

Abstrakt

Bakalářská práce Marketing cílený na děti na příkladu mléčných výrobků popisuje specifika reklamy zaměřené na děti. Práce se věnuje jak právnímu prostředí reklamy v České republice, tak organizacím, které se zabývají etikou reklamy. Zohledňuje přitom fakt, že děti jsou specifická cílová skupina, segmentuje tuto skupinu podle věku a popisuje změny v chování, ke kterým u nich ve vztahu k reklamě dochází. Jelikož dítě od narození přejímá od okolí spotřebitelské návyky, v práci jsou analyzovány vlivy jak rodiny, tak marketingu na spotřebitelskou socializaci dítěte. Jádro práce tvoří kapitola věnovaná reklamě a jejímu působení na děti, rozebírá například psychologické a audiovizuální metody, kterých reklama využívá.

Poznatky z odborných knih a elektronických zdrojů jsou implementovány na praktické příklady – komunikaci značek Pribináček a Kostíci. Práce také obecně charakterizuje základní mediatypy, které reklama cílená na děti využívá, a na nich popisuje a hodnotí komunikace výše zmíněných značek.