

Raport za 2025 r. Sektorowej Rady ds. Kompetencji - KOMUNIKACJA MARKETINGOWA

Stowarzyszenie Komunikacji Marketingowej SAR; ul. Czerska 8/10, 00-732 Warszawa
Tel. +48 22 898 84 25; email: rada.sektorowa@sar.org.pl | <https://radasektorowa-komunikacja.pl/>



Fundusze Europejskie
dla Rozwoju Społecznego



Rzeczpospolita
Polska

Dofinansowane przez
Unię Europejską



Spis treści

| | |
|--|----|
| METRYCZKA..... | 4 |
| OPIS DZIAŁAŃ ZREALIZOWANYCH PRZEZ RADĘ W OKRESIE SPRAWOZDAWCZYM. | 5 |
| Organizacja i prowadzenie Rady..... | 5 |
| Bieżący opis sektora oraz informacje o aktualnym składzie rady w kontekście reprezentatywności sektora. | 5 |
| Metody włączania do prac rady jak najszerszego grona interesariuszy, sposoby badania potrzeb interesariuszy i zapewnienia reprezentatywności sektora w Radzie..... | 11 |
| Informacje o posiedzeniach rady i grup roboczych..... | 11 |
| Informacje o możliwych sposobach kontaktu z radą sektorową i o wykorzystywaniu ich przez interesariuszy rady.. | 11 |
| Informacje o udziale rady w inicjatywach organizowanych przez interesariuszy rady..... | 12 |
| Kontrola jakości pracy rady..... | 12 |
| Inicjatywy podejmowane przez radę w okresie sprawozdawczym..... | 12 |
| Propozycje zmian legislacyjnych..... | 13 |
| Inicjatywy realizowane z wykorzystaniem przepisów o Zintegrowanym Systemie Kwalifikacji..... | 13 |
| Inicjatywy realizowane z wykorzystaniem przepisów o prawie oświatowym..... | 14 |
| Inicjatywy realizowane z wykorzystaniem przepisów o szkolnictwie wyższym..... | 15 |
| Porozumienia sektorowe i edukacyjne..... | 16 |
| Rekomendacje rady w zakresie potrzeb kompetencyjnych..... | 16 |
| Informacje o współpracy z innymi radami sektorowymi..... | 17 |
| Informacje o współpracy z samorządem terytorialnym i sposobem uwzględnienia potrzeb regionalnych w działaniach rady..... | 18 |
| Informacje o współpracy rady w zakresie działań ujętych w programie Fundusze Europejskie dla Nowoczesnej Gospodarki..... | 18 |
| Inne inicjatywy podejmowane przez Radę..... | 18 |
| Aktywność badawcza i analityczna rady..... | 18 |
| Badania i analizy..... | 18 |
| Komunikacja i informacja o radzie..... | 19 |
| Działania komunikacyjne i upowszechniające skierowane na zewnątrz..... | 19 |
| Sposób zapewnienia członkom rady pełnej informacji o pracach rady..... | 22 |
| ŹRÓDŁO FINANSOWANIA DZIAŁAŃ OPISANYCH W RAPORCIE..... | 22 |
| PLAN DZIAŁAŃ RADY W UJĘCIU KWARTALNYM NA ROK | 22 |
| I kwartał kalendarzowy..... | 22 |
| II kwartał kalendarzowy..... | 22 |
| III kwartał kalendarzowy..... | 23 |
| IV kwartał kalendarzowy..... | 23 |

| | |
|--|----|
| Planowane badania/analizy w roku | 23 |
| Dodatkowe informacje. | 25 |

METRYCZKA.

| | |
|--|---|
| <i>Nazwa podmiotu prowadzącego radę sektorową:</i> | Stowarzyszenie Komunikacji Marketingowej SAR Podmiot współpracujący: Związek Pracodawców Branży Internetowej Interactive Advertising Bureau Polska |
| <i>Strona internetowa Rady</i> | https://radasektorowa-komunikacja.pl/ |

OPIS DZIAŁAŃ ZREALIZOWANYCH PRZEZ RADĘ W OKRESIE SPRAWOZDAWCZYM¹.

Organizacja i prowadzenie Rady.

Bieżący opis sektora oraz informacje o aktualnym składzie rady w kontekście reprezentatywności sektora².

Opis sektora:

Sektor Komunikacji Marketingowej obejmuje szerokie spektrum usług związanych z reklamą, public relations, nadawaniem programów, działalnością wydawniczą oraz rozwiązaniami technologicznymi wspierającymi te obszary.

Obszary działalności:

- 1) Reklama - strategia, kreacja, produkcja, planowanie mediów, zakup i emisja, monitoring;
- 2) Nadawanie programów - projektowanie, produkcja, emisja (sprzedaż), rozliczanie sprzedaży;
- 3) Wydawnictwa i wydawcy internetowi - projektowanie, produkcja, publikacja i nadzór, monitoring.
- 4) Public Relations (PR) – wszystkie działania, których celem jest utrzymanie pozytywnego wizerunku firmy oraz budowa dobrych relacji z odbiorcami i klientami.

Sektor obejmuje także: działalność związaną z oprogramowaniem i doradztwem w zakresie informatyki oraz działalność powiązaną w celu wywołania u odbiorcy oczekiwanych zachowań konsumenckich, jak również działalność w zakresie przetwarzania danych celem analizy zachowań odbiorców i skuteczności nadanych komunikatów. Opracowywanie i zarządzanie treściami na stronach internetowych i w mediach społecznościowych, innowacje i technologie marketingowe z obszarów m.in. eRetail, e-commerce, content, marketing automation, chatbots, anti-fraud detection, mobile oraz gaming.

Informacje o zmianach w składzie rady oraz o reprezentatywności składu rady dla sektora:

W okresie sprawozdawczym nie dokonywano zmian w składzie Rady. Podstawowy skład Rady zapewnia reprezentatywność wszystkich kluczowych obszarów sektora.

Aktualny skład rady:

| | |
|---------------------|-----------------------|
| 1. Imię i nazwisko: | Agata Szybilska-Czech |
|---------------------|-----------------------|

¹ W sprawozdaniu należy podawać dane ilościowe dotyczące zrealizowanych działań przez Radę np. w przypadku opisu posiedzeń rady – liczba posiedzeń, częstotliwość organizacji posiedzeń, liczba osób uczestniczących w posiedzeniu.

