

Abstrakt

Práce se zabývá klíčovými aspekty problematiky dohledu a marketingu. Popisuje dohled jakožto předmět studia, historický vývoj studií dohledu a výchozí přístupy k tématice dohledu a marketingu z perspektivy dohledových studií. Práce čerpá z pojetí dohledu Michela Foucaulta, Gillesa Deleuze, Zygmunta Baumana, Davida Lyona a dalších odborníků. Praktická část práce si klade za cíl přinést vyvážený pohled na marketing jakožto sféru dohledu, popsat vývoj dohledových praktik v marketingu a nastínit případné důsledky a rizika soudobého dohledu v marketingu.