

Городецька І. В. – асистент кафедри англійської мови факультету іноземних мов. У 2010 році закінчила університет за спеціальністю Філологія, мова та література (англійська) та здобула кваліфікацію магістра філології, викладача англійської та німецької мов.

З 2010 по жовтень 2012 року працювала на кафедрі англійської мови. З 01 листопада 2012 року по 31 жовтня 2015 року вчилася в аспірантурі. В лютому 2016 року захистила дисертацію за темою: «Англійськомовний рекламний текст косметичних засобів: структура, семантика, прагматика».

Опубліковано 10 статей та взято участь у 5 наукових конференціях.

Список публікацій:

1. Городецька І. В. Займенники в рекламному дискурсі : особливості вживання / І. В. Городецька // Наукові записки. Серія : філологічні науки (мовознавство) : у 2 ч. – Кіровоград : РВВ КДПУ ім. В. Винниченка, 2011. – Вип. 96 (1). – С. 406–410. <http://www.twirpx.com/file/697835/>

2. Городецька І. В. Особливості вживання порівняння у текстах реклам косметичних засобів / І. В. Городецька // Науковий вісник Волинського національного університету імені Лесі Українки : Філологічні науки (Мовознавство). – Луцьк : Волинський національний університет ім. Л. Українки, 2011. – № 4. – С. 144–147. <http://bo0k.net/index.php?p=achapter&bid=18931&chapter=1>

3. Городецька І. В. Особливості вживання речень в текстах реклами / І. В. Городецька // Нова філологія : збірник наукових праць. – Запоріжжя : ЗНУ, 2012. – № 49. – С. 55–58.

4. Городецька І. В. Морфологічні характеристики заголовку рекламного тексту косметичних засобів / І. В. Городецька // Наукові записки. Серія : філологічні науки (мовознавство). – Кіровоград : РВВ КДПУ ім. В. Винниченка, 2013. – Вип. 117. – С. 410–413.

5. Городецька І. В. Наративна реклама: лексичні, синтаксичні та стилістичні характеристики / І. В. Городецька // Нова Філологія : збірник наукових праць. – Запоріжжя : ЗНУ, 2013. – Вип. 57. – С. 20–23.

1. <http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi->

[bin/irbis\\_nbuvcgiirbis\\_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN  
&IMAGE\\_FILE\\_DOWNLOAD=1&Image\\_file\\_name=PDF/Novfil\\_2013\\_57\\_7.p  
df](http://bin/irbis_nbuvcgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/Novfil_2013_57_7.pdf)

6. Городецька І. В. Презентаційна стратегія як одна з найважливіших комунікативних стратегій у рекламі / І. В. Городецька // Науковий вісник міжнародного гуманітарного університету. Серія : філологія. – Одеса : міжнародний гуманітарний університет, 2014. – Вип. 10. – Т. 2. – С. 172–174.

7. Городецька І. В. Рекламний заголовок та стилістичні засоби в ньому / І. В. Городецька // Нова Філологія : збірник наукових праць. – Запоріжжя: ЗНУ, 2014. – Вип. 62. – С. 144–148.

8. Городецька І. В. Стилiстичнi фiгури в рекламних слоганах як засоби реалiзацiї iнформативної та персуазивної функцiй реклами / І. В. Городецька // Науковий вісник Чернівецького університету : Германська філологія. – Чернівці : Чернівецький нац. унів. ім. Ю. Федьковича, 2014. – Вип. 720. – С. 116–125.

[http://library.chnu.edu.ua/res//library/elib/visnyk\\_chnu/visnyk\\_chnu\\_2014\\_0720.pdf](http://library.chnu.edu.ua/res//library/elib/visnyk_chnu/visnyk_chnu_2014_0720.pdf)

9. Городецька І. В. Стилiстичнi фiгури як засiб манiпулятивного впливу в рекламі косметичних засобів / І. В. Городецька // Наукові записки національного університету „Острозька академія”. Серія „Філологічна” : збірник наукових праць. – Острог : Видавництво Національного університету „Острозька академія”, 2015. – Вип. 53. – С. 72–74. <http://eprints.oa.edu.ua/4295/> або <http://eprints.oa.edu.ua/4295/1/30.pdf>

10. Gorodetskaya I. V. General characteristics of the communicative strategies and tactics in the advertisement texts of cosmetics / I. V. Gorodetskaya // European Applied Sciences. Europäische Fachschule. – Stuttgart (Germany) : ORT Publishing, 2014. – №4. – S. 78–81.

