

## OPONENTNÍ POSUDEK

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

### Část 1. Identifikační údaje posudku a oponenta

Identifikační číslo posudku:

2023\_FMK\_Marketingová komunikace\_NMSP\_1

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.):

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

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):



## 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: 9. 10. 2023

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:

- (1) znamená soulad SP se Strategickým záměrem UTB,
- (2) soulad profilu absolventa s obsahem studia,
- (3) personální zabezpečení SP,
- (4) 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 UTB<sup>1</sup>

Dílčí kritérium	Standard	Naplnění standardu	
		ANO (splňuje standard)	NE (nesplňuje standard)
A <sub>1</sub>	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	
	<b>Slovní hodnocení oponenta:</b> Dílčí cíl 1.2.1 v dokumentu "PLÁN REALIZACE STRATEGICKÉHO ZÁMĚRU FAKULTY MULTIMEDIÁLNÍCH KOMUNIKACÍ UNIVERZITY TOMÁŠE BATI VE ZLÍNĚ NA OBDOBÍ 21+ PRO ROK 2022", resp. "PLÁN REALIZACE STRATEGICKÉHO ZÁMĚRU UNIVERZITY TOMÁŠE BATI VE ZLÍNĚ NA OBDOBÍ 21+ PRO ROK 2023".		
A <sub>2</sub>	Jedná se o SP, který obsahově nekoliduje se SP akreditovanými na jiných součástech UTB.	ANO	
	<b>Slovní hodnocení oponenta:</b> Na UTB není realizován srovnatelný profesně zaměřený NMSP zaměřený na oblast marketingových komunikací.		
A <sub>3</sub>	SP má ve studijním plánu zabudovány koncepty výuky cizích jazyků na UTB.	ANO	
	<b>Slovní hodnocení oponenta:</b> V anglickém jazyce jsou realizovány povinné předměty Theory of Argumentation, Cross-Cultural Communication a Global Aspects in Marketing Communication.		
A <sub>4</sub>	SP má ve studijním plánu zabudovány výuku podnikatelství.	ANO	
	<b>Slovní hodnocení oponenta:</b> Vzhledem k charakteru oboru se problematika podnikatelství prolíná celým studijním plánem.		
A <sub>5</sub>	SP má ve studijním plánu zabudován rozvoj ICT dovedností studentů.	ANO	
	<b>Slovní hodnocení oponenta:</b> Realizováno např. v předmětech AI v marketingové komunikaci či Kvantitativní metody výzkumu.		

<sup>1</sup> Toto hodnotící kritérium vychází z NAŘÍZENÍ VLÁDY č. 274/2016 Sb., ze dne 24. srpna 2016 o standardech pro akreditaci ve vysokém školství a metodiku přípravy SP podle NAÚ vážící 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) a také ze strategických dokumentů UTB (Dostupné z: <https://www.utb.cz/univerzita/uredni-deska/ruzne/strategicky-zamer/>)

## Hodnotící kritérium B: Soulad profilu absolventa s obsahem studia<sup>2</sup>

Bod	Standard	Míra naplnění standardu	
		ANO (splňuje standard)	NE (nesplňuje standard)
B <sub>1</sub>	Odborné znalosti, odborné dovednosti a obecné způsobilosti, které si absolventi SP osvojují, jsou v souladu s daným typem a případným profilem SP.	ANO	
	<b>Slovní hodnocení oponenta:</b> Znalosti, dovednosti a způsobilosti definované v profilu absolventa jsou rozvíjeny povinnými předměty ve studijnímu plánu.		
B <sub>2</sub>	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.	ANO	
	<b>Slovní hodnocení oponenta:</b> V anglickém jazyce jsou realizovány povinné předměty Theory of Argumentation, Cross-Cultural Communication a Global Aspects in Marketing Communication.		
B <sub>3</sub>	SP má vymezeno rámcové uplatnění absolventů SP a typické pracovní pozice, které může absolvent zastávat.	ANO	
	<b>Slovní hodnocení oponenta:</b> SP explicitně uvádí následující typické pracovní 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.		
B <sub>4</sub>	Standardní doba studia odpovídá průměrné studijní zátěži, obsahu a cílům studia a profilu absolventa SP.	ANO	
	<b>Slovní hodnocení oponenta:</b> Standardní doba studia je dva roky, což v systému ECTS představuje 120 kreditů. Studijní plán uvádí 94 kreditů za povinné předměty, 22 za povinně volitelné předměty skupiny B a 4 kredity za volitelné předměty.		
B <sub>5</sub>	Obsah studia ve SP odpovídá cílům studia a umožňuje dosažení stanoveného profilu absolventa SP.	ANO	
	<b>Slovní hodnocení oponenta:</b> Znalosti a dovednosti stanovené profilem absolventa jsou vyučovány v povinných předmětech, zejména pak v předmětech profilujícího základu, včetně základních teoretických předmětů. Další možnost rozšíření a prohloubení znalostí a dovedností poskytují povinně volitelné předměty.		
B <sub>6</sub>	SP má nastavenou a zdůvodněnou strukturu studijních předmětů, jejich rozsah a charakteristiku.	ANO	
	<b>Slovní hodnocení oponenta:</b> Struktura studijního plánu v prezenční i kombinované formě studia je tvořena předměty povinnými, povinně volitelnými a v prezenční formě studia i volitelnými. Profilující základ tvoří povinné předměty Theory of Argumentation, Psychologie v marketingové komunikaci, International Marketing, Kvalitativní metody výzkumu, Kvantitativní metody výzkumu, Cross-Cultural Communication,		

