

ABSTRAKT

Tato bakalářská práce se zaměřuje na influencery dětí, reklamu, přesvědčování převážně v internetovém prostředí a na marketingové a sociologicko-psychologické strategie ovlivňující nejenom dětskou populaci. Zabývá se způsoby a technikami, kterých marketéři využívají při přesvědčování klientů, a hlavně dětí ke koupi a při komunikaci. Součástí práce je základní popis influencerů, kteří se zaměřují na děti; rozbor vybraných sociálních sítí a vydělávání na sociálních sítí.

KLÍČOVÁ SLOVA

Dětsí influnceři, přesvědčování, strategie influencerů, reklama, marketing