

Marketing Przemiany politycznego Kwaśniewskiego

polityczny. wizerunku Aleksandra

Jeśli potrzebują Państwo więcej informacji o tej pracy, to proszę pisać - [kontakt](#)

praca została oceniona na 5, ma bardzo mały współczynnik plagiatu

Spis treści

Wstęp 2

Rozdział I

Istota marketingu politycznego 4

1.1. Definicja i znaczenie pojęcia marketing 4

1.2. Rozwój marketingu politycznego 8

1.3. Pojęcie i koncepcje wizerunku politycznego 15

Rozdział II

Kreacja wizerunku politycznego Aleksandra Kwaśniewskiego w płaszczyźnie medialnej podczas kampanii wyborczych w latach: 1995, 2000 31

2.1. Strategia wyborcza Aleksandra Kwaśniewskiego w obu kampaniach 31

2.2. Slogany wyborcze w kampaniach Aleksandra Kwaśniewskiego 41

2.3. Reklama polityczna podczas obu kampanii prezydenckich Aleksandra Kwaśniewskiego 44

2.4. Telewizyjne debaty 52

Rozdział III

Kreacja wizerunku politycznego Aleksandra Kwaśniewskiego na

płaszczyźnie społecznej w obu kampaniach 59

3.1. Bezpośrednie spotkania z wyborcami 59

3.2. Rola Jolanty Kwaśniewskiej w tworzeniu pozytywnego wizerunku Aleksandra Kwaśniewskiego 63

3.3. Opinia publiczna o Aleksandrze Kwaśniewskim 71

Zakończenie 86

Bibliografia 88

Załączniki 93

Jeśli chcesz zamówić pisanie pracy od podstaw, to zapraszamy na stronę [pisanie prac](#) - sprawdzony serwis