

Vážený pan
doc. Ing. Petr Novák, Ph.D.
Fakulta managementu a ekonomiky
Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně

Číslo jednací
UTB/20/014813

Spisová značka
-

Počet stran
1

Počet příloh
1

Vyřizuje
Ing. Petr Ticháček

Telefon
+420 576 032 235

e-mail
rektor@utb.cz

Datum
8. 9. 2020

Rozhodnutí o přijetí projektu Fondu strategického rozvoje

Na základě doporučení Hodnoticí komise přijímám k řešení projekt č. FSR-ST-2020/007 **Zlínský BarCamp - Podnikání (nejen) pro mladé a kreativní** navrhovatele doc. Ing. Petra Nováka, Ph.D.

Na řešení projektu se poskytují prostředky ve výši **600 000,- Kč**.

Termín řešení projektu: **září 2020 - prosinec 2021**

Schválená projektová žádost je přílohou tohoto rozhodnutí.

**prof. Ing. Vladimír
Sedlařík, Ph.D.**



Digitální podpis:
08.09.2020 16:02

prof. Ing. Vladimír Sedlařík, Ph.D.
rektor

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
nám. T. G. Masaryka 5555, 760 01 Zlín
Česká republika

IČO: 708 83 521
DIČ: CZ70883521
Zřízená zákonem č. 404/2000 Sb.

T: + 420 576 038 120
e-mail: podatelna@utb.cz

T: + 420 576 032 222
e-mail: rektor@utb.cz

www.utb.cz

Datová schránka: ahqj9id

V odpovědi prosím uvádějte
naše číslo jednací.

Projekt FSR

Zlínský BarCamp – Podnikání (nejen) pro mladé a kreativní

Navrhovatel	Fakulta managementu a ekonomiky
Hlavní řešitel	doc. Ing. Petr Novák, Ph.D.
Termín řešení projektu	září 2020 - prosinec 2021
Celkový rozpočet	600 000 Kč
Datum odeslání projektu	15. 6. 2020

Zlínský BarCamp – Podnikání (nejen) pro mladé a kreativní

1. Představení projektu

BarCamp je formát konference, přičemž se jedná o mezinárodní síť uživatelsky generovaných konferencí. Jedná se o **otevřené, participativní workshopy**, jejichž obsah poskytují sami účastníci. To znamená, že kdokoli z účastníků se může přihlásit se zajímavým tématem přednášky/workshopu a v případě úspěšného výsledku hlasování o nejpreferovanějších tématech ze strany ostatních účastníků dostane prostor pro svoji přednášku či uspořádání workshopu. Tématem bude přiblížit se s problematikou podnikání a zakládání start-upů blíže k mládeži a studentům jak středních, tak i vysokých škol.

BarCamp je relativně nový formát konferencí, který se uskutečňuje pravidelně ve vybraných velkých městech jak v ČR (např. BarCamp Praha, BarCamp Ostrava, BarCamp Plzeň, BarCamp Hradec Králové), tak i v zahraničí, který podporuje budování komunity a rozvíjení nových kontaktů a partnerství. Je nezbytné zdůraznit že pouze BarCamp ve Zlíně se orientuje primárně na oblast podnikání a podpory start-upů. Poskytuje příležitost seznámit se se zajímavými tématy a rozvíjet spolupráci nejen mezi účastníky akce. Tento způsob popularizace konkrétních témat se stává velmi oblíbeným právě především mezi mladými lidmi a studenty vzhledem k tomu, že program akce je minimálně z části spoluvytvářen samotnými účastníky akce, kteří si volí to, co chtějí slyšet a co je zajímavé.

Tato akce bude zaměřena na oblast startu podnikání především mladých lidí a podpory jejich aktivit směřujících k využití jejich podnikatelského potenciálu. Je nutno si uvědomit, že především v dnešní nelehké době je podnikání rezonujícím tématem v ekonomice každého vyspělého státu světa, přičemž ani Česká republika není výjimkou. Toto téma navíc **patří ke strategickým podporovaným oblastem Univerzity Tomáše Bati, téma podnikání lze považovat za tradiční obor**, který je podporován napříč celou UTB a **naplňuje tak jednu z klíčových rolí, kterou si UTB stanovila**. Tato akce bude sloužit nejen k rozvoji samotného tématu podnikání mladých lidí, ale také k **propagaci této problematiky v rámci aktivit UTB** směrem k veřejnosti.

