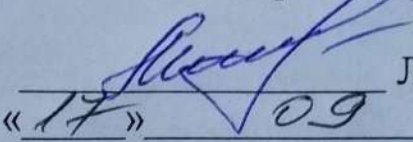


**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
СУМСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Кафедра маркетингу та логістики**

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач кафедри
маркетингу та логістики


Лишенко М.О.
«17» 09 2020р.

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

ВНД 2.2. Ділова англійська мова

Спеціальність: 075 «Маркетинг»

Освітня програма: 075 «Маркетинг»

Факультет: Економіки і менеджменту

2020-2021 навчальний рік

Розробник: к.е.н., доцент кафедри маркетингу та логістики

Макарова В.В. В. Макарова

Робочу програму схвалено на засіданні кафедри маркетингу та логістики
Протокол № 2 від 1.09 2020р.

Завідувач кафедри маркетингу та логістики
М.О. Лишенко (М.О. Лишенко)

ПОГОДЖЕНО:

Гарант освітньо-професійної програми
(керівник проектної групи) Ю.І. Данько (Ю.І. Данько)

Декан факультету Н.І. Строченко (Н.І. Строченко)

на якому викладається дисципліна

Декан факультету Н.І. Строченко (Н.І. Строченко)

до якого належить кафедра

Методист відділу якості освіти, ліцензування та акредитації ()

Зареєстровано в електронній базі: 17 09 2020р.

дата

1. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Галузь знань, напрям підготовки, освітньо-кваліфікаційний рівень	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	заочна форма навчання
Кількість кредитів - 4	Галузь знань 07 «Управління та адміністрування»	<i>Вибіркова</i>	<i>Вибіркова</i>
Модулів – 2	Спеціальність: 075 «Маркетинг»	Рік підготовки:	Рік підготовки:
Змістових модулів: 4		2020 – 2021-	2020 – 2021
		Курс	Курс
		1	1
		Семестр	Семестр
Загальна кількість годин – 120		2	1
		Лекції	Лекції
		-	-
	Освітній ступень: <i>магістр</i>	Практичні	Практичні
		30	14
		Самостійна робота	Самостійна робота
		90	
		Вид контролю	Вид контролю
		Залік	залік
Тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних - 4 самостійної роботи студента - 2			

Примітка:

Співвідношення кількості годин аудиторних занять до самостійної та індивідуальної роботи становить (%):

для денної форми навчання: 25,0/75,0 (30/90)

для заочної форми навчання: 11,7/88,3 (14/106)

2. Мета та завдання навчальної дисципліни

2.1 Мета вивчення навчальної дисципліни: формування у студентів необхідної комунікативної спроможності у сферах ділового спілкування під час здійснення маркетингової діяльності в усній і письмовій формах, а також вдосконалення вже набутих на попередньому етапі навчання загальних комунікативних компетенцій.

2.2 Завдання навчальної дисципліни: набуття навичок володіння усним монологічним і діалогічним мовленням в межах тематики ділової англійської мови; опрацювання новітньої автентичної інформації; складання англійською мовою електронних листів, звітів, статей, есе, реклам, оглядів на веб-сайти та службових документів.

Вивчення навчальної дисципліни «Ділова іноземна мова» передбачає формування у студентів компетентностей (*витікають із освітньо-професійної програми*):

№	Вид програмних компетентностей	Програмна компетентність	Шифр
1	Загальні	Здатність спілкуватися державною та іноземною мовами як усно, так і письмово для удосконалення діяльності підприємства.	ЗК10
2		Здатність до навчання та готовність підвищувати рівень своїх знань і професійної компетенції.	ЗК2.
1	Фахові (спеціальні)	Здатність здійснювати маркетингову діяльність в міжнародному контексті.	ФК9.
2		Використовувати методи міжособистісної комунікації при вирішенні колективних задач, веденні переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу.	ФК3.

2.3 Програмні результати навчання

У результаті вивчення навчальної дисципліни «Ділова іноземна мова» студент повинен бути здатним продемонструвати такі результати навчання (*витікають із освітньо-професійної програми*):

№	Програмні результати навчання	Шифр
1	Вільне володіння іноземною мовою для покращення комунікаційного менеджменту на підприємстві.	ПРН 3.
2	Здійснювати спілкування державною та іноземною мовою для налагодження міжнародних зв'язків.	ПРН 4.

