

ANOTACE

Bakalářská práce se jmenuje „*Reflexe reklamy v předškolním vzdělávání*“ a zabývá se dětskou reklamou s důrazem na vliv televizní reklamy na dětského spotřebitele a vypracováním závěrů pro učitele v mateřské škole. Teoretická část vychází z odborných didaktických, výtvarně teoretických a psychologických textů, zabývá se vznikem reklamy, její tvorbou a formami reklama. Dále také dětskou reklamou. V praktické části práce zkoumá některé případy účinků televizní reklamy na dětského spotřebitele. Zkoumání je prováděno prostřednictvím výzkumných sond - dotazník, rozhovor a výtvarná řada. Praktická část je rozdělena do dvou částí. Obě části vycházejí z teoretických východisek. Z výsledků šetření a v souladu s teoretickými východisky je sestaven soubor doporučení pro pedagogiky předškolního věku.

KLÍČOVÁ SLOVA

Předškolní věk, vizuální gramotnost, reklama, výtvarné činnosti, vnímání, tvorba.