

Vážená paní
Mgr. Jitka Alexová
UPPER – Centrum kreativních průmyslů a podnikání
Fakulta multimediálních komunikací
Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně

Číslo jednací
UTB/20/016503

Spisová značka
-

Počet stran
1

Počet příloh
1

Vyřizuje
Ing. Petr Ticháček

Telefon
+420 576 032 235

e-mail
rektor@utb.cz

Datum
30. 9. 2020

Rozhodnutí o přijetí projektu Fondu strategického rozvoje

Na základě doporučení Hodnotící komise přijímám k řešení projekt č. FSR-ST-2020/001 **Strategický rozvoj Centra kreativních průmyslů a podnikání / UPPER** navrhovatelky Mgr. Jitky Alexové.

Na řešení projektu se poskytují prostředky ve výši **400.000,- Kč**.

Termín řešení projektu: **1. října 2020 – 30. září 2021**

Schválená projektová žádost je přílohou tohoto rozhodnutí.

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



Digitální podpis:
30.09.2020 14:22

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.

Strategický rozvoj Centra kreativních průmyslů a podnikání / UPPER

Fakulta multimediálních komunikací, UTB ve Zlíně

RR/17/2020 – Rozhodnutí rektora: Podpora strategických projektů UTB ve Zlíně 2020/2022
Bod C) Podpora aktivit souvisejících s budováním kreativního průmyslu

OBSAH:

1. Představení projektu	3
2. Rámec projektu.....	5
2.1 Účel projektu.....	5
2.1.1 Potřebnost a aktuálnost projektu.....	5
2.1.2 Možnosti uplatnění výsledků.....	6
2.2.1. Cíle projektu.....	7
2.2.2 Definice cíle projektu a výsledky projektu.....	7
2.2.3 Řízení projektu – personální zdroje.....	7
2.2.4. Kritické předpoklady dosažení účelu projektu	8
3. Metodika řešení projektu.....	9
3.1. Etapy projektu.....	9
4. Finanční podpora projektu.....	11
5. Kompetence a zkušenosti navrhovatele.....	12
6. Seznam použité literatury	13

1. Představení projektu

Hlavním cílem je systematizace podpory podnikavosti studentů i absolventů UTB, po čas studia, po skončení studií i během rezidence v Centru kreativních průmyslů a podnikání a s tím související tvorba nových pracovních příležitostí a dále pak zefektivnění spolupráce univerzitních pracovišť a podnikatelské praxe, neziskových organizací, veřejné správy i dalších strategických partnerů v oblastech kreativních průmyslů. Projekt podporuje aktivity, které souvisejí s budováním kreativního průmyslu ve Zlíně a Zlínském kraji.

Pro Fakultu multimediálních komunikací UTB ve Zlíně znamenají kreativní průmysly především design (a to v jeho širších souvislostech), audiovizí, animovanou tvorbu a marketingové komunikace. Věcnou náplň tohoto strategického projektu tak zajistí nejen dvanáct atelíerů fakulty, ale také Ústav marketingových komunikací. Na projektu proto budou participovat všichni zaměstnanci fakulty, projekt je strategickou příležitostí pro vhodnou synergii aktivit fakulty s aktivitami Centra kreativních průmyslů a podnikání UPPER, výzkumnou marketingovou laboratoří RedLab, projektovým centrem FMK a Ústavem podnikové ekonomiky na Fakultě managementu a ekonomiky. Zapojení pracovníků FaME spočívá především v mentoringu při realizaci podpůrných aktivit v oblasti podnikání a podnikavosti pro studenty i absolventy UTB. **Tímto propojením dochází k synergickému efektu ve spolupráci univerzitního prostředí a kreativních průmyslů ve Zlínském kraji.**

Vznik kreativních center v České republice a v zahraničí umožňuje využívat výše deklarované synergické efekty. Příkladem dobré praxe v České republice je podnikatelský inkubátor a akcelérátor xPORT, který vznikl na Vysoké škole ekonomické v Praze. Úkolem tohoto centra je pomoc studentům, absolventům, startupistům i firmám v rozvoji inovativních nápadů. Posláním xPORTu je tvorba silné komunity zaměřené na startupový business. Projekt xPORT nabízí začínajícím firmám příznivou cenu za pronájem prostor pro podnikání a místo v open space, networking, B2B zaměření, PR a marketing, pravidelné konzultace s odborníky z různých odvětví businessu, plánování strategie, startupovou komunitu, osobní růst, workshopy a síť mentorů.

