



ташкил этиб, «ченгю» атамаси эса, асосан ФБ доирасининг қабул қилинган умумий тавсиф парадигмасини бир гуруҳи номи сифатида ишлатилмоқда.

Хулоса: Тилшунослар томонидан фразеологизмларнинг мураккаб тил ҳодисаси эканлиги ва уларнинг ўзаро зид омиллари мавжудлигини эътироф этиб, фразеологик бойликни системалаштириш ва назарий-амалий тадқиқ этиш жараёнида муайян аниқликлар киритиш лозимлиги таъкидланади. Шу маънода тилшуносликда, хусусан, ўзбек тилшунослигида фразеологик ўзига хосликка етарли даражада эътибор берилиши ва алоҳида методологик концепция, йўналиш асосида тадқиқ этилиши мақсадга мувофиқ.

Шундай қилиб, фразеологизмлар нутқ жараёнида тайёр ҳолда қўлланиладиган, семантик жиҳатидан сўзга муқобил, структура ва маъно жиҳатидан бирикма ва гапга тенг, компонентларидан бирининг ёки умумий бирикманинг қўчма маъноси асосига қурилган турғун бирикмалардир. Фразеологизмлар ҳам тилнинг лексикаси каби номинатив ва алоқа аралашув, фикр алмашув воситаси бўлиб хизмат қилади. Шу билан бирга фразеология тилнинг лексик ва стилистик имкониятларини, бойлигини кўрсатувчи соҳаси ҳамдир. Шу маънода сўзлар каби фразеологизмларнинг элементларини, ўзига хос томонларини, нутқдаги фаолиятини, эмоционал-экспрессив вазифаларини тадқиқ этиш илмий ва амалий аҳамият касб этади. Фразеология фани олдида турган асосий вазифа, тилнинг фразеологик системасини, унинг тарихий тараққиётини, ҳозирги аҳволини, унинг сўз билан боғлиқ томонларини, грамматик ва стилистик хусусиятларини ўрганишдан иборатдир.

ХОДЖАХАНОВ МУЗАФФАР

Соискатель, УзГУМЯ

Маркетинг: понятие, термины, формирование

***Аннотация.** Развитие рыночной экономики создаёт неизбежность образования новейших путей экономического контроля, нового экономического мышления, нацеленного на наибольшее удовлетворение человеческих потребностей. Новая рыночная среда послужила источником появления понятия маркетинг в США во второй половине XIX в. - начале XX в., который впоследствии универсализировался во многих странах мира. На сегодняшний день маркетинг оказался неотделимой частью деятельности не только рыночных компаний, в маркетинговую деятельность привлечено в основном всё общество. Жизненный стандарт непосредственно определяется целесообразностью освоения маркетинговой информации, что испытывает нужду в исследовании и овладении данной терминологии.*

Маркетинг подразумевается свежей наукой, однако некоторые его компоненты (реклама, политика цен, сбыт) употреблялись несколько столетий назад. Термин "маркетинг" берёт начало от английского слова "market" (рынок) и в прямом смысле



подразумевает рыночную и торговую деятельность. На русский и узбекский языки данный термин, как правило, не переводится, что объясняется невероятной полнотой этого понятия. Маркетинг – это не только образ мышления и направление экономической мысли, но и практическая деятельность в рамках отдельных фирм, отраслей, экономики в целом. На сегодняшний день существует примерно 2000 определений маркетинга. Однако, вопреки наличию большого выбора определений, в них есть нечто единое, а именно направление маркетинга на потребности конкретных групп потребителей, совокупность подхода в выполнении рыночных задач, деятельность, ориентированная на удовлетворении потребностей с помощью обмена, увеличения производства и реализации по принципу многогранного изучения потребностей покупателей и целеустремлённого влияния на них. Маркетинговая деятельность насчитывает более 200 видов маркетинга, которые в свою очередь делятся на подгруппы.

Множество определений термина, теория изучения термина, его особенности, области применения, создание двуязычных и трехязычных терминологических словарей, разнообразие подходов – всё это подтверждает роль термина в языкознании. В западной терминологии ведется много споров о статусе терминологии и ее месте в лингвистике: термин считается лексической единицей с особым значением, а терминология – разделом лексикологии.

Проведённый анализ терминологии маркетинга в английском языке показал, что простые термины маркетинга складываются из имён существительных, герундия, имён прилагательных, причастия прошедшего времени, глагола. В терминологии маркетинга функционируют сложные (сложнопроизводные) слова, аббревиатуры. Притяжательный падеж образуется прибавлением к существительному апострофа и буквы "s". Некоторые составные термины образуются при помощи дефиса. Был использован метод структурного анализа английских составных терминов маркетинга.

Опорные слова и выражения: маркетинг, аббревиатуры, структурные модели, простые термины, сложные слова, составные термины, термин, терминология.

