

**UNIVERZITA KARLOVA**  
**Fakulta sociálních věd**  
**Institut komunikačních studií a žurnalistiky**

**POSUDEK MAGISTERSKÉ DIPLOMOVÉ PRÁCE**

**POZOR: V počítači vyplňujte pouze do označených políček!**

**Typ posudku** („kliknutím“ zakřížkujte platnou variantu)

Posudek vedoucí/ho práce

Posudek oponenta/ky

**Autor/ka práce**

Jméno a příjmení: Lukáš Horáček

**Název práce** Spotřebitelská percepce generovaných reklamních textů

**Autor/ka posudku**

Jméno a příjmení: Tereza Klabíková Rábová

Pracoviště: IKSŽ

**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)

**2. HODNOCENÍ OBSAHU VÝSLEDNÉ PRÁCE**

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

		Hodnocení známkou
2.1	Relativní úplnost zpracované literatury ke zvolenému tématu	A
2.2	Schopnost kriticky vyhodnotit prostudovanou literaturu a aplikovat ji	B
2.3	Úroveň zpracování materiálu, resp. zvládnutí techniky empirického výzkumu	B
2.4	Schopnost sestavit a použít soubor metod přiměřený cíli	B
2.5	Původnost práce, přínos práce k rozvoji oboru	A

KOMENTÁŘ (slovní hodnocení obsahu výsledné práce, případně konkrétní popis hlavních výtek)

Teoretická část je vcelku extenzivní a s částí uvedeného se dále nepracuje, považuji ji však přesto za zvolenou funkčně pro uvedení do kontextu následných výkladů. Současně autor předkládá nejen vývojové pasáže o technologických variantách AI nástrojů, ale i konkrétní studie o možnostech a rizicích využití AI (nejen) v kreativní sféře. Výklad dokládá mnoha aktuálními zdroji akademickými, mediálními apod. Hovoří též o specifických reklamního psaní. Celkově se autor prokazatelně orientuje v tématu AI generovaných textů i copywritingu, a to z různých úhlů pohledu.

**3. HODNOCENÍ KONEČNÉ PODOBY VÝSLEDNÉ PRÁCE**

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

		Hodnocení známkou
3.1	Logičnost struktury práce, podloženost závěrů	C
3.2	Zvládnutí terminologie oboru	A
3.3	Funkčnost, úroveň, přiměřenost poznámkového aparátu	B
3.4	Dodržení citační normy (Pokud se v textu opakovaně objevují pasáže přejeté bez udání zdroje, hodnotěte písmenem F. Pokud v textu zjistíte přejeté pasáže vydávané autorem neoprávněně za vlastní zjištění, nedoporučte práci k obhajobě a ve „zdůvodnění v případě nedoporučení“ navrhněte, aby s autorem/kou bylo zahájeno disciplinární řízení.)	B

3.5	Jazyková a stylistická úroveň práce (Pokud je opakovaně porušována platná kodifikace pravopisné normy, hodnotěte písmenem F.)	C
3.6	Oprávněnost a vhodnost příloh, grafická úprava	B

KOMENTÁŘ (slovní hodnocení podoby výsledné práce, případně konkrétní popis hlavních výtek)

Text práce je kultivovaný, odpovídá registru odborného stylu, chyby jsou řídké (např. interpunkční či vzácné překlepy).

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

Předložená práce představuje solidní příspěvek k poznání možností použití textů generovaných nástroji umělé inteligence, v tomto případě zúženo na oblast reklamního copywritingu. Diplomant srovnává vnímání a recepci modelových textů generovaných AI a těch psaných člověkem, přičemž konstatuje, že přesvědčivější (přičemž aspekty přesvědčivosti se snaží příslušně vymezit) jsou dosud dle respondentů výzkumu texty “přirozené”. Pro zodpovězení hlavní VO a dalších podotázek koncipuje jasně popsaný a logicky designovaný experiment prostřednictvím několika (chutně čokoládových) propracovaných textových ukázek různých typů a žánrů (reklama na FB, PR článek, newsletter, produktový popis aj.). Celé nastavení výzkumu autor pečlivě zvažoval a o jeho omezeních rozvažuje nejen v příslušné pasáži limitací, ale i v metodologické sekci. (Představení respondentů by spíše logicky mělo být předřazeno interpretaci a výsledkům a být obsaženo v pasáži metodologie, jen drobná poznámka ke struktuře). Oceňuji i realistické a vyspělé zvažování výsledků provedeného výzkumu. Domnívám se, že výsledky předložené práce lze dále využít pro pokračující uvažování o dobré praxi AI nástrojů zejména v oblasti marketingové komunikace.

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

5.1	Jak by bylo možné výzkum dále rozvinout pro získání průkaznějších výsledků?
5.2	
5.3	
5.4	

**6. ANTIPLAGIÁTORSKÁ KONTROLA TEXTU**

Seznámil jsem se s výsledky antiplagiátorské kontroly v SISu.

Komentář pro případnou shodu nad 5%:

6.1	Shoda je tvořena dílčími drobnými shodami, není nijak relevantní.
-----	-------------------------------------------------------------------

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

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

ZDŮVODNĚNÍ V PŘÍPADĚ NEDOPORUČENÍ

Click or tap here to enter text.

Datum:

Podpis: .....

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