

Abstrakt

Cílem této diplomové práce je podrobné představení problematiky bannerové reklamy, vysvětlení klíčových pojmů spjatých s tímto fenoménem a seznámení s historií, současností i novými trendy v této oblasti. Součástí je zasazení bannerové reklamy do širšího rámce internetového marketingu, historický vývoj a popis bannerových formátů nebo měření efektivity pomocí různých metod jako je click-through rate či dwell rate.

V práci se věnuji jak bannerové slepotě, tak novým trendům jako je behaviorální či HTML5 reklama i umístění bannerů na nových platformách (mobilní stránky či komunitní weby). Na základě literárních pramenů, praktické části i za využití zkušeností z praxe je pak vyvozeno několik doporučení. Ta by měla vést k vyšší efektivitě bannerových kampaní.