

Product placement w polskich filmach, serialach i produkcjach telewizyjnych na przykładzie stacji telewizyjnej TVN.

Wstęp.....3

Rozdział 1

Product placement jako forma komunikacji marketingowej.

1.1 Istota komunikacji marketingowej.....5

1.2 Product placement – nowoczesna forma reklamy.....8

1.3 Prawne i etyczne aspekty product placement.....14

1.4 Analiza sposobów i technik wykorzystania product placement.....16

Rozdział 2

Charakterystyka grupy TVN oraz analiza product placement.

2.1 Charakterystyka grupy TVN oraz zakres jej działania22

2.2 Analiza product placement w stacji TVN.....29

Rozdział 3

Ocena product placement w opinii konsumentów – badanie własne ankietowe.

3.1 Procedura badawcza.....36

3.2 Opracowanie wyników i analiza.....37

3.3 Wnioski koncowe badania.....50

Zakończenie.....52

Bibliografia.....53

Filmografia.....55

Spis rysunków.....55

Spis tabel.....57

Załącznik.....58