

Formy wykorzystania osób znanych w lokowaniu produktów

Kinga Wach

Rozdział opisuje możliwości wynikające z udziału osób znanych w product placement. Scharakteryzowano product placement jako instrument komunikacji rynkowej. Wyodrębniono rodzaje product placement. Opisano funkcje i cele stosowania product placement oraz jego oddziaływanie na odbiorcę. Przedstawiono rolę bohatera w lokowaniu produktu. Zaprezentowano funkcje osób znanych w lokowaniu produktów w filmie.

Słowa kluczowe: product placement, promocja, osoba znana, wizerunek osoby znanej

Abstract

The chapter describes the opportunities arising from the celebrities participation in product placement. It characterized product placement as an instrument of market communication. It distinguished types of product placement. It describes the functions and objectives of the use of product placement and its impact on the recipient. The author specifies the role of the hero in product placement. The chapter presents the functions of celebrities in film product placement.

Keywords: product placement, promotion, celebrity, celebrity image