



OPONENTNÍ POSUDEK

pro hodnocení návrhu žádosti o akreditaci studijního programu na
UTB ve Zlíně¹

Část 1. Identifikační údaje posudku a oponenta

Identifikační číslo posudku:

2023_FMK_Marketingová komunikace_NMSP_2

Vyplňuje oponent žádosti o akreditaci studijního programu

Název posuzovaného studijního programu:

Marketingová komunikace

Typ studijního programu dle vzoru (např. Bc., nMgr., DSP)

Navazující magisterský, profesně zaměřený, prezenční a kombinovaná forma, český jazyk studia

Jméno, příjmení a tituly oponenta dle vzoru (např. doc. Ing. Jan Novák, Ph.D.):

[REDACTED]

Adresa oponenta a kontaktní údaje (email a mobil. tel.):

[REDACTED]

Organizace, u níž/nichž je oponent v pracovně právním vztahu na základě pracovní smlouvy či Dohody o provedení práce (DPP) /dohody o pracovní činnosti (DPČ):

[REDACTED]

¹ Pracovní verze ze dne 06-09-2017



Část 2. Čestné prohlášení o nepodjatosti a mlčenlivosti oponenta

Vyplňuje oponent žádosti o akreditaci studijního programu

Tímto prohlašuji, že jako zpracovatel oponentního posudku na návrh žádosti o akreditaci studijního programu (dále jen SP), který je podkladem pro hodnocení Rady pro vnitřní hodnocení UTB ve Zlíně, nemám žádný vztah k posuzovanému SP, k jeho budoucí realizaci a na jeho přípravě jsem se nepodílel/a.

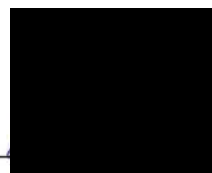
Prohlašuji rovněž, že nejsem podjatý/á, nemám osobní zájem na kladném/záporném hodnocení žádosti o akreditaci SP, jeho přijetí nebo naopak nepřijetí NAÚ a nemám jakýkoliv osobní, pracovní nebo jiný vztah k hodnocenému SP či jeho garantovi.

Prohlašuji, že se při posuzování návrhu žádosti o akreditaci SP budu řídit objektivními hledisky.

Jsem si vědom/a, že hodnocený návrh žádosti o akreditaci SP a předložené doklady jsou důvěrné, obsahují osobní a citlivé údaje a nejsem oprávněn/a je jakýmkoliv způsobem předávat třetím osobám a pořizovat a šířit jakékoliv kopie. Jsem si vědom/a, že jsem vázán/a mlčenlivostí o údajích, které jsou obsahem materiálů poskytnutých Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně.

Datum:

Podpis oponenta: _____





Část 3. Pokyny pro oponenty

Oponent provede posouzení žádosti o akreditaci SP skrze **hodnocení** žádosti o akreditaci SP dle kritérií A. až D, kde kritérium:

- A. znamená soulad SP se Strategickým záměrem UTB,
- B. soulad profilu absolventa s obsahem studia,
- C. personální zabezpečení SP,
- D. finanční, infrastrukturní a další zabezpečení SP.

V případě jednotlivých kritérií oponent posuzuje, jak jsou jednotlivé standardy, vážící se k dílčím kritériím žádosti o akreditaci, splněny. K tomuto posouzení slouží dvoustupňová klasifikační stupnice, jež určuje míru shody s naplněním standardu, kde:

ANO znamená splňuje standard,

NE znamená nesplňuje standard

Oponent své stanovisko vyjádří vepsání svého hodnocení (ANO/NE) do příslušného pole.

Oponentní posudek obsahuje rovněž nezbytné **slovní hodnocení** žádosti o akreditaci SP, v rámci něhož oponent slovně odůvodnění své hodnocení. V závěru posudku se pak oponent vyjádří k celkovému zpracování žádosti o akreditaci SP a k tomu, zdali doporučuje Radě pro vnitřní hodnocení UTB postoupit návrh žádosti o akreditaci SP Národnímu akreditačnímu úřadu.



