

# OBSAH

Úvod.....	13
<b>1 Dítě jako zákazník a spotřebitel .....</b>	<b>21</b>
1.1 Spotřeba a nákupní proces .....	24
1.2 Faktory ovlivňující spotřebitelské chování v online prostředí.....	30
1.2.1 Individuální faktory.....	31
1.2.2 Faktory prostředí.....	38
<b>2 Online média a marketingová komunikace cílí na děti .....</b>	<b>42</b>
2.1 Facebook .....	42
2.1.1 Online marketingové nástroje na Facebooku .....	45
2.1.2 Marketingová komunikace na Facebooku cílí na děti .....	49
2.2 Instagram.....	50
2.2.1 Online marketingové nástroje na Instagramu.....	52
2.2.2 Marketingová komunikace na Instagramu cílí na děti .....	56
2.3 YouTube.....	57
2.3.1 Reklamní formáty na YouTube .....	59
2.3.2 Marketingová komunikace na YouTube cílí na děti.....	62
2.3.3 YouTube Kids .....	64
2.4 TikTok.....	65
2.4.1 Typy příspěvků a online marketingové nástroje na TikToku.....	66
2.4.2 Tiktokeři .....	68
2.5 Influenceři .....	70
2.5.1 Instagrameři.....	73
2.5.2 Youtubeři .....	73
2.6 Google .....	75
2.6.1 Pozice odkazů ve vyhledávači Google.....	75
2.6.2 Marketingová komunikace na Google cílí na děti .....	79
2.7 E-mail .....	81
2.7.1 Druhy e-mailingu dle marketingových cílů.....	83
2.7.2 Marketingová komunikace v e-mailu cílí na děti .....	85
2.8 Videohry .....	86
2.8.1 In-game advertising .....	88
2.8.2 Marketingová komunikace ve videohrách cílí na děti.....	90
2.9 Cenové srovnávače .....	92

2.10 E-shop.....	95
2.10.1 Typy e-shopů .....	98
2.10.2 E-shopy a spotřebitelské chování dětí.....	100
<b>3 Značka jako účinný marketingový nástroj .....</b>	<b>102</b>
3.1 Vliv značek na děti .....	104
<b>4 Právo a etika online marketingové komunikace působící na děti.....</b>	<b>109</b>
4.1 Právní regulace .....	110
4.2 Samoregulace .....	113
4.2.1 Rada pro reklamu.....	113
4.2.2 Sdružení pro internetový rozvoj (SPIR) .....	117
4.2.3 Další organizace zabývající se etikou reklamy.....	119
4.3 Samoregulace na internetu.....	119
4.3.1 Google.....	120
4.3.2 YouTube a YouTube Kids.....	122
4.3.3 Společnost Meta .....	124
4.3.4 TikTok .....	125
4.3.5 Influenceři .....	126
<b>5 Marketingová komunikace v mediální výchově.....</b>	<b>129</b>
5.1 Mediální gramotnost a mediální výchova.....	129
5.2 Historický kontext vývoje mediální výchovy jako součásti všeobecného vzdělávání v ČR .....	132
5.3 Mediální gramotnost a mediální výchova v současném mezinárodním kontextu .....	134
5.4 Obsah a pojetí mediální výchovy v českém kurikulu.....	136
5.4.1 Strategie mediální výchovy.....	136
5.4.2 Mediální výchova v RVP ZV.....	138
5.4.3 Pozice mediální výchovy v národním kurikulu základního vzdělávání.....	143
5.5 Téma marketingové komunikace v mediální výchově v ČR .....	144
<b>6 Kvalitativní výzkum .....</b>	<b>152</b>
6.1 Metodologie výzkumu .....	154
6.2 Analýza.....	159
6.2.1 Používání digitálních technologií.....	164
6.2.2 Znalost pojmů a názory na marketing.....	177
6.2.3 Online média a marketingová komunikace .....	179

6.2.4	Nákupní proces .....	199
6.2.5	Edukace.....	215
6.3	Vztahy mezi kategoriemi – role online marketingové komunikace v každodennosti dětí a její vliv na nákupní chování dětí.....	219
6.4	Interpretace a shrnutí výsledků kvalitativního výzkumu.....	223
6.5	Doporučení pro kvantitativní výzkum .....	227
<b>7</b>	<b>Kvantitativní výzkum</b> .....	<b>229</b>
7.1	Metodologie výzkumu .....	232
7.2	Charakteristika respondentů dotazníkového šetření .....	236
7.3	Analýza.....	243
7.3.1	Používání digitálních zařízení.....	243
7.3.2	Znalost marketingu a názory na něj .....	247
7.3.3	Online média a marketingová komunikace.....	257
7.3.4	Nákupní proces.....	287
<b>8</b>	<b>Diskuze</b> .....	<b>294</b>
8.1	Teoretické přínosy.....	305
8.2	Praktické přínosy.....	309
	<b>Závěr</b> .....	<b>319</b>
	<b>Seznam použité literatury</b> .....	<b>322</b>
	<b>Seznam tabulek</b> .....	<b>359</b>
	<b>Seznam obrázků</b> .....	<b>361</b>
	<b>Příloha A: Dotazník</b> .....	<b>367</b>
	<b>Příloha B: Seznam identifikovaných YouTuberů</b> .....	<b>378</b>
	<b>Příloha C: Seznam identifikovaných videoher</b> .....	<b>382</b>
	<b>Rejstřík</b> .....	<b>384</b>