11. Городецька І. В. Прагматика у рекламному дискурсі / І. В. Городецька // Матеріали І-ї міжнародної наукової конференції [„Мова. Культура. Комунікація”], (Чернігів, 16 квітня 2010 р.). – Чернігів : Чернігівський нац. пед. унів. імені Т. Г. Шевченка, 2010 . – С. 21–23.

12. Городецька І. В. Стилiстичнi фiгури у рекламному дискурсі / І. В. Городецька // Матеріали шостої всеукраїнської науково-практичної

інтернет-конференції [„Науковий потенціал України 2010”], (Київ, 22-24 березня 2010 р.). – К. : ТОВ „ТК Меганом”, 2010. – С. 58–59.

13. Городецька І. В. Рекламний текст на фонетичному рівні / І. В. Городецька // Матеріали III-ї міжнародної наукової конференції [„Мова. Культура. Комунікація: На перехресті світів”], (Чернігів, 26 квітня 2012 р.). – Чернігів : Чернігівський нац. пед. унів. ім. Т. Г. Шевченка, 2012. – С. 33–35.

14. Городецька І. В. Контекст як засіб вивчення реклами / І. В. Городецька // Матеріали V-ї міжнародної наукової конференції [„Мова. Культура. Комунікація: Дух нової епохи у слові, тексті, семіосфері”], (Чернігів, 24 квітня 2014 р.). – Чернігів: Чернігівський нац.пед. унів. ім. Т. Г. Шевченка, 2014. – С. 17–19.

15. Городецька І. В. Комплексний підхід до методики дослідження тексту реклами косметичних засобів / І. В. Городецька // Матеріали міжнародної науково-практичної конференції [„Сучасні наукові дослідження представників філологічних наук та їхній вплив на розвиток мови та літератури”], (Львів, 10-11 квітня 2015 р.) : у 2-х частинах. – Львів : ГО „Наукова філологічна організація „ЛОГОС”, 2015 . – Ч. 2. – С. 65–68.

16. Городецька І. В. Займенники в рекламному дискурсі : особливості вживання / І. В. Городецька // Наукові записки. Серія : філологічні науки (мовознавство) : у 2 ч. – Кіровоград : РВВ КДПУ ім. В. Винниченка, 2011. – Вип. 96 (1). – С. 406–410.

<http://www.twirpx.com/file/697835/>

17. Городецька І. В. Особливості вживання порівняння у текстах реклам косметичних засобів / І. В. Городецька // Науковий вісник Волинського національного університету імені Лесі Українки : Філологічні науки (Мовознавство). – Луцьк : Волинський національний університет ім. Л. Українки, 2011. – № 4. – С. 144–147.

<http://bo0k.net/index.php?p=achapter&bid=18931&chapter=1>

18. Городецька І. В. Наративна реклама: лексичні, синтаксичні та стилістичні характеристики / І. В. Городецька // Нова Філологія : збірник наукових праць. – Запоріжжя : ЗНУ, 2013. – Вип. 57. – С. 20–23. <http://irbis->

[nbuv.gov.ua/cgi-](http://nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/Novfil_2013_57_7.pdf)

[bin/irbis\\_nbuv/cgiirbis\\_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN  
&IMAGE\\_FILE\\_DOWNLOAD=1&Image\\_file\\_name=PDF/Novfil\\_2013\\_57\\_7.p  
df](http://nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/Novfil_2013_57_7.pdf)

19. Городецька І. В. Стилiстичнi фiгури в рекламних слоганах як засоби реалiзацiї iнформативної та персуазивної функцiй реклами / І. В. Городецька// Науковий вiсник Чернiвецького унiверситету: Германська фiлологiя. – Чернiвцi : Чернiвецький нац. унiв. iм. Ю. Федьковича, 2014. – Вип. 720. – С. 116–125.

[http://library.chnu.edu.ua/res//library/elib/visnyk\\_chnu/visnyk\\_chnu\\_2014\\_0720.pdf](http://library.chnu.edu.ua/res//library/elib/visnyk_chnu/visnyk_chnu_2014_0720.pdf)

20. Городецька І. В. Стилiстичнi фiгури як засiб манiпулятивного впливу в рекламi косметичних засобiв / І. В. Городецька // Науковi записки нацiонального унiверситету „Острозька академiя”. Серiя „Фiлологiчна” : збiрник наукових праць. – Острог : Видавництво Нацiонального унiверситету „Острозька академiя”, 2015. – Вип. 53. – С. 72–74.

<http://eprints.oa.edu.ua/4295/> або <http://eprints.oa.edu.ua/4295/1/30.pdf>