² W opisie prosimy także zawrzeć informację o zmianach w Składzie Rady.

| | |
|-----------------------------------|---|
| Nazwa jednostki: | WEBTALK Sp. z o.o. |
| Typ interesariusza ³ : | przedsiębiorca |
| 2. Imię i nazwisko: | Artur Kudzia |
| Nazwa jednostki: | Miejski Urząd Pracy w Kielcach |
| Typ interesariusza: | Inne |
| 3. Imię i nazwisko: | Cezary Nowak |
| Nazwa jednostki: | Związek Firm Public Relations |
| Typ interesariusza: | partner społeczno-gospodarczy |
| 4. Imię i nazwisko: | Dariusz Zając |
| Nazwa jednostki: | Zespół Szkół Przemysłu Mody i Reklamy im. W. S. Reymonta w Częstochowie |
| Typ interesariusza: | edukacja |
| 5. Imię i nazwisko: | Elżbieta Czernik |
| Nazwa jednostki: | Centrum Kształcenia Zawodowego i Ustawicznego w Sosnowcu |
| Typ interesariusza: | edukacja |
| 6. Imię i nazwisko: | Emilia Hahn |
| Nazwa jednostki: | Stowarzyszenie Agencji Public Relations |
| Typ interesariusza: | partner społeczno-gospodarczy |
| 7. Imię i nazwisko: | Ewa Duda - Maciejewska |
| Nazwa jednostki: | Civitas |
| Typ interesariusza: | edukacja |
| 8. Imię i nazwisko: | Ewa Opach |
| Nazwa jednostki: | Związek Pracodawców Branży Internetowej Interactive Advertising Bureau Polska |
| Typ interesariusza: | partner społeczno-gospodarczy |
| 9. Imię i nazwisko: | Grzegorz Krzemień |
| Nazwa jednostki: | GoldenSubmarine sp. z o.o. sp. K |

³ Należy wymienić zgodnie z ustawą o utworzeniu PARP, tj. partner społeczno-gospodarczy, czyli przedstawiciel: - organizacji pracodawców i organizacji związkowych, reprezentatywnych w rozumieniu ustawy z dnia 24 lipca 2015 r. o Radzie Dialogu Społecznego i innych instytucjach dialogu społecznego (Dz. U. z 2018 r. poz. 2232, z 2020 r. poz. 568 i 2157, z 2021 r. poz. 2445 oraz z 2022 r. poz. 2666) lub samorządów zawodowych, lub izb gospodarczych, lub organizacji pozarządowych, lub podmiotów, o których mowa w art. 7 ust. 1 pkt 1, 2 i 4-8 ustawy z dnia 20 lipca 2018 r. - Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce (Dz. U. z 2023 r. poz. 742), lub Rady Działalności Pożytku Publicznego; uczelni; podmiot, o którym mowa w art. 2 ustawy z dnia 14 grudnia 2016 r. Prawo oświatowe; przedsiębiorca; minister właściwy dla danego sektora gospodarki (należy podać właściwość ministra).

| | |
|----------------------|--|
| Typ interesariusza: | przedsiębiorca |
| 10. Imię i nazwisko: | Joanna Berlińska |
| Nazwa jednostki: | Lightscape Sp. z o.o. |
| Typ interesariusza: | przedsiębiorca |
| 11. Imię i nazwisko: | Łukasz Bis |
| Nazwa jednostki: | JDG Łukasz Bis |
| Typ interesariusza: | przedsiębiorca |
| 12. Imię i nazwisko: | Magdalena Tyszkiewicz |
| Nazwa jednostki: | Stowarzyszenie Komunikacji Marketingowej SAR |
| Typ interesariusza: | partner społeczno-gospodarczy |
| 13. Imię i nazwisko: | Mariusz Pęza |
| Nazwa jednostki: | Zespół Szkół Technicznych i Ogólnokształcących w Białymstoku |
| Typ interesariusza: | edukacja |
| 14. Imię i nazwisko: | Michał Kociankowski |
| Nazwa jednostki: | Synergion Michał Kociankowski Spółka Komandytowa |
| Typ interesariusza: | przedsiębiorca |
| 15. Imię i nazwisko: | Paweł Tyszkiewicz |
| Nazwa jednostki: | Stowarzyszenie Komunikacji Marketingowej SAR |
| Typ interesariusza: | partner społeczno-gospodarczy |
| 16. Imię i nazwisko: | Renata Poreda |
| Nazwa jednostki: | Polskie Stowarzyszenie Public Relations |
| Typ interesariusza: | partner społeczno-gospodarczy |
| 17. Imię i nazwisko: | Robert Wielgo |
| Nazwa jednostki: | Związek Stowarzyszeń Rada Reklamy |
| Typ interesariusza: | partner społeczno-gospodarczy |
| 18. Imię i nazwisko: | Włodzimierz Schmidt |
| Nazwa jednostki: | Związek Pracodawców Branży Internetowej IAB |
| Typ interesariusza: | partner społeczno-gospodarczy |
| 19. Imię i nazwisko: | Zbigniew Brzeziński |
| Nazwa jednostki: | Miejski Urząd Pracy w Kielcach |
| Typ interesariusza: | inne |
| 20. Imię i nazwisko: | Agnieszka Marzęda |

| | |
|----------------------|---|
| Nazwa jednostki: | Uniwersytet Warszawski, Wydział Dziennikarstwa, Informacji i Biologii |
| Typ interesariusza: | edukacja |
| 21. Imię i nazwisko: | Sławomir Gawroński |
| Nazwa jednostki: | Wyższa Szkoła Informatyki i Zarządzania w Rzeszowie |
| Typ interesariusza: | edukacja |
| 22. Imię i nazwisko: | Agnieszka Bacińska |
| Nazwa jednostki: | Walk PR Sp. z o.o. |
| Typ interesariusza: | przedsiębiorca |
| 23. Imię i nazwisko: | Agata Kaczmarska |
| Nazwa jednostki: | Dentsu Polska Sp. z o.o. |
| Typ interesariusza: | przedsiębiorca |
| 24. Imię i nazwisko: | Joanna Pikuła-Małachowska |
| Nazwa jednostki: | Politechnika Częstochowska Wydział Zarządzania |
| Typ interesariusza: | edukacja |
| 25. Imię i nazwisko: | Monika Fedorczyk |
| Nazwa jednostki: | Urząd Pracy m. st. Warszawa |
| Typ interesariusza: | inne |
| 26. Imię i nazwisko: | Aleksandra Zwolińska-Czuba |
| Nazwa jednostki: | Altavia Kamikaze sp.z.o.o |
| Typ interesariusza: | przedsiębiorca |
| 27. Imię i nazwisko: | Andrzej Klimczyk |
| Nazwa jednostki: | Brand Focus Andrzej Klimczyk |
| Typ interesariusza: | przedsiębiorca |
| 28. Imię i nazwisko: | Wojciech Stęchły |
| Nazwa jednostki: | Instytut Badań Edukacyjnych |
| Typ interesariusza: | edukacja |
| 29. Imię i nazwisko: | Marcin Gaworski |
| Nazwa jednostki: | 180HeartBeats + Jung von Matt |
| Typ interesariusza: | przedsiębiorca |
| 30. Imię i nazwisko: | Magdalena Magusiak |
| Nazwa jednostki: | Dentsu Polska Sp. z o.o. |
| Typ interesariusza: | przedsiębiorca |
| 31. Imię i nazwisko: | Magdalena Drzazga |
| Nazwa jednostki: | Chapter 1 Sp.z o.o. |

