



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně

Zápis ze zasedání pracovní skupiny Rady pro vnitřní hodnocení Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně (RVH UTB)

Datum: 20. ledna 2020, 13.03 – 15.50

Přítomni: doc. Ing. Roman Bobák, Ph.D. (předseda pracovní skupiny),
Bc. Lukáš Koutný,
ak.soch. Ondřej Podzimek,
RNDr. Jakub Trojan, MSc., Ph.D.,
Ing. Čestmír Vančura.

Omluveni:

Hosté: dr. Jan Kalenda

Pracovní skupina RVH UTB se sešla na základě usnesení č. 18/11 ze zasedání RVH UTB dne 19. listopadu 2019.

Citace usnesení č. 18/11:

„RVH UTB schválila složení pracovní skupiny pro hodnocení oponentních posudků návrhů na udělení oprávnění uskutečňovat studijní programy, respektive návrhů na schválení studijního programu a jeho předložení Národnímu akreditačnímu úřadu pro vysoké školství, Fakulty multimediálních komunikací, projednávaných na zasedání RVH č. 11 dne 19. listopadu 2019, a přípravu usnesení pro následné korespondenční hlasování RVH UTB.“

Pracovní skupina na svém jednání projednávala oponentní posudky následujících návrhů žádostí o akreditaci studijních programů:

Návrh FMK UTB na udělení oprávnění uskutečňovat studijní program – vnitřní akreditace (oblast vzdělávání: Umění):

Název studijního programu	Oponent – obecné posouzení	Oponent – odborné posouzení
BSP Teorie a praxe animované tvorby (CZ)	Ing. Čestmír Vančura	MgA. Pavel Ryška, Ph.D. Fakulta výtvarných umění, VUT v Brně
NMSP Teorie a praxe animované tvorby (CZ)	Ing. Čestmír Vančura	MgA. Pavel Ryška, Ph.D. Fakulta výtvarných umění, VUT v Brně
BSP Teorie a praxe audiovizuální tvorby (CZ)	akad. soch. Ondřej Podzimek	doc. Mgr. Marek Vajchr FAMU, proděkan pro studijní záležitosti
NMSP Teorie a praxe audiovizuální tvorby (CZ)	akad. soch. Ondřej Podzimek	doc. Mgr. Marek Vajchr FAMU, proděkan pro studijní záležitosti

Návrh FMK UTB na schválení studijního programu a schválení předložení studijního programu Národnímu akreditačnímu úřadu pro VŠ:

Název studijního programu	Oponent – obecné posouzení	Oponent – odborné posouzení
BSP Marketingové komunikace (CZ)	akad. soch. Ondřej Podzimek	doc. Ing. Marie Hesková, CSc. Vysoká škola evropských a regionálních studií v ČB
NMSP Marketingové komunikace (CZ) / NMSP Marketing Communications (EN)	akad. soch. Ondřej Podzimek	doc. Ing. Marie Hesková, CSc. Vysoká škola evropských a regionálních studií v ČB

Na základě hodnocení oponentních posudků pracovní skupina navrhla následující usnesení ke korespondenčnímu hlasování RVH UTB:

Studijní program: BSP Teorie a praxe animované tvorby
Fakulta: Fakulta multimediálních komunikací

Návrh usnesení č. 1/kh13:

RVH UTB dle článku 24, odstavce 2 Řádu pro tvorbu, schvalování, uskutečňování a změny studijních programů UTB ve Zlíně ze dne 25. července 2019, přerušila projednávání návrhu na udělení oprávnění uskutečňovat bakalářský studijní program „Teorie a praxe animované tvorby“ v rámci institucionální akreditace a žádá předkladatele o vypořádání následujících připomínek:

