

Anotace (abstrakt)

Bakalářská práce „Nacházení synergie v prostředí internetu na příkladu Googlu“ se věnuje tématu mediálních koncernů a společnosti Google, která je některými aktéry za médium považována. Společností se v práci zabývám podrobněji - popisuji její činnost, historický vývoj a reklamní možnosti, které nabízí. Co se týče reklamy, analyzuji podrobněji online a tištěnou reklamu, jejich charakteristiky, výhody a nevýhody. Jedna kapitola je věnovaná vývoji investic do reklamy. Zaměřuji se na to, jakým způsobem se změnily investice do jednotlivých mediatypů v posledních letech a porovnávám výsledky digitální reklamy ve srovnání s reklamou v tisku. Práce rozebírá tištěná a online média, jejich charakteristiku a vývoj. Podrobněji se zabývám konvergencí médií a dopadem konvergence na fungování mediálních koncernů. Současně popisuji změny, které jsou s ní spojeny. V práci se též věnuji, jakým způsobem společnost Google spolupracuje s vydavateli a jaké jsou jejich vzájemné vztahy. Ke zmapování literatury a zpracování tématu jsem použila výzkumnou metodu desk research a pracovala se sekundárními daty z různých odborných zdrojů.