| | |
|----------------------|---------------------------------------|
| Typ interesariusza: | przedsiębiorca |
| 32. Imię i nazwisko: | Renata Syperek-Komar |
| Nazwa jednostki: | ConTrust Communication s.c., |
| Typ interesariusza: | przedsiębiorca |
| 33. Imię i nazwisko: | Urszula Lisiecka |
| Nazwa jednostki: | DDB Warszawa Sp. z o.o. |
| Typ interesariusza: | przedsiębiorca |
| 34. Imię i nazwisko: | Ewelina Rozpara |
| Nazwa jednostki: | Business Centre Club |
| Typ interesariusza: | partner społeczno-gospodarczy |
| 35. Imię i nazwisko: | Dorota Bieniek-Kaska |
| Nazwa jednostki: | LoveBrands Group Sp. z o.o. |
| Typ interesariusza: | przedsiębiorca |
| 36. Imię i nazwisko: | Magdalena Kolenkiewicz |
| Nazwa jednostki: | Starcom Sp. z o.o. |
| Typ interesariusza: | przedsiębiorca |
| 37. Imię i nazwisko: | Paweł Gala |
| Nazwa jednostki: | Wavemaker Sp. z o.o. |
| Typ interesariusza: | przedsiębiorca |
| 38. Imię i nazwisko: | Piotr Zagórski |
| Nazwa jednostki: | Flollow Sp. z o.o. |
| Typ interesariusza: | przedsiębiorca |
| 39. Imię i nazwisko: | Anna Maciągowska Rybicka |
| Nazwa jednostki: | Havas Media Sp. z o. o. |
| Typ interesariusza: | przedsiębiorca |
| 40. Imię i nazwisko: | Sylwia Chmielewska-Fryze |
| Nazwa jednostki: | Group One Media Sp. z o.o. |
| Typ interesariusza: | przedsiębiorca |
| 41. Imię i nazwisko: | Sławomir Jarka |
| Nazwa jednostki: | Instytut Zarządzania SGGW w Warszawie |
| Typ interesariusza: | edukacja |
| 42. Imię i nazwisko: | Magdalena Szmidt |
| Nazwa jednostki: | MOSQI.TO |
| Typ interesariusza: | przedsiębiorca |

| | |
|------------------------------|--|
| 43. Imię i nazwisko: | Jakub Zajdel |
| Nazwa jednostki: | More Communications Agency |
| Typ interesariusza: | przedsiębiorca |
| 44. Imię i nazwisko: | Karolina Kulig |
| Nazwa jednostki: | Luckyyou Interactive Sp. z o.o. |
| Typ interesariusza: | przedsiębiorca |
| 45. Imię i nazwisko: | Iwona Bortniczuk |
| Nazwa jednostki: | Net Arch Sp. z o.o. |
| Typ interesariusza: | przedsiębiorca |
| 46. Imię i nazwisko: | Lidia Danik |
| Nazwa jednostki: | Szkoła Główna Handlowa w Warszawie |
| Typ interesariusza: | edukacja |
| 47. edukacjaImię i nazwisko: | Magdalena Murzyn |
| Nazwa jednostki: | Uniwersytet WSB Merito we Wrocławiu |
| Typ interesariusza: | edukacja |
| 48. Imię i nazwisko: | Teresa Wierzbowska |
| Nazwa jednostki: | Związek Pracodawców Prywatnych Mediów Lewiatan |
| Typ interesariusza: | partner społeczno-gospodarczy |
| 49. Imię i nazwisko: | Jakub Szczygieł |
| Nazwa jednostki: | SALESTUBE Sp. z o.o. |
| Typ interesariusza: | przedsiębiorca |
| 50. Imię i nazwisko: | Justyna Pliś |
| Nazwa jednostki: | AtomStore Sp. z o.o. |
| Typ interesariusza: | przedsiębiorca |
| 51. Imię i nazwisko: | Paulina Kozyra |
| Nazwa jednostki: | Paulina Kozyra Creativ Lab |
| Typ interesariusza: | przedsiębiorca |
| 52. Imię i nazwisko: | Weronika Ładzińska |
| Nazwa jednostki: | PromoTraffic Sp. z o.o. |
| Typ interesariusza: | przedsiębiorca |
| 53. Imię i nazwisko: | Anna Miotk |
| Nazwa jednostki: | Polskie Badania Internetu Sp. z o. o. |
| Typ interesariusza: | partner społeczno-gospodarczy |

Informacja o stronie internetowej ze składem rady:

<https://radasektorowa-komunikacja.pl/czlonkowie-rady/>

Metody włączania do prac rady jak najszerszego grona interesariuszy, sposoby badania potrzeb interesariuszy i zapewnienia reprezentatywności sektora w Radzie⁴.

Rada Sektorowa (2.0) rozpoczęła swoją działalność w IV kwartale 2025 roku. Zaproszenie do członkostwa do obecnej kadencji Rady zostało szeroko rozpowszechnione wśród przedstawicieli sektora i inne podmioty istotne dla działania sektora. Powołano 53 członków Rady. W 2026 r. planowane jest rozszerzenie składu Rady o nowych członków systemowo związanych z obszarem działania Rady. Dobór kandydatów na członków Rady będzie prowadzony z uwzględnieniem specyfiki sektora Komunikacji Marketingowej.

W 2026 r. planowane jest rozszerzenie składu o nowych członków systemowo związanych z obszarem jej działania, z uwzględnieniem specyfiki sektora komunikacji marketingowej.

Rada będzie prowadzić monitoring zmian w strukturze sektora, w tym identyfikację nowych interesariuszy na podstawie analiz rynkowych, raportów oraz konsultacji branżowych. W przypadku istotnych zmian wdrażany będzie proces włączania nowych podmiotów do prac Rady, zapewniający reprezentatywność składu.

Informacje o posiedzeniach rady i grup roboczych⁵.

Liczba przeprowadzonych posiedzeń SRK (w tym grup roboczych) związanych z realizacją zadań przez Radę sektorową – 1

W dniu 24 listopada 2025 r. odbyło się posiedzenie Rady Sektorowej w formule zdalnej, za pośrednictwem platformy Microsoft Teams. W spotkaniu uczestniczyło 43 członków Rady.

Informacje o możliwych sposobach kontaktu z radą sektorową i o wykorzystywaniu ich przez interesariuszy rady.

⁴ Czy nowi interesariusze sektora pozyskani w wyniku monitoringu sektora są włączani w prace Rady? Należy odnieść się do części III pkt. 3 wniosku o powierzenie organizacji i prowadzenia rady sektorowej. Należy załączyć listę interesariuszy (wg. wzoru w załączniku nr 2 do sprawozdania z działalności Rady).

⁵ Proszę wpisać jakie grupy zostały powołane, jakie działania zostały przez nie wykonane wraz z datami, jakie powstały produkty.

Interesariusze mogą kontaktować się z Radą za pośrednictwem biura projektu, wskazanych osób do kontaktu (Prezydium, Animatorka Rady), a także za pośrednictwem profilu Rady w mediach społecznościowych na platformie LinkedIn.

Kontakt ten obejmuje możliwość zgłaszania opinii, potrzeb oraz propozycji współpracy, a także udziału w konsultacjach i inicjatywach prowadzonych przez Radę. Informacje o bieżących działaniach, planowanych wydarzeniach oraz efektach prac Rady są publikowane na bieżąco w dostępnych kanałach komunikacyjnych, co zapewnia przejrzystość działań oraz stały dialog z otoczeniem sektora

Informacje o udziale rady w inicjatywach organizowanych przez interesariuszy rady.