Zároveň dává univerzitě možnost oslovit pomocí této akce širokou studentskou základnu a vytvořit si tak potenciálně budoucí studenty rozličných oborů, se sklony k podnikání a kreativnímu myšlení. Součástí akce budou nejen vybrané přednášky a workshopy, ale také moderované sekce/kulaté stoly. Proběhne také speciální online sekce (soutěž) s názvem DigiBusiness2021 pro oblast podnikání a řešení vybraných podnikatelských problémů v mezinárodním srovnání. Toto bude založeno na bázi mezinárodní soutěže týmu studentů z partnerských univerzit (Polsko, Španělsko, Portugalsko, Itálie, Slovensko apod.), kde každý tým bude řešit stejnou, konkrétně specifikovanou úlohu z problematiky podnikání. Tato úloha bude reflektovat aktuální požadavky ekonomiky v kontextu vývoje v EU. V případě týmu z UTB předpokládáme účast studentů napříč spektrem většiny fakult a tím podpoření multioborové spolupráce.

Z hlav studentů a mladých lidí často pocházejí inspirativní nápady. Mají pro to ty nejlepší předpoklady – vzdělání, zápal, motivaci i ideály. To ovšem k nastartování fungujícího podnikání nestačí. Z myšlenky, nápadu je třeba vytvořit vizi, misi podnikání, určit strategii, zpracovat podnikatelský plán, vyřešit požadavky legislativy a jiné. Nejen legislativa, ale i ekonomické, politické a celospolečenské klima ovlivňují jak motivaci začít podnikat, tak samotný průběh podnikání. Podle Mikoláše a kol. (2011) ovšem vedle těchto faktorů dává smysl existenci podniků, formuje podnikatelské prostředí, vymezuje sám sebe v prostředí sám podnikatel. Z ekonomicky aktivních musí být neaktivnější, jinak nepřežije.

I v rámci navrhovaného BarCampu je pro budoucí podnikatele důležité si uvědomit, že vedle ekonomických, politicko-legislativních, technologických, environmentálních, infrastrukturálních a jiných faktorů je podnikatelské prostředí determinováno samotnou osobností podnikatele, jeho individuálními osobnostními vlastnostmi ve smyslu jeho motivů, věku, pohlaví, vzdělání aj. V závislosti na autorovi se názory na vlastnosti, které jsou pro podnikání důležité, různí. Např. Knörr et al. (2013) zdůrazňuje kreativitu, akceptaci rizika a nezávislost. K těmto vlastnostem Deáková et al. (2010) připojuje zodpovědnost, rozhodnost, vytrvalost, iniciativní přístup a především vzdělanost v oblasti, ve které chce daná osoba podnikat. Pořádané BarCampy pak mohou být jednou z možností, jak v mladých lidech ochotných akceptovat rizika, která s sebou jejich budoucí podnikání ponese, podporovat a rozvíjet kreativitu, odvahu pracovat „sám na sebe“, tedy i nezávislost. Zároveň to může být prostor pro realizaci či nabídku dalšího podnikatelského vzdělávání, které nelze vidět pouze v oblasti odbornosti, ale právě i v podpoře a rozvoji výše zmiňovaných vlastností. Podnikatelské vzdělávání je třeba chápat jako společnou zodpovědnost škol, firem a tvůrců politik. I když není žádoucí, aby se podnikatelské vzdělávání stalo součástí školních osnov všech typů středních a vysokých škol, je přinejmenším žádoucí, aby si studenti osvojili principy podnikatelského myšlení, a to schopnost řešit situace, mít otevřenou mysl, být ochotný riskovat a zodpovědně přistupovat i ke všem důsledkům podnikatelské činnosti nejen z individuálního, ale i celospolečenského pohledu.

