

Vysoká  
škola  
kreativní  
komunikace

# VÝROČNÍ ZPRÁVA

Vysoká škola  
kreativní komunikace

2018

	<b>ÚVODEM</b>	<b>4</b>
<b>1.</b>	<b>ZÁKLADNÍ ÚDAJE O VYSOKÉ ŠKOLE</b>	<b>4</b>
a)	Úplný název vysoké školy + zkratka, sídlo	6
b)	Organizační schéma vysoké školy	6
c)	Složení	6
d)	Zastoupení školy v reprezentaci vysokých škol	7
e)	Poslání, vize a strategické cíle vysoké školy	7
f)	Změny ve vnitřních předpisech	8
g)	Přístup k informacím, podpůrné zdroje a administrativa	9
<b>2.</b>	<b>STUDIJNÍ PROGRAMY, ORGANIZACE STUDIA A VZDĚLÁVACÍ ČINNOST</b>	<b>10</b>
a)	Akreditované studijní programy	10
b)	Další vzdělávací aktivity a prezentace škol	10
<b>3.</b>	<b>STUDENTI</b>	<b>12</b>
a)	Opatření pro snížení studijní neúspěšnosti	12
b)	Opatření pro omezení prodlužování studia	12
c)	Specifické stipendijní programy	12
d)	Poradenské služby studentům	12
e)	Podpora studentů se SVP a studujících rodičů	12
f)	Podpora mimořádně nadaných studentů	13
g)	Podpora studentů se socioekonomickým znevýhodněním	13
h)	Podpora rodičů-studentů VŠKK	13
<b>4.</b>	<b>ABSOLVENTI</b>	<b>14</b>
a)	Spolupráce a udržování kontaktů s absolventy	14
b)	Sledování zaměstnanosti studentů	14
c)	Spolupráce s budoucími zaměstnavateli	15
<b>5.</b>	<b>ZÁJEM O STUDIUM</b>	<b>15</b>
a)	Charakter přijímacích zkoušek	15
b)	Spolupráce se středními školami v oblasti propagace	16
<b>6.</b>	<b>ZAMĚSTNANCI</b>	<b>16</b>
a)	Kariérní řád	16
b)	Rozvoj pedagogických dovedností	16
c)	Plán gendrové rovnosti	16
d)	Obtěžování	16
<b>7.</b>	<b>INTERNACIONALIZACE</b>	<b>17</b>
a)	Účast studentů na zahraničních programech mobility	17
b)	Integrace zahraničních členů akademické obce	21

<b>8.</b>	<b>VÝZKUMNÁ, VÝVOJOVÁ, UMĚLECKÁ A DALŠÍ TVŮRČÍ ČINNOST</b>	<b>21</b>
a)	Propojení tvůrčí a vzdělávací činnosti školy	21
b)	Zapojení studentů do tvůrčí činnosti	21
d)	Podpora studia doktorských studijních programů	22
	8 c), f), g) – zatím se netýká Vysoké školy kreativní komunikace.	22
e)	Podíl aplikační sféry na tvorbě a uskutečňování studijních programů	22
<b>9.</b>	<b>ZAJIŠŤOVÁNÍ KVALITY A HODNOCENÍ REALIZOVANÝCH ČINNOSTÍ</b>	<b>22</b>
<b>10.</b>	<b>NÁRODNÍ A MEZINÁRODNÍ EXCELENCE VYSOKÉ ŠKOLY</b>	<b>23</b>
<b>11.</b>	<b>TŘETÍ ROLE VYSOKÉ ŠKOLY</b>	<b>24</b>
a)	Působení v oblasti přenosu poznatků do praxe	24
b)	Regionální působení a význam vysoké školy	24

## Úvodem

Vysoká škola kreativní komunikace byla založena v roce 2016 s cílem vychovávat kvalifikované tvůrčí pracovníky pro oblast kreativního průmyslu v široké paletě tvůrčích profesí. Ve své vzdělávací aktivitě navazuje na tradici Vyšší odborné školy Michael a rovněž Literární akademie, jejíž studenti po jejím zániku pokračují ve studiu na VŠKK. Naše vysoká škola si v průběhu prvních let své existence postupně získává akademickou a profesní reputaci jak v akademických kruzích - vysokých školách s příbuzným výchovně vzdělávacím profilem – i v řadách praktiků, kteří se účastní celé řady odborných akcí s výrazně profesně profilujícím charakterem, které VŠKK pořádá.

Vysoká škola kreativní komunikace byla založena na základní výchozí vizi vychovávat absolventy připravené pro práci v mnoha profesích kreativního průmyslu, poskytnout autorsky zaměřeným studentům prostor pro rozvoj vlastního talentu kombinovaný s osvojením si řemeslných postupů, které jim případně umožní vedle autorské tvorby najít uplatnění především ve sféře marketingové komunikace a dalších oblastech komerčního života společnosti.

Proto je studijní program programů koncipován na významné myšlenky spolupráce vysoké školy s kreativním průmyslem a různými formami aplikace studentských poznatků v konkrétní komunikační praxi. VŠKK úzce spolupracuje zejména s AKA - Asociací komunikačních agentur. V reálné komunikační praxi reklamních agentur a agentur specializovaných na jednotlivé nástroje marketingové komunikace nachází VŠKK nejen výtečné externí pedagogy, ale i prostor pro realizaci praxí studentů, kteří zde nacházejí možnosti a příležitosti pro budoucí profesní uplatnění. Aktuální komunikační praxe se také podílí na aktualizaci a inovaci studijních programů, na přenosu nejnovějších poznatků z masmediálního i specificky marketingového komunikačního světa do konkrétní výukové roviny.

Aby byla zajištěná systematická kontinuita vysoké školy s reálnou marketingovou komunikační praxí, jsou reprezentanti všech oblastí kreativního průmyslu také zastoupeni v poradních orgánech akademického vedení školy.

Dalším významným faktorem, jenž vede k dobrému uplatnění studentů v praxi již během studia, je založení školní reklamní agentury (**K**reativní **K**ancl), která aktivně vyhledává různorodé zakázky od reálných klientů, které pak sami studenti zpracovávají pod patronací kvalifikovaných externích pedagogů - profesionálů z různých oborů.