- Okomentovat v sebehodnotící zprávě potřebu rozšíření poměrně úzkého personálního zabezpečení SP o dalšího akademického pracovníka se zkušeností z renomovaného pracoviště z praxe.
- Okomentovat v sebehodnotící zprávě zajištění výuky hlavních předmětů teoretického základu pouze jedním akademickým pracovníkem, popřípadě rozprostřít výuku mezi více pracovníků.
- Okomentovat v sebehodnotící zprávě vysoký počet předmětů garantovaných a vyučovaných garantem studijního programu, který je na hranici nejvyššího počtu stanoveného SR 32/2019 „Standardy studijních programů“.
- Oblast uplatnění absolventů a typických pracovních pozic dále precizovat směrem k větší jednoznačnosti a atraktivnosti studia. Není vhodné stavět na 1. místo ve výčtu rámcového uplatnění absolventů reklamní agenturu a reklamní tvorbu, nýbrž animovanou tvorbu.
- Zrevidovat a zpřehlednit způsob formulace cíle studia a zvážit příliš široké/obecné zaměření SP. Obsah SP by mohl být více zaměřen na zvládnutí alespoň jedné profese/technologie na téměř profesionální úrovni. Cíle studia by měly obsahovat výčet profesí a technologií, které je ve SP možné studovat, případně uvést propojení na navazující magisterský SP stejného názvu.
- Doplnit do studijního plánu výuku základů podnikatelství, zaměřeného na oblast SP.
- Zvážit přesun předmětu „Marketing v audiovizí“ do vyššího ročníku studia a jeho propojení s předmětem „Základy podnikatelství“.
- Okomentovat posílení oblasti kreslení výukou anatomie, popř. modelováním v předmětech „Figurální kresba 1“ – „Figurální kresba 4“.
- Zvážit zařazení předmětů zaměřených na herní průmysl, který je v materiálu kromě jedné zmínky opomíjen.
- Doplnit v akreditačním materiálu karty B-III předmětů „Anglický jazyk 1“ – „Anglický jazyk 5“.
- Zvážit doplnění studijního plánu o předmět zaměřený na výuku oborových IT dovedností (ovládání grafických/animačních programů).
- Okomentovat poměr mezi praktickými předměty (nyní výrazně převládajícími) a základními teoretickými předměty, vzhledem k názvu studijního programu „Teorie a praxe animované tvorby“.

- Doplnit do sebehodnotící zprávy (standards 3.1 – 3.4) podrobněji metody výuky a poměr přímé výuky / samostudia.
- Zvážit přesun předmětu „Dějiny výtvarného umění“ do 1. ročníku studia (s ohledem na obsah předmětu).
- Jednoznačně odlišit cíle předmětů „Vizuální komunikace v animované tvorbě“ a „Výtvarné přípravy animovaného filmu“.
- Rozšířit skladbu studijní literatury předmětu „Ateliér animace“ a „Vizuální komunikace v animované tvorbě“.
- Okomentovat připomínku oponenta ohledně doplnění studijního plánu o předmět teoretického základu zaměřený na úvod do filozofie, estetiky a proměn interpretačního rámce vizuálního umění 20. století.
- Opravit tvrzení v sebehodnotící zprávě ohledně podmínek úspěšného ukončení studia (správně má být Studijní a zkušební řád UTB a vnitřní předpis FMK Pravidla studia).
- Bez jednoznačné definice ve Studijním a zkušebním řádu UTB neuzívat neurčité pojmy „klauzura“, „klauzurní zadání“, klauzurní cvičení“.
- Zpracovat sebehodnotící zprávu zvláště pro bakalářský studijní program.

Na vypořádání připomínek se předkladateli stanovuje lhůta do 16. 2. 2020 včetně. Zpravodajem pro RVH UTB ohledně vypořádání připomínky byl určen Ing. Čestmír Vančura.

