

Inauguracja prac Rady Sektorowej

Zbigniew Brzeziński Data publikacji: 30.01.2020

Wczorajsza konferencja „MarCom Skills Day. Kompetencje pracowników vs. Potrzeby pracodawców” zainaugurowała prace Rady Sektorowej ds. Kompetencji Sektora Komunikacji Marketingowej. W pracach Rady uczestniczą przedstawiciele trzech kieleckich instytucji: Uniwersytetu Jana Kochanowskiego, Zespołu Szkół Ekonomicznych im. Mikołaja Kopernika i Miejskiego Urzędu Pracy.

Konferencja „MarCom Skills Day” odbyła się 29.01.2020 r. w Warszawie. Uczestniczyło w niej kilkaset osób – głównie przedstawiciele branży komunikacji marketingowej, ale również reprezentanci edukacji, uczelni, administracji i organizacji pozarządowych. Spotkanie zakończyło wręczenie w imieniu Ministra Rozwoju oficjalnych powołań członkom Rady.

Gości powitali gospodarze spotkania Paweł Tyszkiewicz prezes Stowarzyszenia Komunikacji Marketingowej SAR i Włodzimierz Schmidt prezes Związku Pracodawców Branży Internetowej IAB Polska. Następnie o systemie Rad Sektorowych opowiedział Daniel Nowak z Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości.

Wojciech Stęchły z Instytutu Badań Edukacyjnych omawiając Zintegrowany System Kwalifikacji stwierdził, że w przyszłości częściej będziemy mieli do czynienia z edukacją nieformalną niż formalną, czyli, że będziemy mogli walidować swoje umiejętności zdobyte w omalże dowolny sposób. Prognozował też, że czeka nas coraz więcej „małych” certyfikatów, czyli zdobywanych w krótkich ścieżkach edukacyjnych i dotyczących nawet drobnych talentów.

Główny wykład konferencji wygłosiła Joanna Malinowska-Parzydło (Younicorn). Poświęcony było on prognozom i trendom rynku zatrudnienia. Prelegentka stwierdziła m.in., że talenty w firmach najczęściej likwidują niekompetentni liderzy. W tym kontekście dodała, że prawdziwy lider to człowiek „ładny od środka”. Podkreśliła, że przede wszystkim rywalizujemy mądrością a nie papierem, nie negując przy tym sensu certyfikacji, zwracając jednak uwagę, że nie jest on stuprocentowym wyznacznikiem potencjału kandydata. W podsumowaniu odniosła się do kwestii standaryzacji, która w jej ocenie powinna nie tylko oznaczać profesjonalizm, ale też służyć temu, by żyło się lepiej.

Paweł Kolenda i Ewa Opach z IAB Polska zaprezentowali wyniki badania „Human Capital in Digital Environment”. Okazuje się, że najczęściej wymieniane przez pracodawców luki kompetencyjne u kandydatów to brak umiejętności analitycznego i logicznego myślenia. Ankietowane firmy stwierdziły ponadto, że problemem w rekrutacji jest:

- brak odpowiednich kandydatów (78% badanych),
- wygórowane oczekiwania płacowe, niespójne z potencjałem kandydata (65%),
- nieadekwatna ocena swojego potencjału przez kandydata (35%),
- błędne zrozumienie profilu stanowiska pracy, na który kandydaci aplikowali (28%).

Bartłomiej Brach z Brightlight przedstawił wyniki badania poświęconego sensowi pracy. Zgodnie z jego efektami w świecie zachodnim aż połowa zatrudnionych nie widzi sensu swojej pracy. W Polsce odsetek ten wynosi 25%. Kiedy respondenci nie czuli sensu pracy? W przypadku branży marketingowej: gdy ich projekty nie były realizowane, gdy starsi członkowie zespołów nie dopuszczali innych opinii i forsowali swoje zdanie, gdy działy obsługi klienta akceptowały zgłoszone poprawki, które niweczyły pierwotne założenia.

Prezentacji założeń prac, które ma do wykonania w najbliższym okresie Rada Sektorowa ds. Kompetencji Sektora Komunikacji Marketingowej dokonali Elżbieta Gorajewska (SKM SAR/Nielsen) i animator prac Rady – Marcin Olkowicz (SKM SAR). W najbliższej perspektywie badania Rady poświęcone będą analizie kapitału ludzkiego branży i zdiagnozowaniu luk kompetencyjnych.

Łukasz Marciniak z Pracuj.PL przedstawił rynek pracy widziany przez pryzmat tego portalu rekrutacyjnego. Stwierdził, że kandydaci wciąż zwracają uwagę na wynagrodzenie, formy zatrudnienia, godziny pracy i profity, ale że istotną rolę ma też atmosfera w miejscu pracy.

Uczestnicy panelu dyskusyjnego: „Komunikacja marketingowa – o roli sektora w gospodarce lokalnej” szukali rozwiązań dla zdefiniowanych we wcześniejszych prezentacjach problemów. Rozmawiano m.in. o konieczności zacieśniania współpracy z technikami reklamy i uczelniami wyższymi, silniejszym życiem się z najbliższą okolicą, analizowano też pozytywne przykłady ze świata. W panelu udział wzięli:

- Paweł Tyszkiewicz – SKM SAR,
- Włodzimierz Schmidt – IAB Polska,
- Łukasz Marciniak – Pracuj.PL,
- Wojciech Stęchły – IBE,
- Daniel Nowak – PARP,
- Barbara Górka – Fundacja Imago

Panel prowadził Zbigniew Brzeziński – MUP Kielce.

W ostatniej części Zbigniew Nowicki z Bluerank przedstawił metody sprawnej oceny kompetencji kandydata, Monika Walczak z Wymagamy.PL podstawy budowania marki dobrego pracodawcy, Wacław Kisiel-Dorohinicki z Wyższej Szkoły Europejskiej w Krakowie strategię poszukiwania i zdobywania pracy. Tomasz Magnowski – prezes Stowarzyszenia Doradców Szkolnych i Zawodowych Rzeczypospolitej Polskiej zachęcał do współpracy ze szkolnymi doradcami, a Zbigniew Brzeziński z Miejskiego Urzędu Pracy w Kielcach do korzystania z usług publicznych służb zatrudnienia.

Następnie Zbigniew Wojciechowski – zastępca dyrektora Departamentu Małych i Średnich Przedsiębiorstw Ministerstwa Rozwoju i Dariusz Wojtowicz – zastępca Dyrektora Rozwoju Kadr w Przedsiębiorstwach PARP wręczyli akty powołań ponad sześćdziesięciu członkom Rady Sektorowej. W tym gronie znalazła się czteroosobowa reprezentacja Kielc: Artur Kudzia – dyrektor Miejskiego Urzędu Pracy w Kielcach, dr Tomasz Chrzastek z Uniwersytetu Jana Kochanowskiego, Ewa Borkowska – zastępca dyrektora Zespołu Szkół Ekonomicznych im. Mikołaja Kopernika i Zbigniew Brzeziński z MUP.

Konferencję poprowadził Mark Kcprzak – Wirtualna Polska, gospodarz programu „Tłit”.

Wszystkie informacje na temat Rady Sektorowej dostępne są na stronie WWW ([link](#))