3. Програма навчальної дисципліни

(програма знаходиться на апробації Протокол кафедри маркетингу та логістики №15 від «23» червня 2020р.)

Модуль 1. Сутність маркетингової діяльності

Змістовий модуль 1.

Тема 1. Основи маркетингової діяльності. Основні дефініції маркетингу. Розширення маркетингового словника. Текст “Marketing mix” (читання, переклад, обговорення).

Тема 2. Маркетингові дослідження. Активізація лексики. Текст “Marketing research” (читання, переклад, обговорення).

Граматична тема. Іменник. Прикметник. Множина іменників. Ступені порівняння прикметників. Тренувальні вправи.

Змістовий модуль 2.

Тема 3. Сегментування, таргетування та позиціонування. Активізація лексики. Текст 1 “Market segmentation” (читання, переклад, обговорення). Текст 2 “ Marketing targeting” (читання, переклад, обговорення). Текст 3 “ Differentiation and positioning” (читання, переклад, обговорення).

Тема 4. Стратегії підприємства. Активізація лексики. Текст 1 “ Developing marketing strategies and plans” (читання, переклад, обговорення). Текст 2 “ Developing and managing strategies” (читання, переклад, обговорення).

Граматична тема. Модальні дієслова та їх еквіваленти. Характеристика модальних дієслів. Модальні дієслова can, may, must, should, ought to, to be to та їх еквіваленти. Тренувальні вправи.

Тема 5. Ціна та особливості маркетингового ціноутворення. Активізація лексики. Текст 1 “ Major pricing strategies” (читання, переклад, обговорення). Текст 2 “ New product pricing” (читання, переклад, обговорення).

Тема 6. Маркетингові канали розподілу. Активізація лексики. Текст 1 “Distribution channels: the value delivery network” (читання, переклад, обговорення). Текст 2 “ Organization and management channels” (читання, переклад, обговорення).

Граматична тема. Утворення часових форм в активному стані (неозначені, тривалі, dokonані та dokonано-тривалі часи). Особливості їх вживання. Порядок слів у стверджувальних та питальних реченнях. Тренувальні вправи.

Тема 7. Логістика. Транспортування та складування в ланцюзі поставок. Опрацювання лексики по темі. Текст 1 “WHAT IS LOGISTICS? Definition, main features and properties ” (читання, переклад, обговорення). Монолог. Текст 2 “Transport in the supply chain ” (читання, переказ). Текст 3 “ The role of warehouses in logistics and a brief description” (читання, переказ).

Граматична тема. Особливості вживання пасивного стану. Пасивний стан з двома об'єктами. Пасивний стан з прислівниками. Тренувальні вправи.

Модуль 2. Ділова комунікація

Змістовий модуль 3.

Тема 8. Маркетинг відносин. Активізація лексики. Текст 1 “Relationship marketing: The six markets framework” (читання, переклад, обговорення). Текст 2 “The Art of Negotiating in the business world” (читання, переклад, обговорення, переказ). Золоті правила успішних переговорів. Діалоги. Рольова гра. Складання плану ділового листа.

Граматична тема. Пасивний стан дієслова. Утворення пасивного стану. Особливості вживання пасивного стану. Тренувальні вправи.

Тема 9. Ділова розмова по телефону. Залишення повідомлення. Опрацювання лексики. Текст “Business Telephoning” (читання, переклад, обговорення). Діалог. Написання листа-замовлення (бронювання номеру в готелі).

Тема 10. Ділові зустрічі. Активізація мовленнєвих знань. Текст “Meetings in English” (читання, переклад, обговорення). Рольова гра. Монолог. Форматування електронного ділового листа.

Граматична тема. Узгодження часових форм. Пряма та непряма мова. Правила узгодження часових форм (стверджувальні речення). Тренувальні вправи.

Тема 11. Ділові презентації. Інфінітив. Опрацювання лексики. Текст “Business Presentations” (читання, переклад, обговорення). Підготовка презентації. Монолог. Поняття про інфінітив. Вживання інфінітиву. Тренувальні вправи. Написання ділового листа.

