

Spis treści

Przedmowa **Lokowanie produktu i inne przyjemności
wynikające z oglądania filmów** 9
Wiesław Godzic

Wstęp 15

Wprowadzenie 19

Przedmiot badania 20

Zakres opracowania 22

Struktura 25

Metodologia: interdyscyplinarność 26

Źródła 29

Niektóre kwestie formalne 32

Część pierwsza Historia i ewolucja product placement 35

Rozdział 1 **Hollywood i konsumpcja masowa** (1895–1930) 37

Rozdział 2 **Początki techniki PP** (1930–1945) 46

Rozdział 3 **Okres przejściowy** (1945–1970) 57

Rozdział 4 **Pojawienie się pierwszych pośredników**
(1970–1982) 61

Rozdział 5 **Powstanie nowej gałęzi przemysłu
hollywoodzkiego** (1982–1990) 65

Rozdział 6 **Normalizacja** (1990) 81

Część druga	Debaty i aktualny model product placement 97
Rozdział 1	Status questionis dyskusja 99
Rozdział 2	Interesy handlowe i twórczość filmowa 102
	Obecność marek w produkcji filmowej 102
	Wpływ czynnika komercyjnego na twórczość 111
Rozdział 3	Podświadomy charakter przekazu 122
	Reklama podprogowa 123
	„Podświadomy” charakter product placement 127
Rozdział 4	Aspekty prawne 131
Rozdział 5	Aktualny model Hollywood 140
	Filmowcy 140
	Reklamodawcy 149
	Pośrednicy 150
	Proces 154
	Umowy 156
Część trzecia	Wytyczanie granic konceptualnych z perspektywy przekazu marketingowego 159
Rozdział 1	Przekaz marketingowy w ramach <i>marketing mix</i> 161
Rozdział 2	Miks komunikacji i product placement 164
	Różnice i podobieństwa do reklamy 164
	Różnice i podobieństwa z public relations 168
	Różnice i podobieństwa ze sponsoringiem 170
	Różnice i podobieństwa z <i>publicity</i> 174

Rozdział 3 **Model Lasswela i product placement** 180

Rozdział 4 **Definicja product placement** 183

Epilog **Inne charakterystyki przekazu marketingowego naszych czasów** 193

Rozdział 1 **Propozycja: spojrzenie semiologiczne** 198

Rozdział 2 **Przekaz marketingowy, społeczeństwo i kultura: dążenie ku zbieżności** 205

Ruchy „antykonsumpcyjne” 207

Kontekst „postmodernistyczny” 209

Zacieranie granic 214

Komunikacja marketingowa i informacja 215

Komunikacja marketingowa, kultura i sztuka 217

Proces zbieżności globalnej? 220

Bibliografia 225