов и выражений по теме Соблюдение правил грамматики при активном участии в обсуждении темы	Выполнение письменного перевода не ниже 70% Способность устно изложить основное содержание темы, используя профессиональную терминологию	2-3

6. Основная и дополнительная учебная литература, необходимая для освоения дисциплины, ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

6.1. Основная литература

1. Барановская Т.А., Ласточкина Т.И., Захарова А.В.,
   Методическое пособие к учебнику «English for business studies» by Ian MacKenzie (3rd ed.) Под ред. Барановской Т.А., Ласточкиной Т.И., Захаровой А.В., Издательский дом Высшей школы экономики 2013
   http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1_id=65969
   Издательский дом Высшей школы экономики
   978-5-7598-0807-7ISBN:
   http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1_id=65969
2. Барановская Т.А., Захарова А.В., Ласточкина Т.И., Поспелова Т.Б., Суворова Ю.А.АНГЛИЙСКИЙ ЯЗЫК ДЛЯ ЭКОНОМИСТОВ. Учебник и практикум для академического бакалавриата Юрайт 2015 http://www.biblio-online.ru/thematic/?9&id=urait.content.A4B03AED-170C-4B15-AEA1-27B3A90AB6AF&type=c_pub
3. Виноградова Н.Н. Английский язык для тех кто изучает менеджмент. Уровень С1. Часть 1. (Английский язык для изучающих менеджмент. В 2-х частях. Часть 1. ESP In-Depth: English for Management Studies. Part 1.: Учебное пособие Уровень С1)
   МГИМО 2010 http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1_id=46340

6.2. Дополнительная литература

1. АКАДЕМИЧЕСКОЕ ПИСЬМО: ПРОЦЕСС, ПРОДУКТ И ПРАКТИКА. Учебное пособие для вузов
   Короткина И.Б. М.:Издательство Юрайт 2016
   ISBN: 978-5-9916-6813-2
   http://www.biblio-online.ru/thematic/?12&id=urait.content.42C0DEC9-B24B-465C-865A-879B657346DB&type=c_pub
2. **Основы делового английского языка Кашаев А.А., 2006**
   ФЛИНТА
   978-5-89349-457-0ISBN:
   http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1_id=13002

3. Moore, F 2005, Transnational Business Cultures : Life And Work In A Multinational Corporation, Aldershot, Hants, England: Ashgate, eBook Business Collection Trial, EBSCOhost, viewed 15 November 2015.
   https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=e020tww&AN=270010&lang=ru&site=eds-live&authtype=uid

4. Weiss, JW 2014, Business Ethics : A Stakeholder And Issues Management Approach, San Francisco: Berrett-Koehler Publishers, eBook Business Collection Trial, EBSCOhost, viewed 15 November 2015.
   https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=e020tww&AN=667095&lang=ru&site=eds-live&authtype=uid

5. Kurian, GT 2013, The AMA Dictionary Of Business And Management, New York: AMACOM, eBook Business Collection Trial, EBSCOhost, viewed 15 November 2015. https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=e020tww&AN=550408&lang=ru&site=eds-live&authtype=uid

6. Stuart Redman “English vocabulary in use” pre-intermediate & intermediate Cambridge University Press, 2009

7. Michael McCarthy, Felicity O’Dell “English vocabulary in use” upper-intermediate & advanced, Cambridge University Press, 2012

8. Martin Hewings “Advanced grammar in use” , Cambridge University Press, 2009

9. Paul Emmerson “Business grammar builder”, Macmillan, 2010

10. Bill Mascull “Business vocabulary in use”, Cambridge University Press, 2009

6.3.Нормативные правовые документы

- Конституция РФ
- Закон РФ "Об образовании"
- Гражданский кодекс РФ

6.4. Интернет ресурсы и справочные системы

1. http://lib.ranepa.ru/
2. http://www.economist.com
3. http://www.ft.com
4. http://www.guardian.com
5. http://www.bbc.com
6. http://www.cambridge.org
7. http://www.pearson.com
8. www.nnir.ru / - Российская национальная библиотека
9. www.nns.ru / -Национальная электронная библиотека
10. www.rsi.ru / - Российская государственная библиотека
11. www.aport.ru / - Поисковая система
12. www.rambler.ru / - Поисковая система
13. www.yandex.ru / - Поисковая система
14. www.busineslearning.ru / - Система дистанционного бизнес образования
15. http://www.consultant.ru/ - Консультант плюс
16. http://www.garant.ru/ - Гарант

7.Материально-техническая база, информационные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

Специальные помещения представляют собой учебные аудитории для проведения занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы и помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования. Специальные помещения укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.

Академия проводит постоянную работу по созданию и системному улучшению условий получения образования людьми с ограниченными возможностями здоровья. В настоящее время здания и территории Академии оснащены лифтами для перевозки инвалидов в колясках, порядка 80% аудиторий и компьютерных классов имеют двери, соответствующие требованиям нормативов, оборудованы пандусы при входе в здания, а также внутри учебных корпусов и общежития, имеются специальные туалеты.

Каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к нескольким электронно-библиотечным системам (электронным библиотекам) и к электронной информационно-образовательной среде организации. Электронно-библиотечная система (электронная библиотека) и электронная информационно-образовательная среда обеспечивают возможность доступа обучающегося из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», как на территории организации, так и вне ее.

Академия обеспечена необходимым комплектом лицензионного программного обеспечения.

Обучающимся обеспечен доступ (удаленный доступ), в том числе в случае применения электронного обучения, дистанционных образовательных технологий, к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам.

Обучающиеся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья обеспечены печатными и (или) электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

Организован доступ к следующим электронным ресурсам:

Bloomberg

EBSCO Publishing

eLIBRARY.RU

Emerging Markets Information Service

Google Scholar (Google Академия)

IMF eLibrary

JSTOR

New Palgrave Dictionary of Economics – Электронный словарь.

OECD iLibrary

Oxford Handbooks Online

Polpred.com Обзор СМИ

Science Direct - Журналы издательства Elsevier по экономике и эконометрике, бизнесу и финансам, социальным наукам и психологии, математике и информатике;

SCOPUS

Web of Science

Wiley Online Library
World Bank Elibrary
Архивы научных журналов NEICON
Интернет-сервис «Антиплагиат»
Система Профессионального Анализа Рынков и Компаний «СПАРК»
ЭБС Издательства "Лань"
ЭБС Юрайт
Электронная библиотека Издательского дома «Гребенников»