Publicita práce studentů a vlastní kreativní aktivity pedagogů Vysoké školy kreativní komunikace vedou k tomu, že dobré jméno školy rezonuje i mezi studenty středních škol, kteří se ucházejí o studium na této vysoké škole. Vlastní propagační aktivita školy - spolu s kontaktní

formou organizací Dnů otevřených dveří směřuje k získávání kvalitních, tvůrčích budoucích posluchačů nabízených oborů. Vysoká škola systematicky prohlubuje komunikaci s uchazeči nejen prostřednictvím efektivních propagačních nástrojů, jako jsou webové či facebookové stránky a Twitter, ale také přímou komunikací na veletrzích vzdělání. V roce 2018 byly již druhým rokem realizovány Dny osobností kreativního průmyslu, které jsou přístupny rovněž veřejnosti. Na těchto akcích vystupují osobnosti kreativního průmyslu, jejichž výběr průběžně pokrývá všechny disciplíny vyučované na škole – od vizuální tvorby a vystoupení spisovatelů a profesionálů z oblasti mediálního průmyslu až po výrazné osobnosti z oblasti marketingové komunikace a marketingu obecněji. Propagace školy je orientována nejen na vysokou školu jako vzdělávací instituci, ale také na širší souvislosti kreativního průmyslu v životě společnosti, čímž nabývá obecnějšího vzdělávacího a osvětového charakteru, jenž orientuje veřejnost k přijetí a pochopení tématu kreativního průmyslu, včetně profesí, které jej realizují.

V Praze 2019-06-25

prof. PhDr. Dušan Pavlů, CSc.  
rektor VŠKK

## **1. Základní údaje o vysoké škole**

### **a) Úplný název vysoké školy, běžně užívaná zkratka, sídlo**

Vysoká škola kreativní komunikace, s. r. o. (VŠKK)  
Na Pankráci 420/54, Praha 4, 140 00

### **b) Organizační schéma vysoké školy**

#### **Správní orgány**

- Jednatelé
- Kvestorka

#### **Vysoká škola kreativní komunikace se člení na katedry a ateliéry:**

Program Kreativní marketing a komunikace (kód programu: B0414P180001)

#### **Katedra marketingové komunikace**

Specializace: Kreativní marketing, Management v kreativním průmyslu, On-line marketing.

#### **Katedra vizuální tvorby**

Obor Vizuální tvorba (kód oboru: 8204R052).

Specializace/ ateliéry: Grafický a mediální design, Animace a vizuální efekty, Fotografie a audiovizie.

#### **Katedra literární tvorby**

Obor Literární tvorba (kód oboru: 8207R005).

Specializace: Kreativní psaní, Mediální a komerční komunikace.

#### **Katedra společenských věd**

#### **Katedra cizích jazyků**

### **c) Složení**

#### **Akademické orgány**

Rektor

- Akademická rada
- Prorektor pro studijní záležitosti
  - Studijní oddělení
- Prorektor pro uměleckou činnost
  - Informační centrum (knihovna, studovna)
- Katedra Vizuální tvorby
- Katedra marketingové komunikace
- Katedra Literární tvorby
- Katedra společenských věd
- Katedra cizích jazyků

### **Složení akademické rady v roce 2018**

doc. MgA. Vladimír Kozlík  
JUDr. Petr Majerik  
MgA. Marian Beneš, Ph.D.  
Ing. Josef Vojta  
doc. MgA. Aurel Klimt  
MgA. Prokop Sirotek  
PhDr. Dana Kalinová

Během roku 2018 došlo k rozšíření akademické rady o následující členy:

prof. PhDr. Dušan Pavlů, CSc.  
PhDr. Michaela Vaculíková, Ph.D.  
doc. PhDr. Jitka Vysekalová, Ph.D.  
Ing. Jiří Mikeš

#### **d) Zastoupení školy v reprezentaci vysokých škol**

Vysoká škola kreativní komunikace v roce 2018 neměla zastoupení v reprezentaci vysokých škol v ČR.

#### **e) Poslání, vize a strategické cíle vysoké školy**

Trvalým posláním VŠKK je poskytnout kvalitní a moderně pojaté vysokoškolské vzdělání v oblasti kreativní umělecké činnosti a kreativní komunikace v oborech Vizuelní a literární umění a Kreativní marketing a komunikace a v souladu s tím rozvíjet adekvátní tvůrčí a vědeckou činnost. V současné době je VŠKK jedinou vysokou školou v České republice, která poskytuje soustavné vzdělání v oblasti tvůrčího psaní.

VŠKK vychází ve své pedagogické činnosti ze zkušeností severských a britských škol, které vychovávají studenty pro práci v mediální a reklamní sféře.

VŠKK propojuje slovesné a vizuelní umění s praktickým provozem reklamních agentur, grafických studií, vydavatelských firem a mediálních institucí. Od zimního semestru akademického roku 2018/2019 je KREATIVNÍ MARKETING A KOMUNIKACE samostatným bakalářským studijním programem se třemi specializacemi: Kreativní marketing, Management v kreativním průmyslu a On-line marketing.

Studenti, kteří absolvují tento typ vzdělání, získávají poměrně široký rozhled v řadě odvětví a najdou uplatnění jako PR pracovníci, textaři, kreativní ředitelé, projektoví manažeři, moderátoři, scenáristé, grafici, designéři, fotografové či animátoři, komunikační stratégové, specialisté online marketingu.

Cílem školy je prostřednictvím absolventů i řadou vlastních aktivit zlepšit úroveň vizuelní i verbální komunikace v českém prostředí. Proto je ve výuce kladen značný důraz na rozvíjení komunikačních schopností a dovedností v nejširším slova smyslu. Absolvent VŠKK v sobě spojuje schopnosti dovedného, vzdělaného a teoreticky poučeného praktika na straně jedné a invenčního tvůrce na straně druhé. Má dobré předpoklady pro uplatnění schopnosti

přečíst, analyzovat a interpretovat text, vizuální i audiovizuální komunikáty, zaujmout k nim kritické stanovisko a prezentovat je na patřičné úrovni. Zvládá komunikaci písmem i obrazem, orientuje se v oblasti mediální komunikace s přesahem do moderních technologií a je dobře jazykově vybaven.

Klíčovou roli přisuzuje VŠKK osobě garanta studijního programu, který se podílí na pravidelném hodnocení výuky a přichází s iniciativními návrhy na jeho inovaci, prohloubení poznatkové i v oblasti získávání praktických dovedností. Garant koordinuje svou činnost s rektorem, s příslušnými akademickými pracovníky, s vedoucími jednotlivých výukových pracovišť a kateder i s garanty jednotlivých předmětů.