Příklady dobré praxe pro rozvoj lokálního centra nacházíme u fungujících zahraničních center, tyto jsou součástí disertační práce Kristýny Kovářové (2018), jež mapovala praxi nejlepších světových inkubátorů (Venture Lab, USA; Setsquared, Velká Británie; ATP Innovations, Austrálie; NDRC, Irsko; STING, Švédsko; Startup Sauna, Finsko; TEC Edmonton, Kanada aj.) z pohledu nástroje pro podporu podnikání. Na otázku, která řeší optimální nastavení služeb pro začínající podnikatele z pohledu nejlepších praktik odpověděli manažeři zahraničních kreativních center, že **pro programy inkubace a akcelerace jsou stěžejní následující služby: komplexní program podpory podnikání, mentoring a poradenství.** V rámci těchto služeb byla poskytována pomoc se základy podnikání, pomoc s účetnictvím, finančním řízením, dále pomoc s marketingem, školení managementu, pomoc s prezentačními dovednostmi. Mezi další důležité služby řadili: **networkingové aktivity, propojení se strategickými partnery a přístup k investorům a kapitálu.**

V průběhu roku 2019 byla do prostor centra UPPER zasídlena výzkumná marketingová laboratoř RedLab (dále jen laboratoř nebo RedLab), jež odpovídá systémovému pohledu na klíčovou vizi Národní iniciativy **Průmysl 4.0**, kterou je plná počítačová integrace všech inženýrských procesů – od hrubého zadání, přes design, vývoj, realizaci, testování a verifikaci, až po plánování životního cyklu produktu (Národní iniciativa Průmysl 4.0, 2015). RedLab má vymezeno několik oblastí výzkumu (kvalitativní výzkum, service design, neuromarketing, oblast virtuální reality a rozšířené reality). Tyto oblasti jsou reakcí na iniciativu **Průmysl 4.0**, umožňují vývoj a testování produktů před jejich finální výrobou a uvedením na trh, ale zejména poskytování služeb a kapacit, které souvisejí s využitím přístrojů, které laboratoř nabízí. RedLab podporuje obory, které jsou zaměřeny na budování dalšího inovativního ekosystému a spolupráci. **Průmysl 4.0** znamená rozvoj digitálních technologií, které vytvářejí i nové pracovní příležitosti například ve web designu, game designu, ale také v designu marketingových služeb a v dalších odvětvích a mění podobu tradičních oborů (digitalizace, automatizace a optimalizace výrobních postupů, internetový obchod, sociální sítě apod.). Rozhodující profesí pro **Průmysl**

4.0 jsou systémoví architekti, kteří musí kombinovat tradiční technické vzdělání se softwarovou excelencí a **kreativitou**. Pro Průmysl 4.0 je klíčová multioborová spolupráce.

Pro další rozvoj efektivní spolupráce univerzity s praxí v kreativních průmyslech je tedy třeba, dle Strategického záměru UTB 2021+, rozšíření aktivit UPPERu v těchto oblastech:

- aktivity / akce na podporu podnikání a kreativity u studentů univerzity mimo výuku;
- rozšiřování kapacit a služeb stávajícího inovačního ekosystému na podporu start-up projektů studentů UTB ve Zlíně;
- zapojení studentů do výzkumných a tvůrčích činností UTB ve Zlíně.

Aktivity, které jsou v projektu navrženy, jsou v souladu s fungujícím podnikatelským akcelerátorem při Vysoké škole ekonomické v Praze, kterým je xPORT a jsou v souladu s aktivitami kreativních center v zahraničí, které jsou charakterizovány výše. Projektem je také naplňována schválená mise FMK: *“Prostřednictvím unikátní spolupráce oborů vychováváme kreativní osobnosti pro komunity budoucnosti”*.

Seznam použité literatury je uveden na konci projektu (kapitola 6, strana 16).