Vzhledem k tomu, že většina nově zakládaných podnikatelských subjektů volí v českém podnikatelském prostředí právní formu společnosti s ručením omezeným (v případě právnických osob) nebo podniká jako fyzická osoba živnostník, zemědělec, případně volí některé ze svobodných povolání, je na místě zmínit se o jejich místě v podnikatelském prostředí. Co se týče velikosti, jedná se většinou o subjekty, které z hlediska klasifikace podle velikosti podniku spadají do sektoru tzv. malého a středního podnikání (tedy mikro podniky do 10 zaměstnanců, malé podniky do 50 zaměstnanců a střední podniky do 250 zaměstnanců). Role malých a středních podnikatelů (MSP) v rozvoji vnitřního potenciálu jak regionu a následně pak celé ekonomiky je nenahraditelná. Pro svoji činnost tedy potřebují vhodné prostředí, které jim umožňuje rozvinout svou schopnost přispívat k ekonomickému růstu a zachování a posilování sociální soudržnosti. Snaha o realizaci různých forem podpory (finanční, odstraňování administrativních překážek, vzdělávání, pomoc při přípravě projektů směřujících k získání dotací na podnikatelskou činnost apod.) je patrná nejen v rámci české ekonomiky, ale v konceptu rozvoje celé Evropské unie. Na druhé straně i tyto snahy nedosahují dokonalosti a jsou kritizovány např. ve smyslu že existující řešení (např. Evaluace operačních programů, průzkumy Asociace MSP a živnostníků ČR) pracují s regionálními odlišnostmi minimálně a soustřeďují se na celkové či tematické zachycení bez regionální diferenciace. Dále že nejsou zkoumány vlivy místní podnikatelské inovační infrastruktury a podnikatelských sítí. Dostupné informace jsou také ovlivněny dominancí větších měst a koncentrací podnikatelských aktivit do městských regionů.

Co se týká výzev do budoucnosti tak si MSP musí stejně jako velké společnosti uvědomit, že dnešní zákazníci jsou chytřejší a silnější. Díky rostoucímu využívání internetu, tabletů, smartphonů a jiných digitálních technologií zákazníci vědí více o tom, co chtějí, jak to chtějí a od koho. Mají možnost udělat si z pohodlí domova přehledné srovnání nejen ceny, ale i jiných užitečných parametrů, čímž mj. umocňují konkurenční tlak. Tyto charakteristiky spojené s digitálním věkem usazují zákazníky na pomyslné sedadlo řidiče, tedy toho, kdo určuje parametry budoucích produktů, respektive jejich inovací. Pro zajištění úspěchu tak musí MSP proniknout do oblastí, které ještě nebyly prozkoumány, přilákat zákazníky a udržet si důvěru pomocí kreativních online řešení.

Digitalizace nabízí mnoho příležitostí, nicméně pro mnohé MSP představuje skutečnou výzvu. Ovšem digitalizace neznamena jen doplnění stávajícího obchodu, znamená to budování kompletně nového byznysu s významnými technologickými investicemi a potřebu nových dovedností pro rozvoj

infrastruktury spojené s online obchodem a znalostí potřebných k implementaci marketingových strategií a oslovení zákazníků. Těchto dovedností je v nabídce na trhu práce nedostatek a MSP se musí snažit tyto kvalifikované pracovníky získat a soutěžit o ně v konkurenci jiných podniků. Z toho vyplývá, že to, co by mělo být hlavní výhodou pro MSP v budoucnu, je schopnost oslovit nové zákazníky bez potřeby ustavit nové kamenné obchody, což by ovšem mohl být velký problém. Ovšem s podporou příznivého podnikatelského a regulačního prostředí, vytvářením rovných podmínek pro všechny účastníky trhu mohou MSP uvolnit svůj potenciál a přinést významné ekonomické a sociální výhody.

2. Rámec projektu

Očekávané trvání projektu: **září 2020 - prosinec 2021**

2.1 Účel projektu

Účelem projektu je šířit povědomí o podnikání a jeho specifikách mezi mladé lidi a získat je pro myšlenku vytvoření a realizování vlastního byznysu, kde univerzita může hrát klíčovou mentorskou roli, kdy studentům může poskytnout zázemí a podporu pro rozvíjení jejich podnikatelského potenciálu. Toto představuje značný potenciál pro:

- získání nových studentů s podnikatelskými sklony, a to v různých oborech
- rozvíjení zájmu, potenciálu a kreativity současných studentů UTB
- širokou odbornou veřejnost, zajímající se o oblast realizace vlastních podnikatelských příležitostí, z čehož může vyplynout řada synergických efektů pro univerzitu jako takovou, např. v podobě hlubší spolupráce s podnikatelským sektorem, mentoringu ze strany zkušených podnikatelů,
- šíření povědomí o aktivitách UTB podporujících podnikání mezi laickou veřejností, představující potenciál např. pro budoucí účast v rámci Celoživotního vzdělávání.