Za strategické cíle pro rok 2019 / 2020 považuje Vysoká škola kreativní komunikace zejména:

- Formulovat a rozvíjet vědeckovýzkumné aktivity na úrovni kateder s koordinací na úrovni celé vysoké školy a s cílem dosáhnout interdisciplinárních přístupů a řešení jednotlivých vědeckovýzkumných záměrů.
- V roce 2019 zahájit systémové mapování různých aspektů světa marketingové komunikace a literární tvorby, které bude ústít do každoročních vědeckých konferencí s maximální snahou zapojit do jejich obsahu další vysoké školy v ČR a SR, které mají obdobný studijní program a postupně do této činnosti vtahovat i další vysoké školy ze zahraničí.
- Z těchto konferencí publikovat konferenční sborníky v angličtině s cílem postupně získat indexaci v některých mezinárodních databázích (WOS - Web of Science, Thompson, Erlich atd).
- Vysoká škola kreativní komunikace v roce 2019 hodlá iniciovat oživení tematiky kreativního průmyslu a vnášet toto téma do kreativního prostoru s cílem postupně mapovat ta odvětví, v nichž VŠKK poskytuje vzdělávací služby.

#### **f) Změny ve vnitřních předpisech**

Na podzim 2018 byl MŠMT postoupen soubor nových vnitřních předpisů ke schválení, které vycházejí z § 17 Vnitřní předpisy. Tyto vnitřní předpisy byly doplněny i dalšími řády:

- a. Statut Rady pro vnitřní hodnocení,
- b. Jednací řád Akademické rady,
- c. Řád výběrového řízení pro obsazování míst akademických pracovníků,
- d. Etický kodex.

#### **g) Přístup k informacím, podpůrné zdroje a administrativa**

Podle § 18 zákona č. 106/1999 Sb., o svobodném přístupu k informacím, má VŠKK na webových stránkách sekci Úřední deska, kde jsou zveřejněny všechny povinné informace. Žádosti o informace jsou vyřizovány v souladu se zákonem.

Centrální studijní infomační systém Moggis umožňuje vedení celé studijní agendy VŠ a generování souboru pro SIMS (Sdružené informace matrik studentů) a ÚIV (Ústav pro informace ve vzdělávání). Nepřetržitý provoz je zajištěn přes webové

rozhraní. Data jsou pravidelně zálohována sedm dní v týdnu (minimálně jednou za 24 hodin). Na webovém rozhraní poskytuje VŠKK přístup pro studenty, učitele i uchazeče o studium. Systém je chráněn heslem, celá internetová část je provozována pod zabezpečeným přenosem. Na konci kalendářního roku 2018 bylo uzavřeno výběrové řízení na nový informační systém. Jeho implementace byla realizována od počátku kalendářního roku 2019.

Škola disponuje vlastní knihovnou s 5215 knihovními jednotkami. Studenti zde nacházejí nejen odborné tituly z oblasti jazykové, literární, historické, vědy a umění, ale i publikace zaměřující se na nová média, fotografii, divadlo nebo filozofii. Samozřejmě zde nechybí ani česká či světová beletrie a poezie. Oblast marketingové komunikace je zastoupena knihami z archivu Ing. Ladislava Kopeckého, který škole daroval na 80 svazků knih tohoto tématu. Dále jde o knihy z archivu Zdeňka Štěpánka a v neposlední řadě o publikace Art Directors Clubu ČR, včetně osobních darů odborných titulů z fondů jednotlivých pedagogů vysoké školy. Kvalita knihovny je dána převážně tím, že VŠKK disponuje celým knižním fondem zaniklé Literární akademie Josefa Škvoreckého, který odkoupila. Celý knihovní fond je postupně a průběžně doplňován aktuální odbornou literaturou ze všech studovaných specializací. Na jaro 2019 byl plánován významný a cílený nákup aktuální odborné literatury české i zahraniční provenience.

Veškerá díla studentů (literární, výtvarná, projektová a jiná ve smyslu zákona č. 121/2000 Sb., o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů – autorský zákon) vytvořená za součinnosti VŠKK jsou tzv. školním dílem ve smyslu ustanovení § 60 zákon č. 121/2000 Sb., o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon). VŠKK je oprávněna s těmito díly ve smyslu citovaného zákona dále disponovat.

## 2. Studijní programy, organizace studia a vzdělávací činnost

### a) Akreditované studijní programy

VŠKK měla v kalendářním roce 2018 akreditované dva bakalářské studijní programy:

**1) Vizuální a literární umění**, obory: Literární tvorba (specializace Kreativní psaní) a Vizuální tvorba (specializace Fotografie a audiovizuální, Grafický a mediální design, Animace a vizuální efekty),

**2) Kreativní marketing a komunikace** (specializace Kreativní marketing, Management v kreativním průmyslu a On-line marketing).

Požadavek na vznik nového studijního programu vycházel ze vzdělávacích potřeb a dlouhodobého záměru vysoké školy, akreditován byl v ZS akademického roku 2018/2019. Návrh studijního programu vznikl postupně na základě požadavku akademických i správních orgánů, spolupracujících subjektů z praxe, jako byla např. AKA. K návrhu se samozřejmě vyjadřoval také rektor VŠKK, Akademická rada VŠKK a jednatel.

Studijní programy se řídí metodikou výstupů z učení v souladu s Národním referenčním rámcem terciálního vzdělávání. VŠKK tak vychází vstříc požadavkům kompatibility podle evropského *systemu převodu kreditů ECTS*. Počty kreditů odrážejí nejen náročnost předmětu z hlediska času, který musí student vynaložit na splnění zadání, ale též míru kreativity a vlastních originálních přístupů, které do splnění zadání musí vnést. Větší podíl studijního plánu tvoří povinné předměty, jiné si student může splnit, resp. vybrat dle vlastního uvážení (povinně volitelné – zajišťující rozlišení specializací) a volitelné předměty (volitelné semináře), jejichž nabídka je sestavena tak, aby jednak doplňovala obsah povinných a povinně volitelných předmětů a zároveň dala studentům jak možnost orientovat se v jiné specializaci, tak i možnost samostatné volby své vlastní profesní orientace.

Uznávání studijních povinností splněných na jiné vysoké škole v ČR nebo v zahraničí (např. v rámci programu Erasmus+) je prováděno v souladu se stupnicí pro hodnocení, která je definována mezinárodně srovnatelným *systemem klasifikace ECTS*.

Při zachování naplně studia a celkového rámce studijního programu je každoročně studium aktualizováno tak, aby byl co nejefektivněji naplněn profil absolventa jednotlivých specializací.

