

Posudek vedoucího diplomové práce

Student: Bc. Ondřej Langpaul
Číslo studenta: E23103
Název diplomové práce: Využití umělé inteligence v marketingu a související etické otázky
Cíl práce: Cílem práce je analyzovat možnosti využití umělé inteligence v oblasti marketingu. V práci bude uvedeno, ve kterých oblastech marketingové komunikace je využití umělé inteligence možné, bude podrobně vysvětleno, jaké dopady toto využití může mít. Rovněž v práci budou formulována doporučení, jak umělou inteligenci do marketingu zapojit efektivně a zároveň v souladu s etickými pravidly.
Vedoucí práce: Mgr. Hana Boháčová, Ph.D.
Studijní program: N0413A050009 Ekonomika a management
Akademický rok: 2024/2025

Náročnost tématu

	výborně	velmi dobře	vyhovující	nevyhovující	nelze hodnotit
Teoretické znalosti	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vstupní údaje a jejich zpracování	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Použité metody	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Kritéria hodnocení práce

	výborně	velmi dobře	vyhovující	nevyhovující	nelze hodnotit
Stupeň splnění cíle práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Původnost zpracování tématu	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Adekvátnost použitých metod	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Hloubka provedené analýzy (ve vztahu k tématu)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Logická stavba práce a rozsah	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Práce s českou a zahraniční literaturou včetně citací	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Formální úprava práce (text, grafy, tabulky)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jazyková úroveň (styl, gramatika, terminologie)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Využitelnost výsledků práce

	vysoká	střední	nízká	nelze hodnotit
Pro teorii	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pro praxi	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Identifikace záznamu:
Agenda závěrečných prací

.....

Ostatní připomínky k práci

Předkládaná diplomová práce je zaměřena na využití umělé inteligence v marketingu. První část je věnována marketingu, jeho historii, cílům a možnostem digitálního marketingu. Druhá část obsahuje shrnutí toho, co umělá inteligence přináší podnikům, oceňují podrobnou SWOT analýzu zaměřenou na význam AI pro podniky. V třetí části se autor zabývá konkrétními možnostmi využití umělé inteligence v reklamě, při tvorbě e-shopu, při nastavení cen produktů a služeb, při analýze a zpracování dat a možnostmi využití generativní umělé inteligence. V každé kategorii je představeno více možností, jsou popsány jejich výhody a nedostatky. Tam, kde to dává smysl, je uvedeno srovnání. Autor uvádí i konkrétní příklady úspěšného využití umělé inteligence zavedenými společnostmi pro marketingové účely. U jednotlivých konkrétních možností využití umělé inteligence jsou vždy zmíněny i související etické otázky a jsou uvedena doporučení, jak využívat umělou inteligenci pro marketingové účely co nejefektivněji a zároveň v souladu s etickými principy. Tato doporučení jsou pak ještě shrnuta v části 3.6.

Cíl práce byl, dle mého názoru, naplněn. Práce je logicky strukturovaná, po formální i jazykové stránce je v pořádku. Za zmínku jistě stojí i velké množství zdrojů, z nichž autor čerpal informace, které se mu povedlo úspěšně zakomponovat do obsáhlé práce.

Vyjádření k výstupům ze systému Theses

Nejvyšší zjištěná míra podobnosti při kontrole v systému Theses byla 1 %. Práce je původní, nejedná se o plagiát.

Otázky a náměty k obhajobě

Zkuste pro konkrétní společnost – reálnou nebo fiktivní – navrhnout, které nástroje by měla využít ve své marketingové komunikaci.

Závěrečné hodnocení

Práci **doporučuji** k obhajobě.

Tuto diplomovou práci navrhuji hodnotit známkou: **B**

V Pardubicích 15.5.2025

Podpis