Část 4. Hodnocení studijního programu

Hodnotící kritérium A: Soulad studijního programu se Strategickým záměrem UTB²

Dílčí kritérium	Standard	Naplnění standardu	
		ANO (splňuje standard)	NE (nesplňuje standard)
A ₁	SP je z hlediska typu, formy a případného profilu v souladu s posláním a strategickým záměrem vzdělávací a vědecké, výzkumné, vývojové a inovační, umělecké nebo další tvůrčí činnosti vysoké školy (dále jen „strategický záměr vysoké školy“) a ostatními strategickými dokumenty vysoké školy.	ANO	
	Slovní hodnocení oponenta: Lze potvrdit, že SP je v souladu s posláním a strategickým záměrem UTB na období 21+ a ostatními strategickými dokumenty vysoké školy.		
A ₂	Jedná se o SP, který obsahově nekoliduje se SP akreditovanými na jiných součástech UTB.	ANO	
	Slovní hodnocení oponenta: Schvalovaný SP je jedinečný ve své nabídce a skladbě předmětů, která vychovává absolventy uplatnitelné v komunikačních agenturách, firmách, neziskových organizacích, ale i veřejných institucích na rozličných komunikačních a kreativních pozicích.		
A ₃	SP má ve studijním plánu zabudovány koncepty výuky cizích jazyků na UTB.	ANO	
	Slovní hodnocení oponenta: Tento SP nabízí výuku hned v několika předmětech, které jsou vyučovány v AJ: Theory of Argumentation, International Marketing, Cross-Cultural Communication, Global Aspects in Marketing Communication, Integrated Marketing Communication.		
A ₄	SP má ve studijním plánu zabudovány výuku podnikatelství.	ANO	
	Slovní hodnocení oponenta: SP si klade za cíl připravit studenty k práci na zaměstnaneckých pozicích stejně jako při výkonu volné profese. Na základě spolupráce s UPPER se mohou studenti vzdělávat v kurzech o podnikání či osobním rozvoji, mohou si pronajmout místo k networkingu či prostor pro svůj start-up, což se několika studentům již úspěšně podařilo.		
A ₅	SP má ve studijním plánu zabudován rozvoj ICT dovedností studentů.	ANO	
	Slovní hodnocení oponenta: Prostřednictvím specializovaných předmětů jako je AI v marketingové komunikaci. To znamená, že studenti rozvíjí ICT dovednosti v těch směrech, které budou potřebovat v jejich profesním životě. Setkávají se s těmi nejmodernějšími informacemi.		

² Toto hodnotící kritérium vychází z NAŘÍZENÍ VLÁDY č. 274/2016 Sb., ze dne 24. srpna 2016 o standardech pro akreditace ve vysokém školství a metodiku přípravy SP podle NAÚ vázící se k přílohám B-I, B-II a E (Metodické materiály Národního akreditačního úřadu pro vysoké školství pro přípravu a hodnocení žádosti o akreditaci studijního programu – 7/2017) a také z Dlouhodobého záměru UTB na léta 2016-2020 (Dostupné z: <http://www.utb.cz/file/51788/>) a z Plánu Realizace strategického záměru UTB na rok 2017 a 2018 (Dostupné z: <http://www.utb.cz/o-univerzite/dlouhodoby-zamer/>).



