

Секция «7. Развитие управленческого потенциала в инновационной экономике»

Product placement

Штанько И.В.¹, Елканов В.Э.²

1 - , , 2 - , , Москва, Россия

E-mail: bcaalol@gmail.com

Научный руководитель

к. э. н. Колесникова Ольга Викторовна

Реклама.

Наиболее актуальный (на данный момент) раздел в области рекламы – Product placement.

Что же на самом деле представляет собой Product placement, и почему он так популярен на данный момент?

Успешный «старт» эпохи Product placement'a. Что послужило началом новой эры в сфере рекламы?

Виды Product placement'a и их отличия.

Плюсы Product placement'a, а так же минусы, которых почти нет.

Эффективное и удачное использование product placement'a на примере иностранного кинематографа.[1]

Неуместное и «провальное» участие product placement'a в российском кинематографе.[2]

Вывод: Product placement – один из ключевых аспектов, способствующий успешному продвижению товара на рынок, а также – его «раскручиванию».

Собственные мысли на эту тему.

[1] «**Hollywood's Blockbuster Role for Product Placement**», BusinessWeek

[2] **Русский Product Placement**, Евгения Кузнецова (sostav.ru)

Литература

1. www.ferra.ru Обзоры мобильных телефонов, телефоны в кино ;
2. <http://ru.wikipedia.org/wiki/Продакт-плейсмент>;
3. <http://www.businessweek.com/magazine/content/> «Hollywood's Blockbuster Role for Product Placement», BusinessWeek;
4. <http://lenta.ru/> "Ирония судьбы" Бекмамбетова
5. <http://www.mpilot.ru/analytics-view-2098.html>