

ОГЛАВЛЕНИЕ

К читателям. Маркетинговая лингвистика — итоги и перспективы	3
Что дает маркетинговая лингвистика маркетингу и лингвистике? (вместо предисловия) (Борисова Е.Г.).....	4
РАЗДЕЛ I. ТЕКСТ В СОВРЕМЕННЫХ МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЯХ	11
Глава 1. Описание жанровой структуры SMM (Антонова Л.Г., Жданова Т.А.)	11
Глава 2. Сайт маркетинговой направленности как коммуникативный канал: Интернет-магазин «Лабиринт» (Л.Г. Викулова, Макарова И.В.)	19
Глава 3. Маркетинговая коммуникация в научно-популярном дискурсе: продвижение Французской энциклопедии XVIII века на книжном рынке (Герасимова С.А.)	32
РАЗДЕЛ II. РЕЧЕВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЯХ	48
Глава 1. Коммуникативно-стилевая мимикрия как важный прием создания «продвигающего» текста (Ухова Л.В., Аниськина Н.В.)	48
Глава 2. Рекламный текст с позиций адресата (Борисова Е.Г.)	57
РАЗДЕЛ III. СМЕЖНЫЕ СФЕРЫ: МАРКЕТИНГОВАЯ СЕМИОТИКА, РИТОРИКА, КОММУНИКАТИВИСТИКА	66
Глава 1. Роль пропаганды в маркетинговой коммуникации (Желтухина М.Р.)	66
Глава 2. От лингвистики рекламного сообщения к семиотике маркетинговой коммуникации: дистанция неясного размера (Паршин П.Б.)	72
РАЗДЕЛ IV. МАРКЕТИНГОВАЯ КОММУНИКАЦИЯ В ИНСТИТУЦИОНАЛЬНОМ ДИСКУРСЕ	97
Глава 1. Маркетинговая коммуникация: основные характеристики (Гусейнова И.А.).....	97

Глава 2. Маркетинговая коммуникация и бизнес-контакты: имиджевый, деловой и электронный дискурс (Нечаева В.А.).....	100
Глава 3. Маркетинговая коммуникации в презентационном дискурсе (Букеева М.Е.)	119
Глава 4. Маркетинговая коммуникация в спортивном дискурсе единоборств (Табакова В.С.)	140
Заключение.....	149
Глоссарий.....	150
Сведения об авторах.....	157
Summary	160