

OBSAH

Předmluva (Andrzej W. Jabłoński, Leszek Sobkowiak)	5
Úvod do teorie politického marketingu (Robert Wiszniowski)	9
Politický marketing v USA: koncepce a uplatnění v prezidentských kampaních (Andrzej W. Jabłoński)	27
Metody analýzy a diagnostiky politického trhu (Marzena Cichosz)	49
Volič na politickém trhu (Andrzej Czajowski)	69
Strategie politických stran (Dariusz Skrzypiński)	83
Public relations v politice (Krystyna A. Paszkiewicz)	103
Politická propagace a politická reklama (Małgorzata Janik-Wiszniowska)	123
Lobbing jako strategie prosazování skupinových zájmů (Jacek Sroka)	143
Politická činnost – Teorie a praxe (Leszek Sobkowiak)	169
Doslov k českému vydání Jak vyhrát volby aneb co je politický marketing (nejenom) v českých poměrech (Lubomír Kopeček)	187