

**OBSAH**

|   |    |
|---|----|
| SEZNAM OBRÁZKŮ, GRAFŮ A TABULEK .....   | 7  |
| PODĚKOVÁNÍ.....   | 11 |
| 1. PROČ VOLEBNÍ KAMPANĚ A POLITICKÝ MARKETING .....   | 13 |
| 1.1 Politický marketing a Česká republika .....   | 16 |
| 1.2 Struktura knihy a její cíle .....   | 18 |
| 2. TEORETICKÁ VÝCHODISKA .....  | 21 |
| 2.1 Základní teoretický úvod do disciplíny<br>politického marketingu.....                   | 21 |
| 2.2 Zasazení Lees-Marshment modelu (LM modelu)<br>do teoretického kontextu .....            | 25 |
| 2.2.1 Charakteristika Lees-Marshment modelu.....  | 25 |
| 2.2.2 Koncept tržní orientace a koncept politického trhu .....                              | 33 |
| 2.3 Kritika Lees-Marshment modelu a metodologická debata.....                               | 38 |
| 2.4 Koncept marketingově orientované strany (MOP) –<br>modifikace a zkoumané kategorie..... | 46 |
| 2.5 Model politického marketingu podle Bruce I. Newmana .....                               | 50 |
| 2.6 MOP a koncept marketingové kampaně –<br>propojení LM a Newmanova modelu .....           | 60 |
| 3. ANALYTICKÁ ČÁST.....   | 63 |
| 3.1 Volby 2006.....   | 63 |
| 3.2 Politický trh v České republice v roce 2006 .....                                       | 69 |
| 3.2.1 Volební trh v České republice v roce 2006 .....                                       | 69 |
| 3.2.2 Mediální trh v České republice v roce 2006.....                                       | 72 |
| 3.2.3 Zkoumání politických aktérů na volebním trhu<br>a jejich vzájemné vztahy .....        | 77 |

|   |     |
|---|-----|
| 3.2.4 Profily hlavních politických aktérů .....   | 82  |
| 3.2.4.1 Občanská demokratická strana (ODS).....   | 82  |
| 3.2.4.2 Česká strana sociálně demokratická (ČSSD).....                                  | 84  |
| 3.2.4.3 Komunistická strana Čech a Moravy (KSČM).....                                   | 86  |
| 3.2.4.4 Křesťanská a demokratická unie –<br>Československá strana lidová (KDU-ČSL)..... | 87  |
| 3.2.4.5 Strana zelených (SZ).....   | 89  |
| 3.3 Volební kampaň ODS.....   | 91  |
| 3.3.1 Průběh a popis kampaně .....  | 91  |
| 3.3.2 Aplikace modelu .....   | 93  |
| 3.3.3 Shrnutí a závěry.....   | 100 |
| 3.4 Volební kampaň ČSSD .....   | 104 |
| 3.4.1 Průběh a popis kampaně .....  | 104 |
| 3.4.2 Aplikace modelu .....   | 106 |
| 3.4.3 Shrnutí a závěry.....   | 114 |
| 3.5 Volební kampaň KSČM .....   | 119 |
| 3.5.1 Průběh a popis kampaně .....  | 119 |
| 3.5.2 Aplikace modelu .....   | 120 |
| 3.5.3 Shrnutí a závěry.....   | 124 |
| 3.6 Volební kampaň KDU-ČSL.....   | 128 |
| 3.6.1 Průběh a popis kampaně .....  | 128 |
| 3.6.2 Aplikace modelu .....   | 130 |
| 3.6.3 Shrnutí a závěry.....   | 133 |
| 3.7 Volební kampaň SZ.....  | 138 |
| 3.7.1 Průběh a popis kampaně .....  | 138 |
| 3.7.2 Aplikace modelu .....   | 139 |
| 3.7.3 Shrnutí a závěry.....   | 143 |
| <br>  |     |
| 4. ZÁVĚREČNÉ SHRUTÍ.....  | 149 |
| <br>  |     |
| SEZNAM LITERATURY .....   | 157 |
| <br>  |     |
| PŘÍLOHY .....   | 169 |
| <br>  |     |
| EXECUTIVE SUMMARY .....   | 171 |