

**Analiza rozwiązań w zakresie funkcjonujących w Unii
Europejskiej ram kwalifikacji/kompetencji oraz
systemów certyfikacji kompetencji w obszarze sektora
komunikacji marketingowej oraz sektorów/branż o
zbliżonym charakterze – analiza porównawcza
rozwiązań polskich i europejskich**

Raport końcowy

Kraków, styczeń 2021

Autorki raportu:

Anna Araminowicz, Natalia Krygowska-Nowak, Joanna Kwinta-Odrzywołek, Magdalena Słocińska

Wykonawca:

Mabea Sp. z o.o.

Przeprowadzone badanie i opracowanie raportu współfinansowane zostało ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego w ramach projektu „Sektorowa Rada ds. Kompetencji Sektora Komunikacji Marketingowej”, realizowanego na mocy umowy podpisanej z Polską Agencją Rozwoju Przedsiębiorczości o dofinansowanie nr UDA-POWR.02.12.00-00-SR07/18, w ramach Priorytetu II Efektywne polityki publiczne dla rynku pracy, gospodarki i edukacji, Działania 2.12. Zwiększenie wiedzy o potrzebach kwalifikacyjno-zawodowych, Programu Operacyjnego Wiedza Edukacja Rozwój na lata 2014-2020.

Spis treści

1.	Wstęp	4
2.	Główne wnioski	5
3.	Metodologia badań wykorzystanych w analizie	6
3.1.	Cele badania	6
3.2.	Opis wykorzystanych metod	6
3.3.	Dobór respondentów	12
4.	Analiza sektorowych ram kwalifikacji w Polsce	15
4.1.	Konstrukcja sektorowych ram kwalifikacji	17
4.2.	Podmioty i osoby zaangażowane w tworzenie sektorowych ram kwalifikacji	33
4.3.	Analiza procesu powstawania sektorowych ram kwalifikacji	35
5.	Sposoby wykorzystania sektorowych ram kwalifikacji	45
5.1.	SRK jako narzędzie pomocnicze w opisywaniu kwalifikacji	47
5.2.	Wsparcie procesów zarządzania zasobami ludzkimi	50
5.3.	Planowanie kariery (ścieżki edukacyjno-zawodowej)	56
5.4.	Projektowanie oferty edukacyjnej	57
5.5.	Opracowywanie map kwalifikacji na podstawie SRK	59
5.6.	Zamówienia publiczne	61
5.7.	Promocja rozwiązań Zintegrowanego Systemu Kwalifikacji	61
5.8.	Bariery wykorzystania SRK	62
5.9.	Rekomendacje działań upowszechniających wykorzystywanie SRK	64
6.	Rozwiązania związane z kompetencjami z obszaru komunikacji marketingowej	66
6.1.	Kwalifikacje w ramach systemów kwalifikacji	66
6.2.	Opisy zawodów/standardów kompetencyjnych na potrzeby rynku pracy	82
6.3.	Systemy certyfikacji kompetencji	83
6.4.	Systemy akredytacyjne usług rozwojowych	87
7.	Przesłanki do utworzenia sektorowej ramy kwalifikacji dla sektora komunikacji marketingowej	88
8.	Załączniki	91

1. Wstęp

Projekt „Sektorowa Rada ds. Kompetencji Sektora Komunikacji Marketingowej”, realizowany jest na mocy umowy podpisanej z Polską Agencją Rozwoju Przedsiębiorczości przez Stowarzyszenie Komunikacji Marketingowej SAR (Lider Projektu) oraz Związek Pracodawców Branży Internetowej IAB Polska (Partner Projektu), w ramach Priorytetu II Efektywne polityki publiczne dla rynku pracy, gospodarki i edukacji, Działania 2.12. Celem głównym projektu jest „zwiększenie wiedzy o potrzebach kwalifikacyjno-zawodowych w sektorze komunikacji marketingowej oraz dostosowanie systemu kształcenia do potrzeb pracodawców i rynku pracy”.

Niniejszy Raport prezentuje wyniki przeprowadzonej analizy dotyczącej rozwiązań w zakresie funkcjonujących w Unii Europejskiej ram kwalifikacji/kompetencji oraz systemów certyfikacji kompetencji w obszarze sektora komunikacji marketingowej oraz sektorów/branż o zbliżonym charakterze. Analiza będzie jednym z elementów, które posłużą do opracowania rekomendacji w zakresie utworzenia sektorowej ramy kwalifikacji dla sektora komunikacji marketingowej w Polsce.

Analiza została przeprowadzona na zlecenie Lidera Projektu Stowarzyszenie Komunikacji Marketingowej SAR przez wykonawcę wyłonionego w postępowaniu o udzielenie zamówienia publicznego, firmę Mabea Sp. z o.o. Wykonawca posiada doświadczenie w zakresie realizacji usług analityczno-badawczych, w szczególności brał udział w opracowaniu sektorowych ram kwalifikacji dla dwóch sektorów. Eksperti zaangażowani do realizacji przedsięwzięcia posiadali doświadczenie w realizacji badań jakościowych, w tym również dotyczących ewaluacji rozwiązań Zintegrowanego Systemu Kwalifikacji (ZSK). W zespole uwzględniono też osoby posiadające wieloletnie doświadczenie w tworzeniu, testowaniu i wdrażaniu rozwiązań Zintegrowanego Systemu Kwalifikacji, między innymi doświadczenie w tworzeniu sektorowych ram kwalifikacji, prowadzeniu analiz kompetencji w sektorach oraz identyfikowaniu potrzeb sektora w zakresie wykorzystywania rozwiązań oferowanych przez ZSK.

2. Główne wnioski

1. Sektorowe ramy kwalifikacji będące częścią Zintegrowanego Systemu Kwalifikacji są rozwiązaniem specyficznym dla polskiego systemu kwalifikacji. Do końca 2020 roku powstało 16 projektów sektorowych ram kwalifikacji.
2. Kluczowy w opracowaniu sektorowej ramy kwalifikacji jest dobór zespołu ekspertów branżowych w sposób odzwierciedlający specyfikę działalności i strukturę podmiotów funkcjonujących w sektorze. Pracami zespołu ekspertów powinien kierować ekspert metodyczny.
3. Opracowanie sektorowej ramy kwalifikacji jest wieloetapowym procesem, który powinien trwać 9-12 miesięcy.
4. Sektorowa rama kwalifikacji stanowi obraz kompetencji wykorzystywanych w sektorze i ma wiele możliwości zastosowania również nie związanych bezpośrednio z elementami Zintegrowanego Systemu Kwalifikacji.
5. Na bazie sektorowych ram kwalifikacji możliwe jest tworzenie kompleksowego systemu zarządzania kompetencjami. Pozwala on na podniesienie efektywności procesów związanych z zarządzaniem zasobami ludzkimi, jak również budowanie marki pracodawcy wykorzystującego potencjał pracowników i zachęcającego ich do rozwoju.
6. Sektorowa rama kwalifikacji może stanowić platformę porozumienia między sektorem edukacji a rynkiem pracy, a wykorzystanie jej do tworzenia programów rozwojowych pozwala na lepsze dostosowanie oferty edukacyjnej do potrzeb pracodawców w sektorze.
7. Sektorowa rama kwalifikacji może być narzędziem wspierającym inne rozwiązania w zakresie kompetencji funkcjonujące w obszarze komunikacji marketingowej. W szczególności może porządkować i ułatwiać porównywanie występujących w sektorze certyfikatów i standardów kompetencyjnych dla zawodów/stanowisk pracy.
8. Zarówno w Polsce, jak i w Unii Europejskiej funkcjonują różne rozwiązania w zakresie kompetencji z obszaru komunikacji marketingowej. Sektorowa rama kwalifikacji może być pomocna do porównywania i porządkowania tych rozwiązań. Rozwiązania te powinny zostać uwzględnione na etapie tworzenia ramy.
9. Specyfika sektora komunikacji marketingowej pozwala wnioskować, że istnieją przesłanki uzasadniające potrzebę utworzenia sektorowej ramy kwalifikacji. Są nimi m.in. dynamika zmian technologicznych, duże znaczenie kompetencji nabywanych drogą pozaformalną, brak jasno zdefiniowanych wymagań kompetencyjnych w odniesieniu do poszczególnych stanowisk.

3. Metodologia badań wykorzystanych w analizie

3.1. Cele badania

Cele badania obejmowały:

- przegląd danych na temat sektorowych ram kwalifikacji/kompetencji – ze szczególnym uwzględnieniem analizy zakresu tematycznego oraz sposobu wykorzystania sektorowych ram kwalifikacji (SRK) dla sektorów pokrewnych lub tożsamy z sektorem komunikacji marketingowej oraz wybranych systemów certyfikacji kompetencji w sektorze komunikacji marketingowej lub sektorach/branżach o zbliżonym charakterze;
- zdobycie wiedzy na temat praktycznego wykorzystania oraz identyfikacji korzyści wynikających z wprowadzenia ram kwalifikacji w krajach Unii Europejskiej, jak również zebranie informacji dotyczących procesu tworzenia sektorowych ram kwalifikacji.

Analiza funkcjonujących w Unii Europejskiej ram kwalifikacji wraz z przykładami polskich sektorowych ram kwalifikacji dla sektorów/branż o zbliżonym charakterze będzie jednym z elementów, które posłużą do opracowania rekomendacji w zakresie utworzenia sektorowej ramy kwalifikacji dla sektora komunikacji marketingowej w Polsce.

3.2. Opis wykorzystanych metod

Raport prezentuje wyniki desk research (analiza danych zastanych) oraz przeprowadzonych badań jakościowych realizowanych metodą pogłębionych wywiadów indywidualnych (IDI).

W ramach **desk research** analizie poddane zostały dokumenty:

Akty prawne:

- Ustawa z dnia 22 grudnia 2015 r. o Zintegrowanym Systemie Kwalifikacji (Dz. U. 2016 poz. 64 z późn. zmianami)

Ogłoszenia o postępowaniach na wykonanie zamówienia publicznego:

- *Specyfikacja Istotnych Warunków Zamówienia: Wykonanie Sektorowych Map Kwalifikacji w oparciu o Sektorowe Ramy Kwalifikacji (w podziale na 2 części), Znak sprawy: IBE/06/2020* <https://bip.ibe.edu.pl/index.php/zamowienia-publiczne/1613-wykonanie-sektorowych-map-kwalifikacji-w-oparciu-o-sektorowe-ramy-kwalifikacji-w-podziale-na-2-czesci> dostęp: 18.12.2020

Raporty z analizy kompetencji na potrzeby stworzenia sektorowych ram kwalifikacji:

- Instytut Badań Edukacyjnych. (2019). *Analiza kompetencji i kwalifikacji w sektorze energetyki*. Warszawa: Instytut Badań Edukacyjnych. (niepublikowane)
- Markowska M., Klatta P., Danielewicz M., Stankowska J. (2019). *Analiza kompetencji i kwalifikacji w sektorze rolnictwa – raport końcowy*. Warszawa: Instytut Badań Edukacyjnych. (niepublikowane)
- Instytut Badań Edukacyjnych. (2020). *Raport z badania analizy kompetencji i kwalifikacji w sektorze nieruchomości*. Warszawa: Instytut Badań Edukacyjnych. (niepublikowane)
- EPRD Biuro Polityki Gospodarczej i Rozwoju Regionalnego Sp. z o.o., Stowarzyszenie Inżynierów i Techników Przemysłu Chemicznego. (2019). *Raport z analizy kompetencji w sektorze przemysłu chemicznego*. Kielce: EPRD Biuro Polityki Gospodarczej i Rozwoju Regionalnego Sp. z o.o. (niepublikowane)
- Eurokreator T&C Sp. z o.o., Związek Przedsiębiorców Przemysłu Mody Lewiatan. (2017). *Raport z analizy kompetencji w sektorze przemysłu mody*. Kraków: Eurokreator T&C Sp. z o.o. (niepublikowane)

Sektorowe ramy kwalifikacji – projekty i raporty końcowe:

- Perkowski K. (red). (2015). *Sektorowa Rama Kwalifikacji w Sporcie*. Warszawa: Instytut Badań Edukacyjnych. <https://kwalifikacje.edu.pl/sektorowa-rama-kwalifikacji-w-sporcie-srks/>
- Instytut Badań Edukacyjnych. (2015). *Sektorowa Rama Kwalifikacji dla sektora telekomunikacyjnego w Polsce (SRK Tele)*. Warszawa: Instytut Badań Edukacyjnych. <https://kwalifikacje.edu.pl/sektorowa-rama-kwalifikacji-dla-telekomunikacji-srk-tele/>
- Czajak D., Żurawski A., Panowicz M., Danowska-Florczyk E., Kochańska M. (red). (2017). *Sektorowa Rama Kwalifikacji w Budownictwie (SRK-Bud)*. Warszawa: Instytut Badań Edukacyjnych. <https://kwalifikacje.edu.pl/sektorowa-rama-kwalifikacji-w-budownictwie-srk-bud/>
- Żurawski A., Panowicz M., Danowska-Florczyk E., Kochańska M. (red). (2017). *Sektorowa Rama Kwalifikacji Usług Rozwojowych (SRK UR)*. Warszawa: Instytut Badań Edukacyjnych. <https://kwalifikacje.edu.pl/sektorowa-rama-kwalifikacji-uslug-rozwojowych-srk-ur/>
- Żurawski A., Panowicz M., Danowska-Florczyk E., Kochańska M. (red). (2018). *Sektorowa Rama Kwalifikacji dla sektora informatycznego (SRK IT)*. Warszawa: Instytut Badań Edukacyjnych. <https://kwalifikacje.edu.pl/sektorowa-rama-kwalifikacji-dla-sektora-informatycznego/>
- Żurawski A., Panowicz M., Kochańska M. (red). (2018). *Sektorowa Rama Kwalifikacji dla sektora bankowego (SRKB)*. Warszawa: Instytut Badań Edukacyjnych.

