

Научно-исследовательский
центр «Иннова»

ФУНДАМЕНТАЛЬНЫЕ ОСНОВЫ НАУКИ

Сборник научных трудов по материалам
XX Международной научно-практической конференции,
19 июня 2020 года, г.-к. Анапа



Анапа
2020

УДК 00(082) + 001.18 + 001.89

ББК 94.3 + 72.4: 72.5

Ф94

Ответственный редактор:

Скорикова Екатерина Николаевна

Редакционная коллегия:

Бондаренко С.В. к.э.н., профессор (Краснодар), **Дегтярев Г.В.** д.т.н., профессор (Краснодар), **Хилько Н.А.** д.э.н., доцент (Новороссийск), **Ожерельева Н.Р.** к.э.н., доцент (Анапа), **Сайда С.К.** к.т.н., доцент (Анапа), **Климов С.В.** к.п.н., доцент (Пермь), **Михайлов В.И.** к.ю.н., доцент (Москва).

Ф94 **Фундаментальные основы науки.** Сборник научных трудов по материалам XX Международной научно-практической конференции (г.-к. Анапа, 19 июня 2020 г.). [Электронный ресурс]. – Анапа: Изд-во «НИЦ ЭСП» в ЮФО, 2020. - 35 с.

ISBN 978-5-95283-340-1

В настоящем издании представлены материалы XX Международной научно-практической конференции «Фундаментальные основы науки», состоявшейся 19 июня 2020 года в г.-к. Анапа. Материалы конференции посвящены актуальным проблемам науки, общества и образования. Рассматриваются теоретические и методологические вопросы в социальных, гуманитарных, естественных и других науках.

Издание предназначено для научных работников, преподавателей, аспирантов, всех, кто интересуется достижениями современной науки.

Материалы публикуются в авторской редакции. За содержание и достоверность статей, а также за соблюдение законов об интеллектуальной собственности ответственность несут авторы. Мнение редакции может не совпадать с мнением авторов статей. При использовании и заимствовании материалов ссылка на издание обязательна.

Информация об опубликованных статьях размещена на платформе научной электронной библиотеки (eLIBRARY.ru). Договор № 2341-12/2017К от 27.12.2017 г.

Электронная версия сборника находится в свободном доступе на сайте:
www.innova-science.ru.

УДК 00(082) + 001.18 + 001.89
ББК 94.3 + 72.4: 72.5

© Коллектив авторов, 2020.

© Изд-во «НИЦ ЭСП» в ЮФО

(подразделение НИЦ «Иннова»), 2020.

ISBN 978-5-95283-340-1

СОДЕРЖАНИЕ

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

ЛЕГАЛЬНЫЕ СПОСОБЫ ИММИГРИРОВАТЬ В США

Беневская Алина Александровна

Раскина Софья Андреевна 4

МЕНЕДЖЕР ПО МАРКЕТИНГУ

Беневская Алина Александровна

Раскина Софья Андреевна 8

ОЦЕНКА УСЛОВИЙ ДЛЯ ВЕДЕНИЯ

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В МБОУ

«ГИМНАЗИЯ №133» Г. УССУРИЙСКА

Бибишева Анна Игоревна..... 13

ЭФФЕКТИВНОЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ АНАЛИЗА РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РАЗРАБОТКЕ МАРКЕТИНГОВОЙ ПОЛИТИКИ ОРГАНИЗАЦИИ (НА ПРИМЕРЕ АО «МОНОКРИСТАЛЛ»)

Семиниченко Виктория Владимировна..... 21

ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ НАУКИ

ПЛЮСЫ И МИНУСЫ ЦИФРОВОГО ОБРАЗОВАНИЯ

Старовойтова Ирина Александровна

Малык Евгения Петровна..... 26

БИОЛОГИЧЕСКИЕ НАУКИ

ГЕНЕТИЧЕСКАЯ МОДИФИКАЦИЯ И ЕЕ РОЛЬ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

Мешкова Анна Дмитриевна..... 30

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

УДК 330

ЛЕГАЛЬНЫЕ СПОСОБЫ ИММИГРИРОВАТЬ В США

Беневская Алина Александровна

студентка 3 курса

Раскина Софья Андреевна

студентка 3 курса

ФГБОУ ВО Ростовский государственный экономический университет (РИНХ),
г. Ростов-на-Дону

***Аннотация:** в данной статье рассматриваются случаи легального переезда в Соединенные Штаты Америки.*

***Ключевые слова:** трудоустройство, бизнес, иммиграция, инвестиции, беженцы.*

***Abstract:** This article discusses cases of legal relocation to the United States of America.*

***Keywords:** employment, business, immigration, investment, refugees.*

Соединенные Штаты Америки являются самой привлекательной для эмиграции страной в мире. Поток мигрантов, избравших для себя дальнейшую жизнь в Америке, с каждым годом неуклонно растет. Если в период с 1971 по 1980 год в США на ПМЖ въехало около 4,5 миллионов человек, то уже с 2001 по 2010 количество легальных мигрантов уже составило цифру свыше 10 миллионов.

Быстрыми темпами растет также волна эмиграции из таких многонаселенных стран как Индия и Китай. Кроме того, ежегодно растет число беженцев, в частности, из стран на Ближнем Востоке и из Африки. Проводимая администрацией нынешнего президента США Дональда Трампа новая миграционная политика, не позволяющая въезд в США беженцам и гражданам 7-ми стран с

подавляющим мусульманским населением, пока не набрала полную силу. Но она обозначила близкие цели американского правительства – установление более четких и непрозрачных границ государства. Это обусловлено растущей угрозой мирового терроризма.

Но в отношении лояльных к Штатам государств такая политика не применяется. Наоборот, США упростили въезд в страну гражданам ряда европейских государств, например, жителями Прибалтики, Чехии, Словакии и Венгрии. В планах администрации также упрощение визового режима с Грецией, Кипром, Болгарией, Польшей, Румынией, Украиной, Грузией и т. д. Существует несколько способов иммиграции в США. Каждый может выбрать именно тот, который подойдет под его ситуацию. Переезд в Соединенные штаты возможен в следующих случаях.

1. Трудоустройство.

Нужны специалисты востребованных специальностей, таких как медицина, наука, программирование, экономика, инженерия. Существует специальная рабочая американская виза. Она действительна 3 года, при условии, что вы будете работать в компании страны. Если после окончания срока ее действия компания все еще нуждается в этом сотруднике, виза продлевается на несколько лет. Но дальнейшее продление невозможно и, если сотрудник планирует остаться, стоит оформить Грин-карту. Она подтверждает наличие вида на жительство и дает возможность трудоустройства.

