PARP
Grupa PFR

Sektorowa Rada
ds. Kompetencji
Komunikacja Marketingowa

MONITORING RYNKU EDUKACJI, PRACY I KOMUNIKACJI MARKETINGOWEJ

styczeń-marzec 2021

sar iab polska

SPIS TREŚCI

WSTĘP	**3**
POZA HORYZONT. KURS NA EDUKACJĘ PRZYSZŁOŚĆ SYSTEMU ROZWOJU KOMPETENCJI W POLSCE	**4-6**
FUTURE OF JOBS 2020	**7-8**
KOBIETY W PR	**9-10**
PRZEGLĄD WYNAGRODZEŃ. POLSKA 2021	**11**
THE ROLE OF INNOVATION AND HUMAN CAPITAL FOR THE PRODUCTIVITY OF INDUSTRIES	**12-13**
THE FUTURE OF WORK AFTER COVID-19	**14-15**
O RADZIE SEKTOROWEJ DS. KOMPETENCJI - KOMUNIKACJA MARKETINGOWA	**16-19**

WSTĘP

SZANOWNI PAŃSTWO,

Oddajemy w Państwa ręce szóstą edycję przeglądu informacji istotnych z punktu widzenia sektora, opracowanego na bazie monitoringu mediów, raportów branżowych i innych publikacji.

Szósta edycja zawiera w większości owoce namysłu nad ulubionym zagadnieniem ekspertów w czasach pandemii - futurologii. Publikujemy przegląd prognoz dotyczących przemian pracy, popytu na kompetencje i związanych z nich wyzwań.

Monitoring ten przedstawia także najważniejsze wnioski z jednego z najciekawszych w ostatnich latach opracowań, dotyczących systemu edukacji (rozumianego szeroko) w Polsce. Tym, co różni prezentowaną w niniejszym opracowaniu publikację od innych raportów na ten temat jest szerokość perspektywy patrzenia na systemy edukacji i rozwoju kompetencji w Polsce.

Większość prezentowanych badań i ekspertyz w jakimś stopniu porusza kwestie nierówności społecznych i potencjału do ich wzrastania pod wpływem recesji spowodowanej pandemią, zwiększonej automatyzacji i cyfryzacji pracy.

W opracowaniach dotyczących tak silnie sfeminizowanej branży nie może zabraknąć też tematu dotyczącego miejsca kobiet w SKM. Cieszy nas coraz liczniejsze pojawianie się opracowań poruszających tak istotną kwestię.

Życzymy udanej lektury i zapraszamy do dzielenia się z nami Państwa spostrzeżeniami o treści raportu.

Zespół projektowy

Sektorowa Rada ds. Kompetencji SKM

POZA HORYZONT. KURS NA EDUKACJĘ

Przyszłość systemu rozwoju kompetencji w Polsce

Fundacja Gospodarki i Administracji Publicznej

Opracowanie jest pierwszym raportem powstałym w ramach projektu mającego na celu wypracowanie zintegrowanego systemu rozwoju wiedzy, kompetencji i postaw niezbędnych do dynamicznego rozwoju społeczno-gospodarczego Polski w warunkach rewolucji przemysłowej 4.0.
Raport jest efektem pracy badaczy z różnych dziedzin, takich jak: pedagogika, polityki publiczne, finanse publiczne, prawo, socjologia, ekonomia i technologie cyfrowe.
Porusza następujące zagadnienia:

- globalne megatrendy - najważniejsze z punktu widzenia przyszłości systemu edukacji i kształtowania kompetencji
- kluczowe wyzwania rozwojowe Polski
- stan sytemu edukacji i kształtowania kompetencji w Polsce
- zalecane kierunki rozwoju polskiego systemu edukacji i kształtowania kompetencji.

