

## HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE (dále jen BP)

**Jméno studenta: Hana Svobodová**

**Téma BP: Nákupní marketing ve společnosti Barum Continental spol. s r. o.**

**Akademický rok: 2010/2011**

**Oponent BP: ing. Šárka Vránová**

**Tabulka A**

Kritéria hodnocení BP	Stupeň hodnocení podle ECTS							Stupeň hodnocení
	A 1	B 1,5	C 2	D 2,5	E 3	Fx 4	F 5	
Náročnost tématu BP		x						1,5
Splnění cílů BP	x							1,0
Teoretická část BP	x							1,0
Praktická část BP	x							1,0
Stylistická a gramatická úroveň BP		x						1,5
Formální úroveň BP		x						1,5
Součet								<b>7,5 : 6 = 1,25</b>

Poznámka: Hodnocení jednotlivých kritérií označte znakem „X“ v příslušné řádce.  
Součet hodnocení kritérií vypočtete vydělením součtu stupňů hodnocení šesti.

Navrhne-li vedoucí nebo oponent BP v kritériu 2 – splnění cílů BP stupeň nedostatečně (Fx nebo F), je celá práce hodnocena nedostatečně a komise po obhajobě rozhodne o konečné klasifikaci. Je-li nedostatečně hodnoceno jiné kritérium mimo kritéria 2 vypočítá se návrh známky včetně tohoto nedostatečně hodnoceného kritéria.

**Tabulka B – Celkové hodnocení BP**

Interval	Stupeň ECTS	Slovní hodnocení
1,00 – 1,25	A	Výborně
1,26 – 1,75	B	Velmi dobře
1,76 – 2,25	C	Dobře
2,26 – 2,75	D	Uspokojivě
2,76 – 3,00	E	Dostatečně
3,01 – 4,00	FX	Nedostatečně
4,01 – 5,00	F	Nedostatečně

### **Celkové hodnocení a otázky k obhajobě BP:**

Tato BP se zabývala nákupním marketingem ve firmě Barum Continental.

Cílem bylo zhodnocení stávajícího procesu nákupního marketingu nepřímého materiálu.

Poměr teoretické a analytické části je vyvážený, obě části na sebe vhodně navazují.

Práce je zpracována pečlivě, je poměrně rozsáhlá.

V úvodu je jasně specifikovaný cíl a postup práce.

Teoretická část je zpracována dobře, poznatky zde uvedené jsou následně aplikovány v analytické části.

Praktická část je také na velmi dobré úrovni. Je zřejmé, že studentka v oboru pracuje.

Pozitivně hodnotím zvláště meziroční srovnání počtu objednávek dle formy objednání, velmi kvalitní provedení ABC analýzy a vyhodnocení 10 největších dodavatelů. Velmi přehledně bylo také zpracováno schéma nákupního marketingového mixu.

Stylistická a gramatická úroveň práce jsou na dobré úrovni, vyskytuje se zde jen pár drobných stylistických chyb, např. 1. osoba čísla jednotného v abstraktu, 1. osoba čísla množného v analytické části.

Formální úroveň práce je dobrá. Práce obsahuje mnoho obrázků, tabulek a grafů, které zlepšují její názornost. Práce však obsahuje dosti značné množství zkratk, přitom v seznamu zkratk není uvedena řada z nich, které jsou použity v textu (v textu většinou vysvětleny jsou).

V analytické části i v kapitole Návrhy a doporučení studentka navrhla řadu změn, z nichž některé jistě budou pro firmu přínosem. Cíl práce považuji za velmi dobře splněný.

Otázky:

1. Audit, který v BP zmiňujete (str. 42), bývá interní nebo externí? Jak často probíhá?
2. Proč posíláte poptávky e-mailem, když sama doporučujete jejich vystavování v systému SAP (str. 42)?
3. Jak často se stává, že datum splatnosti na faktuře a na objednávce jsou v nesouladu (str. 43)?
4. Jak často dochází ke hledání zboží (str. 50)?

**Návrh na výslednou známku BP: A - výborně**

(Uveďte stupeň ECTS + slovní vyjádření)

Ve Zlíně 21. května 2011



.....  
podpis hodnotícího