<sup>2</sup> Toto hodnotící kritérium vychází z NAŘÍZENÍ VLÁDY č. 274/2016 Sb., ze dne 24. srpna 2016 o standardech pro akreditaci 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).



	Spotřebitelské chování, Marketing služeb, Global Aspects in Marketing Communication, Strategické marketingové řízení, Etika marketingové komunikace a Sémiotika reklamy. Povinně volitelné předměty nemusí být otevřeny ve všech letech, jsou však nabízeny tak, aby si je student během svého studia mohl zapsat. Součástí studijních plánů jsou i předměty zaměřené na praktický výkon viz Standardy 2.13, 2.15. Struktura studijních předmětů je souhrnně uvedena v příloze B-IIa – Studijní plány a návrh témat prací žádosti o akreditaci. Každý z předmětů je charakterizován v příslušném formuláři přílohy B-III – Charakteristika studijního předmětu žádosti o akreditaci.		
<b>B7</b>	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	
<b>Slovní hodnocení oponenta:</b> Soulad obsahu studijních předmětů, státních zkoušek a kvalifikačních prací s výsledky učení a profilem absolventa je podrobně rozebrán ve standardu 2.14 sebehodnotící zprávy. Jádrem studijního programu jsou předměty profilujícího základu (včetně základních teoretických předmětů), které pokrývají hlavní bázi teorie marketingové komunikace na úrovni magisterského stupně studia. Tyto předměty jsou součástí státních závěrečných zkoušek a vychází z nich profil absolventa studijního programu Marketingová komunikace. Výuku předmětů zajišťuje ÚMK. Obsah těchto předmětů je zároveň základním východiskem pro vypisovaná témata kvalifikačních prací. Předměty profilujícího základu doplňují ostatní povinné a povinně volitelné předměty, které rozšiřují teorii, a také nabízejí studentům pohled na svět praxe marketingové komunikace. Část těchto předmětů vyučují odborníci z praxe. Také tyto předměty jsou koncipovány tak, aby výsledky svého učení doplňovaly profil absolventa studijního programu. Mezi povinnými a povinně volitelnými předměty jsou také předměty společenského základu, které rozšiřují zejména obecné způsobilosti absolventa tak, jak jsou definovány v profilu absolventa. Část předmětů je v prezenční i kombinované formě studia vyučována v anglickém jazyce.			

## Hodnotící kritérium C: Personální zabezpečení studijního programu<sup>3</sup>

Bod	Standard	Míra naplnění standardu	
		ANO (splňuje standard)	NE (nesplňuje standard)
C <sub>1</sub>	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.	ANO	
	<b>Slovní hodnocení oponenta:</b> Garantem je doc. PhDr. Blandína Šramová, PhD., se 100% úvazkem na UTB ve Zlíně. Garantka studijního programu se dlouhodobě zabývá aplikací psychologických poznatků do marketingové a mediální praxe, má odpovídající publikační činnost.		
C <sub>2</sub>	SP je zabezpečen akademickými pracovníky, popřípadě i dalšími odborníky s příslušnou kvalifikací pro zajištění jednotlivých studijních předmětů.	ANO	
	<b>Slovní hodnocení oponenta:</b> NMSP je personálně zabezpečen následujícím způsobem: 1 profesor, 4 docenti, 10 odborných asistentů, 2 asistenti, 5 odborníků z praxe (viz Standardy 6.1-6.2, 6.7-6.8 sebehodnotící zprávy).		
C <sub>3</sub>	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.	ANO	
	<b>Slovní hodnocení oponenta:</b> Všechny předměty profilujícího základu garantují vyučující, kteří jsou nejméně nositeli titulu Ph.D. a mají pracovní úvazek na UTB. Základní teoretické předměty profilujícího základu garantují habilitovaní pracovníci.		
C <sub>4</sub>	V případě <i>akademicky</i> 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.	ANO	
	<b>Slovní hodnocení oponenta:</b> Na výuce participuje 5 odborníků z praxe, což lze považovat za dostatečné.		
C <sub>5</sub>	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	
	<b>Slovní hodnocení oponenta:</b> 17 akademických pracovníků a 5 odborníků z praxe poskytuje dostatečné personální zázemí pro realizaci NMSP s předpokládaným počtem 50 studentů prvního ročníku v prezenční formě a 50 v kombinované.		