### b) Další vzdělávací aktivity a prezentace školy

Škola nabízí intenzivní kurzy češtiny pro studenty-cizince a rozšířenou výuku anglického jazyka mimo rámec studijních plánů.

Další vzdělávací aktivitou jsou akce pro širokou veřejnost:

- *Čtení ve vlaku*, která probíhá ve spolupráci s VOŠ (Akademií) Michael.
- *Pevnost Boyard*, což je jednodenní program v prostorách VŠKK pro studenty středních škol, s využitím tvůrčí práce v rámci ateliérů VŠKK.

Studenti se dále podílí na organizaci a personálním zajištění množství různorodých akcí, které slouží k propagaci VŠKK: Dny otevřených dveří, seznamovací kurz pro 1. ročníky, účast na veletrhu Gaudeamus, cyklus *Dny osobností*, workshopy, konference, křty knih pod záštitou

VŠKK a další. Aktivně se podílejí na tvorbě příležitostí pro další prezentaci školy (např. formou studentských blogů).

V roce 2018 vysoká škola také spolupracovala s VOŠ oděvního návrhářství na přípravě nových talárů pro akademické obřady.

V neposlední řadě VŠKK podporuje řadu charitativních projektů, jako je například sbírka pro dětské centrum Klokánek.

## 3. Studenti

### a) Opatření pro snížení studijní neúspěšnosti

Vedení školy věnovalo v průběhu roku 2018 významnou pozornost studentům, kteří měli problémy s plněním studijních povinností v jednom nebo více předmětech. Jako soukromá vysoká škola považuje za samozřejmý individuální přístup ke studentům a flexibilní řešení jejich problémů. Příčiny neúspěšnosti jsou odhalovány formou evaluací a individuálních konzultací. Studentům zatíženým finančními, zdravotními a osobními problémy poskytuje VŠKK úlevy finančního i studijního charakteru (rozložení školného, přesunutí studijních povinností, doučování apod.). VŠKK také nabízí možnost vytvoření individuálního studijního plánu.

### b) Opatření pro omezení prodlužování studia

Pedagogové se věnují specifickým potřebám studentů a přizpůsobují jim strukturu výuky. Na rozdíl od většiny soukromých škol si VŠKK zachovala přijímací zkoušky, které vysoké škole poskytují možnost posoudit míru faktických vědomostních předpokladů, míru talentu, celkovou kulturní a sociální orientaci uchazeče a tudíž nepřijmout do studia uchazeče bez dostatečných předpokladů a motivace.

### c) Specifické stipendijní programy

VŠKK disponuje vlastním stipendijním programem, jehož podmínky jsou stanoveny Stipendijním řádem (prospěchové, ubytovací, sociální). Účelově je studentům poskytováno mimořádné stipendium za významný podíl na zvyšování prestiže VŠKK a její úspěšnou reprezentaci.

### d) Poradenské služby studentům

VŠKK zajišťuje informovanost studentů prostřednictvím studijního oddělení, odbornou a konzultační činnost poskytují pedagogové v součinnosti s prorektorem pro studijní záležitosti podle specifických potřeb jednotlivých studentů.

### e) Podpora studentů se SVP a studujících rodičů

Podpora studentů se specifickými potřebami vychází z aktuálních možností VŠKK. Studenti se specifickými potřebami mohou požádat o individuální studijní plán, který bude odpovídat jejich potřebám v závislosti na typu a rozsahu postižení.

Ke standardům VŠKK patří individuální přístup ke studentům se specifickými potřebami (navýšení času při zkoušení, volba formy zkoušení, individuální studijní plán,

studijní materiály v elektronické podobě apod.). Zároveň škola připravuje rozšíření bezbariérového přístupu a další podporu studentů se SVP.

#### **f) Podpora mimořádně nadaných studentů**

Pro nadané studenty škola zajišťuje reálné kreativní zakázky a zprostředkovává jim kontakt s etablovanými firmami a institucemi, které jsou jejich potenciálními zaměstnavateli (např. prostřednictvím reklamních agentur asociovaných v AKA, knižních a časopiseckých vydavatelství, formou spolupráce s Ústavem české literatury AV, atd.). Stejnému účelu slouží i školní reklamní agentura.

#### **g) Podpora studentů se socioekonomickým znevýhodněním**

Studenti se socioekonomickým znevýhodněním jsou informováni o legislativní možnosti požádat o sociální (podle § 91 odst. 3 zákona o vysokých školách) a ubytovací (podle § 91 odst. 2 písm. e) zákona o vysokých školách) stipendia.

#### **h) Podpora rodičů – studentů VŠKK**

Studující rodiče jsou podporováni v rámci možnosti nastavení individuálního studijního plánu, který lépe vyhovuje jejich časovým možnostem. Pokud se nacházejí v problematické socioekonomické situaci, škola jim vychází vstříc nabídkou rozložení školného. Každá žádost je vždy individuálně projednána s přihlédnutím k aktuálnímu stavu žadatele.

## 4. Absolventi

### a) Spolupráce a udržování kontaktů s absolventy

VŠKK jako vysoká škola s praktickým zaměřením přirozeně od počátku své existence intenzivně a trvale spolupracuje s oborovými profesními společnostmi, sdruženími a institucemi, s asociacemi. Studijní programy byly koncipovány v úzké součinnosti s těmito subjekty s ohledem na aktuální trendy na trhu práce. Na přípravě studijních plánů se intenzivněji než ostatní subjekty na profesním trhu, podíleli odborníci z Asociace komunikačních agentur (AKA). Díky jejich zkušenostem se zaměstnáváním čerstvých absolventů českých vysokých škol se podařilo optimálně formulovat a reálně naplnit profil absolventa, který je tak i v bakalářském absolventském stupni dobře uplatnitelný v širokém spektru oborů kreativního průmyslu.

Při realizaci studijních programů je kladen velký důraz na to, aby se studenti i nad rámec povinné praxe zapojovali do kreativních projektů garantovaných institucemi, s nimiž škola navázala spolupráci. Tato intenzifikace studijního procesu je realizována hlavně prostřednictvím kreativních dílen či přípravy klauzurních a závěrečných prací. Studenti se dlouhodobě zapojují do komerčních i nekomerčních reklamních projektů, pracují na částečný úvazek v některých médiích (ČT, noviny a časopisy, reklamní agentury, několik studentů oboru Literární tvorba už během studia našlo uplatnění v ÚČL AV ČR).

