

КНИЖНЫЕ НОВИНКИ New books

Books on history, marketing, philosophy, and pedagogy edited recently by leading publishing houses of Moscow and St. Petersburg.

Горский А. А. Политическое развитие Средневековой Руси : монография / А. А. Горский. — Москва : Наука, 2023. — 245 с. — ISBN 978-5-02-040960-6.

В книге освещены ключевые проблемы политической истории Руси до XVI в. В первой части рассматриваются этапы политического развития в домонгольский период. Изучаются вопросы о стадии развития восточнославянского общества накануне образования государства Русь, о так называемом иноземном воздействии на формирование древнерусской государственности, о территориальной структуре Руси, о времени наступления политической раздробленности. Вторая часть посвящена княжеской власти: исследуются принципы ее наследования и княжеская титулатура. В третьей части автор уделяет внимание политическим переменам, происшедшим в эпоху ордынского владычества в Восточной Европе. Рассматриваются такие проблемы, как территориально-политические изменения на Руси, вопрос о политической преемственности между Киевом, Владимиром и Москвой, а также факторы, приведшие московских князей к верховной власти. Издание будет полезно историкам и всем интересующимся историей России.

Джохадзе И. Д. Современный американский прагматизм : монография / И. Д. Джохадзе. — Москва : Канон+ : РООИ «Реабилитация», 2023. — 464 с. — ISBN 978-5-88373-785-4.

В издании рассматриваются идеи трех ведущих представителей современного американского прагматизма — Ричарда Рорти, Хилари Патнэма и Роберта Брэндома. Раскрыта генетическая связь этноцентризма Рорти, прагматического реализма Патнэма и инференциализма Брэндома с классическим прагматизмом, а также с аналитической

философской традицией XX в. Введены в оборот источники, ранее не попадавшие в поле зрения отечественных исследователей, в том числе сочинения Рорти и Патнэма 2000—2010-х гг. Предложен критический анализ ряда аргументов, выдвинутых Брэндомом в обоснование его ревизионистской интерпретации труда Гегеля «Феноменология духа». Книга предназначена для историков философии, преподавателей вузов, студентов и всех интересующихся западной философской мыслью.

Обучение иностранному языку в образовательной организации : Теоретико-методологические основы : монография / А. А. Агаркова, Т. В. Астафьева, М. А. Арская [и др.] ; под общ. ред. научного совета МИПИ им. Ломоносова. — Санкт-Петербург : Общество с ограниченной ответственностью «Международный институт перспективных исследований имени Ломоносова», 2023. — 104 с. — ISBN 978-5-907676-41-1. — <https://doi.org/10.58351/M230321.2023.37.87.001>. — EDN: XEAKMT.

В коллективной монографии исследуются современные тенденции и проблемы обучения иностранным языкам в образовательных организациях. Уделяется внимание актуальным на сегодня педагогическим подходам, принципам обучения, современным методам преподавания в этой сфере. Интерес для читателя представляют разделы с примерами практической реализации представленных теоретических положений. Издание адресовано преподавателям и учителям иностранных языков вузов, колледжей и школ, специалистам в области лингводидактики, студентам и аспирантам, обучающимся по направлению «Методика преподавания иностранных языков».

Управление клиентоориентированной компанией : Основные теоретические и методологические подходы к исследованию : монография / под науч. ред. В. А. Ребязиной, М. М. Смирновой. — Москва : Изд. дом ВШЭ, 2023. — 280 с. — ISBN 978-5-7598-2558-6 (print), 978-5-7598-2836-5 (online). — <https://doi.org/10.17323/978-5-7598-2558-6>

В фокусе внимания авторов — одна из основных концепций современного маркетинга: клиентоориентированность, которая стала активно развиваться в 1990-е гг. Несмотря на довольно долгий период теоретического изучения клиентоориентированности, ее единое определение по-прежнему не выработано. В коллек-

тивной монографии систематизируются теоретические и методологические подходы к определению клиентоориентированности компании, описан многоуровневый подход к пониманию клиентоориентированности и многомерный подход к ее оценке и управлению ею. Отдельные главы посвящены исследованию клиентоориентированности на российском рынке: на примере различных отраслей рассматриваются практики внедрения концепции ориентации на клиента в российских компаниях, выявлены характерные для России особенности клиентоориентированности. Книга предназначена действующим и будущим специалистам по маркетингу.