

Abstrakt

Diplomová práce obsahuje komplexní pohled na současnou podobu internetové reklamy v souvislosti s možnostmi, které s sebou nese nepřetržitý technologický vývoj soudobé společnosti. Internetová inzerce a její rozsah je nahlížena z marketingové perspektivy i v kontextu mediálních studií. Společně s historií online reklamy představuje diplomová práce vývoj internetového trhu a v těchto souvislostech je poukázáno na dosah online reklamního průmyslu. Čtenáři jsou seznámeni se základními typy online reklamy, platebními modely a způsoby nákupu internetové inzerce. Práce se podrobně věnuje moderním trendům, jako jsou programatický nákup reklamy, behaviorální cílení, retargeting a řada dalších, které jsou zkoumány z pohledu inzerentů, zprostředkovatelů internetového obsahu i samotných uživatelů, jejichž soukromí je těmito trendy z určitého pohledu narušeno. Pro poukázání na složitost dané problematiky práce obsahuje i hlubší technologické informace, v závěru teoretické části se dotýká také intenzivně diskutovaného tématu blokování reklamy. K vytvoření širšího závěru o řešeném tématu je součástí práce také interpretace dotazníkového šetření zaměřeného na běžné uživatele a prezentace poznatků ze strukturovaného dotazníku, který byl určen předním českým odborníkům z oblasti online marketingu.