W grudniu 2025 r. Przewodniczący Rady uczestniczył w spotkaniu europejskich organizacji branżowych organizowanym przez EACA w Brukseli, podczas którego zaprezentował działania Rady.

14 listopada 2025 r. koordynatorka działania Rady wzięła udział w spotkaniu tematycznej sieci współpracy i wymiany doświadczeń pn. „Rozwijanie i wykorzystanie umiejętności w miejscu pracy oraz współpraca pracodawców z edukacją formalną i pozaformalną”, realizowanych na zlecenie Fundacji Rozwoju Systemu Edukacji. W trakcie spotkania omawiano kwestie współpracy Wojewódzkich Zespołów Koordynacji z Sektorowymi Radami ds. Kompetencji oraz Branżowymi Centrami Umiejętności. Zaprezentowano działania Rady Sektorowej ds. Komunikacji Marketingowej oraz działania Branżowego Centrum Umiejętności w dziedzinie reklamy.

Kontrola jakości pracy rady⁶.

Sposób realizacji kontroli jakości prac Rady został określony w Regulaminie Rady, który przewiduje weryfikację planów pracy Rady przez Prezydium Rady. Mechanizm ten ma zapewnić zgodność działań z przyjętymi celami, harmonogramem oraz zakresem zadań wynikających z projektu.

W okresie sprawozdawczym, z uwagi na rozpoczęcie działalności Rady w IV kwartale 2025 r., Prezydium nie realizowało działań kontrolnych.

Inicjatywy podejmowane przez radę w okresie sprawozdawczym.

⁶ Proszę wskazać przykłady kontroli jakości pracy rady. Informacja nie powinna przekraczać 10 zdań. Zapewnianie jakości pracy Rady ma kluczowe znaczenie dla organizacji i prowadzenia rady. Z tego względu prosimy uwzględnić opis opierający się o działania lub elementy działań Rady, które mają znaczenie dla zapewnienia jakości jej pracy wraz z opisaniem ryzyka niepowodzenia tych działań oraz opisem środków zapobiegawczych z uwzględnieniem możliwości komunikacji z radą jej interesariuszy, ustalania i kontrolowania standardów etycznych, procesy autoewaluacji (oceny jakości pracy rady).

Propozycje zmian legislacyjnych⁷.

L.p.: 1

Tytuł dokumentu:

Rodzaj aktu prawnego: n/d

Informacje o przyczynach i potrzebie wprowadzenia zmian legislacyjnych: n/d

Organ, do którego zgłoszono projekt zmian legislacyjnych lub planowane jest zgłoszenie zmian legislacyjnych: n/d

Osoby lub grupa robocza odpowiedzialna za opracowanie uwag: n/d

Rezultat zgłoszenia: n/d

Uwagi dodatkowe: W 2025 r. nie realizowano zadań w tym zakresie.

Inicjatywy realizowane z wykorzystaniem przepisów o Zintegrowanym Systemie Kwalifikacji

Wnioskowanie do ministra właściwego o podjęcie działań w celu włączenia Sektorowej Ramy Kwalifikacji do Zintegrowanego Systemu Kwalifikacji (ZSK):

Nie⁸

Dodatkowe informacje/uzasadnienie: <proszę wpisać>

W 2025 r. nie realizowano zadań w tym zakresie.

Konsultacje wniosku o włączenie kwalifikacji rynkowej z ministrem właściwym.

Nie

Dodatkowe informacje/uzasadnienie: <proszę wpisać>

W 2025 r. nie realizowano zadań w tym zakresie.

Wnioskowanie do ministra właściwego o dokonanie przeglądu włączonej do Zintegrowanego Systemu Kwalifikacji rynkowej lub o przywrócenie kwalifikacji rynkowej statusu kwalifikacji rynkowej funkcjonującej, jeśli miała status archiwalnej.

⁷ Opis powinien zawierać informację o propozycjach zmian legislacyjnych, które zostały przekazane przez Radę, propozycjach zmian legislacyjnych, które są w trakcie opracowywania lub na etapie analiz. Zmianą legislacyjną są zmiany dotyczące powszechnie obowiązującego prawa zgodnie z art. 87 Konstytucji Rzeczypospolitej Polskiej (ustawy, ratyfikowane umowy międzynarodowe oraz rozporządzenia, akty prawa miejscowego).

⁸ Należy zostawić właściwą odpowiedź, niewłaściwą wykasować.

| |
|--|
| Nie |
| Dodatkowe informacje/uzasadnienie: <proszę wpisać> W 2025 r. nie realizowano zadań w tym zakresie. |
| Inne działania dotyczące ZSK np. tworzenie, aktualizacji opisów kwalifikacji. |
| Nie |
| Dodatkowe informacje/uzasadnienie: <proszę wpisać> W 2025 r. nie realizowano zadań w tym zakresie. |

Inicjatywy realizowane z wykorzystaniem przepisów o prawie oświatowym.

| |
|---|
| Wystąpienie do właściwych ministrów z propozycją wprowadzenia do klasyfikacji zawodów szkolnictwa branżowego zawodu, wykreślenia zawodu lub dokonania zmiany dotyczącej zawodu, kwalifikacji wyodrębnionej w zawodzie lub dodatkowych umiejętności zawodowych. |
| Nie⁹ |
| Dodatkowe informacje/uzasadnienie: W 2025 r. nie realizowano zadań w tym zakresie. |
| Wydanie opinii do prognozy zapotrzebowania na pracowników w zawodach szkolnictwa branżowego na krajowym i wojewódzkim rynku pracy. |
| Nie |
| Dodatkowe informacje/uzasadnienie: W 2025 r. nie realizowano zadań w tym zakresie. |
| Udział w zebraniach rady pedagogicznej w szkołach prowadzących kształcenie zawodowe. Zabieranie głosu doradczego. |
| Tak |
| Dodatkowe informacje/uzasadnienie: W listopadzie 2025 r. Przewodniczący Rady oraz dwóch członków Rady Sektorowej, jako reprezentanci Rady w BCU Reklama, wzięli udział w zebraniu Rady Pedagogicznej BCU. |

⁹ Należy zostawić właściwą odpowiedź, niewłaściwą wykasować.

| |
|--|
| <p>Wpis do ewidencji egzaminatorów w zakresie przeprowadzania egzaminu zawodowego przedstawiciel rady sektorowej (o ile spełni inne, ustawowe warunki dotyczące m. in. kwalifikacji):</p> <p>Nie</p> |
| <p>Dodatkowe informacje/uzasadnienie:</p> <p>W 2025 r. nie realizowano zadań w tym zakresie.</p> |
| <p>Udział w posiedzeniu wojewódzkiej rady rynku pracy przy wydawaniu opinii o zasadności kształcenia w danym zawodzie zgodnie z potrzebami rynku pracy.</p> <p>Nie</p> |
| <p>Dodatkowe informacje/uzasadnienie:</p> <p>W 2025 r. nie realizowano zadań w tym zakresie.</p> |
| <p>Opracowywanie i aktualizacja podstaw programowych dla zawodów szkolnictwa branżowego, oparta na diagnozie zapotrzebowania na określone kompetencje i specyfikacji stanowisk pracy powiązanych z zawodem.</p> <p>Nie</p> |
| <p>Dodatkowe informacje/uzasadnienie:</p> <p>W 2025 r. nie realizowano zadań w tym zakresie.</p> |
| <p>Opracowywanie zadań możliwych do wykorzystania w trakcie egzaminów zawodowych.</p> <p>Nie</p> |
| <p>Dodatkowe informacje/uzasadnienie:</p> <p>W 2025 r. nie realizowano zadań w tym zakresie.</p> |
| <p>Udział przedstawicieli sektorowej rady ds. kompetencji w składzie rady branżowego centrum umiejętności</p> <p>Tak</p> |
| <p>Dodatkowe informacje/uzasadnienie:</p> <p>–</p> |

Inicjatywy realizowane z wykorzystaniem przepisów o szkolnictwie wyższym.

