

Kreowanie wizerunku strategii wyborczej.

Wstęp.....2

Rozdział I

Kreowanie wizerunku jako jedna z form marketingu politycznego.

1.1. Geneza marketingu politycznego.....4

1.2. Pojęcie marketingu politycznego.....5

1.3. Marketing polityczny w Polsce.....16

Rozdział II

Organizacja sztabu wyborczego i jego zadania.

2.1. Kampania wyborcza i jej promocja.....24

2.2. Działania w sferze public relations.....26

2.3. Radio i telewizja jako srodek przekazu informacji.....30

2.4. Kontakty bezpośrednie i organizacja imprez specjalnych.....34

Rozdział III

Budowa strategii wyborczej.

3.1. Budowa planu kampanii wyborczej i badania wyborcze.....44

3.2. Organizacja sztabu wyborczego i biura sztabu.....47

3.3. Finansowanie kampanii wyborczej.....53

3.4. Kampania bezpośrednia i medialna.....54

Zakończenie.....59

Bibliografia.....63

