

Od redaktora	5
Marek Jeziński: <i>Marketing w politycznym zwierciadle</i>	8
Dariusz Skrzypiński: <i>Planowanie strategii komunikacyjnej partii politycznej. Analiza marketingowa</i>	34
Mariusz Kolczyński: <i>Marketing polityczny w kampaniach wyborczych</i>	54
Marzena Cichosz: <i>Wizerunek lidera politycznego</i>	78
Agnieszka Kasińska-Metryka: <i>Reklama polityczna</i>	94
Wojciech Cwalina: <i>Polityczna reklama negatywna</i>	111
Konstanty Dombrowicz, jr.: <i>Czarny Public Relations – brutalna kampania czy profesjonalizacja rynku wyborczego?</i>	152
Tomasz Brzeziński i Bartłomiej Michalak: <i>Kolor i symbol jako wizualne środki emocjonalnego oddziaływania w polityce</i>	167
Marcin Lisiecki: <i>Miejsce retoryki we współczesnej polityce</i>	197
Katarzyna Giereło: <i>Telewizja jako istotny czynnik kształtujący rolę aktorów politycznych oraz widzów</i>	219
Jacek Sroka: <i>Podmioty lobbingu w Unii Europejskiej na przykładzie UNICE</i>	239
Tomasz Chmielewski i Krzysztof Malinowski: <i>Door-to-door jako instrument aktywizacji wyborców</i>	262
Magdalena Nowak-Paralusz: <i>Kobiety w polityce</i>	299
Maciej Kanabaj: <i>Sojusz Lewicy Demokratycznej w kampanii wyborczej, przed wyborami parlamentarnymi 2001 roku</i>	319

Katarzyna Kasowska-Pedrycz: Platforma Obywatelska – nowa jakość w polityce?	343
Oskar Lewandowski: Kampania wyborcza komitetu wyborczego Prawo i Sprawiedliwość w wyborach w 2001 roku	363
Piotr Sula: Ewolucja wizerunku Polskiego Stronnictwa Ludowego	379
Agnieszka Kwiatek: Andrzej Lepper – polityk z przypadku czy profesjonalista?	393
Rafał Miernik: Liga Polskich Rodzin – prawica polskiej sceny politycznej	417
Bibliografia	434
Aneks	465