<https://kwalifikacje.edu.pl/sektorowa-rama-kwalifikacji-dla-sektora-bankowego-srkb/>

- Szymczak A., Żurawski A., Panowicz M., Danowska-Florczyk E., Kochańska M. (red). (2018). *Sektorowa Rama Kwalifikacji dla Turystyki (SRKT)*. Warszawa: Instytut Badań Edukacyjnych. <https://kwalifikacje.edu.pl/sektorowa-rama-kwalifikacji-dla-turystyki/>
- Instytut Badań Edukacyjnych. (2018). *Sektorowa Rama Kwalifikacji dla Przemysłu Mody (SRK PM)*. Warszawa: Instytut Badań Edukacyjnych. <https://kwalifikacje.edu.pl/sektorowa-rama-kwalifikacji-dla-przemyslu-mody-srk-pm/>
- Cianciara D., Sugay L., Urban E., Gajewska M., Lewtak K., Piotrowicz M., Rutyna A., Wasiak-Radoszewski A., Żurawski A., Panowicz M. (2020). *Sektorowa Rama Kwalifikacji dla Zdrowia Publicznego (SRK ZP)*. Warszawa: Instytut Badań Edukacyjnych. <https://kwalifikacje.edu.pl/sektorowa-rama-kwalifikacji-dla-zdrowia-publicznego/>
- Żurawski A., Panowicz M., Drzymulska-Derda M., Klatta P. (red). (2020). *Sektorowa Rama Kwalifikacji dla Handlu (SRKH)*. Warszawa: Instytut Badań Edukacyjnych. <https://kwalifikacje.edu.pl/sektorowa-rama-kwalifikacji-w-handlu/>
- Kuklińska K.L., Czajak D., Drzymulska-Derda M., Osowska M. (red). (2020). *Sektorowa Rama Kwalifikacji dla Motoryzacji (SRK Moto)*. Warszawa: Instytut Badań Edukacyjnych. <https://kwalifikacje.edu.pl/sektorowa-rama-kwalifikacji-dla-motoryzacji/>
- Osowska M., Drzymulska-Derda M., Panowicz M., Kuklińska K.L. (red). (2020). *Sektorowa Rama Kwalifikacji dla przemysłu chemicznego (SRK Chem)*. Warszawa: Instytut Badań Edukacyjnych. <https://kwalifikacje.edu.pl/sektorowa-rama-kwalifikacji-dla-przemyslu-chemicznego-srk-chem/>
- Eurokreator T&C Sp. z o.o., Związek Przedsiębiorców Przemysłu Mody Lewiatan. (2018). *Raport z tworzenia projektu Sektorowej Ramy Kwalifikacji dla Przemysłu Mody*. Kraków: Eurokreator T&C Sp. z o.o. (niepublikowane)
- EPRD Biuro Polityki Gospodarczej i Rozwoju Regionalnego Sp. z o.o., Fundacja Klaster Czyste Powietrze. (2020). *Raport końcowy z opracowania projektu Sektorowej Ramy Kwalifikacji dla Energetyki*. Kielce: EPRD Biuro Polityki Gospodarczej i Rozwoju Regionalnego Sp. z o.o. (niepublikowane)

Raporty podsumowujące pilotażowe wdrożenia sektorowych ram kwalifikacji:

- Związek Zawodowy "Budowlani". (2019). *Raport. Wykonanie pilotażowego wdrożenia Sektorowej Ramy Kwalifikacji w sektorze budownictwo (SRK-Bud) w zakresie rozwoju kompetencji w podmiotach branżowych*. Warszawa: Instytut Badań Edukacyjnych. (niepublikowane)

- Cyganek E., Czernik E., Dziedzic A., Graczyk-Cerba M., Sołtysiak M. (2019). *Raport końcowy. Pilotażowe wdrożenie Sektorowej Ramy Kwalifikacji dla Sektora Przemysłu Mody w zakresie rozwoju kompetencji w podmiotach branżowych*. Toruń: Eduexpert Sp. z o.o. (niepublikowane)
- Warszawski Instytut Bankowości. (2018). *Pilotażowe wdrożenie sektorowej ramy kwalifikacji dla sektora bankowego w zakresie zarządzania kompetencjami w przedsiębiorstwie. Raport końcowy*. Warszawa: Instytut Badań Edukacyjnych. (niepublikowane)

Informacje o kwalifikacjach rynkowych i zawodach, opisy stanowisk pracy:

- opisy kwalifikacji rynkowych włączonych do Zintegrowanego Systemu Kwalifikacji w Polsce: *Planowanie, tworzenie i dystrybuowanie treści marketingowych (content marketing), Planowanie i prowadzenie działań komunikacyjnych w sytuacjach kryzysu wizerunkowego, Projektowanie grafiki komputerowej* zamieszczone na portalu Zintegrowanego Rejestru Kwalifikacji: <https://rejestr.kwalifikacje.gov.pl/> dostęp: 2020.12.04.
- opisy kwalifikacji zgłoszonych, nie włączonych do Zintegrowanego Systemu Kwalifikacji w Polsce lub będących w trakcie procedowania przez ministra właściwego: *Koordynowanie projektów komunikacyjnych w agencji reklamowej, Badanie struktury skojarzeniowej i podobieństwa znaczeniowego marki handlowej, Tworzenie i rozwój wizerunku marki, Planowanie kampanii automatyzacji marketingu internetowego, Analizowanie i prognozowanie trendów rynkowych, Budowanie strategii marketingowej marki, Budowanie wizerunku zewnętrznego i wewnętrznego pracodawcy* udostępnione na etapie konsultacji kwalifikacji w środowisku branżowym i zamieszczone na stronie: <http://www.kwalifikacje.gov.pl/ogloszenia/konsultacje-wnioskow> dostęp: 2020.12.04.
- informacje o zawodach opracowane w ramach projektu *Rozwijanie, uzupełnianie i aktualizacja informacji o zawodach oraz jej upowszechnianie za pomocą nowoczesnych narzędzi komunikacji – INFODORADCA+*, np.: 243102 Autor tekstów i sloganów reklamowych (copywriter), 243104 Menedżer marki (brand manager), 243106 Specjalista do spraw marketingu i handlu, 243108 Specjalista do spraw mediów interaktywnych, 243203 Specjalista do spraw public relations. Zamieszczone na stronie <https://psz.praca.gov.pl/rynek-pracy/bazy-danych/infodoradca> dostęp: 2020.12.01.
- opisy kwalifikacji w czeskim systemie kwalifikacji. Zamieszczone na stronie: <https://www.narodnikvalifikace.cz/> dostęp: 2020.12.01.
- opisy kwalifikacji w angielskim systemie kwalifikacji. Zamieszczone na stronie: <https://register.ofqual.gov.uk/> dostęp: 2020.12.01.

- opisy stanowisk w zakresie komunikacji marketingowej na potrzeby francuskiego rynku pracy (IAB France). Zamieszczone na stronie: <https://www.iabfrance.com/edito/fiches-metiers> dostęp: 2020.11.16.
- informacje na temat międzynarodowego standardu kwalifikacji digital marketingowych DIMAQ. Zamieszczone na stronie: <https://dimaq.pl/> dostęp: 2020.11.06.
- informacje na temat certyfikacji zawodowej The Chartered Institute of Marketing. Zamieszczone na stronie: <https://questus.pl/the-chartered-insitute-of-marketing-cim/> dostęp: 2020.11.06.
- informacje na temat certyfikacji The Digital Marketing Institute. Zamieszczone na stronie: <https://digitalmarketinginstitute.com/students/courses> dostęp: 2020.11.06.
- Informacje na temat systemu CPD zamieszczone na stronach: <https://ipa.co.uk/>, <https://cpduk.co.uk> dostęp: 2020.12.10.

Pozostałe:

- Sławiński S., Dębowski H., Chłoń-Domińczak A., Kraśniewski A., Pierwieniecka R., Stęchły W., Ziewiec G. (2013). *Raport referencyjny. Odniesienie Polskiej Ramy Kwalifikacji na rzecz uczenia się przez całe życie do Europejskiej Ramy Kwalifikacji*. Warszawa: Instytut Badań Edukacyjnych.
- Szymczak A., Trochymiak M., Żurawski A. (2015). *Sektorowe ramy kwalifikacji w Polsce. Analiza założeń i wytyczne do tworzenia*. Warszawa: Instytut Badań Edukacyjnych.
- Chłoń-Domińczak, A., Sławiński, S., Kraśniewski, A., Chmielecka, E. (2017). *Polska Rama Kwalifikacji. Wiedza, umiejętności, kompetencje społeczne*. Warszawa: Instytut Badań Edukacyjnych.
- Instytut Badań Edukacyjnych. (2019). *Sektorowe ramy kwalifikacji. Działaj na rzecz swojej branży*. Warszawa: Instytut Badań Edukacyjnych.
<https://kwalifikacje.edu.pl/broszura-sektorowe-ramy-kwalifikacji/>
- Ziewiec-Skokowska G., Stęchły W., Danowska-Florczyk E., Marszałek A., Sławiński S. (2020). *Przypisywanie poziomu PRK do kwalifikacji nadawanych poza systemami oświaty i szkolnictwa wyższego. Wydanie II*. Warszawa: Instytut Badań Edukacyjnych.
<https://kwalifikacje.edu.pl/przypisywanie-poziomu-prk-do-kwalifikacji-edycja-ii-2020/>
- Kamieniecka M., Maliszewska A. (2018). *Ocena potencjału wykorzystania zintegrowanego systemu kwalifikacji przez doradców zawodowych – wyniki badania jakościowego*. Warszawa: Instytut Badań Edukacyjnych. <http://www.krk-www.ibe.edu.pl/download/publikacje/Ocena-potencjalu-ZSK.pdf>

- Gola W., Kamieniecka M., Michalik S. (2020). *Zintegrowany System Kwalifikacji – nowe spojrzenie na rolę doradztwa zawodowego. Rekomendacje dotyczące roli doradztwa zawodowego w kontekście wspierania polityki na rzecz uczenia się przez całe życie z uwzględnieniem zasobów ZSK*. Warszawa: Instytut Badań Edukacyjnych. <https://kwalifikacje.edu.pl/zintegrowany-system-kwalifikacji-nowe-spojrzenie-na-role-doradztwa-zawodowego/>
- Przywara M. (2020). *Raport z debaty publicznej zawierający rekomendacje dla ministra koordynatora ZSK dotyczące rozwoju systemu kwalifikacji*. Warszawa: Instytut Badań Edukacyjnych. (niepublikowane)
- Kruczek Z. *Możliwości wykorzystania sektorowej ramy kwalifikacji w turystyce dla kształcenia i certyfikowania przewodników turystycznych, pilotów wycieczek i animatorów czasu wolnego w: 200 lat zorganizowanego przewodnictwa w Sudetach 1817–2017*. (2018). Kraków: Proksenia.
- Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości. (2020). *Identyfikacja instrumentów wsparcia dla rozwoju sektora komunikacji marketingowej*. Warszawa: Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości.

Zgodnie z wymaganiami Zamawiającego analiza objęła rozwiązania w Polsce oraz czterech państwach Unii Europejskiej. Materiały do analizy danych zastanych zostały dobrane ze szczególną starannością, by móc zidentyfikować zakres tematyczny, uchwycić możliwe pełne spektrum rozwiązań dotyczących sposobu wykorzystania SRK dla sektorów pokrewnych lub tożsamy z sektorem komunikacji marketingowej, jak również uzyskać najistotniejsze informacje dotyczące systemów certyfikacji kompetencji w sektorze komunikacji marketingowej i w branżach o zbliżonym charakterze. Zakres analizy uzgodniony został z Grupą Roboczą ds. Ram Kwalifikacji Sektorowej Rady ds. Kompetencji Sektora Komunikacji Marketingowej. Dobór i analiza dokumentów polegająca na porównaniu rozwiązań polskich oraz europejskich pozwoliła wyciągnąć wnioski, szczegółowo omówione w dalszej części Raportu.

Główną metodą służącą realizacji celu związanego z pozyskaniem informacji na temat praktycznego wykorzystania oraz identyfikacji korzyści wynikających z wprowadzenia sektorowych ram kwalifikacji, jak również zebrania informacji dotyczących procesu tworzenia SRK, był **pogłębiony wywiad indywidualny** (In-depth interview, IDI). IDI zrealizowane były z grupą 12 ekspertów, którzy uczestniczyli w procesie tworzenia sektorowych ram kwalifikacji lub/i byli osobami korzystającymi z SRK, w tym z osobami reprezentującymi podmioty działające na rzecz sektorów, w których funkcjonują ramy kwalifikacji/kompetencji lub systemy certyfikacji kompetencji.

W związku z potrzebą przeprowadzenia IDI z dwoma grupami respondentów do realizacji badania stworzono i wykorzystano **dwa scenariusze** dostosowane zakresem poruszanych tematów do typu rozmówców. Scenariusze przed realizacją wywiadów zostały

skonsultowane z Zamawiającym. Znajdują się w Załączniku nr 1 do niniejszego raportu. W sytuacji gdy ekspert jednocześnie uczestniczył w procesie tworzenia SRK i był zrekrutowany jako korzystający z SRK, moderator poruszał tematy z obydwóch obszarów badawczych, podejmując i pogłębiając najważniejsze zagadnienia zarówno ze scenariusza przeznaczonego do rozmowy z twórcą SRK, jak i z korzystającym z SRK.

Etap rekrutacji i realizacji wywiadów obejmował zakres czasowy od 9 do 30 listopada 2020 roku. Czas rozmowy wynosił ok. 60 minut. Ze względu na sytuację pandemii wywołaną COVID-19 **wywiady były przeprowadzone w formie zdalnej**, przy użyciu telefonów. Wywiady prowadzone były z zachowaniem wszystkich standardów właściwych dla prowadzenia indywidualnych wywiadów pogłębionych przez przeszkolonych moderatorów. Zabiegi te pozwoliły uzyskać pogłębione informacje, nieróżniące się wartością merytoryczną od informacji zdobywanych podczas osobistych spotkań. W ramach realizacji wywiadów pogłębionych podjęto następujące działania:

- stworzenie listy ekspertów wraz z danymi kontaktowymi (dobór respondentów opisany jest w osobnym akapicie);
- nawiązanie kontaktu telefonicznego z respondentem w celu zaproszenia go na rozmowę;
- nawiązanie kontaktu mailowego z respondentami, którzy wyrazili zgodę na udział w badaniu. Wiadomość zawierała List intencyjny, klauzulę RODO oraz informację o nagrywaniu wywiadu;
- nawiązanie kontaktu telefonicznego w celu potwierdzenia terminu rozmowy;
- realizacja wywiadu w umówionym terminie (uzyskanie informacji o zapoznaniu się z klauzulą RODO oraz uzyskanie zgody na nagrywanie).