Współpraca z radami uczelni.

| |
|--|
| /Nie¹⁰ |
| Dodatkowe informacje/uzasadnienie: W 2025 r. nie realizowano zadań w tym zakresie. |
| Opiniowanie i/lub wprowadzanie zmian do programu studiów. |
| Nie |
| Dodatkowe informacje/uzasadnienie: W 2025 r. nie realizowano zadań w tym zakresie. |
| Udział w zebraniach rady uczelni. |
| Nie |
| Dodatkowe informacje/uzasadnienie: W 2025 r. nie realizowano zadań w tym zakresie. |
| Inne inicjatywy podejmowane we współpracy z uczelnią wyższą. |
| Nie |
| Dodatkowe informacje/uzasadnienie: W 2025 r. nie realizowano zadań w tym zakresie. |

Porozumienia sektorowe i edukacyjne¹¹.

L.p.: 1

Data porozumienia: n/d

Strony porozumienia: n/d

Zakres porozumienia: W 2025 r. nie realizowano zadań w tym zakresie.

Rekomendacje rady w zakresie potrzeb kompetencyjnych.

Sytuacja sektora¹².

Sektor komunikacji marketingowej w Polsce pozostaje jednym z dynamiczniej rozwijających się obszarów gospodarki, obejmującym działalność reklamową, public relations, nadawanie programów, działalność

¹⁰ Należy zostawić właściwą odpowiedź, niewłaściwą wykasować.

¹¹ Porozumienia sektorowe, edukacje i inne służące eliminacji barier utrudniających dostęp do pracowników o pożądanym kompetencjach.

¹² Prosimy o przedstawienie sytuacji sektora i perspektyw jego rozwoju w okresie najbliższych kilku lat, np. na podstawie analizy dokumentów/badań/spotkań oraz prosimy opisać zapotrzebowanie na rekomendacje. Opis sytuacji sektora powinien być zbieżny z tym przedstawionym w rekomendacjach rady, rozszerzony o dodatkowe informacje, których ze względu na ograniczoną objętość nie ujęto w rekomendacji.

wydawniczą oraz rozwój i wdrażanie technologii marketingowych. Zgodnie z dostępnymi analizami i raportami branżowymi sektor generuje miliardowe obroty, zatrudnia około 550 tys. osób w ponad 250 tys. podmiotów oraz wykazuje rosnący udział eksportu usług.

Rozwój sektora jest silnie napędzany przez postępującą cyfryzację, rosnącą rolę danych w procesach decyzyjnych oraz zmieniające się oczekiwania odbiorców, którzy oczekują coraz bardziej spersonalizowanej i spójnej komunikacji. Jednocześnie rośnie znaczenie działań związanych ze zrównoważonym rozwojem, które stają się standardem w strategiach marketingowych przedsiębiorstw.

W perspektywie najbliższych kilku lat kluczowym czynnikiem transformacji sektora będzie dalszy rozwój i upowszechnienie technologii cyfrowych, w szczególności narzędzi sztucznej inteligencji oraz automatyzacji procesów marketingowych. Analizy branżowe wskazują na rosnące zapotrzebowanie na kompetencje związane z wykorzystaniem AI do personalizacji komunikacji, analizy danych, optymalizacji kampanii oraz automatyzacji procesów projektowych i zarządczych.

Istotnym kierunkiem rozwoju pozostaje także wzrost znaczenia kompetencji związanych z zarządzaniem doświadczeniem klienta, projektowaniem zintegrowanych ścieżek zakupowych oraz skutecznym łączeniem kanałów online i offline. Wraz z rosnącą złożonością projektowanych kampanii rośnie znaczenie kompetencji strategicznych, analitycznych oraz umiejętności planowania i realizacji działań w modelu omnichannel.

Analizy sektora wskazują również na konieczność systematycznego rozwoju kompetencji pracowników jako warunku utrzymania konkurencyjności przedsiębiorstw. W najbliższych latach można oczekiwać dalszego wzrostu znaczenia kompetencji cyfrowych, analitycznych oraz interdyscyplinarnych, a także zwiększenia zapotrzebowania na specjalistów łączących wiedzę technologiczną z kompetencjami strategicznymi i kreatywnymi.

Podsumowując, sektor komunikacji marketingowej pozostaje w fazie dynamicznej transformacji technologicznej i organizacyjnej, a jego rozwój w najbliższych latach będzie determinowany przez tempo adaptacji nowych technologii, zdolność do zarządzania danymi oraz rozwój kompetencji odpowiadających na rosnącą złożoność procesów komunikacyjnych i oczekiwań rynku.

Wykaz rekomendacji wydany przez Radę Sektorową.

L.p. 1

Numer uchwały: n/d

Data uchwały: n/d

Zakres rekomendacji: n/d

Sposób dostępu do rekomendacji¹³:

Pierwsze rekomendacje Rady zostaną wydane i upublicznione na stronie Rady w I kwartale 2026 r

Informacje o współpracy z innymi radami sektorowymi¹⁴.

¹³ Np. adres www.

¹⁴ Proszę wskazać jakie działania zostały zrealizowane i jakie rezultaty zostały osiągnięte.

Rada Sektorowa ds. Kompetencji – Komunikacja Marketingowa podjęła działania zmierzające do nawiązania współpracy międzysektorowej poprzez inicjowanie kontaktów z przedstawicielami innych Rad Sektorowych. Rozpoczęto rozmowy dotyczące udziału przedstawicieli Rady w konferencji otwierającej organizowanej przez Radę Life Science.

Informacje o współpracy z samorządem terytorialnym i sposobem uwzględnienia potrzeb regionalnych w działaniach rady.

W 2025 r. rozpoczęto działania na rzecz współpracy z przedstawicielami samorządu terytorialnego, obejmujące w szczególności inicjowanie kontaktów oraz wymianę informacji dotyczących potrzeb kompetencyjnych sektora

Informacje o współpracy rady w zakresie działań ujętych w programie Fundusze Europejskie dla Nowoczesnej Gospodarki¹⁵.

W 2025 r. nie realizowano zadań w tym zakresie.

Inne inicjatywy podejmowane przez Radę¹⁶.

