

Anotace

Předkládaná bakalářská práce *Inzerce ve vybraných týdenících v době hospodářské krize v letech 2007–2011* zkoumá metodou kvantitativní obsahové analýzy médií četnost inzerce reklam všech ekonomických subjektů, které v týdenících Respekt, Reflex a Týden inzerovaly. Časové rozmezí bylo stanoveno na červen 2007 až červen 2011.

Cílem této práce je zjistit chování těchto subjektů před krizí, v jejím raném počátku až do její přibližné poloviny. Teoretická část práce přináší vysvětlení příčin finanční krize, vysvětluje vztah mezi inzercí a médii, popisuje vývoj vybraných periodik a seznamuje čtenáře s metodou výzkumu. Empirická část předkládá a ilustruje výzkumem získaná data, ze kterých jsou pak vyvozeny závěry. Vyhodnocením výzkumu bylo docíleno jasných závěrů, které dokazují vliv finanční krize na ekonomické subjekty.