

## **Abstrakt**

Tato diplomová práce se zaměřuje na fenomén NFT (nezaměnitelných tokenů) a jejich potenciálního využití v rámci marketingové komunikace značek a osobností v České republice. Cílem práce je prozkoumat, jakou roli mohou nezaměnitelné tokeny hrát v marketingové komunikaci v České republice z pohledu českých odborníků. Teoretická část představuje samotné NFT a také technologii a filozofii blockchainu, která je pro NFT zásadní, spolu s digitálními kanály jako je herní prostředí nebo metaverzum, které mohou ovlivnit budoucí využití NFT. Zároveň předkládá možnosti a principy využití NFT v marketingu spolu s příklady. Výzkumná část staví na hloubkových polostrukturovaných rozhovorech s komunikačními a technologickými experty. Následná kvalitativní analýza těchto dat poskytla informace o pohledu odborníků na tuto technologii v kontextu marketingu v rámci České republiky. Mezi hlavní zjištění výzkumu patří, že využití NFT v České republice může být poměrně široké, typicky se může jednat o věrnostní programy či jiné aktivity budující komunitu značky. Zatímco v minulosti byly tuzemské NFT projekty značek spíše krátkodobého charakteru a využívaly prvotní obliby NFT a zvýšeného mediálního pokrytí tohoto tématu, v budoucnu bude tato technologie dle odborníků využívána spíše ve skryté formě a s dlouhodobou strategií.