

UNIVERZITA KARLOVA
Fakulta sociálních věd
Institut komunikačních studií a žurnalistiky

POSUDEK BAKALÁŘSKÉ DIPLOMOVÉ PRÁCE

POZOR: V počítači vyplňujte pouze do šedivých políček!

Typ posudku („kliknutím“ zakřížkujte platnou variantu)

Posudek vedoucí/ho práce

Posudek oponenta/ky

Autor/ka práce

Příjmení a jméno: Štěpán Sukdol

Název práce: Využití umělé inteligence v digitálním marketingu

Autor/ka posudku

Příjmení a jméno: Báča Ladislav

Pracoviště: MKPR, IKSŽ FSV UK

1. VZTAH SCHVÁLENÝCH TEZÍ A VÝSLEDNÉ PRÁCE („kliknutím“ zakřížkujte vybrané hodnocení)

| | | Odpovídá schváleným tezím | Odchyluje se od tezí, odchýlení je v práci zdůvodněné a je vhodné | Odchyluje se od tezí, odchýlení je v práci zdůvodněné, ale není vhodné | Odchyluje se od tezí, odchýlení není v práci zdůvodněné a není vhodné | Neodpovídá schváleným tezím |
|-----|-----------------|-------------------------------------|---|--|---|-----------------------------|
| 1.1 | Cíl práce | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 1.2 | Technika práce | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 1.3 | Struktura práce | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

KOMENTÁŘ (slovní hodnocení vztahu tezí a práce, případně konkrétní popis hlavních výtek)
Práce odpovídá schváleným tezím.

2. HODNOCENÍ OBSAHU VÝSLEDNÉ PRÁCE

Vyplňujte písmeno na škále A – B – C – D – E – F (A=nejlepší, F= nevyhovující)

| | | Hodnocení písmenem |
|-----|---|--------------------|
| 2.1 | Relativní úplnost zpracované literatury ke zvolenému tématu | D |
| 2.2 | Pochopení zpracované literatury a schopnost ji aplikovat | D |
| 2.3 | Zvládnutí zvolené techniky zpracování materiálu | E |
| 2.4 | Logičnost výkladu, podloženost závěrů | E |

KOMENTÁŘ (slovní hodnocení obsahu výsledné práce, případně konkrétní popis hlavních výtek)
Autor práce si stanovil ambiciózní cíl prozkoumat oblast, která je ve velmi překotném vývoji. Z tohoto pohledu se jedná o podnětný text hledající propejení mezi online marketingem a umělou inteligencí.

Již ale v teoretické části je problematický přesný popis rozdílů, popř. vztahů mezi novými médii, digitálním marketingem, digitální marketingovou komunikací atd. Popis jednotlivých pojmů a nástrojů má důkladný až encyklopedický charakter. Nedaří se ale jednotlivé části a kapitoly propojit a učinit z nich souvislý text.

Umělá inteligence je jako pojem zevrubně popsán. Část praktická se zabývá pouze základní otázkou, zda umělá inteligence se již prakticky používá a autor dochází k názoru, že ano a že má významný vliv.

3. HODNOCENÍ KONEČNÉ PODOBY VÝSLEDNÉ PRÁCE

Vyplňujte písmeno na škále A – B – C – D – E – F (A=nejlepší, F= nevyhovující)

| | | Hodnocení písmenem |
|-----|--|--------------------|
| 3.1 | Struktura práce | C |
| 3.2 | Funkčnost a přiměřenost poznámkového aparátu a odkazů | C |
| 3.3 | Dodržení citační normy (pokud se v textu opakovaně objevují pasáže přejaté bez udání zdroje, hodnot'te písmenem F. Pokud v textu zjistíte přejaté pasáže | B |

| | | |
|-----|---|---|
| | vydáváné neoprávněně autorem za vlastní zjištění, nedoporučte práci k obhajobě a ve „zdůvodnění v případě nedoporučení“ navrhněte, aby s autorem bylo zahájeno disciplinární řízení.) | |
| 3.4 | Jazyková a stylistická úroveň práce (pokud je opakovaně porušována platná kodifikace pravopisné normy, hodnotěte písmenem F) | E |
| 3.5 | Oprávněnost a vhodnost příloh, grafická úprava práce | D |

KOMENTÁŘ (slovní hodnocení podoby výsledné práce, případně konkrétní popis hlavních výtek)
Práce obsahuje nesrovnalosti (kupř. název práce na titulní straně a v bibliografickém záznamu na straně 3 se liší)
a občasně stylisticky nejasně formulované věty.

4. SHRNUJÍCÍ KOMENTÁŘ HODNOTITELE/KY (celkové hodnocení výsledné práce, její silné a slabé stránky, původnost zpracování tématu apod.)

Práce se pokouší prozkoumat vztah digitálního marketingu a umělé inteligence, kdy se jedná o vcelku neprobádanou oblast i díky rychlému vývoji a nedostatku moderní literatury. Práce odpovídá na výzkumnou otázku, že umělá inteligence je již dnes významným prvkem digitálního marketingu

5. OTÁZKY NEBO NÁMĚTY, K NIMŽ SE PŘI OBHAJOBĚ DIPLOMANT(KA) MUSÍ VYJÁDŘIT:

| | |
|-----|--|
| 5.1 | |
| 5.2 | |

6. NAVRHOVANÉ CELKOVÉ HODNOCENÍ PRÁCE („kliknutím“ zakřížkujte vybrané hodnocení)

A (výborně) B C D E F (nedoporučuji k obhajobě)

ZDŮVODNĚNÍ V PŘÍPADĚ NEDOPORUČENÍ

Datum: 06.09.2021

Podpis:

.....

Hotový posudek vytiskněte, podepište a odevzdejte ve dvou kopiích na sekretariát příslušné katedry. Posudek nahrajte do SISu ve formátu PDF nebo jej zašlete elektronicky na adresu sekretářky příslušné katedry, která jej do SISu nahraje v zastoupení. Nevkládejte do SISu naskenované posudky s podpisem. V SISu musí být posudek bez podpisu!