

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	4
1. Рекламный образ как фирменный стиль.....	19
1.1. Логотип	22
1.2. Слоган и ОРТ	33
1.3. Корпоративный (фирменный) герой.....	39
1.4. Нейм.....	44
1.5. Параметры рекламного образа.....	47
1.6. Пространство рекламного образа	59
1.7. Невербальные элементы рекламного образа.....	61
2. Рекламный образ как социальное представление	70
2.1. Типология позиционирования	76
2.2. Механизмы воздействия рекламного образа	102
2.3. Ассимиляционно-контрастная иллюзия восприятия.....	108
2.4. Анкерировка рекламного образа.....	110
3. Рекламный образ как образ массовой культуры.....	116
Приложение 1. Визуальные метафоры и метонимии в рекламном образе	155
Список литературы.....	158