Wszystkie przeprowadzone wywiady zostały nagrane. Na podstawie nagrań sporządzone zostały szczegółowe notatki, wraz z kluczowymi cytatami. Nagrania dźwiękowe oraz notatki zostały **poddane anonimizacji**, tj. zostały zakodowane w sposób uniemożliwiający identyfikację rozmówcy na podstawie wypowiedzianej przez niego opinii. Na podstawie analizy nagrań i notatek sporządzony został raport cząstkowy z przeprowadzonych wywiadów.

3.3. Dobór respondentów

Ze względu na kluczowe znaczenie wiedzy eksperckiej dla całego badania, proces doboru respondentów był szczególnie staranny. Rozmówców dobierano w **sposób celowy**. Zdecydowano się na zaproszenie do udziału w badaniu osób posiadających wiedzę ekspercką w interesującym, ze względu na realizację celów badania, zakresie. Podczas wywiadów

eksperti byli poproszeni o wskazanie afiliacji, zakresu zadań oraz rodzaju i zakresu zaangażowania w tworzenie i/lub korzystanie z SRK w celu uzupełnienia informacji o respondentach. Wszyscy zrekrutowani respondenci wykazywali doskonałą znajomość pojęć związanych z ZSK i SRK.

Zapraszając ekspertów do badania, pod uwagę brane było przede wszystkim **kryterium zróżnicowania respondentów**, w celu uzyskania możliwie szerokiego i wielowymiarowego spectrum odpowiedzi. Dobór respondentów był zróżnicowany względem:

- **pełnionej roli:** tworzący SRK i/lub korzystający z SRK, w tym osoby reprezentujące podmioty działające na rzecz sektorów, w których funkcjonują ramy kwalifikacji/kompetencji lub systemy certyfikacji kompetencji;
- **reprezentowanego sektora:** rozmowy przeprowadzono z przedstawicielami sektorów/branż o zbliżonym charakterze do sektora komunikacji marketingowej: technologie informatyczne, usługi rozwojowe, nowoczesne usługi biznesowe, przemysł mody i innowacyjnych tekstyliów. Aby uzyskać szerszy obraz badanych procesów i móc zaproponować ciekawe rozwiązania, rozmowy przeprowadzono również z osobami, które brały udział w pracach nad SRK dla takich sektorów jak: telekomunikacja i cyberbezpieczeństwo, rolnictwo, handel, nieruchomości, sektor żywności wysokiej jakości, turystyka, energetyka i budownictwo. W niektórych przypadkach respondenci byli związani z więcej niż jednym sektorem;
- **zakresu wiedzy:** do badania zrekrutowano osoby mające pełny ogłód na jeden lub więcej sektorów, jak i osoby posiadające szczegółową wiedzę na temat konkretnych procesów (np. prowadzenie konsultacji społecznych w procesie tworzenia SRK) czy konkretnych grup, które mogą korzystać z SRK;
- **rodzaju aktywności zawodowej:** do badania zaproszono przedstawicieli ze świata nauki, ekspertów branżowych, przedstawicieli III sektora, przedsiębiorców i praktyków (np. Instytucje Certyfikujące, Urząd Pracy, instytucje szkoleniowe). W niektórych przypadkach respondenci pełnili więcej niż jedną afiliację zawodową.

Tabela 1 Charakterystyka respondentów IDI

	Pełniona rola T – Tworzący, K – Korzystający	Reprezentowany sektor	Rodzaj aktywności zawodowej
Respondent 1	T i K	przemysł mody i innowacyjnych tekstyliów	instytucja szkoleniowa, ekspert branżowy
Respondent 2	T	handel, rolnictwo, nieruchomości, sektor żywności wysokiej jakości	ekspert, przedstawiciel Zamawiającego

	Pełniona rola T – Tworzący, K – Korzystający	Reprezentowany sektor	Rodzaj aktywności zawodowej
Respondent 3	T i K	usługi rozwojowe	instytucja szkoleniowa, ekspert branżowy
Respondent 4	T	turystyka	pracownik naukowy, ekspert branżowy
Respondent 5	T	nieruchomości	pracownik naukowy, ekspert branżowy
Respondent 6	T i K	energetyka	przedsiębiorca, III sektor, ekspert branżowy
Respondent 7	T i K	budownictwo	ekspert branżowy
Respondent 8	T i K	nowoczesne usługi biznesowe	Instytucja Certyfikująca, ekspert branżowy
Respondent 9	K	administracja	Urząd Pracy, doradca zawodowy
Respondent 10	K	technologie informatyczne, telekomunikacja i cyberbezpieczeństwo	ekspert branżowy
Respondent 11	T i K	nieruchomości	przedsiębiorca, ekspert branżowy
Respondent 12	T i K	przemysł mody i innowacyjnych tekstyliów	przedsiębiorca, ekspert branżowy

Źródło: Opracowanie własne.

4. Analiza sektorowych ram kwalifikacji w Polsce

Podstawowym warunkiem współczesnego, opartego na informacji, rozwoju społeczno-gospodarczego, jest ciągłe doskonalenie oraz dostosowywanie kompetencji pracowników do dynamicznie zmieniającego się rynku pracy. Posiadana przez pracowników wiedza ulega dezaktualizacji, a posiadane przez nich umiejętności wymagają z czasem uzupełnienia, rozwinięcia, a niekiedy wręcz zupełnej transformacji. Edukacja szkolna i akademicka nie wystarczają, aby nadążyć za tempem zmian. Dlatego też istotne jest wspieranie i popieranie idei uczenia się przez całe życie. Jej główne zasady obejmują m.in. docenianie uczenia się w różnych formach i miejscach na każdym etapie życia oraz możliwość potwierdzania efektów uczenia się niezależnie od sposobu, miejsca i czasu ich osiągnięcia.

Założenia instytucjonalne takiego podejścia określono w Polsce w Ustawie z 22 grudnia 2015 r. o Zintegrowanym Systemie Kwalifikacji (Ustawa o ZSK). Jednym z narzędzi Zintegrowanego Systemu Kwalifikacji (ZSK) jest Polska Rama Kwalifikacji (PRK). W PRK wyróżnia się osiem poziomów kwalifikacji. Każdy z poziomów PRK został scharakteryzowany za pomocą ogólnych stwierdzeń dotyczących efektów uczenia się, wymaganych dla kwalifikacji danego poziomu. Dla określania poziomu PRK nie ma znaczenia, czy wymagane dla kwalifikacji efekty uczenia się są osiągnięte w ramach zorganizowanej edukacji, czy w inny sposób.

Charakterystyki poziomów PRK odnoszą się do pełnego spektrum wymaganych dla kwalifikacji efektów uczenia się, to znaczy wiedzy, umiejętności oraz kompetencji społecznych. Charakterystyki kolejnych poziomów PRK odzwierciedlają coraz wyższe wymagania w tych zakresach¹.

Zgodnie z art. 11 ustawy o ZSK wybrane zapisy, typowe dla kwalifikacji o charakterze zawodowym drugiego stopnia PRK, można rozwijać, tworząc Sektorowe Ramy Kwalifikacji (SRK), które oddają specyfikę danej branży. Rama sektorowa jest zdefiniowana w ustawie o ZSK jako opis poziomów kwalifikacji funkcjonujących w danym sektorze lub branży.

Do końca 2020 roku powstały projekty 16 sektorowych ram kwalifikacji. Cztery z nich zostały włączone do Zintegrowanego Systemu Kwalifikacji. Zestawienie SRK zawiera tabela 2.

¹ Chłoń-Domińczak, A., Sławiński, S., Kraśniewski, A., Chmielecka, E. (2017). *Polska Rama Kwalifikacji. Wiedza, umiejętności, kompetencje społeczne*. Warszawa: Instytut Badań Edukacyjnych.

Tabela 2 Zestawienie opracowanych projektów sektorowych ram kwalifikacji w Polsce

Lp.	nazwa sektorowej ramy kwalifikacji	czas powstania	data włączenia do ZSK
1	Sektorowa Rama Kwalifikacji dla Turystyki	2013-2015 (pilotaż)	18 maja 2017
2	Sektorowa Rama Kwalifikacji w Sporcie	2013-2015 (pilotaż)	21 czerwca 2017
3	Sektorowa Rama Kwalifikacji dla Sektora Bankowego	2013-2015 (pilotaż)	n/d
4	Sektorowa Rama Kwalifikacji dla Sektora Informatycznego	2013-2015 (pilotaż)	n/d
5	Sektorowa Rama Kwalifikacji dla sektora telekomunikacyjnego w Polsce	2013-2015 (pilotaż)	n/d
6	Sektorowa Rama Kwalifikacji w Budownictwie	2016-2017	12 lipca 2019
7	Sektorowa Rama Kwalifikacji Usług Rozwojowych	2016-2017	14 listopada 2019
8	Sektorowa Rama Kwalifikacji dla Przemysłu Mody	2017-2018	n/d
9	Sektorowa Rama Kwalifikacji dla Handlu	2018	n/d
10	Sektorowa Rama Kwalifikacji dla Zdrowia Publicznego	2018	n/d
11	Sektorowa Rama Kwalifikacji dla Motoryzacji	2018-2019	n/d
12	Sektorowa Rama Kwalifikacji dla Rolnictwa	2019	n/d
13	Sektorowa Rama Kwalifikacji dla Przemysłu Chemicznego	2019	n/d
14	Sektorowa Rama Kwalifikacji dla Sektora Energetyki	2019-2020	n/d
15	Sektorowa Rama Kwalifikacji w Górnictwie	2019-2020	n/d
16	Sektorowa Rama Kwalifikacji dla Sektora Nieruchomości	2020	n/d

Źródło: Opracowanie własne

W niniejszym Raporcie przedstawiono wyniki analizy zakresu i struktury opracowanych sektorowych ram kwalifikacji oraz procesu ich powstawania. Analizie poddano również sposób ich wykorzystywania. Zawarte wnioski oparte są na przeprowadzonej analizie danych zastanych, badaniu jakościowym w postaci indywidualnych wywiadów pogłębionych z osobami zaangażowanymi w proces powstawania wybranych SRK i korzystającymi z nich. Uwzględniono ponadto doświadczenie ekspertek Wykonawcy, wynikające z ich udziału w opracowaniu projektów sektorowych ram kwalifikacji dla przemysłu mody, rolnictwa, przemysłu chemicznego, sektora energetyki i sektora nieruchomości.

4.1. Konstrukcja sektorowych ram kwalifikacji

Ustawodawca w art. 11 ust. 3 Ustawy o ZSK wskazał, że wniosek o włączenie sektorowej ramy kwalifikacji do Zintegrowanego Systemu Kwalifikacji musi zawierać m.in.:

- charakterystyki efektów uczenia się dla poziomów Sektorowych Ram Kwalifikacji ujęte w kategoriach wiedzy, umiejętności oraz kompetencji społecznych, uwzględniające przepisy wydane na podstawie art. 7 ust. 4; (art. 11 ust. 3 pkt. 3);
- ocenę zgodności Sektorowych Ram Kwalifikacji z Polską Ramą Kwalifikacji, w szczególności w zakresie spójności Sektorowych Ram Kwalifikacji z charakterystykami odpowiednich poziomów Polskiej Ramy Kwalifikacji drugiego stopnia typowymi dla kwalifikacji o charakterze zawodowym, określonymi w przepisach wydanych na podstawie art. 7 ust. 4; (art. 11 ust. 3 pkt. 5).

Powyższe zapisy, oznaczające, że w sektorowych ramach kwalifikacji kompetencje muszą wyrażone być za pomocą efektów uczenia się w podziale na wiedzę, umiejętności i kompetencje społeczne oraz muszą posiadać odniesienie do odpowiednich zapisów Polskiej Ramy Kwalifikacji, są jedynymi określonymi przez ustawodawcę wymogami dotyczącymi konstrukcji sektorowych ram kwalifikacji. W konsekwencji, twórcy poszczególnych ram mają możliwość opracowania sektorowej ramy kwalifikacji w takim układzie, jaki w najlepszym stopniu odpowiada potrzebom jej odbiorców oraz specyfice sektora. Niemniej jednak, analiza powstałych dotychczas sektorowych ram kwalifikacji wykazała, że wypracowano pewne elementy ich konstrukcji, które ułatwiają tworzenie i posługiwanie się nimi, takie jak np. podział na obszary, wyznaczniki sektorowe czy wiązki kompetencji.

Podział na obszary (podramy)

Część sektorowych ram kwalifikacji podzielona została na części, nazywane podramami, obejmującymi wybrane obszary sektora. Kwestia tworzenia podram sektorowych ram kwalifikacji wiąże się bezpośrednio z określeniem pożądanego poziomu ogólności SRK. Doświadczenia pokazują, że nie zawsze zasadne jest opracowywanie wspólnej SRK dla wszystkich obszarów sektora. Dotyczy to w szczególności tych dziedzin działalności, których obszary znacznie się od siebie różnią, zarówno pod względem dostarczanych na rynek produktów/usług, jak i pod względem realizowanych przez nie procesów i wykonywanych w ich obrębie zadań. W takich przypadkach niezastosowanie podziału na podramy skutkować mogłoby koniecznością zastosowania zbyt dużych uogólnień w zapisach lub nadmiernych rozbudowaniem ramy. Warto zauważyć, że ze względu na brak zdefiniowanych elementów konstrukcji sektorowych ram kwalifikacji, część twórców sektorowych ram kwalifikacji dokonała podziału obszarów sektora poprzez wykorzystanie w tym celu innych elementów struktury np. w ramach wyznaczników sektorowych. Przykładowo w SRK dla Sektora Informatycznego wydzielono dwa wyznaczniki – Programowanie i Administrowanie, będące w rzeczywistości podramami, obejmującymi odrębne obszary sektora.

Na potrzeby niniejszej analizy przyjęto zatem, że **wydzielona ze względu na charakter dostarczanych na rynek produktów/usług lub ze względu na specyfikę realizowanych procesów i wykonywanych w ich obrębie zadań część sektorowej ramy kwalifikacji nazywana jest podramą.**

W tabeli 3 zawarto zestawienie opracowanych dotychczas sektorowych ram kwalifikacji, w których zastosowano podział na podramy.

Tabela 3 Zestawienie sektorowych ram kwalifikacji – przykłady podziału na podramy

Sektorowa Rama Kwalifikacji	Wydzielone podramy
SRK dla Turystyki	1. Hotelarstwo 2. Gastronomia 3. Organizacja turystyki 4. Przewodnictwo, pilotaż i animacja czasu wolnego
SRK dla Sektora Informatycznego	1. Programowanie 2. Administrowanie
SRK dla Sektora Telekomunikacyjnego	1. Infrastruktura 2. Usługi i urządzenia końcowe
SRK dla Przemysłu Mody	1. Wytwarzanie i marketing wyrobów gotowych 2. Przerób surowców włókienniczych i skórzanych oraz marketing produktów włókienniczych i skórzanych
SRK dla Rolnictwa	1. Planowanie i prowadzenie produkcji zwierzęcej 2. Planowanie i prowadzenie produkcji roślinnej
SRK dla Handlu	1. Zakup 2. Sprzedaż

Źródło: Opracowanie własne

Podział na wyznaczniki

Wyznaczniki sektorowe są elementem, który pozwala wyodrębnić kompetencje kluczowe, zapewnić kompletność i spójność ramy oraz uporządkować charakterystyki poziomów w sposób czytelny dla odbiorców. Wyznaczniki sektorowe powinny odzwierciedlać zakres sektora objęty sektorową ramą kwalifikacji. Powinny również stanowić kryteria wyboru kompetencji kluczowych czyli określać jednoznacznie, które kompetencje powinny być „zaliczone” do danego sektora.

W procesie formułowania charakterystyk poziomów Polskiej Ramy Kwalifikacji rolę tę pełniły tzw. kategorie kluczowe oraz – wyodrębnione w ich ramach – aspekty o podstawowym znaczeniu. Zgodnie z informacją umieszczoną w polskim raporcie referencyjnym, celem ich

wyodrębnienia było zapewnienie spójności i kompletności charakterystyk PRK. Rozwiązanie to, w postaci osadzonych w kontekście danego sektora kategorii/kryteriów (zwanymi wyznacznikami sektorowymi), przeniesione zostało na grunt prac nad sektorowymi ramami kwalifikacji i stało się ich stałym elementem.

Instytut Badań Edukacyjnych, w publikacji będącej podsumowaniem procesu pilotażowego tworzenia sektorowych ram kwalifikacji, do określenia wyznaczników sektorowych rekomenduje zastosowanie metodologii wypracowanej w toku prac nad ramą kwalifikacji dla sektora motoryzacji w Niemczech (prace realizowane w ramach projektu CarEasyVet). Założeniem tej metodologii jest to, że proces konstruowania ramy sektorowej powinien być oparty z jednej strony na opisie zidentyfikowanych w sektorze kluczowych kompetencji, z drugiej na tzw. „kategoriach powiązanych z pracą”, stanowiących kontekst dla tych kompetencji. W projekcie CarEasyVet zdefiniowano cztery takie kategorie:

- kluczowe procesy pracy,
- „obiekty” pracy – wszystko to, na co oddziałuje osoba wykonująca zadania w obrębie danego procesu (produkty, procesy, zjawiska, koszty oraz osoby i ich wzajemne relacje),
- narzędzia, metody i organizacja pracy – w tym dobór i użycie narzędzi, technologii, metod i form organizacji pracy,
- wymagania odnośnie pracy i technologii – standardy, reguły i prawa odnoszące się do wybranych procesów, ale także wymagania końcowych użytkowników ich rezultatów (nabywców produktów i usług).

Wymienione powyżej kategorie wyczerpują listę czynników, które powinny zostać wzięte pod uwagę w procesie identyfikacji kompetencji kluczowych dla sektora w celu skonstruowania charakterystyk SRK. Są to naturalnie aspekty sformułowane w sposób na tyle ogólny, iż konieczne jest każdorazowe doprecyzowanie ich w kontekście danego sektora. Przegląd opracowanych sektorowych ram kwalifikacji pokazał, że nie we wszystkich sektorach zasadne jest formułowanie wyznaczników w każdej kategorii. Niemniej jednak, przeanalizowanie kompetencji funkcjonujących w danym sektorze pod kątem wymienionych kategorii pozwala na przyjęcie założenia, że uwzględnione zostały wszystkie kluczowe kompetencje.

Konsekwencją nazwania, przez niektórych twórców sektorowych ram kwalifikacji, wyznacznikami podziału na podramy, jest wprowadzenie w tych ramach tzw. kontekstów, które odpowiadają definicji wyznaczników sektorowych. Zatem na potrzeby niniejszej analizy przyjęto, że **wyznacznikami sektorowymi są kategorie specyficzne dla danego sektora, mające na celu uporządkowanie kompetencji oraz zapewnienie kompletności sektorowej ramy kwalifikacji.** W tabeli poniżej przedstawiono przykłady wyznaczników sektorowych w odniesieniu do wymienionych powyżej kategorii powiązanych z pracą.

Tabela 4 Zestawienie sektorowych ram kwalifikacji – przykłady wyznaczników sektorowych

Kategoria	SRK dla Przemysłu Mody (podrama: Wytwarzanie i marketing wyrobów gotowych)	SRK dla Rolnictwa (podrama: Planowanie i prowadzenie produkcji zwierzęcej)	SRK dla Nieruchomości
kluczowe procesy pracy	- projektowanie artystyczne i techniczne - organizowanie i optymalizacja procesu produkcji - kontrola jakości	- organizowanie produkcji zwierzęcej - hodowla zwierząt - chów zwierząt	n/d
„obiekty” pracy	materiały, dodatki i preparaty	wymagania zwierząt	- Nieruchomość - Klient - Transakcja - Otoczenie i rynek Finanse
narzędzia, metody i organizacja pracy	technologia	technologia	
wymagania odnośnie pracy i technologii	- potrzeby klienta i rynku - wymagania dotyczące wyrobów	Uwzględnione w ramach kompetencji społecznych, które opisano oddzielnie od wiedzy i umiejętności	- Bezpieczeństwo i środowisko - Odpowiedzialność (KS) - Zasady postępowania (KS) - Komunikacja (KS)

Źródło: Opracowanie własne

Kompetencje w sektorowych ramach kwalifikacji

Sektorowa rama kwalifikacji jest sektorowym rozwinięciem charakterystyk poziomów Polskiej Ramy Kwalifikacji i powinna umożliwić określanie poziomu PRK dla kwalifikacji charakterystycznych dla danego sektora. Oznacza to, że powinna obejmować kluczowe dla tego sektora kompetencje. Kompetencje kluczowe to takie, które są konieczne do realizowania procesów i zadań wykonywanych w danym sektorze. Kompetencje kluczowe mogą być specyficzne lub niespecyficzne dla danego sektora.

Kompetencje specyficzne to takie kompetencje, które są charakterystyczne dla danego sektora.

Przykłady kompetencji specyficznych:

- *potrafi diagnozować i rozwiązywać problemy pojawiające się w procesie sprzedaży (SRK dla Handlu);*
- *potrafi przeanalizować złożony zestaw wskaźników – w tym branżowych – i wykorzystać wyniki dla przygotowania oferty dla klientów lub syntetycznych opracowań wewnętrznych banku (SRK dla Sektora Bankowego);*
- *Zna i rozumie typowe i inne często stosowane zasady i metody prowadzenia i kontrolowania procesów i operacji jednostkowych w skali laboratoryjnej (SRK dla Przemysłu Chemicznego);*
- *Zna i rozumie najczęściej stosowane formy, metody, technologie, techniki i narzędzia wspierania rozwoju (SRK dla Sektora Usług Rozwojowych).*

Kompetencje niespecyficzne dla danego sektora mogą być kompetencjami uniwersalnymi tj. występującymi w każdej dziedzinie działalności lub kompetencjami specyficznymi dla innego sektora.

Sektorowa rama kwalifikacji powinna obejmować kompetencje kluczowe i specyficzne dla danego sektora, niemniej jednak w uzasadnionych przypadkach w charakterystykach poziomów SRK zawierane są niespecyficzne kompetencje kluczowe. Najczęściej występującymi w sektorowych ramach kwalifikacji kompetencjami niespecyficznymi o charakterze uniwersalnym są kompetencje związane z komunikowaniem się, zarządzaniem, obsługą klienta. Często twórcy sektorowych ram kwalifikacji umieszczają w charakterystykach poziomów również kompetencje, które są specyficzne dla innych sektorów, ale równocześnie odgrywają istotną rolę w realizacji procesów w ich sektorze. Takimi kompetencjami wielokrotnie są kompetencje specyficzne dla sektora komunikacji marketingowej. W poniższej tabeli zawarto analizę opracowanych sektorowych ram kwalifikacji pod kątem występowania w nich kompetencji specyficznych dla sektora komunikacji marketingowej.

Tabela 5 Analiza występowania kompetencji specyficznych dla sektora komunikacji marketingowej w opracowanych sektorowych ramach kwalifikacji

Sektorowa Rama Kwalifikacji	Występowanie kompetencji specyficznych dla sektora komunikacji marketingowej	Przykłady kompetencji specyficznych dla sektora komunikacji marketingowej
-----------------------------	--	---

Sektorowa Rama Kwalifikacji	Występowanie kompetencji specyficznych dla sektora komunikacji marketingowej	Przykłady kompetencji specyficznych dla sektora komunikacji marketingowej
Sektorowa Rama Kwalifikacji dla Przemysłu Mody	W charakterystykach poziomów występują liczne kompetencje związane z marketingiem mody, w tym dotyczące wykorzystania narzędzi komunikacji marketingowej, tworzenia i realizowania strategii, organizowania i obsługi wydarzeń (targów, pokazów).	Zna i rozumie instrumenty promocji stosowane na rynku mody Zna i rozumie zasady doboru przekazu (forma przekazu, rodzaj mediów) w zależności od grupy docelowej Zna i rozumie metody i strategię działań marketingowych w branży Zna i rozumie zasady tworzenia i realizacji strategii marketingowych Potrafi planować i organizować prezentację wyrobów w czasie targów, wystaw, sesji fotograficznych Potrafi formułować przekazy marketingowe i medialne dotyczące wyrobów i ich właściwości Potrafi opracowywać i realizować strategię działań marketingowych dla kolekcji wyrobów
Sektorowa Rama Kwalifikacji dla Handlu	W SRK zawarto wyznaczniki obejmujące kompetencje, które mogą być specyficzne dla sektora komunikacji marketingowej, tj.: analiza popytu analiza rynku dostawców i podaży działania informacyjno-promocyjne	Zna i rozumie podstawowe pojęcia związane z analizą potrzeb klientów, Zna i rozumie w pogłębiony sposób trendy i oczekiwania klientów, Zna i rozumie zasady i narzędzia budowy wizerunku przedsiębiorstwa Zna i rozumie w pogłębionym zakresie zasady tworzenia strategii PR i marketingowych oraz możliwości ich wykorzystania, Potrafi przygotowywać i wdrażać <i>influencing plans</i> w sytuacji zagrożenia kupna i sprzedaży Jest gotów do przestrzegania zasad etycznych w korzystaniu z

Sektorowa Rama Kwalifikacji	Występowanie kompetencji specyficznych dla sektora komunikacji marketingowej	Przykłady kompetencji specyficznych dla sektora komunikacji marketingowej
		pozyskanych informacji rynkowych, Jest gotów do promowania zasady etyki w marketingu,
Sektorowa Rama Kwalifikacji dla Turystyki	W charakterystykach poziomów występują liczne odniesienia do kompetencji związanych z przekazywaniem rzetelnej informacji klientom (związane z bezpieczeństwem, etyką). W charakterystykach pojawiają się zapisy dotyczące kompetencji związanych z wykorzystywaniem narzędzi marketingowych	Zna i rozumie zasady segmentacji rynku usług hotelarskich oraz kanały dystrybucji usług hotelarskich, Zna i rozumie zasady identyfikacji głównych konkurentów zakładu hotelarskiego działających na danym rynku Zna i rozumie potrzeby i oczekiwania docelowej grupy nabywców usług hotelarskich, w tym grupy nabywców instytucjonalnych Zna i rozumie regulacje dotyczące udzielania informacji o usługach hotelarskich oraz reklamowania ofert usług hotelarskich Potrafi komponować i prezentować atrakcyjne oferty sprzedażowe i materiały promocyjno-reklamowe zakładu hotelarskiego Potrafi przygotowywać dla klientów, w tym nabywców instytucjonalnych, informacje o oferowanych imprezach i usługach, nie zawarte w przygotowanej ofercie
Sektorowa Rama Kwalifikacji dla Zdrowia Publicznego	W charakterystykach poziomów występują kompetencje związane z realizowaniem działań mających na celu promocję zdrowia, marketingiem zdrowotnym, marketingiem społecznym, networkingiem.	Zna i rozumie teorię, zasady i metody komunikacji społecznej, edukacji zdrowotnej, współpracy z przedstawicielami środków masowego przekazu, rzecznictwa zdrowotnego i marketingu społecznego Potrafi opracować i zaprezentować

Sektorowa Rama Kwalifikacji	Występowanie kompetencji specyficznych dla sektora komunikacji marketingowej	Przykłady kompetencji specyficznych dla sektora komunikacji marketingowej
		plan komunikacji społecznej, rzecznictwa zdrowotnego, marketingu społecznego Potrafi organizować i przeprowadzić wysłuchania publiczne, konferencje, spotkania i inne formy komunikacji, dialogu i wymiany informacji Potrafi opracowywać materiały informacyjne i edukacyjne dla adresatów/grup docelowych interwencji ZP i poddać je wstępnej ocenie użytkowników
Sektorowa Rama Kwalifikacji dla Sektora Nieruchomości	W charakterystykach poziomów zawarto m. in. kompetencje związane z badaniem potrzeb klientów, kreowaniem wizerunku nieruchomości, przygotowywaniem ofert, strategii sprzedażowych oraz strategii promocyjnych.	Zna i rozumie czynniki kształtujące potrzeby i oczekiwania poszczególnych grup klientów Zna i rozumie zasady opracowywania strategii sprzedażowych w obrocie nieruchomościami Zna i rozumie zasady opracowywania strategii marketingowych w obrocie nieruchomościami Potrafi formułować założenia do prowadzenia badań rynkowych zmierzających do określenia potrzeb grup klientów Potrafi formułować przekazy marketingowe i medialne dotyczące nieruchomości Potrafi opracowywać strategie sprzedażowe w obrocie nieruchomościami Potrafi opracowywać strategię dotarcia i prezentacji oferty w

