

I. IDENTIFIKAČNÍ ÚDAJE

Název práce:	Ethics of AI in Marketing
Jméno autora:	Alexander Keviczky
Typ práce:	bakalářská
Fakulta/ústav:	Masarykův ústav vyšších studií (MÚVS)
Katedra/ústav:	Institut manažerských studií
Oponent práce:	Ing. Dagmar Skokanová, Ph.D.
Pracoviště oponenta práce:	Institut manažerských studií

II. HODNOCENÍ JEDNOTLIVÝCH KRITÉRIÍ

Zadání	průměrně náročné
<i>Hodnocení náročnosti zadání závěrečné práce.</i>	
Student si zvolil aktuální téma – etické otázky spojené s využíváním umělé inteligence v marketingu. Nicméně zadání je dle mého názoru velmi obecné a široké.	

Splnění zadání	splněno s většími výhradami
<i>Posuďte, zda předložená závěrečná práce splňuje zadání. V komentáři případně uveďte body zadání, které nebyly zcela splněny, nebo zda je práce oproti zadání rozšířena. Nebylo-li zadání zcela splněno, pokuste se posoudit závažnost, dopady a případně i příčiny jednotlivých nedostatků.</i>	
Cílem bakalářské práce je dle zadání analyzovat problémy AI v marketingu. Tento cíl byl splněn pouze částečně.	

Zvolený postup řešení	částečně vhodný
<i>Posuďte, zda student zvolil správný postup nebo metody řešení.</i>	
Je škoda, že autor si nestanovil na začátku výzkumu několik hypotéz, které by vedly ke konkrétnějším závěrům.	

Odborná úroveň	D - uspokojivě
<i>Posuďte úroveň odbornosti závěrečné práce, využití znalostí získaných studiem a z odborné literatury, využití podkladů a dat získaných z praxe.</i>	
Odborná úroveň práce je nízká. V Závěru by měly zaznít výstupy z práce, ke kterým se student dopracoval. Jsou tam však obecné formule, které jsou všeobecně známé, nikoliv konkrétní výstupy na základě provedeného výzkumu.	

Formální a jazyková úroveň, rozsah práce	B - velmi dobře
<i>Posuďte správnost používání formálních zápisů obsažených v práci. Posuďte typografickou a jazykovou stránku.</i>	
V práci se vyskytují drobné chyby např. první odstavec v Úvodu není ukončen. Úroveň psaného jazyka v angličtině je dobrá. Autor by se měl vyvarovat formulací jako např. „it is not just smoke a mirrors“ a používat spíše svých vlastních slov k vyjádření toho, co chce říci.	

Výběr zdrojů, korektnost citací	C - dobře
<i>Vyjádřete se k aktivitě studenta při získávání a využívání studijních materiálů k řešení závěrečné práce. Charakterizujte výběr pramenů. Posuďte, zda student využil všechny relevantní zdroje. Ověřte, zda jsou všechny převzaté prvky řádně odlišeny od vlastních výsledků a úvah, zda nedošlo k porušení citační etiky a zda jsou bibliografické citace úplné a v souladu s citačními zvyklostmi a normami.</i>	
Použité zdroje se omezují výhradně na online zdroje.	

Další komentáře a hodnocení	
<i>Vyjádřete se k úrovni dosažených hlavních výsledků závěrečné práce, např. k úrovni teoretických výsledků, nebo k úrovni a funkčnosti technického nebo programového vytvořeného řešení, publikačním výstupům, experimentální zručnosti apod.</i>	
Výsledky práce jsou naznačeny v kapitole 5 „Results“, nicméně v Závěru (Conclusion) zcela chybí.	

III. CELKOVÉ HODNOCENÍ, OTÁZKY K OBHAJOBĚ, NÁVRH KLASIFIKACE

Shrňte aspekty závěrečné práce, které nejvíce ovlivnily Vaše celkové hodnocení. Uveďte případné otázky, které by měl student zodpovědět při obhajobě závěrečné práce před komisí.

Závěrečná práce se věnuje aktuálnímu tématu umělé inteligence a možnostem jejího využití v marketingu a s tím souvisejících etických otázek.

V teoretické části autor nejdříve definuje umělou inteligenci a zmiňuje její různé podoby. Stručně představuje historii umělé inteligence, popisuje typy AI a uvádí několik příkladů. Druhá kapitola se věnuje budoucím dopadům umělé inteligence, je zmiňováno využití umělé inteligence v „science fiction“ a dále technologická singularita jako přelom v historii, ve které se lidská společnost nenávratně mění působením technologie. Ve třetí kapitole se autor věnuje různým způsobům využití umělé inteligence v marketingu.

V praktické části autor představuje metodologii výzkumu, konkrétně online dotazníkové šetření. Podrobně se věnuje jednotlivým otázkám, které jsou součástí dotazníku. Dotazník jako takový by měl být součástí přílohy, kde chybí.

Otázka etiky v souvislosti s využíváním umělé inteligence je velmi komplexní otázka, která je zároveň těžko měřitelná. Bylo by vhodné název práce a její cíle více zúžit a konkretizovat. Nabízí se zde stanovení hypotéz, které by byly následně dotazníkovým šetřením ověřeny např. „Most respondents believe that AI driven advertising is unethical.“ Tímto způsobem mohlo být dosaženo konkrétnějších závěrů.

Otázky pro diskuzi:

- 1) Při výběru online nástroje pro sběr dat jste narazil na překážku, kdy z původního Google Forms jste nakonec zvolil Microsoft Forms. Můžete vysvětlit, o jakou překážku se jednalo? Využil byste tento nástroj pro tvorbu online dotazníkového šetření i v budoucnu?
- 2) Co považujete za hlavní výzvy při zavádění umělé inteligence do procesů v marketingu?

Předloženou závěrečnou práci hodnotím klasifikačním stupněm **D - uspokojivě**.

Datum: 26.5.2023

Podpis: