

OBSAH

ÚVOD	7
METODOLOGICKÁ POZNÁMKA	8
1 SOCIÁLNÍ MARKETING	9
1.1 Terminologie	9
1.2 Definice sociálního marketingu a sociální reklamy	11
1.3 Cílové skupiny sociálních marketingových kampaní	12
1.4 Cíle sociálního marketingu	13
1.5 Oblasti a témata sociálního marketingu	15
1.6 Hraniční oblasti sociálního marketingu	18
2 VÝZKUM SOCIÁLNÍCH MARKETINGOVÝCH KAMPANÍ V ČESKÉ REPUBLICE	21
2.1 Metodologie	21
2.2 Cíl výzkumu	23
2.3 Systematizace kampaní	26
3 OCHRANA ZDRAVÍ JAKO TÉMA SOCIÁLNÍ MARKETINGOVÉ KOMUNIKACE	29
3.1 Témata kampaní	29
3.1.1 Zdravotní osvěta a prevence	29
3.1.2 Boj proti rizikovému chování	34
3.1.3 Prosazování zdravého životního stylu	38
3.2 Podoba kampaní	41
3.2.1 Termín realizace kampaní	41
3.2.2 Území realizace kampaní	42
3.2.3 Zadavatelé a tvůrci kampaní	44
3.2.4 Financování a rozpočty kampaní	50
3.2.5 Zadáání, cíl a cílové skupiny kampaní	52
3.2.6 Komunikační a kreativní strategie, média	54
3.2.7 Garanti kampaní	57
3.2.8 Efektivita, ocenění a kritika kampaní	59

4 KAMPAŇ NA TÉMA „OCHRANA ZDRAVÍ“	61
4.1 Zdravotní osvěta a prevence.....	61
4.1.1 Rakovina.....	61
4.1.2 HIV/AIDS.....	106
4.1.3 Cukrovka	128
4.1.4 Žloutenka.....	132
4.1.5 Nemoci srdce	135
4.1.6 Očkování.....	138
4.1.7 Psychické zdraví.....	142
4.1.8 Poruchy příjmu potravy	152
4.1.9 Zubní péče	158
4.2 Boj proti rizikovému chování.....	165
4.2.1 Kouření	165
4.2.2 Drogy	196
4.2.3 Alkohol.....	214
4.3 Prosazování zdravého životního stylu.....	226
4.3.1 Životní styl.....	226
4.3.2 Stravování.....	241
4.3.3 Sport	268
ZÁVĚR.....	285
SHRNUTÍ	287
SUMMARY	288
LITERATURA.....	289