

Wybory Prezydenckie w 2015 roku. Analiza wybranych narzędzi marketingu politycznego

Wstęp.....4

Rozdział 1

Aspekty prawne oraz historia wyborów na urząd prezydenta RP

1.1 Zasady wyboru prezydenta Rzeczypospolitej Polskiej według konstytucji i kodeksu wyborczego7

1.2 Komitety wyborcze12

1.3 Finansowanie kampanii wyborczej13

Rozdział 2

Narzędzia marketingu politycznego w kampaniach prezydenckich

2.1 Pojęcie marketingu politycznego16

2.2 Charakterystyka wybranych narzędzi marketingu politycznego wykorzystywanych w kampaniach prezydenckich19

Rozdział 3

Narzędzia wizualne i audiowizualne

Rozdział 4

Sposoby wykorzystania portali społecznościowych38

Zakończenie51

Bibliografia..... 54