Studijní program: NMSP Teorie a praxe animované tvorby

Fakulta: Fakulta multimediálních komunikací

Návrh usnesení č. 2/kh13:

RVH UTB dle článku 24, odstavce 2 Řádu pro tvorbu, schvalování, uskutečňování a změny studijních programů UTB ve Zlíně ze dne 25. července 2019, přerušila projednávání návrhu na udělení oprávnění uskutečňovat navazující magisterský studijní program „Teorie a praxe animované tvorby“ v rámci institucionální akreditace a žádá předkladatele o vypořádání následujících připomínek:

- Okomentovat v sebehodnotící zprávě zajištění výuky hlavních předmětů teoretického základu pouze jedním akademickým pracovníkem, popřípadě rozprostřít výuku mezi více pracovníků.
- Okomentovat v sebehodnotící zprávě vysoký počet předmětů garantovaných a vyučovaných garantem předmětů teoretického základu, který je na hranici nejvyššího počtu stanoveného SR 32/2019 „Standards studijních programů“.
- Oblast uplatnění absolventů a typických pracovních pozic dále precizovat směrem k větší jednoznačnosti a atraktivnosti studia. Není vhodné stavět na 1. místo ve výčtu rámcového uplatnění absolventů reklamní agenturu a reklamní tvorbu, nýbrž animovanou tvorbu.
- Do budoucna zvážit modernizaci profilace SP na vybrané, ideálně finančně méně náročné profese a specializaci na vybrané obory.
- Doplnit do studijního plánu výuku základů podnikatelství, zaměřeného na oblast SP.
- Zvážit zařazení předmětů zaměřených na herní průmysl.
- Doplnit do sebehodnotící zprávy (standards 3.1 – 3.4) podrobněji metody výuky a poměr přímé výuky / samostudia.
- Zvážit zvýšení podílu výuky v anglickém jazyce, popřípadě do budoucna akreditaci souvisejícího SP plně v anglickém jazyce.
- Okomentovat poměr mezi praktickými předměty (nyní výrazně převládajícími) a základními teoretickými předměty, vzhledem k názvu studijního programu „Teorie a praxe animované tvorby“.
- Okomentovat způsob získání znalostí z oblasti počítačových her a komiksu, který je deklarován jako součást profilu absolventa. Oborový předmět „Základy komiksu“,

zmiňovaný na str. 75 akreditačního materiálu, není zařazen ve studijním plánu tohoto SP.

- Zvážit přesun klíčového teoretického předmětu „Teorie oboru“ do prvního ročníku studia.
- Upravit povinnou a doporučenou literaturu, popř. ji doplnit o širší výběr náročnějších teoretických textů tak, aby nevykazovala shodu s bakalářským SP stejného jména (např. u předmětu „Ateliér animace 7“ či „Současný animovaný film“).
- V doporučené literatuře ke studiu schází odkazy na relevantní zdroje z oboru herních studií a teorie komiksu.
- Opravit tvrzení na str. 77 ohledně podmínek úspěšného ukončení studia (správně má být Studijní a zkušební řád UTB a vnitřní předpis FMK Pravidla studia).
- Bez jednoznačné definice ve Studijním a zkušebním řádu UTB neuzívat neurčité pojmy „klauzura“, „klauzurní zadání“, klauzurní cvičení“.
- Zpracovat sebehodnotící zprávu zvlášť pro magisterský studijní program a zdůraznit vyšší kompetence absolventů magisterského SP oproti bakalářskému SP.
- Upravit v kartě předmětu „Estetika 2“ typ předmětu na povinně volitelný.
- Okomentovat v sebehodnotící zprávě podíl garanta SP na garanci předmětů „Seminář k diplomové práci 1“ a „Seminář k diplomové práci 2“ (podmínka SR 32/2019 Standardy studijních programů).

Na vypořádání připomínek se předkladateli stanovuje lhůta do 16. 2. 2020 včetně. Zpravodajem pro RVH UTB ohledně vypořádání připomínky byl určen Ing. Čestmír Vančura.

