

## **Anotace**

Cílem této bakalářské práce je představit moderní koncept s názvem online reputation management, v jehož zájmu je zajistit co nejpříznivější reputaci firem na internetu a podpořit tak jejich pozitivní vnímání. Tímto tématem je vhodné se zabývat především z důvodu rychlého vývoje technologií, díky nimž je reputace čím dál více v ohrožení, a přitom i nadále zůstává klíčovou hodnotou ve firmách. Teoretická část práce nejprve představuje firemní komunikaci a PR, ze kterých zkoumaná disciplína vychází, a které předchází výkladu o klasickém reputation managementu. Hlavní téma práce pak blíže popisuje význam řízení reputace na internetu a různé techniky, které k tomu mohou firmy využívat. Praktická část se zaměřuje již na konkrétní prostředí, ve kterém je online reputation management často aplikován, a tím jsou recenzní portály. Recenze se ukázaly jako stěžejní faktor při utváření online reputace, a proto je pro současné firmy vhodné se včas a adekvátně adaptovat na dynamické internetové prostředí, kde mohou proaktivně řídit uživatelská hodnocení ku svému prospěchu. Vlastní výzkum přináší vhled do rozhodování současných internetových uživatelů nejen na základě online recenzí, ale také podle způsobů, kterými firmy se svými publiky v tomto prostředí komunikují. Vybrané strategie totiž významně ovlivňují změnu vnímání firem mezi potenciálními zákazníky, kteří se před svým nákupem často obrací právě na internet ve snaze zjistit zkušenosti ostatních uživatelů a vytvořit si názor na firmu.