Mají k dispozici 2 vybavené PC učebny.
--



Hodnotící kritérium B: Soulad profilu absolventa s obsahem studia³

Bod	Standard	Míra naplnění standardu	
		ANO (splňuje standard)	NE (nesplňuje standard)
B ₁	<p>Odborné znalosti, odborné dovednosti a obecné způsobilosti, které si absolventi SP osvojují, jsou v souladu s daným typem a případným profilem SP.</p> <p>Slovní hodnocení oponenta: NMSPMK si klade za cíl připravit rozvinuté osobnosti a profesionály v oboru, kteří obstojí ve svobodném povolání i jako zaměstnanci. Zároveň dovoluje studentům určitou volnost ve volbě volitelných předmětů. Jádrem studia jsou předměty pokrývající základy marketingové komunikace. Magisterský stupeň navazuje na bakalářský stupeň. Tyto předměty jsou součástí SZZ a témata v nich vyučovaná se propisují do závěrečných kvalifikačních prací. Předměty profilujícího základu jsou propojeny s dalšími povinnými a povinně volitelnými předměty. Přidanou hodnotou může být propojení s jinými SP, které se uskutečňují na FMK UTB.</p>	ANO	
B ₂	<p>SP je koncipován tak, aby student v průběhu studia při plnění studijních povinností prokázal schopnost používat získané odborné znalosti, odborné dovednosti a obecné způsobilosti alespoň v jednom cizím jazyce.</p> <p>Slovní hodnocení oponenta: SP obsahuje povinné předměty, které jsou vyučovány v AJ. Studenti tak procvičují daný jazyk a prohlubují si ho i z hlediska oboru. Jedná se na příklad o tyto předměty: Theory of Argumentation, International Marketing, Cross-Cultural Communication, Global Aspects in Marketing Communication, Integrated Marketing Communication in Practice. Dále se do výuky příležitostně zapojují zahraniční lektori. Studenti mohou cizí jazyk rozvíjet i prostřednictvím četby povinné či doporučené literatury v AJ u mnoha dalších předmětů. V rámci volitelných předmětů si studenti mohou zvolit studium dalšího cizího jazyka.</p>	ANO	
B ₃	<p>SP má vymezeno rámcové uplatnění absolventů SP a typické pracovní pozice, které může absolvent zastávat.</p> <p>Slovní hodnocení oponenta: V SP jsou výslovně uvedené pozice, které mohou absolventi vykonávat a ke kterým náplň studia směřuje. Jedná se například o tyto typické pozice: Specialista v oblasti reklamy, public relations, direct marketingu, osobního prodeje, podpory prodeje, digitální marketingové komunikace a nových médií, tiskový mluvčí, account manažer/manažerka, vedoucí kreativních týmů, marketingový a projektový manažer/manažerka, výzkumný pracovník v oblasti marketingové komunikace, analytik komunikace. SP tedy naplňuje požadavky standardu.</p>	ANO	
B ₄	<p>Standardní doba studia odpovídá průměrné studijní zátěži, obsahu a cílům studia a profilu absolventa SP.</p> <p>Slovní hodnocení oponenta: Standardní doba studia jsou 2 roky, jak pro prezenční, tak i kombinované studium. Předměty v SP mají zátěž vyjádřenou v kreditech, tak, aby odpovídala reálné časové náročnosti. Při dané časové náročnosti je počet předmětů adekvátní době studia. Tato studijní zátěž, která je promítnuta do kreditů za jednotlivé předměty a odpovídá</p>	ANO	

³ Toto hodnotící kritérium vychází z NAŘÍZENÍ VLÁDY č. 274/2016 Sb., ze dne 24. srpna 2016 o standardech pro akreditace ve vysokém školství a metodiku přípravy SP podle NAÚ vážící se k přílohám B-I, B-II, B-III, B-IV a E (Metodické materiály Národního akreditačního úřadu pro vysoké školství pro přípravu a hodnocení žádosti o akreditaci studijního programu – 7/2017).