Studijní program: BSP Teorie a praxe audiovizuální tvorby **Fakulta: Fakulta multimediálních komunikací**

Návrh usnesení č. 3/kh13:

RVH UTB dle článku 24, odstavce 2 Řádu pro tvorbu, schvalování, uskutečňování a změny studijních programů UTB ve Zlíně ze dne 25. července 2019, přerušila projednávání návrhu na udělení oprávnění uskutečňovat bakalářský studijní program „Teorie a praxe audiovizuální tvorby“ v rámci institucionální akreditace a žádá předkladatele o vypořádání následujících připomínek:

- Opravit tvrzení na str. 219 ohledně podmínek úspěšného ukončení studia (správně má být Studijní a zkušební řád UTB a vnitřní předpis FMK Pravidla studia).
- Bez jednoznačné definice ve Studijním a zkušebním řádu UTB neuzívat neurčité pojmy „klauzura“, „klauzurní zadání“, klauzurní cvičení“.
- V sebehodnotící zprávě (standardy 5.2 – 5.4 a 6.1 – 2 a 6.7 – 8) nahradit formulace „žádost o prodloužení platnosti akreditace“ žádostí o novou akreditaci SP.
- Ve studijních plánech specializací upravit typ závěrečné práce na bakalářskou, v tématech bakalářských prací zohlednit praktickou část bakalářské práce.
- Popis budov a místností (str. 3) přesunout do části C-IV Materiální zabezpečení SP.
- Není vhodné stavět na 1. místo ve výčtu rámcového uplatnění absolventů reklamní agenturu a reklamní tvorbu, nýbrž audiovizuální tvorbu.
- Okomentovat poměr mezi praktickými předměty (nyní výrazně převládajícími) a základními teoretickými předměty, vzhledem k názvu studijního programu Teorie a praxe audiovizuální tvorby.
- Doplnit v akreditačním materiálu karty B-III předmětů „Anglický jazyk 1“ – „Anglický jazyk 4“.
- Okomentovat v sebehodnotící zprávě podíl garanta SP na garanci předmětů „Seminář k bakalářské práci“ (podmínka SR 32/2019 Standardy studijních programů).

Na vypořádání připomínek se předkladateli stanovuje lhůta do 16. 2. 2020 včetně. Zpravodajem pro RVH UTB ohledně vypořádání připomínky byl určen akad.soch. Ondřej Podzimek.

Studijní program: NMSP Teorie a praxe audiovizuální tvorby
Fakulta: Fakulta multimediálních komunikací

Návrh usnesení č. 4/kh13:

RVH UTB dle článku 24, odstavce 2 Řádu pro tvorbu, schvalování, uskutečňování a změny studijních programů UTB ve Zlíně ze dne 25. července 2019, přerušila projednávání návrhu na udělení oprávnění uskutečňovat navazující magisterský studijní program „Teorie a praxe audiovizuální tvorby“ v rámci institucionální akreditace a žádá předkladatele o vypořádání následujících připomínek:

- Opravit tvrzení na str. 115 ohledně podmínek úspěšného ukončení studia (správně má být Studijní a zkušební řád UTB a vnitřní předpis FMK Pravidla studia).
- Bez jednoznačné definice ve Studijním a zkušebním řádu UTB neuzívat neurčité pojmy „klauzura“, „klauzurní zadání“, klauzurní cvičení“.
- V tématech kvalifikačních prací zohlednit praktickou část kvalifikační práce.
- Popis budov a místností (str. 4) přesunout do části C-IV Materiální zabezpečení SP.
- Opravit v akreditačním materiálu rozpor mezi kartami B-III předmětů „English Club 1“ a „English Club 2“ a předměty „Anglický jazyk 7“ – „Anglický jazyk 8“, uvedenými ve studijních plánech.
- Okomentovat poměr mezi praktickými předměty (nyní výrazně převládajícími) a základními teoretickými předměty, vzhledem k názvu studijního programu Teorie a praxe audiovizuální tvorby.
- V sebehodnotící zprávě (standardy 5.2 – 5.4 a 6.1 – 2 a 6.7 – 8) nahradit formulace „žádost o prodloužení platnosti akreditace“ žádostí o novou akreditaci SP.
- Okomentovat v sebehodnotící zprávě podíl garanta SP na garanci předmětů „Seminář k diplomové práci (podmínka SR 32/2019 Standardy studijních programů). Na kartě B-III předmětu je uvedena garantka dosavadního SP.

