

К читателям.

Маркетинговая лингвистика — итоги и перспективы

Что дает маркетинговая лингвистика маркетингу и лингвистике?

(вместо предисловия) (Борисова Е.Г.)

РАЗДЕЛ I. ТЕКСТ В СОВРЕМЕННЫХ МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЯХ

Глава 1. Описание жанровой структуры SMM (Антонова Л.Г., Жданова Т.А.)

Глава 2. Сайт маркетинговой направленности как коммуникативный канал: Интернет-магазин «Лабиринт» (Л.Г. Викулова, Макарова И.В.) .

Глава 3. Маркетинговая коммуникация в научно-популярном дискурсе: продвижение Французской энциклопедии XVIII века на книжном рынке (Герасимова С.А.)

РАЗДЕЛ II. РЕЧЕВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЯХ

Глава 1. Коммуникативно-стилевая мимикрия как важный прием создания «продвигающего» текста (Ухова Л.В., Аниськина Н.В.)

Глава 2. Рекламный текст с позиций адресата (Борисова Е.Г.)

РАЗДЕЛ III. СМЕЖНЫЕ СФЕРЫ: МАРКЕТИНГОВАЯ СЕМИОТИКА, РИТОРИКА, КОММУНИКАТИВИСТИКА

Глава 1. Роль пропаганды в маркетинговой коммуникации (Желтухина М.Р.)

Глава 2. От лингвистики рекламного сообщения к семиотике маркетинговой коммуникации: дистанция неясного размера (Паршин П.Б.)

РАЗДЕЛ IV. МАРКЕТИНГОВАЯ КОММУНИКАЦИЯ В ИНСТИТУЦИОНАЛЬНОМ ДИСКУРСЕ

Глава 1. Маркетинговая коммуникация: основные характеристики (Гусейнова И. А.)

Глава 2. Маркетинговая коммуникация и бизнес-контакты: имиджевый, деловой и электронный дискурс (Нечаева В. А.)

Глава 3. Маркетинговая коммуникации в презентационном дискурсе (Букеева М.Е.)

Глава 4. Маркетинговая коммуникация в спортивном дискурсе единоборств (Табакова В.С.)

Заключение

Глоссарий

Сведения об авторах

Summary