

Celebryta, jako narzędzie promocji

Patricia Szostaczko

Artykuł opisuje możliwości wykorzystania osób znanych do celów promocji. Autorka dokonuje opisu funkcji promocyjnych wizerunku osób znanych. Przedstawia formy wykorzystania osób znanych do promocji produktu oraz mechanizmy oddziaływania wizerunku osób znanych na odbiorcę. Autorka podejmuje klasyfikację rodzajów osób znanych. Opisuje potencjał wizerunku osób znanych do promocji produktów.

Słowa kluczowe:: osoba znana, wizerunek, promocja, narzędzie promocji

Abstract

The article describes the possibilities of celebrity image exploitation for promotion. The author characterizes the promotional functions of celebrity image. She presents the forms of celebrity image exploitation to promote the product and the mechanisms of celebrity image influence on the recipient. The author discusses the classification of celebrity types. She describes the potential of the celebrity image to promote products.

Keywords: celebrity, image, promotion, promotion instrument