Na vypořádání připomínek se předkladateli stanovuje lhůta do 16. 2. 2020 včetně. Zpravodajem pro RVH UTB ohledně vypořádání připomínky byl určen akad.soch. Ondřej Podzimek.

Studijní program: BSP Marketingové komunikace
Fakulta: Fakulta multimediálních komunikací

Návrh usnesení č. 5/kh13:

RVH UTB dle článku 33, odstavce 2 Řádu pro tvorbu, schvalování, uskutečňování a změny studijních programů UTB ve Zlíně ze dne 25. července 2019, přerušila projednávání návrhu záměru předložit žádost o akreditaci bakalářského studijního programu „Marketingové komunikace“ Národnímu akreditačnímu úřadu pro vysoké školství a žádá předkladatele o vypořádání následujících připomínek:

- 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).
- Vysvětlit v akreditačním spisu pojem „marketingové komunikace“ ve vztahu k obvyklému pojmu „marketingová komunikace“, zdůraznit odlišnosti a vysvětlit vztah k marketingovému managementu.
- Okomentovat soulad mezi obsahem SP, široce formulovanými cíli studia a profilem absolventa, jasně vymezit priority studijního programu.
- U návrhu obsahu SZZ okomentovat, co jsou základní, nosné znalosti pro absolvování SP.

- U rámcového uplatnění absolventů okomentovat možnost zaujímat nižší manažerské pozice z pohledu předmětů podmiňujících uvedenou dovednost.
- Provéřit počty hodin přímé výuky týdně v prezenční formě studia a porovnat ji s BSP Teorie a praxe animované tvorby, BSP Výtvarná umění a vybraným BSP realizovaným na FaME.
- Objasnit a zdůvodnit odlišnost studijního plánu prezenční a kombinované formy studia (jiná struktura předmětů, jiná váha kreditů). Vyjádřit se k doporučení oponenta zpracovat karty předmětů společně pro obě formy studia a nikoliv separovaně pro každou formu zvlášť.
- Okomentovat překryvy v obsahu vícesemestrálních předmětů (Marketing 1, 2, Média v komunikacích 1, 2, 3, Psychologie médií 1, 2, Marketingový výzkum 1, 2, Digitální komunikace 1, 2, PR 1, 2, Komunikační agentura 3, 4). Doplnit chybějící prerekvizity.
- Okomentovat používanou terminologii v názvech předmětů (např. „Propagace na sociálních sítích“, „Shopper Marketing“, „In-store marketingová komunikace“).
- Doplnit, případně okomentovat v sebehodnotící zprávě publikační činnost akademických pracovníků, vztahující se ke garantovanému předmětu PZ (např. u předmětů „Marketingový výzkum 1“, „Marketingový výzkum 2“, „Brand Building“, „Management“, „Strategický marketing“, „Ekonomika a podnikání“).
- Okomentovat rozdílný rozsah „stručné anotace předmětů“.
- Okomentovat, zdali je do studijního plánu zařazen předmět zaměřený na práci s databázovými systémy a softwarem na zpracování a vyhodnocení dat v marketingovém výzkumu.
- Okomentovat v prohlášení děkana další účast 4 akademických pracovníků zapojených do SP formou DPP, které skončily v prosinci 2019.
- Okomentovat v sebehodnotící zprávě podíl garanta SP na garanci předmětů Seminář k bakalářské práci (podmínka SR 32/2019 Standardy studijních programů).
- Doplnit v sebehodnotící zprávě komentář ke standardům 7.1 - 7.3 včetně odkazů na vzory studijních opor.
- Definovat, na základě čeho je „odpovědnost k životnímu prostředí“ deklarována jako jeden z cílů studia, popřípadě tuto deklaraci odstranit.
- Větu „Přijímací řízení je jednokolové...“ změnit na „Přijímací zkouška je jednokolová...“.
- Vyjádřit studijní zátěž v souladu s nařízením vlády č. 274/2016 Sb. (neuvádět pouze čas kontaktní výuky).
- Nahradit v materiálu označení „scan“ (str. 8, 11, 192) termínem „textový dokument v PDF formátu“.
- Provéřit, zda je skutečně součástí studijního plánu předmět „Neziskové projekty“, zmíněný na str. 171 a 211.
- Revidovat text týkající se magisterského studijního programu (str. 192).
- Opravit tvrzení na str. 219 ohledně podmínek úspěšného ukončení studia (správně má být Studijní a zkušební řád UTB a vnitřní předpis FMK Pravidla studia).

