

Подборка печатной рекламы из Интернета

Выполнил студент группы Со-39

Реклама Nokia 6681



NOKIA
CONNECTING PEOPLE

Новый способ
увидеть больше

NOKIA 6681

mobile.review.com

Фотосъемка
1.3 мегapixel

Останьтесь – жить после невероятных моментов, надо только уметь их увидеть! С новым скарффоном Nokia 6681 Вы действительно можете заметить больше! 1.3-мегапиксельная камера со вспышкой, 6-кратный зум, дисплей с поддержкой 256k, 144 цветов и решение для печати фотографий с телефона Nokia XpressPrint превратят работу с изображением в удовольствие и позволят взглянуть на мир по-новому.

Горячая линия Nokia: (995) 727-2222. Часы работы: 06.00-20.00 (московское время), Пн-Пт. www.nokia.ru

Copyright © Nokia, 2005. Все права защищены. Nokia, Nokia Connecting People являются зарегистрированными торговыми марками Nokia Corporation. Упомянутые термины являются товарными знаками Nokia Corporation.

- **Мотивы:** Мотив высоких функциональных качеств. Показ преимуществ товара. Показ камеры, возможность печати с телефона.
- **Сюжеты:** Демонстрация ключевых особенностей товара. (Камера в телефоне со вспышкой)
- **Приемы:** Выборочная подборка информации, подача информации только с выгодной стороны. Использование слогана – позволяет сфокусировать внимание потребителя на основных особенностях.
- **Тропы:** метонимия – “Новый способ увидеть больше”
- **Риторические фигуры:** Фигура речи используемая для увеличения воздействия на адресата “NOKIA connecting people”

Реклама iPhone

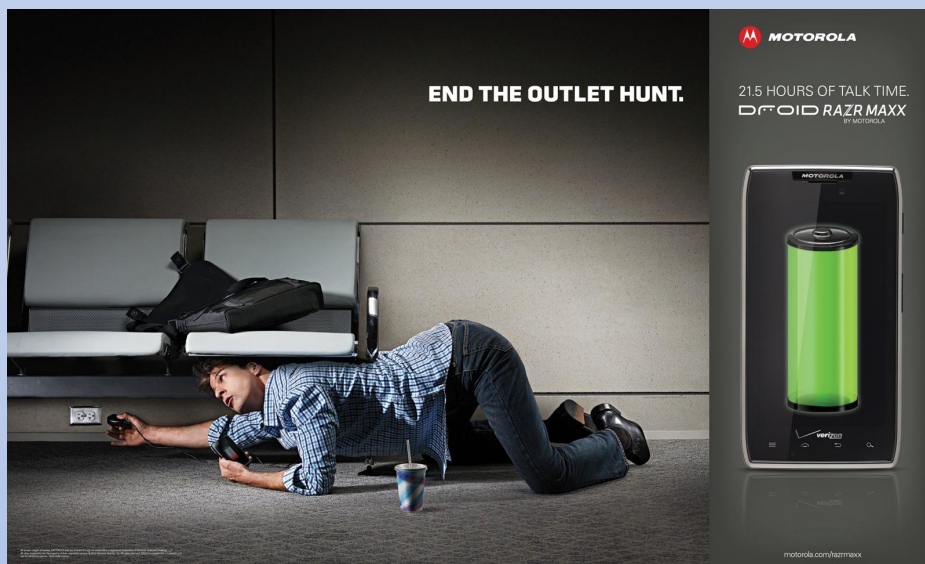
Life is easier on iPhone.

And that starts as soon as you turn it on.



- **Мотивы:** Мотив высоких функциональных качеств. Показ преимуществ товара. Показ простаты обращения с телефоном на интуитивном уровне.
- **Сюжеты:** Демонстрация ключевых особенностей товара. (Лаконичный дизайн)
- **Приемы:** Выборочная подборка информации, подача информации только с выгодной стороны. Использование слогана – позволяет сфокусировать внимание потребителя на основных особенностях.
- **Тропы:** сравнение – “Включи телефон – включи жизнь”
- **Риторические фигуры:** Фигура речи используемая для увеличения воздействия на адресата “Включиться в жизнь так же просто, как включить айфон”

Реклама Motorola



- **Мотивы:** Мотив надежности. “21.5 hours of talk time”
- **Сюжеты:** Решение проблемы. Все затруднения возникшие у героя можно решить с помощью рекламируемого товара.
- **Приемы:** Выборочная подборка информации, подача информации только с выгодной стороны. Использование слогана – позволяет сфокусировать внимание потребителя на основных особенностях
- **Тропы:** Сравнение “охота на розетку”
- **Риторические фигуры:** Фигура речи используемая для увеличения воздействия на адресата “Droid Razr Maxx”