Partnerství VŠKK s AKA umožňuje postupně budovat vztahy spolupráce s reklamními, mediálními, digitálními a aktivačními agenturami – členy Asociace komunikačních agentur - které jsou potenciálními zaměstnavateli budoucích absolventů školy.

### b) Sledování zaměstnanosti studentů

V červnu 2018 opustili VŠKK první absolventi (18), a to z oboru Literární tvorba. VŠKK je s nimi i nadále v kontaktu a na základě dotazníkového šetření v jejich řadách získala alespoň dílčí přehled o jejich profesním uplatnění (šetření se zúčastnilo 8 absolventů):

2 absolventi pracují v Ústavu pro českou lit. AV ČR + v *Nakladatelství Dobrá čeština*

2 absolventi pracují jako redaktoři pro *Patálie*

1 absolvent studuje Karlovu universitu, obor Literatura

1 absolvent pracuje v *Divadle D21*

1 absolvent pracuje pro *Novou besedu*

1 absolvent pracuje jako spisovatel na volné noze pro *Český rozhlas*

I v roce 2018 se ve škole uskutečnila série workshopů a přednášek („DNY OSOBNOSTÍ“), která je významnou poznatkovou nadstavbou nad vlastní výukou.

Široké profesní spektrum vyučujících z řad externistů (předních odborníků v oboru kreativního marketingu, médií, vizualizace a literární tvorby) umožňuje navazování kontaktů

pro budoucí uplatnění absolventů na bázi zaškolení budoucích spolupracovníků našich specialistů v rámci jejich soukromých aktivit a projektů. Sledování úspěšnosti studentů a absolventů je měřeno ve spolupráci s institucemi a subjekty, s nimiž škola spolupracuje v rámci odborné praxe (AKA, AČRA, mediální vydavatelství, Česká televize, Český rozhlas, Ústav české literatury AV ČR aj.), jejichž prostřednictvím je studentům VŠKK nabízená spolupráce s konkrétními subjekty na základě jejich požadavků. Každý rok škola v rámci hodnotící zprávy uvádí úspěšnost svých studentů a absolventů v rámci jejich zapojení do pracovního procesu. Jsme si vědomi, že mírou kvality vzdělání je úspěšnost absolventů.

Škola průběžně vytváří na sociálních sítích skupiny, které umožňují sledovat aktivity studentů. Podobné skupiny budou zakládány i pro absolventy, abychom měli přehled o jejich dalším rozvoji a uplatnění.

Všechny výše zmíněné aktivity jsou závislé na loajalitě studentů ke škole, což je jeden z důležitých cílů, jehož škola může dosáhnout nejen kvalitním obsahem studia, ale i širokou nabídkou mimoškolních aktivit. Plánováno je založení spolku absolventů VŠKK, který by pomáhal udržovat osobní i pracovní vazby mezi absolventy a současně by škole poskytoval zpětnou vazbu.

### **c) Spolupráce s budoucími zaměstnavateli**

VŠKK již v prvním roce své existence evidovala desítky nabídek příležitostné spolupráce i trvalého zaměstnání pro studenty kreativních disciplín. Od roku 2016 se řada studentů pod vedením vedoucích ateliérů zapojila do reálných zakázek. V tomto trendu koordinované spolupráce s firmami škola i nadále pokračuje.

S ohledem na internacionální charakter profesí, pozic a zaměstnavatelů zaujímá ve studijních plánech významné místo výuka oborové angličtiny, komunikačních a prezentačních dovedností v českém i anglickém jazyce či kultura psaného a mluveného projevu.

## **5. Zájem o studium**

### **a) Charakter přijímacích zkoušek**

Přijetí ke studiu se řídí podle § 48 a § 49 zákona č. 111/1998 Sb., o vysokých školách. Podmínkou přijetí do studijních programů je podání platné přihlášky ke studiu v elektronické podobě, včasné uhrazení manipulačního poplatku a doložení úředně ověřených dokumentů. Přijímací zkoušky jsou hodnoceny komisionálně; o přijetí uchazečů do studia všech specializací rozhodují tříčlenné komise složené z pedagogů VŠKK podle příslušných specializačních zaměření zvažovaného studia. Přijímací zkouška se skládá z kreativní a oborové části, obě probíhají v duchu přátelského dialogu, při kterém se zohledňují znalosti, nadání, motivace a schopnosti uchazečů. Nespornou výhodou mají uchazeči, kteří svůj opravdový zájem o studovaný obor podpoří portfoliem svých prací zaměřených na témata

podle zvoleného oboru. O výsledku rozhodnutí komisí jsou uchazeči informováni elektronicky prostřednictvím UIS.

#### **b) Formy spolupráce se středními školami v oblasti propagace**

Propagace Vysoké školy kreativní komunikace je realizována podle ročních plánů, v nichž významné místo zaujímá propagace vysoké školy na středních školách, z nichž přichází na bakalářský stupeň nejvíce uchazečů. Vedle všeobecné propagace možností studia v masových médiích, se propagace na střední školy realizuje především prostřednictvím aktivit stávajících studentů – absolventů jednotlivých středních škol: zejména jde o jejich blogy a jiné formy elektronické komunikace, roznos letáků a plakátů na domovské SŠ. Další formou jsou čtení ve vlakových spojích spádového území do Prahy, které probíhají pod hlavičkou VŠKK.

Významnou roli v propagaci VŠKK ke středním školám sehraávají DOD – Dny otevřených dveří, v jejichž průběhu se uchazeči setkávají nejen s pedagogy, ale zejména se studenty, kteří pomáhají s organizací, jsou v roli průvodců po budově vysoké školy a neformálně propagují svoji alma mater prostřednictvím sdělování vlastních zkušeností.

## **6. Zaměstnanci**

#### **a) Kariérní řád**

Vysoká škola kreativní komunikace nemá zatím zpracovaný kariérní řád, což vyplývá ze specifické skladby pedagogických pracovníků, z nichž je většina zaměstnána na dohody. Motivační nástroje pro odměňování zaměstnanců v závislosti na dosažených výsledcích nemají zatím charakter uceleného systému, ale jsou aplikovány v souvislosti s konkrétními aktivitami pedagogů a zaměstnanců.

#### **b) Rozvoj pedagogických dovedností**

Aktivity v této oblasti jsou zatím realizovány formou neformální spolupráce starších a zkušenějších pedagogů s mladšími kolegy a kolegyněmi. Škola postupně vytváří podmínky pro větší zapojení interních i externích pedagogů do vědecko-výzkumné a vlastní tvůrčí činnosti.

