

### Сведения об официальном оппоненте

Ягодкина Марьяна Валериевна, доктор филологических наук (10.02.01 – русский язык), доцент, заведующая кафедрой рекламы и общественных коммуникаций ОАУ ВПО «Ленинградский государственный университет имени А. С. Пушкина».

Основные публикации:

1. Ягодкина М. В. Вербальное сопровождение визуального ряда в рекламной коммуникации // Вестник Ленинградского государственного университета имени А. С. Пушкина. №1 (9). Серия «Филология». 2012. С. 143-151 (статья, ВАК)
2. Ягодкина М. В. Двойственность семантизации текста при наличии зачёркнутого фрагмента в блогосфере // Вестник Санкт-Петербургского государственного университета технологии и дизайна. № 3'2014. Серия 2. Искусствоведение. Филологические науки. СПб, 2014. С. 70-72 (статья, ВАК)
3. Ягодкина М. В. Адаптация иноязычной рекламы с позиции международной коммуникации // Вестник Ленинградского государственного университета имени А.С. Пушкина. №3 (9) (Том 1) Филология, 2014. С. 215-220 (статья, ВАК)
4. Jagodkina M.V.Virtualization of reality in the language of advertising // Canadian Journal of Science and Education, Toronto, 2015, № 2. P. 11-16. (статья, в печати)
5. Ягодкина М. В. Проектирование социальных микрогрупп посредством языка рекламы // XV Пушкинские чтения: Русистика. Методика. Лингводидактика: материалы международной научной конференции 6 июня 2010 г. СПб.: ЛГУ им. А.С. Пушкина, 2010. С 239-244 (статья).
6. Ягодкина М. В. Рекламные тексты с позиции межкультурной коммуникации // The journal of foreign studies, Foreign studies center, Chung-Ang University, 2011.3.30. С. 163-171 (статья)

7. Ягодкина М. В. Реальность константная и виртуальная в языке современной рекламы // Материалы международной научной конференции. Пусанский государственный университет, гуманитарный факультет Humanities Bldg. Сборник научных статей. 2011 (статья).
8. Ягодкина М. В. Реклама как инструмент структурирования социума. Комплексное сопровождение детей-сирот. Копилка мастера: методическое пособие / под общ. ред. Е.В. Федосенко. СПб: НИЦ АРТ, 2013. 182 с. (Методическая копилка «Научного центра развития личности «Акме», серия «Нелишние дети»). С.19-25 (глава 1, п.1.2.)
9. Ягодкина М. В. Вирусный маркетинг как рекламная стратегия. // Современное информационное пространство: коммуникация в рекламе и PR: материалы международной научной конференции (9 апреля 2014 г.) / под ред. М.В. Ягодкиной. СПб., 2014. С. 80-89 (статья)
10. Ягодкина М. В. Реклама в коммуникационном процессе: учебное пособие / М.М. Сластушинская, А.П. Иванова. СПб.: Питер, 2014. 334 с. (12/20,1 п.л.)

### **Контактная информация**

**Адрес:** 196605, Санкт-Петербург, г. Пушкин, Петербургское шоссе, д. 10, ЛГУ имени А. С. Пушкина, кафедра рекламы и общественных коммуникаций.

**Телефон:** 8 (812) 451-98-42

**E-mail:** [kafreklama@mail.ru](mailto:kafreklama@mail.ru)

**Сайт:** <http://www.kafreklama.com>