Globalne megatrendy - najważniejsze z punktu widzenia przyszłości systemu edukacji i kształtowania kompetencji:

- Świat jest poddany transformacji ku nieznanemu. **Nie istnieją wzorce zmian**, które można przejąć i zaadoptować do lokalnych warunków.
- W wyniku rozwoju IT następuje radykalny wzrost automatyzacji procesów w wielu branżach. W branżach objętych najsilniejszymi zmianami technologicznymi będzie odczuwalny **silny deficyt kreatywnych kadr**, przy nadmiarze pracowników potrafiących dobrze wykonywać rutynowe czynności.
- Systemy edukacyjne pozostają w tyle zmieniającej się rzeczywistości, trzymając się wzorców działania wypracowanych we wcześniejszych dekadach czy wręcz stuleciach.
- W związku ze stałością zmian i nieznanym ich kierunkiem podążanie w edukacji za kolejnymi „rewolucjami technologicznymi” nie daje wielkich szans na sprostanie ciągle nowym wyzwaniom. Taka polityka edukacyjna będzie zawsze reaktywna i spóźniona.
- Kompetencje przyszłości w większości nie są znane i nie mogą być znane, a **podstawową „kompetencją przyszłości” jest umiejętność nabywania nowych kompetencji**, które okażą się niezbędne w przyszłości.

źródło http://gap.uek.krakow.pl/publikacja-poza-horyzont-kurs-na-edukacje-przyszlosc-systemu-rozwoju-kompetencji-w-polsce/

POZA HORYZONT. KURS NA EDUKACJĘ

Przyszłość systemu rozwoju kompetencji w Polsce

Fundacja Gospodarki i Administracji Publicznej

Kluczowe wyzwania rozwojowe dla Polski:

- Przeciwdziałanie antagonizmom społecznym. Zmiana formuły przywództwa z monocentrycznej na policentryczną. Obecnie narzucana formuła jednolitej i opartej na sile władzy państwowej. Przez to ograniczana przestrzeń społecznego dyskursu i zbiorowej refleksji. Prowadzi do dominacji siły (politycznej) nad normami współżycia.
- Kształtowanie wzorców kulturowych sprzyjających innowacjom, eksperymentowaniu, osłabienie skłonności do karania za powodzenia.
- Wzmacnianie kapitału społecznego poprzez rozwijanie umiejętności komunikacji, współpracy, dialogu oraz zaufania.

Najważniejsze grzechy polskiego systemu edukacji:

- Formowanie i narzucanie zamkniętego katalogu wartości, co prowadzi do wojen kulturowych.
  Zbyt słabe rozwijanie potrzeby oraz **kompetencji służących całościowemu poznawaniu świata i rozumienia procesów w nim zachodzących**. Wzrastający nacisk na przekazywanie wiedzy praktycznej i specjalistycznej.
- **Transmisyjny i jednokierunkowy model przekazywania wiedzy**: od posiadającego niekwestionowaną wiedzę i władzę nauczyciela do uczniów i studentów.
- **Niski stopień tolerancji błędów** (w tym błędów nauczycieli) i odmienności.
- Brak odpowiedniego wyważenia indywidualizacji i wspólnotowości kształcenia.
- Nieumiejętność pozytywnego zaangażowania emocjonalnego uczniów. Coraz lepszym wynikom w międzynarodowych testach porównawczych towarzyszą coraz gorsze wskaźniki dobrostanu psychicznego uczniów.
- Brak przeciwdziałania nierównościom edukacyjnym.
- Niskie kwalifikacje nauczycieli.

źródło http://gap.uek.krakow.pl/publikacja-poza-horyzont-kurs-na-edukacje-przyszlosc-systemu-rozwoju-kompetencji-w-polsce/

POZA HORYZONT. KURS NA EDUKACJĘ

Przyszłość systemu rozwoju kompetencji w Polsce

Fundacja Gospodarki i Administracji Publicznej

Kluczowe kierunki przemiany systemu edukacji w Polsce, prowadzące do pozytywnej odpowiedzi na wyzwania rozwojowe:

