

Práce se zabývá problémem plánování reklam v televizích. Tento problém se se vzrůstajícím počtem televizních stanic stává stále složitějším a naivní algoritmy používané v minulosti přestávají stačit. V práci se především věnujeme možnosti využití evolučních algoritmů v této oblasti. Součástí práce je také implementace pilotní verze softwaru, která umožňuje otestovat schopnosti evolučních algoritmů a porovnat je mezi sebou a s naivním algoritmem. Ukazuje se, že výsledky evoluce jsou dobré a evoluční algoritmy jsou vhodné pro řešení tohoto problému.