

**UNIVERZITA KARLOVA**

**FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD**

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Katedra marketingové komunikace a public relations

Diplomová práce

**2024**

**Kristián Smith**

**UNIVERZITA KARLOVA**  
**FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD**

**Institut komunikačních studií a žurnalistiky**  
**Katedra marketingové komunikace a public relations**

**Soukromí vs. Personalizace: Právní, bezpečnostní a  
výkonnostní aspekty používání Google Analytics v době  
zaměřené na soukromí uživatelů**

Diplomová práce

Autor práce: Kristián Smith

Studijní program: Strategická komunikace

Vedoucí práce: Mgr. Daniel Slaviček, Ph.D.

Rok obhajoby: 2024

## **Abstrakt**

Tato diplomová práce se zabývá vlivem legislativních změn v oblasti ochrany osobních údajů na digitální ekosystém, zejména na webovou analytiku a digitální reklamu. Cílem práce je posoudit, jak tyto změny ovlivňují procesy sběru a analýzy dat, plánování reklamních kampaní a celkové fungování digitálního marketingu. Práce poskytuje historický kontext vývoje, který vedl k současným technologickým procesům sběru osobních dat a jejich využití pro marketingové účely. Následně jsou představeny legislativní změny, které v posledních letech tyto procesy ovlivnily. Detailně se práce zaměřuje na procesy webové analytiky a nástroj Google Analytics v kontextu těchto legislativních změn. Praktická část se věnuje dotazníkovému šetření, které odhaluje, jak se firmy přizpůsobují novým regulacím a jakým výzvám v rámci této problematiky čelí. Výsledky poukazují na to, že i po několika letech existence právních opatření řada firem a odborníků v oboru stále čelí značným výzvám a mají problémy se v dané problematice efektivně zorientovat a implementovat dostupné osvědčené praxe. Narušena je také schopnost efektivně měřit, vyhodnocovat a plánovat online kampaně.