2.1.1 Potřebnost a aktuálnost projektu

Jak ukazuje současná situace v souvislosti s dopadem COVID-19 na veškerou ekonomiku téměř každého státu ve světě, soukromé podnikání lze považovat jednak za jádro vytváření zdravé ekonomiky, ale zároveň také za velmi křehkou schránku, kde i pouze krátkodobý výpadek může mít fatální dopady na dosud fungující podnikatelské subjekty. Zároveň takováto krize, která je přirozenou součástí kapitalismu generuje celou řadu nových příležitostí rozvíjejících jak tradiční, tak i nové obory a oblasti podnikání, a lidských potřeb. Jak uvedl již po minulé krizi (pozn. z 2008) prof. Zelený (2009), ekonomika nefunguje *jako stroj*, který na daný vstup reaguje fixovaným, předvídatelným výstupem. Ekonomika se chová *jako organismus*, který na daný vstup může reagovat celou škálou výstupů a reakcí. Adaptabilita lidského chování a rozhodování zaručuje, že reakce systému na daný vstup bude vždy jiná. Každá krize je tudíž *unikátní* a vyžaduje svá specifická, nová a unikátní, opatření.

Lze objektivně přepokládat, že i tato aktuální krize (která se jeví jako mnohem hlubší, než ta v roce 2008) bude znamenat zánik mnoha subjektů, které však po budoucím oživení a restartu ekonomiky vytvoří prostor pro vznik nových subjektů, jenž zaujmou jejich místo. Velmi výstižně toto z pohledu praxe potvrzuje např. i Petr Chládek, CEO inovační agentury JIC v Brně, která dlouhodobě pomáhá inovačním projektům na svět a podporuje lokální podnikatele, jenž uvádí, že ekonomické dopady krize povedou k tomu, že firmy budou muset část svých lidí propouštět, a právě mezi nimi bude velké množství těch, kteří se budou chtít postavit na vlastní nohy, a budou zakládat vlastní firmy. Naším úkolem pak je, abychom jim v tom pomohli. Zároveň je možné očekávat další změnu podnikatelského

prostředí, která bude velmi pravděpodobně na úrovni samotných strategií firem znamenající aplikaci zcela nových byznys modelů. (Chládek, 2020)

Vzhledem k roli UTB, hlásící se k podnikatelskému odkazu Tomáše Bati, by toto mělo být naším jednoznačným prioritním zájmem, přičemž je nezbytné spoluvytvářet podmínky a prostředí pro rozvoj nových firem, start-upů a byznys modelů.

2.1.2 Možnosti uplatnění výsledků

U tohoto typu projektu nelze předpokládat spolehlivě dosažitelný vědecko-výzkumný přínos. Jedná se zde především o **společensko-ekonomický přínos** s dopadem do vytváření image UTB, jakožto podnikatelské univerzity a popularizace realizovaných aktivit směřujících k podnikání. Očekávaným výsledkem pak může být také zvýšený zájem o studium na UTB, jakož i o akce organizované pod záštitou UTB. Tento projekt tak ve svém důsledku prakticky naplňuje to, k čemuž se UTB hlásí. V rámci této akce lze dále navázat partnerství a spolupráci s celou řadou dalších subjektů, jakož i posílit dosavadní partnerství, a to i na mezinárodní úrovni. Dále také posílit nejen externí spolupráci, ale také interní spolupráci v rámci samotné UTB, tj. tento projekt podporuje mezifakultní spolupráci min. mezi FaME a FMK. V rámci vyhlášené soutěže DigiBusiness2021 vznikne mnoho řešení konkrétně stanoveného podnikatelského problému. Výstupem zde následně může být zobecnění jedinečných řešení každého zúčastněného týmu, které budou podrobeny vyhodnocení a vytvoření srovnávací studie s potenciálem vzniku odborného článku.

2.1.3 Kritické předpoklady dosažení účelu projektu

Předpokladem úspěšné akce je aplikace široké marketingové kampaně, kdy je důležité rozšířit tuto akci do širokého obecného povědomí, a to především u mladých lidí a studentů (a to např. i středoškolských). Pro dosažení účelu projektu je nezbytná také podpora ze strany UTB a využití její infrastruktury (budov, komunikačních kanálů atd.). Nezbytná je také součinnost jednotlivých součástí UTB např. při plánování hromadných akcí tak, aby nedošlo ke kolizi těchto akcí, a tím oslabení potenciálu kterékoliv z nich.