2. Бизнес.

Активно развивается бизнес-иммиграция. К примеру, если у вас есть бизнес в России, Украине или Беларуси, его филиал можно открыть в США. Владельцу дается рабочая виза на год для управления им. В случае успешного функционирования филиала она продлевается на 3 года, затем стоит оформить Грин-карту. Также есть возможность приобретения бизнеса в Соединенных Штатах. Тогда рабочая виза выдается сразу на 3 года.

3. Инвестиции.

Чтобы стать инвестором в США, необходимо внести в экономику страны не менее 500 000 долларов. При этом вы должны доказать, что деньги получены законным образом. При подаче заявления на визу вся сумма переводится на счет определенного банка. Если приходит отказ в получении визы, средства возвращаются владельцу.

4. Брак.

Жених или невеста гражданина США – простой и доступный способ. В Америке наблюдается дефицит невест. Будущие супруги должны предоставить доказательства их знакомства и намерений: фотографии, выписки из гостиниц, чеки и т. д. Когда разрешение получено, можно выезжать в страну и регистрировать брак. Невесте выдается Грин-карта на 2 года. В течение этого времени супруги должны проживать на территории США, вести совместное хозяйство. Также миграционные службы имеют право рассматривать вашу совместную жизнь, чтобы убедиться в отсутствии оснований для признания брака фиктивным.

5. Беженцы.

Америка должна принимать беженцев после подписания Женевского договора. Такой человек должен доказать, что его преследуют или, имеется угроза для его жизни и семьи. Этот способ более доступен для жителей стран со сложными политическими взаимоотношениями и военными конфликтами. Прошение о статусе беженца подают только на территории США. На родине необходимо собрать все документы и получить туристическую визу. После прибытия в США можно подавать заявление.

6. Лотерея.

Каждый год Департамент миграции США проводит розыгрыш Green Card. Участвовать в нем может каждый желающий. Но разрешение получают граждане тех стран, из которых за год мигрировали в Америку не более 50 000 человек. При регистрации на сайте стоит заранее собрать документы, так как в случае выигрыша и получения положительного ответа нужно явиться в посольство и

получить визу.

7. Воссоединение с родными.

Помогут переехать и родственные связи. Имея постоянно проживающих в США родственников, можно легко туда поехать и оформить ПМЖ. Но существует ряд ограничений. Во-первых, родственные связи должны быть достаточно близкими. Во-вторых, существует ограниченный список на количество иммиграционных виз в год.

Среди русских очень популярны такие направления, как промышленный Северо-Восток или Новая Англия. Нью-Йорк, конечно, держит пальму первенства, вспомним знаменитый Брайтон-Бич. Здесь живут не только русские, очень многочисленна еврейская община, так что недостатка в русскоязычных соседях точно не будет. Привлекательными для жизни также считаются Вашингтон, Филадельфия и Бостон.

Помимо северо-восточных штатов, русские любят жить и в Калифорнии. И неудивительно, если учесть, что этот штат заслуженно называют Золотым. Причем, это не только всем известные Лос-Анджелес и Сан-Франциско с их огромными по численности мексиканской, китайской и армянскими общинами. Среди городов Калифорнии наиболее перспективным считается Сан-Хосе. Богачам нравится жизнь в Майами во Флориде.

А какие города привлекательны для жизни, по мнению самих американцев? Это, прежде всего, Денвер, Остин, Фейетвилл (Арканзас), набирающий известность Бойсе (Айдахо) и, конечно, Сиэтл.

Список литературы

1. Дараган Н. Я., Кулакова Н. Н. Роль внешней и внутренней миграции в формировании населения и культуры городов. / Очерки по культурной антропологии американского города. М.: Наука 2017 - С. 11-20.
2. Супян В. Б. Российская эмиграция в США: социально-статистический портрет. / США экономика, политика, идеология. - 1998. - № 3 - С. 115-121.
3. Филиппов С. В. США: иммиграция и гражданство. (Политика и

законодательство). М.: Наука, 1973. - 204 с.

4. Хрусталева Н. С. Психология иммиграции. (Социально-психологические и личностные проблемы). Автореферат диссертации на соискание ученой степени доктора психологических наук. СПб.: С.- Петерб. гос. ун-т, 1996. - 36 с.

5. Шлепаков А. Н., Шамшур О. В. Иммиграционная проблема: новые тенденции. / США: экономика, политика, идеология. 1984. - № 3. С. 15-30.

УДК 330

МЕНЕДЖЕР ПО МАРКЕТИНГУ

Беневская Алина Александровна

студентка 3 курса

Раскина Софья Андреевна

студентка 3 курса

ФГБОУ ВО Ростовский государственный экономический университет (РИНХ),
г. Ростов-на-Дону

***Аннотация:** в данной статье рассматриваются рекомендации и установки для успешного результата в бизнесе и огромному росту компании. А после планирования будут четкие маркетинговые цели для команды в целом.*

***Ключевые слова:** менеджер, команда, маркетинг, планирование, аудит.*

***Abstract:** This article discusses recommendations and guidelines for successful business results and huge growth of the company. And after planning, there will be clear marketing goals for the team as a whole.*

***Keywords:** Manager, team, marketing, planning, audit.*

Вы хотите с радостью взять на себя ответственность над своей командой, установить цели, которые нужно достичь, и вдохновить своих людей на действия, которые приведут к огромному росту и результатам для бизнеса.

Как вы это сделаете и максимально используете свою роль? Как вы

докажете, что являетесь эффективным менеджером по маркетингу? Есть три шага по установлению маркетинговых целей для вашей команды, которые помогут вам добиться успеха в качестве лидера, ориентированного на результат:

- Определите свою отправную точку посредством аудитов и анализа.
- Распланируйте каждый свой день и установите цели для сотрудников, выполнение которых поспособствует росту бизнеса.
- Четко сообщайте маркетинговые цели для своей команды и проводите анализ полученных результатов.

Почему планирование стратегий имеет значение?

Планирование стратегии позволит вам использовать творческие способности и знания вашей команды в ваших интересах и устанавливать достижимые цели, которые ваша команда сможет выполнить.

Шаг 1 – какова ваша отправная точка?

Маркетинговый аудит поможет вам определить, насколько хорошо ваша команда в настоящее время работает и где необходимо произвести изменения.

Полезно провести аудит, обращаясь к бизнес-плану бизнеса, так как многие вопросы будут актуальны.

Некоторые вещи для изучения – это внутренний и внешний аудит, а также анализ конкурентов и покупателей.

