

## **Abstrakt**

Diplomová práca „Rodičia a marketingové formy cieleňé na deti: povedomie, postoje a výchovné prístupy“ sa zaoberá marketingovými a reklamnými formami, ktoré sa snažia osloviť detské publikum a ich vnímanie zo strany rodičov. Detský segment je v marketingovom priemysle pomerne obľúbený a to predovšetkým kvôli tomu, že detské konzumné správanie je ľahko ovplyvniteľné. Veľký vplyv na deti však majú ich rodičia a práve preto je téma práce zameraná na nich. Na to, aby rodičia vedeli správne nasmerovať svoje deti je potrebná ich znalosť a správne vnímanie daných marketingových a reklamných foriem. Teoretická časť práce zahŕňa charakteristiku mediálnej výchovy v rodine, marketingových foriem cieleňých na deti, prístupy a stratégie rodičov v mediálnej výchove a tiež reakcie detí na dané reklamné formy. Praktická časť práce rozoberá popis zvolenej výskumnej techniky a to konkrétne kvalitatívneho výskumu pozostávajúceho z pološtrukturovaných hĺbkových rozhovorov. Cieľom hĺbkových rozhovorov bolo zistiť úroveň orientácie rodičov detí v predškolskom veku v oblasti marketingových foriem s cieleňím na deti. Cieľom práce bolo tiež zistenie ich postojov k opísaným reklamným formám a tiež to, ako k tejto oblasti pristupujú vo výchove svojich detí. Výsledné negatívne postoje rodičov k reklamným formám vo všeobecnosti a zároveň ich slabá orientácia najmä v modernejších marketingových formách, to všetko môže slúžiť ako inšpirácia pre ďalšie prípadné štúdie podobného charakteru.