Na vypořádání připomínek se předkladateli stanovuje lhůta do 16. 2. 2020 včetně. Zpravodajem pro RVH UTB ohledně vypořádání připomínky byl určen akad.soch. Ondřej Podzimek.

Studijní program: NMSP Marketingové komunikace
Fakulta: Fakulta multimediálních komunikací

Návrh usnesení č. 6/kh13:

RVH UTB dle článku 33, odstavce 2 Řádu pro tvorbu, schvalování, uskutečňování a změny studijních programů UTB ve Zlíně ze dne 25. července 2019, přerušila projednávání návrhu záměru předložit žádost o akreditaci navazujícího magisterského studijního programu

„Marketingové komunikace“ Národnímu akreditačnímu úřadu pro vysoké školství a žádá předkladatele o vypořádání následujících připomínek:

- Konceptně 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).
- Vysvětlit v akreditačním spisu pojem „marketingové komunikace“ ve vztahu k obvyklému pojmu „marketingová komunikace“, zdůraznit odlišnosti a vysvětlit vztah k marketingovému managementu.
- Okomentovat soulad mezi obsahem SP, široce formulovanými cíli studia a profilem absolventa, jasně vymežit priority studijního programu.
- U návrhu obsahu SZZ okomentovat, co jsou základní, nosné znalosti pro absolvování SP.
- 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.
- 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 audiovizu, reklamní fotografie a designu, a to z pohledu předmětů podmiňujících uvedené dovednosti.
- Objasnit a zdůvodnit odlišnost studijního plánu prezenční a kombinované formy studia (jiná struktura předmětů, jiná váha kreditů). Vyjádřit se k doporučení oponenta zpracovat karty předmětů společně pro obě formy studia a nikoliv separovaně pro každou formu zvlášť.
- Okomentovat překryvy v obsahu předmětů a nestejnou formu a hloubku zpracování karet předmětů, doplnit chybějící prerekvizity u vícesemestrálních předmětů.
- Okomentovat nebo doplnit publikační činnost či působení v praxi u garantů předmětů „Ekonomie“, „Kvalitativní a kvantitativní metody“, „Data mining“.
- Provést revizi a aktualizaci povinné a doporučené literatury.
- Okomentovat rozdílný rozsah „stručné anotace předmětů“.
- Zvážit posílení předmětů věnujících se jednotlivým nástrojům komunikačního mixu.
- Zaktualizovat na str. 111 číslo směrnice rektora SR 18/2018.
- Okomentovat v sebehodnotící zprávě podíl garanta SP na garanci předmětů „Diplomový seminář 1“, „Diplomový seminář 2“ (podmínka SR 32/2019 Standardy studijních programů).
- Doplnit v sebehodnotící zprávě komentář ke standardům 7.1 - 7.3 včetně odkazů na vzory studijních opor.
- Větu „Přijímací řízení je jednokolové...“ změnit na „Přijímací zkouška je jednokolová...“.
- Vyjádřit studijní zátěž v souladu s nařízením vlády č. 274/2016 Sb. (neuvádět pouze čas kontaktní výuky).
- Nahradit v materiálu označení „scan“ (str. 7, 10, 134) termínem „textový dokument v PDF formátu“.
- Provéřit, zda je součástí studijního plánu předmět „Neziskové projekty“, zmíněný na str. 113 a 150.
- Opravit tvrzení na str. 219 ohledně podmínek úspěšného ukončení studia (správně má být Studijní a zkušební řád UTB a vnitřní předpis FMK Pravidla studia).
- 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.

