

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/kursovaya-rabota/322431>

Тип работы: Курсовая работа

Предмет: Лингвистика текста

ВВЕДЕНИЕ 3

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИЗУЧЕНИЯ ЛИНГВОКУЛЬТУРНЫХ ОСОБЕННОСТЕЙ РЕКЛАМНОГО И КОСМЕТОЛОГИЧЕСКОГО ДИСКУРСОВ 5

1.1. Сравнительный анализ понятий «дискурс» и «рекламный дискурс» и их представленность в русской и английской культурах 5

1.2. Специфические особенности косметологического дискурса и его лингвокультурных особенностей в русской и английской культурах 10

Выводы по первой главе 15

ГЛАВА 2. ЛИНГВОКУЛЬТУРНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ПРОДВИЖЕНИЯ КОСМЕТИЧЕСКОГО БРЕНДА «AVON PRODUCTS» НА РОССИЙСКОМ И АНГЛИЙСКОМ РЫНКАХ 17

2.1. Общая характеристика бренда «Avon products» 17

2.2. Анализ лингвокультурных особенностей продвижения бренда «Avon products» в России 20

2.3. Лингвокультурные особенности продвижения бренда «Avon products» в Великобритании 23

Выводы по второй главе 25

ЗАКЛЮЧЕНИЕ 27

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ 31

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность проблемы исследования, которая рассматривается в данной курсовой работе, связана с тем, что современные рекламные кампании зачастую оказываются неэффективными, поскольку их лингвокультурная составляющая не соответствует требованиям времени и культурным особенностям территории, на которой проживает целевая аудитория продукта, который рекламируется.

Особенно это касается рекламы зарубежных компаний, которая часто просто переводится на другой язык без учета специфики потребностей и интересов целевой аудитории той зарубежной страны, где рекламный продукт продвигается.

Цель исследования – провести анализ культурных особенностей косметологического дискурса на примерах русской и английской культур.

Объект исследования – культурные особенности косметологического дискурса.

Предмет исследования – представленность культурных особенностей косметологического дискурса в русской и английской культурах.

Для достижения поставленной цели необходимо было решить ряд теоретических и практических задач исследования:

1. Провести сравнительный анализ понятий «дискурс» и «рекламный дискурс».
2. Определить специфические особенности косметологического дискурса и его лингвокультурных особенностей в русской и английской культурах.
3. Дать общую характеристику бренда «Avon products».
4. Проанализировать лингвокультурные особенности продвижения бренда «Avon products» в России.
5. Провести исследование лингвокультурных особенностей продвижения бренда «Avon products» в Великобритании.

Материал исследования: рекламные кампании бренда «Avon products» в России и Великобритании.

Методы исследования: анализ научной литературы, описательный, хронологический, обобщение, классификация, сравнительный, моделирование, контент-анализ.

Теоретическая значимость исследования связана с проведением анализа научной литературы, посвященной теоретическим аспектам изучения лингвокультурных особенностей рекламного и косметологического дискурсов. Собранный теоретический материал может быть полезен для продолжения научных исследований в данной области

Практическая значимость исследования обусловлена проведением сравнительного анализа

лингвокультурных особенности продвижения бренда «Avon products» в России и Великобритании. Структура исследования. Курсовая работа состоит из введения, двух глав, заключения и списка литературы.

1. Александровская, П.И., Журова, Е.Н., Чухнина, А.В. Особенности рекламного дискурса в современном мире / П.И. Александровская, Е.Н. Журова, А.В. Чухнина // Сборник статей Кубанского государственного университета. Вып. 4. Маркетинг и реклама. – Краснодар: Издательство Кубанского государственного университета, 2022. – С. 70–80.
2. Арутюнова, Н.Д. Дискурс / Н.Д. Арутюнова // Лингвистический энциклопедический словарь. – М.: Советская энциклопедия, 1990. – 688 с.
3. Вавилова, Е.Н. Косметологический дискурс: постановка проблемы / Е.Н. Вавилова // Вестник Томского государственного педагогического университета. – 2015. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kosmetologicheskii-diskurs-postanovka-problemy> (дата обращения: 10.02.2023).
4. Дейк, Т.А. ван. Язык. Познание. Коммуникация / Т.А. ван Дейк. – М.: Наука, 1989. – 520 с.
5. Кафтанджиев, Х. Гармония в рекламной коммуникации / Х. Кафтанджиев. – М.: Сфера, 2005. – 390 с.
6. Колышкина, Т.Б. Модель анализа дискурса и рекламного дискурса / Т.Б. Колышкина // Вестник Волжского государственного университета. Серия «Филология. Журналистика». – 2010. – № 1. – С. 34–36.
7. Макаров, М.Л. Основы теории дискурса / М.Л. Макаров. – М.: Гнозис, 2003. – 170 с.
8. Матяш, О.И. Что такое коммуникация и нужно ли нам коммуникативное образование / О.И. Матяш // Сибирь. Философия. Образование: Альманах. Вып. 6. – Новокузнецк : Институт повышения квалификации, 2002. – С. 36–47.
9. Минеев, Ю.П. Некоторые лингвокультурные особенности косметологического дискурса / Ю.П. Минеев // Pandia. – 2020. – URL: <https://pandia.ru/text/79/286/3277.php> (дата обращения: 10.02.2023).
10. Орлов, Г.А. Современная английская речь / Г.А. Орлов. – М.: Наука, 1991. – 360 с.
11. Петраченко, О.Л., Каверина, И.И. Косметологический дискурс как предмет лингвокультурологического исследования: теория и методология / О.Л. Петраченко, И.И. Каверина // Вестник Саратовского государственного университета. – 2021. – № 10. – С. 90–102.
12. Шейгал, Е.И. Семиотика политического дискурса / Е.И. Шейгал. – М.: Гнозис, 2004. – 464 с.
13. Щербинина, А.П., Федоровская, И.М., Самарина, Е.Е. Современные аспекты исследования косметологического дискурса: хронологические и национальные особенности / А.П. Щербинина, И.М. Федоровская, Е.Е. Самарина // Сборник статей Пермского государственного университета. Вып. 4. Лингвистика. – Пермь: Издательство Пермского государственного университета, 2022. – С. 70–81.
14. Avon: кому и почему продали легендарный бренд // Дзен. – 2022. – URL: <https://dzen.ru/a/YzoeYBCxVy8IEkKA> (дата обращения: 10.02.2023).
15. Avon. Официальный сайт на английском языке. – 2023. – URL: <https://www.avonworldwide.com/> (дата обращения: 12.02.2023).
16. Avon. Официальный сайт российского представителя. – 2023. – URL: <https://my.avon.ru> (дата обращения: 13.02.2023).
17. Avon создала документальную рекламу // Sostav. – 2014. – URL: <https://www.sostav.ru/publication/avon-sozdala-dokumentalnuyu-reklamu-10730.html> (дата обращения: 10.02.2023).

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/kursovaya-rabota/322431>