2. Rámec projektu

Centrum kreativních průmyslů a podnikání (dále jen centrum nebo UPPER) funguje při Fakultě multimediálních komunikací UTB ve Zlíně čtvrtým rokem. Prostor je určen studentům i absolventům především z UTB pro nastartování vlastního podnikání a staví na neformálním prostředí tvořícím kreativní komunitu. Snahou centra je nabízet poradenství a zázemí pro podnikání v oblasti kreativních průmyslů. Jeho role pro fakultu je vnímána jako významná, protože nabízí vzdělávání a doplňkovou činnost, které souvisí s podnikavostí studentů. Toto vzdělávání se uskutečňuje v souladu se strategií UTB mimo výuku v akreditovaných studijních programech, je systematické a je zaměřené na potřeby cílové skupiny. Další významnou rolí centra je motivace členů kreativní třídy, kterou potřebujeme udržet v regionu po dokončení univerzity nebo kterou chceme přitáhnout zpět do regionu pomocí atraktivní nabídky nových pracovních míst v kreativních oborech. Výrazný potenciál dalšího rozvoje centra UPPER spočívá v tom, že je atraktivní pro kreativní třídu, je místem, kde se vytváří hodnota pro společnost. **Centrum má význam nejen pro UTB, ale také pro samotný zlínský region, protože napomáhá udržovat kreativní komunitu ve městě a snižuje tak odliv talentovaných podnikavců do větších měst.** Tuto roli je možné a nutné v následujících letech posílit, a to díky systematickému strategickému rozvoji centra. Kroky k dosažení ještě silnějšího postavení centra jsou popsány níže v projektu.

2.1 Účel projektu

Za dobu fungování centra se podařilo v několika vlnách obsadit prostory (ateliéry a coworkingové stoly) začínajícími kreatívci nejen z FMK, ale také z dalších fakult (**FT, FAI, FaME**) a díky realizaci podpůrných aktivit (workshopy, přednášky, poradenství aj.) rezidentům, ale i ostatním studentům vytvářet podmínky pro rozvoj vlastního podnikání, což je v souladu s vizí UTB, být podnikatelskou univerzitou. Interní prostředky FMK určené pro rozvoj centra jsou však omezené a neumožňují tak plně rozvíjet vysoký potenciál, který centrum nabízí. Díky zdrojům pro podporu strategických projektů UTB je možné začít realizovat celou řadu dalších aktivit a tím posílit význam centra nejen pro fakultu a univerzitu, ale také pro region.

2.1.1 Potřebnost a aktuálnost projektu

V roce 2019 nastoupila Mgr. Jitka Alexová, navrhovatel projektu, na pozici vedoucího pracovníka centra. Úkolem bylo zmapovat situaci ohledně kreativních průmyslů nejen kolem samotného centra, ale také ve městě a kraji ve kterém žijeme a ve kterém se UPPER nachází. Význam kreativních průmyslů a aktuálnost předkládaného projektu je definována níže.

Kreativní průmysl zahrnuje všechna odvětví ekonomiky, která staví na kreativitě, dovednostech a talentu jednotlivce. V kreativním průmyslu je budoucnost. Je nejrychleji rostoucím trhem pracovních příležitostí v Evropě, USA a Kanadě. Počty pracovních míst v kreativním průmyslu v zemích evropské unie neustále rostou a odhaduje se, že v roce 2020 to bude 9,3 mil. pracovních míst. Kreativní lidé svými originálními nápady nabourávají stereotypy a objevují nová, efektivnější řešení. Díky nim roste produktivita a životní úroveň. Jejich duševní činnost je nenahraditelná. Ten, kdo najde své místo v jakékoli oblasti kreativního průmyslu, se nemusí bát, že přijde o práci. Jeho schopnosti nenahradí žádný stroj ani technologie. Kreativní člověk není limitován žádnými hranicemi – je světový. Evropská unie již od roku 2000 významně podporuje kreativní průmysl v rámci posílení konkurenceschopnosti členských zemí. (Zdroj: <https://www.vskk.cz/cz/kreativni-prumysl/>).

Tématem kulturních a kreativních průmyslů (dále jen KKP) se u nás zabývá čím dál více institucí. V letech 2011–2015 probíhal výzkumný projekt Institutu umění Mapování kulturních a kreativních průmyslů. Během pěti let se tak podařilo navázat spolupráci s řadou odborníků, institucí i zástupců měst, vytvořit podklady pro statistiky, popsat stav, potřeby a trendy jednotlivých odvětví. Výstupem je portál Kreativní Česko (<https://www.kreativnicesko.cz/>), stejnojmenná brožura pak informuje o souhrnných studiích, metodikách i o konkrétních projektech rozvíjejících kreativitu, profesionalizaci i podnikání v praxi. Záměrem těchto aktivit je motivovat další města, úředníky a aktivní skupiny odborníků i podnikatelů ke konkrétním krokům, které rozvíjejí potenciál kulturních a kreativních průmyslů/odvětví.