Аннотация. Бозор иқтисодиётининг ривожланиши иқтисодий назоратнинг энг янги усуллари, инсон эҳтиёжларини максимал даражада қондиришига қаратилган янги иқтисодий фикрларини шакллантиришининг муқаррарлигини келтириб чиқаради. Янги бозор муҳити 19-асрнинг 2-ярмида 20-асрнинг бошида АҚШда маркетинг концепциясини вужудга келтирди. XX аср бошларида дастлаб АҚШда, кейинчалик дунёнинг кўплаб мамлакатларида кенг ёйилган. Бугунги кунга келиб, маркетинг бозорга асосланган компаниялар фаолиятининг ажралмас қисмига айланди. Ҳозирда бутун жамяят асосан маркетинг фаолияти билан муғулланади. Ҳаёт даражаси - тўғридан-тўғри маркетинг маълумотларини ўзлаштиришининг мақсадга мувофиқлиги билан белгиланади, бу эса тадқиқот ва уйибу терминологияни ўзлаштиришига муҳтож ҳисобланади.

Маркетинг янги фан сифатида вужудга келган, аммо унинг баъзи таркибий қисмлари (реклама, нарх сиёсати, савдо) бир неча асрлар олдин шикатилган. "Маркетинг" атамаси инглизча "маркет" сўздан келиб чиққан бўлиб, сўзма-сўз бозор ва савдо фаолиятини англатади. Қоида тариқасида, уйибу атама рус ва ўзбек тилларида таржима қилинмайди, бу эса уйибу тушуинчанинг ажойиб тўлиқлиги билан изоҳланади. Маркетинг нафақат тафаккур тарзи ва иқтисодий фикрнинг йўналиши, балки алоҳида



фирмалар, тармоқлар, умуман иқтисодиёт доирасидаги амалий фаолиятдир. Бугунги кунда маркетингнинг 2000 га яқин таърифлари мавжуд. Бироқ, таърифларнинг катта танлови мавжудлигига қарамай, улар бирлашган нарсага эга, яъни: маркетингнинг маълум истеъмолчилар гуруҳлари эҳтиёжларига йўналиши, бозор вазифаларини бажаришига ёндашувлар тўплами, алмашинув орқали эҳтиёжларни қондиришига қаратилган фаолият, эҳтиёжларни кўп қиррали ўрганиши тамойили бўйича ишлаб чиқариши ва сотиши, харидорлар ва уларга мақсадли таъсир кўрсатиши. Маркетинг фаолияти 200 дан ортиқ маркетинг турларини ўз ичига олади, улар ўз навбатида кичик гуруҳларга бўлинади.

Терминга берилган кўплаб таърифлар, атаманинг ўрганиши назарияси, унинг хусусиятлари, қўлланиши соҳалари, икки ва уч тилли терминологик лугатларнинг яратилиши, турли ёндашувлар – буларнинг барчаси терминнинг тилишуносликдаги ўрнини тасдиқлайди. Ҳарб терминологиясида терминологиянинг мақоми ва унинг тилишуносликдаги ўрни тўғрисида жуда кўп мунозара ва мулоҳазалар мавжуд: атама алоҳида маънога эга лексик бирлик ҳисобланади, атамашунослик эса лексикологиянинг бўлими ҳисобланади.

Инглиз тилидаги маркетинг терминологиясининг таҳлили шуни кўрсатадики, оддий маркетинг терминлари *от*, *ҳаракат* номи, *сифат*, *ўтган замон* ва *феъл сўз* туркумларидан иборат. Маркетинг терминологиясида мураккаб (қўшма ҳосила) сўзлар ва қисқартмалар мавжуд. Эга *отга* *апостроф* ва “*с*” ҳарфини қўйиши орқали қаратқич келишиги ясалади.

Баъзи қўшма сўзларга чизикча қўйилади. Инглизча бирикмаларда маркетинг атамаларини *структуравий* таҳлил қилиш усулидан фойдаланилди.

Таянч сўз ва иборалар: маркетинг, қисқартмалар, структур моделлар, оддий атамалар, қўшма сўзлар, қўшма атамалар, термин, терминология.

Abstract. The development of a market economy creates the inevitability of the formation of the newest ways of economic control, new economic thinking aimed at the greatest satisfaction of human needs. The new market environment gave rise to the concept of marketing in the United States in the second half of the 19th century and the beginning of the 20th century, which was later globalized in many countries of the world. Today marketing has turned out to be an inseparable part of the activities of not only market-based companies, but the whole society is mainly involved in marketing activities. The life standard is directly determined by the expediency of mastering marketing information, which is in need of researching and mastering this terminology.

