

Rozmowa pierwsza (13)

Afera hazardowa zwycięstwem pijaru PO / Jak PiS mógł wykorzystać
spoczonego Chlebowskiego / Debaty prezydenckie: makijażystka jako
tajna broń na przeciwnika / Royal i Sarkozy: wielka awantura
o temperaturę w telewizyjnym studiu / Mitterand pił sobie
spiczaste zęby / Wojna z Pepsi dodaje seksu Coca-Coli / Wojna z PiS
dodaje seksu Platformie / Marketing polityczny bierze władzę

Rozmowa druga (69)

Rewolucja na rynku mediów / Koniec świata dziennikarzy,
którzy przy stoliku w sejmowej restauracji mogli odwołać premiera /
Internet, Twitter, Facebook – koniec dziennikarstwa jakie znamy /
Obama – pierwszy prezydent wybrany dzięki nowym technologiom /
Śmierć papierowych gazet, narodziny indywidualnej gazety w komórce /
Telefon z klawiszem DN uruchamiającym dostęp do wszystkich ważnych
informacji

Rozmowa trzecia (129)

Narracja, głupcze! / Jak opowiedzieć historię, która będzie powtarzana
przez ludzi w windzie / Marketing polityczny od początku wkracza
do akcji / Partia musi mieć smak, jak kuleczki MMS /
Chińskie ciasteczka z wróżbą – przykład fenomenalnego
kanału marketingowego / Dlaczego bin Laden nie boi się
miniaturowych robotów CIA w swoim otoczeniu /
Globalna ściema tradycyjnej reklamy

Rozmowa czwarta (149)

Piesiewicz i jego samobójcza gra z tabloidami / Marcinkiewicza
urywa się swoim marketing owcom i pędzi do klęski / Pierwsza dobra
narracja – Jan Rokita w komisji rywinowskiej / Nie seksafera,
ale garnitury za siedem tysięcy i BMW pogrążyły Leppera /
Czy Janusz Palikot może być Rzecznikiem Praw Obywatelskich? /
Tusk, Sarkozy, Putin – świetni tłumacze tego, co się dzieje

Rozmowa piąta (219)

*Budowanie pozycji lidera na połamanych kościach rywali /
Polowanie na Jana Rokitę jako przykład typowego okrucieństwa
w polityce / Paczki banknotów w teczce asystenta posła /
Młodzieżówki partyjne – najbardziej zdegenerowany element polityki /
Zbieranie haków na polityka / Brutalne metody eliminacji /
Poseł Gruszka i akcja „asystent – szpieg rosyjski” /
Cimoszewicz i akcja Jarucka*

Rozmowa szósta (241)

*Wizerunek, głupcze! / Wildstein i Żakowski jak przykłady
budowania wizerunku prawicy i lewicy w mediach /
Katalog słabości prawicowych dziennikarzy / Wojny między
prawicowymi dziennikarzami / Wzajemna lojalność lewicowych
publicystów / Wejście kapitału zachodniego w media zmienia świat
masowej komunikacji / Koniec dominacji ideowej „Gazety Wyborczej” /
Ojciec Rydzyk jako Agora a rebours / TVN24, czyli teraz my narzucamy
hierarchię*

Rozmowa siódma (275)

*Mistewicz ocenia polskich pijarowców i daje lekcję skutecznego PR /
Karnowski narzeka na agresję pijarowców / Pijaru potrzebuje
każdy: aktor, prawnik, lekarz, burmistrz, architekt, menedżer /
Grzechy złych pijarowców / Tajemnica pijarowskich technik
jak tajemnica spowiedzi / Marcinkiewicz jako przykład
marketingowego zbudowania wizerunku od podstaw /
Pijar rządzi światem*