Выполнение внутреннего аудита

Внутренний маркетинговый аудит включает в себя:

1. Ваши ресурсы, включая бюджет, людей, инструменты управления социальными сетями и другое программное обеспечение.
2. Текущие рекламные материалы.
3. Данные о производительности прошлых кампаний.
4. Использование и подход к базе данных по управлению взаимоотношениями с клиентами.

Выполнение внутреннего аудита поможет вам получить представление о том, где находится ваша команда и бизнес.

Выполнение внешнего аудита

Внешний аудит определяет факторы вне вашего контроля, которые могут повлиять на бизнес. Инструмент для PEST-анализа полезен для определения внешних факторов.

PEST-анализ означает:

1. Политические факторы.
2. Экономические факторы.
3. Социальные факторы.
4. Технологические факторы.
5. Факторы окружающей среды.
6. Юридические факторы.

PEST-анализ повысит вашу осведомленность о потенциальных проблемах, которые могут нарушить ваши цели.

Выполнение анализа конкурентов

При проведении конкурентного анализа нужно задать себе следующие вопросы:

1. Каковы сильные и слабые стороны ваших конкурентов?
2. Каковы их цели?
3. Какие маркетинговые стратегии они используют?
4. Как вы сможете взять на себя долю их рынка?
5. Как они будут реагировать на конкуренцию со стороны вашего бизнеса?

Знание того, кто ваши конкуренты, имеет важное значение для понимания позиции бизнеса на рынке.

Выполнение анализа покупателей

Как менеджер по маркетингу, вам нужно знать, как создать персону покупателя. С кем вы будете разговаривать? Зачем им нужны ваши продукты или услуги? Что вы будете им говорить?

Знание основных частей персоны покупателя поможет вам определить, являются ли идеи и цели релевантными и подходящими для бизнеса.

Шаг 2 – установите правильные маркетинговые цели, используя таланты своей команды.

Ваша команда может помочь вам в деталях своих маркетинговых целей, но как насчет высокоуровневых, всеобъемлющих целей, к которым стремится бизнес?

Общие маркетинговые цели, как правило, включают:

1. Повышение узнаваемости бренда.
2. Улучшение удержания клиентов.
3. Увеличение подписчиков в социальных сетях.

Важно знать, с какими из этих задач ваша команда сможет эффективно работать. Затем вы сможете использовать свои способности для успешного планирования стратегии, чтобы описать специфику и превратить эти цели в количественные цели.

Планирование стратегии служит нескольким целям:

- Позволяет использовать знания, опыт и идеи команды в своих интересах.
- Позволяет команде почувствовать ответственность за свои цели и задачи.
- Закрепляет ваше положение как лидера, который ценит идеи своей команды и ее вклад.

Как организовать планирование стратегии?

Трудно работать над стратегией и целями, не разделяя повседневных задач.

Организация планирования стратегии в месте за пределами площадки создаст сцену для творческого мышления и поможет вашей команде сосредоточиться.

Шаг 3 – четко задавайте, сравнивайте и сообщайте маркетинговые цели своей команды.

Следующим шагом в этом процессе является:

- Создание ежеквартальных контрольных показателей, чтобы оценить, в каком направлении движется команда.
- Сообщение маркетинговых целей своей команде и компании.

- Просмотр целей для своей команды.

Установите квартальные контрольные показатели для отслеживания прогресса вашей команды

Если вы задали годовые цели для своей команды, сравнительный анализ вашего года в кварталах поможет вам отслеживать прогресс, чтобы убедиться, что ваша команда находится на правильном пути.

Как сообщить цели своей команде

Очень важно, чтобы вся ваша команда понимала цели, над которыми они работают, и то, как их повседневные задачи способствуют успеху бизнеса.

Вы также несете ответственность за общение и отчетность о целях своей команды перед генеральным директором или руководителем отдела маркетинга, в том числе о прогрессе в проектах вашей команды по сравнению с теми критериями, которые вы определили для них.

Вам нужен четкий план, который будет определять ваше лидерство, когда вы ставите маркетинговые цели для своей команды.

Аудит текущего состояния бизнеса и деятельности вашей команды даст вам базовый уровень для работы, когда вы направляете цели своей команды через стратегическое планирование.

После планирования у вас будут четкие маркетинговые цели для вашей команды.

Список литературы

1. Мазилкина, Е. И. Маркетинг / Е. И. Мазилкина. - М.: Дашков и Ко, 2015. - 368 с.
2. Синяева, И. М. Маркетинг. Теория и практика / И. М. Синяева, О. Н. Романенкова. - М.: Юрайт, 2017. - 656 с.
3. Толкачев, А. Н. Реклама и PR в бизнесе / А. Н. Толкачев. - М.: АВТОР, 2017. - 402 с.
4. Чернышев, Л. А. Исследование систем управления / Л. А. Чернышев. - М.: Нобель Пресс, 2015. - 828 с.

УДК 336

**ОЦЕНКА УСЛОВИЙ ДЛЯ ВЕДЕНИЯ
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В МБОУ
«ГИМНАЗИЯ №133» Г. УССУРИЙСКА**

Бибишева Анна Игоревна

магистрант

ФГАОУ Дальневосточный федеральный университет, г. Владивосток

***Аннотация:** в статье проведен анализ педагогического состава и материально – технической базы образовательного учреждения. Выявлены причины низкого уровня предпринимательской деятельности. Разработаны дополнительные платные услуги, которые могут быть реализованы педагогами гимназии.*

The article analyzes the teaching staff and material and technical base of an educational institution. The reasons for the low level of business activity are revealed. Additional paid services have been developed that can be implemented by teachers of the gymnasium.

***Ключевые слова:** бюджетное образовательное учреждение, платные образовательные услуги, предпринимательская деятельность.*

***Keywords:** budget educational institution, paid educational services, business activities.*

Бюджетные образовательные учреждения могут расходовать бюджетные средства только на:

– оплату труда работников согласно заключенным трудовым договорам и правовым актам, регулирующим размер заработной платы относительно категории работника;

- перевод страховых взносов в государственные внебюджетные фонды;
- командировочные и иные компенсационные выплаты работникам;
- оплату работ, услуг и товаров по заключенным государственным или муниципальным контрактам;
- оплату работ, услуг и товаров в соответствии с утвержденными сметами без заключения государственных или муниципальных контрактов [1, ст. 70].

Использование бюджетными учреждениями бюджетных средств на другие цели не допустимо, так как, согласно организационно-правовой форме, бюджетные учреждения формируются с целью выполнения функций некоммерческого характера.

Однако, в последнее время многие бюджетные учреждения сталкиваются с существенным недофинансированием, что принуждает управляющих учреждений находить нетрадиционные способы приобретения денежных средств, и многие из них относятся к предпринимательской деятельности.

