

Abstrakt

Tato bakalářská práce se zaměřuje na personální branding českých profesionálních tanečniců věnujících se tanečnímu stylu high heels. Práce se skládá ze dvou částí, a to z teoretické a výzkumné. V teoretické části představuji možné definice pojmů personální branding a pojmů souvisejících, představuji proces personálního brandingu a využití sociálních sítí. Ve výzkumné části prezentuji výsledky kvalitativního výzkumu – polostrukturovaných rozhovorů se šesti profesionálními tanečnicemi high heels, jejichž hlavním cílem bylo zjistit, jak vnímají personální branding, jak charakterizují své vlastní osobní značky, jaké aktivity v rámci personálního brandingu vyvíjí a jaká je jejich motivace. Hlavním zjištěním je, že podle respondentek by měla být osobní značka především jedinečná. Pro personální branding nejvíce využívají síť Instagram a jejich motivace je jak externí, tak interní. Interní motivací rozumíme snahu prezentovat se z jejich pohledu důstojným způsobem a externí motivací je situace na trhu, ve kterém se pohybují.