

# **Kreowanie wizerunku głowy państwa**

## **SPIS TREŚCI**

### WSTĘP

#### ROZDZIAŁ I

##### MARKETING POLITYCZNY JAKO NARZĘDZIE KREOWANIA WIZERUNKU

- 1.1. Pojęcie marketingu politycznego
- 1.2. Orientacja marketingowa w kampaniach politycznych
  - 1.2.1. Rynek wyborczy
  - 1.2.2. Proces marketingu politycznego według Niffeneggera
  - 1.2.3. Mapa marketingu kandydata według Kotlera
  - 1.2.4. Model marketingu politycznego Newmana
- 1.3. Tworzenie wizerunku politycznego
- 1.4. Wpływ reguł marketingowych na modernizację wizerunku politycznego

#### ROZDZIAŁ II

##### NARZĘDZIA KREOWANIA WIZERUNKU GŁOWY PAŃSTWA

- 2.1. Rola prezydenta we współczesnym państwie demokratycznym
- 2.2. Komponenty wizerunku głowy państwa
- 2.3. Budowa profilu symbolicznego
- 2.4. Reklama polityczna w mass mediach
- 2.5. Kampanie wyborcze
- 2.6. Wizerunek głowy państwa w czasie urzędowania

#### ROZDZIAŁ III

##### KREOWANIE WIZERUNKU POLITYCZNEGO. STUDIUM PRZYPADKÓW

- 3.1. Wizerunek polityczny Billa Clintona
  - 3.1.1. Sylwetka
  - 3.1.2. Kreowanie wizerunku w trakcie kampanii prezydenckiej
  - 3.1.3. Wizerunek Billa Clintona w latach 1993 - 2001
- 3.2. Wizerunek polityczny Władimira Putina
  - 3.2.1. Sylwetka

3.2.2. Kampanie prezydenckie

3.2.3. Wizerunek Putina w latach 2000 - 2008

3.3. Wizerunek polityczny polskich polityków na przykładzie kampanii prezydenckiej w 2005 roku

3.3.1. Przebieg kampanii prezydenckiej

3.3.2. Analiza reklamy politycznej pod kątem zastosowanych technik perswazji

ZAKOŃCZENIE

SPIS TABEL I RYSUNKÓW

BIBLIOGRAFIA

|                             |   |
|-----------------------------|---|
| <b>Liczba stron</b>         | 96  |
| <b>Nazwa Szkoły Wyższej</b> | Wyższa Szkoła Zarządzania i Finansów We Wrocławiu |
| <b>Rodzaj pracy</b>         | magisterska                                       |
| <b>Rok oddania</b>          | 2010  |

To jest gotowa, obroniona praca. Gdyby chcieli Państwo zlecić napisanie zupełnie nowej pracy, to zapraszamy na stronę [pisanie prac](#) - sprawdzony serwis!