

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

<i>Κατάλογος σχημάτων</i>	9
<i>Κατάλογος πινάκων</i>	11
<i>Κατάλογος πλαισίων</i>	13
<i>Πρόλογος ελληνικής έκδοσης</i>	15

ΜΕΡΟΣ Ι

1. Δημόσια διοίκηση και μάρκετινγκ	19
2. Μάρκετινγκ και μάρκετινγκ του δημόσιου τομέα	33

ΜΕΡΟΣ ΙΙ

3. Βασικές έννοιες μάρκετινγκ	65
4. Έρευνα μάρκετινγκ	94
5. Στρατηγική μάρκετινγκ	128
6. Εργαλεία μάρκετινγκ	159

ΜΕΡΟΣ ΙΙΙ

7. Επικοινωνία στον δημόσιο τομέα – Εισαγωγή	195
8. Μοντέλα και στρατηγικές επικοινωνίας	227
9. Εργαλεία επικοινωνίας	251
10. Έλεγχος επικοινωνίας	280
11. Διοίκηση επικοινωνίας σε συνθήκες κρίσης	296
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ: <i>Μελέτη περίπτωσης</i>	329
Ευρετήριο	341