Структура:

Введение (около 5 стр)

Глава 1. Звуко-ритмическая организация рекламных текстов В. В. Маяковского. (6-7 стр)

Глава 2. Лексика и семантика в рекламных текстах Маяковского. (около 10 стр)

2.1. Прагматико-ориентированная лексика рекламных текстов. (то, что необходимо именно для рекламы: названия товаров и продуктов, «называние» потребителя/адресата, глагольная лексика).

2.2. ??? (прилагательные и наречия, числительные. Семантические поля качеств и свойств. Сказать о тенденции к множественности, обобщению и категоричности утверждений: «все», «всё», «нигде кроме», «каждому»)

Глава 3. Образная система рекламных текстов.

3.1. Образ адресата рекламной поэзии.

3.2. Система сопровождающих образов и мотивов.

Глава 4. Прагматико-коммуникативные модели рекламных текстов В. В. Маяковского.

4.1. Модели информирования.

4.2. Модели убеждения.

Глава 5. Экстралингвистические аспекты функционирования рекламных текстов.

Заключение (4 стр)

Список использованной литературы (6 стр)