

OBSAH

1	ÚVOD	4
2	SOUČASNÝ STAV ŘEŠENÉ PROBLEMATIKY	5
2.1	Charakteristika základních pojmů	5
2.1.1	E-marketing, e-business	5
2.1.2	Marketing ROI	7
2.1.3	Reklamní elasticita prodeje	8
2.1.4	Google analytics	8
2.2	Ad measurement	11
2.2.1	Efektivní reklamní komunikát	11
2.2.2	Analýza sekundárních zdrojů	11
2.2.3	Dotazník jako prostředek pro měření reklamního vstupu	12
2.2.4	Měření účinnosti internetové reklamy	12
2.2.5	Metody hodnocení efektivity reklamy (zjištění efektivity marketingových komunikací)	13
3	CÍLE A HYPOTÉZY DISERTAČNÍ PRÁCE	15
3.1	Cíle disertační práce	15
3.2	Hypotézy disertační práce	16
4	METODY A POSTUPY POUŽITÉ PŘI ZPRACOVÁNÍ DISERTAČNÍ PRÁCE	18
4.1	Metody využití v disertační práci	18
4.2	Postupy použité při zpracování disertační práce	19
5	PŘÍNOSY DISERTAČNÍ PRÁCE	22
5.1	Přínosy pro vědu	22
5.2	Přínosy pro praxi	22
5.3	Přínosy pro pedagogickou praxi	23
6	NÁSTIN DALŠÍHO POKRAČOVÁNÍ PRÁCE	24
7	ZÁVĚR	25
8	SEZNAM PUBLIKACÍ AUTORA	28
9	CV AUTORA	29