

## **Anotace (abstrakt)**

Tato bakalářská práce se zabývá osobním brandingem Matěje Hollana a Dominika Feriho na sociální síti Facebook. Práce je rozdělena na tři hlavní části – teoretickou, metodologickou a praktickou. Teoretická část seznamuje čtenáře s nezbytnými pojmy pro pochopení této problematiky. Metodologická část představuje výzkumný model s jeho výhodami a nevýhodami, a konečně praktická část již zkoumá komunikaci obou subjektů na uvedené sociální síti po dobu měsíce října 2016. Tato práce si klade za cíl zjistit, zda facebookové profily obou zmiňovaných politiků vykazují prvky osobního branding. Pokud se tato hypotéza potvrdí, sekundárním cílem práce je zjistit, jak se jejich osobní branding projevuje a jakým způsobem se od sebe branding Matěje Hollana a branding Dominika Feriho odlišuje. Pro výzkum byla zvolena kvalitativní výzkumná technika, konkrétně tematická analýza, deskriptivní metoda s prvky komparace a semistrukturovaný rozhovor.