

L'argumentation publicitaire : rhétorique de l'éloge et de la persuasion

Type de contenu : Texte

Type de médiation : sans médiation

Titre(s) : L'argumentation publicitaire : rhétorique de l'éloge et de la persuasion / Adam, Jean-Michel ; Bonhomme, Marc

Auteur(s) : Adam, Jean-Michel (1947-....)

Autre(s) auteur(s) : Bonhomme, Marc

Mention d'édition : [Nouvelle éd. mise à jour]

Editeur, producteur : Paris : A. Colin, DL 2012

Description matérielle : 365 p. : ill. ; 22 cm

Collection : ICOM Série Discours et communication

ISBN : 978-2-200-27838-0

EAN : 9782200278380

Appartient à la collection : Collection ICOM. Série Discours et communication 2264-5098 2012
Collection ICOM 2264-9093 2012

Classification décimale Dewey : 659.101 4 23
401.41 23

Note sur les bibliographies et les index : Bibliogr. p. 342-350. Index

Résumé ou extrait : Cet ouvrage aborde l'analyse de la rhétorique publicitaire. Les auteurs proposent une approche linguistique de la communication dans le domaine de la publicité en prenant en exemple une série de messages promotionnels. L'étude tient également compte des autres supports publicitaires utilisés, comme l'image.

Sujet(s) : publicité
linguistique
communication
argumentation

Sujet - Nom commun : Langage publicitaire

Communication visuelle
Discours (linguistique)