W okresie sprawozdawczym opracowano dwie rekomendacje – zieloną oraz kluczową, które są obecnie na etapie akceptacji i korekty po uwagach PARP oraz przed głosowaniem przez Radę. Powołano Zespół ds. Badań, który zaopiniował plany badawcze Rady. Przedstawicielka Rady uczestniczyła w pracach jury konkursu „Pracodawca Jutra”

Aktywność badawcza i analityczna rady.

Badania i analizy¹⁷.

| | |
|--|-----|
| Tytuł badania/analizy: | |
| Okres realizacji badania/analizy: | n/d |
| Status: | n/d |
| Cele badania/analizy | n/d |

¹⁵ Zapisy programu FENG, w których uwzględniono rady sektorowe zacytowano w Wytycznych.

¹⁶ Należy także uwzględnić inicjatywy włączania się w inicjatywy interesariuszy dotyczące podnoszenia umiejętności, np. Pact for Skills (koordynowane przez Komisję Europejską) - § 3, ust. 3 pkt. c)

¹⁷ W tabeli proszę wymienić tylko badania i analizy, które trwają albo zakończyły w okresie sprawozdawczym.

| | |
|--|---|
| Sposób wykorzystania badań/analiz: | n/d |
| Metody i techniki badawcze: | n/d |
| Zakres podmiotowy/respondenci | n/d |
| Miejsce publikacji informacji o badaniu/analizie: | n/d |
| Informacje dodatkowe: | W 2025 r. nie realizowano zadań w tym zakresie. |

Komunikacja i informacja o radzie¹⁸.

Działania komunikacyjne i upowszechniające skierowane na zewnątrz.

| | |
|-----------------------------|--|
| Cel/Zakres/Tematyka: | <p>Komunikacja inauguracji w kanałach własnych (strona internetowa Rady, SAR i IAB Polska, profile LinkedIn) oraz bezpośrednia dystrybucja informacji dziennikarzy branżowych.</p> <p>Uzyskanie informacji o inauguracji Rady w najistotniejszych mediach branżowych:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Wirtualnedia.pl • Press / Presserwis • Media Marketing Polska • NowyMarketing.pl • PRoto.pl • AboutMarketing.pl • Brief.pl • Signs.pl <p>Realizacja nagrań wideo z ekspertami Rady (wypowiedzi nt. wyzwań kompetencyjnych sektora, kierunków działań Rady) oraz ich publikacja na prywatnych profilach LinkedIn członków Rady i na oficjalnym profilu LinkedIn Rady –</p> |
|-----------------------------|--|

¹⁸ W przypadku opisu działań informacyjnych należy wskazać liczbę i nazwy podmiotów (albo grup podmiotów, np. szkoły branżowe), do których przekazano informację (wraz z terminem przekazania informacji), biorąc pod uwagę zarówno członków Rady jak i inne podmioty niebędące członkami Rady.

| | |
|---|---|
| | <p>zwiększenie organicznego zasięgu i eksperckiej wiarygodności projektu.</p> <p>Produkcja aftermovie z wydarzenia podsumowującego inaugurację drugiej edycji Rady oraz jego publikacja w kanałach własnych (LinkedIn, strona projektu), jako narzędzie utrwalające przekaz, budujące prestiż inicjatywy i wspierające dalszą komunikację działań Rady.</p> |
| Data: | 2.10.2025 |
| Rodzaj działania: | Organizacja konferencji inaugurującej drugą edycję Sektorowej Rady ds. Kompetencji – Komunikacja Marketingowa w formule seminarium eksperckiego MarCom Skills wraz z networkingiem branżowym oraz oficjalnym wręczeniem powołań 53 członkom Rady przez przedstawicieli PARP. |
| Liczba uczestników/odbiorców: | 70 |
| Adres internetowy z informacjami o wydarzeniu/artykule, itp. | https://radasektorowa-komunikacja.pl/2025/10/02/ruszyla-druga-edycja-sektorowej-rady-ds-kompetencji-komunikacja-marketingowa/ |

<w razie potrzeby należy powielić tabelę>

| | |
|--------------------------------------|--|
| Cel/Zakres/Tematyka: | <p>Przywrócenie komunikacji po wygaszeniu poprzedniej edycji projektu. Zwiększenie częstotliwości publikacji po inauguracji Rady 2.0.</p> <ul style="list-style-type: none"> • 7 317 wyświetleń publikacji • 3793 odbiorów, do których udało się dotrzeć • 1490 kliknięć • 1442 obserwujących stronę • 621 wyświetleń strony • 383 unikalnych odwiedzających • 212 reakcji • 12 postów • 9 komentarzy • 5 udostępnień wpisów |
| Data: | Dane z 2025 r./ stan na 31.12.2025 roku. |
| Rodzaj działania: | Profil LinkedIn |
| Liczba uczestników/odbiorców: | 1442 obserwujących stronę |

| | |
|---|---|
| Adres internetowy z informacjami o wydarzeniu/artykule, itp. | https://www.linkedin.com/company/rada-sektorowa-komunikacja/ |
|---|---|

| | |
|-----------------------------|--|
| Cel/Zakres/Tematyka: | <ul style="list-style-type: none"> • Patronat nad III edycją Festiwalu Komunikacji Społecznej „Trzy światy” • Wsparcie w komunikacji VIII edycji Konkursu „Pracodawca Jutra” • Wsparcie w komunikacji konkursu „Kreatywne Wagary”, realizowanego przez AdScool - Branżowe Centrum Umiejętności w dziedzinie reklamy • Promocja 10 scenariuszy zajęć wspieranych przez AI, e-booka dla nauczycieli autorstwa IAB Polska |
| Rodzaj działania: | Komunikacja w mediach Rady dodatkowych projektów |

| | |
|---|---|
| Cel/Zakres/Tematyka: | <p>Przygotowanie strony do nowej edycji prac Rady:</p> <ul style="list-style-type: none"> • aktualizacja informacji o projekcie • uzupełnienie profili nowych członków Rady i zespołu projektu • uporządkowanie informacji dostępnych na stronie zgodnie z wytycznymi <p>Bieżące informacje o aktywnościach Rady i inicjatywach partnerów, m.in informacja o konkursie Pracodawca Jutra, bieżących patronach czy publikacjach polecanych dla odbiorców Rady.</p> |
| Data: | Dane z 2025 r./ stan na 31.12.2025 roku. |
| Rodzaj działania: | Strona www |
| Liczba uczestników/odbiorców: | - |
| Adres internetowy z informacjami o wydarzeniu/artykule, itp. | https://radasektorowa-komunikacja.pl/ |

Sposób zapewnienia członkom rady pełnej informacji o pracach rady¹⁹.

Członkowie Rady otrzymują bieżące informacje o jej pracach drogą elektroniczną (e-mail) oraz podczas posiedzeń online. Materiały, projekty dokumentów i podsumowania spotkań przekazywane są z wyprzedzeniem, co umożliwia ich analizę i zgłaszanie uwag. Informacje o kluczowych działaniach publikowane są również w kanałach komunikacyjnych projektu.

ŹRÓDŁO FINANSOWANIA DZIAŁAŃ OPISANYCH W RAPORCIE²⁰.

