

Abstrakt

Tato bakalářská práce pojednává o fenoménu módních blogů z pohledu jejich osobní značky a role názorového vůdce. Práce mapuje teoretický základ a definiční vymezení základních pojmů jako je módní bloger, názorový vůdce a osobní značka. Teoretické poznatky jsou poté přeneseny do praxe za pomoci vlastní deskriptivní analýzy vybraných módních blogerů s cílem určit některé ze způsobů, jakými se módní blogeři mohou prezentovat a určit společné znaky, které jsou klíčové pro jejich úspěšnost. Pozornost je věnována také jejich roli názorového vůdce, která je zkoumána a rozvíjena za pomoci dotazníkového šetření mezi samotnými čtenáři. Důležitou součástí je i pohled ze strany expertů, který je zjišťován za pomoci rozhovorů. V závěru jsou shrnuty veškeré poznatky, kterým předchází stručná prognóza módních blogů do budoucna.