

إشتمل البحث على جانب نظري وجانب تحليلي، وإنقسم الجانب النظري للبحث إلى الأبواب التالية:

الباب الأول: وتناول الإستراتيجيات الإعلانية لتسويق المنتجات عبر الأفلام السينمائية، الفصل الأول: إستراتيجيات الإعلان غير المباشر من خلال منظومة التسويق، الفصل الثاني: مستقبل الإعلان ما بين التليفزيون والسينما. الباب الثاني: تناول التصميم الإبتكارى للإعلان غير المباشر بالفيلم السينمائى لتوجيه السلوك الشرائى للمستهلك، الفصل الأول: ماهية الإعلان غير المباشر وكيفية تصميمه ودمجه بالفيلم السينمائى، الفصل الثاني: دور الإعلان غير المباشر فى توجيه السلوك الشرائى للمستهلك. أما الجانب التحليلى للبحث وهو الباب الثالث: وتناول الدراسة التحليلية لنماذج مختارة من الإعلانات غير المباشر بالسينما المصرية. النتائج. التوصيات. المراجع. ملخص البحث باللغة العربية والإنجليزية.