	<p>požadavkům dle European Credit Transfer Systém (dále jen „ECTS“). Jeden kredit představuje 1/60 průměrné roční zátěže při standardní době studia. Během navazujícího magisterského studia musí student získat alespoň 120 kreditů.</p> <p>Obsah předmětů je vždy uveden v kartě předmětu, které jsou zpracované v pořádku. Skladba předmětů odpovídá požadovanému profilu absolventa.</p>		
B ₅	Obsah studia ve SP odpovídá cílům studia a umožňuje dosažení stanoveného profilu absolventa SP.	ANO	
	<p>Slovní hodnocení oponenta:</p> <p>Skladba předmětů vede k získání požadovaného profilu absolventa. To je zajištěno jak profilujícími předměty, tak dalšími typy předmětů a povinné odborné praxe. Rámcový profil absolventa SP je v návrhu uveden a je dále dělen do částí: obecné způsobilosti, odborné dovednosti, odborné znalosti</p>		
B ₆	SP má nastavenou a zdůvodněnou strukturu studijních předmětů, jejich rozsah a charakteristiku.	ANO	
	<p>Slovní hodnocení oponenta:</p> <p>Struktura studijního programu je z hlediska vyučovaných teoretických a praktických předmětů zcela vyvážená. SP zahrnuje předměty povinné, povinně volitelné a volitelné (v prezenční formě). Profilující základ je tvořen z povinných předmětů. Všechny předměty mají řádně vypsanou kartu předmětu (formulář B III), která je součástí předloženého spisu. Součástí SP jsou předměty zaměřené na výkon (povinná odborná praxe). Skladba předmětů vede k získání požadovaného profilu absolventa.</p>		
B ₇	Obsah vyučovaných studijních předmětů, metody výuky, zajištění praktické výuky, způsob hodnocení, obsah státních zkoušek, témata a zaměření kvalifikačních prací jsou v souladu s plánovanými výsledky učení a profilem absolventa v daném SP a vytvářejí logický celek.	ANO	
	<p>Slovní hodnocení oponenta:</p> <p>Obsah jednotlivých předmětů, stejně jako zvolené metody výuky jsou v pořádku. Výuka je zajištěna zkušenými akademiky a/nebo lektory z praxe. Rozšiřují studentům teoretické základy. Zajištění výuky některých předmětů externisty, kteří přináší bližší sepetí s praxí, je v tomto typu studia vhodné a žádoucí. Témata kvalifikačních prací jsou navržena v souladu s obsahem vyučovaných předmětů. Skladba předmětů je logická a koresponduje s kýženým profilem absolventa.</p>		



Hodnotící kritérium C: Personální zabezpečení studijního programu⁴

Bod	Standard	Míra naplnění standardu	
		ANO (splňuje standard)	NE (nesplňuje standard)
C ₁	<p>Je zajištěna garance SP akademickým pracovníkem splňujícím podmínky stanovené v § 44 odst. 6 zákona o vysokých školách, s dostatečnou odbornou kvalifikací v daném SP nebo ve SP blízkého nebo příbuzného obsahového zaměření. Garant je akademickým pracovníkem příslušné vysoké školy.</p> <p>Slovní hodnocení oponenta: Garantka SP (doc. PhDr. Blandína Šramová, PhD) má požadované vzdělání. Na FMK UTB má 100% pracovní úvazek. Je činná v publikační činnosti. Vede klasifikační práce. Je členkou oborové rady v Ph.D. programech, Slovenskej psychologické společnosti, členka redakčních rad a recenzentka recenzovaných časopisů, projektů VEGA a KEGA. Spadá do střední věkové kategorie. Lze potvrdit, že splňuje dané podmínky stanovené v § 44 odst. 6 zákona o vysokých školách.</p>	ANO	
C ₂	<p>SP je zabezpečen akademickými pracovníky, popřípadě i dalšími odborníky s příslušnou kvalifikací pro zajištění jednotlivých studijních předmětů.</p> <p>Slovní hodnocení oponenta: Dle dodaných životopisů lze potvrdit příslušné kvalifikace (studium, praxe, odborná a vědecká činnost zaměřující se na témata spojená s marketingovou komunikací aj.)</p>	ANO	
C ₃	<p>Celková struktura akademických pracovníků zabezpečujících SP odpovídá, z hlediska kvalifikace, věku, délky týdenní pracovní doby a zkušeností s působením v zahraničí nebo v praxi, struktuře studijního plánu, cílům a případnému profilu SP.</p> <p>Slovní hodnocení oponenta: Předměty povinného základy jsou zajišťovány interními akademickými pracovníky. Program má dostatečné personální obsazení (1 profesor, 4 docenti, 10 odborných asistentů, 2 asistenti a dále 5 vyučujících z praxe, což mimo jiné reflektuje profesní zaměření předloženého SP). Všichni externí vyučující mají vzdělání v magisterském stupni vysokoškolského studia a požadovanou praxi.</p>	ANO	
C ₄	<p>V případě akademicky zaměřeného SP akademičtí pracovníci vykonávají tvůrčí činnost, jež odpovídá tomuto nebo příbuznému SP. V případě profesně zaměřeného bakalářského nebo magisterského SP je přiměřeně zajištěno zastoupení odborníků z praxe, kteří se podílejí na výuce.</p> <p>Slovní hodnocení oponenta: Předkládaný SP NMKSP MK je profesně zaměřený. Na jeho výuce se podílí jak akademičtí pracovníci, tak vyučující z praxe. V některých případech mají zaměstnanci jak akademickou, tak i profesní praktickou dráhu. Všichni mají minimální a delší požadovanou praxi 5 let a jsou vzděláni v magisterském stupni vysokoškolského studia. Akademičtí pracovníci vykonávají tvůrčí činnost.</p>	ANO	