- Mniejszy nacisk na przekazywanie wiedzy, a **zwiększenie roli pracy nad wartościami, postawami i kompetencjami transferowalnymi.**
- Wzmocnienie aksjologicznego wymiaru edukacji. Nastawienie na generowanie i praktykowanie w systemie edukacji kluczowych wartości, jak:
  - wolność
  - podmiotowość
  - otwartość na innych
  - samostanowienie
  - autonomia.
- Rozwijanie potrzeby całościowego poznawania świata i zdobywania niezbędnych do tego kompetencji, zamiast skupienia na wiedzy instrumentalnej, praktycznej i specjalistycznej. Pozwoli to na lepszą adaptację uczniów i studentów do szybko zmieniającej się rzeczywistości społecznej.
- Rozwijanie predyspozycji i aspiracji uczniów oraz kształtowanie ich zdolności do twórczego uczenia się.
- Zmiana modelu uczenia się: odejście od modelu transmisyjnego (jednokierunkowego), w którym nauczyciel jest przekaźnikiem wiedzy, ku modelowi relacyjnemu (wielokierunkowemu), w którym wiedza jest współtworzona przez wszystkie strony procesu.
- Nauczanie nie przez wykładanie wiedzy, ale współtworzenie wiedzy i rozwój kompetencji w kreowanych "sytuacjach edukacyjnych”, stanowiących miejsce przeżywania emocji i odczuwania wartości.
- Częstsze stosowanie aktywizujących metod nauczania, dopuszczenie do kwestionowania przekazywanej wiedzy, samodzielnego rozwiązywania problemów i szukania odpowiedzi.
- Stworzenie środowiska, w którym osoby uczące się i nauczające nie boją się popełniać błędów, traktując je jako wyzwanie i szansę na rozwój.
- Definiowanie racjonalnego i optymalnego wykorzystania narzędzi IT przez szkoły oraz uczelnie zamiast poddawania się rozwojowi nowych technologii.

źródło http://gap.uek.krakow.pl/publikacja-poza-horyzont-kurs-na-edukacje-przyszlosc-systemu-rozwoju-kompetencji-w-polsce/

FUTURE OF JOBS 2020
WORLD ECONOMIC FORUM

Raport Światowego Forum Gospodarczego jest **próbą przewidzenia kierunków i stopnia zmian w globalnym zapotrzebowaniu na pracę oraz kompetencje** w kontekście zachodzących przemian technologicznych. Jest to trzecia edycja raportu (poprzednie wydano w 2016 i 2018 roku). W raportach tych rozwinięto metodologię analizy obejmującą dane ilościowe i jakościowe, między innymi:
- opinie, dyrektorów zarządzających, HR i strategicznych
- dane ilościowe z publicznych i prywatnych rejestrów.

Trzecia edycja skupia się na wpływie pandemii na cykle gospodarcze i przewidzeniu kierunków rozwoju zapotrzebowania na pracę i kompetencje w najbliższych 5 latach.

Najważniejsze tezy raportu:

- Liczba miejsc pracy w zawodach zanikających wciąż będzie niższa, niż liczba dostępnych w przyszłości miejsc w nowych zawodach. W tym zakresie raport stoi w kontrze do innych, bardziej pesymistycznych ekspertyz, które wieszczyły zanik milionów miejsc pracy w wyniku automatyzacji, bez jednoczesnego tworzenia adekwatnej liczby miejsc pracy na nowych stanowiskach. Jednakże szacunki z obecnego raportu wskazują na znaczne zmniejszenie się tej różnicy w stosunku do poprzednich edycji raportu.
- Pandemia nie zmieniła tempa adopcji technologii, a w niektórych obszarach działania nawet go zwiększyła. Coraz bardziej zaznacza się nowy podział pracy pomiędzy ludzi, maszyny i algorytmy. Autorzy przewidują, że w ciągu najbliższych 5 lat czas pracy ludzi (liczony w godzinach) i maszyn się zrówna.
- Będzie zwiększał się **deficyt najbardziej pożądanych kompetencji**, takich jak **myślenie krytyczne, umiejętność analizy, rozwiązywania problemów, umiejętność samozarządzania, odporność na stres, elastyczność**. Deficyty w mniejszym stopniu będą dotyczyły kompetencji twardych, np. związanych z IT.