Право на ведение предпринимательской и иной приносящей доход деятельности образовательным учреждением предусмотрено прежде всего общими нормами гражданского законодательства — абз. 2 п. 3 ст. 50, ст. 298 ч. 1 ГК РФ, а также ст. 24 Закона РФ «О некоммерческих организациях» [2], ст. 45—47 Закона РФ «Об образовании» [3].

В уставе МБОУ «Гимназия №133» обозначены платные услуги, которые она вправе оказывать.

Учреждение в соответствии с целями, для достижения которых оно создано вправе осуществлять приносящую доход деятельность по предоставлению следующих видов платных услуг:

- а) дополнительные платные образовательные услуги.
- б) иные дополнительные платные услуги, связанные с учебно – воспитательным процессом.
- в) иные дополнительные платные услуги, соответствующие образовательному процессу, в рамках ведения уставной деятельности Учреждения.

г) платные оздоровительные услуги, обеспечивающие развитие творческого потенциала детей, охрану и укрепление их здоровья, профилактику заболеваний у детей, занятие их физической культурой, спортом и туризмом.

д) иные дополнительные платные услуги, оказываемые в целях развития материально-технической базы Учреждения.

Тарифы на платные услуги, оказываемые Учреждением, утверждаются администрацией Уссурийского городского округа.

Гимназия полностью укомплектована руководящими и педагогическими кадрами, обеспечивающими развитие данного учреждения в инновационном режиме.

В гимназии сложился стабильный педагогический коллектив, отличающийся достаточно высоким уровнем квалификации. В 2018-2019 учебном году 17 учителей прошли обучение по программам повышения квалификации. 10 учителей успешно прошли аттестацию: 6 учителям была присвоена высшая квалификационная категория, 2 учителям – первая квалификационная категория, 2 учителя подтвердили соответствие занимаемой должности «Учитель». В Таблице 1 представлена информация о педагогических кадрах МБОУ «Гимназия №133» на 2019/20 учебный год.

Таблица 1 – Педагогические кадры МБОУ «Гимназия №133»

Показатель	Количество, человек
Общее количество педагогов	60
Возрастной состав педагогических работников	
Моложе 25 лет	13
25 – 35 лет	11
35 – 45 лет	9
45 – 55 лет	17
Старше 55 лет	10
Высшая квалификационная категория	14
Первая квалификационная категория	12
«Учитель»	24
Молодых специалистов	10

Сведения о педагогическом стаже	
Менее двух лет	10
От 2 до 5 лет	4
От 5 до 10 лет	3
От 10 до 20 лет	14
20 лет и более	29
Сведения о званиях	
Заслуженный учитель РФ	1
Почетный работник общего образования	2
Отличник народного просвещения	1
Награждены почетной грамотой министерства образования и науки РФ	4
Педагог - мастер	2

Повышение квалификации учителей проводится в разных формах: традиционной на курсах повышения квалификации, внутри коллектива на методических объединениях, семинарах различного уровня, консультационной работе с отдельными педагогами или творческими группами учителей.

Анализ педагогических кадров МБОУ «Гимназия №133» позволяет сделать вывод о том, что учебный процесс обеспечивается высококвалифицированными кадрами.

Большинство членов педагогического коллектива это творческие, целеустремленные личности, обладающие устойчивой внутренней мотивацией.

В таблице 2 представлены дополнительные платные услуги, которые могут быть реализованы педагогами гимназии.

Таблица 2 – Дополнительные платные услуги, которые могут быть реализованы педагогами МБОУ «Гимназия №133»

Специальность, преподаваемые предметы	Количество, чел.	Дополнительные платные услуги
Учитель начальной школы	18	подготовка детей в первый класс; группа продленного дня.
Учитель математики	6	подготовка к поступлению в учебное заведение
Учитель физики	2	подготовка к поступлению в учебное заведение

Учитель физкультуры	4	гимнастика; аэробика; кудо; ритмика; футбол; группы общефизической подготовки; каратэ; ушу; настольный теннис; волейбол; баскетбол.
Учитель информатики	3	Обучение программированию, подготовка к поступлению в учебное заведение
Учитель географии	2	подготовка к поступлению в учебное заведение
Учитель русского языка и литературы	6	подготовка к поступлению в учебное заведение
Учитель истории и обществознания	4	подготовка к поступлению в учебное заведение.
Учитель биологии	2	реализация растениеводческой продукции, выращенной учащимися, в процессе освоения учебных программ; подготовка к поступлению в учебное заведение.
Учитель химии	1	подготовка к поступлению в учебное заведение.
Учитель английского языка	7	подготовка к поступлению в учебное заведение; обучение языку
Учитель корейского языка	2	подготовка к поступлению в учебное заведение; обучение языку.
Учитель китайского языка	2	подготовка к поступлению в учебное заведение; обучение языку.
Учитель французского языка	1	подготовка к поступлению в учебное заведение; обучение языку.
Учитель технологии	3	Обучение вязанию; обучение кройке и шитью; обучение домоводству; обучение народным промыслам; реализация товаров, изготовленных учащимися.
Учитель ИЗО	1	обучение живописи; обучение графике; обучение скульптуре.
Учитель музыки	1	Обучение игре на музыкальных инструментах; обучение вокалу

По данным таблицы 2 мы видим, что педагоги, работающие в ОО, могут оказывать большое количество дополнительных платных услуг.

Но для оказания некоторых услуг требуется повышение квалификации, переподготовка работающих в гимназии учителей или расширение штата. Среди таких услуг можно выделить:

- обучение танцам;
- обучение театральному мастерству;
- обучение фотографированию;
- обучение кино-, видео любительскому делу;
- обучение радилюбительскому делу;
- услуги психологической службы;
- услуги логопеда и дефектолога;

Материально-техническая база:

- 1 компьютерный класс (8 рабочих мест обучающихся), с одной интерактивной доской (с выходом в интернет), оснащен проектором;

- 2 кабинета обслуживающего труда, оснащенные необходимым оборудованием (электропечи – 3 шт., микроволновые печи – 2 шт., холодильник – 1 шт., швейные машины – 12 шт.)

- 21 кабинет с мультимедиапроектором (начальная школа, физика, химия, информатика, география, литература, история, математика, биология, английский язык, корейский язык), ежегодно обновляются пришедшие в негодность проекторы, кабинеты оснащаются интерактивными досками. В 2018/19 учебном году приобретены 2 доски в начальную школу, в 2019/20 году установлена интерактивная доска в кабинете математики.

- 1 спортивный зал, оснащенный спортивным оборудованием и необходимым инвентарем.