Důvod, proč je pro nás, naše centrum, univerzitu i město, oblast KKP důležitá jasně definovalo MKČR již v roce 2014: „KKO zahrnují činnosti, jejichž základy jsou lidská kreativita, dovednosti a talent. (...) Mají potenciál vytvářet bohatství a pracovní místa, zejména využitím duševního vlastnictví. Zahrnují činnosti či produkty veřejné, neziskové a tržní bez ohledu na druh a způsob financování subjektu, který je provádí. Přispívají svou přidanou hodnotou ostatním hospodářským odvětvím a mohou být zdrojem technologických i netechnologických inovací. KKO mají mnoho dalších pozitivních dopadů na společnost i na konkrétní jedince“.

Pětiletý výzkum přinesl fakta o stavu a potřebách všech odvětví (silné i slabé stránky 13 odvětví), mapoval jednotlivá místa a kraje v Česku. Ve Zlíně mapování v roce 2011 provedla expertka Lia Ghilardi z britské společnosti Noema Research, jehož výstupem je Mapovací dokument Kreativní a aktivní Zlínsko. Jeho výsledky ukázaly, že nejen město Zlín, ale celý Zlínský kraj mají značný potenciál v oblasti kreativních průmyslů. V návaznosti na toto mapování vznikl v roce 2016 Zlínský kreativní klastr, první klastr v České republice zaměřený na kreativní průmysly. Klastr je tvořen zástupci veřejného, soukromého, neziskového a vzdělávacího sektoru z kreativních a návazných odvětví ve zlínské aglomeraci. Druhým výstupem realizovaného mapování je právě založení univerzitního Centra kreativních průmyslů a podnikání UPPER.

Tvůrci závěrečného mapovacího dokumentu uvedli, že je mapování jen začátkem, dalším klíčovým krokem k vybudování úspěšného města a regionu je podpora a spojení osobitých zdrojů tohoto místa a mezirezortní a mezisektorová spolupráce. Programy na podporu kreativní ekonomiky (a kulturní plánování) by měly být propojeny s jinými existujícími programy a měly by se snažit překlenout rozdílné oblasti a zájmové skupiny tak, aby se zamezilo zdvojení snah, aby jednotlivé politiky získávaly nové impulsy a aby se testovaly a aplikovaly nové myšlenky. Vytvoření takových vazeb a testování možností ke spolupráci patřily mezi prioritní cíle mapování.

2.1.2 Možnosti uplatnění výsledků

Systematická a strategická podpora centra přinese hned několik významných výsledků:

Jako zásadní vnímáme integraci a posílení vzájemné spolupráce stávajících součástí FMK (Centra kreativních průmyslů a podnikání UPPER, výzkumné marketingové laboratoře RedLab, projektového centra, a výukového praktického předmětu Komunikační agentura) i FaME (mentoring a spolupráce na realizaci vzdělávacích aktivit v oblasti podnikání a podnikavosti) a z toho plynoucí zkvalitnění služeb poskytovaných centrem a následná intenzifikace spolupráce univerzitního prostředí s průmyslovou a neziskovou sférou. Posílení vzájemné spolupráce vnímáme také směrem k mezifakultní spolupráci, všechny aktivity Centra jsou otevřené studentům všech dalších oborů, které jsou na UTB ve Zlíně akreditovány. Aktivity Centra jsou směřovány k rozvoji podnikavosti studentů UTB.

Dalšími uplatnitelnými výsledky jsou:

- Nárůst nově vytvořených pracovních příležitostí pro studenty a absolventy UTB v kreativních průmyslech a tvorba podmínek pro udržení kreativní třídy ve Zlíně.
- Rozvoj spolupráce univerzity s regionálními firmami a institucemi v kreativních průmyslech.
- Navázání spolupráce s dalšími kreativními a výzkumnými centry v ČR i v zahraničí.

2.2. Cíle a výsledky projektu

2.2.1. Cíle projektu

Hlavním cílem projektu je systematizace podpory podnikavosti studentů i absolventů UTB, po čas studia, po skončení studií i během rezidence v Centru kreativních průmyslů a podnikání a s tím související tvorba nových pracovních příležitostí a dále pak zefektivnění spolupráce univerzitních pracovišť a podnikatelské praxe, neziskových organizací, veřejné správy i dalších strategických partnerů v oblastech kreativních průmyslů. Projekt je naplánován na dobu jednoho roku, a to konkrétně od 1. 10. 2020 do 30. 9. 2021.

