

# SPiS Treści

Plus<sup>cz</sup>  
RAZEM LEPIEJ

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