#### **c) Plán gendrové rovnosti**

Plán tohoto typu VŠKK zatím nemá vzhledem ke specifické skladbě pedagogického sboru. Nicméně je možno říci, že tyto otázky byly v roce 2018 trvale sledovány a pro ženy jsou vytvářeny stejné podmínky, jako mají mužští zaměstnanci. Ze 4 vedoucích kateder jsou dvě ženy

#### **d) Obtěžování**

Tématika seriózních pracovních vztahů (gendrově a sexuálně podmíněné obtěžování) je trvale sledována akademickými funkcionáři školy; zatím se problémy tohoto typu na VŠKK nevyskytly.

## 7. Internacionalizace

### a) Účast studentů na zahraničních programech mobility

Zkušenosti ze studia na zahraničních vysokých školách považuje VŠKK za významný prvek osobnostního rozvoje studentů. Proto je zapojena do spolupráce s agenturami, které organizují stáže a praxe pro studenty a absolventy v rámci projektu Erasmus+. Škola je členem Era konsorcia a Educa International konsorcia, prostřednictvím kterých nabízí možnost zejména pracovních zahraničních stáží v rámci projektu Erasmus+. První výběrová řízení pro studenty probíhala v akademickém roce 2018/2019. V souladu s požadavky programu a zároveň se Studijním a zkušebním řádem VŠKK byl vypracován systém uznávání kreditů získaných za předměty absolvované během studia v zahraničí.

VŠKK komunikuje se zahraničními univerzitami, aby mohla nabídku stáží rozšířit i na stáže studijní. Byl finalizován Course catalogue, na základě kterého se projednávají možnosti vzájemně výhodné spolupráce při uzavírání bilaterálních smluv.

Cycle	Course title	Semester	Type	Course details
BA.	<b>Literary Module</b>			
	<b>Modern American Literature</b>	W	C	In this course you will study the major authors of pre- and post-war American fiction, poetry and drama. In addition to practising close reading skills, you will develop critical thinking and presentation skills.  <b>Grade awarded: PASS/FAIL</b> <b>ECTS: 2 (5)</b>
	<b>Creative Writing</b>	W/S	C	This course is an introduction to creative writing in the English Language. The student will produce a portfolio of creative writing in more than one genre. The course focuses on fictive and poetic conventions which will both extend vocabulary and encourage the student to approach English through imagination as well as analysis  <b>Grade awarded: PASS/FAIL</b> <b>ECTS: 2 (5)</b>
	<b>British Literature of the 20<sup>th</sup> century</b>	S	C	In this course you will study the major authors of pre- and post-war British fiction, poetry and drama. In addition to practising close reading skills you will work on developing your critical thinking and presentation skills.  <b>Grade awarded: A-F</b> <b>ECTS: 3 (5)</b>
BA.	<b>Visual Arts Module</b>			
	<b>Photography and Audiovisual Arts</b>	W	C	Digital camera basics (shutter, aperture, time / f-stop), Roll a day, Pinhole, Short silent

	<p><b>- studio:</b></p> <p><b>Photography and Audio-Visual Studio 1</b></p>			<p>promotion video, Video on the essence of rumors, B&amp;W and color composition and image construction, Basic principles of studio lighting, Still life and product photography.</p> <p><b>Grade awarded: PASS/FAIL</b> <b>ECTS: 2 (5)</b></p>
	<p><b>Photography and Audiovisual Arts - studio:</b></p> <p><b>Photography and Audio-Visual Studio 2</b></p>	S	C	<p>United visual style of manufacturing / non-manufacturing institution, Photo publication / Calendar / Illustration of a literary masterpiece, Homo Faber: Photo documentary / Video document / Staged photography / Staged video, Portrait / Portrait medallion, Digital product photography, Architecture, Music video clip / Fashion film</p> <p><b>Grade awarded: A-F</b> <b>ECTS: 3 (5)</b></p>
	<p><b>Acting in Animation and Non-verbal Communication</b></p>	W+S	C	<p>The aim of this course is to discover and become aware of gestures and their particular expressive potential. Based on theories concerning the genesis of gesture and its functions, students will come closer to understanding expressions in movement from the actor's perspective, in both time and space.</p> <p><b>Grade awarded: PASS/FAIL</b> <b>ECTS: 4 + 4</b></p>
BA.	<p><b>History of Photography</b></p>	W+S	C	<p>The history of photography - across genres-- Still life, landscape, portrait, act, and many other genres are chronologically ordered from the first heliographs and daguerreotypes to multimedia/ new media. Lectures will include critical reactions from Baudelaire to the theorists of the late 20th century.</p> <p><b>Grade awarded: PASS/FAIL, A-F</b> <b>ECTS: 2 (5) + 3 (5)</b></p>
	<p><b>Animation and VFX - studio</b></p>	W+S	C	<p>The course includes 2-D and 3-D digital animation, visual effects for movies and motion graphics. Students combine artistic vision and technical skills to transform their wildest imaginations into moving images on the screen. Students work with the most professional software such as: Adobe Pack, Moho, ZBrush, Maya, Blender, Nuke. Students can choose from the following specializations:</p> <p><u>Animation:</u> Students develop skills for storyboarding, character development, modeling, composition, and game design.</p> <p><u>Visual effects:</u> Using cutting-edge technology, students create effects for movies and online platforms to broadcast content.</p> <p><b>Grade awarded: PASS/FAIL, A-F</b> <b>ECTS: 3 (5) + 3 (5)</b></p>
	<p><b>History of Film and Animation</b></p>	W+S	C	<p>This course offers a general overview of film and animation history with a special focus on</p>

