
Obsah

SLOVNÍK A–Z	7
agenda setting	9
alignment	10
amerikanizace politických kampaní	11
benchmark polls	11
brand/branding	11
brushfire polls	12
bumerangový účinek	12
dealignment	13
direct marketing (přímý marketing)	14
dvojnásobně poškozující účinek / efekt dvojí škody	17
elektronizace volební kampaně	17
estetizace	18
focus group	19
follow-up polls	19
framing (rámcování, rámování události, nosné rámcování)	19
guerillový marketing	20
GOTV	21
grassroots	22
horká fáze kampaně	22
image maker	22
internacionalizace politické komunikace	23
internal marketing	24
kampaň	25
kampaň minimální	26
kampaň mobilizační	27
kampaň moderní	27
kampaň negativní	29
kampaň ofenzivní	32
kampaň orientovaná marketingově	32
kampaň orientovaná na voliče	33
kampaň orientovaná stranicky	33
kampaň permanentní (kontinuální)	33
kampaň postmoderní	34
kampaň pozitivní (obhajovací)	35
kampaň premoderní	36
kampaň profesionální	36
kampaň skrytě útočná	38
kampaň srovnávací (kontrastní, protikladná)	38
kampaň útočná	39
komplexní politický marketing (KPM)	40
koncept volebního trhu	41
kontrakampaň	42
lídr	44
lobbying	44
marketingová teorie	44

marketingový proces	46
opinion makers	46
packaging	47
personalizace	48
politický management	48
politické poradenství a konzultanství	50
politický marketing	52
positioning	54
postavení stran na trhu	55
PR v politickém marketingu	56
priming	58
principy politického marketingu – 4P	58
prodejně orientovaná strana (POP)	58
propaganda	59
public affairs	61
realignment	62
rebranding	62
relationship marketing	62
segmentace volebního trhu	63
soupeř	64
specialista	64
spin doctor / spin doctoring	65
stoupenec	65
strategie politických stran/politické strategie	65
syndrom oběti (<i>victim syndrome</i>)	66
teorie kognitivních účinků	66
teorie racionálního výběru (teorie racionální volby, <i>rational choice theory</i> , <i>rational action theory</i>)	67
teorie veřejného mínění	68
teorie volebního chování	69
tón kampaně	70
tržně orientovaná strana (TOP)	70
tvorba kampaně (princip „5M“; informační lobbing)	71
vagonový efekt (<i>bandwagon effect</i>)	72
videopolitika	72
virální marketing	73
vojenské strategie v politice	74
volební apel	75
volební načasování	75
volební strategie	76
vyděncův efekt (<i>underdog effect</i>)	77
výrobově orientovaná strana (VOP)	78
výzkum veřejného mínění	78
zacílení (<i>targeting</i>)	86
Obrazová příloha	87
Literatura	99