

Rola, znaczenie reklamy politycznej i kampanii wyborczej na preferencje wyborcze i wyniki wyborów.

Wstęp.....5

Rozdział 1

Główne zagadnienia marketingu politycznego, reklamy politycznej i Public Relations

1.1 Reklama- definicja.....6	6
1.1.1. Cele i funkcje reklamy.....7	7
1.1.2. Skuteczność reklamy.....10	10
1.1.3. Podział reklamy.....12	12
1.2 Reklama polityczna.....18	18
1.2.1 Typy reklamy politycznej.....20	20
1.2.2 Rodzaj politycznej reklamy telewizyjnej.....20	20
1.2.3 Reklama w procesie komunikowania politycznego.....23	23
1.3 Marketing w polityce.....27	27
1.4 Budowanie wizerunku polityka.....29	29
1.4.1 Wizerunek polityka.....29	29
1.4.2 Tożsamość a wizerunek polityka.....30	30
1.5 Public relations.....33	33
1.5.1 Historia public relations.....35	35
1.5.2 Współczesna definicja public relations.....36	36

Rozdział II

Kampania wyborcza i wizerunkowa polityka

2.1 Kampania wyborcza.....37	37
2.2. Narzędzia kampanii wyborczej.....39	39
2.3 koszty kampanii wyborczej.....39	39
2.4 Ewolucja kampanii wyborczej.....39	39
2.5 Strategia wyborcza.....40	40

Rozdział III

Konstrukcja i struktura raportu- opracowanie wyników ankiety

3.1 Cel ankiety.....	42
3.2 Forma i metodyka realizacji badań.....	42
3.3 Próba badawcza.....	42
3.4 Czas i miejsce realizacji ankiety.....	43

Rozdział IV

Prezentacja i wnioski wyników ankiety.....

Zakończenie.....	60
Bibliografia.....	61
Ankieta.....	62