

Spis treści

Wprowadzenie / 11

Rozdział 1

Nazwy, nazwy, nazwy... / 13

Pospolite i własne / 13

Teoria w pigułce / 16

Słowa ludzi niosą / 19

Nomen omen / 20

Na początku było... / 21

Pozdrowienia od Orwella / 22

Ja mijam się z prawdą. Ty kłamiesz. / 24

Show-business is name business / 25

Rozdział 2

Nazwa=marka+promocja / 29

Branding — to jest to! / 29

Nazwa marketingowa / 33

Identyfikator i organizator marki / 34

Projektant i kreator wizerunku / 35

Główny komunikat promocyjny / 36

Sprzedawca!!! / 37

Mała może więcej / 38

Nazwa w systemie CI / 39

Strategia dzięki nazwie / 41

Nazwa a promocja / 45

Czy nazwa jest konieczna? / 49

Wino marki „wino” / 49

Udana Pokusa Puszystej Kasi /	50
Firmowa enigma /	52

Rozdział 3

Jak to działa? / 57

Komunikacja poprzez nazwę /	57
<i>Co autor chciał przez to powiedzieć?</i> /	61
Pragmatyka /	61
Metaforyka /	62
Motywacja /	64
Perswazja, czyli sedno! /	66
Perswazja <i>via</i> nazwa /	67
Perswazja <i>via</i> marka /	67
Rozum, serce, zmysły, ego /	70
Nazewnicza AIDA /	71
Manipulacja czy konwencja? /	74

Rozdział 4

Do wyboru, do koloru / 78

Typologia, czyli rodzaje /	78
Klasyfikacja /	78
Repertuarowe kontinuum /	83
Pochwała metafory /	86
Skuteczne, lecz niebezpieczne /	88
Pola, strefy i sfery /	89
Prosto z mostu! /	93
<i>Named in the USA</i> /	93
<i>Hej, kliencie!...</i> /	95
Amerykanin w Warszawie /	95
Ze sloganem do spółki /	97

Rozdział 5

Język pod mikroskopem / 100

Znak językowy /	100
Architektura nazwy /	101

Nazwa na czterech nogach / 103

Znaczenia znaczenia / 104

Co to ma znaczyć?! / 104

Konotacje / 108

Asocjacje / 109

Emocje i stylizacje / 113

Nie bez znaczenia! / 116

Nazewnicza płeć / 119

Fleksja / 119

Pan czy pani? / 122

Litery / 125

Symbolizm literowy / 126

Abecadło / 128

Pisownia / 129

Głoski / 131

Symbolizm fonetyczny / 131

Eufonia / 133

Sylaby / 134

Konstrukcje / 137

Rozdział 6

Nazwa na manowcach / 143

No i co z tego?! / 144

Klient jej Panem / 144

Promocja jej przeznaczeniem / 145

Marka jej celem / 147

Komercja jej misją / 149

Czym nazwa nie jest / 149

Nadawcom nazw — ku pamięci! / 153

Rezygnacja z nazwy / 154

Zmarnowanie nazwy / 154

Zapominanie o znaku towarowym / 154

Zapominanie o domenie internetowej / 155

Wybór niewłaściwego argumentu / 155

Zapominanie o ...pamiętaniu / 156

Zbyt duże oczekiwania / 156

Niedoceniać możliwości /	157
Asekurancja i ciasna wyobraźnia /	157
Wybór nazwy na końcu /	158
Nadmierne rozciąganie /	158
Pułapki, wpadki, błędy /	160
Niekorzystne znaczenie lub przywoływanie niepomyślnych skojarzeń /	160
Prowokowanie prześmiewczych zniekształceń /	162
Konstrukcyjna sztampa i tandeta /	163
Fonetyczna szpetota i niezamierzony efekt komiczny /	164
Bezkrytyczne uleganie modom i stereotypom, pretensjonalizm i efekciarstwo /	165
Treściowa ciasnota i dezorientacja /	167
Obce? — Byle z rozważą! /	168
<i>Nic z tego nie rozumiem!</i> /	169
Jak to wymówić? Jak to zapisać? /	170
Gdzie umiar? Gdzie smak? /	172
Efekty, a nie rodowód! /	172
Nazwa kształtuje świadomość /	173

Rozdział 7

„Produkcja”, badanie, logotyp / 177

Skąd wziąć nazwę /	177
„Fabryka nazw” /	179
Atuty, czyli korzyści /	180
Wszechstronna oferta /	181
Sojusznicy /	182
Klienci i koszty /	182
Specyfika /	184
Teraz Polska /	185
Jak to się robi /	186
„Technologia” /	186
Komputer /	189
Konkurs /	190
Pułapka! /	192
<i>Co Pan(i) sądzi o tej nazwie?</i> /	195

Badania jakościowe /	195
Badania ilościowe /	197
Logotyp /	199
2 w 1! /	200
Artyzm czy pożytek? /	201
Litery i bajery /	203

Rozdział 8

Pod ochroną prawa /	206
Znak towarowy /	206
Ustawy to podstawy! /	210
Rejestracja=patent na nazwę /	212
Badanie /	213
Zdolność /	214
Czystość /	216
Klasy /	218
Zgłoszenie /	219
® i TM /	221
Ad rem /	221
Między <i>firmą</i> a <i>znakiem</i> /	224
Podobieństwo czy imitacja? /	228

Rozdział 9

Zastosowanie, promocja, wymiana /	234
Zawsze i wszędzie! /	234
Instrukcja obsługi /	237
Lansowanie i PR /	239
Czy nazwa działa? /	243
<i>Pospolitość skrzeczy</i> /	245
Kiedy zmieniać /	251

Słownik użytecznych terminów /	258
Wybrane pozycje bibliograficzne /	273