

Современный мир невозможно представить себе без рекламы, которая представляет собой не только механизм создания спроса, но и национальный и культурный феномен. Лингвистические, культурные и стилистические характеристики рекламных текстов создают огромный лингвистический и методологический потенциал при обучении иностранным языкам.