- 1 площадка для игр на свежем воздухе, нуждающаяся в обновлении;

- 2 актовых зала (в начальной и основной школе). Актальный зал в основной школе, вместимостью 140 человек, оснащен проектором и экраном, звуковой

аппаратурой.

- 1 библиотека, с книгохранилищем и читальным залом и оборудованным рабочим местом библиотекаря. Библиотечный фонд регулярно обновляется.

- 2 кухни, 2 школьных столовых (в основной и начальной школе).

- медицинский кабинет.

Информационные ресурсы.

- Компьютер – 18 шт., все педагоги снабжены рабочим ноутбуком;

- Принтер – 8 шт.

- Телевизор ж/к – 4 шт.

- Интернет Wi-Fi (оба здания)

- *Программное обеспечение:* операционная система Windows, антивирусная программа, библиотечная программа АИБС «МАРК – SOL», офисные программы WORD, Excel, PowerPoint.

МБОУ «Гимназия № 133» имеет свой сайт в сети Интернет. Сайт содержит:

- общие сведения об организации, включая историю создания и развития;

- структуру и органы управления гимназии, контактные данные руководства школы и информацию о кадровом составе гимназии;

- сведения о материально – техническом обеспечении и оснащенности образовательного процесса.

Все нормативные акты и приказы учреждения, а также публичные доклады о деятельности и финансовые отчеты за последние размещены в разделе документы.

Имеются разделы с актуальной информацией для обучающихся, родителей, учителей.

Платным образовательным услугам гимназии посвящен отдельный раздел. В нем содержится перечень платных услуг и нормативные документы, их регламентирующие.

Основные разделы сайта обновляются перед каждым учебным годом, устаревшая информация регулярно заменяется на более актуальную.

ОО также имеет аккаунты в социальных сетях «Instagram» и «ВКонтакте». На данных страницах публикуются фото и видео с мероприятий, проходивших в гимназии или участниками которых стали учащиеся. Регулярно публикуются посты о спортивных, творческих и учебных достижениях учащихся, что благоприятно сказывается на имидже школы.

МБОУ «Гимназия №133» оснащена достаточно хорошей, регулярно обновляющейся материально – технической базой, обеспечена большим штатом квалифицированных педагогов, информационно-коммуникационная среда образовательного учреждения развита на высоком уровне.

Все эти факторы создают благоприятные условия для реализации предпринимательской деятельности, однако стоит отметить, что объем дополнительных платных услуг, оказываемых учреждением на данный момент крайне мал.

Можно выделить следующие причины такого низкого уровня предпринимательской деятельности:

- Отсутствие отработанного механизма оказания платных образовательных услуг.
- Загруженность педагогов и низкая мотивация участия в приносящей доход деятельности
- Большая загруженность и нехватка кабинетов для организации работы платных кружков (учебный процесс осуществляется в двух сменах, многие педагоги и кабинеты свободны лишь в вечернее время)
- Отсутствие школьной маркетинговой службы.

Соответственно, если верной управленческой стратегией найти решение данных проблем, объем оказываемых услуг и доход школы увеличится.

Список литературы

1. Бюджетный кодекс Российской Федерации от 31.07.1998 № 145–ФЗ (ред. от 07.04.2020).
2. Федеральный закон "О некоммерческих организациях" от 12.01.1996 N

7- ФЗ (ред. от 02.12.2019).

3. Федеральный закон "Об образовании в Российской Федерации" от 29.12.2012 N 273-ФЗ (ред. от 01.03.2020).

УДК 336

**ЭФФЕКТИВНОЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ АНАЛИЗА РЕКЛАМНОЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РАЗРАБОТКЕ МАРКЕТИНГОВОЙ ПОЛИТИКИ
ОРГАНИЗАЦИИ (НА ПРИМЕРЕ АО «МОНОКРИСТАЛЛ»)**

Семиниченко Виктория Владимировна

бакалавр

научный руководитель Горбенко Лариса Ивановна,

канд. экон. наук, доцент

ФГАОУ ВО «Северо-Кавказский федеральный университет»,

город Ставрополь

***Аннотация:** в данной статье рассматривается анализ рекламной в качестве эффективного инструмента разработки маркетинговой политики организации, отражена рекламная деятельность предприятия и выделены текущие проблемные области.*

This article discusses the analysis of advertising as an effective tool for developing marketing policy of the organization, reflects the advertising activity of the enterprise and highlights the current problem areas.

***Ключевые слова:** менеджмент, маркетинг, рекламная деятельность, целевая аудитория, продвижение.*

***Keywords:** management, marketing, advertising, target audience, promotion.*

Рекламная деятельность – это все множество действий, реализуемых компаниями в целях распространения в любой форме, любым способом и с использованием любых средств информации, которая, будучи адресованной целевому

кругу лиц, направлена на то, чтобы привлечь внимание к объекту рекламирования, сформировать или поддержать интерес к нему и обеспечить его рыночное продвижение [2].

Целевой аудиторией АО «Монокристалл» являются предприятия, занимающиеся производством LED, а также телефонов и часов, то есть организация работает по принципу B2B.

Реклама для завоевания таких потребителей несколько сложна и очень затратна. Рассмотрим основные средства продвижения продукции для этой аудитории: электронная реклама, посещение выставок и конференций, разработка полиграфической продукции, разработка сувенирной продукции. Доля средств представлена на рисунке 1.

