

# Sumario

Introducción .....	13
<b>1. Orígenes del <i>brand placement</i> del sector automoción en el cine norteamericano .....</b>	<b>23</b>
1.1. <i>Los primeros casos (1895-1940)</i> .....	24
1.2. <i>La década de los 40 y 50</i> .....	26
1.3. <i>La década de los 60</i> .....	28
1.4. <i>La década de los 70</i> .....	34
1.5. <i>La década de los 80</i> .....	38
<b>2. El <i>brand placement</i> del sector del automóvil en el cine norteamericano contemporáneo .....</b>	<b>45</b>
2.1. <i>Inversión de marcas automovilísticas en <i>brand placement</i></i> .....	49
2.2. <i>Ford</i> .....	51
2.3. <i>General Motors</i> .....	56
2.4. <i>BMW</i> .....	61
2.5. <i>Mercedes</i> .....	64
2.6. <i>Chrysler</i> .....	66
2.7. <i>Volkswagen</i> .....	68
2.8. <i>Lexus</i> .....	71
2.9. <i>Audi</i> .....	71
2.10. <i>Formas de pago</i> .....	75
2.11. <i>Medida de la eficacia</i> .....	77
<b>3. Método delphi. Panel de expertos.....</b>	<b>87</b>
1. <i>Ficha Técnica</i> .....	87
2. <i>Participantes</i> .....	87
3. <i>Cuestionario Realizado</i> .....	88

Conclusiones.....	95
Notas .....	103
Bibliografía .....	107