Тема 12. Як знайти роботу? Співбесіда під час прийому на роботу. Опрацювання лексики. Текст 1 “Recruiting the stuff. Finding the Right People” (читання, переклад, обговорення). Текст 2 “Job interview” (читання, переклад, обговорення). Монолог. Діалог. Написання резюме CV.

Граматична тема. Пряма та непряма мова. Правила перетворення з прямої мови в непряму питань (загальних і спеціальних) та наказів. Тренувальні вправи.

Змістовий модуль 4.

Тема 13. Маркетингові комунікації. Опрацювання лексики. Текст 1 “Fundamentals of marketing communications” (читання, переклад, обговорення). Текст 2 “Consumer behavior and marketing communications” (читання, переклад, обговорення). Тренувальні вправи.

Граматична тема. Конструкції з інфінітивом. Форми інфінітиву. Об'єктний інфінітивний комплекс. Суб'єктний інфінітивний комплекс. Прийменниковий інфінітивний комплекс. Тренувальні вправи.

Тема 14. Реклама і просування товарів. Опрацювання лексики. Текст 1 “Advertising technics” (читання, переклад, обговорення). Текст 2 “Organization and management of Advertising Agencies and Advertising Departments ” (читання, переклад, обговорення). Монолог. Написання рекламного оголошення.

Граматична тема. Герундій. Форми герундія. Герундій як не особова форма дієслова. Форми герундія. Вживання герундія. Тренувальні вправи.

Тема 15. Інтернет-маркетинг. Опрацювання лексики. Текст 1 “The value theory of content marketing: it’s priceless!” (читання, переклад, обговорення). Текст 2 “The Dos and Don’ts of dealing with bloggers” (читання, переклад, обговорення). Огляд веб-аналітики сайту Amazon.com.

Текст 3 “Developing a Mobile App vs. Mobile Website” (читання, переклад, обговорення).

4. Структура навчальної дисципліни (денна форма навчання)

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин				
	Денна форма				
	Усього	у тому числі			
		Л	П	Інд.	С.р.
Модуль 1. Сутність маркетингової діяльності					
Змістовий модуль 1.					
Тема 1. Основи маркетингової діяльності.	8		2		6
Тема 2. Маркетингові дослідження. Граматична тема. Іменник. Прикметник.	8		2		6
Разом за змістовим модулем 1	16	-	4	-	12
Змістовий модуль 2.					
Тема 3. Сегментування, таргетування та позиціонування.	8		2		6
Тема 4. Стратегії підприємства. Граматична тема. Модальні дієслова та їх еквіваленти.	8		2		6
Тема 5. Ціна та особливості маркетингового ціноутворення.	14		2		12
Тема 6. Маркетингові канали розподілу. Граматична тема. Утворення часових форм в активному стані	8		2		6
Тема 7. Логістика. Транспортування та складування в ланцюзі поставок. Граматична тема. Особливості вживання пасивного стану.	14		2		12
Разом за змістовим модулем 2	52	-	10	-	42
Модуль 2. Ділова комунікація					
Змістовий модуль 3.					
Тема 8. Маркетинг відносин. Граматична тема. Пасивний стан дієслова.	8		2		6

Тема 9. Ділова розмова по телефону.	2		2		-
Тема 10. Ділові зустрічі. Граматична тема. Узгодження часових форм. Пряма та непряма мова.	2		2		-
Тема 11. Ділові презентації. Інфінітив.	2		2		-
Тема 12. Як знайти роботу? Граматична тема. Пряма та непряма мова.	8		2		6
Разом за змістовим модулем 3	22	-	10		12
Змістовий модуль 4.					
Тема 13. Маркетингові комунікації. Граматична тема. Конструкції з інфінітивом. Форми інфінітиву.	8		2		6
Тема 14. Реклама і просування товарів. Граматична тема. Герундій. Форми герундія.	14		2		12
Тема 15. Інтернет-маркетинг.	8		2		6
Разом за змістовим модулем 4	30		6		24
Усього годин:	120	-	30	-	90

(заочна форма навчання)