2.2.2 Definice cíle projektu a výsledky projektu

Cílovým výstupem projektu je systematická podpora podnikání a podnikavosti studentů i absolventů UTB, po čas studia, po skončení studií i během rezidence na UPPER a s tím související tvorba nových pracovních příležitostí

Měřitelné výsledky:

- realizace vzdělávacích a rozvojových aktivit (8 akcí / rok – konference, diskusní panely, workshopy, komunitní a business snídaně, dny otevřených dveří aj.),
- síť mentorů z různých oblastí pro podporu podnikavosti (základy podnikání; účetnictví, finanční řízení; pomoc s marketingem; školení managementu; pomoc s prezentačními dovednostmi, rozvoj soft skills apod.),
- tvorba nových a síťování stávajících kontaktů pro spolupráci s firemní praxí i neziskovými organizacemi a veřejnou správou a tím vytváření nových pracovních příležitostí pro studenty i absolventy v oblasti kreativních průmyslů (tvorba interního CRM systému)

Popis: podpora studentů, absolventů a rezidentů UPPER s cílem zajištění služeb mentoringu, coachingu, realizace konferencí, diskusních panelů a workshopů a zvýšení atraktivity UPPERu.

Aktivity, jež budou realizovány v rámci tohoto cíle, jsou v centru realizovány již nyní (konference, workshopy aj.), ale mají velký potenciál dalšího rozvoje, avšak finanční prostředky jsou aktuálně omezené. Rádi bychom studentům a absolventům nabídli **systematickou podporu** formou mentoringu a poradenství profesionálů z oboru a nabízeli ještě kvalitnější program pro podporu rozvoje podnikání a podnikavosti. Rádi bychom nabídli více networkingových a startupových aktivit a dále pak propojení se strategickými partnery, lokálními firmami a institucemi formou nového formátu diskusních panelů s odborníky. Na základě networkingu a síťování v prostorách centra budou vznikat podklady pro tvorbu CRM databáze a budou vznikat nové pracovní příležitosti pro studenty i absolventy v oblasti kreativních průmyslů.

2.2.3 Řízení projektu – personální zdroje

- **Manažer Centra kreativních průmyslů a podnikání UPPER** – hlavní projektový manažer (úvazek je hrazen z jiných zdrojů), úkol: řízení centra, plánování strategie rozvoje centra, síťování interní i externí komunity, realizace vzdělávacích a podpůrných akcí, Mgr. Jitka Alexová, manažer Centra kreativních průmyslů a podnikání
- **Metodik podnikatelských aktivit** – zapojení FaME jako nositele best practises pro oblast podnikání – doc. Ing. Petr Novák, Ph.D., Ústav podnikové ekonomiky
- **Tvůrce interního CRM systému, garant síťování** – tvorba databáze kontaktů a komunikace s regionálními podniky, institucemi i studenty – Mgr. Markéta Nemeškalová, Ústav marketingových komunikací, FMK.

2.2.4. Kritické předpoklady dosažení účelu projektu

Pro splnění cíle je nutné splnění těchto podmínek:

- Technické zázemí pro řešení projektu – projekt vyžaduje pro řešení standardní vybavení výpočetní technikou, které je v naší instituci na velmi dobré úrovni, včetně vybavení informačními zdroji. K dispozici jsou také velkokapacitní úložiště dat. Projektový tým disponuje kvalitními znalostmi řešené problematiky a schopností vykázat reálné výsledky, což je prokázáno předchozími aplikovanými výsledky z minulých let.
- Lidské zdroje: projekt zajišťuje řešitelský tým sestavený ze zaměstnanců a doktorandů fakulty, kdy jednotlivci deklarovali jasný zájem naplnit jeho cíle. Mentoři a garanti jednotlivých výstupů zajišťující naplnění cílů projektu mají zkušenosti s danými oblastmi, jež budou mít v kompetenci a poskytují záruku kvalifikovaného personálního zajištění.

3. Metodika řešení projektu

3.1. Etapy projektu

Etapy projektu jsou definovány jednotlivými fázemi akademického roku na UTB. První a druhá fáze korespondují se zimním a letním semestrem, třetí, závěrečná fáze, kdy se na UTB nepohybují studenti bude sloužit k evaluaci realizovaných aktivit a přípravě dalších akčních kroků pro podzimní období 2021.

