

ÚVOD	7
METODOLOGICKÁ POZNÁMKA	8
1 SOCIÁLNÍ MARKETING	9
2 VÝZKUM SOCIÁLNÍCH MARKETINGOVÝCH KAMPANÍ V ČESKÉ REPUBLICE	11
2.1 Metodologie.....	11
2.2 Cíl výzkumu	14
2.3 Systematizace kampaní	17
3 LIDSKÁ PRÁVA JAKO TÉMA SOCIÁLNÍ MARKETINGOVÉ KOMUNIKACE	23
3.1 Témata kampaní	23
3.1.1 Občanská práva.....	24
3.1.2 Genderová práva	30
3.1.3 Práva menšin.....	32
3.1.4 Lidská práva ve světě.....	35
3.2 Podoba kampaní	37
3.2.1 Termín realizace kampaní.....	37
3.2.2 Území realizace kampaní.....	40
3.2.3 Zadavatelé a tvůrci kampaní	44
3.2.4 Financování a rozpočty kampaní	52
3.2.5 Zadání, cíl a cílové skupiny kampaní	60
3.2.6 Komunikační a kreativní strategie, média	64
3.2.7 Garanti kampaní.....	65
3.2.8 Efektivita, ocenění a kritika kampaní	67
4 KAMPANĚ NA TÉMA „LIDSKÁ PRÁVA“	69
4.1 Občanská práva	74
4.1.1 Práva dětí a mládeže	74
4.1.2 Práva seniorů	144
4.1.3 Práva zaměstnanců.....	169
4.1.4 Práva společensky znevýhodněných	194

4.2 Genderová práva	230
4.2.1 Práva žen	230
4.2.2 Práva mužů	251
4.2.3 Práva sexuálních menšin	253
4.3 Práva menšin	263
4.3.1 Rasismus a xenofobie	263
4.3.2 Svoboda vyznání	319
4.3 Lidská práva ve světě	323
4.3.1 Práva dětí	323
4.3.2 Práva žen	331
4.3.3 Chudoba a výživa	337
4.3.4 Pracovní podmínky	346
4.3.5 Práva zdravotně postižených	355
4.3.6 Práva sexuálních menšin	357
4.3.7 Spravedlnost	359
ZÁVĚR.....	367
SHRNUTÍ	370
SUMMARY	371
LITERATURA.....	372
REJSTŘÍK.....	376