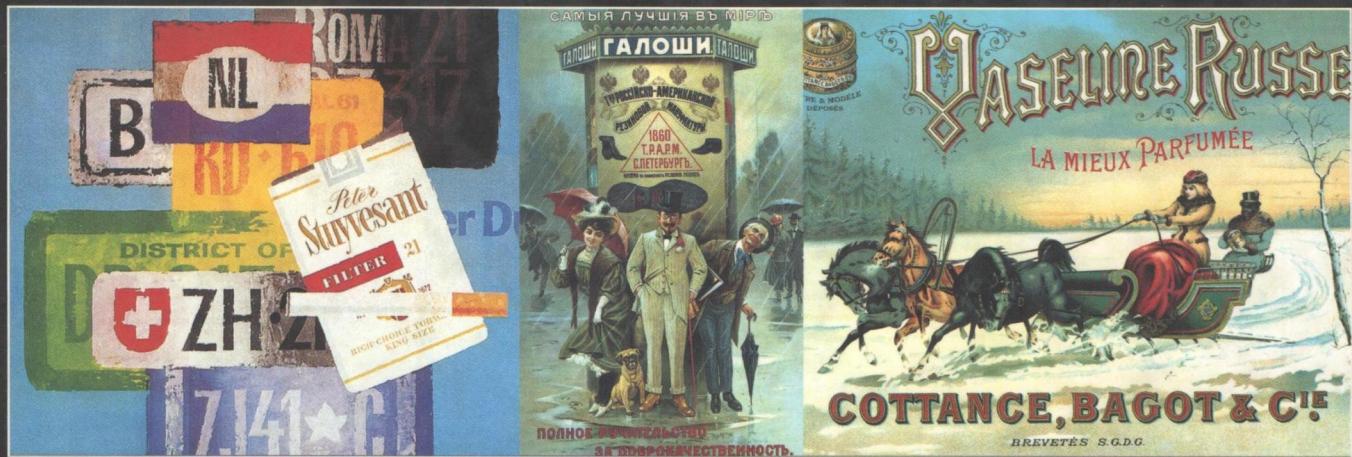


67.404.3
Д - 14

товарный знак



В ЕВРОПЕ И В РОССИИ

UA-228169

А. Даиксель
К. Брандмейер
Э. Гинтерник

ПЛАКАТЫ

ЛИСТОВКИ

ТОВАРНЫЙ ЗНАК

В ЕВРОПЕ
И В РОССИИ

ВОПРОСЫ
ТЕОРИИ
И ИСТОРИИ

ЗНАМЕНА

УПАКОВКИ

ТОВАРНЫЕ ЗНАКИ

ОГЛАВЛЕНИЕ

М. КАГАН

ПРЕДИСЛОВИЕ

А. ДАЙКСЕЛЬ, К. БРАНДМЕЙЕР

МАГИЧЕСКИЙ ОБРАЗ: ТОВАРНЫЙ ЗНАК В ЭПОХУ МАССОВОГО ПРОИЗВОДСТВА

Беспомощный просветитель

Карл Маркс и товарный знак

Обнимитесь, миллионы

Товарный знак как средство коммуникации

Антропологический аспект действия

Качества коммуникаций

Испытывающий разум

Сила привычки

Товарные знаки живут как нравы и обычаи

5	Строгий взгляд доброго имени	24	Магическая поддержка	
	О величии образа		Тайнственная прибавочная стоимость	
	Товарный знак как социальная воля		знака	52
	Послушный торговец	26	Знак и магия	52
	Довольные покупатели	28	Создатель товарного знака как маг	54
9	Нормативная плотность	29	Сокровища воспоминаний	
	Знак как живой образ		Доверие хорошо знакомому	55
11	Потребители держат его в напряжении	30	Индивидуальность через массу	
	Композиция материалов		От массовой вещи к отдельному лицу	60
	Образование знака — это творческий		Масса и личность	61
	процесс	31	От массовой вещи к отдельному знаку	63
13	Материалы	33	Индивидуальность посредством знака	64
17	Место представления	35	Думать сердцем	
	Публика	36	Маркетинг и Маленький Принц	64
20	Стань тем, кто ты есть	38	Э. ГЛИНТЕРНИК	
	Идентичность — это не готовая вещь		ТОВАРНЫЙ ЗНАК В РОССИИ.	
	Прообраз вместо копии		ИСТОРИЯ И СОВРЕМЕННОСТЬ	67
22	Тот, кто хочет вести за собой, должен	40	Примечания	125
	идти впереди		Дизайн и символ	126
	Удовольствие и познание			
	Прекрасное как элемент жизненно-	43		
	практического формирования			
	Познание изменяет удовольствие,	44		
	но не заменяет его			
	Реклама, доставляющая удовольствие,			
	открывает душу для знакомства	47		
	Сила против образа			
	Страх знака перед разделением труда	48		

08/04/2024