Vzhledem k zařazení mezinárodní soutěže DigiBusiness2021 s mezinárodní online účastí, bude vyžadováno fungující technické zázemí na vysoké úrovni. Technická funkčnost se tak jeví jako důležitý aspekt úspěšnosti při realizaci. Zde tak bude nezbytná součinnost pracovníků IT oddělení pro zabezpečení hladkého a bezproblémového průběhu akce.

Mezi riziko lze stále řadit nepředvídané okolnosti, jako např. další vlna pandemie, kdy by konání akce bylo z tohoto důvodu omezeno a realizace by přicházela do úvahy zcela pouze v online formě, kde však nelze očekávat dosažení výše definovaných účelů akce.

2.2. Cíle a výsledky projektu

Cíle a definice projektu

Cílem projektu je propagovat, zdůraznit a prohloubit význam oblasti podnikání a podpory podnikání (a to především mladých lidí) právě v současné době, kdy několik tisíc podnikatelských subjektů již ukončilo, nebo zvažuje ukončení své činnosti. K naplnění tohoto cíle bude sloužit dvoudenní akce pro širokou veřejnost označovaná jako BarCamp s realizací na jaře 2021 a s předpokládanou účastí min. 200 účastníků ve dvou dnech.

Dílčím cílem je také propojení studentů a mladých lidí na podnikatelskou sféru, propojení na kouče, mentory, investory a etablované podnikatele, přiblížení podnikání a jeho specifik široké veřejnosti a posílení role UTB jako významného partnera podnikatelské sféry. Zároveň pak posílení mezifakultní spolupráce min. mezi součástmi UTB FaME a FMK v oblasti společného zájmu a naplnění společných potřeb.

Definovat a zodpovědět otázky aktuálního směřování podnikatelského prostředí, propagovat hlavní trendy v podnikání, které mohou být blízké především studentům a mladým lidem.

Výsledky projektu

Výsledkem projektu bude uskutečnění:

- mezinárodní online soutěže DigiBusiness2021,
- uspořádání akce na podporu podnikání v BarCamp formátu
- definování aktuálních trendů v podnikání, zobecnění získaných poznatků na základě participující podnikatelské praxe
- min. 15 přednášek, workshopů a kulatých stolů
- vytvoření networkingového prostředí pro propojení účastníků a podnikatelské praxe
- min. 1 odborný článek věnovaný oblasti podnikání a jeho podpory

3. Metodika řešení projektu

V přípravné fázi bude vytvořen tým odborných pracovníků i studentů, kteří se budou podílet na přípravě, realizaci a organizování celé akce. Pro zajištění celé akce je zapotřebí odborníků jak na podnikání a kreativní oblasti, tak i marketingových specialistů, jejichž know-how bude využito k rozsáhle propagaci celé akce tak, aby byl vytvořen předpoklad co největší úspěšnosti a návštěvnosti akce, a zároveň tím byly eliminovány základní rizika vyplývající z možného malého počtu účastníků.

Očekáváme následující **časový harmonogram akce**:

- 1) září 2020 – zahájení řešení projektu – sestavení týmu, zahájení přípravných prací na tvorbě grafického designu celé akce
- 2) říjen 2020 – vypsání témat přednášek, navázání kontaktů potenciálních přednášejících, spolupráce s mezinárodními partnery pro nastavení podmínek soutěže DigiBusiness2021
- 3) říjen 2020 – duben 2021 – marketingové kroky směřující k oslovení co nejširšího počtu potenciálních účastníků především z řad mladých lidí a také středoškolských studentů
- 4) Listopad 2020 až únor 2021 – hlasování o přednáškách
- 5) Březen 2021 – zveřejnění programu
- 6) Duben 2021 – realizace BarCampu a soutěže DigiBusiness2021 (konání akce ve dnech pátek – sobota)
- 7) Květen 2021– zveřejnění videí z přednášek, workshopů a doprovodných akcí, podkladových materiálů, aftercare účastníků (zpětná vazba, vyhodnocení pro příp. další ročníky)
- 8) Květen – prosinec 2021 – příprava k publikaci odborného článku ve spolupráci se zahraničními partnery soutěže – publikace výsledků řešení konkrétních problémů a jejich shrnutí a vyhodnocení (Předpoklad: publikace min. v Journálu SCOPUS)

Průběh akce

Tato akce je plánovaná jako dvoudenní. První den (pátek) bude věnován realizaci soutěže s mezinárodní účastí DigiBusiness2021. Účastnit se jí budou zástupci zahraničních partnerů, přičemž v této chvíli je dojednaná spolupráce mezi UTB a:

- Institute of Economics and Finance, Faculty of Economics, Finance and Management, University of Szczecin, Poland
- Facultad de CCSS; Universidad Católica de Ávila, Spain
- Atlantico Business School, Vila Nova de Gaia, Portugalsko

V průběhu září – listopadu bude dojednaná spolupráce s dalšími partnery tak, aby se soutěže zúčastnilo min. 5 týmů (1 z každé instituce).

