

Anotace

Předkládaná práce *Srovnání českých a slovenských blogů coby marketingových nástrojů* zkoumá osobní internetové blogy. Klíčová je v práci kvalitativní metoda výzkumu provedena na několika českých a slovenských vybraných blogerkách. Všechny blogy buď zastupuje, nebo zastupovala česká agentura Elite Bloggers.

Cílem je ukázat, jak se marketingová komunikace liší v tuzemsku a na Slovensku a jaké postavení blogerů z daných zemí mají. Stejně tak budou porovnané i spolupráce s firmami, které se objevují na obou těchto trzích. Přičemž k závěrečnému porovnání budou využita i aktuální čísla čtenosti a počtu followerů na sociálních sítích. Z důvodu aktuálnosti je zkoumaným obdobím aktuální rok 2018. A to především s ohledem na neustále vzrůstající dosah jednotlivých blogerek.

Teoretická část se věnuje nejprve internetu, který je rozebrán od historie po současnost. Dále také samotným blogům, jež jsou hlavním tématem práce. Je vysvětlen pojem blog, uvedeny druhy i kritický pohled. Empirická část pak patří hlavně dotazníkovému šetření, představení jednotlivých blogerek a firem, které s nimi spolupracují, také osobnímu rozhovoru s generální ředitelkou Elite Bloggers a je zde také kladen důraz na další prvky, jež dokážou porovnat slovenský a český blogový svět.