Marketing is implied by young science, but some of its components (advertising, price policy, sales) were used several centuries ago. The term "marketing" originates from the English word "market" and literally means market and trading activities. As a rule, this term is not translated into Russian and Uzbek languages, which is explained by the incredible completeness of this concept. Marketing is not only a way of thinking and direction of economic thought, but also a practical activity within the framework of individual firms, industries, and the economy as a whole. Today, there are approximately 2000 definitions of marketing. However, despite the presence of a large selection of definitions, they have something unified, namely, the direction of marketing to the needs of specific groups of consumers, a set of approaches to fulfilling market tasks, activities focused on meeting needs through barter, increasing production and selling according to the principle of a multifaceted



study of buyers' needs and purposeful influence on them. Marketing activities include more than 200 types of marketing, which in turn are divided into subgroups.

A great number of definitions of the term, the theory of its study, its features, areas of application, the creation of bilingual and trilingual terminological dictionaries, a variety of approaches - all this confirms the role of the term in linguistics. In Western terminology, there are many debates and disputes on the status of terminology and its place in linguistics. The term is considered a lexical unit with a special meaning, and terminology is a part of lexicology.

The analysis of marketing terminology in English revealed that simple marketing terms were made up of nouns, gerund, adjectives, past participles, and verbs. Complex (compound derivative) words and abbreviations function in marketing terminology. The possessive case is formed by adding an apostrophe and the letter "s" to the noun.

Some compound terms are hyphenated. The method of structural analysis of English compound marketing terms was applied.

Keywords and expressions: *marketing, abbreviations, structural models, simple terms, compound words, compound terms, term, terminology.*

Область маркетинга значителна е една от сферите на финансово-икономическата индустрия на обществото. Изследването на термините на маркетинга се интерпретира като една от актуалните теми както в плана на общото езиковедие, така и в плана на сравнителната лингвистика. Термин «маркетинг» възниква в началото на XX век в САЩ като отговор на увеличаване на конкуренцията в условията на стремително повишаване на концентрацията и увеличаване на производството.

Термин «маркетинг» произлиза от английското думо «market» – пазар и предполага функционирането на компанията в пазарните условия. Маркетингът – различна по характер, обща по реалност, обхващаща теорията на точките на гледане, взаимовръзка на многообразните тенденции на фирмата за согласуване на нейните общепроизводствени ресурси и нуждата на пазара за пропорционална продукция.

Мненията на експертите по тълкуването на понятието маркетинг се различават. Въпреки това, всички действащи формулировки (а те са около 2000) са насочени към работата в сферата на циркулиращите стоки, подчертавайки заедно с това или отделните функции и ориентации на маркетинговата дейност, или нейния общ характер¹.

Филип Котлер, легендарен маркетинговец, консултант и професор, интерпретира по-горе споменавания термин, обяснявайки, че маркетингът се разглежда като вид дейност на индивида за удовлетворяване на неговите нужди и потребности чрез обмен².

¹ В. Зайцев. Маркетинг. Учебно помагало за студентите на заочната (дистанционна) форма на обучение. / под ред. В.А. Зайцева – М.: ГИНФО, 2001. – 183 с.

² Котлер, Филип. Основы маркетинга Краткий курс Пер с англ — М Издательский дом "Вильямс", 2007 — 656 с ил — Парал тит англ



По мнению Оксаны Козловой, *маркетинг считается комплексным эффективным методом, гарантирующим довольство клиентов, для извлечения пользы организацией*¹.

Голубков приводит следующее определение маркетинга, считая его общественно-координационным процессом, с помощью которого личность и группы людей удовлетворяют свои нужды производством товаров и товарообменом. Сущность данного процесса охватывает нижеследующие важнейшие положения: потребность, желание, спрос, продукт, обмен, сделка, рынок. Потребность – надобность, нужда в чем-либо, требующая удовлетворения. Если индивид не обладает способностью удовлетворить какую-то потребность, тогда он либо ее ротирует, либо уменьшает спрос².

Американская ассоциация маркетинга дефиницировала понятие маркетинг в качестве деятельности, комплекса институтов и процессов по формированию, расширению, сбыту, обмену предложениями, значащими для потребителей, партнеров и общества в общих чертах³.

В Новом словаре русского языка трактуется дефиниция маркетинга: «Маркетинг -м. Комплексный подход к управлению производством и организации хозяйственной деятельности, основанный на учете требований рынка и активном воздействии на расширение сбыта продукции и реализации услуг»⁴.

В «Толковом словаре узбекского языка» (под редакцией А. Мадвалиева) приводится следующее толкование термина: «Маркетинг [ингл. marketing <market - бозор; сотиш, пуллаш] *икт.* – 1. Иқтисодийнинг маҳсулот ишлаб чиқариш ва уни сотиш (талаб ва истеъмол, маҳсулотга нарх белгилаш, уларни тарғиб қилиш, сотилаётган товарлар ҳажмини кўпайтириш воситалари каби) муаммолари билан шуғулланувчи соҳаси. *Маркетинг курслари. Маркетинг ва реклама бўйича китоблар кўргазмаси.* 2. Бозор эҳтиёжи талабларидан келиб чиққан ҳолда корхонанинг янги хил маҳсулотлар ишланмаларини тайёрлаш, товарлар ишлаб чиқариш ва сотиш ёки турли хил хизматлар кўрсатиш бўйича фаолиятини бошқариш ва ташкил этиш тизими»⁵.

