

SAR powołał Radę Edukacyjną

SAR posiada i stale rozwija szeroki autorski program szkół, szkoleń i programów edukacyjnych. Widząc konieczność budowania przez środowisko nowych kompetencji w obszarze zarządzania biznesem, komunikacją, marketingiem, SAR powołał Radę Edukacyjną. Jej członkami zostali uznani i doświadczeni praktycy, eksperci środowiska oraz pracownicy naukowcy związani z komunikacją marketingową.

SAR od 20 lat pozyskuje, gromadzi, tworzy i transferuje wiedzę. Dbą o standardy i dobre praktyki oraz rozwija kompetencje środowiska. *To, co czeka środowisko w niedalekiej przyszłości to zmiana mindsetu w obrębie definicji marketera i starego podziału „klient-agencja” na rzecz holistycznego, merytorycznego i biznesowego podejścia. Coraz ważniejsze będzie jednakowe rozumienie marketingu, budowanie przyszłych kompetencji, angażowanie i współpraca wszystkich uczestników procesu marketingowego w projektach –* podsumował Dariusz Andrian, członek Rady i prezes SAR.

Rada ma charakter doradczo-konsultacyjny, ma inicjować i integrować projekty edukacyjne SAR. Jej zadaniem jest również kreowanie i wspieranie dobrych praktyk w obszarze sposobów pracy, narzędzi, dokumentów czy wreszcie kompetencji wymaganych na poszczególnych etapach rozwoju zawodowego, zgodnie z filozofią SAR.

Wśród projektów do realizacji w najbliższym czasie będzie m.in. przygotowanie księgi standardów, narzędzi i pojęć marketingowych. *Docelowo księga powinna czerpać z doświadczeń wielu branż i być punktem wyjściowym / referencyjnym przy modelowaniu strategii dla biznesów, struktury nauczania zawodu marketera.* – powiedziała Magdalena Kosińska, Dyrektor Marketingu CEER w Philips Domestic Appliances.

Wśród członków RE SAR znaleźli się eksperci-praktycy branży, reprezentujący kluczowe dla sektora środowiska marketerów, agencji, edukacji, szkoleń i HR:

- Dariusz Andrian, CEO VMLY&R Poland
- Tomasz Bartnik, partner One Eleven
- dr Małgorzata Bonikowska, politolog, europeistka, prezes Centrum Stosunków Międzynarodowych, współzałożycielka i prezes ośrodka THINKTANK
- Szymon Gutkowski, managing director DDB Warszawa
- Iwona Doktorowicz-Dudek, consultant, business trainer
- Marta Jaskulska, założycielka, Brandlogic
- Agata Kaczmarska, chief people officer, Dentsu Aegis Network Polska
- Magdalena Kosińska, marketing director CEER w Philips Domestic Appliances
- dr Łukasz Kowalik, adiunkt w Katedrze Zarządzania Akademii Leona Koźmińskiego, lider specjalności Strategy and Innovation Management w Kozminski International Business School.
- Agnieszka Kwaśniewska, chief strategy officer, Saatchi&Saatchi
- Anna Kwiatek, head of people & culture, Wavemaker
- Aureliusz Leżeński, executive coach NMC / CCI /Team coach TCI
- Anna Putts, director brand marketing, HBO
- Dariusz Rzontkowski, executive creative director, Huta 19 im. Joachima Fersengelda



- Błażej Soniewicki, partner zarządzający, E-Contenta
- Marcin Talarek, creative director IRL
- Paweł Tyszkiewicz, dyrektor zarządzający, Stowarzyszenie Komunikacji Marketingowej SAR
- Anna Zimecka, project director, Stowarzyszenie Komunikacji Marketingowej SAR

W aktualnej ofercie edukacyjnej SAR znajdują się projekty dedykowane osobom działającym w branży na różnym poziomie doświadczenia. Kluczowe z nich, to:

- Szkoła Strategii Marki (SSM) - oferująca kompleksową wiedzę dla osób z 3-letnim doświadczeniem.
- MBS by Effie - odpowiadająca na najważniejsze wyzwania współczesnego marketera.
- Akademia Young Creatives AYC, czyli projekt edukacyjny dla młodych kreatywnych.

Już od listopada SAR otwiera studia podyplomowe INNOVATION CAMP na Akademii Leona Koźmińskiego. Kierunek dedykowany jest ambasadorom innowacji w biznesie i w organizacji. SAR pracuje również nad Akademią Young Creatives Clients oraz szkoleniem z zakresu zarządzania projektami, które będzie kompleksowym programem wspierającym rozwój kompetencji merytorycznych i narzędziowych w tym obszarze

Natomiast to, co łączy i wyróżnia wszystkie nasze autorskie projekty edukacyjne, to najlepsi praktycy, jako wykładowcy, którzy nie tylko dzielą się swoim doświadczeniem, ale także case'ami biznesowymi czerpanymi z konkursów Effie, KTR i Innovation. Uczymy myślenia i rozwijamy kompetencje współczesnego marketera nie tylko poprzez dostarczanie mu narzędzi, ale przede wszystkim pokazywanie praktycznych rozwiązań. – dodała Anna Zimecka, dyrektor projektów i szef działu szkoleń i wiedzy SAR.

Więcej informacji o Radzie Edukacyjnej na <https://sar.org.pl/rada-edukacyjna/>

Stowarzyszenie Komunikacji Marketingowej SAR zostało założone w 1997 r. Organizacja zrzesza firmy, które tworzą efektywną komunikację marketingową, jest to obecnie 125 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 z 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 Association of Communications Agencies (EACA). W Polsce SAR jest przedstawicielem międzynarodowego konkursu Cannes Lions. www.sar.org.pl

Kontakt dla mediów:

Małgorzata Mioduszewska
Communication & PR Manager,
k +48 518 709 855,
e-mail: malgorzata.mioduszewska@sar.org.pl