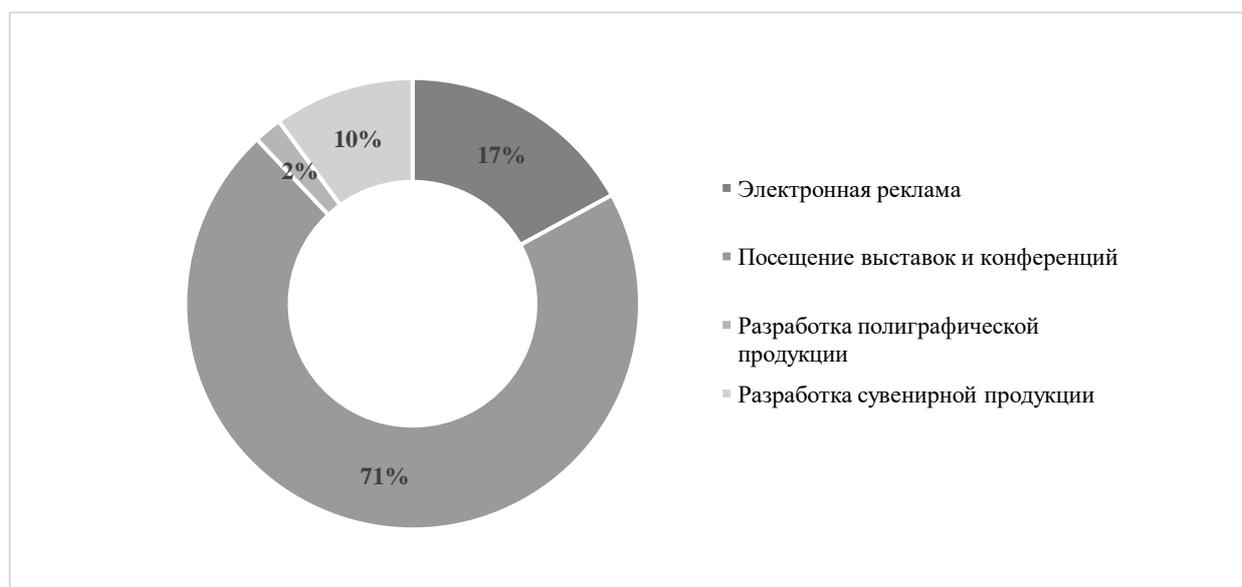


Рисунок 1 – Соотношение средств продвижения АО «Монокристалл»

Наименьший процент составляет производство печатных материалов. Оно включает буклеты, листовки, каталоги. Чаще всего они используются именно на различных выставках, чтобы потенциальные покупатели могли сразу узнать интересующую их информацию.

Далее идет сувенирная продукция, которая также используется на конференциях (календари, блокноты, ручки). Процент этого способа продвижения несколько больше, так как подразумевает еще и привлечение кадров на

производство. Каждому новому сотруднику вручаются такие атрибуты, чтобы, во-первых, продемонстрировать организационную культуру, а, во-вторых, эти изделия с логотипом компании могут привлечь его знакомых и друзей в организацию.

Что касается электронной рекламы, то это только развитие сайта, который на первый взгляд может показаться неудобным. Для клиентов все структурировано и проработано, они могут узнать размеры, просмотреть технологии производства (допустимую часть), но для случайных посетителей сайта, например, заинтересованных в поиске работы, довольно проблематичным является поиск необходимого раздела.

Но со стороны эстетики сайт проработан довольно качественно, грамотное использование корпоративных цветов привлекает внимание и не раздражает глаз. То есть продолжительное нахождение на сайте не составит трудностей.

Но больше всего внимания уделено выставкам и конференциям, в которых организация регулярно принимает участие. Именно на таких мероприятиях можно продемонстрировать свои технологические разработки, получить отзыв, как представителей науки, так и потребителей НТП, то есть потенциальных клиентов. Чтобы наверняка получить расположение, менеджеры АО «Монокристалл» готовят ролики о компании, а также различные стенды, которые впоследствии устанавливаются в холле предприятия.

Если рассмотреть затраты на существующие виды рекламы, то ежемесячно они составляют от 1000 до 8000 долл. США. На 2019 год общая сумма затрат составила 37 800 долл. США, из которых большая часть – завоевание китайского рынка сапфиров для СИД, а также удержание своей доли на мировом рынке сапфира для оптики.

Теперь рассмотрим, от чего рассматриваемая компания отказалась. В первую очередь от размещения в социальных сетях. К сожалению, в B2B-тематиках зачастую исключают рекламные сети Яндекс и Google в качестве каналов привлечения. Но данные платформы рассчитаны не только на физических

лиц, сейчас они активно развиваются, появляются новые вариации настройки таргетированной рекламы, что значительно упрощает работу менеджеров. Отключая показы на данных площадках, компания АО «Монокристалл» отсекает до 70% потенциальных клиентов, которые находятся в процессе формирования потребности в продукте, рассматриваемого нами предприятия.

Конечно, можно предположить, что если бренд организации уже довольно распространен, то можно ориентироваться на тех, кто самостоятельно занимается поиском нашей компании, но тогда можно проиграть конкурентам в своей отрасли.

Далее идет так называемый принцип «Смешать, но не взбалтывать». То есть сайт компании возможно открыть как на ПК, так и на мобильных устройствах, но никто не учитывает, что контекст использования мобильных платформ и настольных компьютеров кардинально отличается, и его игнорирование в креативах может привести к низкой эффективности компании.

Исследования показывают, что сейчас около 50% трафика приходит в поиск именно с платформ Android и iOS [7]. Стоит обратить внимание, что над этой проблемой в компании АО «Монокристалл» уже ведутся работы. Менеджеры, дизайнеры и программисты прилагают усилия для разрешения данной ситуации, так как это поможет не только выделиться среди конкурентов и, возможно, привлечь новых клиентов, но и упростить работу тех организаций, которые уже пользуются услугами рассматриваемой нами компании.

Последним упущением является «no limits» компания. А именно отказ от сужения охвата. Это можно увидеть в рекламе для привлечения трудовых ресурсов. Так, при использовании баннеров, демонстрирующих прекрасную организационную культуру предприятия, не всегда обращают внимание на расположение, а значит реклама может оказаться не в самом удачном контексте, что, вполне вероятно, приведет к репутационному ущербу.

Исходя из оценки рекламной деятельности АО «Монокристалл», можно выделить следующие проблемы в рекламной политике:

- отсутствие страниц в социальных сетях;
- использование устаревших рекламных носителей;
- недостаточно проработанные сегменты.

Таким образом, анализ АО «Монокристалл» позволил выделить основные проблемные зоны в рекламной деятельности компании. На основе этих данных организация может улучшить свою рекламную деятельность, выявить наиболее эффективные инструменты рекламы, повысить свою узнаваемость и рентабельность.

Список литературы

1. Мхитарян С. В., Русин В. Н., Карпова С. В. Маркетинговый анализ. Теория и практика. Учебное пособие для бакалавриата и магистратуры. – М.: Юрайт, 2018. – 182 с.
2. Нархов Д. Ю., Нархова Е. Н. Реклама. Управленческий аспект. Учебное пособие. – М.: Флинта, 2018. – 264 с.
3. Очковская М. С., Рыбалко М. А. Маркетинг. Новые тенденции и перспективы. Учебное пособие. – М.: Проспект, 2018. – 176 с.
4. Пономарева Е. А. Бренд-менеджмент. Учебник и практикум. – М.: Юрайт, 2017. – 342 с.
5. Рыжикова Т. Н. Маркетинг. экономика, финансы, контроллинг. Учебное пособие. – М.: Инфра-М, 2017. – 228 с.
6. Урясьева, Т. И. Инвестиционные риски в маркетинге. Учебное пособие / Т. И. Урясьева. - М.: Вузовский учебник, 2016. - 700 с.
7. Шарков Ф. И. Рекламная деятельность. – М.: КноРус, 2018. – 288 с.

ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ НАУКИ

УДК-37.013.32

ПЛЮСЫ И МИНУСЫ ЦИФРОВОГО ОБРАЗОВАНИЯ

Старовойтова Ирина Александровна

кандидат педагогических наук, доцент кафедры информатики, естественнонаучных дисциплин и методик преподавания факультета МиЕНО ПИ ФГАОУ ВО «Белгородский государственный национальный исследовательский университет», город Белгород

Малык Евгения Петровна

магистрант факультета МиЕНО ПИ
НИУ «БелГУ», город Белгород

***Аннотация:** в статье рассматривается понятие цифрового образования, его плюсы и минусы, а также возможности цифровой образовательной среды для проведения дистанционного обучения.*

***Abstract:** the article discusses the concept of digital education, its pros and cons, as well as the possibilities of a digital educational environment for distance learning.*

***Ключевые слова:** цифровое образование, дистанционное обучение, цифровая образовательная среда.*

***Keywords:** digital education, distance learning, digital educational environment.*

Поскольку цифровое образование в нашей стране только начинает развиваться, необходимо, чтобы все заинтересованные стороны понимали, что они несут и как их применять. Не все педагоги понимают, как применять новые технологии на уроках, а многие из них не готовы и даже не хотят внедрять новые технологии в процесс обучения. Для эффективного освоения дистанционных программ обучения требуется определенный набор качеств: высокий уровень самоорганизации, мотивации и нацеленности на самостоятельное формирование качественных знаний и навыков, как учащихся, так и педагогов. Внедрение

новых технологий требует развития определенного набора качеств. Применение дистанционных образовательных технологий скорее свойственно более молодым педагогам. Возможно, это обусловлено большей технологической продвинутой молодежью, и может объясняться сложившимися традициями в технологиях обучения у старшего поколения. На данном этапе развития цифрового образования возникает много вопросов о том, как реализовать цифровые технологии в обучении?

Цифровое обучение — такое, где к месту и осмысленно используются компьютерные технологии — это новый этап, новый уровень повышения квалификации педагога. Нельзя просто взять и заменить общение педагога с учениками на видео-лекции и онлайн-тестирование. Нужно научить педагогов грамотно внедрять цифровые технологии в процесс обучения, максимально эффективно использовать возможности цифровизации. Опытный педагог, грамотно используя информационно-коммуникационные технологии, передовой опыт и наработки, которые находятся в свободном доступе различных Интернет-ресурсов, может достичь высоких результатов в своей профессиональной деятельности.

Цифровая образовательная среда позволяет вести дистанционные уроки, взаимодействовать школам, высшим учебным заведениям друг с другом, даже если они находятся в разных городах и странах. Цифровые технологии позволяют создать условия для индивидуального развития и обучения каждого, кто желает учиться. Существует множество мессенджеров и видеоконференций, видеозвонков и чатов, которые обеспечивают общение преподавателей и обучающихся в режиме реального времени. Использование цифровых технологий позволяет пользоваться библиотеками других городов и стран для подготовки к творческим проектам, дипломным работам и т. д. С помощью новейших технологий можно посетить любой музей мира, провести онлайн-экскурсию любого географического объекта.

К сожалению, при наличии плюсов цифрового образования, существуют негативные факторы:

- физиология младших школьников еще не сформирована и даже 15 минут работы с гаджетом, отвлекают внимание до конца урока; дети проводят очень много времени в наушниках, у них портится слух, от светящихся экранов мониторов – ухудшается зрение, от сидячего образа жизни за компьютером – нарушается обмен веществ, работа внутренних органов, развивается ранний сколиоз, ухудшается состояние мышц и т.д.

- снижается коммуникабельность детей, что отражается на развитии речи, ведь в цифровой среде много «помощников», которые подскажут, как правильно написать то или иное слово и даже фразу. Когда наши дети сидят в интернете, в соцсетях, у них не вырабатывается умение реагировать на конфликты, а также выходить из них, жертвовать чем-то;

- «знание и информация не равнозначные понятия» [1]. Получив доступ к информации, не все учащиеся смогут применить её грамотно на практике. В зависимости от того, в каком виде преподносится информация, она воспринимается по-разному. На данный момент существует проблема восприятия информации, умения делать выбор между главным и второстепенным;

- активное внедрение цифрового образования может оказать влияние на воспитательную функцию традиционного обучения, что, в свою очередь, может в дальнейшем негативно отразиться и на цифровом обучении;

- даже при наличии ноутбука, веб камеры или телефона снижается живость общения с педагогом и ответная реакция не всегда своевременна, что снижает познавательный интерес и активность учащихся.

Помимо негативных факторов присутствуют недоработки во внедрении цифрового образования: недостаточная оснащённость оборудованием школ, учителей, учеников, отсутствие стабильно работающего интернета. Внедрение новых технологий и разработки ведущих школ и педагогов сейчас во многом опережают технические возможности образовательного учреждения. Особенно печально, что техническая возможность получать цифровое обучение есть далеко не у всех. Может получиться так, что образование будет доступно лишь тем

ученикам и студентам, которым родители смогут купить гаджеты, оплатить интернет своевременно, приобрести онлайн-курсы для получения образования.

«Сегодня не существует теории цифрового обучения, которое учитывала бы исторические, философские, психологические и педагогические аспекты процесса обучения» [1]. Чтобы внедрять цифровое образование, необходимо провести огромную подготовительную работу, учесть психологические, физиологические особенности обучающихся. Грамотно и умеренно применять новейшие технологии, использовать положительные моменты цифрового образования и, по возможности, избегать негативных факторов: при таких условиях к внедрению цифровых технологий окажется готовым большая часть участников образовательного процесса.

Список литературы

1. Ковтуненко Л. В. Актуальные проблемы цифровизации обучения в образовательных организациях ФСИН России / Пенитенциарная наука. 2019. №2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/aktualnye-problemy-tsifrovizatsii-obucheniya-v-obrazovatelnyh-organizatsiyah-fsin-rossii> (дата обращения: 19.06.2020).

БИОЛОГИЧЕСКИЕ НАУКИ

УДК 57

ГЕНЕТИЧЕСКАЯ МОДИФИКАЦИЯ И ЕЕ РОЛЬ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

Мешкова Анна Дмитриевна

студентка 3 курса фармацевтического факультета

ФГБОУ ВО «Курский государственный медицинский университет»,

город Курск

***Аннотация:** в представленной статье изучена роль генетической модификации в современном мире. Проанализированы возможности метода генетической модификации. Рассмотрены стадии создания генетически модифицированных организмов. Описана автоматизация процесса генетической модификации в наше время. Описаны полученные трансгенные растения.*

This article examines the role of genetic modification in the modern world. The possibilities of genetic modification method are analyzed. The stages of creation of genetically modified organisms are considered. Automation of genetic modification process in our time is described. The received transgenic plants are described.

