

SPiS Treści

Dominika Maison, Norbert Maliszewski • Co to jest reklama społeczna	9
z Jerzym Bralczykiem rozmawia Agata Stafiej • Reklama „na stronie”	44
Agata Stafiej • Historia reklamy społecznie użytecznej	51
z Krzysztofem T. Toeplitzem rozmawia Agata Stafiej • Przemawianie do masowej wyobraźni – kiedyś i dziś	67
Ewa Mazurczak • Andrzeja Pągowskiego twórczość w służbie ludzkości	72
Ewa Mazurczak • Sprzątanie świata – Polska	84
Ewa Mazurczak • Powstrzymać przemoc domową	91
z Jerzym Mellibrudą rozmawia Ewa Mazurczak • Kampania odniosła sukces	101
z Maciejem Lipskim rozmawia Ewa Mazurczak • Prowokacja pomogła kampanii	104
Ewa Mazurczak • Kampanie społeczne Fundacji „Porozumienie bez barier”	107
z Jolantą Kwaśniewską rozmawia Ewa Mazurczak • Warto się zaangażować	113
Dominika Maison, Norbert Maliszewski • Cause Related Marketing – Marketing zaangażowany społecznie	120
Michał Spychalski • Czysty zysk	128
Wojciech Cieślak • Kino akcji społecznych w paśmie największej oglądalności	133
Dominika Maison, Ralph Bruin • Wpływ badań na skuteczność społecznej kampanii reklamowej	148
Leszek Stafiej • Szlachetny precedens: Partnership for a Drug-Free America	172
Paweł Prochenko • Program ONDCP, czyli wiele dróg do jednego celu	180
Paweł Prochenko, Agata Stafiej • Do skutecznej kampanii społecznej – krok po kroku	191
Piotr Wasilewski • Polskie kampanie społeczne w latach 1997–2001	196
Marek Krajewski • Zewnętrzna Galeria AMS. Sztuka w mieście	238
Indeks nazwisk	252
Indeks firm i instytucji	254