Sektorowa Rama Kwalifikacji	Występowanie kompetencji specyficznych dla sektora komunikacji marketingowej	Przykłady kompetencji specyficznych dla sektora komunikacji marketingowej
		zależności od typu klienta, rodzaju nieruchomości oraz typu transakcji Potrafi opracowywać plany i wytyczne do wirtualnej prezentacji nieruchomości
Sektorowa Rama Kwalifikacji dla Sektora Energetyki	W charakterystykach zawarto związane z badaniem potrzeb klientów, znajomością trendów rynkowych oraz kompetencje społeczne związane z promowaniem postaw proekologicznych	Potrafi identyfikować wymagania i potrzeby odbiorców oraz inwestorów indywidualnych na podstawie danych dotyczących np. trybu życia, przeznaczenia budynku oraz celu, budżetu i oczekiwanych efektów inwestycji Potrafi przygotowywać ofertę sprzedaży energii dla odbiorców indywidualnych i przemysłowych
Sektorowa Rama Kwalifikacji dla Przemysłu Chemicznego	W charakterystykach zawarto związane z badaniem potrzeb klientów, znajomością trendów rynkowych.	Potrafi identyfikować trendy w wymaganiach odbiorców produktów chemicznych na podstawie wyników badań rynku
Sektorowa Rama Kwalifikacji dla Rolnictwa	W charakterystykach zawarto związane z badaniem potrzeb klientów, znajomością trendów rynkowych oraz analizą czynników wpływających na rynki produktów rolnych	Zna i rozumie czynniki wpływające na wymagania odbiorców w zakresie produktów zwierzęcych Potrafi interpretować wyniki badań potrzeb konsumenckich i identyfikować potrzeby odbiorców Potrafi analizować czynniki kształtujące wymagania odbiorców i trendy na lokalnym i krajowym rynku produktów rolnych
Sektorowa Rama Kwalifikacji dla Motoryzacji	W charakterystykach zawarto bardzo nieliczne, ogólne odniesienia do kompetencji specyficznych dla sektora komunikacji marketingowej oraz kompetencje związane ze znajomością trendów rynkowych	"(...) ciąg czynności organizacyjnych, technicznych, prawnych i finansowych związanych z odpłatnym dostarczeniem dóbr lub usług) Zna i rozumie wymagania oraz trendy rynkowe dotyczące sprzedaży produktów i usług.

Sektorowa Rama Kwalifikacji	Występowanie kompetencji specyficznych dla sektora komunikacji marketingowej	Przykłady kompetencji specyficznych dla sektora komunikacji marketingowej
Sektorowa Rama Kwalifikacji dla Sektora Bankowego	brak	n/d
Sektorowa Rama Kwalifikacji dla Sektora Informatycznego	brak	n/d
Sektorowa Rama Kwalifikacji w Sporcie	brak	n/d
Sektorowa Rama Kwalifikacji dla sektora telekomunikacyjnego w Polsce	brak	n/d
Sektorowa Rama Kwalifikacji w Budownictwie	brak	n/d
Sektorowa Rama Kwalifikacji Usług Rozwojowych	brak	n/d

Źródło: Opracowanie własne

Przegląd kompetencji specyficznych dla sektora komunikacji marketingowej zawartych w sektorowych ramach kwalifikacji wskazuje, że kompetencje te są kluczowe dla wielu sektorów. Jednocześnie analiza poszczególnych zapisów pokazuje brak spójności pomiędzy kompetencjami pojawiającymi się w różnych sektorowych ramach kwalifikacji. Te same kompetencje nazywane są w odmienny sposób, opisane są na różnym poziomie szczegółowości, występują również rozbieżności związane z przypisanym poziomem PRK. Opracowanie sektorowej ramy kwalifikacji dla sektora komunikacji marketingowej pozwoliłoby na uporządkowanie i uspoźnienie tych kompetencji.

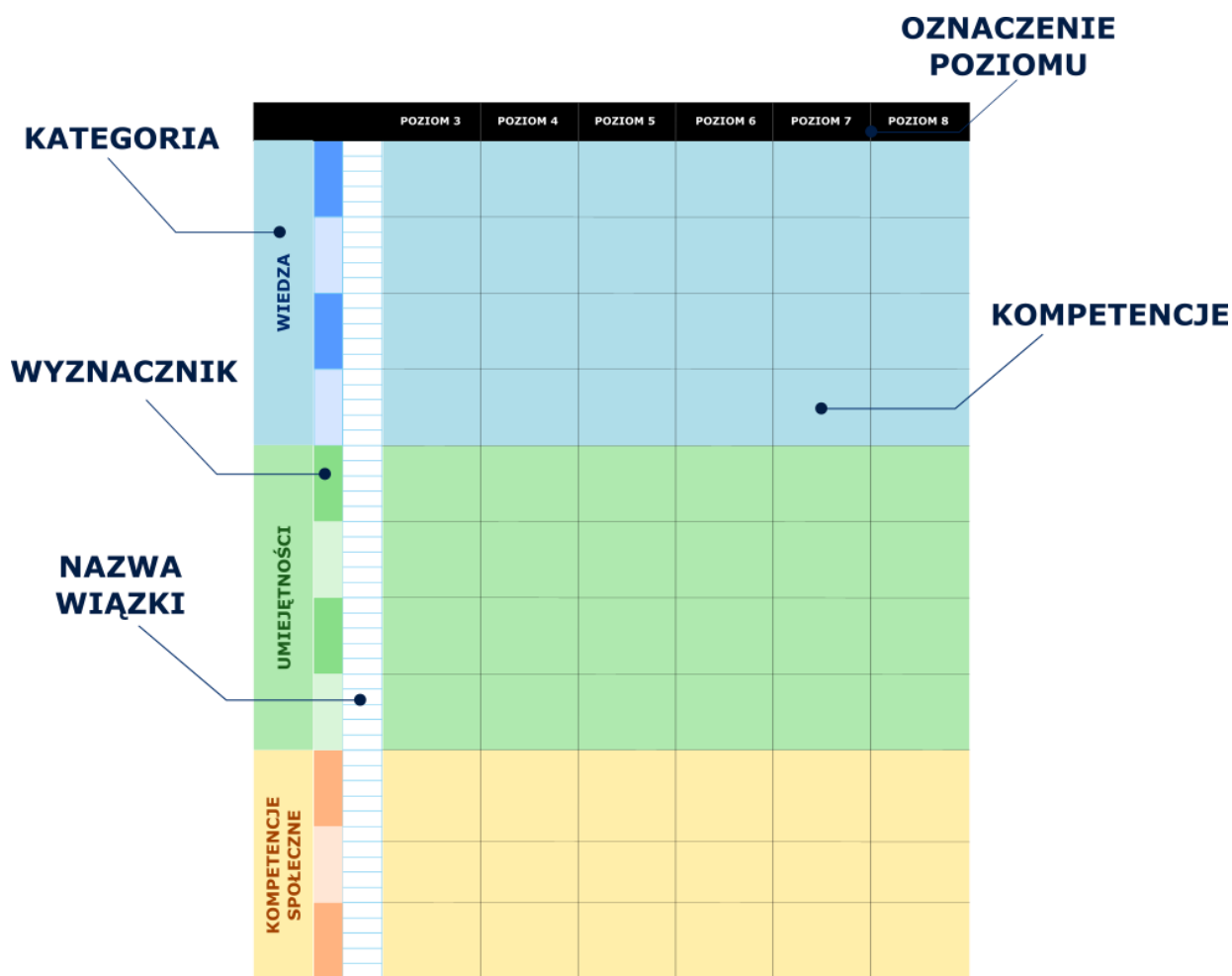
Układ sektorowych ram kwalifikacji

Zgodnie z wytycznymi określonymi w Ustawie o ZSK, sektorowa rama kwalifikacji powinna zawierać charakterystyki efektów uczenia się dla poziomów Sektorowych Ram Kwalifikacji ujęte w kategoriach wiedzy, umiejętności oraz kompetencji społecznych (art. 11 ust. 3 pkt. 3). Tak sformułowane wymagania dają szerokie spektrum możliwości w zakresie układu poszczególnych elementów ramy, dzięki czemu możliwe jest wypracowywanie rozwiązań zapewniających maksymalną funkcjonalność SRK. Analiza poszczególnych sektorowych ram kwalifikacji, w tym analiza raportów podsumowujących konsultacje w środowisku branżowym oraz wywiadów przeprowadzonych z twórcami i użytkownikami SRK, pozwala na stwierdzenie, że za najbardziej funkcjonalny uznawany jest układ, w którym charakterystyki poszczególnych poziomów przedstawione są w wyznacznikach sektorowych, a kompetencje zachowane w układzie wiązek. Wiązki kompetencji to grupa charakterystyk na różnych poziomach określających wymagania odnoszące się do tego samego zagadnienia. Najbardziej pożądaną jest, aby w sektorowej ramie kwalifikacji kompetencje należące do jednej wiązki znajdowały się zawsze w tym samym wierszu, dzięki czemu możliwe jest prześledzenie progresji wymagań.

W zależności od specyfiki kompetencji funkcjonujących w sektorze możliwe są trzy typy takiego układu. Poniżej przedstawiono te typy przyjmując następujące oznaczenia kolorystyczne dla poszczególnych kategorii kompetencji: wiedza – niebieski, umiejętności – zielony, kompetencje społeczne – pomarańczowy.

Typ 1 – w każdej kategorii (wiedza, umiejętności, kompetencje społeczne) wydzielone są wyznaczniki sektorowe grupujące kompetencje z danej kategorii. W takim układzie możliwe jest zastosowanie różnych wyznaczników w odniesieniu do każdej z kategorii.

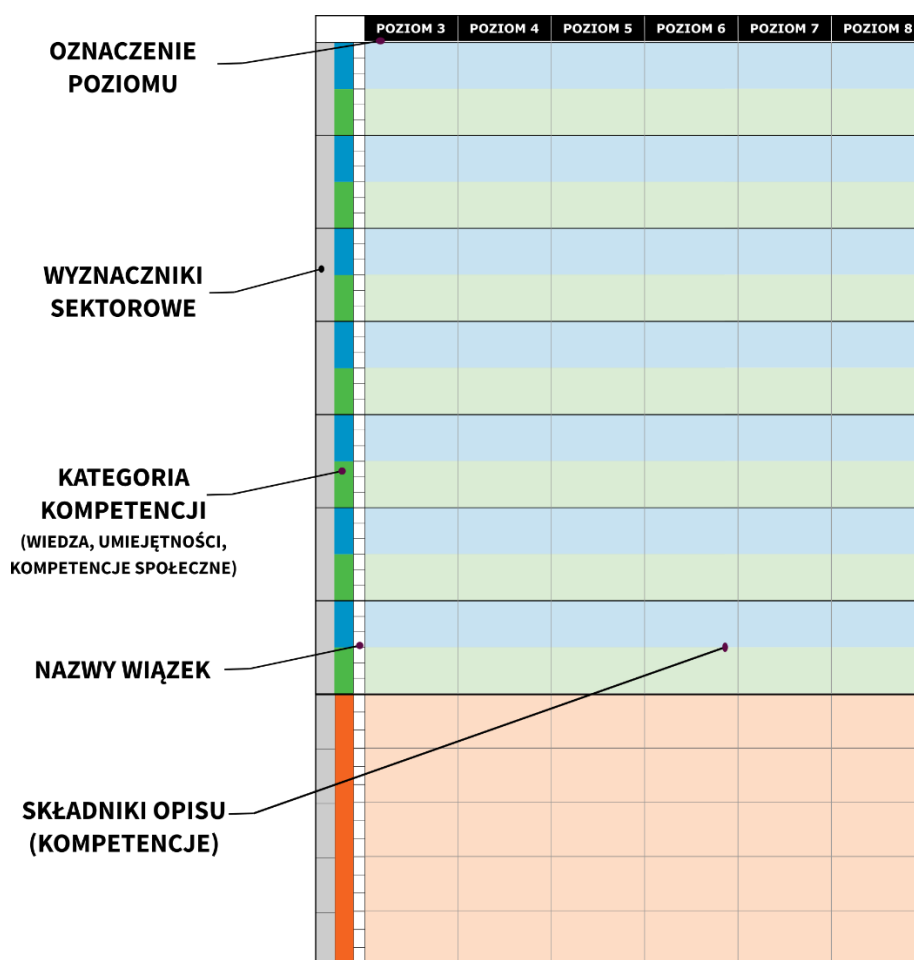
Rysunek 1 Układ SRK z odrębnie opisanymi kategoriami (typ 1)



Źródło: opracowanie własne

Typ 2 – w ramach każdego z wyznaczników sektorowych opisane są kompetencje w kategoriach wiedza i umiejętności, natomiast kompetencje społeczne pogrupowane są w ramach oddzielnych wyznaczników. Taki układ najczęściej ma zastosowanie w sytuacjach, gdy wyznaczniki są wspólne dla wiedzy i umiejętności, natomiast ujęcie kompetencji społecznych w ramach tych wyznaczników oznaczałoby konieczność powielania zapisów. Jest to układ pozwalający na uwzględnienie odrębnego charakteru kompetencji społecznych.

Rysunek 2 Układ SRK z wydzieloną kategorią kompetencji społecznych (typ 2)



Źródło: opracowanie własne

Typ 3 - w ramach każdego z wyznaczników opisane są kompetencje w kategoriach wiedzy, umiejętności i kompetencji społecznych. Taki układ wymaga zastosowania takich samych wyznaczników sektorowych dla każdej z kategorii.

Rysunek 3 Układ SRK bez wydzielonych kategorii (typ 3)

	POZIOM 3	POZIOM 4	POZIOM 5	POZIOM 6	POZIOM 7	POZIOM 8
OZNACZENIE POZIOMU						
WYZNACZNIKI SEKTOROWE						
KATEGORIA KOMPETENCJI (WIEDZA, UMIEJĘTNOŚCI, KOMPETENCJE SPOŁECZNE)						
NAZWY WIĄZEK						
SKŁADNIKI OPISU (KOMPETENCJE)						

Źródło: opracowanie własne

Prowadzone, w ramach każdego procesu opracowywania sektorowej ramy kwalifikacji, konsultacje w środowisku branżowym wykazały, że dobór odpowiedniego układu jest kluczowy dla zapewnienia funkcjonalności SRK, która jest jednym z istotniejszych czynników wpływającym na wykorzystywanie sektorowej ramy kwalifikacji.

