

*Jennifer Lees-Marshment:*

Komplexní politický marketing:

současné zamyšlení nad minulými závěry a budoucími směry .....7

*Eva Bradová, Pavel Šaradín:*

Permanentní kampaň a proces vládnutí: politika v éře konzultantů ..... 23

*Markéta Šústková:*

Silvio Berlusconi a Forza Italia: fyziognomie marketingu lídra .....37

*Sylvie Reterová:*

Alternativní formy hlasování z hlediska práva a bezpečnosti .....47

*Marek Mazur:*

Profesionalizace kampaní před volbami do samosprávných orgánů v Polsku..... 61

*Martina Lustigová:*

Poznámky k předvolebním kampaním Karla Kramáře .....77

*Veronika Němcová:*

Zpracování politických událostí na stránkách deníků Mladá fronta Dnes a Právo

(vzhledem k prezentaci levice a pravice) .....87

*Karel Kouba:*

Využití Millových metod ve srovnávací politologii:

metodologické předpoklady a problémy ..... 107

*Kateřina Legerská:*

Role opozice v současném Bělorusku –

analýza prezidentských voleb 2001, 2006 ..... 137

*Lukáš Vomlela:*

Vliv srbské nacionalistické opozice na Svaz komunistů Srbska ..... 159

*Radomir Sztwiertnia:*

Změna významu politické levice v Polsku po roce 2004..... 183

*Stanislav Myšička:*

Myšlenkové kořeny neoliberalismu a jeho charakteristika ..... 199