

## SPIS TREŚCI

<b>Wprowadzenie</b> .....	7
<b>Rozdział I</b>	
<b>Komunikowanie polityczne wczesnej metropolis</b> .....	37
1. Instytucjonalne korzenie współczesnego komunikowania politycznego .....	39
2. Reklama i media reklamowe .....	58
3. Prasa masowa i news .....	70
4. Publicystyka i propaganda .....	81
5. Koncepcje ideologii .....	88
<b>Rozdział II</b>	
<b>Kampania wyborcza – dzieje i charakterystyka</b> .....	100
1. Klasyczna myśl polityczna o kampanii wyborczej i politycznej .....	102
2. Kampania wyborcza – definicja .....	106
3. Kampania wyborcza w antyku i nowożytności .....	109
4. Kampania wyborcza we współczesnym państwie .....	120
<b>Rozdział III</b>	
<b>Propaganda polityczna i public relations</b> .....	137
1. Manipulacje medialne – przykłady .....	137
2. O teorii propagandy historycznie .....	142
3. Public relations – amerykańska propozycja .....	171
4. Zapomniana dyskusja o public relations w Szklarskiej Porębie z 1966 roku .....	197
<b>Rozdział IV</b>	
<b>Marketing w polityce, marketing polityczny</b> .....	200
1. Konteksty marketingu .....	200
2. Adaptacja marketingu ekonomicznego do polityki .....	206
3. Marketing polityczny – krytyczna analiza .....	217
<b>Rozdział V</b>	
<b>Kampania społeczna</b> .....	235
1. Demarketing .....	243
2. Propaganda socjologiczna .....	246
3. Dyplomacja kulturalna .....	249
4. Sponsoring .....	251

5. Faktoidy .....	255
6. Pseudoevent według Boorstina .....	256
7. Wydarzenie medialne według D. Dayana i E. Katza .....	261
<b>Zakończenie</b> .....	265
<b>Epilog</b> .....	269
<b>Bibliografia</b> .....	275
<b>Netografia</b> .....	291
<b>Spis tabel i ilustracji</b> .....	293
<b>Indeks nazwisk</b> .....	295

37	Komunikowanie polityczne w sferze międzynarodowej
39	1. Instytucjonalne i informacyjne aspekty komunikacji politycznej
58	2. Relacje i media międzynarodowe
70	3. Prasa masowa i news
81	4. Polityka i programy
88	5. Koncepcje ideologiczne
Rozdział II	
100	Kampanie wyborcze - dzieje i charakterystyka
102	1. Kształtowanie myśli politycznej o kampaniach wyborczych i politycznej
108	2. Kampanie wyborcze - definicje
119	3. Kampanie wyborcze w sferze międzynarodowej
120	4. Kampanie wyborcze we współczesnym państwie
Rozdział III	
132	Propaganda polityczna i public relations
137	1. Manipulacje medialne - przykłady
142	2. O teorii propagandy historycznej
171	3. Public relations - amerykańska koncepcja
188	4. Zastosowanie dydaktyki o public relations w Szkołach Polityki z 1966 roku
Rozdział IV	
200	Marketing w polityce, marketing polityczny
200	1. Koncepcje marketingu
206	2. Adaptacja marketingu ekonomicznego do polityki
217	3. Marketing polityczny - krytyczna analiza
Rozdział V	
238	Kampania społeczna
242	1. Demarketing
246	2. Propaganda socjologiczna
249	3. Dydaktyka kulturalna
251	4. Sponsoring