Zakres tematyczny sektorowej ramy kwalifikacji

Analiza wykazała, że nie przyjęto żadnej interpretacji związanej z rozumieniem pojęcia „sektor” na potrzeby tworzenia sektorowych ram kwalifikacji. W opracowaniach dotyczących sektorowych ram kwalifikacji używane są również takie określenia jak obszar działalności czy branża. Dopuszczalne jest zatem przyjmowanie różnych interpretacji, a co zatem idzie duża swoboda w określeniu zakresu objętego sektorową ramą kwalifikacji. Oznacza to również konieczność precyzyjnego przedstawienia tego zakresu przez twórców sektorowej ramy kwalifikacji. Ustawodawca wymaga, aby we wniosku o włączenie sektorowej ramy kwalifikacji do Zintegrowanego Systemu Kwalifikacji wskazać podstawowe rodzaje działalności, do których odnosi się Sektorowa Rama Kwalifikacji (art. 11 ust. 3. Pkt. 2 Ustawy o ZSK). Oprócz tego, większość twórców opracowywała również definicję, której zadaniem jest doprecyzowanie zakresu sektora i wskazanie użytkownikom SRK, jakie kompetencje ujęte zostały w charakterystykach poziomów. Przykłady przyjętych definicji:

- Sektorowa rama kwalifikacji dla turystyki (SRKT) obejmuje hotelarstwo, gastronomię, imprezy i organizację turystyki, pilotaż, przewodnictwo i animację czasu wolnego. Projekt SRKT to rama, która składa się z czterech podram. Ponieważ turystyka jest tym, czego oczekuje klient, czyli turysta, i co robi w czasie swojego wyjazdu, rama dotyczy kwalifikacji osób wykonujących usługi, które zaspokajają różne potrzeby turysty, jak rezerwację, zakwaterowanie, wyżywienie, zwiedzanie.
- SRK dla Rolnictwa obejmuje kompetencje związane z działalnością w zakresie hodowli, uprawy i chowu, prowadzoną w celu wytworzenia produktów roślinnych lub zwierzęcych w stanie nieprzetworzonym, uwzględniając racjonalne wykorzystanie zasobów naturalnych, dobrostan zwierząt, bezpieczeństwo ludzi oraz działalność badawczo-wdrożeniową w sektorze. Zapisy SRK dla Rolnictwa w części dotyczącej planowania i prowadzenia produkcji roślinnej odnoszą się również do hodowli i uprawy np. grzybów, glonów i innych.
- SRK dla Energetyki obejmuje kompetencje niezbędne do realizacji zadań w procesach wytwarzania, konwersji, przesyłania, magazynowania, dystrybucji i użytkowania energii produkowanej metodami konwencjonalnymi oraz z wykorzystaniem odnawialnych źródeł energii. SRK dla Energetyki obejmuje kompetencje niezbędne do planowania oraz realizowania działań w sektorze, ze szczególnym uwzględnieniem potrzeb odbiorców energii, ochrony środowiska, bezpieczeństwa energetycznego i bezpieczeństwa pracowników, osób postronnych oraz mienia.

4.2. Podmioty i osoby zaangażowane w tworzenie sektorowych ram kwalifikacji

Główną ideą przyjętą przy opracowaniu ram sektorowych jest ich tworzenie „przez branżę dla branży”. Oznacza to, że w proces powstawania ramy powinno być zaangażowane możliwie jak najszersze grono interesariuszy, czyli działające w danym sektorze podmioty gospodarcze, izby i organizacje branżowe, przedstawiciele szkolnictwa wyższego i zawodowego. Niekiedy, o ile ich rola w danym sektorze jest znacząca, do prac włączane są związki zawodowe lub instytucje pełniące funkcje regulacyjne. Jednocześnie ważne jest, aby osoby angażowane do prac nad stworzeniem SRK reprezentowały wszystkie obszary działalności sektora. Ponadto, w toku prac nad sektorowymi ramami kwalifikacji wypracowano wymagania stawiane ekspertom włączanym do zespołów opracowujących sektorowe ramy kwalifikacji, takie jak posiadanie wiedzy na temat funkcjonujących w sektorze podmiotów oraz występujących pomiędzy nimi relacji, kompetencji oraz najważniejszych nadawanych kwalifikacji. Stawiano warunek, aby wśród zaangażowanych specjalistów były osoby posiadające również wiedzę z zakresu tworzenia kwalifikacji, programów kształcenia i szkolenia na potrzeby danej branży, podstawową wiedzę na temat Polskiej Ramy Kwalifikacji i założeń Zintegrowanego Systemu Kwalifikacji. Podsumowując, w proces powstawania sektorowej ramy kwalifikacji angażowane są trzy typy specjalistów:

- eksperci merytoryczni branżowi (posiadający wiedzę na temat sektora, reprezentujący funkcjonujące w nim podmioty),
- eksperci metodyczni (posiadający wiedzę na temat Zintegrowanego Systemu Kwalifikacji, mający doświadczenie w tworzeniu, testowaniu lub wdrażaniu rozwiązań w ramach ZSK, np. opisów kwalifikacji lub innych sektorowych ram kwalifikacji),
- osoby odpowiedzialne za organizację i logistykę procesu oraz wspierające jego realizację (kierownik/koordynator projektu, osoby odpowiedzialne za zadania administracyjno-finansowe, osoby prowadzące spotkania, moderatorzy wywiadów itp.).

W oparciu o doświadczenie osób biorących udział w badaniu, można zaobserwować, że nad procesem tworzenia sektorowej ramy kwalifikacji pracują najczęściej dwa zespoły:

Zespół operacyjny (do 5 ekspertów operacyjnych w zespole) w składzie: kierownik projektu, kierownik merytoryczny, eksperci ZSK (metodyczni), ekspert branżowy. Zadania zespołu:

- koordynacja całego procesu tworzenia SRK;
- organizacja pracy całego zespołu;
- kontrola przebiegu zadań;
- realizacja i analiza badań;

- prezentacja wyników;
- rekrutacja i utrzymanie stałego kontaktu z zespołem ekspertów merytorycznych;
- zarządzanie składem „zespołów roboczych”/„grup focusowych”.

„Najbardziej pracuje ten mniejszy zespół. Oni muszą się z tym borykać cały czas, tam jest najbardziej intensywnie. Ale z zespołem eksperckim kontaktują się nieustannie.”

[Respondent 2]

Eksperci branżowi, merytoryczni (grupa kilkunastu osób – zidentyfikowana podczas rozmów liczba osób: 15-25, ze wskazaniem optymalnej liczby członków zespołu nie przekraczającej 20 osób). Są to przedstawiciele różnych branż, pełniący różne role zawodowe, którzy dołączają do zespołu tworzącego SRK na określonym etapie (po przeprowadzeniu wstępnej analizy sektora). Głównym zadaniem zespołu jest udział w tworzeniu i konsultacji powstających produktów.

Eksperci merytoryczni (przedstawiciele stowarzyszeń związanych z sektorem, instytucji publicznych i ministerstw – osoby, które mają wiedzę dotyczącą sektora, rynku i potrzeb interesariuszy na rynku) spotykają się na pierwszym spotkaniu, a następnie dzielą na kilka „zespołów roboczych”, w ramach których utrzymują stałą współpracę. Eksperci w jednym zespole roboczym reprezentują różne role i branże, celem wypracowania jak najbardziej uniwersalnego rozwiązania, w miarę możliwości odpowiadającego każdemu interesariuszowi.

„Osoby w zespołach roboczych dobierane są częściowo losowo, częściowo celowo by wywołać dyskusję branżową, czyli dobierano osoby z różnych środowisk, z różnym doświadczeniem z różnych branż. Jest to słuszne podejście żeby eksperci nie byli w tych samych grupach zawodowych i tematycznych bo później się nie da przenieść tego fragmentu, który wypracują na różne typy interesariuszy.”

[Respondent 5]

W toku badania jakościowego zebrano wskazówki dotyczące tworzenia zespołu eksperckiego:

1. Tworzenie SRK wymaga dużo pracy, projekty te bywają finansowane w pewnym zakresie, należy zatem starannie dobrać ekspertów oraz odpowiednio ich motywować podczas realizacji prac (posługiwać się językiem korzyści wynikających z powstania SRK).

2. W zespole eksperckim powinni znaleźć się przedstawiciele różnych branż i środowisk funkcjonujących w ramach sektora, w tym celu na początku prac można stworzyć mapę kluczowych interesariuszy.

„Im więcej przedstawicieli sektora zostanie zaproszonych w proces tworzenia, tym potem łatwiej się każdy w niej odnajdzie.”

[Respondent 1]

3. Należy zwrócić szczególną uwagę na dobór odpowiednich ekspertów zarówno do zespołu projektowego, jak i do konsultacji. Powinny to być osoby otwarte, z odpowiednim doświadczeniem, umiejętnościami i kompetencjami społecznymi.
4. Dodatkową wartością jest udział przedstawiciela IBE i przedstawiciela odpowiedniego ministerstwa w pracach zespołu.
5. Do procesu tworzenia SRK warto zaprosić podmioty, które deklarują, że podejmą się wdrożenia SRK w sektorze.

„Już na etapie tworzenia ramy byłoby fajnie ściągnąć jakieś podmioty, które już w tym momencie myślałyby o tym, że wdrożą ramę. Pilotażowo wdrożą u siebie. Żeby pokazać reszcie, że tak – że można.”

[Respondent 2]

4.3. Analiza procesu powstawania sektorowych ram kwalifikacji

Analiza procesu powstawania sektorowych ram kwalifikacji pozwoliła na wyodrębnienie następujących etapów związanych z opracowaniem sektorowej ramy kwalifikacji:

1. Analiza kompetencji
2. Opracowanie projektu sektorowej ramy kwalifikacji
3. Konsultacje w środowisku branżowym
4. Opracowanie ostatecznej wersji projektu sektorowej ramy kwalifikacji
5. Włączenie sektorowej ramy kwalifikacji do Zintegrowanego Systemu Kwalifikacji
6. Rozwój sektorowej ramy kwalifikacji

Analiza kompetencji

Nazwa etapu	Analiza kompetencji
Czas trwania etapu	2-3 miesiące
Osoby/podmioty realizujące etap	eksperti metodyczni, osoby przeprowadzające badanie (ankieterzy, moderatorzy)
Osoby/podmioty zaangażowane w realizację etapu	osoby uczestniczące w badaniu (respondenci) tj. przedstawiciele pracodawców, organizacji branżowych, podmiotów realizujących kształcenie i szkolenie na potrzeby sektora
Produkt etapu (cel realizacji etapu)	lista kompetencji kluczowych dla sektora w podziale na wiedzę, umiejętności i kompetencje społeczne
Realizowane działania	– wstępne zdefiniowanie zakresu SRK, – wyodrębnienie kluczowych procesów realizowanych w sektorze, – określenie kompetencji niezbędnych do realizacji kluczowych czynności w sektorze, – weryfikacja zidentyfikowanych kompetencji, – opracowanie listy kompetencji kluczowych
Stosowane metody	– pogłębione wywiady indywidualne (IDI), – zogniskowane wywiady grupowe (FGI), – badanie z zastosowaniem metody delfickiej – debaty, dyskusje – analiza desk research
Zidentyfikowane trudności/bariery	Trudność z rozróżnieniem przez respondentów pojęć kompetencje, kwalifikacje. Problemy z nazywaniem kompetencji. Brak zaangażowania ze strony respondentów.

Przebieg analizy kompetencji ustalony został na podstawie raportów z analizy kompetencji i kwalifikacji opracowany na potrzeby tworzenia sektorowych ram kwalifikacji dla sektorów: przemysłu mody, rolnictwa, przemysłu chemicznego, energetyki i nieruchomości.

W przypadku sektorowych ram kwalifikacji dla sektorów rolnictwa, energetyki oraz nieruchomości analiza kompetencji przeprowadzona została przez Instytut Badań Edukacyjnych, a następnie w formie raportu przekazana twórcom SRK. W pozostałych dwóch przypadkach analiza kompetencji realizowana była przez twórców SRK. Różnice wynikające z różnej organizacji znajdują odzwierciedlenie przede wszystkim w stopniu przygotowania

kompetencji, znajdujących się na liście kompetencji kluczowych, do kolejnych etapów prac nad SRK. W przypadku analiz kompetencji opracowanych przez Instytut Badań Edukacyjnych, lista kompetencji kluczowych wymagała zweryfikowania kompletności kompetencji oraz uspołnienienia zapisów. Działania te wykonane zostały przez twórców SRK na późniejszym etapie. Na potrzeby niniejszego opracowania przyjęto, że są one etapem analizy kompetencji i uwzględnione zostały w działaniach realizowanych w ramach tego etapu.

Celem analizy kompetencji jest identyfikacja kompetencji i kwalifikacji charakterystycznych dla danego sektora, w tym kompetencji kluczowych. Wyniki tej analizy stanowią podstawę wypracowania charakterystyk poziomów SRK. Wynikiem analizy kompetencji jest lista kompetencji kluczowych w podziale na wiedzę, umiejętności i kompetencje społeczne.

„I o to chodzi w tej analizie – żeby wyłapać wszystkie – może nie wszystkie – ale możliwie dużo kompetencji, które występują w danym sektorze. Analizuje się wypowiedzi przedstawicieli sektora, analizuje się cały obszar kształcenia związany z sektorem czy ogłoszenia o pracę, które się dla sektora pojawiają.”

Respondent 2

W czasie analizy kompetencji powinny zostać wykorzystane różne źródła informacji, tak, aby zapewnić kompletność badania. Podstawą do prowadzenia analizy kompetencji powinny być informacje otrzymane od ekspertów i przedstawicieli interesariuszy. Informacje te, pozyskane np. w czasie wywiadów grupowych (FGI), wywiadów indywidualnych (IDI), badań delfickich, debat i dyskusji eksperckich, pozwalają na wypracowanie obrazu sektora uwzględniającego procesy faktycznie w nim realizowane oraz kompetencje potrzebne na rynku pracy. Informacje te uzupełnione powinny być o dane ze źródeł zastanych, m.in. z opisów stanowisk, podstaw programowych kształcenia w zawodach, programów studiów i kursów branżowych, standardów kompetencji, opisów realizowanych procesów i procedur, wyników badań i analiz dotyczących kompetencji w sektorze (analiza desk research).