“Marketing - bozorda vujudga keladigan iqtisodiy munosabatlarni faollashtirish uslublarini, tovarlarni ishlab chiqarish hamda sotish muammolarini yaxlit, tizimli echish uslublarini, bozorda vujudga keladigan o‘zgarishlarga tezda

¹ Козлова О. А. Основы маркетинга: Учебное пособие для бакалавров вузов, обучающихся по направлению 38.03.06 «Торговое дело». – Нижневартовск: Изд-во Нижневарт. гос. ун-та, 2016. – 122 с.

² Голубков Е. П. ОСНОВЫ МАРКЕТИНГА: Учебник. М.: Издательство «Финпресс», 1999. – 656 с.

³ American Marketing Association, 2017.

⁴ Ефремова Т. Ф. Новый словарь русского языка. Толково-словообразовательный. — М.: Русский язык, 2000.

⁵ Ўзбек тилининг изоҳли луғати. А.Мадвалиев таҳрири остида (2006-2008)



moslashish, iste'molchilarga tabaqali yondashish, raqobatbardosh yangi tovarlarni vujudga keltirish va ularni ishlab chiqarishni tashkil etish, kon'yunkturani o'rganish va bashorat qilish hamda ta'sirchan reklamani rivojlantirish masalalarini o'rganishni o'z oldiga maqsad qilib qo'ygandir. «Marketing» - bozor faoliyatining uslubiy asoslarini o'rgatadigan asosiy fan. Marketing eng avvalo, uni o'rganuvchilarni bozor faoliyati tizimi sifatida jalb etadi. U korxonalarning bozordagi harakati va holatini o'rganadi. «Marketing» - bu faol assortiment siyosatini, narx, oldi-sotdi, reklama, iste'molchilarni o'rganish, tomonlar bilan munosabatlarga kirishish, tijorat qaltisligini va raqobatchilarni o'rganadigan fandir»¹.

Резюмируя вышеприведённое, допускается следующее определение термина «маркетинг»: Маркетинг – средство формирования и администрирования изготовления и реализации товаров, базированное на подсчёте рыночных ориентаций и предпочтений заказчиков.

В настоящее время насчитывается около 200 видов маркетинга. Например: крауд-маркетинг, контент-маркетинг, видеомаркетинг, social media marketing, E-mail-маркетинг, вирусный маркетинг, конверсионный маркетинг, стимулирующий маркетинг, развивающий маркетинг, ремаркетинг, синхромаркетинг, поддерживающий маркетинг, демаркетинг, СРА-маркетинг, противодействующий маркетинг, глобальный маркетинг, экспортный маркетинг, территориальный маркетинг, дифференцированный маркетинг, интегрированный маркетинг, внутренний маркетинг, маркетинг отношений, операционный маркетинг, тайм-маркетинг, взаимосвязанный маркетинг, партизанский маркетинг, интерактивный маркетинг, комплексный маркетинг, креативный маркетинг, performance-маркетинг, массовый маркетинг, концентрированный маркетинг, маркетинг личности, маркетинг инноваций, сетевой маркетинг, геомаркетинг, социальный маркетинг, трейд-маркетинг, электронный маркетинг, bluetooth-маркетинг, тактический маркетинг, стратегический маркетинг, B2B-маркетинг, некоммерческий маркетинг, политический маркетинг, экологический маркетинг, зелёный маркетинг, социально-этический маркетинг, микромаркетинг, совместный маркетинг, оффлайн-маркетинг, event-маркетинг, событийный маркетинг, Интернет-маркетинг, кросс-маркетинг, телемаркетинг, SMS-маркетинг, Buzz-маркетинг, блог-маркетинг, Ambush-маркетинг, экспо-маркетинг, латеральный маркетинг, PR-маркетинг, макромаркетинг, сверхмаркетинг, мультимаркетинг, турбомаркетинг, максимаркетинг, финансовый маркетинг, скрытый маркетинг, инвестиционный маркетинг, Brand-Lover-маркетинг, Brick-and-

¹ Qosimova M.S., Yusupov M.A., Ergashxodjayeva Sh.D., Yo'Idoshev M. Marketing. Darslik.-T.: O'zbekiston Yozuvchilar uyushmasi Adabiyot jamg'armasi nashriyoti, 2005. 176 b.



