

SPIS Treści

Agata Stafiej-Bartosik, Dominika Maison • Reklama społeczna – czym jest i jak się zmienia	8
Słownik ważnych pojęć	19
Piotr Wasilewski • Polskie kampanie społeczne w latach 2002–2006	24
Paweł Prochenko • Reklama społeczna w Polsce – podsumowanie ostatnich lat	137
Z Jerzym Bralczykiem rozmawia Piotr Wasilewski • Między propagandą a reklamą	152
Mirella Panek-Owsiańska • Nietypowa reklama społeczna	160
Mariusz Przybył, Michał Warda • Wartość marki w reklamie społecznej	168
Kampania „Dzieciństwo bez krzywdzenia” – edycja międzynarodowa	176
Miłosz Gajewski • PAH – pomoc bez granic	182
Miłosz Gajewski • Caritas – kampanie opiekuna ubogich	190
Paweł Łukasiak • Dlaczego warto zainteresować się reklamą społeczną na poziomie lokalnym	202
Śląski program promocji trzeźwości	214
Stanisław Nowicki • Prasa lokalna i dzienniki regionalne – niedoceniony partner akcji społecznych	218
Ewa Nowińska • Reklama społeczna. Zagadnienia prawne	229
Agata Stafiej-Bartosik • Przygotowanie kampanii społecznej – krok po kroku	236
Michał Soroczyński • Kampanie społeczne w agencjach reklamowych	252
Dominika Maison • Badania marketingowe – droga do sukcesu społecznej kampanii reklamowej	258
Jakub Antoszewski • Społeczniku – badaj swoje kampanie!	271
Znajomość i ocena wybranych kampanii społecznych z lat 2002–2006	280
Marek Krajewski • Reklama społeczna w czasach nieuwagi	285
Indeks Polskie kampanie społeczne w latach 2002–2006	300
Indeks kampanii występujących w książce	304
Indeks nazwisk	306
Indeks firm, instytucji i mass mediów	308