

OBSAH

POLITICKÝ MARKETING DĚLÁ Z KANDIDÁTŮ VLÁDCE	7
NÁSTROJE A KANÁLY POLITICKÉHO MARKETINGU	14
VOLEBNÍ STRATEGIE	15
PŘEDČASNÉ VOLBY	22
VÝZKUMY A JEJICH ROLE V KAMPANÍCH	30
SEGMENTACE A CÍLENÍ	36
TÉMATA KAMPANÍ	42
ROLE LÍDRŮ V KAMPANÍCH	47
VOLEBNÍ TÝMY A AGENTURY	53
MÍRA CENTRALIZACE KAMPANÍ	62
DOBROVOLNÍCI V KAMPANÍCH	67
FINANCE V KAMPANÍCH	75
OFFLINE MÉDIA	83
SOCIÁLNÍ SÍTĚ	93
ONLINE MARKETING	105
KONTAKTNÍ KAMPANĚ	112
VOLEBNÍ SPOTY	120
PUBLIC RELATIONS	126
ENDORSEMENT	133
DEVĚT NEJDŮLEŽITĚJŠÍCH KAMPANÍ	140
ČSSD	141
ANO	149
KSČM	158
TOP 09	167
ODS	177
ÚSVIT	184
KDU-ČSL	191
SZ	198
SPOZ	205
O AUTORECH	214
O INSTITUTU POLITICKÉHO MARKETINGU	219
PŘÍLOHY	220
ZDROJE	223