Udział ekspertów branżowych, przedstawicieli pracodawców, organizacji branżowych oraz innych interesariuszy na wszystkich etapach analizy kompetencji jest kluczowy dla zagwarantowania, że wyodrębnione kompetencje są faktycznie wykorzystywane w sektorze. Dzięki temu, że już na tym wstępnym etapie realizacji zostają uwzględnione rzeczywiste potrzeby sektora w zakresie kompetencji, wypracowany projekt SRK może zostać dostosowany do specyfiki sektora.

Analiza kompetencji jest procesem wieloetapowym, w którym można wyodrębnić następujące kroki:

- wstępne zdefiniowanie zakresu SRK,
- wyodrębnienie kluczowych procesów realizowanych w sektorze,
- określenie kompetencji niezbędnych do realizacji kluczowych czynności w sektorze,
- weryfikacja zidentyfikowanych kompetencji,
- opracowanie listy kompetencji kluczowych.

Pierwszym krokiem analizy kompetencji jest wstępne zdefiniowanie zakresu SRK oraz wyodrębnienie kluczowych procesów realizowanych w ramach funkcjonowania danego sektora. Nacisk położony powinien być przede wszystkim na procesy operacyjne, gdyż to one stanowią o specyfice sektora. Procesy zarządcze i pomocnicze (np. logistyka, procesy księgowe, kadrowe itp.) powinny zostać uwzględnione w analizie kompetencji, o ile w toku prac analitycznych okazuje się, że są one specyficzne dla danego sektora. Na tym etapie analizy kompetencji najczęściej wykorzystywane są metody jakościowe, takie jak zogniskowane wywiady grupowe (FGI) czy panele dyskusyjne w gronie ekspertów oraz analiza źródeł, takich jak opisy procesów produkcyjnych i innych realizowanych w przedsiębiorstwach działających w sektorze, opisy stanowisk itp.

W kolejnym kroku analizy kompetencji identyfikuje się kompetencje niezbędne do realizacji procesów pracy. Na tym etapie również wykorzystywane są metody jakościowe, takie jak zogniskowane wywiady grupowe (FGI), pogłębione wywiady indywidualne (IDI), badania z wykorzystaniem metody delfickiej oraz analizowane są dane zastane tj. informacje zawarte w podstawach programowych kształcenia w zawodach, standardach kompetencji zawodowych, standardach kwalifikacji zawodowych, programach kształcenia i szkolenia, standardach egzaminacyjnych, opisach stanowisk, ofertach pracy itp.

Kolejnym krokiem analizy kompetencji jest weryfikacja zidentyfikowanych kompetencji. Etap ten przeprowadzany jest w oparciu o konsultacje z ekspertami branżowymi. Zadaniem ekspertów branżowych jest weryfikacja, czy zidentyfikowane kompetencje są wystarczające do realizacji kluczowych procesów oraz czy analiza nie obejmuje kompetencji nieistotnych lub mało istotnych (tzn. takich, których brak nie wpływa znacząco na możliwość wykonania zadania). Weryfikacja zidentyfikowanych kompetencji powinna być powtarzana również na dalszych etapach opracowywania sektorowej ramy kwalifikacji

Następnie wszystkie zidentyfikowane wcześniej kompetencje powinny zostać uszeregowane i zagregowane. W ten sposób powstaje lista kompetencji kluczowych. Przy tak przyjętej metodologii analizy kompetencji, na liście kompetencji kluczowych znajdują się zarówno kompetencje specyficzne dla sektora, jak i kompetencje o charakterze ogólnym, mające swoje odzwierciedlenie w charakterystykach poziomów Polskiej Ramy Kwalifikacji. Na tym etapie kompetencje ogólne nie powinny być usuwane z listy kompetencji kluczowych w sektorze.

Opracowanie projektu sektorowej ramy kwalifikacji

Nazwa etapu	Opracowanie projektu sektorowej ramy kwalifikacji
Czas trwania etapu	2-3 miesiące
Osoby/podmioty realizujące etap	koordynator projektu, eksperci metodyczni, kierownik merytoryczny, eksperci branżowi
Osoby/podmioty zaangażowane w realizację etapu	n/d
Produkt etapu (cel realizacji etapu)	Projekt sektorowej ramy kwalifikacji
Realizowane działania	– wyodrębnienie wyznaczników sektorowych, – porządkowanie kompetencji w ramach wstępnych wyznaczników sektorowych, formułowanie charakterystyk poziomów, – weryfikacja kompletności opracowanych charakterystyk, – zdefiniowanie ostatecznego zakresu SRK
Stosowane metody	– seminaria z udziałem ekspertów branżowych, – warsztaty, – debaty, dyskusje, – badanie z zastosowaniem metody delfickiej – konsultacje indywidualne
Zidentyfikowane trudności/bariery	Konieczność zapewnienia odpowiedniego stopnia szczegółowości zapisów Konieczność godzenia indywidualnych preferencji, ponieważ każdy ekspert przedstawia perspektywę swojej dziedziny/branży. Trudności z wypracowaniem modelu intelektualnego, który z jednej strony pozwoliłby na wystarczająco szeroki opis procesów, zadań, zawodów i kompetencji (otwartość na zawody, które jeszcze mogą się pojawić w przyszłości, a teraz nie są oczywiste oraz otwarcie się na różne grupy interesariuszy – by nie ograniczać przekazu).

Opracowanie projektu sektorowej ramy kwalifikacji oparte jest o wyniki analizy kompetencji w sektorze oraz wiedzę ekspercką. Prace w ramach tego etapu realizowane są dwuetapowo. W pierwszej kolejności w małym zespole składającym się z ekspertów metodycznych oraz

kierownika merytorycznego, opracowywane są wstępne wyznaczniki sektorowe, grupowane są zidentyfikowane kompetencje kluczowe oraz opracowywane są charakterystyki poziomów SRK. Wynikiem prac ekspertów metodycznych oraz kierownika merytorycznego jest pierwsza wersja projektu sektorowej ramy kwalifikacji. Taki przygotowany materiał przedstawiany jest pozostałym ekspertom w celu jego zweryfikowania oraz dopracowania. Prace zespołu eksperckiego realizowane są w formie spotkań, seminariów, warsztatów, konsultacji indywidualnych, badań delfickich itp. moderowanych przez ekspertów metodycznych. Spotkania ekspertów odbywają się w zależności od potrzeby realizacji konkretnego zadania. Podczas całego procesu powstawania SRK, dochodzi od 2 do 8 spotkań zespołów roboczych. W wyniku tych prac zbierane są opinie, sugestie, propozycje zmian lub uzupełnień, które następnie analizowane są przez ekspertów metodycznych oraz kierownika merytorycznego. Kolejne wersje projektu sektorowej ramy kwalifikacji ponownie przesyłane są do ekspertów branżowych.

Współpracę między zespołem ekspertów operacyjnych oraz merytorycznych podsumowuje opinia jednego z kierowników:

„Wpływ ekspertów merytorycznych na metodyków był niewielki, to było słuszne, bo tak powinno wyglądać badanie naukowe, jest metodologia i nie daje się kształtować ekspertom (...) ja widziałem po każdym etapie wyniki tych działań weryfikujących i to jest ważne też żeby monitorować w trakcie (proces powstawania SRK)”

[Respondent 5]

Konsultacje w środowisku branżowym

Nazwa etapu	Konsultacje w środowisku branżowym
Czas trwania etapu	3-4 miesiące
Osoby/podmioty realizujące etap	koordynator projektu, eksperci metodyczni, kierownik merytoryczny, osoby przeprowadzający badanie (ankieterzy, moderatorzy)
Osoby/podmioty zaangażowane w realizację etapu	przedstawiciele sektora tj. pracodawców, organizacji branżowych, podmiotów realizujących kształcenie i szkolenie na potrzeby sektora inni interesariusze SRK np. nauczyciele, doradcy zawodowi
Produkt etapu (cel realizacji etapu)	Opinie środowiska branżowego dotyczące projektu sektorowej ramy kwalifikacji
Realizowane działania	– opracowanie kryteriów weryfikacji projektu

Nazwa etapu	Konsultacje w środowisku branżowym
	sektorowej ramy kwalifikacji – zebranie opinii - realizacja badań jakościowych i ilościowych – opracowanie zestawienia uwag
Stosowane metody	– pogłębione wywiady indywidualne (IDI), – zogniskowane wywiady grupowe (FGI), – seminaria konsultacyjne, – debaty, dyskusje, – badania ankietowe.
Zidentyfikowane trudności/bariery	Różne wyobrażenie interesariuszy dot. SRK. <i>„Niejednokrotnie oznacza to tarcia i kłótnie, ale zawsze wynika z tego jakaś wartość informacyjna.”</i> <i>[Respondent 2]</i> Brak podstawowej wiedzy na temat ZSK i SRK wśród interesariuszy, którzy przychodzili na konsultacje. Próba udowodnienia przez przedstawicieli świata nauki, że przedstawiciele praktyków nie mają wystarczającej wiedzy o sektorze. <i>„Chcieli zaznaczyć swoją pozycję i wiedzę, dziwili się, że mamy umiejętności i kompetencje społeczne, czego części z nich zdecydowanie brakowało(...) Po 3 etapie lody pękły, w ankietach pojawiały się wyczerpujące opisy, gdzie naukowcy dzielą się opiniami”</i> <i>[Respondent 6]</i> Rekrutacja osób chcących wziąć udział w badaniach <i>„To ciężka harówka, żeby pracodawcy chcieli brać udział w badaniach, a ich wkład jest najważniejszy”</i> <i>[Respondent 11]</i>

Celem tego etapu prac jest weryfikacja opracowanego projektu sektorowej ramy kwalifikacji w szerokim środowisku branżowym, w szczególności w zakresie zakresu

kompetencji uwzględnionego w SRK, adekwatności i kompletności wyznaczników sektorowych oraz charakterystyk poziomów SRK i ich zgodności z oczekiwaniami interesariuszy sektora. Projekt SRK powinien być również sprawdzany pod kątem poprawności zastosowanej terminologii specjalistycznej, przejrzystości i zrozumiałości poszczególnych zapisów, funkcjonalności SRK. Konsultacje projektu SRK przygotowywane i przeprowadzone są we współpracy z ekspertami przygotowującymi wstępny projekt SRK, w szczególności kierownika projektu i ekspertów metodycznych. Opracowują oni niezbędne narzędzia konsultacji takie jak np. scenariusze wywiadów, programy seminariów.

Proces konsultacji przeprowadzany powinien zostać przy użyciu zróżnicowanych metod w celu zapewnienia dotarcia do jak najszerszego grona interesariuszy sektora oraz pozyskania wiarygodnej informacji zwrotnej na temat wszystkich założonych kwestii. Na tym etapie możliwe jest wykorzystanie takich metod jak np. pogłębione wywiady indywidualne (IDI), zogniskowane wywiady grupowe (FGI), seminaria konsultacyjne, debaty, dyskusje, badania ankietowe. W proces konsultacji projektu SRK zaangażowani powinni zostać przedstawiciele dominujących i kluczowych podmiotów oraz najważniejszych grup interesariuszy sektora. W zależności od przyjętych metod weryfikacji w konsultacjach powinno uczestniczyć 150-200 przedstawicieli sektora.

Opracowanie ostatecznej wersji projektu sektorowej ramy kwalifikacji

Nazwa etapu	Opracowanie ostatecznej wersji projektu sektorowej ramy kwalifikacji
Czas trwania etapu	2 miesiące
Osoby/podmioty realizujące etap	koordynator projektu, eksperci metodyczni, kierownik merytoryczny, eksperci branżowi
Osoby/podmioty zaangażowane w realizację etapu	n/d
Produkt etapu (cel realizacji etapu)	Projekt sektorowej ramy kwalifikacji
Realizowane działania	– opracowanie wyników konsultacji w środowisku branżowym - listy uwag, opinii, sugestii – konsultacje w zespole eksperckim zasadności uwzględniania poszczególnych uwag – modyfikacja projektu sektorowej ramy kwalifikacji

Nazwa etapu	Opracowanie ostatecznej wersji projektu sektorowej ramy kwalifikacji
Stosowane metody	– warsztaty, – badanie metoda delficką
Zidentyfikowane trudności/bariery	Konieczność przetwarzania sporej liczby uwag będących wynikiem niezrozumienia przez respondentów założeń ZSK. Brak zgodności w zespole eksperckim w zakresie konieczności wprowadzenia modyfikacji (skutkuje to wydłużeniem procesu)

Na tym etapie eksperci metodyczni tworzą zestawienie uwag, opinii i sugestii zebranych w trakcie konsultacji w środowisku branżowym. Następnie analizują wszystkie uwagi dotyczące poprawności metodycznej sektorowej ramy kwalifikacji i oceniają zasadność uwzględnienia ich w projekcie sektorowej ramy kwalifikacji. Uwagi, opinie i sugestie o charakterze merytorycznym przekazywane są ekspertom branżowym, a następnie w drodze dyskusji wypracowywane jest stanowisko zespołu dotyczące zasadności uwzględnienia uwag. W tym celu zastosowana może być również metoda delficka. W efekcie tego etapu powstaje projekt sektorowej ramy kwalifikacji, który jest przygotowany do włączenia do Zintegrowanego Systemu Kwalifikacji.

