

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: Massalema Adham

Název práce: Využití umělé inteligence v grafickém designu pro marketingové účely

Autor/ka posudku

Příjmení a jméno: Ing. Moravcová Hana, Ph.D.

Pracoviště: Katedra marketingové komunikace a PR

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)

V práci je text řazen podle schématu předloženého v tezích.

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 se zabývá tématem umělé inteligence a jejího případného využití v grafickém designu pro marketingové účely. Práce má mnohé nedostatky a její kvalitu snižuje několik faktorů.

1. Autor diskutuje mnoho bodů, ale velmi povrchně, na úrovni povědomí běžné populace.
2. Autor míchá teorii a metodologii praktického výzkumu.
3. Otevírá hypotézy a výzkumné otázky, které hypotézami ani výzkumy otázkami nejsou. Navíc nedochází ani ke korektní práci s hypotézou, ani k zodpovězení otázky vhodnou metodou.

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	B
3.2	Funkčnost a přiměřenost poznámkového aparátu a odkazů	B
3.3	Dodržení citační normy (pokud se v textu opakovaně objevují pasáže přejaté bez udání zdroje, hodnotte písmenem F. Pokud v textu zjistíte přejaté pasáže vydávané neoprávněně autorem za vlastní zjištění, nedoporučte práci k obhajobě a ve „zdůvodnění v případě nedoporučení“ navrhněte, aby s autorem bylo zahájeno disciplinární řízení.)	A
3.4	Jazyková a stylistická úroveň práce (pokud je opakovaně porušována platná kodifikace pravopisné normy, hodnotte písmenem F)	E

3.5	Oprávněnost a vhodnost příloh, grafická úprava práce	C
-----	--	---

KOMENTÁŘ (slovní hodnocení podoby výsledné práce, případně konkrétní popis hlavních výtek)
 Jazyková úroveň práce je nízká, chyby jsou časté. Text je rozvlklý. Často jsou uváděny názory a dojmy. Chybí rigorózní odůvodnění argumentace, objevují se grafy bez řádného popisu a interpretace.

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

Silné stránky:

Inovativní téma. Slibně znějící nápad na vyhodnocení funkčnosti umělé inteligence pro tvorbu vizuálních obsahů marketingové komunikace.

Slabé stránky:

Historický exkurz je sice zajímavý, ale z popisu fungování umělé inteligence je relevantní jen strana 12 - 14 a ani z nich se nelze přesně dozvědět, na jakých principech funguje.

Kvantitativní analýza toho, jaké webové stránky z oborů grafického designu používají IA je naprosto nedostatečně popsána, není vysvětleno, proč je taková statistika potřeba. Interpretace zcela chybí. Není známo, proč se dělá jen pro podobory, které autor vybral. Pro zodpovězení otázky: "Lze využít nástroje grafického designu využívající umělou inteligenci pro marketingové účely" by stačilo prosté procento, ukazující, jaký podíl firem ji využívá (a je vlastně jedno z jakého oboru, nemusí jít jen o grafiky a programátory, kteří používají AI při digitální komunikaci).

Při vsí snaze se mi nepodařilo přijít na to, proč stránky 23 až 31 vedou k prostému zjištění, že se v grafickém designu používají (nepřekvapivě): Canva, Midjourney, Looka.

Metodicky chybné je také vyhodnocení rozdílů a podobností jejich výstupů. Prompty jsou navzájem neporovnatelné a příliš obecné. Takto autor nemohl zjistit a prezentovat o AI nástrojích pro tvorbu marketingového obsahu příliš užitečných informací. Aby se daly nástroje porovnat, měly by každý mít stejný úkol.

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

5.1	Proč jste AI generátorům obsahu nedal všem stejný a nějaký do detailu specifikovaný úkol? Bránilo tomu něco?
5.2	Podařilo se Vám vypátrat, kolik procent marketingové komunikace v digitálním prostoru nyní probíhá prezentováním obsahů vytvořených a cílených pomocí AI?

6. ANTIPLAGIÁTORSKÁ KONTROLA TEXTU

Seznámil jsem se s výsledky antiplagiátorské kontroly v SISu.

Komentář pro případnou shodu nad 5%:

6.1	
-----	--

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

- A
- B
- C
- D
- E
- F nedoporučuji k obhajobě

ZDŮVODNĚNÍ V PŘÍPADĚ NEDOPORUČENÍ

Datum: 2.9.2023

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!