				<p>Czech (formerly Czechoslovak) and Eastern European masterpieces, important authors, schools, styles and approaches as well as the overall influence on contemporary animators. At the end of this course, students will not only gain the basic knowledge of film and animation history but also, they will be able to put this knowledge into a wider context of European culture and its strong tradition of animation.</p> <p><b>Grade awarded: PASS/FAIL, A-F</b> <b>ECTS: 2 (5) + 3 (5)</b></p>
	<b>Graphic and Media Design - studio</b>	W+S	C	<p>The course is taught through both group and individual assignments, field lectures, practical workshops and tutorials assisted by industry professionals. The program work also includes real briefs from real clients. Students develop a wide range of skills including creative-visual thinking, presentation, team leadership and of course graphic and media design. Brand and corporate design, packaging, book and publication architecture as well as art direction are covered in the course focusing on contemporary digital design. During the course students will also cooperate with leading graphic designers, brand and graphic design studios and advertising agencies.</p> <p><b>Grade awarded: PASS/FAIL, A-F</b> <b>ECTS: 5 + 5</b></p>
<b>Marketing Module</b>				
<b>BSc.</b>	<b>Intermedia Performance</b>	S	C	<p>How to create. Short workshops about creating communication concepts. Every workshop has its own topic (e.g. creative techniques, creative brief, campaigns etc.) with short overview and practical tutorials.</p> <p><b>Grade awarded: PASS/FAIL</b> <b>ECTS: 5</b></p>
	<b>Czech Media Market</b>	W	C	<p>This course introduces students to the Czech Media Market. At the end of the course, students will be able to identify key advantages/disadvantages associated with the different media types and understand their role during advertising campaigns. The final part of the class will be dedicated to future trends in the area of media market development (media mutation, concentration of the media ownership and globalisation).</p> <p><b>Grade awarded: PASS/FAIL</b> <b>ECTS: 2 (5)</b></p>
	<b>Media Strategy Planning</b>	S	C	<p>In this course students will be introduced to the process of the media strategy preparation. Usually driven by media agencies, the process covers media briefing, competitive analysis of media expenditures, target group analysis, big idea development, strategic media planning, implementation, as well as negotiations with media and media buying, and lastly post-buy analyses of the campaign.</p>

				<b>Grade awarded: A-F</b> <b>ECTS: 4</b>
	<b>Internet Advertising Networks and On-line Trends</b>	W+S	C	<p>In the first term, you will learn how online advertising networks operate, and how to setup advertising campaigns on them. The course will introduce the basics of media buying in the advertising eco-systems of Facebook, Google, and LinkedIn. You will understand which advertising formats to choose for your campaign and how audience targeting works. The second term offers more about Twitter as well as network and programmatic display media buying. Students will also come to understand how advertising on exotic networks such as WeChat, Line and VKontakte works. Additionally, you will learn how to spot and act on emerging internet trends and how to use them for advertising campaigns.</p> <p><b>Grade awarded: PASS/FAIL, A-F</b> <b>ECTS: 3 + 5</b></p>
BSc.	<b>Strategic Management</b>	W+S	C	<p>The aim of the course is to acquaint students with the main concepts of strategic management and strategic thinking plus and their importance for company management. In theory and practice, students are introduced to the strategic planning process, including the definition of vision, mission and goals of the company; students will learn to apply different methods of analysis to both a company's external and internal environment, as well as how to get familiarized with the process of selecting and formulating an appropriate strategy and its subsequent implementation. Last but not least, the class will become acquainted with the importance of innovation and contemporary changes in strategic management.</p> <p><b>Grade awarded: PASS/FAIL, A-F</b> <b>ECTS: 2 + 5</b></p>
	<b>Visual Thinking</b>	W+S	C	<p>The aim of the course is to introduce students to fields in the creative industry: in advertising agencies, graphic design studios, webdesign studios and studios developing of computer games, etc. Students will be encouraged to work independently in all areas of creative communication. They will learn aesthetic rules in visual communication and how to use them in marketing. Also, they will learn to defend the output of their creative activity.</p> <p><b>Grade awarded: PASS/FAIL</b> <b>ECTS: 4 + 4</b></p>
	<b>Management in Creative Industry</b>	W+S	C	<p>The aim of the 'Management in the Creative Industry' course is to provide students with theoretical principles of business in the Czech Republic. The course will be divided into two parts: so-called "hard skills" and "soft skills". On both a theoretical and practical level, the</p>

				<p>class will examine the advantages/disadvantages of different types of company organisational structures in both the Czech Republic and global context. Finally students will shift their perception of business to a higher level – to the internal management of the business, with special focus on the “one minute manager” system.</p> <p><b>Grade awarded: PASS/FAIL, A-F</b> <b>ECTS: 2 + 5</b></p>
--	--	--	--	--

### **b) Integrace zahraničních členů akademické obce**

Na VŠKK studovali v akademickém roce 2018/2019 zahraniční studenti ve studijním programu, který je realizován v prezenční formě a v českém jazyce. Je zajištěna systematická podpora především v oblasti jazykového vzdělávání (kurzy českého jazyka pro cizince) a také mezikulturní komunikace. Pedagogové v jednotlivých odborných předmětech věnují zvýšenou pozornost mluvené i psané jazykové kultuře studujících cizinců. Probíhala též diskuse k přípravě akreditace studijních programů v anglickém jazyce pro širší zapojení mezinárodní komunity studentů a za účelem usnadnění přestupů studentů z jiných VŠ a VOŠ, které již mají cizojazyčné studijní programy.

## **8. Výzkumná, vývojová, umělecká a další tvůrčí činnost**

### **a) Propojení tvůrčí a vzdělávací činnosti**

Z charakteru a profilace studijních programů Vysoké školy kreativní komunikace vyplývá, že propojení tvůrčích a vzdělávacích činností je jedním ze základních pilířů vzdělávacích strategií školy. Výuka je koncipována jako organické propojení poznatkových systémů s rozvojem umělecké, vývojové a další tvůrčí činnosti. Škola vychovává tvůrce, kteří se budou profilovat v oblasti užitého umění, kreativní, obrazové a verbální komunikace, v současných moderních technologiích, v postprodukci a jejích možnostech, stejně jako v nových médiích a multimediálních oblastech.

### **b) Zapojení studentů do tvůrčí činnosti na vysoké škole**

Pilířem studia jsou tvůrčí dílny a ateliéry, v nichž studenti uplatňují znalosti a dovednosti získané v ostatních předmětech při práci na reálných projektech. Po celou dobu studia posluchači zpracovávají konkrétní vzdělávací, žánrová a reklamní zadání. Obdobně tomu je ve sféře kreativní marketingové komunikace, kde studenti zpracovávají konkrétní zadání vycházející z požadavků praxe. VŠKK systematicky spolupracuje s řadou podnikatelských subjektů, institucí a neziskových organizací, které přicházejí s různými nabídkami spolupráce

na reálných zakázkách. Vyučující kreativních disciplín jsou tvůrčí osobnosti, které se věnují vlastní umělecké činnosti a část svých aktivit realizují v rámci školních zadání.

#### **d) Podpora studia doktorských studijních programů**

Zvyšování kvalifikace pedagogických pracovníků věnuje vedení VŠKK systematickou pozornost. V současné době 3 pedagogičtí pracovníci dokončují svá doktorská studia v oborech, které jsou také zaměřením a orientací jejich přednáškové a vědecké publikační činnosti.