⁴ Toto hodnotící kritérium vychází z NAŘÍZENÍ VLÁDY č. 274/2016 Sb., ze dne 24. srpna 2016 o standardech pro akreditace ve vysokém školství a metodiku přípravy SP podle NAÚ vážící se k přílohám C-I, C-II a E (Metodické materiály Národního akreditačního úřadu pro vysoké školství pro přípravu a hodnocení žádosti o akreditaci studijního programu – 7/2017).



C₅	Počet akademických pracovníků zabezpečujících SP, o jehož akreditaci je žádáno, odpovídá typu SP, oblasti nebo oblastem vzdělávání, v rámci, které nebo v rámci kterých má být SP uskutečňován, formě studia, metodám výuky, předpokládanému počtu studentů a případnému profilu SP.	ANO	
	Slovní hodnocení oponenta: Ano, počet akademických pracovníků dostačuje na zabezpečení SP (celkem 22 zaměstnanců na interní či externí pozici. Externisté spolupracují na DPP, což je běžná praxe. Z interních má 13 zaměstnanců plný úvazek a 4 částečný, přičemž jedna pracovnice je na RD) a odpovídá jeho typu a oblasti vzdělávání (jak jejich vzděláním, tak publikační a další tvůrčí činností). Veškeré předměty povinného základy jsou zajišťovány interními akademickými pracovníky.		



Hodnotící kritérium D: Finanční, infrastrukturní a další zabezpečení studijního programu⁵⁵

