



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_BSP_2

Vyplňuje oponent žádosti o akreditaci studijního programu

Název posuzovaného studijního programu:

Marketingová komunikace

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

Bakalářský, 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. Studenti navíc mohou čerpat výhody i z propojení výukových procesů BP MK s dalšími studijními programy a fakultní galerií.		
A ₃	SP má ve studijním plánu zabudovány koncepty výuky cizích jazyků na UTB.	ANO	
	Slovní hodnocení oponenta: SP zahrnuje výuku v AJ v několika stupních pokročilosti. Studenti výuku AJ navštěvují 5 semestrů, dále mají možnost účastnit se přednášek/workshopů zahraničních odborníků.		
A ₄	SP má ve studijním plánu zabudovány výuku podnikatelství.	ANO	
	Slovní hodnocení oponenta: SP má za cíl připravit všestranně rozvinutou osobnost, která obstojí ve svobodném povolání i jako zaměstnanec. Samotná výuka podnikatelství je zahrnuta i v některých předmětech. Například v předmětu Ekonomika a podnikání, nebo management. Samozřejmě i další předměty obsahují některé dílčí přednášky, které by se k tomuto mohly pojit. Na druhou stranu je nutné vzít v potaz, že absolvent se má uplatnit v marketingových, reklamních a PR agenturách nebo v podnicích v oblasti marketingu a marketingové komunikace, což je zde splněno. 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,		

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>).



	což se několika studentům již úspěšně podařil.		
A ₅	SP má ve studijním plánu zabudován rozvoj ICT dovedností studentů.	ANO	
	Slovní hodnocení oponenta: V rámci studia je vyučován předmět Informační zdroje a jejich využívání. Studenti mají k dispozici PC učebny.		



Hodnotící kritérium B: Soulad profilu absolventa s obsahem studia³

Bod	Standard	Míra naplnění standardu	
		ANO (splňuje standard)	NE (nesplňuje standard)
B ₁	Odborné znalosti, odborné dovednosti a obecné způsobilosti, které si absolventi SP osvojují, jsou v souladu s daným typem a případným profilem SP. Slovní hodnocení oponenta: Předkládaný SP 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. Jádrem studia jsou předměty pokrývající základy marketingové komunikace. Tyto předměty jsou součástí SZS a témata v nich vyučovaná se propisují do závěrečných kvalifikačních prací. Předměty profilujícího základu jsou propojeny s dalšími povinnými a povinně volitelnými předměty.	ANO	
B ₂	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. Slovní hodnocení oponenta: SP nabízí kvalitní zázemí výuky anglického jazyka od stupně „intermediate“ pod stupeň „advanced“.	ANO	
B ₃	SP má vymezeno rámcové uplatnění absolventů SP a typické pracovní pozice, které může absolvent zastávat. Slovní hodnocení oponenta: SP připravuje studenty na práci v komunikačních agenturách, podnikatelských a neziskových organizacích a ve veřejné správě. Konkrétně se jedná o příklady pozic: 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 a další.	ANO	
B ₄	Standardní doba studia odpovídá průměrné studijní zátěži, obsahu a cílům studia a profilu absolventa SP. Slovní hodnocení oponenta: Předměty v SP mají zátěž vyjádřenou v kreditech, tak, aby odpovídala časové náročnosti. Při dané časové náročnosti je počet předmětů adekvátní době studia. Obsah předmětů je vždy uveden v kartě předmětu, které jsou zpracované v pořádku. Skladba předmětů odpovídá požadovanému profilu absolventa.	ANO	
B ₅	Obsah studia ve SP odpovídá cílům studia a umožňuje dosažení stanoveného profilu absolventa SP. Slovní hodnocení oponenta: Skladba předmětů vede k získání požadovaného profilu absolventa. To je zajištěno jak	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).



	profilujícími předměty, tak dalšími typy předmětů a povinné odborné praxe.		
B ₆	SP má nastavenou a zdůvodněnou strukturu studijních předmětů, jejich rozsah a charakteristiku.	ANO	
	Slovní hodnocení oponenta: SP zahrnuje předměty povinné, povinně volitelné a volitelné. Profilující základ je tvořen z povinných předmětů. Všechny předměty mají řádně vypsanou kartu předmětu (formulář B III), která je součástí předloženého spisu. Skladba předmětů vede k získání požadovaného profilu absolventa.		
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	
	Slovní hodnocení oponenta: 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, jiné jim dají nahlédnout do praxe marketingové komunikace. Zajištění výuky některých předmětů externisty, kteří přináší bližší sepnutí s praxí, je v tomto typu studia vhodné a žádoucí. Témata kvalifikačních prací jsou navržena v souladu s obsahem předmětů. Skladba předmětů je logická a koresponduje s kýženým profilem absolventa.		



Hodnotící kritérium C: Personální zabezpečení studijního programu⁴

Bod	Standard	Míra naplnění standardu	
		ANO (splňuje standard)	NE (nesplňuje standard)
C ₁	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	
	Slovní hodnocení oponenta: Garant SP (doc. Mgr. Ing. Radim Bačuvčík, Ph.D.) má požadované vzdělání, je vzdělán v příslušném oboru. Na FMK UTB má 100% pracovní úvazek. Je činný v publikační činnosti. Vede klasifikační práce. Je členem různých univerzitních orgánů. Spadá do střední věkové kategorie. Lze potvrdit, že splňuje dané podmínky stanovené v § 44 odst. 6 zákona o vysokých školách.		
C ₂	SP je zabezpečen akademickými pracovníky, popřípadě i dalšími odborníky s příslušnou kvalifikací pro zajištění jednotlivých studijních předmětů.	ANO	
	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.)		
C ₃	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	
	Slovní hodnocení oponenta: Předměty povinného základu jsou zajišťovány interními akademickými pracovníky. Program má dostatečné personální obsazení (1 profesor, 3 docenti, 13 odborných asistentů, 2 asistenti a dále 9 vyučujících z praxe, což mimo jiné reflektuje profesní zaměření předloženého SP). Všichni externí vyučující mají vzdělání v magisterském stupni vysokoškolského studia a požadovanou praxi.		
C ₄	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.	ANO	
	Slovní hodnocení oponenta: Předkládaný SP je profesně zaměřený. Na jeho výuce se podílí jak akademičtí pracovníci, tak pracovníci 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.		
C ₅	Počet akademických pracovníků zabezpečujících SP, o jehož	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 váží 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).



	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.		
	Slovní hodnocení oponenta: Ano, počet akademických pracovníků dostačuje na zabezpečení SP 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 taktéž 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.		
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: Výuka je financována z příspěvku státu na vzdělávací činnost. V současnosti je zajištěna nutná infrastruktura pro výuku, zejména materiální a technické zabezpečení studijních		

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).



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:

Bakalářský studijní program Marketingová komunikace má dlouhou historii. Jeho absolventi mají na trhu výbornou uplatnitelnost. Může tak čerpat ze své historie a reagovat na nejnovější trendy na trhu marketingové komunikace.

Návrh na prodloužení akreditace tohoto programu je zpracován velmi kvalitně. Obsahuje veškeré nezbytné informace, kterou jsou dobře popsány a rozvedeny do detailů.

Z hlediska nabídky vzdělání je jeden z mála studijních programů, které nabízí vzdělávání v oboru marketingová komunikace a svoje poslání naplňuje velmi dobře.

Skladba předmětů je vyvážená a studenti mají úzký kontakt s profesní praxí.

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 vypustíte*).

[Redacted signature area]

[Redacted signature area]

Podpis oponenta