

**Zpráva zpravodaje**

**Formulář pro hodnocení**

**zapracování připomínek RVH UTB**

**do žádosti o akreditaci studijního programu**

**Část 1.) Identifikace studijního programu (SP):**

|  |  |
| --- | --- |
| Název SP: | Marketing Communication |
| Typ SP: | navazující magisterský |
| Profil SP: | profesní |
| Forma SP: | prezenční |
| Jazyk výuky: | anglický |
| Fakulta/součást UTB: | Fakulta multimediálních komunikací |
| Garant SP: | doc. PhDr. Blandína Šramová, Ph.D. |
| Délka studia: | 2 roky |
| Schvalující orgán: | Národní akreditační úřad pro VŠ |
| Typ žádosti: | udělení akreditace |

**Část 2.) Identifikace zpravodaje – člena RVH UTB:**

|  |  |
| --- | --- |
| Jméno a příjmení zpravodaje: | akad. soch. Ondřej Podzimek |

**Část 3.) Vypořádání konkrétních připomínek RVH UTB:**

|  |  |
| --- | --- |
| Číslo usnesení RVH UTB: | Usnesení č. 7/kh13 |

|  |  |
| --- | --- |
| Znění připomínky | Vypořádání připomínky  (SPLNĚNO / NESPLNĚNO + odůvodnění) |
| Koncepčně dořešit ve vazbě na připomínky oponenta jednoznačné přiřazení kódu ISCED F a oblasti vzdělávání (skladba profilu absolventa odpovídá spíše kombinovanému SP s oblastmi vzdělávání Mediální a komunikační studia (Marketingová komunikace a PR) a Ekonomické obory (Marketing a obchod). | SPLNĚNO |
| Vysvětlit v akreditačním spisu pojem „marketingové komunikace“ ve vztahu k obvyklému pojmu „marketingová komunikace“, zdůraznit odlišnosti a vysvětlit vztah k marketingovému managementu. | SPLNĚNO |
| Okomentovat soulad mezi obsahem SP, široce formulovanými cíli studia a profilem absolventa, jasně vymezit priority studijního programu. | SPLNĚNO |
| U návrhu obsahu SZZ okomentovat, co jsou základní, nosné znalosti pro absolvování SP. | SPLNĚNO |
| Okomentovat možný nesoulad v navržených kompetencích v oblasti odborného  a speciálního profilu absolventa, a to v částech označených jako 11., 14., 15., 17., a 19., a okomentovat pokrytí těchto kompetencí předměty ve studijním plánu. | SPLNĚNO |
| U rámcového uplatnění absolventů okomentovat možnost zaujímat řídicí funkce v komunikačních agenturách, marketingových útvarech, odděleních marketingové komunikace v příspěvkových organizacích, pozici specialisty na reklamu a další části komunikačního mixu na střední a vyšší úrovni řízení, pozici vedoucího/člena tvůrčích kolektivů v oblastech audiovize, reklamní fotografie a designu, a to z pohledu předmětů podmiňujících uvedené dovednosti. | SPLNĚNO |
| Okomentovat překryvy v obsahu předmětů a nestejnou formu a hloubku zpracování karet předmětů, doplnit chybějící prerekvizity u vícesemestrálních předmětů. | SPLNĚNO |
| Okomentovat nebo doplnit publikační činnost či působení v praxi u garantů předmětů „Economics“, „Qualitative Research Methods“, „Data Mining“. | SPLNĚNO |
| Provést revizi a aktualizaci povinné a doporučené literatury. | SPLNĚNO |
| Okomentovat rozdílný rozsah „stručné anotace předmětů“. | SPLNĚNO  Anotace byly formálně sjednoceny v souladu s metodickým pokynem NAÚ. |
| Zvážit posílení předmětů věnujících se jednotlivým nástrojům komunikačního mixu. | SPLNĚNO  Předkladatel vysvětlil, že toto je obsaženo v bakalářském stupni studia. |
| Doplnit informaci o dostupnosti povinné a doporučené literatury (zda je součástí knihovny ústavu či univerzitní knihovny). | SPLNĚNO |
| Doplnit minimální počet studentů, při kterém bude SP realizován. | SPLNĚNO |
| Okomentovat odlišnosti ve skladbě předmětů ve srovnání se stejným SP uskutečňovaným v českém jazyce (NMSP Marketingové komunikace). | SPLNĚNO  Předkladatel sjednotil strukturu předmětů. |
| Upravit v celém akreditačním spisu název SP na „Marketing Communications“ (včetně karet B-I, B-II, C-I) | SPLNĚNO |
| Okomentovat v sebehodnotící zprávě podíl garanta SP na garanci předmětů „MA Thesis Seminar 1“ a „MA Thesis Seminar 2“ (podmínka SR 32/2019 Standardy studijních programů). | SPLNĚNO  Předkladatel upravil podíl garanta na výuce předmětů. |
| Doplnit v sebehodnotící zprávě komentář ke standardům 7.4 - 7.9. | SPLNĚNO |
| Větu „Přijímací řízení je jednokolové… změnit na „Přijímací zkouška je jednokolová…“. | SPLNĚNO |
| Vyjádřit studijní zátěž v souladu s nařízením vlády č. 274/2016 Sb. (neuvádět pouze čas kontaktní výuky). | SPLNĚNO |
| Nahradit v materiálu označení „scan“ (str. 7, 10, 134) termínem „textový dokument v PDF formátu“. | SPLNĚNO |
| Prověřit, zda je součástí studijního plánu předmět „Neziskové projekty“, zmíněný  na str. 113 a 150. | SPLNĚNO  Název předmětu byl opraven. |
| Opravit tvrzení na str. 219 ohledně podmínek úspěšného ukončení studia (správně má být Studijní a zkušební řád UTB a vnitřní předpis FMK Pravidla studia). | SPLNĚNO |
| Nepoužívat v akreditačním spisu na str. 108, 109, 114,124, 142 charakteristiku Ústavu marketingových komunikací FMK jako servisního střediska, která neodpovídá jeho postavení v organizační struktuře FMK dané Statutem FMK a SD 2019/06 Organizační řád FMK. | SPLNĚNO |

**Část 4.) Závěrečné shrnutí a návrh na usnesení:**

|  |
| --- |
| Závěrečné shrnutí, případně další zjištění |
| Předkladatel se vyjádřil ke všem vzneseným připomínkám. V relevantních případech upravil obsah žádosti a obsah studijního plánu. |

|  |
| --- |
| Návrh zpravodaje na usnesení RVH UTB |
| Doporučuji schválit studijní program a schválit záměr předložit žádost o akreditaci studijního programu Národnímu akreditačnímu úřadu pro vysoké školství. |

Datum: 21. 2. 2020

Podpis zpravodaje: Ondřej Podzimek v.r.