

Abstrakt

Tato bakalářská práce se zabývá využíváním českých podcastů pro marketingovou komunikaci. Nejprve obecně představuje fenomén podcastingu a jeho vývoj ve světě i v České republice. Pozornost je věnována také charakteristickým rysům tohoto média, které přináší určité výhody i nevýhody například pro zařazování komerční komunikace. Právě zařazování komerčních sdělení je věnována hlavní pozornost v další části práce o možnostech monetizace podcastů. Předmětem výzkumné části je množství a forma, v jakých tvůrci českých podcastů zařazují do svých podcastů komerční spolupráce nebo propagaci vlastních produktů. Pozornost je však pro širší kontext věnována i dalším způsobům monetizace využívaných českými tvůrci podcastů. K výzkumu bylo využito metody obsahové analýzy vybraných podcastů.