

Product Placement в кинематографе как инструмент маркетинговых коммуникаций

Научный руководитель – Костикова Анна Анатольевна

Косиченко Каролина Сергеевна

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Философский факультет, Кафедра философии языка и коммуникации, Москва, Россия

E-mail: kosichenko.2015@mail.ru

Технология Product Placement- наиболее яркий пример слияния искусства и рекламы. Он позволяет органично вписать рекламный блок в цельное художественное произведение и тем самым достичь увеличения рейтинга. Данная работа посвящена исследованию технологии Product Placement как инструмента маркетинга и её актуальности на рекламном рынке.

Главные задачи в работе: раскрыть исторический аспект возникновения и развития Product Placement, определить содержание и виды РР, проанализировать мировые тенденции Product Placement и возможности его применения в киноиндустрии.

В первой главе рассмотрен теоретический аспект РР: рассказана история его возникновения, его содержание и виды. Во второй главе РР рассмотрен уже как инструмент маркетинга: проанализированы состояние и возможности применения РР в киноиндустрии, а также разобраны особенности этой технологии в России.

Научной и практической значимостью данной работы является расширение представления об инструментах маркетинга, в частности о технологии РР или размещении брендов в фильмах и телесериалах. Представленные в работе данные вносят существенный вклад в понимание того, как, используя эту технологию, информация о товарах и услугах доводится до потенциального потребителя.

Источники и литература

- 1) Березкина О. П. Product Placement. Технологии скрытой рекламы. — СПб.: Питер, 2009. — 224 с.
- 2) Walton A. The Evolution of Product Placement in Film // The Elon Journal of Undergraduate Research in Communications. 2010. Vol. 1, № 1. P. 70–85.
- 3) Тисенкова О. А., Мельникова С. А. Product Placement: технология скрытой рекламы // Проблемы экономики и менеджмента. — 2016. — № 5. — С. 120–125.
- 4) Хохлова Т. П., Назаретян П. В. Product placement как глобальная стратегия продвижения товаров и услуг: проблемы и пути их решения // Маркетинг в России и за рубежом. — 2011. — № 2. — 87–98.
- 5) Homer, P.M. (2009), Product Placements: The Impact of Placement Type and Repetition on Attitude, Journal of Advertising, 38(Fall)
- 6) Product placement в дозорах // mir-dozorov. URL: <http://mir-dozorov.com/product-placement-v-dozorax>
- 7) Рамазанова З. А. К вопросу о роли Product Placement в интегрированных маркетинговых коммуникациях // Вопросы структуризации экономики. — 2011. — № 1. — С. 206–211.

- 8) A History of product placement in movies: 150 cases from 1911 to today // www.vivelapub.fr. URL: <http://www.vivelapub.fr/en/a-history-of-product-placement-in-movies-150-cases-from-1911-to-today/>