Mortar-маркетинг, адаптированный маркетинг, виртуальный маркетинг, разрешительный маркетинг, маркетинг пробный, традиционный маркетинг, маркетинг по каталогам, международный маркетинг, маркетинг недифференцированный, линейный маркетинг, функциональный маркетинг, маркетинг товаров, маркетинг услуг, маркетинг идей, гиперлокальный маркетинг, маркетинг мест, входящий маркетинг, исходящий маркетинг, поисковой маркетинг, партнерский маркетинг, капельный маркетинг, B2C маркетинг, C2C маркетинг, директ-маркетинг, Account Based Marketing (ABM), agile-маркетинг, маркетинг из уст в уста, digital-маркетинг, маркетинг на основе баз данных, городской маркетинг, нейромаркетинг, сенсорный маркетинг, семплинг-маркетинг, ко-маркетинг, конкурсный маркетинг, шоппер-маркетинг, поведенческий маркетинг, BTL-маркетинг, Black Hat Marketing, бренд-маркетинг, B2P маркетинг, cause marketing, селебрити-маркетинг, многоканальный маркетинг, омниканальный маркетинг, CLM маркетинг, бихевиористский маркетинг, комьюнити-маркетинг, потребительский маркетинг, корпоративный маркетинг, культурный маркетинг, data-driven маркетинг, database-маркетинг, CRM-маркетинг, защитный маркетинг, подрывной маркетинг, door-to-door marketing, маркетинговый евангелизм, experiential-маркетинг, полевой маркетинг, freebie маркетинг, инфлюенсер-маркетинг, маркетинг изгн, промышленный маркетинг, left-brain-маркетинг, long-tail-маркетинг, loyalty marketing, network-маркетинг, new media marketing, next-best-action маркетинг, нишевый маркетинг, нетрадиционный маркетинг, наступательный маркетинг, one-to-one-маркетинг, аутдор-маркетинг, аутрич-маркетинг, out-of-home-маркетинг, DOOH-маркетинг, доверительный маркетинг, персонализированный маркетинг, persuasion marketing, point-of-sale-маркетинг, post-click-маркетинг, PPC-маркетинг, проксимити-маркетинг, pull-маркетинг, push-маркетинг, real-time marketing, referral-маркетинг, ритейл-маркетинг, обратный маркетинг, дефицитный маркетинг, сезонный маркетинг, shotgun marketing, targeted marketing, транзакционный маркетинг, UGC-маркетинг, вертикальный маркетинг, voice marketing, native-маркетинг, word-of-mouth marketing (WOM marketing), employee marketing, storytelling-маркетинг, Growth-Hacking-маркетинг, взрывной маркетинг, провокационный маркетинг, Wi-Fi-маркетинг, персональный маркетинг, мультисенсорный маркетинг, нишевой маркетинг, предиктивный маркетинг, прямой маркетинг, ситуативный маркетинг, маркетинг услуг, маркетинг-микс, агрегированный маркетинг, бенчмаркетинг, вторичный телефонный маркетинг, институциональный маркетинг, тайный маркетинг, молодежный маркетинг, самостоятельный маркетинг, научный (аналитический) маркетинг, облачный маркетинг, экспедиционный маркетинг, горизонтальный маркетинг, аффинный маркетинг.



В свою очередь виды маркетинга делятся на нижеследующие подгруппы:

1. По периоду действия: стратегический маркетинг, тактический маркетинг.
2. По области действия: маркетинг идей общественного характера, маркетинг места, внутренний маркетинг, маркетинг организации, международный (глобальный) маркетинг.
3. По сфере действия: потребительский маркетинг, индустриальный маркетинг, социальный маркетинг.
4. По виду деятельности: финансовый маркетинг, инновационный маркетинг, промышленный маркетинг, маркетинг в сфере услуг.
5. По способу воздействия: прямой маркетинг, телевизионный маркетинг, маркетинг по почте, маркетинг по каталогам.
6. По степени развития рынка: пассивный маркетинг, организационный маркетинг, активный маркетинг.
7. В зависимости от состояния спроса на рынке: конверсионный маркетинг, стимулирующий маркетинг, развивающийся маркетинг, ремаркетинг, демаркетинг, синхромаркетинг, поддерживающий маркетинг, противодействующий маркетинг.
8. По степени охвата рынка: недифференцированный маркетинг, дифференцированный маркетинг, концентрированный маркетинг.
9. По степени развития маркетинга: распределительный маркетинг, функциональный маркетинг, управленческий маркетинг¹.

В терминологии маркетинга наличествуют свыше 1000 понятий. Первоначально необходимо ознакомиться с часто применяемыми терминами, выражающими базовый маркетинг: аудитория, бренд, коммерческое предложение, рынок, сегмент рынка, стратегия, PR (пиар), нужда, потребность, спрос, товар, обмен, сделка, рынок покупателя, рынок продавца, реклама, целевая аудитория (ЦА).

