

Vážený pan
prof. Mgr. Milan Adámek, Ph.D.
rektor
Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
nám. T. G. Masaryka 5555
760 01 Zlín

Č. j.: UTB/23/020300

Ve Zlíně 8. září 2023

Vážený pane rektore,

v souladu s Řádem pro tvorbu, schvalování, uskutečňování a změny studijních programů Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně čl. 32 odst. 4 Vám v příloze zasilám žádosti o prodloužení platnosti akreditace níže uvedených studijních programů:

- bakalářský studijní program Marketingová komunikace, prezenční a kombinovaná forma studia v českém jazyce, profesně zaměřený;
- navazující magisterský studijní program Marketingová komunikace, prezenční a kombinovaná forma studia v českém jazyce, profesně zaměřený;
- navazující magisterský studijní program Marketing Communication, prezenční forma studia v anglickém jazyce, profesně zaměřený.

Předkládané materiály jsou zpracovány v souladu se zákonem č. 111/1998 Sb., o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách) v platném znění, nařízeními vlády č. 274/2016 Sb., o standardech pro akreditace ve vysokém školství a č. 275/2016 Sb., o oblastech vzdělávání ve vysokém školství, a s metodickými materiály Národního akreditačního úřadu pro vysoké školství pro přípravu a hodnocení žádostí o akreditaci studijního programu.

Bakalářský studijní program (dále také „BSP“) a navazující magisterský studijní program (dále také „NMSP“) Marketingová komunikace a NMSP Marketing Communication jsou z hlediska typu, formy a profilu absolventa v souladu se Strategickým záměrem Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně (dále také „UTB“) na období 21+, Plánem realizace Strategického záměru Fakulty multimediálních komunikací (dále také „FMK“) UTB na období 21+ pro rok 2022 a splňují všechny standardy studijních programů dle směrnice rektora SR/8/2022 Standardy studijních programů UTB ze dne 6. června 2022. Vzdělávací a tvůrčí činnost vychází ze soudobých poznatků v oblasti marketingové komunikace, aplikuje postupy ověřené v tuzemsku i v zahraničí a dále je rozvíjí.

Návrhy záměrů o prodloužení platnosti akreditace uvedených studijních programů (dále jen „SP“) byly dne 6. 3. 2023 kladně posouzeny Radou studijních programů FMK a dále byly dne 28. 3. 2023 projednány kolegiem rektora UTB.

Žádosti o prodloužení platnosti akreditace SP byly dne 12. 7. 2023 kladně posouzeny Akademickým senátem FMK.

Žádosti o prodloužení platnosti akreditace SP byly formou per rollam hlasování do 21. 8. 2023 projednány a schváleny Vědeckou a uměleckou radou FMK.

BSP a NMSP Marketingová komunikace a NMSP Marketing Communication jsou zaměřeny na propojování vzdělávacích činností s výzkumem a dalšími tvůrčími činnostmi se záměrem definovat a rozvíjet integrující směry v oboru. Standardní doba studia BSP Marketingová komunikace je tři roky a bakalářské studium je ukončeno státní závěrečnou zkouškou. Standardní doba studia NMSP Marketingová komunikace a NMSP Marketing Communication je dva roky a magisterské studium je ukončeno státní závěrečnou zkouškou.

BSP Marketingová komunikace a NMSP Marketingová komunikace v prezenční i kombinované formě studia a NMSP Marketing Communication v prezenční formě studia se dotýká dalších tematických okruhů a programů v oblasti vzdělávání Mediální a komunikační studia. Pro absolventy je ve všech formách studia povinná praxe.

Do studijního plánu BSP Marketingová komunikace jsou zařazeny předměty Cizí jazyk angličtina (prezenční forma studia) a Odborná angličtina (kombinovaná forma studia), jejichž výuka je garantována Fakultou humanitních studií UTB. Předměty jsou zakončeny zkouškou, která prokazuje splnění jazykové úrovně B2. BSP Marketingová komunikace nabízí také možnost volby zahraniční studijní stáže. Jazykové kompetence studentů v NMSP Marketingová komunikace jsou rozvíjeny odbornými předměty Theory of Argumentation, International Marketing, Cross-Cultural Communication, Global Aspects in Marketing Communication a Integrated Marketing Communication in Practice vyučovanými v anglickém jazyce. Do výuky jsou rovněž pravidelně zapojováni zahraniční lektori. Zahraniční mobility studentů na FMK se uskutečňují na 65 partnerských školách.

BSP a NMSP Marketingová komunikace a NMSP Marketing Communication má za cíl komunikovat s firmami, klastry, profesními asociacemi a dalšími odborníky z praxe, aby zajistil profil absolventa odpovídající požadavkům současného trhu. Do BSP Marketingová komunikace je zařazen předmět Ekonomika a podnikání, jehož garantem je doc. Mgr. Ing. Radim Bačuvčík, Ph.D. Do NMSP Marketingová komunikace je zařazen předmět Aplikovaná etika a morální management zaměřený na podnikatelské aspekty v oblasti marketingové komunikace. Garantem předmětu je Mgr. Michal Stránský, Ph.D.

IT gramotnost je základním předpokladem přijetí do studijního programu Marketingová komunikace. Pro zvýšení IT gramotnosti jsou do studijního plánu zařazeny předměty, které seznamují studenty s dalšími nástroji v této oblasti.

Seminář k bakalářské a diplomové práci, který je zařazen v posledním ročníku v zimním semestru daného studijního programu, seznamuje studenty s metodologií psaní bakalářské a diplomové práce.

U programu se nepočítá s navýšením akademických pracovníků.

U BSP Marketingová komunikace se s ohledem na možnou uplatnitelnost předpokládá přijetí kolem 60 studentů do prezenční formy studia a 60 studentů do kombinované formy studia, u NMSP Marketingová komunikace do prezenční formy 50 studentů a do kombinované formy 50 studentů. U NMSP Marketing Communication se předpokládá přijetí maximálně 20 studentů.

Jako garant BSP Marketingová komunikace je navržen doc. Mgr. Ing. Radim Bačuvčík, Ph.D., docent v oboru Masmediální studia, který je akademickým pracovníkem UTB FMK se 100% úvazkem. Naplňuje tvůrčí a výzkumnou činnost v oblasti marketingové komunikace. Splňuje podmínky stanovené v zákoně o vysokých školách a nařízení vlády č. 274/2016 Sb., o standardech pro akreditace ve vysokém školství.

Jako garant NMSP Marketingová komunikace a NMSP Marketing Communication je navržena doc. PhDr. Blandina Šramová, PhD., docentka v oboru Psychologie, která je akademickým pracovníkem UTB FMK se 100% úvazkem. Naplňuje tvůrčí a výzkumnou činnost v oblasti psychologie marketingové komunikace. Splňuje podmínky stanovené v zákoně o vysokých školách a nařízení vlády č. 274/2016 Sb., o standardech pro akreditace ve vysokém školství.

Zdvořile Vás žádám o projednání žádostí o prodloužení platnosti akreditace uvedených studijních programů Radou pro vnitřní hodnocení UTB.

S pozdravem

Mgr. Josef Kocourek, Ph.D.
děkan Fakulty multimediálních komunikací



Přílohy:

1. Žádost o prodloužení platnosti akreditace – bakalářský studijní program Marketingová komunikace
2. Žádost o prodloužení platnosti akreditace – navazující magisterský studijní program Marketingová komunikace
3. Žádost o prodloužení platnosti akreditace – navazující magisterský studijní program Marketing Communication