

Dostrzec reklamę niewidzialną. Reklama w filmach i audycjach telewizyjnych

Jeśli chcesz zamówić pisanie pracy od podstaw, to zapraszamy na stronę [pisanie prac](#) - sprawdzony serwis

Praca licencjacka.

Wyższa Szkoła Zarządzania Marketingowego i Języków Obcych w Katowicach

Wstęp

Rozdział 1

Główne zagadnienia i pojęcia marketingu

- 1.1. Współczesne znaczenie marketingu i jego pojęcie
- 1.2. Strategia marketingowa i elementy marketingu mix
- 1.3. System promocji i jego elementy
- 1.4. Reklama, funkcje i rodzaje
- 1.5. Środki reklamy

Rozdział 2

Techniki psychologiczne w reklamie

- 2.1. Dlaczego producenci reklam wpływają na podświadomość człowieka
- 2.2. Kariera reklamy podprogowej
- 2.3. Lęk przed manipulacją

Rozdział 3

- 3.1. Product placement, historia i próba definicji
- 3.2. Dobieranie filmów i wykorzystanie w promocji
- 3.3. Skuteczność oddziaływania
- 3.4. Idole dziecięcej widowni w reklamach

3.5. Pozycja w budżecie i prawne aspekty product placement

3.6. Sponsoring filmów fabularnych

Rozdział 4

Reklama w promocji filmu

4.1. Public relations w promocji filmu

4.2. Reklama filmów w promocji produktów

Rozdział 5

Reklama w audycjach telewizyjnych

5.1. Sponsoring programów telewizyjnych

5.2. Product placement w serialach telewizyjnych

5.3. Product placement w „Wielkim Bracie”

Rozdział 6

Analiza product placement na przykładzie „Operacji Samum”,
„Kiler-ów 2-óch” oraz „Poza światem”

Zakończenie

Bibliografia