

## Оглавление

Вступительная статья

Предисловие

Глава 1. Место product placement в системе маркетинговых коммуникаций

Основные понятия product placement и техники эффективного применения

Типы и каналы распространения product placement

История product placement

Аудитория product placement и ее отношение к РР-включениям

Рынок product placement и ценообразование

Отличия и преимущества product placement от других видов рекламы

Глава 2. Формирование культуры престижного поведения через product placement

Синдром подражания знаменитостям

Дети

Стиль жизни от звезд. Формирование культуры престижного потребления через product placement

Рекламные on-line фильмы

Глава 3. Психологические приемы воздействия product placement на управление потребительским поведением

Психологическое воздействие в маркетинговых коммуникациях

Психологическая идентификация зрителей с продуктами product placement

Product Placement и теория социального научения

Вовлеченность зрителя в сюжет произведения — залог успешности product placement

Хроноэффект product placement

Запоминаемость брендов и эмоциональное восприятие художественного контента

Увеличение эффективности product placement через социальные стереотипы

Психологические эффекты использования имени бренда в названии художественных произведений

Диссонансный product placement

#### Глава 4. Эволюция практического применения product placement

Product placement в художественных фильмах

Product placement в российских блокбастерах

Product placement на телевидении

Product placement в художественной литературе

Product placement в комиксах

Product placement в прессе

Product placement в видеоиграх

Product placement в музыке

Космические и антарктические экспедиции как объект интеграции product placement

Обратный product placement

#### Глава 5. Этика product placement и законодательство

Негативное влияние product placement на потребителей и борьба с ним

Курение из подражания

Законодательное регулирование product placement

Послесловие