V případě UTB, bude tato soutěž také navázána na výuku a realizaci kurzu Podnikatelská akademie, očekáváme zapojení studentů nejen z řad posluchačů tohoto kurzu, ale také jejich multioborové spolupráce se studenty různých fakult (typicky např. FAME, FHS, FMK a FAI), čímž bude vytvořen multioborový tým, schopný řešit široké spektrum problémů spojených s podnikáním. Nezbytným předpokladem je samozřejmě dobrá jazyková vybavenost všech studentů, neboť celá soutěž bude probíhat v angličtině.

Průběh soutěže: V pátek v přesně stanovenou ranní hodinu bude vyhlášeno jedno konkrétní vybrané téma z oblasti podnikání pro řešení. Týmy budou mít na navržení řešení max. 5 h, během kterých musí navrhnout smysluplné řešení daného problému a připravit prezentaci pro komisi, složenou z řad odborných pracovníků jednotlivých partnerů. Celá tato soutěž bude probíhat online formou, bude tedy nezbytné kvalitní technické zabezpečení.

Online přenos soutěže a vystoupení soutěžících bude možné sledovat v předem určené místnosti na půdě UTB, kde budou mít účastníci možnost sledovat návrhy jednotlivých týmů ke konkrétnímu problému.

V průběhu soutěžního dne budou probíhat dále kulaté stoly, kde bude možné sledovat a účastnit se diskuze k různým problematikám spojených s podnikáním (bude upřesněno dle aktuálního vývoje). K těmto kulatým stolům budou přizváni také kolegové z partnerských univerzit a institucí v rámci ČR, zabývající se problematikou výuky a podpory podnikání. Očekáváme, že v tento den se programu zúčastní také studenti a zástupci středních škol.

Průběh BarCampu: Sobota: Akce bude probíhat ve vybraných vhodných prostorách UTB (bude předmětem dalšího jednání s jednotlivými součástmi UTB. Dopolední program bude věnován hlavním přednáškovým blokům, které získají v hlasování nejvíce hlasů a budou tedy pro účastníky nejatraktivnější. Odpolední bloky budou zaměřeny na úzeji specifikované problémy a oblasti podnikání. V rámci odpoledního programu budou průběžně organizovány jednotlivé workshopy (např. coaching podnikatelů, formy podpory podnikání nejen ve Zlínském kraji - TIC). Předpokládáme souběh 2 paralelních sekcí. Program bude doplněn doprovodnými akcemi, např. prezentací virtuální reality (spolupráce s firmou Weboo) apod. V průběhu BarCampu budou instalovány prezentace aktivit podporujících podnikání ze strany UTB, tzn. především propagace kurzů Podnikatelské akademie a činnosti centra UPPER. Očekáváme spolupráci také se studentskými organizacemi, jako je např. Studentská unie, což prohloubí také spolupráci a networking mezi studentskou a akademicko-pedagogickou částí UTB.

Na závěr této akce bude část věnovaná neformálnímu networkingu mezi studenty, kouči, mentory, přednášejícími a dalšími účastníky např. z řad etablovaných podnikatelů.

V průběhu akce budou pořizovány audiovizuální záznamy, které budou dále využity k propagaci činnosti UTB a podpoře výuky podnikání na UTB, jakož i podpoře podnikání ve Zlínském kraji. Po skončení akce budou sepsány tiskové zprávy, které plánujeme odeslat do redakcí spolupracujících mediálních partnerů.

Řešitelský tým

Bude složen se zástupců odborných akademických pracovníků zapojených fakult (FaME a FMK), jakož i studentů FMK a FaME, kteří budou pomáhat při organizačním zabezpečení celé akce.

