

Znovuzvolení Josefa Kocourka děkanem FMK

4.4.2025 - | Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně

„Vážím si toho, že jsem dostal důvěru na další čtyři roky,“ říká Mgr. Josef Kocourek, Ph.D. a dodává: „Fakulta má a bude mít velký rozvojový potenciál, a je významná z hlediska kreativních průmyslů v rámci mezinárodní úrovně.“ Na Fakultě multimediálních komunikací pracuje více než 19 let. Od roku 2018 zastával pozici ředitele Ústavu marketingových komunikací, až do roku 2021, kdy byl poprvé zvolen děkanem fakulty.

Josef Kocourek je odborník v oblasti marketingu a marketingových komunikací. V rámci své kariéry se specializoval hlavně na oblast budování značek. Vedl různé projekty, včetně Komunikační agentury, a dále se podílel na rozvoji Ústavu marketingových komunikací, který se zaměřuje na teoretické a praktické aspekty marketingové komunikace.

V průběhu jeho předchozího funkčního období se fakulta aktivně rozvíjela v různých směrech. „Otevřeli jsme nové ateliéry, jako například Design šperku nebo Game Design, o které je velký zájem mezi uchazeči o studium nebo kreativní dílnu ROBOTA, která nabízí workshopy pro studenty, absolventy a širokou veřejnost,“ říká Josef Kocourek. Dále se díky intenzivní mezinárodní spolupráci a důrazu na kvalitu výstupů výsledek tvůrčí umělecké činnosti fakulty zvýšil o třetinu, což potvrzuje, že fakulta získává uznání nejen na domácím, ale i na evropském poli.

K plánům na nadcházející roky říká: „Je potřebné se zaměřit hlavně na dislokační rozvoj, který je v současnosti nedostačující a brání rozvoji fakulty z hlediska nových studijních specializací či programů, o které by byl zájem. Tím bohužel brzdíme i celkový rozvoj kulturních a kreativních odvětví, které jsou pro Zlín a Zlínský kraj významné. Zároveň chystáme dva mezinárodní studijní programy, což nám pomůže posílit naši pozici v rámci zahraničních vztahů a věřím, že přinese i řadu projektových spoluprací.“

„Vážím si toho, že jsem dostal důvěru na další čtyři roky,“ říká Mgr. Josef Kocourek, Ph.D. a dodává: „Fakulta má a bude mít velký rozvojový potenciál, a je významná z hlediska kreativních průmyslů v rámci mezinárodní úrovně.“ Na Fakultě multimediálních komunikací pracuje více než 19 let. Od roku 2018 zastával pozici ředitele Ústavu marketingových komunikací, až do roku 2021, kdy byl poprvé zvolen děkanem fakulty.

Josef Kocourek je odborník v oblasti marketingu a marketingových komunikací. V rámci své kariéry se specializoval hlavně na oblast budování značek. Vedl různé projekty, včetně Komunikační agentury, a dále se podílel na rozvoji Ústavu marketingových komunikací, který se zaměřuje na teoretické a praktické aspekty marketingové komunikace.

V průběhu jeho předchozího funkčního období se fakulta aktivně rozvíjela v různých směrech. „Otevřeli jsme nové ateliéry, jako například Design šperku nebo Game Design, o které je velký zájem mezi uchazeči o studium nebo kreativní dílnu ROBOTA, která nabízí workshopy pro studenty, absolventy a širokou veřejnost,“ říká Josef Kocourek. Dále se díky intenzivní mezinárodní spolupráci a důrazu na kvalitu výstupů výsledek tvůrčí umělecké činnosti fakulty zvýšil o třetinu, což potvrzuje, že fakulta získává uznání nejen na domácím, ale i na evropském poli.

K plánům na nadcházející roky říká: „Je potřebné se zaměřit hlavně na dislokační rozvoj, který je v současnosti nedostačující a brání rozvoji fakulty z hlediska nových studijních specializací či programů, o které by byl zájem. Tím bohužel brzdíme i celkový rozvoj kulturních a kreativních odvětví, které jsou pro Zlín a Zlínský kraj významné. Zároveň chystáme dva mezinárodní studijní

programy, což nám pomůže posílit naši pozici v rámci zahraničních vztahů a věřím, že přinese i řadu projektových spoluprací.“

<https://www.utb.cz/aktuality-akce/znovuzvoleni-josefa-kocourka-dekanem-fmk>