

Indice del volume

Introduzione	v
I. Pubblicità e comunicazione	3
II. Il discorso pubblicitario	17
III. Strategie pubblicitarie	35
IV. Testi pubblicitari	51
1. Segno pubblicitario, p. 56 - 2. Immagini, p. 63 - 3. Enunciazione, p. 65 - 4. Narrazioni, p. 74	
V. Soggetti pubblicitari	83
1. Marchio e marca, p. 83 - 2. Pubblicità istituzionale, p. 94 - 3. Griffe, p. 99 - 4. Pubblicità sociale, p. 105	
Conclusioni. I pericoli dell'iperseduazione	111
Bibliografia	117
Indice analitico	123