***Ключевые слова:** генетически модифицированные организмы, генетическая модификация.*

***Key words:** genetically modified organisms, genetic modification.*

Генетическая модификация представляет собой изменение генома живого организма с использованием технологии генной инженерии, путем внедрения одного или нескольких генов, которые взяты у одного организма, являющегося донором, другому. После подобного внедрения полученный организм будет являться генетически модифицированным или же трансгенным.

От традиционной селекции данный метод отличается тем, что исходный геном анализируемого организма, будто то растение или животное, при этом практически не затрагивается, а анализируемый организм получает новые свойства, которыми прежде он не обладал. К таким признакам у растений относятся: устойчивость к факторам среды, например, мороз или засуха, болезням, насекомым; улучшение ростовых свойств; устойчивость к пестицидам. С помощью генной модификации является возможным изменение пищевых свойств растений — вкус, запах, калорийность, продление сроков годности. С помощью генной инженерии можно увеличить количество урожая у растений, что важно, основываясь на данных стремительного роста населения земного шара. Для таких целей была разработана генетическая модификация.

Основные этапы создания генетически модифицированных организмов включают в себя следующие: создание изолированного гена; введение полученного гена в вектор для переноса в организм; перенос вектора с геном в модифицируемый организм; преобразование клеток организма; отбор генетически модифицированных организмов и устранение тех, которые не были успешно модифицированы [1, с.32].

Генетическая модификация позволяет изолировать отдельные гены, ответственные за определенные свойства, а затем прививать их совершенно другим организмам. Например, благодаря генетической модификации выведены устойчивые к пестицидам и насекомым-вредителям некоторые сорта сельскохозяйственных культур.

На сегодняшний день метод генетической модификации является автоматизированным. Разработаны аппараты, в памяти которых заложены программы синтеза определенных нуклеотидных последовательностей, что позволяет синтезировать олигонуклеотиды. Одним из этапов создания генетически модифицированных организмов является введение изолированного гена в вектор. Чтобы встроить ген в вектор, зачастую используются ферменты: рестриктазы и лигазы. Рестриктазы позволяют ген и вектор разрезать на кусочки, а лигазы — «склеить»

данные кусочки, соединить в определенные комбинации. Способ введения генов в бактерии был разработан благодаря открытию бактериальной трансформации. Ее основа – примитивный половой процесс, который у бактерий сопровождается обменом незначительными по размеру фрагментами нехромосомной ДНК — плазмидами. Плазмидные технологии лежат в основе введения искусственных генов в бактериальные клетки. В основе популярных методов введения вектора в клетку растений лежит использование бактерии *Agrobacterium tumefaciens*. Генетическая инженерия животных использует трансфекцию вектора с помощью ретровирусов.

Если генетической модификации подвергаются одноклеточные организмы, культуры клеток, то происходит клонирование: отбор организмов и клонов, подверженных модификации. Если задачей является получить многоклеточный организм, то клетки с измененным генотипом используются в целях вегетативного размножения или же эти клетки вводят в бластоцисты суррогатной матери, когда опыт проделывают на животном. В ходе данного процесса рождаются детёныши с изменённым генотипом. Среди них проводят отбор и скрещивание между собой.

На сегодняшний день генетически модифицированные организмы нашли широкое применение в научных исследованиях различного рода: с их помощью проводят исследования закономерностей развития определенных заболеваний, например, болезни Альцгеймера или рака, процессы старения или регенерации [2, с.208]. Проводятся исследования ряда других не менее актуальных задач современной медицины и генетики.

Генетически модифицированные организмы изучаются в медицине с 1982 года: впервые был зарегистрирован в виде лекарственного средства генно-инженерный инсулин человека, который получен с помощью генетически модифицированных бактерий. Сегодня фармацевтическая индустрия создает огромное количество лекарственных препаратов, в основе которых лежат рекомбинантные белки человека, произведенные генетически модифицированными

микроорганизмами, генетически модифицированными клеточными линиями животных. Генетическая модификация при этом заключается в следующем: в клетку интродуцируется ген белка человека. Данная технология помогает выделять белки из генетически модифицированных организмов, что уменьшает риск инфицирования препаратов и повышает чистоту выделенных белков.

Проводятся работы, целью которых является генетически модифицированных растений, которые продуцируют компоненты вакцин и лекарственных средств, используемых для борьбы с опасными инфекциями: чумой и ВИЧ-инфекцией. На современном этапе развития науки стадию клинических испытаний проходит проинсулин, который синтезирован из генетически модифицированного сафлора. Благополучно прошло испытание и рекомендовано к использованию лекарство для лечения тромбозов, изготовленное на основе белка, полученного из молока трансгенных коз.

Использование трансгенных растений в виде «биореакторов» с целью производства ценных фармацевтических соединений – рекомбинантных протеинов – часто привлекает внимание ученых. Японские исследователи получили растения картофеля, табака с встроенным геном человеческого интерферона, применяемого с целью лечения человека с гепатитом С и некоторыми формами рака. Получены и изучены растения табака с человеческим интерлейкином, который является стимулятором иммунитета.

Таким образом, генетическая модификация представляет собой великий прорыв в области науки и медицины. Изучение генетической модификации позволит в будущем предотвратить множество проблем, связанных с пищевой и фармацевтической промышленностью.

Список литературы

1. Генетически модифицированные организмы (ГМО): борьба миров. И.В.Ермакова М.: Белые Альвы, 2010 г. – 48 с.
2. Дюков Е. В., Бачинская Н. Ю., Холин В. А., Коляда А. К., Вайсерман А.

М. Генетические и эпигенетические детерминанты болезни Альцгеймера. Е. В. Дюков М.: Успехи геронтологии, 2015 г. – С. 306.

«Фундаментальные основы науки»
XX Международная научно-практическая конференция
Научное издание

Издательство ООО «НИЦ ЭСП» в ЮФО
(Подразделение НИЦ «Иннова»)
353440, Россия, Краснодарский край, г.-к. Анапа,
ул. Крымская, 216, оф. 32/2
Тел.: 8-800-201-62-45; 8 (861) 333-44-82
Подписано к использованию 20.06.2020 г.
Объем 515 Кбайт. Электрон. текстовые данные

ISSN 978-5-95283-340-1



9 785952 833401 >