

## **Abstrakt**

Tato bakalářská práce pojednává o fenoménu influencerů na sociálních sítích a jejich využití v rámci marketingové komunikace. Práce si klade za cíl zjistit postoj generace Z k influencer marketingu na sociální síti Instagram. V teoretické části práce jsou nejdříve vymezeny pojmy influencer a influencer marketing. Následují výhody, rizika, cena a možnosti spolupráce s influencery. Práce dále nastiňuje charakteristiku ideálního influencera a pro influencer marketing vymezuje legislativní a etický rámec. V praktické části práce jsou zpracovány hloubkové rozhovory se zástupci generace Z, které odkrývají, jak generace Z sponzorovaný obsah na Instagramu vnímá.