

Bakalářská práce se zaměřuje na zhodnocení používání specifických jazykových prostředků – metafory a personifikace v marketingové komunikaci. První část práce pojednává o jazykových tropech z hlediska lingvistického a jejich užití v běžné mluvě a tedy i v reklamě. Druhá část se zabývá konkrétními příklady využití metafory a personifikace v reklamních sděleních a specifiky komunikace finančních služeb. Dále je analyzována konkrétní kampaň Komerční banky „Bankovní produkty s lidskou tváří“ z hlediska použitých metafor a personifikací. V závěru je zhodnocena efektivita této kampaně.