I. fáze projektu (říjen 2020 – leden 2021)

Zahájení podpůrných aktivit pro studenty a absolventy UTB i kreativní komunitu v regionu

Výstupy: Čtyři pilotní akce na podporu začínajících podnikatelů a stávající komunity na UTB, síťování spolupracujících subjektů, propagace centra směrem k zainteresované veřejnosti.

- **Startup Weekend Zlín** – Událost spojuje nejen začínající, ale i ostřílené podnikatele, designéry, marketéry, ajťáky, studenty a jiné nadšence, a to v naději, že po třech dnech intenzivních týmových brainstormingů a koučování od profesionálů z oboru vytvoří životaschopný start-up. Představení nápadů, výběr projektů k realizaci a vytvoření týmů. Týmy pak přes víkend pracují na rozpracování svých myšlenek a kreativně je rozvíjí v koncept, který má skutečnou šanci uspět. V neděli večer jsou pak závěrečné projekty prezentovány porotě, která je sestavena z odborníků napříč odvětvími z celé České republiky. Vítězný tým si domů krom zážitků odnese i ceny v hodnotě bezmála 100 000 Kč, které jsou ve formě konzultací dodány našimi partnerskými společnostmi (PRIA, IS reklama, Advokátní kancelář Petráš – Rezek a další).
- **konference re(START)** – druhý ročník, akce je koncipována jako platforma pro nastartování myšlení, pozitivní motivaci a odvahy pustit se do vlastních projektu a podnikání v harmonii s osobním životem. Letošní témata:
 - Sebezrozvoj a motivace. Co udělat pro to, aby chtít znamenalo mít?
 - Mentální coaching a mentální wellness. Jak získat více energie pro nové nápady?
 - Vlastní vize a budoucnost. Jak začít realizovat své sny?
 - Workflow vs. prokrastinace. Jak efektivně pracovat s tou nejdůležitější komoditou, kterou máme?
- **diskusní panely Meet & Greet**: realizováno ve spolupráci s Ústavem marketingových komunikací, FMK, s cílem propojit firmy i odborníky z praxe se studenty a zainteresovanou veřejností. První panel je naplánován na 3. listopadu s tématem Kolik stojí kreativita? Cílem panelových diskuzí je vytvořit platformu pro potkávání marketérů firem Zlínského kraje se záměrem rozvést diskuzi nad jejich reálnými potřebami, zkušenostmi a problémy. Zásadní je také propojení studentů s lokálními firmami.
- **otevřená business snídane pro studenty** ve spolupráci s podnikatelskou platformou Business For Breakfast – jedná se o akci z oblasti síťování studentů s podnikatelskou praxí, která nabídne studentům jak inspirativní myšlenky na vlastní byznys, tak např. i možnosti dalších spoluprací, které mohou realizovat již při svém studiu a získávat tak nezbytnou praxi a praktické zkušenosti využitelné také pro start jejich budoucích byznysů.
- **tvorba interní databáze** již spolupracujících subjektů (v projektu nazýváme také CRM), kdy jsme vyhodnotili, že existují desítky spolupracujících firem a institucí, nicméně tyto kontakty nejsou nijak systematicky evidovány. Tvorba interní databáze kontaktů (CRM systému) umožní snadněji nacházet nové spolupráce nebo rozvíjet stávající, kdy na jednom místě budeme evidovat všechny kontakty a spolupráce jednotlivých součástí.
- pravidelná aktivní **účast na diskusních panelech pro podnikatele Zlínského kraje** (např. BforB, Smart Network, Zlinnovation apod.)

- realizace marketingových aktivit za účelem **propagace centra a jeho aktivit** směrem k zainteresované veřejnosti (PR články, tiskové zprávy, Den otevřených dveří apod.)

