

Abstrakt

Ve své práci se budu věnovat problematice dohledu, který je uplatňován v oblasti marketingu, spotřeby a v souvislosti s tím i reklamy. Budu se soustředit zejména na současnou dobu a tedy na elektronický dohled, historii dohledových studií se tedy již v této práci podrobněji zabývat nebudu. První část práce bude teoretická se zaměřením na hlavní teze a teorie autorů současného dohledu, zejména problematiky elektronického dohledu.

Další část práce se bude již zabývat problematikou dohledu a dohledových technik v oblasti marketingu a spotřeby. V této části budu také vycházet z teorií současných autorů pojednávajících o tématu dohledu v komerční sféře, ale pokusím se teoretické uvedení problematiky doplňovat i o konkrétní fungování tohoto fenoménu v praxi. Hlavním záměrem této práce tedy bude především přehledově a uceleně osvětlit problematiku dohledu a kontroly se zaměřením na obor marketingu a spotřeby a zmapovat jeho fungování i v praxi. Dále se v této části budu problematice elektronického dohledu z hlediska marketingových strategií věnovat se zaměřením na uplatňování dohledu v prostředí internetu a zejména sociálních sítí. Zaměřím se zde již na konkrétní možnosti dohledových technik, cílení reklamy a konkrétních nástrojů, které lze v současné době využívat a také na praktické ukázky.