

Obsah

Místo úvodu	3
...a přece něco nového pod sluncem	5
<i>(Nové chápání smyslu zdraví — Zdraví pro všechny do roku 2000 — Vznik a činnost Světové zdravotní organizace — Globální strategie SZO — Evropská strategie programu ZPV, její základ a cíle — Projekt a hnutí Zdravá města — Zdravá města v ČR)</i>	
Projekt ZM v mezinárodním měřítku	12
<i>(Vznik projektu — Vznik národních sítí — Organizační struktura národních sítí — Vzájemná podpora — Euronet — Kriteria členství — Finance — Koordinace — Podpora národních vlád — Organizace národních sítí v přehledu)</i>	
Vývoj a současný stav hnutí ZM v České republice	23
<i>(Historické ohlédnutí — Tři etapy rozvoje hnutí u nás — Nové složení Rady Národní sítě Zdravých měst ČR — Stanovy Dobrovolného sdružení obcí NSZM ČR — Přehled obcí, měst a obyvatel v hnutí ZM u nás)</i>	
Sociální marketing — moderní, účinný a osvědčený postup k prosazování nových myšlenek	39
<i>(Co je marketing — Sociální marketing — Vývoj teorie sociálního marketingu — Pojetí R. Manoffa a P. Kotlera — Sociální marketing v současnosti — Využití prostředků propagace — Přehled základních prostředků propagace)</i>	
Zdravá města v kontextu Národního programu zdraví ČR	47
<i>(Dlouhodobá strategie NPZ — Východiska, zásady a strategické přístupy NPZ — Národní rada zdraví — Úloha projektů zdraví v realizaci NPZ — Projekt Zdravé město v kontextu NPZ)</i>	
Příloha — obrázkové scénáře animovaných TV šotů	55