

Univerzita T. Bati ve Zlíně  
Fakulta managementu a ekonomiky  
BAKALÁŘSKÉ STUDIJNÍ PROGRAMY  
na Vyšší odborné škole ekonomické Zlín

## HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE (dále jen BP)

**Jméno studenta:** Eva Zakopalová

**Téma BP:** Implementace MIS ve společnosti Fatra, a.s. Napajedla

**Akademický rok:** 2010/2011

**Vedoucí BP\*:**

**Oponent BP\*:** Ing. Miloslava Kubičková, Ph.D.

\* Nehodící se škrtněte.

**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					2,0
Splnění cílů BP				X				2,5
Teoretická část BP				X				2,5
Praktická část BP					X			3,0
Stylistická a gramatická úroveň BP			X					2,0
Formální úroveň BP			X					2,0
<b>Součet</b>								<b>14,0</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:**

(Uvádí vedoucí i oponent BP.)

Bakalářská práce se zabývá implementací MIS ve společnosti Fatra, a.s. Napajedla.

V teoretické části je v úvodu vysvětlen pojem informace a další kapitola popisuje marketingový informační systém. Je zde vysvětlen pojem, členění, základní funkce, možné přínosy i problémy. Práce využívá dostatečné množství literárních a internetových zdrojů, ale není zde žádná vlastní myšlenka.

V úvodu praktické části je charakterizována společnost. Další kapitola je průřezem marketingových systémů, které se ve firmě využívaly a používají v dnešní době. V další kapitole se analyzuje současný stav ve firmě a zdůvodňuje nutnost systému pro firmu.

Doporučení v závěru jsou příliš „plytká“ a v podstatě nic neřeší. Zejména první bod o uvědomění si významu informací. Bylo by dobré se nad doporučením zamyslet konkrétněji a pro obhajobu doplnit.

Bakalářskou práci snižují formální a stylistické chyby.

Např.

- současný stav autorky vůbec nemá co dělat v BP
- tabulka Výhody a nevýhody SAP CRM zbytečně „roztáhlé“ na dvě strany

### **Otázka: Vysvětlete doporučení č. 4 na s.61**

#### **Další otázky:**

- 1) Provádí firma některý z typů marketingového výzkumu?
- 2) Jakým způsobem navrhujete konkrétně vytváření databází z hlediska odpovědnosti jednotlivých pracovníků managementu?

**Návrh na výslednou známku BP:** D - uspokojivě

(Uveďte stupeň ECTS + slovní vyjádření)

V Zlíně dne 6. května 2011

Kubičková

.....  
podpis hodnotícího