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин				
	Денна форма				
	Усього	у тому числі			
Л		П	Інд.	С.р.	
Модуль 1. Сутність маркетингової діяльності					
Змістовий модуль 1.					
Тема 1. Основи маркетингової діяльності.	8		2		6
Тема 2. Маркетингові дослідження. Граматична тема. Іменник. Прикметник.	8		2		6
Разом за змістовим модулем 1	16	-	4	-	12
Змістовий модуль 2.					
Тема 3. Сегментування, таргетування та позиціонування.	8		2		6
Тема 4. Стратегії підприємства. Граматична тема. Модальні дієслова та їх еквіваленти.	8		2		6
Тема 5. Ціна та особливості маркетингового ціноутворення.	12				12
Тема 6. Маркетингові канали розподілу. Граматична тема. Утворення часових форм в активному стані	10				10
Тема 7. Логістика. Транспортування та складування в ланцюзі поставок. Граматична тема. Особливості вживання пасивного стану.	12				12
Разом за змістовим модулем 2	50	-	4	-	46
Модуль 2. Ділова комунікація					

Змістовий модуль 3.					
Тема 8. Маркетинг відносин. Граматична тема. Пасивний стан дієслова.	12		2		10
Тема 12. Як знайти роботу? Граматична тема. Пряма та непряма мова.	8		2		6
Разом за змістовим модулем 3	20	-	4		16
Змістовий модуль 4.					
Тема 13. Маркетингові комунікації. Граматична тема. Конструкції з інфінітивом. Форми інфінітиву.	10				10
Тема 14. Реклама і просування товарів. Граматична тема. Герундій. Форми герундія.	12				12
Тема 15. Інтернет-маркетинг.	12		2		10
Разом за змістовим модулем 4	34		2		32
Усього годин:	120	-	14	-	106

5.Теми практичних занять

(денна форма навчання)

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Тема 1. Основи маркетингової діяльності.	2
2	Тема 2. Маркетингові дослідження. Граматична тема. Іменник. Прикметник.	2
3	Тема 3. Сегментування, таргетування та позиціонування.	2
4	Тема 4. Стратегії підприємства. Граматична тема. Модальні дієслова та їх еквіваленти.	2
5	Тема 5. Ціна та особливості маркетингового ціноутворення.	2
6	Тема 6. Маркетингові канали розподілу. Граматична тема. Утворення часових форм в активному стані	2
7	Тема 7. Логістика. Транспортування та складування в ланцюзі поставок. Граматична тема. Особливості вживання пасивного стану.	2
8	Тема 8. Маркетинг відносин. Граматична тема. Пасивний стан дієслова.	2
9	Тема 9. Ділова розмова по телефону.	2
10	Тема 10. Ділові зустрічі. Граматична тема. Узгодження часових форм. Пряма та непряма мова.	2
11	Тема 11. Ділові презентації. Інфінітив.	2
12	Тема 12. Як знайти роботу? Граматична тема. Пряма та непряма мова.	2
13	Тема 13. Маркетингові комунікації. Граматична тема. Конструкції з інфінітивом. Форми інфінітиву.	2
14	Тема 14. Реклама і просування товарів. Граматична тема. Герундій. Форми герундія.	2
15	Тема 15. Інтернет-маркетинг.	2
	Разом	30

(заочна форма навчання)

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Тема 1. Основи маркетингової діяльності.	2
2	Тема 2. Маркетингові дослідження. Граматична тема. Іменник. Прикметник.	2
3	Тема 3. Сегментування, таргетування та позиціонування.	2
4	Тема 4. Стратегії підприємства. Граматична тема. Модальні дієслова та їх еквіваленти.	2
5	Тема 8. Маркетинг відносин. Граматична тема. Пасивний стан дієслова.	2
6	Тема 12. Як знайти роботу? Граматична тема. Пряма та непряма мова.	2
7	Тема 15. Інтернет-маркетинг.	2
	Разом	14