II. fáze projektu (únor – květen 2021)

Rozšiřování podpůrných aktivit pro studenty a absolventy UTB i kreativní komunitu v regionu

Výstupy:

- realizace čtyř akcí typu: diskuzní panely, startup weekend, komunitní snídane, konference, workshopy, Den otevřených dveří UPPER aj.,
- “Den otevřených počítačů v RedLab” (možnost nahlédnout do technologického parku, kterým laboratoř disponuje, pilotní testování vybraného prototypu/web designu/posteru apod.),
- Snídane se studenty – informování o službách a možnostech centra,
- Podílení se na konferenci Bar Camp ve spolupráci s FaME a doc. Novákem – sekce o kreativním podnikání,
- tvorba sítě mentorů z různých oblastí pro podporu podnikavosti (základy podnikání; účetnictví, finanční řízení; pomoc s marketingem; školení managementu; pomoc s prezentačními dovednostmi, rozvoj soft skills apod.),
- pravidelná aktualizace CRM databáze, kde budou uvedeny kontakty na spolupracující firmy. Tato databáze firem bude vytěžována pro direct a e-mailovou komunikaci (např. newsletter 1x za semestr, který informuje o aktivitách centra, možnostech projektové spolupráce, směřování jednotlivých ateliérů, nových technologiích ve výzkumné laboratoři apod.),
- pravidelná aktivní účast na diskuzních panelech pro podnikatele Zlínského kraje (např. BforB, Smart Network, Zlinnovation apod.),
- realizace marketingových aktivit za účelem propagace centra a jeho aktivit směrem k zainteresované veřejnosti (PR články, tiskové zprávy, Den otevřených dveří apod.).

III.) fáze projektu (červen – září 2021)

Vyhodnocení realizovaných aktivit, uzavírání projektu, návazné aktivity – nastavení pokračování činnosti UPPERu

Výstupy: evaluace a finalizace projektu, administrativa, zpětná vazba členů a další průběžné aktivity:

- pravidelná aktualizace CRM databáze,
- pravidelná aktivní účast na diskuzních panelech pro podnikatele Zlínského kraje (např. BforB, Smart Network, Zlinnovation apod.),
- realizace marketingových aktivit za účelem propagace centra a jeho aktivit směrem k zainteresované veřejnosti (PR články, tiskové zprávy, Den otevřených dveří apod.),
- příprava navazujících aktivit pro období 09-12/2021.

4. Finanční podpora projektu

Celkové náklady projektu – přidělené zdroje: 400.000,- Kč na období 12 měsíců
(1/10 2020–30/9 2021)

Z toho Neinvestiční prostředky: 400.000,- Kč

V členění:

1) Osobní náklady	316.000,- Kč
2) Přímé náklady	60.000,- Kč
3) Cestovné	24.000,- Kč
4) Subdodávky	0,- Kč

Z toho Investiční prostředky činí: 0,- Kč

I. Neinvestiční prostředky

1) Osobní náklady se skládají:

A) z dohod o provedení práce:

- Tvůrce CRM databáze, garant síťování s regionálními podniky, institucemi, studenty (jedna osoba / DPP 25 hod./měsíc, 250,- Kč/hod.): 75.000,- Kč
- Řečníci na konferencích – 2x konference / 8 řečníků / vč. přípravy a následných konzultací: 40.000,- Kč
- Odborný člen panelové diskuse – 3x panelová diskuse (4 panelisti + moderátor): 75.000,- Kč
- Lektor workshopů – 6x workshop: 30.000,- Kč
- Odborný mentor (průměrně 10 hod. konzultací/měsíc, 120 hod. celkem): 60.000,- Kč

B) z odměn řešitelského týmu

- Ekonom projektu – 30.000,-/rok
- Metodik podnikatelských aktivit / FaME – 6.000,-/rok

2) Do přímých nákladů spadá:

- Reklama a inzerce služeb (5.000 Kč/měsíčně) – celkem 60.000,- Kč

3) Cestovné:

- Položka cestovného je kalkulována pro pokrytí výjezdů za partnery, na odborné konference a exkurze do jiných coworkingových center (2.000 Kč/měsíčně) – celkem 24.000,- Kč.

4) Subdodávky:

- V projektu nekalkulujeme se subdodávkami.

5. Kompetence a zkušenosti navrhovatele

Pro další rozvoj kompetencí studentů v oblasti podnikání navštívila manažerka centra Mgr. Jitka Alexová (navrhovatel projektu) během roku 2019 několik akcí. Dvoudenní seminář Podnikavost pro univerzity v Ostravě přinesl poznatky o možnostech, jakými prostředky a metodami je možno rozvíjet podnikavost u studentů, dále byly navázány kontakty s lidmi z obdobných institucí z univerzit napříč ČR, vznikla tak síť kontaktů, a i nadále jsou sdíleny zkušenosti a best practices jednotlivců. Inspirativní byla návštěva business accelerátoru xPORT při VŠE v Praze, jež je nejlépe fungujícím inkubátorem pro začínající podnikatele patřící pod univerzitu v České republice.