Bod	Standard	Míra naplnění standardu	
		ANO (splňuje standard)	NE (nesplňuje standard)
D ₁	Vysoká škola má zajištěnu infrastrukturu pro výuku ve SP, zejména odpovídající materiální a technické zabezpečení, dostatečné a provozuschopné výukové a studijní prostory, vybavení učeben a laboratoří pomůckami a laboratorním a výukovým zařízením, které odpovídá danému typu SP a v případě bakalářského nebo magisterského studijního programu i profilu SP, a počtu studentů.	ANO	
	Slovní hodnocení oponenta: FMK UTB má dostatečnou infrastrukturu pro výuku. FMK UTB má zajištěné materiální a technické vybavení, stejně jako místa v učebnách. Vybavení učeben by mělo korespondovat s požadavky na uskutečňování výuky. Nachází se zde 2 PC učebny, 2 seminární místnosti a 4 přednáškové místnosti. Studenti mohou využívat přístroje ve výzkumné marketingové laboratoři. Mají k dispozici brýle pro VR, statickou oční kameru a brýle s integrovanou oční kamerou pro výzkum v terénu. FMK disponuje 150 pracovními stanicemi a přenosnými počítači pro zaměstnance. Wi-Fi pokrytí pro studenty je zajištěno skrze eduroam. Zavedeny jsou také tiskové služby a k dispozici je vnitřní informační systém (UTB má vybudován funkční informační systém a komunikační prostředky, které zajišťují přístup k přesným a srozumitelným informacím o studijních programech, pravidlech studia a požadavcích spojených se studiem). V předloženém SP je detailně popsána skladba učeben, jejich velikost a počet míst.		
D ₂	Studenti mají dostatečný přístup k odborné literatuře a dalším informačním zdrojům odpovídajícím danému typu SP a v případě bakalářského nebo magisterského SP i profilu SP.	ANO	
	Slovní hodnocení oponenta: Informační zdroje a služby obstarává knihovna UTB, kde je více než 145 000 knih a 500 studijních míst a 230 počítačů s dalšími místy u kterých lze připojit notebook. Knihovna je kontinuálně aktualizována, mnoho knih je v digitální podobě. Knihovna zajišťuje i přístup do citačních databází a nabízí široké spektrum dalších služeb. Veškeré informační zdroje jsou dostupné skrze moderní centrální portál Xerxes6, který je postaven na bázi známého discovery systému Summon.		
D ₃	Předpokládané finanční náklady na uskutečňování SP, zejména náklady na přístrojové vybavení a jeho provoz, náklady na materiální a technické vybavení a jeho modernizaci, osobní náklady, jsou přiměřené danému typu SP.	ANO	
	Slovní hodnocení oponenta:		

⁵⁵ Toto hodnotící kritérium vychází z NAŘÍZENÍ VLÁDY č. 274/2016 Sb., ze dne 24. srpna 2016 o standardech pro akreditace ve vysokém školství a metodiku přípravy SP podle NAÚ vážící se k přílohám C-III, C-IV a C-V (Metodické materiály Národního akreditačního úřadu pro vysoké školství pro přípravu a hodnocení žádosti o akreditaci studijního programu – 7/2017).



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně

Výuka je financována z příspěvku státu na vzdělávací činnost. V současnosti je zajištěna nutná infrastruktura pro výuku, zejména materiální a technické zabezpečení studijních prostorů, stejně jako vybavení učeben.

Výroční zprávy o hospodaření UTB a FMK jsou veřejné dokumenty.
--



Část 5. Závěrečné hodnocení studijního programu

Poznámky a připomínky k návrhu žádosti o akreditaci SP nad rámec hodnocených kritérií:

Magisterský studijní program Marketingová komunikace je již na FMK UTB etablován a má za sebou několikaletou historii na kterou nyní navazuje. Může čerpat z dosavadních poznatků. Dle předloženého dokumentu je zřejmé, že reaguje na aktuální potřeby na trhu (např. AI v marketingové komunikaci).

Studijní program má vyrovnanou skladbu povinných, povinně volitelných a volitelných předmětů.

Navíc díky kombinaci akademiků a vyučujícím z praxe získávají studenti kvalitní teoretické základy, na které mohou v budoucnu navazovat. Díky vyučujícím z praxe a různých profesně zaměřených projektů jsou úzce spojeni s praxí. Mají tak určité penzum dovedností, se kterými přichází na pracovní trh.

Uplatnění absolventů na trhu práce je dle předloženého dokumentu výborné s pozitivní predikcí do budoucna.

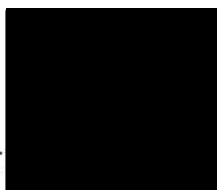
Na základě těchto poznatků doporučuji Radě pro vnitřní hodnocení UTB postoupit návrh žádosti o akreditaci SP Národnímu akreditačnímu úřadu.

Závěrečné doporučení oponenta:

Na základě provedeného odborného posouzení žádosti o akreditaci SP doporučuji hodnocenou žádost o akreditaci SP **postoupit** Národnímu akreditačnímu úřadu (*nehodící vypustte*).

V Praze dne 17. 10. 2023

Podpis oponenta



.....