

2021

VLIV MARKETINGU NA DĚTI A MLÁDEŽ

Vedoucí práce: doc. RNDr. Bohumír
Štědroň, CSc

Pracoviště: MÚVS ČVUT v Praze, Institut
ekonomických studií

Bc. Tereza Toufarová

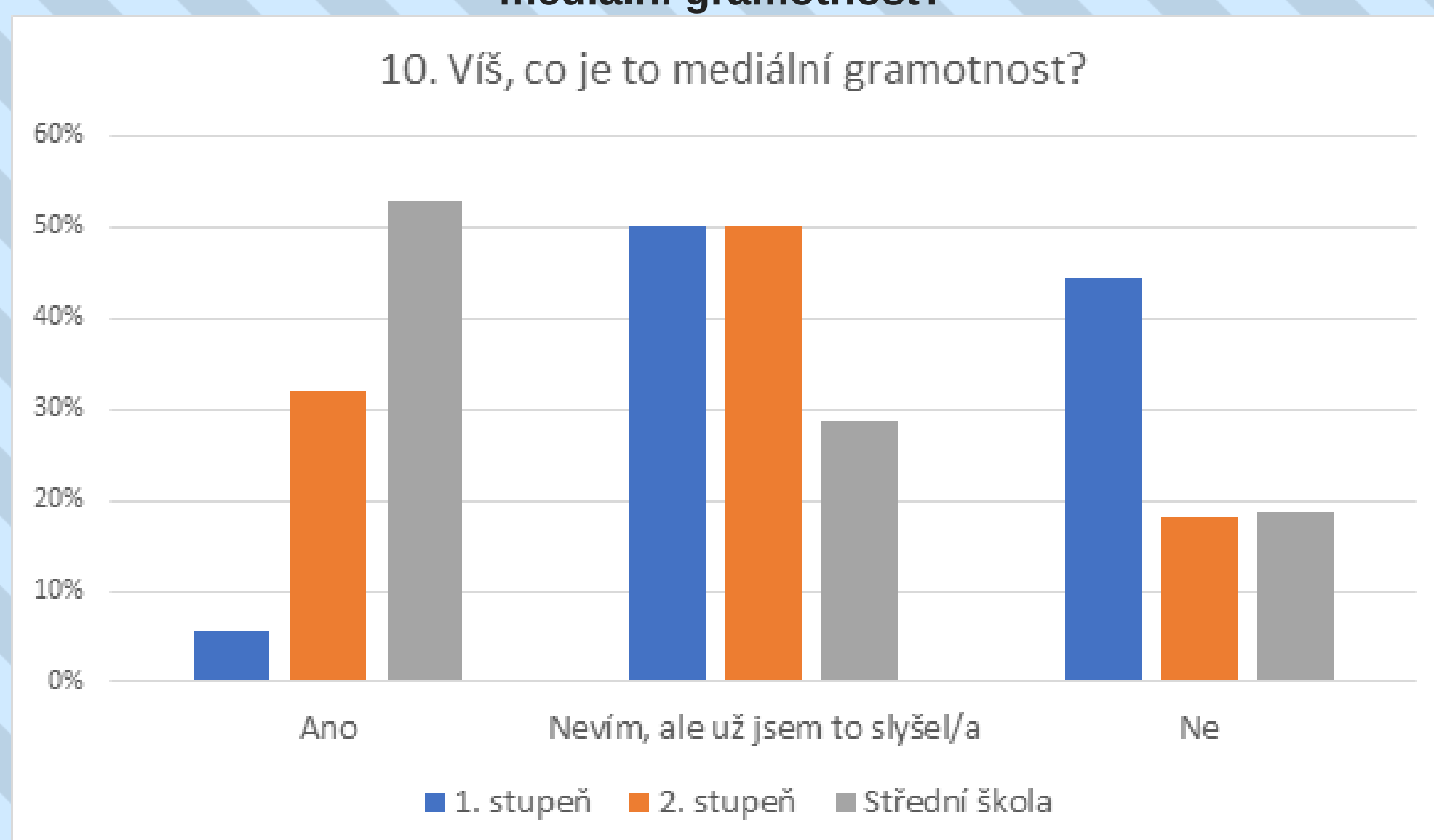
Abstrakt

Diplomová práce zkoumá, jaký vliv mají marketingové aktivity na děti dle určitého stupně vzdělání. Cílem práce je definovat, jak se v průběhu vzdělávání mění vlivy ovlivňující děti ve spotřebitelském chování. Zároveň se práce věnuje i vzájemnému porovnávání vlivů. V teoretické části je popsána charakteristika dítěte jako spotřebitele, vlivy působící na dítě a marketingová komunikace. V praktické části je rozepsána organizace výzkumu a samotný výzkum. Dotazníkové šetření je testováno hypotézami a jednotlivé odpovědi popsány a analyzovány.

English summary

The diploma thesis examines the influence of marketing activities on children in our opinion, the level of education. The aim of the work is to define how the influences influencing children in consumer behavior and their mutual comparison change during education. The theoretical part describes the characteristics of the child as a consumer, the effects on the child and marketing communication. In the practical part, the organization of research and the research itself is described. The questionnaire survey is tested by hypotheses and described and analyzed by individual answers.

Odpoověď respondentů na otázku: "Víš, co je to mediální gramotnost?"



Dílčím cílem práce je zjištění, zda jsou děti vzdělávány v mediální gramotnosti a zda vědí, co to je. S vyšším věkem se u dětí zvyšuje vzdělanost, ohledně mediální gramotnosti, ale stále není tak vysoká, jak bych očekávala a jak by bylo dle mého potřeba. Podotýkám, že děti na prvním stupni nemají prakticky žádné znalosti. U středoškoláků je to polovina. Většina dětí vnímá reklamu pouze jako prostředek, který má za cíl donutit zákazníka produkt koupit, ale málo z nich vnímá reklamu jinak.