

Funkcjonowanie marketingu politycznego w jednostce samorządu terytorialnego na przykładzie wyborów samorządowych w powiecie gdańskim ziemskim w 2010 roku

Wstęp..... 3

Rozdział I

Teoria marketingu politycznego..... 6

Rozdział II

Mechanizmy funkcjonowania marketingu politycznego w praktyce..... 22

Rozdział III

Analiza działań marketingu politycznego w wyborach samorządowych 2010 roku w powiecie gdańskim ziemskim39

Rozdział IV

Analiza możliwych planów dotyczących działań marketingu politycznego w wyborach samorządowych 2014 roku w powiecie gdańskim ziemskim..... 52

Zakończenie64

Bibliografia66

Spis rysunków, tabel i wykresów69