Анализ фактического материала показал, что в английском языке простыми терминами маркетинга являются имена существительные (Noun): *account, advertology, aggregation, allowance, art, article, anchor, audilog, banner, absorption, acetate, acknowledgement, adjacency, adnorm, dvertisement, allocation, adjacency*; герундий (Gerund): *advertising, addressing, binding, bronzing, bulking, chalking, copyflitting, fixing, formatting, gathering, graining, gumming*; кининг: *kerning, licensing, canvassing, couponing, detailing, merchandising, positioning, prepackaging, programming*; имена прилагательные (Adjective): *alphameric, alphanumeric, active, biweekly, black , and white (B&W), busy, commissionable, delinquent, inactive , magenta, classic, marketable, mass-*

¹ Скопин А.А. КУРС ЛЕКЦИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ «МАРКЕТИНГ». Ярославль, 2008. – 119 с.



market, microwaveable; причастие прошедшего времени (Past Participle): *associated, decapped*; глагол (Verb): *advertise, communicate, dub, break*.

В терминологии маркетинга английского языка функционируют также сложные (сложнопроизводные) слова: *backlist, stockholder, shareholder, airbrush, audimeter, background (BG), backlighting, bannerhead, benchmark, billboard, blockface, blockbuster, blueprint, boldface (BF), checkerboard, checkpoint, copyright, copywriter, cutback, daypart, floodlight, fototype, headhunter, teleshopplng*.

Как показал фактический материал, среди терминов и понятий маркетинга употребляются аббревиатуры: ADRMP (Automatic Dialing and Recorded Message Player), AAW (Advertising Association of the West), ACB (Advertising Checking Bureau), ACI (Advertising Council, Inc.), AFA (Advertising Federation of America), APA (Agricultural Publishers Association), AAAA (American Association of Advertising Agencies), ABC (American broadcasting company), AFP (American Family Publishers), AFTRA (American Federation of Television and Radio Artists), ACORN (A Classification of Residential Neighborhoods), ACS (Address Change Service), ACG (address coding guide), AGMA (American Guild of Musical Artists), ANPA (American Newspaper Publishers Association), ASCAP (American Society of Composers, Authors and Publishers), ASA (American Statistical Association), ARB (American Research Bureau, Inc.), AID (Arbitron Information on Demand), ANA (Association of National Advertisers), ABC (Audit Bureau of Circulations), ASF (auxiliary service facility), BNF (Brand Names Foundation, Inc.), CBS (Columbia Broadcasting System), DJ (disc jockey).

В формировании терминов маркетинга используется апостроф “s” для передачи притяжательного падежа существительных: *agent's cancellation* (аннулирование проданного агентом заказа), *agent's clearance* (заказ агента), *agent's order* (заказ агента), *agent's reinstatement* (восстановление заказа), *agent's summary* (резюме агента), *manufacturer's brand* (торговая марка производителя), *manufacturer's representative* (представитель производителя).

В данной терминологии реже наблюдается явление синонимии: *author's correction* (авторская правка) - *author's alteration (AA)* (авторская правка).

Анализ фактического материала выявил, что в английском языке составным терминам маркетинга соответствуют словосочетания, построенные на основе следующих структурных моделей: “предлог + существительное”, “прилагательное + существительное”, “существительное + существительное”, “существительное + прилагательное”, “существительное + причастие настоящего времени + существительное”, “существительное + существительное + причастие прошедшего времени”, “причастие прошедшего времени + существительное”, “причастие настоящего времени + существительное”, “причастие настоящего времени + причастие настоящего времени + существительное”, “причастие



причастие прошедшего времени”, “существительное + предлог”, “существительное + союз + существительное + существительное”, “глагол + предлог + прилагательное”, “прилагательное + герундий + существительное + существительное”, “глагол + прилагательное + существительное”.

Структурные модели составных терминов – словосочетаний иллюстрируются ниже:

Pr + N (предлог + существительное): against the grain.

N + Pr (существительное + предлог): focus in, focus out.

A+N (прилагательное + существительное): abnormal Magoo, active buyer, active member, active search, active subscriber, adequate sample, affordable method, alternate delivery, alternate sponsorship, alternative media, ambiguous statement, automatic dialer, automatic renewal, automatic reorder, average frequency, back cover, bad debt, baronial envelope, basic network, basic price, bimetal plate, bimodal distribution, black book, blind headline, blind image, brown goods, capital letter, captive market, cold color, comprehensive layout, demographic edition, descriptive model, green book, local program, local rate.

N + Pr + N (существительное + предлог + существительное): affidavit of performance, agency of record, analysis of variance, call to action, cash with order, change of address, cost per order, cost per subscription, cycles per second, depth of exposure, depth of field, diffusion of innovation, expansibility of demand, focus of sale, front of book.

N + Pr + A+ N (существительное + предлог + прилагательное + существительное): area of dominant influence, Association of National Advertisers.