- Hlavní řešitel: doc. Ing. Petr Novák, Ph.D.
- Spoluřešitel: Ing. Šárka Papadaki, Ph.D., Mgr. Eva Gartnerová (FMK), Mgr. Jitka Alexová
- Ostatní pracovníci: IT specialista, administrativní pracovníci, pracovník pro tvorbu audiovizuálních záznamů, pracovník PR, grafik, ekonom projektu atd.
- Studenti UTB
- Spolupracující organizace: Technologické inovační centrum – zástupce Ing. Lukáš Trčka, Ph.D., Ing. Petr Konečný, Olesja Lancevská

Role FaME

- Vedení projektového týmu
- Koordinace aktivit směřujících k přípravě akce
- Komunikace s mezinárodními partnery
- Komunikace s potencionálními účastníky celé akce (speakry, podnikateli, diváky atd.)
- Příprava akce DigiBusiness2021 – sestavení týmu, dojednání partnerů, příprava tématu k řešení, sestavení hodnotící komise atd.
- Spolupráce na propagaci celé akce
- Organizování samotné dvoudenní akce, zajištění hladkého průběhu
- Ekonomické řízení projektu
- Příprava odborného článku
- Podílení se na propagaci závěrečných výstupů akce

Role FMK

- Vytvoření online kampaně na podporu akce (facebook, Instagram, letáky, atd.)
- Grafická podpora při návrhu online kampaně
- Zajištění aktualizace webových stránek akce (webové stránky vznikly v rámci projektu Erasmus +)
- Zajištění osob podílejících se na akci ve vztahu k další propagaci (fotograf, kameraman atd.)
- Návrh kontaktů osob, které by se mohly účastnit akce z oblasti kreativního podnikání
- Komunikace s médii ohledně propagace akce
- Grafický návrh a realizace materiálů využitých při samotné akci (program, budgetky, roll- up atd.)
- Realizace kulatého stolu/workshopu/přednášek z oblasti kreativního podnikání.
- Zajištění marketingových výstupů z akce a jejich propagace (články, videa, atd.)

4. Finanční podpora projektu

Požadované finanční prostředky celkem: **600 tis. Kč**

Neinvestiční prostředky:

Přímé náklady:

- Osobní náklady (vč. povinných odvodů) 260 tis. Kč + stipendia 60 tis. Kč
- Materiálové náklady: 80 tis. Kč běžný spotřební materiál, dále reklamní předměty, bannery, roll-upy, programy, atd.; 50 tis. ostatní materiálové náklady
- Náklady na služby: 100 tis. Kč – kalkulováno na úhradu pronájmu vhodných (a dostupných) prostorových kapacit v rámci UTB, publikační poplatky a náklady korektur za plánované publikační výstupy, tisky atd.

Subdodávky:

- 50 tis. Kč – platba partnerské organizaci Technologické inovační centrum (TIC) za spoluorganizování celé akce, kdy budou zajišťovat velkou část programu vztahujícího se k podpoře podnikání, což je také jejich primární role.

Ostatní příjmy

Na akci plánujeme vybírat vstupné ve výši cca 180 Kč, které nebude primárně sloužit na úhradu nákladů akce, ale jako forma závazného přihlášení účastníka. Vstupné v této výši není schopné pokrýt náklady na akci, ale motivuje lidi k tomu, aby na akci přišli. V případě, že by vstupné nebylo, je těžké (prakticky nemožné) odhadnout skutečnou návštěvnost akce, a tím správně naplánovat podpůrné aktivity. Veškerý výtěžek z tohoto registračního poplatku bude použit na úhradu nákladů spojených s akcí a nebude sloužit ke generování zisku.

5. Kompetence a zkušenosti navrhovatele

Za FaME

- **Doc. Ing. Petr Novák, Ph.D. – hlavní navrhovatel**

Petr Novák se intenzivně zabývá oblastí podnikání a podnikatelství, jakouž i podporou podnikání a výukou podnikání. Zároveň zastřešuje a garantuje oblast podnikání a základních podnikatelských dovedností napříč UTB. Je ředitelem ústavu Podnikové ekonomiky na FaME. Byl hlavním řešitelem projektu GAČR, spoluřešitelem projektů GAČR, projektu IGA MZ, působí dále jako hodnotitel projektů TAČR, byl jedním z hlavních řešitelů projektu Erasmus+ s názvem Pilot project: Entrepreneurship education for University students. V návaznosti na tento projekt připravil další projektové žádosti z oblasti podpory podnikání, a to ve výzvě Erasmus+ KA2 projekt Students' support towards entrepreneurial spirit development (prozatím v procesu posuzování žádosti), a ve výzvě Horizon 2020 Call: H2020-MSCA-RISE-2020 je spolužadatelem projektu Company's Genoeconomic growth. A long-term, cross-cultural study of economics and genetic determinants for employees development and their impact on companies' economic growth.