Działalność Rady finansowana jest z następujących źródeł:

- a) Organizacja i prowadzenie Rady – w oparciu o zasoby własne SAR, jako podmiotu prowadzącego Radę oraz zasoby instytucji współpracującej - IAB.
- b) Realizacja zadań Rady – ze środków pozyskanych w ramach konkursu PARP „Zadania Sektorowych Rad ds. Kompetencji”, realizowanego w programie Fundusze Europejskie dla Rozwoju Społecznego 2021–2027, Priorytet I: Umiejętności, Działanie 01.10.

PLAN DZIAŁAŃ RADY W UJĘCIU KWARTALNYM NA ROK 2026²¹.

I kwartał kalendarzowy

Zakres planowanych działań:

- posiedzenie Rady,
- wydanie pierwszych rekomendacji Rady Sektorowej,
- rozpoczęcie analizy – Monitoring służący do obserwacji trendów rynkowych, technologicznych i edukacyjnych dotyczących Sektora Komunikacji Marketingowej
- konsultacje robocze z kluczowymi interesariuszami (administracja, przedsiębiorcy, instytucje edukacyjne).

II kwartał kalendarzowy

Zakres planowanych działań:

- konsultacje robocze z kluczowymi interesariuszami (administracja, przedsiębiorcy, instytucje edukacyjne),
- rozpoczęcie badania pn. Branżowy Bilans Kapitału Ludzkiego (etap zbierania danych i analiza wstępna),
- współpraca z administracją publiczną i partnerami edukacyjnymi w zakresie wdrażania rekomendacji,
- analiza kwalifikacji funkcjonujących w sektorze (w kontekście ZSK),

¹⁹ Należy przedstawić informacje np. o biuletynach wewnętrznych rady, mailingach (wraz z datami), repozytoriach dla członków rady wraz z informacją o częstotliwości ich wykorzystywania oraz inne działania skierowane do wewnątrz rady, zapewniające sprawny przepływ komunikacji.

²⁰ Należy uwzględnić każde źródło finansowania.

²¹ Proszę wpisać uwzględniając dane wskazane w części III pkt. 2.1 wniosku o powierzenie organizacji i prowadzenie rady sektorowej.

- rozpoczęcie organizacji webinarów dla interesariuszy,
- udział przedstawicieli Rady w wydarzeniach branżowych.

III kwartał kalendarzowy

Zakres planowanych działań:

- współpraca z administracją publiczną i partnerami edukacyjnymi w zakresie wdrażania rekomendacji,
- organizacja seminariów/webinariów dla interesariuszy dot. potrzeb kompetencyjnych,
- przygotowanie analiz eksperckich wspierających działania Rady.
- udział przedstawicieli Rady w wydarzeniach branżowych.

IV kwartał kalendarzowy

Zakres planowanych działań:

- aktualizacja rekomendacji w oparciu o zmiany rynkowe i regulacyjne,
- organizacja webinarów dla interesariuszy dot. potrzeb kompetencyjnych,
- podsumowanie rocznych prac Rady (raport roczny, wnioski),
- przygotowanie planu pracy Rady na 2027 r
- udział przedstawicieli Rady w wydarzeniach branżowych.

Planowane badania/analizy w roku 2026

| Tytuł badania | Monitoring – edycja 2026 |
|--|---|
| Planowany okres realizacji | 02.2026-04.2026 r. |
| Cele badawcze | Celem analizy jest monitoring służący do obserwacji trendów rynkowych, technologicznych i edukacyjnych dotyczących Sektora Komunikacji Marketingowej. |
| Wyniki badań powinny umożliwić ich wykorzystanie, jako podstawy do: | Wnioski z badań będą stanowić podstawę do dalszych działań Rady Sektorowej. |
| Metody i techniki badawcze | Badania jakościowe i ilościowe. |
| Zakres podmiotowy/respondenci | Badanie realizowane w obszarach działania Rady Sektorowej. |

| | |
|--|---|
| Informacje dodatkowe (w tym planowany sposób publikacji/ upowszechniania) | Raport z badania zostanie zamieszczony na stronie internetowej Rady Sektorowej. Informacja o badaniu zostanie zawarta w komunikacji z interesariuszami. |
|--|---|

| Tytuł badania | Branżowy Bilans Kapitału Ludzkiego |
|--|---|
| Planowany okres realizacji | 03.2026-12.2026 r. |
| Cele badawcze | Celem badania jest analiza kapitału ludzkiego oraz zapotrzebowania na kompetencje w sektorze komunikacji marketingowej, uwzględniająca specyfikę branży oraz przewidywane zmiany w jej funkcjonowaniu. |
| Wyniki badań powinny umożliwić ich wykorzystanie, jako podstawy do: | Wnioski z badań będą stanowić podstawę do dalszych działań Rady Sektorowej, w szczególności w obszarze upowszechniania wiedzy oraz wzmacniania współpracy pomiędzy edukacją a rynkiem pracy jak i tworzenia sektorowych rekomendacji. |
| Metody i techniki badawcze | Badania jakościowe i ilościowe. |
| Zakres podmiotowy/ respondenci | Badanie realizowane w obszarach działania Rady Sektorowej. |
| Informacje dodatkowe (w tym planowany sposób publikacji/ upowszechniania) | Raport z badania zostanie zamieszczony na stronie internetowej Rady Sektorowej. Informacja o badaniu zostanie zawarta w komunikacji z interesariuszami. |

Dodatkowe informacje.

Regulamin Rady sektorowej jest dostępny pod adresem internetowym:

<https://radasektorowa-komunikacja.pl/o-radzie-2/regulamin/>

Załącznik 1 - Zestawienie interesariuszy sektora.

ZAŁĄCZNIK NR 1

DO RAPORTU Z DZIAŁALNOŚCI RADY

ZESTAWIENIE INTERESARIUSZY SEKTORA WŁĄCZONYCH W PRACĘ RADY ²²

| Lp. | Nazwa interesariusza ²³ | Kategoria interesariusza ²⁴ | W której inicjatywie Rady interesariusz brał udział? Skorzystaj z kategorii inicjatyw wymienionych w Raporcie w rozdziale II Raportu. |
|-----|---|--|---|
| 1. | WEBTALK Sp. z o.o. | przedsiębiorstwa | Udział w konsultacjach "projektu" Rekomendacji Rady Sektorowej – rekomendacje "zielone" i rekomendacje "regularne" |
| 2. | Miejski Urząd Pracy w Kielcach | inne | j.w. |
| 3. | Związek Firm Public Relations | NGO | j.w. |
| 4. | Zespół Szkół Przemysłu Mody i Reklamy im. W. S. Reymonta w Częstochowie | NGO | j.w. |
| 5. | Centrum Kształcenia Zawodowego i Ustawicznego w Sosnowcu | sektor edukacyjny | j.w. |
| 6. | Stowarzyszenie Agencji Public Relations | NGO | j.w. |
| 7. | Collegium Civitas | Sektor edukacyjny | j.w. |
| 8. | Związek Pracodawców Branży Internetowej Interactive Advertising Bureau Polska | NGO | j.w. |
| 9. | GoldenSubmarine sp. z o.o. sp. K | przedsiębiorstwa | j.w. |
| 10. | Lightscape Sp. z o.o. | przedsiębiorstwa | j.w. |

²² **Interesariusze sektora:** 1) przedsiębiorstwa tworzące sektor/ organizacje pracodawców; 2) instytucje edukacji formalnej lub pozaformalnej prowadzące kształcenie i szkolenie zawodowe na potrzeby sektora; 3) związki zawodowe; 4) Rady Rynku Pracy; 5) instytucje pełniące funkcję regulatora lub nadzoru dla danego sektora; 6) stowarzyszenia zawodowe; 7) inne (podmioty istotne z punktu widzenia działalności Rady, np. Obserwatorium Rynku Pracy).

