

MUP w Sektorowej Radzie ds. Kompetencji

Zbigniew Brzeziński Data publikacji: 27.09.2019

Rozpoczyna prace Rada Sektorowa ds. Kompetencji Sektora Komunikacji Marketingowej. W jej składzie znajdują się trzy podmioty z Kielc: Instytut Dziennikarstwa i Informacji Uniwersytetu Jana Kochanowskiego, Miejski Urząd Pracy i Zespół Szkół Ekonomicznych im. Mikołaja Kopernika. Dziś w siedzibie MUP odbyło się w tej sprawie spotkanie robocze z udziałem przedstawicieli Rady i sekretarza Miasta Kielce.

Celem sektorowych rad ds. kompetencji jest dopasowanie systemu edukacji do potrzeb gospodarki i zbudowanie kompetencji pożądanych w poszczególnych branżach, aby kwalifikacje zdobywane w szkołach, na uczelniach, podczas kursów i szkoleń odpowiadały na realne potrzeby pracodawców. Za działania Sektorowej Rady ds. Kompetencji Sektora Komunikacji Marketingowej odpowiadają Stowarzyszenie Komunikacji Marketingowej SAR i Związek Pracodawców Branży Internetowej IAB Polska.

Dziś w Miejskim Urzędzie Pracy gościli animator Rady Marcin Olkowicz i sekretarz Teresa Zielińska. W roboczym spotkaniu wzięli udział również: dr Tomasz Chrzęstek dyrektor Instytutu Dziennikarstwa i Informacji Uniwersytetu Jana Kochanowskiego, Ewa Borkowska zastępca dyrektora Zespołu Szkół Ekonomicznych im. Mikołaja Kopernika oraz sekretarz Miasta Kielce Szczepan Skorupski. Rolę gospodarza pełnił dyrektor MUP Artur Kudzia.

Podczas spotkania przedstawiciele Rady przedstawili szczegółowe cele prac, które koncentrować się będą na następujących obszarach:

- Legislacji – rekomendowanie zmian w ustawach i rozporządzeniach,
- Edukacji – rekomendacje zmian w programach nauczania w edukacji formalnej i nieformalnej,
- Rynku pracy,
- Ram kwalifikacji,
- Badawczym.

Sekretarz Miasta Szczepan Skorupski podkreślił, że zaproszenie do prac Rady trzech instytucji z Kielc to wyróżnienie dla miasta i zadeklarował osobiste zainteresowanie efektami prac. Dyrektor Artur Kudzia podziękował za zaproszenie MUP, jako jednego z trzech urzędów pracy z Polski (w skład rady wejdą też jeden urząd wojewódzki i jeden powiatowy z Mazowsza). Stwierdził też, że z rozmowy wynika, iż jest duży entuzjazm i wiara w działania na rzecz tego, co bardzo interesuje Publiczne Służby Zatrudnienia, czyli powiązania edukacji i rozwoju zawodowego kandydatów z faktycznymi wymaganiami rynku pracy. Dyrektor Ewa Borkowska stwierdziła, że technikom reklamy, bardzo zależy na realnym wpływie na kształt programów nauczania w tym zawodzie. Podobnie wypowiedział się dr Tomasz Chrzęstek. Dodał, że bardzo go cieszy możliwość współdziałania uczelni z SKM SAR i IAB Polska wywierania pozytywnego wpływu na przyszłość absolwentów.

W listopadzie 2019 roku w Warszawie odbędzie się spotkanie inicjujące prace Rady, wówczas przedstawiony zostanie harmonogram prac Rady i jej regulamin. Branża komunikacji marketingowej skupia dziś w Polsce setki podmiotów zatrudniających od kilku do półtora tysiąca pracowników. Odpowiada za prawie 3% PKB. W pracach Rady uczestniczyć będzie około 80 podmiotów z całego kraju.

Zdjęcia: Paweł Kowalczyk/MUP