Źródło: https://www.weforum.org/reports/the-future-of-jobs-report-2020

FUTURE OF JOBS 2020

WORLD ECONOMIC FORUM

- Wzrasta świadomość konieczność przeszkolenia pracowników wśród kadry kierowniczej. Według biorących udział w badaniu menedżerów **40% pracowników będzie wymagało przeszkolenia** trwającego do pół roku. Jednocześnie wzrosły oczekiwania, że pracownicy rozwiną nowe umiejętności. Obecnie nadzieję taką żywi 94% zarządzających, co stanowi wyraźny wzrost względem poprzedniej edycji raportu (65%).
- Zarządzający zwracają uwagę na wyzwania związane z rozpowszechnieniem się pracy zdalnej. Dostrzegają **konieczność zadbania o pracowników biurowych pracujących z domu** w wymiarze ich dobrostanu, poczucia wspólnoty, zaangażowania i przynależności do organizacji.
- Jeżeli nie zostaną podjęte odpowiednie kroki to wpływ technologii i recesji spowodowanej pandemią będzie powodował **zwiększanie się nierówności**. Stanowiska pracy niskopłatnych pracowników, kobiet oraz pracowników młodych w początkach recesji spowodowanej COVID-19 zostały mocniej dotknięte niż w czasie początku Globalnego Kryzysu Finansowego w 2008 roku.
- Zaobserwowano **ogromny wzrost udziału w szkoleniach online**: 4-krotny w przypadku pracowników samodzielnie poszukujących szkoleń, 5-krotny w przypadku szkoleń oferowanych przez pracodawców i 9-krotny w przypadku osób korzystających z programów publicznych. Widoczne jest też zróżnicowanie zainteresowania tymi kursami pomiędzy zatrudnionymi i bezrobotnymi. Zatrudnieni częściej wybierają szkolenia z rozwoju osobistego, podczas gdy bezrobotni chętniej rozwijają umiejętności cyfrowe np. analizę danych czy IT.
- W opinii zarządzających w biznesie sektor publiczny powinien zwiększyć swoją rolę w przekwalifikowaniu i doszkalaniu pracowników, których praca zagrożona jest zanikiem. Obecnie tylko 21% pracodawców biorących udział w badaniu deklarowało korzystanie z publicznej pomocy w rozwijaniu kompetencji pracowników.

Źródło: https://www.weforum.org/reports/the-future-of-jobs-report-2020

KOBIETY W PR

Związek Firm Public Relations wspólnie z OpinionWay Polska

Związek Firm Public Relations wspólnie z OpinionWay Polska przeprowadził badanie „Kobiety w PR". Jest to badanie ilościowe zrealizowane na próbie 167 specjalistów z branży PR. Badanie przeprowadzono na próbie celowo-losowej przy zastosowaniu techniki CAWI. 89% respondentek stanowiły kobiety.
Jednocześnie w 2020 roku Global Women in PR zrealizowało badanie na próbie 378 specjalistów PR z różnych krajów świata (wyłączając Polskę). Badanie ogólnoświatowe stanowi punkt odniesienia dla wyników badania w Polsce.

Środowisko pracy:

- 70% badanych miało przed pandemią doświadczenie pracy elastycznej.
- W 45% polskich firm pracę elastyczną postrzega się pozytywnie, w 36% - neutralnie, a 19% - negatywnie.
- Same badane oceniają elastyczną pracę jednoznacznie pozytywnie, szczególnie zwracając uwagę na pozytywny wpływ elastycznej pracy na zachowanie dobrostanu psychicznego oraz równowagi między pracą zawodową a życiem prywatnym.
- Do najbardziej rozpowszechnionych praktyk związanych z elastycznością należą praca zdalna (57% wskazań) i elastyczny czas pracy (np. w zakresie godziny rozpoczęcia i zakończenia pracy - 53%)
- Najbardziej preferowanym rozwiązaniem jest wprowadzenie premii za wydajność pracy. Aż 67% badanych opowiedziało się za tym rozwiązaniem. Polskie pracownice PR znacznie częściej oczekiwały wprowadzenia premii za efektywność pracy niż respondentki z innych krajów.

Źródło: https://zfpr.pl/wp-content/uploads/2021/03/Raport_Kobiety-w-PR-2021.pdf

Bariery w awansie i wsparcie dla awansu kobiet:

- Wśród barier utrudniających awans kobiet najczęściej były wymieniane: konieczność opieki nad dziećmi lub innymi osobami ze swojej rodziny (82%) oraz brak równowagi między życiem zawodowym a prywatnym na wyższych stanowiskach (73%).
- Respondentki wskazywały też, że ich firmy najczęściej nie oferują niczego, co mogłoby wspierać zawodowy rozwój kobiet (37%). W tym zakresie odpowiedzi w Polsce negatywnie odróżniały się od wyników badania globalnego.