N + N (существительное + существительное): accordion fold, accordion insert, account conflict, account representative, account supervisor, acetate proof, acquisition cost, action device, action program, address correction, address hygiene, adopter categories, adoption process, advance canvass, advance renewal, advance start, afternoon drive, agate line, agency commission, agency group, agency network, agency recognition, agent reinstate, air date, alpha error, amplitude modulation, animation camera, animation stand, answer print, area selection, attitude study, attribution theory, bonus plan, book paper, bottle hanger, boutique agency, branch store, brand attitude, involvement device.

N + A (существительное + прилагательное): accounts receivable.

N + P1 + N (существительное + причастие настоящего времени + существительное): address coding guide, magazine advertising bureau.

P2 + N (причастие прошедшего времени + существительное): advertised price, affiliated chain, affiliated retailer, affiliated wholesaler, aided recall, attached mail, certified mail, compiled list, completed cancel, computerized composition, computerized markup, condensed type, controlled duplication, delayed broadcast, delayed start, derived demand, duplicated audience, earned income, earned rate, etched plate, faced mail, finished art, fixed field, gummed



label, identified renewal, identified transaction, informed choice, learned drives, limited distribution.

N + N + P2 (существительное + существительное + причастие прошедшего времени): address correction requested; carrier route qualified.

P1 + N (причастие настоящего времени + существительное): Advertising Age, advertising agency, advertising allowance, advertising appropriation, advertising contract, Advertising Council, advertising manager, advertising reserve, advertising weight, blanking paper, buying committee, buying criteria, buying decision, buying incentive, checking copy, composing stick, dampening system, distributing rollers, duplicating film, dwelling unit, editing house, establishing shot, flying paster, forecasting model, forgetting rate, incoming mail, learning theory, loading deal, mailing machine, mailing piece.

P1 + A + N (причастие настоящего времени + прилагательное + существительное): diminishing marginal utility.

P1 + P1 + N (причастие настоящего времени + причастие настоящего времени + существительное): Advertising Checking Bureau.

P1 + N + Pr + N (причастие настоящего времени + существительное + предлог + существительное): Advertising Association of the West, Advertising Federation of America.

P1 + N + Pr + A + N (причастие настоящего времени + существительное + предлог + прилагательное + существительное): Advertising Club of New York, Advertising Women of New York.

P1 + N + N (причастие настоящего времени + существительное + существительное): advertising record sheet, Advertising Research Foundation, buying power index, falling demand state.

N + G (существительное + герундий): advocacy advertising, analogy advertising, batch processing, block programming, brand switching, card punching, catalog merchandising, circulation modeling, consumer advertising, continuity advertising, cross merchandising, desktop publishing, factory pricing, image advertising, leader pricing, list cleaning.

A + N + N (прилагательное + существительное + существительное): Agricultural Publishers Association, allowable order cost, American Family Publishers, American Research Bureau, analytical marketing system, auxiliary service facility, average profit margin, bad debt allowance, blind product test, commercial code number, commercial integration charge, complementary color removal, direct response agency, direct response television, dual channel market, economic order quantity, full demand state, independent television market.

N + N + N (существительное + существительное + существительное): airport mail facility, area distribution center, art directors club, bar code sorter, block group selector, brand development index, Brand Names Foundation, business reply envelope, business reply mail, carrier route sack, cash field agent, catalog sales projection, customer service representative.



N + N + N + N (существительное + существительное + существительное + существительное): carrier route information system.

N + A + N (существительное + прилагательное + существительное): assistant art director, associate creative director.

Num + N + N (числительное + существительное + существительное): 800-number promotion, five-digit direct, five-digit sack, four-color process, four-line address.

Num + Num + N (числительное + числительное + существительное): fifty-fifty plan.

Num + N (числительное + существительное): 800 portability, eight-millimeter, first class, first cover, four-color, fourth class, fourth cover.

Num + N + P2 (числительное + существительное + причастие прошедшего времени): five-digit qualified.

A + P1 + N (прилагательное + причастие настоящего времени + существительное): American Advertising Federation, American broadcasting company, Canadian Broadcasting Corporation, Educational Broadcasting Corporation.

A + N + Pr + P1 + N (прилагательное + существительное + предлог + причастие настоящего времени + существительное): American Association of Advertising Agencies.

A + N + Pr + N + Con + N + N (прилагательное + существительное + предлог + существительное + союз + существительное + существительное): American Federation of Television and Radio Artists.

A + N + Pr + A + N (прилагательное + существительное + предлог + прилагательное + существительное): American Guild of Musical Artists.

A + N + N + N (прилагательное + существительное + существительное + существительное): American Newspaper Publishers Association, automatic interaction detector analysis, direct access storage device.

A + N + Pr + N + N + Con + N (прилагательное + существительное + предлог + существительное + существительное + союз + существительное): American Society of Composers, Authors and Publishers.