6.Самостійна робота**(денна форма навчання)**

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Тема 1. Основи маркетингової діяльності. Опрацювання тексту: Customer needs, wants and demands.	6
2	Тема 2. Маркетингові дослідження. Опрацювання тексту: Sustainable marketing: the call for more environmental and social responsibility	6
3	Тема 3. Сегментування, таргетування та позиціонування. Опрацювання тексту: Segmentation international markets	6
4	Тема 4. Стратегії підприємства. Опрацювання тексту: Designing a Customer-driven strategy	6
5	Тема 5. Ціна та особливості маркетингового ціноутворення. Опрацювання тексту: Competition-based pricing Опрацювання тексту: Pricing, break-even and margin analysis	12
6	Тема 6. Маркетингові канали розподілу. Опрацювання тексту: Marketing intermediaries	6
7	Тема 7. Логістика. Транспортування та складування в ланцюзі поставок. Опрацювання тексту: The nature and importance of logistics management in the marketing system Опрацювання тексту: Warehouse and distribution centers	12
8	Тема 8. Маркетинг відносин. Опрацювання тексту: Customer Relationship levels and tools	6
9	Тема 12. Як знайти роботу? Опрацювання тексту: People as brands	6
10	Тема 13. Маркетингові комунікації. Опрацювання тексту: Integrated marketing communications	6
11	Тема 14. Реклама і просування товарів. Опрацювання тексту: Promotion mix strategies Опрацювання тексту: Setting the advertising budget	12
12	Тема 15. Інтернет-маркетинг.	6

	Опрацювання тексту: The digital age: online, mobile and social media marketing Опрацювання тексту: Digital marketing strategies	
	Разом	90

(заочна форма навчання)

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Тема 1. Основи маркетингової діяльності. Опрацювання тексту: Customer needs, wants and demands.	6
2	Тема 2. Маркетингові дослідження. Опрацювання тексту: Sustainable marketing: the call for more environmental and social responsibility	6
3	Тема 3. Сегментування, таргетування та позиціонування. Опрацювання тексту: Segmentation international markets	6
4	Тема 4. Стратегії підприємства. Опрацювання тексту: Designing a Customer-driven strategy	6
5	Тема 5. Ціна та особливості маркетингового ціноутворення. Опрацювання тексту: Competition-based pricing Опрацювання тексту: Pricing, break-even and margin analysis	12
6	Тема 6. Маркетингові канали розподілу. Опрацювання тексту: Marketing intermediaries	10
7	Тема 7. Логістика. Транспортування та складування в ланцюзі поставок. Опрацювання тексту: The nature and importance of logistics management in the marketing system Опрацювання тексту: Warehouse and distribution centers	12
8	Тема 8. Маркетинг відносин. Опрацювання тексту: Customer Relationship levels and tools	10
9	Тема 12. Як знайти роботу? Опрацювання тексту: People as brands	6
10	Тема 13. Маркетингові комунікації. Опрацювання тексту: Integrated marketing communications	10
11	Тема 14. Реклама і просування товарів. Опрацювання тексту: Promotion mix strategies Опрацювання тексту: Setting the advertising budget	12
12	Тема 15. Інтернет-маркетинг. Опрацювання тексту: The digital age: online, mobile and social media marketing Опрацювання тексту: Digital marketing strategies	10
	Разом	106

7. Методи навчання

1.1 *Словесні*: розповідь, пояснення.

1.2 *Наочні*: демонстрація, ілюстрація, спостереження.

1.3 *Практичні*: практична робота, вправа, виробничо-практичні методи.

2 Методи навчання за характером логіки пізнання:

2.1 *Аналітичний* (суть: розклад цілого на частини з метою вивчення їх суттєвих ознак).

2.2 *Синтез* (суть: з'єднання виділених аналізом елементів чи властивостей предмета, явища в одне ціле).

2.3 *Індуктивний* (суть: вивчення предметів чи явищ від одиничного до загального).

2.4 *Дедуктивний* (суть: вивчення предметів чи явищ від загального до одиничного).

3 Методи навчання за характером та рівнем самостійної розумової діяльності студентів:

3.1 *Проблемний* (програмно-інформаційний)

3.2 *Репродуктивний* (суть: можливість застосування вивченого практиці)

3.3 *Пояснювально-демонстративний*

4 Активні методи навчання

Використання технічних засобів навчання, імітаційні методи навчання (побудовані на імітації майбутньої професійної діяльності), використання навчальних та контролюючих тестів, системи дистанційного навчання Moodle.

5. Інтерактивні технології навчання: KaHoot, «flipped classroom».

8. Методи контролю

1. Рейтинговий контроль за 100-бальною шкалою оцінювання ЄКТС

2. Проведення проміжного контролю протягом семестру (проміжна атестація)

3. Полікритеріальна оцінка поточної роботи студентів:

- рівень знань, продемонстрований на практичних, лабораторних та семінарських

заняттях;

- активність під час обговорення питань, що винесені на заняття;

- виконання аналітично-розрахункових завдань;

- результати тестування;

- письмові завдання при проведенні контрольних робіт;

- виробничі ситуації, кейси тощо

9. Методи контролю

1. Рейтинговий контроль за 100-бальною шкалою оцінювання ЄКТС

2. Проведення проміжного контролю протягом семестру (проміжна атестація)

3. Полікритеріальна оцінка поточної роботи студентів:

- рівень знань, продемонстрований на практичних та семінарських заняттях;

- активність під час обговорення питань, що винесені на заняття, під час проведення дебатів;

- експрес-контроль під час аудиторних занять;
- виконання аналітично-розрахункових завдань;
- результати тестування;
- письмові завдання при проведенні контрольних робіт.

10. Розподіл балів, які отримують студенти форма контролю - залік

Поточне тестування та самостійна робота													СРС	Разом за модулі та СРС	Атестація	Сума
Модуль 1-35						Модуль 2-35										
Змістовий модуль 1					Змістовий модуль 2		Змістовий модуль 3									
T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9	T10	T11	T12	T13				
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	8	7	15	85 (70+15)	15	100

Шкала оцінювання: національна та ECTS

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою
		для заліку
90 – 100	A	зараховано
82-89	B	
74-81	C	
64-73	D	
60-63	E	
35-59	FX	незараховано з можливістю повторного складання
0-34	F	незараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

11. Методичне забезпечення

1. Електронний курс «Ділова іноземна мова» на базі платформи Moodle.
<https://cdn.snau.edu.ua/moodle/course/view.php?id=4149>

12. Рекомендована література

Базова

1. Сухова А.В. Ділова англійська мова: навчально-методичний посібник для студентів спеціальності «Переклад» і студентів економічних спеціальностей / А.В. Сухова – Харків : НТУ «ХП», 2016. 76 с.
2. Буданов С. І., Борисова А. О. Business English. Ділова англійська мова. 2-ге вид. Харків: ТОРСІНГ ПЛЮС, 2006. 128с. <http://english-ed.com/business-english-by-буданов-с-і-борисова-а-о/>

3. Биконя О.П. Ділова англійська мова : навчальний посібник Видавництво: Вінниця: Нова книга, 2010, 312 с.
4. Кошіль Н., Рибіна Н., СобчукЛ. Business English: навчальний посібник. Тернопіль: Видавництво ТНЕУ «Економічна думка», 2010. 250 с.
5. Матієнко О.С. Business English Essentials: навчально-методичний посібник з ділової англійської мови для слухачів магістратури.Вінниця, 2019.

Допоміжна

1. Francesca James, Hannan Durham. Fifty Shades of Digital Marketing, 114 p. <https://www.7boats.com/academy/wp-content/uploads/2016/10/50-shades-of-digital-marketing.pdf>
2. Damian Ryan, Calvin Jones. Marketing Strategies For Engaging the Digital Generation. 289p. <http://www.gbv.de/dms/zbw/865712123.pdf>
3. Rob Stokes. eMarketing. The Essential Guide to Marketing in a digital world. 305p. https://www.redandyellow.co.za/content/uploads/woocommerce_uploads/2017/10/emarketing_textbook_download.pdf
4. Gary Armstrong & Philip T. Kotler & Valerie Trifts & Lilly Anne Buchwitz. Marketing: An Introduction <https://www.pdfdrive.com/marketing-an-introduction-d188445979.html>

13. Інформаційні ресурси

1. <https://staenz.com/free-digital-marketing-pdf-books-download/>
2. <https://www.pdfdrive.com>