**8 c), f), g) – zatím se netýká Vysoké školy kreativní komunikace.**

#### **e) Podíl aplikační sféry na tvorbě a uskutečňování studijních programů**

Od prvotní myšlenky tvorby uceleného studijního programu kreativního marketingu, byl vůdčí ideou systémový a systematický podíl aktivních subjektů kreativního průmyslu na tvorbě profilace studia a absolventů. VŠKK spolupracovala a stále intenzivně spolupracuje s oborovými asociacemi marketingové komunikace, jejich členové a představitelé nezřídka na vysoké škole přednášejí jako externí vyučující. Zároveň VŠKK tyto subjekty zadávají konkrétní marketingové, designérské, fotografické, animační a jiné úkoly, které zpracovávají studenti po vedením zkušených praktiků. Zamýšlené inovace jsou s reprezentanty praxe konzultovány jak v neformální rovině diskuse, tak i spoluprací na inovaci studijních sylabů.

## **9. Zajišťování kvality a hodnocení realizovaných činností**

VŠKK nastavila systém evaluace vzdělávacích procesů, který se realizuje formou anonymního výzkumu v řadách studentů. Respondenti tak mají možnost se bez obav vyjádřit k obsahu a struktuře studia, hodnotit práci vyučujících – kvalitu výkladu, odbornou fundovanost, připravenost na výuku, schopnost zaujmout, individuální přístup, ochotu spolupracovat nad rámec výuky, atd. V anketě mají též prostor pro zhodnocení zázemí školy (technické a materiální vybavení) a celkové atmosféry. Hodnotí se také výkony pedagogických i nepedagogických pracovníků (zvláště studijního oddělení). Pro evaluaci jsou užity kvantitativní i kvalitativní ukazatele. Po sběru dat a jejich statistickém zpracování vyhodnocuje výsledky kolegium rektora a jsou navrženy adekvátní formy dalšího zkvalitňování výchovně vzdělávacího procesu, organizace výuky, dostupnost literatury apod. V souhrnu se po schválení jednatelem VŠKK postupně realizují.

Zaměstnance školy seznamují s výsledky a opatřeními vedoucí pracovníci (členové kolegia) podle svého zařazení. Výsledky hodnocení byly zveřejněny na intranetu a prezentovány rektorem na pravidelném setkání akademické obce.

Pokud se vyskytnou nové poznatky týkající se kvality výuky mimo pravidelné hodnocení, jsou tyto připomínky operativně řešeny na úrovni vedoucích kateder a příslušných prorektorů.

Konečným odrazem procesu hodnocení kvality je výroční zpráva VŠKK a její prezentace.

Pro potřeby zpětné vazby a hodnocení kvality byla zřízena emailová schránka [ripominky@vskk.cz](mailto:ripominky@vskk.cz). VŠKK zároveň provádí průběžnou kontrolu hospodaření podle vnitřního kontrolního systému.

V roce 2018 byla obnovena funkčnost Studentské rady, jejíž zástupci vyjadřují názory studentů a jsou prostředníky mezi studenty a vedením školy. K tomuto účelu byla zřízena emailová schránka [studentskarada@vskk.cz](mailto:studentskarada@vskk.cz).

V neposlední řadě se k dění na akademické půdě vyjadřují též články v obnoveném školním časopisu *Povstalec no. 2*.

## 10. Národní a mezinárodní excelence vysoké školy

VŠKK postupně vyvíjí v oblasti mezinárodní spolupráce systematickou aktivitu. Strategie rozvoje je zvažována ve čtyřech klíčových aktivitách:

**(1) internacionalizaci studijních programů** – tento úkol se začíná postupně naplňovat,

**(2) zvyšování zahraničních mobilit studentů, akademických a administrativních pracovníků** - tento úkol se začíná postupně naplňovat,

**(3) aktivní zapojení do mezinárodních partnerství a sítí:** VŠKK již aktivně navazovala a rozvíjela vztahy s konkrétními VŠ z Evropy (Slovensko, Německo) a také z USA (New York Film Academy), u nichž je případná realizace joint-degrees jednou z možných forem další spolupráce.

**(4) účast na mezinárodních projektech:** VŠKK podnikala konkrétní kroky v rámci zapojení do mezinárodních partnerství, především formou účasti v profesních a vzdělávacích asociacích, jež jsou tematicky blízké zaměření školy, jako je např. Evropská asociace programů tvůrčího psaní (EACWP) a Evropského institutu pro vzdělání v oblasti komerční komunikace (EDCOM).

## 11. Třetí role vysoké školy

### a) Působení v oblasti přenosu poznatků do praxe

V roce 2017 byla vytvořena interní reklamní agentura (**Kreativní kancl**), která garantuje propojení akademické veřejnosti VŠKK s komerční sférou a nabízí studentům uplatnění pro práci na reálných zakázkách – plní tak funkci inkubátoru pro start-up projekty směřující do oblasti kreativního průmyslu. Zároveň jsou studenti zapojováni do tvůrčích soutěží, které vypisují buď komerční subjekty nebo jiné vysoké školy. Tyto i další připravované projekty postupně budou posilovat spolupráci školy s vnějšími partnery za aktivní účasti studentů s cílem dobře je připravit na reálné pracovní úkoly.

### b) Regionální působení a význam vysoké školy

VŠKK vychovává odborníky pro kreativní průmysl. Jako vzdělávací instituce si stanovila za cíl informovat širší veřejnost o tomto dynamickém odvětví, jehož poptávka po kvalifikovaných zaměstnancích rok od roku roste, a které nabízí uplatnění v atraktivních profesích a na solidních pozicích nejen v České republice, ale i ve všech zemích EU. K tomuto účelu si škola registrovala stránku “[kreativniprumysl.cz](http://kreativniprumysl.cz)”, která slouží jako portál pro podporu rozvoje kreativního průmyslu v českém prostředí. Postupně obsahuje informace o aktuálních trendech v kreativním průmyslu, nabídky studia a zaměstnání. Současně bude platformou pro sdílení zkušeností špičkových kapacit z marketingových oborů. Tímto se škola stane klíčovým účastníkem veřejné debaty o rozvoji kreativního průmyslu v ČR, čímž potvrdí svou zakládající ideu: *„VYCHOVÁVAT MLADÉ LIDI PRO RŮZNÁ ODVĚTVÍ KREATIVNÍHO PRŮMYSLU A JEJICH PROSTŘEDNICTVÍM KULTIVOVAT VEŘEJNÝ PROSTOR“*.