Na vypořádání připomínek se předkladateli stanovuje lhůta do 16. 2. 2020 včetně. Zpravodajem pro RVH UTB ohledně vypořádání připomínky byl určen akad.soch. Ondřej Podzimek.

Studijní program: NMSP Marketing Communications

Fakulta: Fakulta multimediálních komunikací

Návrh usnesení č. 7/kh13:

RVH UTB dle článku 33, odstavce 2 Řádu pro tvorbu, schvalování, uskutečňování a změny studijních programů UTB ve Zlíně ze dne 25. července 2019, přerušila projednávání návrhu záměru předložit žádost o akreditaci navazujícího magisterského studijního programu „Marketing Communications“ Národnímu akreditačnímu úřadu pro vysoké školství a žádá předkladatele o vypořádání následujících připomínek:

- Konceptně 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).
- Vysvětlit v akreditačním spisu pojem „marketingové komunikace“ ve vztahu k obvyklému pojmu „marketingová komunikace“, zdůraznit odlišnosti a vysvětlit vztah k marketingovému managementu.
- Okomentovat soulad mezi obsahem SP, široce formulovanými cíli studia a profilem absolventa, jasně vymežit priority studijního programu.
- U návrhu obsahu SZZ okomentovat, co jsou základní, nosné znalosti pro absolvování SP.
- 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.
- 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 audiovizí, reklamní fotografie a designu, a to z pohledu předmětů podmiňujících uvedené dovednosti.
- Okomentovat překryvy v obsahu předmětů a nestejnou formu a hloubku zpracování karet předmětů, doplnit chybějící prerekvizity u vícesemestrálních předmětů.
- Okomentovat nebo doplnit publikační činnost či působení v praxi u garantů předmětů „Economics“, „Qualitative Research Methods“, „Data Mining“.
- Provést revizi a aktualizaci povinné a doporučené literatury.
- Okomentovat rozdílný rozsah „stručné anotace předmětů“.
- Zvážit posílení předmětů věnujících se jednotlivým nástrojům komunikačního mixu.
- Doplnit informaci o dostupnosti povinné a doporučené literatury (zda je součástí knihovny ústavu či univerzitní knihovny).
- Doplnit minimální počet studentů, při kterém bude SP realizován.
- Okomentovat odlišnosti ve skladbě předmětů ve srovnání se stejným SP uskutečňovaným v českém jazyce (NMSP Marketingové komunikace).
- Upravit v celém akreditačním spisu název SP na „Marketing Communications“ (včetně karet B-I, B-II, C-I)
- 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).
- Doplnit v sebehodnotící zprávě komentář ke standardům 7.4 - 7.9.

- Větu „Přijímací řízení je jednokolové...“ změnit na „Přijímací zkouška je jednokolová...“.
- Vyjádřit studijní zátěž v souladu s nařízením vlády č. 274/2016 Sb. (neuvádět pouze čas kontaktní výuky).
- Nahradit v materiálu označení „scan“ (str. 7, 10, 134) termínem „textový dokument v PDF formátu“.
- Provéřit, zda je součástí studijního plánu předmět „Neziskové projekty“, zmíněný na str. 113 a 150.
- Opravit tvrzení na str. 219 ohledně podmínek úspěšného ukončení studia (správně má být Studijní a zkušební řád UTB a vnitřní předpis FMK Pravidla studia).
- 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.

Na vypořádání připomínek se předkladateli stanovuje lhůta do 16. 2. 2020 včetně. Zpravodajem pro RVH UTB ohledně vypořádání připomínky byl určen akad.soch. Ondřej Podzimek.

Jednání bylo předsedou pracovní skupiny doc. Romanem Bobákem ukončeno v čase 15.50.

Ve Zlíně dne 21. ledna 2020

Zapsal: Ing. Petr Ticháček
Verifikoval: doc. Ing. Roman Bobák, Ph.D., v. r.