<sup>3</sup> 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).

## Hodnotící kritérium D: Finanční, infrastrukturní a další zabezpečení studijního programu<sup>4</sup>

Bod	Standard	Míra naplnění standardu	
		ANO (splňuje standard)	NE (nesplňuje standard)
D <sub>1</sub>	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	
	<b>Slovní hodnocení oponenta:</b> Materiální zabezpečení uvedené v tabulce C-IV žádosti je adekvátní.		
D <sub>2</sub>	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	
	<b>Slovní hodnocení oponenta:</b> Informační systém a knihovny a elektronické zdroje uvedené v sebehodnotící zprávě v sekci 1.12 a 1.13 jsou adekvátní.		
D <sub>3</sub>	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	
	<b>Slovní hodnocení oponenta:</b> Viz sebehodnotící zpráva, standard 4.1: FMK průběžně sleduje předpokládané finanční prostředky zajištění výuky a hodnotí náklady spojené s uskutečňováním studijního programu, zejména náklady na realizaci konkrétních tvůrčích projektů, osobní náklady, náklady dalšího vzdělávání akademických pracovníků a výdaje na inovace. Výuka je financována z příspěvku státu na vzdělávací činnost, z tohoto pohledu má FMK zajištěny odpovídající zdroje na pokrytí těchto nákladů i se střednědobým výhledem na vývoj financí.		

<sup>4</sup> 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).





## Část 5. Závěrečné hodnocení studijního programu

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

Doporučuji ve spisu provést následující kontroly a úpravy:

- 1) Sjednotit způsob uvádění požadavků ve všech kartách předmětů v poli "Forma způsobu ověření studijních výsledků a další požadavky na studenta", a to po stránce formální i věcné. Dle SZŘ, čl. 7 "Účast na přednáškách je doporučena, účast na ostatní výuce je kontrolována. Stupeň a způsoby kontroly jsou dány v dokumentaci (syllabu) předmětu podle čl. 8." U předmětů sestávajícího pouze z přednášek tedy nelze požadovat "aktivní práci na hodinách" (např. Psychologie v marketingové komunikaci), stejně tak nelze v předmětu ukončeném klasifikovaným zápočtem ověřovat studijní výsledky "písemnou zkouškou", ale jen např. "písemným testem" (např. Sémiotika reklamy).
- 2) Přestože mnozí současní akademičtí pracovníci měli či mají různé aktivity provázané z praxí, nelze je považovat za "odborníky z praxe". V tomto smyslu jsou tabulka C-Ia a část 6.5-6.6 sebehodnotící zprávy velmi zavádějící, přičemž sebehodnotící zpráva v části věnované standardům 6.1-6.2, 6.7-6.8 uvádí již správný počet odborníků z praxe. Doporučuji zdůraznit roli odborníků z praxe v NMSP uváděním označení "(odborník z praxe)" za jmény ve studijním plánu, kartách předmětů i osobních kartách.
- 3) Dle požadavků NAU "Uvádí se 5 nejvýznamnějších výstupů publikační činnosti za posledních 5 let dokladujících odbornou erudici vyučujícího ve vztahu k vyučovaným předmětům. Pokud vyučující zajišťuje předměty, k nimž nelze vztáhnout uvedených 5 publikací, je možné uvést ke každému z takových předmětů výstupy relevantní publikační činnost vyučujícího, nejvýše však 3 výstupy ke každému takovému předmětu (jednotlivé publikace lze uvést k několika předmětům zároveň)." V tomto směru je záhodno provést redukci v některých osobních kartách, není-li to nutné k doložení erudice ve vztahu k vyučovaným předmětům.
- 4) Provést kontrolu spisu s ohledem na překlady a nekonzistentní formátování.

### Závěrečné doporučení oponenta:

Na základě provedeného odborného posouzení žádosti o akreditaci SP doporučuji po zapracování připomínek hodnocenou žádost o akreditaci SP **postoupit** Národnímu akreditačnímu úřadu.

Ve Zlíně dne 23. 10. 2023

Podpis oponenta .....