

Bakalářská práce pojednává o průzkumu trhu a veřejného mínění v České republice se zaměřením na masmédiá. Představuje průzkum jako vhodnou zpětnou vazbu pro použití v masové komunikaci a v masmédiích. První část práce vymezuje některé základní termíny ohledně masové komunikace a médií, další část se zabývá stručnou historií průzkumů v České republice a v bývalém Československu, následující část vysvětluje určité metodiky a postupy, které se v průzkumu používají. Další část práce pak podává seznam nejhlavnějších agentur působících v oblasti průzkumu trhu a veřejného mínění v České republice, v závěru je v práci ukázána etika výzkumů a zásahy státu, zákonů a norem do průzkumu. [Autorský abstrakt].