- **Ing. Šárka Papadaki, Ph.D.**

Šárka Papadaki působí na ústavu Podnikové ekonomiky na FaME. Získala titul Ph.D. na UTB v roce 2014. Specializuje se zejména na manažerské účetnictví, rozvoj podnikání, ekonomiku zdravotnictví a ekonomiku služeb. Byla zapojena v řadě externích projektů. Byla hlavní manažerkou Erasmus +

projektu zaměřeného na podnikání – „Pilot Project: Entrepreneurship Education for University Students“. V rámci tohoto projektu proběhl poslední ročník BarCampu ve Zlíně v roce 2018. Celý projekt řídila a má tedy dostatečné zkušenosti s pořádáním takovéto akce.

- **Ing. Ludmila Kozubíková, Ph.D.**

Ludmila Kozubíková byla hlavní řešitelka nebo spoluřešitelka interních výzkumných projektů UTB v oblasti podnikání a MSP. Dále byla spoluřešitelka projektu TAČR s názvem Výzkum potenciálu zavedení lokální měny pro udržitelný rozvoj území. Publikovala řadu článků na podnikatelské prostředí MSP.

Za FMK

- **Mgr. Eva Gartnerová – spolunavrhovatel za FMK**

Eva Gartnerová je studentkou DSP a ředitelkou Komunikační agentury Fakulty multimediální komunikace Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně. Dále pracuje jako redaktorka v CZECHDESIGN, kde přispívá články o současném lokálním i mezinárodním designu. Zabývá se kulturními a tvůrčími odvětvími v oblasti komunikace a zapojení veřejnosti, kulturního managementu a arts marketingu. Její doktorské studium se zaměřuje na mapování univerzitních galerií a participativního publika v rámci akademických uměleckých organizací a eventů. Kromě toho se podílela na mezinárodních projektech jako VACUM, RECCORD - Cultural recorders nebo na programech Evropské kulturní akademie, které se zabývají zlepšováním dovedností kulturních manažerů a porozuměním oblasti kulturního managementu v oblasti mezinárodní a interdisciplinární spolupráce v oblasti umění a designu. Eva Gartnerová je také zapojená do projektů V4 či INTERCOST. Podílela se na tvorbě žádosti do programu TAČR Zéta, kde byla hlavní řešitelkou projektu. V rámci aplikačního výzkumu připravuje mezinárodní projekty ve spolupráci se zahraničními univerzitami a zahraničními kulturními organizacemi či festivaly, které budou podány v měsíci červnu, kde se bude věnovat vývoji a zefektivňování kulturního managementu na akademické půdě.

Projekty:

- INTERCOST - Regional development and public policy under creative economy: Mapping, knowledge sharing and management of New Working Spaces in the Czech Republic
 - V4 - 22010252, V4 Drone Lab
 - SMARTakcelátor1 - manažerka marketingu a PR
 - IGA Fakulty multimediálních komunikací Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně - Mapování univerzitních galerií v Evropě
-
- **Mgr. Jitka Alexová**

Jitka Alexová je na FMK manažerkou Centra kreativních průmyslů a podnikání UPPER, které vzniklo na univerzitě před čtyřmi lety. Prostor je určen studentům i absolventům především z UTB pro nastartování vlastního podnikání. Centrum staví na neformálním prostředí tvořícím kreativní komunitu. Centrum nabízí poradenství a zázemí pro podnikání v oblasti kreativních průmyslů. Nabízí vzdělávání a doplňkovou činnost, které souvisí s podnikavostí studentů. Jedná se o jedinečné spojení kreativních oblastí s podnikáním.

Literatura:

1. Deáková, K., Drážovská, K., Grznárik, D., Kondášová, I. (2010). *Podnikanie*. Bratislava: SOPK.
2. Knórr, H., Alvarez, C., Urbano, D. (2013). Entrepreneurs or employees: a cross-cultural cognitive analysis. *Int Entrep Manag J* 9: 273-294.
3. Mikoláš, Z., Peterková, J., Tvrdíková, M. a kol. (2011). *Konkurenční potenciál průmyslového podniku*. Praha: C. H. Beck. 338 s. ISBN 978-80-7400-379-0.
4. Zelený, M. (2009). Geneze krize. *Blog Milan Zelený*. Dostupný z: <https://milanzeleny.com/cs-CZ/stranky/1/-/0/70/geneze-krize>