²³ W brzmieniu zgodnym z dokumentem rejestrowym (np. KRS/ CEIDG, etc.)

²⁴ Proszę wskazać wyłącznie główną kategorię podmiotu: **sektor publiczny** (np. organy administracji; samorządowe/ państwowych jednostki organizacyjne; etc.); **NGO** (np. fundacja, stowarzyszenie); **przedsiębiorstwa** (osoba fizyczna prowadząca działalność gospodarczą; przedsiębiorstwo; mikroprzedsiębiorstwo, małe przedsiębiorców, średnie przedsiębiorstwo, duże przedsiębiorstwo); **sektor edukacyjny** (np. szkoły, uczelnie, placówki edukacyjne, etc.); **inne**.

| | | | |
|-----|---|-------------------|------|
| 11. | JDG Łukasz Bis | przedsiębiorstwa | j.w. |
| 12. | Stowarzyszenie Komunikacji Marketingowej SAR | NGO | j.w. |
| 13. | Zespół Szkół Technicznych i Ogólnokształcących w Białymstoku | Sektor edukacyjny | j.w. |
| 14. | Synergion Michał Kociankowski Spółka Komandytowa | przedsiębiorstwa | j.w. |
| 15. | Stowarzyszenie Komunikacji Marketingowej SAR | NGO | j.w. |
| 16. | Polskie Stowarzyszenie Public Relations | NGO | j.w. |
| 17. | Związek Stowarzyszeń Rada Reklamy | NGO | j.w. |
| 18. | Związek Pracodawców Branży Internetowej IAB | NGO | j.w. |
| 19. | Miejski Urząd Pracy w Kielcach | inne | j.w. |
| 20. | Uniwersytet Warszawski, Wydział Dziennikarstwa, Informacji i Biologii | sektor edukacyjny | j.w. |
| 21. | Wyższa Szkoła Informatyki i Zarządzania w Rzeszowie | sektor edukacyjny | j.w. |
| 22. | Walk PR Sp. z o.o. | przedsiębiorstwa | j.w. |
| 23. | Dentsu Polska Sp. z o.o. | przedsiębiorstwa | j.w. |
| 24. | Politechnika Częstochowska Wydział Zarządzania | sektor edukacyjny | j.w. |
| 25. | Urząd Pracy m. st. Warszawa | inne | j.w. |
| 26. | Altavia Kamikaze sp.z.o.o | przedsiębiorstwa | j.w. |
| 27. | Brand Focus Andrzej Klimczyk | przedsiębiorstwa | j.w. |

Stowarzyszenie Komunikacji Marketingowej SAR; ul. Czerska 8/10, 00-732 Warszawa

Tel. +48 22 898 84 25; email: rada.sektorowa@sar.org.pl | <https://radasektorowa-komunikacja.pl/>



Fundusze Europejskie
dla Rozwoju Społecznego



Rzeczpospolita
Polska

Dofinansowane przez
Unię Europejską



| | | | |
|-----|---------------------------------------|-------------------|------|
| 28. | Instytut Badań Edukacyjnych | inne | j.w. |
| 29. | 180HeartBeats + Jung von Matt | przedsiębiorstwa | j.w. |
| 30. | Dentsu Polska Sp. z o.o. | przedsiębiorstwa | j.w. |
| 31. | Chapter 1 Sp.z o.o. | przedsiębiorstwa | j.w. |
| 32. | ConTrust Communication s.c., | przedsiębiorstwa | j.w. |
| 33. | DDB Warszawa Sp. z o.o. | przedsiębiorstwa | j.w. |
| 34. | Business Centre Club | inne | j.w. |
| 35. | LoveBrands Group Sp. z o.o. | przedsiębiorstwa | j.w. |
| 36. | Starcom Sp. z o.o. | przedsiębiorstwa | j.w. |
| 37. | Wavemaker Sp. z o.o. | przedsiębiorstwa | j.w. |
| 38. | Flollow Sp. z o.o. | przedsiębiorstwa | j.w. |
| 39. | Havas Media Sp. z o. o. | przedsiębiorstwa | j.w. |
| 40. | Group One Media Sp. z o.o. | przedsiębiorstwa | j.w. |
| 41. | Instytut Zarządzania SGGW w Warszawie | sektor edukacyjny | j.w. |
| 42. | MOSQI.TO | przedsiębiorstwa | j.w. |
| 43. | More Communications Agency | przedsiębiorstwa | j.w. |
| 44. | Luckyyou Interactive Sp. z o.o. | przedsiębiorstwa | j.w. |

Stowarzyszenie Komunikacji Marketingowej SAR; ul. Czerska 8/10, 00-732 Warszawa

Tel. +48 22 898 84 25; email: rada.sektorowa@sar.org.pl | <https://radasektorowa-komunikacja.pl/>



Fundusze Europejskie
dla Rozwoju Społecznego



Rzeczpospolita
Polska

Dofinansowane przez
Unię Europejską



| | | | |
|-----|--|-------------------|------|
| 45. | Net Arch Sp. z o.o. | przedsiębiorstwa | j.w. |
| 46. | Szkoła Główna Handlowa w Warszawie | sektor edukacyjny | j.w. |
| 47. | Uniwersytet WSB Merito we Wrocławiu | sektor edukacyjny | j.w. |
| 48. | Związek Pracodawców Prywatnych Mediów Lewiatan | inne | j.w. |
| 49. | SALESTUBE Sp. z o.o. | przedsiębiorstwa | j.w. |
| 50. | AtomStore Sp. z o.o. | przedsiębiorstwa | j.w. |
| 51. | Paulina Kozyra Creativ Lab | przedsiębiorstwa | j.w. |
| 52. | PromoTraffic Sp. z o.o. | przedsiębiorstwa | j.w. |
| 53. | Polskie Badania Internetu Sp. z o. o. | inne | j.w. |

15.02.2026 r.

Renata Kwiatkowska-Mroczek

z up. Dyrektora zarządzającego

Stowarzyszenie Komunikacji Marketingowej SAR

Stowarzyszenie Komunikacji Marketingowej SAR; ul. Czerska 8/10, 00-732 Warszawa

Tel. +48 22 898 84 25; email: rada.sektorowa@sar.org.pl | <https://radasektorowa-komunikacja.pl/>



Fundusze Europejskie
dla Rozwoju Społecznego



Rzeczpospolita
Polska

Dofinansowane przez
Unię Europejską

