

Wykorzystanie reklamy w marketingu politycznym

Wstęp 4

Rozdział I.

Reklama w procesie komunikacji6

1.1. Początki i rozwój reklamy..... 6

1.2. Co jest a co nie jest reklama?7

1.3. Oddziaływanie reklamy na psychologiczne procesy informacyjne nabywcy 16

1.4. Rodzaje reklamy20

1.5. Reklama a internet 23

Rozdział II.

Marketing w polityce 26

2.1. Próba definicji – techniki marketingowe 26

2.2. Narzędzia komunikacji politycznej 37

2.3. Rynek polityczny – strategie polityczne 39

Rozdział III.

Reklama w strategii marketingu politycznego44

3.1. Reklama jako element marketingu44

3.2. Marketing-mix 47

3.3. Reklama jako element promotion-mix 52

3.4. Public relations54

Zakończenie 58

Spis tablic 62

Spis rysunków 63

Bibliografia 64