Wpływ rodzicielstwa i opieki nad dziećmi:

- 47% respondentek sprawowało nad kimś (dzieckiem, starszym członkiem rodziny) opiekę w godzinach pracy.
- 54% badanych posiadających dzieci stwierdza, że to one są najbardziej odpowiedzialne za opiekę nad dzieckiem, a 33% dzieli opiekę po równo z partnerami. Żadna osoba nie odpowiedziała, że partner jest bardziej odpowiedzialny za opiekę.
- 52% zauważa negatywny wpływ konieczności opieki na karierę zawodową.

Różnorodność płci w zarządzie:

- 71% badanych ocenia udział osób różnych płci w zarządzie swojej firmy jako uczciwy.
- Jednocześnie 64% uważa, że należy zrobić więcej, aby zapewnić kobietom z branży PR większą obecność w zarządach przedsiębiorstw.

Dysproporcja w płacach między płciami:

- Prawie połowa badanych nie posiada wiedzy na temat tego czy istnieje różnica w wynagrodzeniu między kobietami a mężczyznami w polskich firmach PR.
- Związane jest to z faktem, że aż w 78% firm, w których pracują badane, nie wprowadzono jawności różnic w wynagrodzeniach kobiet i mężczyzn.

Źródło: https://zfpr.pl/wp-content/uploads/2021/03/Raport_Kobiety-w-PR-2021.pdf

PRZEGLĄD WYNAGRODZEŃ. POLSKA 2021
DEVIRE

Raport przedstawia wysokość płac na różnych stanowiskach w 13 branżach. Dane bazują na informacjach pochodzących z procesów rekrutacyjnych, prowadzonych w 2020 roku, jak również z badania CAWI przeprowadzonego w okresie od listopada do grudnia 2020 roku na grupie ponad 1700 aktywnych zawodowo specjalistów i menedżerów. Informacje o płacach uzupełnione zostały komentarzem na temat obserwowanych trendów w popycie na pracę i kompetencje w poszczególnych branżach. Z uwagi na obszar zainteresowania niniejszego monitoringu skupimy się tutaj na wydzielonym w raporcie Devire obszarze digital, media i e-commerce.

Najważniejsze wnioski na temat obszaru digital, media i e-commerce:

- W 2020 roku znacznie wzrósł popyt na kandydatów posiadających doświadczenie w tych obszarach. Szczególnie poszukiwani byli pracownicy posiadający kompetencje z zakresu analityki danych, personalizacji i automatyzacji marketingu, sprzedaży internetowej oraz digital activation.
- Wynagrodzenia w wyróżnionych obszarach rosły, a eksperci Devire oceniają, że trend ten utrzyma się także w latach następnych. Rośnie także rola zespołów digitalowych w organizacjach, a ich kierownicy coraz częściej dołączają do zarządów firm.
- Innym zjawiskiem obserwowanym na rynku było zatrudnianie kandydatów z agencji i domów mediowych w wewnętrznych strukturach firm, co miało źródło w rosnącym zapotrzebowaniu przedsiębiorstw na specjalistyczny know-how ekspertów z różnych obszarów digitalu i e-commerce.
- Zwraca też uwagę wzrost liczby ofert pracy dla kandydatów z obszarów CRM, marketing automation, programmaticu czy analityki danych digitalowych i CRM-owych. Wraz ze zwiększonym popytem na specjalistów z tych dziedzin wzrosły także zarobki na tych stanowiskach o ok. 10-15% rok do roku.

Źródło: https://www.devire.pl/przeglad-wynagrodzen-polska-2021/

KTO TWORZY RADĘ?

W skład Rady wchodzą przedstawiciele pracodawców, instytucji rynku pracy, organizacji branżowych i dialogu społecznego, uczelni wyższych, szkół średnich oraz podmiotów kształcenia ustawicznego. Niezależni specjaliści tworzą Komitet Ekspercki.

Członkostwo w Radzie jest otwarte – do naszych prac mogą dołączyć przedstawiciele podmiotów działających w branży komunikacyjnej, którzy spełnią określone kryteria.

Zapraszamy także do współpracy w ramach Komitetu Eksperckiego.

Sektorowa Rada ds. Kompetencji Sektora Komunikacji Marketingowej powstała z inicjatywy i jest prowadzona przez Stowarzyszenie Komunikacji Marketingowej SAR oraz Związek Pracodawców Branży Internetowej IAB Polska.