V minulých dvanácti měsících mapovala situaci v oblasti kreativních průmyslů na Zlínsku a navazovala důležité vazby s aktéry KKP na území kraje (Czech Invest, Technologické inovační centrum, Zlínský kreativní klastr, projekt Vizualní smysl, realizační tým Zlín Design Week, setkávání podnikatelů Business for Breakfast, coworkové centrum HAX HUB aj.).

V loňském roce navštívila v Praze konferenci v rámci projektu Creatinno financovaného z programu H2020. Jeho cílem je zvýšit konkurenceschopnost a dovednosti malých a středních podniků na evropském trhu, které podnikají v oblasti kreativních průmyslů, a to pomocí sdílení zkušeností s inovačními agenturami z Velké Británie (Creative England) a Španělska (BEAZ Bizkaia). Česká republika má s institucemi navázanou spolupráci skrze Agenturu CzechInvest, jež je koordinátorem projektu Creatinno u nás.

V rámci výběrového řízení na zahraniční mobility pro THP pracovníky UTB (program Erasmus+) požádala o zahraniční výjezd právě do výše zmiňovaných lokalit (Anglie, Španělsko) a ve výběrovém řízení skončila v březnu 2020 na prvním místě s možností vyjet.

V neposlední řadě následuje svými aktivitami ve prospěch centra UPPER vizi Fakulty multimediálních komunikací, jež si klade za cíl být mezinárodní respektovanou vzdělávací institucí udávající trendy v oblasti kreativních průmyslů.

Co se týče kompetence a zkušeností s vedením projektů, 8 let působila jako marketingový specialista ve firmě TON v Bystřici pod Hostýnem, kde realizovala výstavy, veletrhy a eventy s celosvětovým přesahem (v Miláně, New Yorku, Londýně, Stockholmu a dalších světových metropolích) s rozpočty v řádech 1–3 mil. Kč. Je tedy způsobilá věcně i finančně řídit projekt podpořený z Fondu strategického rozvoje UTB.

6. Seznam použité literatury

1. BEST, K., 2006. *Design management: managing design strategy, proces and implementation*. AVA publishing. 215 s. ISBN: 9782940373123 2-940373-12-4.
2. CROPLEY, D. & Cropley, A., 2005. *Engineering creativity: A systems concept of functional creativity*. In *Creativity across domains* (pp. 187–204). Psychology Press.
3. EDQUIST C. & Hommen L., 1999. *Systems of innovation: theory and policy for the demand side*. *Technology in Society*, 21(1), 63–79. doi:10.1016/s0160-791x(98)00037-2
4. KOLEČEK, Michal, ed. *Čítanka kreativních průmyslů*. V Ústí nad Labem: Fakulta umění a designu Univerzity Jana Evangelisty Purkyně, [2017]. ISBN 978-80-7561-085-0.
5. KOVÁŘOVÁ, Kristýna, 2018. *Kreativní centrum jako nástroj podpory podnikání*. Zlín: Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně, 228 s. ISBN 978-80-7454-812-3. Dostupné také z: <http://hdl.handle.net/10563/43774>. Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně. Fakulta multimediálních komunikací, Ateliér Audiovize. Vedoucí práce Grečnár, Ján.
6. KRAMOLIŠ, Šviráková, Král, 2020. *Design management as crucial creative essence for business success in small and medium-sized enterprises*. *Creativity Studies*, 13(1), 87–98.
7. *Národní iniciativa Průmysl 4.0*, Ministerstvo průmyslu a obchodu, září 2015. Kolektiv autorů pod vedením Vladimíra Maříka.
8. OECD, 2015. *Frascati Manual 2015: Guidelines for collecting and reporting data on research and experimental development*. OECD Publishing. DOI: <http://dx.doi.org/10.1787/9789264239012-4-en>
9. PAVLOU, V., 2013. *Investigating interrelations in visual arts education: Aesthetic enquiry, possibility thinking and creativity*. *International Journal of Education Through Art*, 9(1), 71–88. doi:10.1386/eta.9.1.71_1
10. *Rozum versus cit: zlínský průmyslový design 1918–1958*, 2019. Zlín: Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně, 2019. ISBN 978-80-7454-861-1.