A + A + N (прилагательное + прилагательное + существительное): American Statistical Association, Canadian postal code, European Economic Community, Federal Trade Commission.

A + N + Con + N + A + N (прилагательное + существительное + союз + существительное + прилагательное + существительное): American Television and Radio Commercials Festival.

A + A + P2 + N (прилагательное + прилагательное + причастие прошедшего времени + существительное): average net paid circulation.

P2 + P1 + N (причастие прошедшего времени + причастие настоящего времени + существительное): assigned mailing date.



P2 + N + N (причастие прошедшего времени + существительное + существительное): centralized postage payment, computerized page makeup, detached mail unit, hidden camera commercial, integrated color removal.

P2 + N + N + N (причастие прошедшего времени + существительное + существительное + существительное): deferred subscription income recognition.

P2 + A + A + N (причастие прошедшего времени + прилагательное + прилагательное + существительное): consolidated metropolitan statistical area.

N + N + Con + N (существительное + существительное + союз + существительное): attitudes, interests, and opinions.

N + N + Pr + N (существительное + существительное + предлог + существительное): Audit Bureau of Circulations, Directors Guild of America, dollar value per order.

P2 + N + N + P1 + N (причастие прошедшего времени + существительное + существительное + причастие настоящего времени + существительное): automated business mail processing system.

A + G (прилагательное + герундий): automatic merchandising, blind embossing, comparative advertising, cooperative advertising, corporate advertising, deceptive advertising, defensive spending, digital broadcasting, dimensional marketing, direct marketing, directory advertising, double spotting, dual addressing, electronic marketing, financial advertising, financial modeling, fine etching, full showing, green marketing, incremental spending, international advertising, joint venturing.

N + Pr + A + G (существительное + предлог + прилагательное + герундий): Corporation for Public Broadcasting.

N + N + G (существительное + существительное + герундий): business paper advertising, carrier route coding, freight allowance pricing.

A + P2 + N (прилагательное + причастие прошедшего времени + существительное): average paid circulation.

V + V (глагол + глагол): bait and switch.

V + A + N (глагол + прилагательное + существительное): kill bad name.

V + N (глагол + существительное): duplicate elimination.

V + Pr (глагол + предлог): fade in, fade out.

V + Pr + A (глагол + предлог + прилагательное): go to black.

Pron + N + A (местоимение + существительное + прилагательное): best time available.

Pron + N + N (местоимение + существительное + существительное): Better Business Bureau, better offer complaint.

A + Con + A (прилагательное + союз + прилагательное): black and white.

A + N + G (прилагательное + существительное + герундий): captive product pricing, direct response advertising, electronic data processing.



A + G + N (прилагательное + герундий + существительное): Direct Marketing Association, International Advertising Association.

A + G + N + N (прилагательное + герундий + существительное + существительное): International Advertising Film Festival.

A + G + A + N (прилагательное + герундий + прилагательное + существительное): Direct Marketing Educational Foundation.

G + Pr (герундий + предлог): casting off.

P2 + G (причастие прошедшего времени + герундий): classified advertising, combined mailing, concentrated marketing, customized marketing, deferred billing, differentiated marketing, integrated marketing.

A + A + N + N (прилагательное + прилагательное + существительное + существительное): Canadian National Distribution Guide.

N + P2 + G (существительное + причастие прошедшего времени + герундий): computer integrated manufacturing.

N + Con + N + N (существительное + союз + существительное + существительное): food and drug administration, food and drug index.

В английской терминологии маркетинга нередки случаи формирования составных терминов при помощи «дефиса»: above-the-line cost, across-the-board, ad-a-card, add-on-sale, ad-noter, agency-produced program, air-bubble packing, all-inclusive study, alternate-bundles run, area-by-area allocation, audience-participation program, awareness-trial-repeat, back-to-back commercials, bad-risk file, bait-ad, below-the-line cost, bind-in, business-to-business advertising, buy-or-die message, call-back, camera-ready, by-product, cast-coated, catching-up, cease-and-desist order, closed-circuit television, close-up, design-for-response, die-stamping, double-decker, euro-ad, friend-of-a-friend, hi-fi, key-to-tape.

Из вышеупомянутых примеров видна различная частота распространения составных терминов, выраженных словосочетаниями. Наибольшей частотой употребления характеризуются термины-словосочетания типа P2 + N; N + Pr + N; A+N; N + N; P1 + N; N + G; A + N + N; N + N + N; A + G. Остальные модели составляют небольшое количество.

В английском языке нет чёткой границы между общеупотребительной лексикой и специальной терминологией. Зачастую в основе английского термина лежит метафоупотребление слова общего значения.

Замеченные в результате анализа сведения о специфичности и целесообразности в образовании и функционировании терминов маркетинга будут благоприятствовать последующему развитию терминоведения и терминографии.