

Jméno: Bc. Dan Vítvera

Studijní program: Projektové řízení inovací

Vedoucí práce: Ing. Lenka Nováková, MBA

Pracoviště: MÚVS ČVUT v Praze, oddělení manažerských studií

Akademický rok: 2022/2023



**ČVUT**

**ČESKÉ VYSOKÉ  
UČENÍ TECHNICKÉ  
V PRAZE**

## ANALÝZA SOUČASNÝCH A BUDOUCÍCH TRENDŮ TELEVIZNÍ REKLAMY

### ABSTRAKT

Diplomová práce se zabývá analýzou současných a budoucích trendů televizní reklamy. Cílem práce je zjistit, jak si televizní reklama v současnosti vede z hlediska vhodnosti jejího využití a predikovat její další vývoj do budoucna. Dalším cílem je zjistit, zda není a nebude vhodnější pro oslovení masového publika využít jiná média, či jiný nástroj komunikačního mixu. Práce je rozdělena na část teoretickou a praktickou. V teoretické části jsou uvedeny všechny důležité termíny, které souvisí s televizní reklamou a jsou dále uvažovány v praktické části. Praktická část se zabývá detailním představením televizní reklamy a dále její analýzou provedenou za pomoci sekundárního a primárního výzkumu. Na základě provedených analýz jsou stanoveny návrhy a doporučení, jež by měly pomoci zadavatelům určit, do jakého typu reklamy pro svou propagaci investovat.

### ABSTRACT

The thesis deals with the analysis of current and future trends in television advertising. The aim of the thesis is to find out how television advertising is currently doing in terms of its suitability and to predict its future development. Another objective is to determine whether it is and will be more suitable for reaching to use other media or another tool of communication mix. The thesis is divided into theoretical and practical parts. In the theoretical part all important terms related to television advertising are presented and are further considered in the practical part. The practical part deals with the detail presentation of television advertising and its analysis using secondary and primary research. On the basis of the analyses carried out, suggestions and recommendations are set out to help advertisers determine what type of advertising to invest in for their promotion.

### CÍL PRÁCE

Cílem práce bylo zanalyzovat vhodnost využívání televizní reklamy v současnosti a predikovat její další vývoj do budoucna.



### NÁVRHY A DOPORUČENÍ

1. Obecná doporučení týkající se oslovení zákazníků
2. Doporučení týkající se televizní reklamy
3. Doporučení týkající se vhodnosti internetu pro reklamu
4. Doporučení týkající se vhodnosti indoor médií pro reklamu
5. Návrhy pro provozovatele televizních společností