

Spoty wyborcze w serwisie You Tube jako forma budowania wizerunku kandydata na przykładzie kampanii prezydenckiej w 2015 roku

Wstęp.....3

Rozdział 1

1.1. Instytucja Prezydenta w Rzeczypospolitej Polskiej5

1.2. Funkcje i zadania głowy państwa we współczesnym świecie..... 12

1.3. Zasady wyboru Prezydenta w Rzeczypospolitej Polskiej..... 21

Rozdział 2

Rola reklamy politycznej w kształtowaniu wizerunku

2.1. Marketing w polityce27

2.2. Narzędzia promocji w polityce31

2.3. Budowanie wizerunku polityka..... 35

2.4. Reklama polityczna39

2.5. Internetowa reklama polityczna42

2.6. Instrumenty public relations w kształtowaniu wizerunku polityka..... 45

Rozdział 3

Kampania wyborcza jako forma dialogu ze społeczeństwem

3.1. Istota i funkcje kampanii wyborczej.....	50
3.2. Opinia publiczna	52
3.3. Informacja w kampanii wyborczej	56
3.4. Przygotowanie i prowadzenie kampanii wyborczej	59

Rozdział 4

Kampanie prowadzone w serwisie You Tube przez kandydatów na urząd Prezydenta Rzeczypospolitej Polskiej w 2015 roku

4.1. Analiza spotów wyborczych kandydatów na Prezydenta Rzeczypospolitej Polskiej.....	63
4.2. Profil kandydata na Prezydenta prezentującego spoty wyborcze w serwisie You Tube.....	77
4.3. Wnioski z badań własnych	82

Zakończenie	88
--------------------------	-----------

Bibliografia	90
---------------------------	-----------

Spis tabel	94
-------------------------	-----------

Spis rysunków	95
----------------------------	-----------

Aneks – lista spotów z serwisu You Tube poddanych analizie	96
---	-----------