

SPIS TREŚCI:

Celebryci w ataku	15
Celebryta, czyli kto?	19
Celebryta jako twarz marki	27
Celebryta jako ekspert	34
Coming out celebryty	41
Muzycy w reklamie	45
Sportowcy w reklamie	47
Marka to ja	48
Narodziny gwiazdy	50
Gwiazda świeci... własnym zapachem	53
Celebryta a reklama – kto na tym korzysta?	56
„Forbes” – ile warte są gwiazdy i jak to zmierzyć?	57
Polityk to też celebryta	61
Gwiazdy w oczach Kowalskiego i... reklamodawców	62
Celebryci w kampaniach politycznych	64
Wpływ celebryty na świadomość marki	65
Reklama w obliczu skandali medialnych gwiazd	70
Tiger Woods – upadek idola	76
Celebryci a wartość giełdowa reklamodawcy	82
Plotka jako narzędzie budowania zainteresowania produktem	86
Celebrity Worship Syndrome – od uwielbienia do uzależnienia	88
Jak osiągnąć najwyższy wskaźnik ROI, zatrudniając celebrytę?	92
Celebryci przekonują do produktów – ostatnia rada	95
O autorach	98
Bibliografia	101