

Indice

CAPITOLI

- 7 MARIA TERESA ZANOLA, *Presentazione*
- 9 BÉATRICE FERRARI, *Caratteristiche vincenti del nome del prodotto*
- 21 VICTORIA BOGUSHEVSKAYA, *Sportswear brand names adaptation from alphabetic languages in Modern Standard Mandarin and vice versa*
- 49 CARMEN FIANO, CRISTIANO FURIASSI, KOSZTASZ PANAJOTU, *Brand Names in Military English. The link between two worlds*
- 65 VIRGINIA FORMISANO, AGNESE DANIELA GRIMALDI, *Cases of brand name genericization in nautical English*
- 81 MICOL FORTE, ALESSANDRA DELLA PENNA, *L'Oréal e La Vache Qui Rit. Analisi semio-linguistica di due nomi commerciali francesi*
- 97 ALDO FRIGERIO, MARIA PAOLA TENCHINI, *Marchionimi: nomi propri o nomi comuni?*
- 113 SILVIA GILARDONI, *I nomi dei vini italiani. Tra denominazioni di origine, marchi aziendali e marchi di prodotto*
- 137 ALESSANDRO MAISTO, SERENA PELOSI, MICHELE STINGO, RAFFAELE GUARASCI, *A hybrid method for the extraction and classification of product features from user-generated contents*
- 169 FRANCESCO NACCHIA, VITTORIA MASSARO, *A joint linguistic-marketing analysis of brand and product names: the case of Unilever*
- 187 ASSUNTA CARUSO, CLAUDIO GRIMALDI, *Postfazione*