To jeden z kilkunastu projektów realizowanych dla różnych sektorów gospodarki w ramach „Programu Operacyjnego Wiedza Edukacja Rozwój 2014-2020", współfinansowanego z Europejskiego Funduszu Społecznego, wdrażanego przez Polską Agencję Rozwoju Przedsiębiorczości.

Kontakt: rada.sektorowa@sar.org.pl
www.radasektorowa-komunikacja.pl

O STOWARZYSZENIU KOMUNIKACJI MARKETINGOWEJ SAR – LIDERZE PROJEKTU

SAR istnieje od 1997 roku. Organizacja zrzesza firmy, które tworzą efektywną komunikację marketingową, jest to obecnie 130 podmiotów: agencje full service, agencje mediowe, agencje brand design & consulting, agencje eventowe, agencje interaktywne, domy produkcyjne i agencje AdTech.

Jednym z głównych zadań SAR jest promocja oraz animacja środowiska reklamowego w Polsce oraz tworzenie warunków do wymiany doświadczeń i wiedzy pomiędzy podmiotami działającymi na rynku. Ponadto działalność SAR obejmuje opracowywanie, systematyzowanie i popularyzowanie standardów przetargowych oraz dobrych praktyk biznesowych, organizowanie szkoleń, seminariów i edukowanie kadr, a także prowadzenie badań branżowych. Oprócz tego SAR wraz Polską Konfederacją Pracodawców Prywatnych (Związek Mediów i Reklamy) prowadzi lobbing wokół prawa reklamy.

Stowarzyszenie jest organizatorem wyznaczających standardy reklamowe konkursów i związanych z nimi konferencji: Effie Awards, Innovation Award i KTR. Od 1999 r. SAR jest członkiem European Advertising Agencies Association (EAAA), obecnie European Association of Communications Agencies (EACA). Oprócz tego współpracuje z międzynarodowymi stowarzyszeniami reklamy, tj. EACA, IPA, ADCE. W Polsce SAR jest przedstawicielem międzynarodowego konkursu Cannes Lions.

www.sar.org.pl

sar STOWARZYSZENIE KOMUNIKACJI MARKETINGOWEJ

O ZWIĄZKU PRACODAWCÓW BRANŻY INTERNETOWEJ IAB POLSKA – PARTNERZE PROJEKTU

IAB Polska działa od 2000 roku. Jest to organizacja zrzeszająca ponad 230 najważniejszych firm polskiego rynku internetowego, w tym największe portale internetowe, sieci reklamowe, domy mediowe i agencje interaktywne.

Głównym celem IAB Polska jest szeroko pojęta edukacja rynku w zakresie wykorzystania internetu jako skutecznego narzędzia prowadzenia biznesu i promocji. Organizacja propaguje skuteczne rozwiązania e-marketingowe, tworzy, prezentuje i wdraża standardy jakościowe. Związek przygotowuje także raporty i badania rynku online, m.in. Raport Strategiczny, który szczegółowo prezentuje aktualną sytuację oraz prognozy dotyczące rynku cyfrowego w Polsce, oraz badanie AdEx, którego wyniki są bazą analiz wydatków reklamowych. IAB Polska jest organizatorem branżowych konferencji (Forum IAB, IAB HowTo), konkursu wyłaniającego najlepsze digitalowe kampanie reklamowe IAB MIXX Awards, a także licznych warsztatów i szkoleń (Akademia DIMAQ).

Jednym z flagowych projektów IAB Polska jest DIMAQ – międzynarodowy standard kwalifikacji e-marketingowych. IAB Polska jest częścią struktur światowych organizacji IAB oraz członkiem IAB Europe, Związku Stowarzyszeń Rada Reklamy, Krajowej Izby Gospodarczej oraz Business Centre Club.

www.iab.org.pl

iab polska

PARP
Grupa PFR

Sektorowa Rada
ds. Kompetencji
Komunikacja Marketingowa

www.radasektorowa-komunikacja.pl

Lider projektu:

Partner:

Fundusze Europejskie
Wiedza Edukacja Rozwój

Rzeczpospolita Polska

Unia Europejska
Europejski Fundusz Społeczny