

Seminární práce – Nákupní Marketing LS 2022

Zadání SP:

- Seminární práci zpracuje každý student samostatně
- Studenti si vyberou konkrétní téma podle vlastního uvážení
- Odevzdání ve formátu word nebo pdf
- Název souboru Příjmení_Jméno_LS2022

Způsob zpracování:

Práce bude mít tři části.

(1) První bude obsahovat úvod s popisem tématu a motivace studenta k jeho volbě (proč zvolil toto téma). Bude následovat stanovené cíle práce (co chce student dosáhnout). Dále popis přístupu k naplnění cíle ve formě stručné metodiky zpracování práce (jak toho dosáhne).

(2) V druhé části student zpracuje na dané téma stručnou a výstižnou literární rešerši kterou případně doplní o vlastní autorskou případovou studii.

(3) Poslední část bude autorská a bude obsahovat názory a poznatky studenta ve formě shrnutí práce.

Témata seminární práce:

- Srovnání chování zákazníků v procesu nákupu na B2B a B2C trzích
- Emoce a rozum v marketingové komunikaci B2B značky
- Metoda vícekriteriálního rozhodování jako matematický instrument hodnocení dodavatele
- Obchodní taktiky ve vyjednávání
- Kritické aspekty budování dodavatelsko odběratelských vztahů
- Supply Chain Management
- Elektronické nakupování v organizacích a možnosti jeho automatizace

Kritéria hodnocení:

- Volba cíle práce 20%
- Naplnění cíle seminární práce 30%
- Volba metod k naplnění cíle práce 15%
- Kvalita literární rešerše 15%
- Schopnost propojovat teorii s praxí či vlastním úsudkem 10%
- Formátování 5%
- Aktuálnost zdrojů 5%

Rozsah a forma SP:

SP bude zpracována v písemné podobě

SP bude odevzdána prostřednictvím systému IS SU nejpozději do 13.5.2022

Rozsah – max. 6 stran, TNR 12, řádkování 1,5.

První strana opatřena logem fakulty, jménem studenta a názvem SP se nepočítá do rozsahu.