Włączenie sektorowej ramy kwalifikacji do Zintegrowanego Systemu Kwalifikacji

Nazwa etapu	Włączenie sektorowej ramy kwalifikacji do Zintegrowanego Systemu Kwalifikacji
Czas trwania etapu	nie określono
Osoby/podmioty realizujące etap	minister koordynator Zintegrowanego Systemu Kwalifikacji (minister właściwy do spraw oświaty i wychowania)
Osoby/podmioty zaangażowane w realizację etapu	minister właściwy, Rada Interesariuszy, Sektorowa Rada ds. Kompetencji, Instytut Badań Edukacyjnych, przedstawiciele organizacji branżowych,
Produkt etapu (cel realizacji etapu)	rozporządzenie ministra koordynatora ZSK w sprawie włączenia sektorowej ramy kwalifikacji do ZSK
Realizowane działania	– złożenie wniosku o włączenie sektorowej ramy kwalifikacji do ZSK,

Nazwa etapu	Włączenie sektorowej ramy kwalifikacji do Zintegrowanego Systemu Kwalifikacji
	– ocena celowości włączenia SRK do ZSK, – zaopiniowanie SRK przez Radę Interesariuszy, – określenie zgodności SRK z PRK
Stosowane metody	– konsultacje – prace eksperckie – prace legislacyjne
Zidentyfikowane trudności/bariery	Brak zaangażowania przedstawicieli branży Brak podmiotu reprezentującego branżę (w szczególności: brak sektorowej rady do spraw kompetencji) Brak wsparcia ze strony ministra właściwego

Rozwój sektorowej ramy kwalifikacji

Nazwa etapu	Rozwój sektorowej ramy kwalifikacji
Czas trwania etapu	działania ciągłe
Osoby/podmioty realizujące etap	minister koordynator Zintegrowanego Systemu Kwalifikacji (minister właściwy do spraw oświaty i wychowania), minister właściwy, Rada Interesariuszy, Sektorowa Rada ds. Kompetencji, Instytut Badań Edukacyjnych, przedstawiciele organizacji branżowych, instytucji edukacyjnych i in.
Osoby/podmioty zaangażowane w realizację etapu	j.w.
Produkt etapu (cel realizacji etapu)	-
Realizowane działania	– ewaluacja, okresowe przeglądy oraz weryfikacja aktualności SRK, – aktualizowane SRK – prowadzenie działań informacyjnych, edukacyjnych i promujących SRK

Nazwa etapu	Rozwój sektorowej ramy kwalifikacji
	– tworzenie i rozwój narzędzi na bazie SRK, np. map kompetencji w sektorze
Stosowane metody	– konsultacje – prace eksperckie – badania jakościowe i ilościowe – prace legislacyjne
Zidentyfikowane trudności/bariery	Brak zaangażowania przedstawicieli branży Niedostateczna wiedza dotycząca ZSK w środowiskach branżowych Brak podmiotu reprezentującego branżę (w szczególności: brak sektorowej rady do spraw kompetencji) Brak wsparcia ze strony ministra właściwego

5. Sposoby wykorzystania sektorowych ram kwalifikacji

Możliwości wykorzystania sektorowej ramy kwalifikacji powinny być rozważane już na etapie wstępnych prac koncepcyjnych zmierzających do stworzenia projektu SRK dla danego sektora. Pozwoli to z jednej strony odpowiednio budować zespół zaangażowany do procesu, uwzględniając w nim podmioty, które będą mogły stać się ambasadorami powstającej SRK. Jednocześnie, mając na uwadze przyszłe zastosowania SRK, możliwe jest odpowiednie kształtowanie jej struktury, układu wyznaczników sektorowych i stopnia szczegółowości zapisów.

Sektorowe ramy kwalifikacji stanowią doprecyzowanie charakterystyk Polskiej Ramy Kwalifikacji uwzględniające specyfikę danej branży lub sektora. Ich poziom odpowiada odpowiednim poziomom Polskiej Ramy Kwalifikacji. Z tego założenia wynika pierwotna rola sektorowych ram kwalifikacji, jaką jest ich wykorzystanie w przypisywaniu nowo opisywanym kwalifikacjom poziomu Polskiej Ramy Kwalifikacji. Jednocześnie, dzięki zastosowaniu w ich tworzeniu podejścia „branża dla branży”, sektorowe ramy kwalifikacji wzbogacają system kwalifikacji o perspektywę określonego sektora lub branży. Poszerza to spektrum możliwych sposobów ich wykorzystania. Ponadto, w trakcie ponad siedmiu lat doświadczeń związanych z opracowywaniem i wdrażaniem sektorowych ram kwalifikacji dostrzeżono też możliwości

ich wykorzystywania bez bezpośredniego powiązania z elementami Zintegrowanego Systemu Kwalifikacji.

W niniejszym rozdziale zaprezentowano zarówno możliwe sposoby wykorzystania sektorowych ram kwalifikacji ściśle związane z rozwiązaniami zaprojektowanymi w Zintegrowanym Systemie Kwalifikacji, jak i odwołujące się do niego jedynie pośrednio, natomiast wspierające działania na rzecz rozwoju kompetencji w sektorach. Główne obszary wykorzystania sektorowych ram kwalifikacji przedstawia rysunek poniżej.

Rysunek 4. Przykładowe sposoby wykorzystania sektorowych ram kwalifikacji



Źródło: Opracowanie własne.

Przedstawione w opracowaniu wnioski oparte są na analizie danych zastanych oraz przeprowadzonym w ramach zamówienia badaniu jakościowym.

W trakcie prac dokonano również przeglądu rezultatów pilotażowych wdrożeń sektorowych ram kwalifikacji. W latach 2017-2019, na zlecenie Instytutu Badań Edukacyjnych, przeprowadzono pięć pilotażowych wdrożeń sektorowych ram kwalifikacji dla sektorów: telekomunikacyjnego, bankowego, budownictwa, przemysłu mody i turystyki.

Przedsięwzięcia obejmowały testowe zastosowanie sektorowych ram kwalifikacji w przedsiębiorstwach w poszczególnych sektorach. Zostały one wykorzystane do działań w procesach takich jak analiza i projektowanie opisów stanowisk, rekrutacja i selekcja kandydatów, audyt kompetencji i analiza potrzeb szkoleniowych, projektowanie wewnętrznego systemu potwierdzania kompetencji lub wykorzystane do wsparcia staży i praktyk zawodowych. Wśród respondentów IDI były osoby zaangażowane w część ww. pilotaży, a w analizie desk research wykorzystano ponadto raporty podsumowujące pilotaże w sektorze bankowości, budownictwa oraz przemysłu mody.

Tabela 6 Zestawienie przeprowadzonych pilotażowych wdrożeń sektorowych ram kwalifikacji

sektorowa rama kwalifikacji	wykonawca pilotażowego wdrożenia SRK	okres realizacji pilotażu
SRK dla Sektora Telekomunikacyjnego	Stowarzyszenie Budowniczych Telekomunikacji	luty-czerwiec 2017
SRK dla Sektora Bankowego	Fundacja Warszawski Instytut Bankowości	maj-październik 2018
SRK w Budownictwie	Związek Zawodowy Budowlani	styczeń - lipiec 2019
SRK dla Przemysłu Mody	Eduexpert Sp. z o.o.	styczeń – lipiec 2019
SRK dla Turystyki	Szkoła Główna Handlowa w Warszawie	kwiecień-listopad 2019

Źródło: Opracowanie własne.

5.1. SRK jako narzędzie pomocnicze w opisywaniu kwalifikacji

Sektorowa rama kwalifikacji może być wykorzystana w procesie opisywania i włączania kwalifikacji do Zintegrowanego Systemu Kwalifikacji na dwóch etapach: określaniu bądź doprecyzowywaniu zakresu kwalifikacji i formułowaniu objętych nią efektów uczenia oraz podczas przypisywania poziomu Polskiej Ramy Kwalifikacji.

Każda kwalifikacja włączana do ZSK musi mieć przypisany poziom Polskiej Ramy Kwalifikacji. Podmiot wnioskujący o włączenie kwalifikacji do ZSK przedstawia propozycję dotyczącą poziomu PRK, weryfikowaną następnie przez zespół ekspertów, który, na końcowym etapie procesu włączania kwalifikacji, dokonuje ostatecznego przypisania poziomu PRK. Określenie poziomu kwalifikacji następuje na podstawie porównania efektów uczenia się objętych kwalifikacją z charakterystykami PRK. W sytuacji, gdy w ZSK, dla obszaru, którego dotyczy dana kwalifikacja, funkcjonuje sektorowa rama kwalifikacji, jest ona narzędziem pomocniczym, ułatwiającym przypisanie kwalifikacji właściwego poziomu. Dzięki temu, że zapisy sektorowej ramy kwalifikacji są bliższe praktyce rynkowej i bardziej zrozumiałe dla przedstawicieli sektora, wyszukiwanie w niej odpowiednich charakterystyk jest łatwiejsze. Przypisanie poziomu Polskiej Ramy Kwalifikacji następuje wówczas automatycznie, za pośrednictwem ramy sektorowej. Odpowiednia struktura SRK, tj. zastosowanie oddzielnych podram, wybór i zdefiniowanie wyznaczników sektorowych oraz kontekstów sektorowych czy wprowadzenie wiązek kompetencji pozwala na szybsze, intuicyjne wyszukiwanie odpowiednich zapisów. Dzięki wykorzystaniu SRK w przypisywaniu poziomu, łatwiej jest wyeliminować wątpliwości wynikające z konieczności odnoszenia efektów uczenia się do

bardziej ogólnych stwierdzeń zawartych w Polskiej Ramie Kwalifikacji oraz zapewnić spójność w zakresie przypisywania poziomu kompetencjom z danego obszaru.

Odniesienie nowo wprowadzanej kwalifikacji rynkowej do właściwej sektorowej ramy kwalifikacji jest obowiązkowe w sytuacji, gdy dana SRK została włączona do Zintegrowanego Systemu Kwalifikacji, zgodnie z przepisami Ustawy o ZSK. Jeżeli natomiast sektorowa rama kwalifikacji funkcjonuje jedynie w formie projektu, tj. nie nastąpiło jeszcze jej formalne włączenie do systemu, opisane wyżej odniesienie za jej pośrednictwem do poziomów PRK może być zastosowane wyłącznie pomocniczo.

Przykładową instrukcję postępowania w celu przypisania opisywanej kwalifikacji rynkowej poziomowi sektorowej ramy kwalifikacji przedstawia rysunek 5 (na przykładzie Sektorowej Ramy Kwalifikacji dla Przemysłu Mody).

Rysunek 5 Instrukcja przypisywania poziomu kwalifikacji z wykorzystaniem sektorowej ramy kwalifikacji



Źródło: Sektorowa Rama Kwalifikacji dla Przemysłu Mody - Instrukcja czytania charakterystyk poziomów w: Eurokreator T&C Sp. z o.o., Związek Przedsiębiorców Przemysłu Mody Lewiatan. (2018). Raport z tworzenia projektu Sektorowej Ramy Kwalifikacji dla Przemysłu Mody. Kraków: Eurokreator T&C Sp. z o.o.

Oparcie procesu tworzenia sektorowych ram kwalifikacji na potrzebach rynku pracy i oczekiwaniach pracodawców w danym sektorze pozwala również na ich wykorzystanie

podczas określania zakresu opisywanych kwalifikacji. SRK mogą pomagać wskazać kompetencje powiązane z tymi, które obejmuje pierwotny zarys opisywanej kwalifikacji i o które warto go uzupełnić. Mogą być pomocne w formułowaniu efektów uczenia się, określaniu kategorii poszczególnych kompetencji (wiedza, umiejętności, kompetencje społeczne). Sektorowe ramy kwalifikacji dzięki ich konsultowaniu w szerokim środowisku branżowym, a następnie okresowej aktualizacji mogą stanowić też wskazówkę odnośnie tego, na jakie kompetencje istnieje popyt na rynku i w jakich obszarach warto podjąć prace nad opisaniem kwalifikacji.

5.2. Wsparcie procesów zarządzania zasobami ludzkimi

Sektorowe ramy kwalifikacji mogą być wykorzystywane w procesach związanych z zarządzaniem zasobami ludzkimi. Pracodawcy, w tym również działy HR lub firmy zewnętrzne świadczące usługi w tym zakresie, byli najczęściej wskazywani przez respondentów badania IDI jako potencjalna grupa korzystających z SRK. Wśród możliwych zastosowań wymieniane były:

- opisywanie stanowisk pracy;
- usystematyzowanie wymagań;
- usprawnienie procesu rekrutacji;
- możliwość oceny kompetencji pracowników;
- zdefiniowanie ścieżki kariery i możliwości awansu;
- motywowanie pracowników.

Respondenci zwracali także uwagę na możliwość wykorzystania SRK w identyfikowaniu luk kompetencyjnych, diagnozie potrzeb szkoleniowych i ich lepszym planowaniu (szerzej omówione w podrozdziale *Projektowanie oferty edukacyjnej*).

„Z całą pewnością jest to narzędzie, które przynosi dużo korzyści – częściej pracodawcy. (...)”

„Będzie łatwiej po prostu – organizacja jest bardziej przejrzysta, procedury awansu, procedury oceny zawodowej, procedury zdobywania nowych kompetencji – to wszystko staje się łatwiejsze.”

[Respondent 2]

„Mogą układać kwestie nie tylko dotyczące umiejętności i kompetencji pracowników, bo to też, ale mogą też łatwiej układać swoje procesy wewnętrzne w firmie i w obiektach, którymi zarządzają.”

[Respondent 5]

Możliwości wykorzystania sektorowych ram kwalifikacji w procesach zarządzania zasobami ludzkimi były też elementem pilotażowych wdrożeń SRK w przedsiębiorstwach. Poniżej omówiono sposób wykorzystania SRK w poszczególnych narzędziach, natomiast rekomendacje związane z tym, jak zapewnić powodzenie testowanych rozwiązań zawarto w podsumowaniu niniejszego rozdziału.

Analiza i projektowanie opisów stanowisk

W przypadku nowo powstających stanowisk lub też projektowania opisu stanowiska od podstaw, sektorowa rama kwalifikacji może być wykorzystana do stworzenia zestawu/zastawów kompetencji niezbędnych do wykonywania określonych zadań zawodowych. Przykładowy sposób postępowania, oparty na SRK dla Przemysłu Mody przedstawia rysunek 6.

Rysunek 6 Instrukcja opisanie zestawu kompetencji na podstawie SRK



Źródło: Sektorowa Rama Kwalifikacji dla Przemysłu Mody - Instrukcja czytania charakterystyk poziomów w: Eurokreator T&C Sp. z o.o., Związek Przedsiębiorców Przemysłu Mody Lewiatan. (2018). Raport z tworzenia projektu Sektorowej Ramy Kwalifikacji dla Przemysłu Mody. Kraków: Eurokreator T&C Sp. z o.o.

W rezultacie otrzymywany jest **schemat opisu stanowiska oparty na charakterystykach sektorowej ramy kwalifikacji**, z przypisanym odpowiednim poziomem, wzbogacony o specyfikę danego stanowiska. Należy zauważyć, że na tej samej charakterystyce SRK może zostać oparte więcej kompetencji odnoszących się np. do różnych metod, technologii czy typów produktów. Niemniej jednak, poprzez powiązanie ich z sektorową ramą kwalifikacji, możliwe jest zapewnienie ich porównywalności i logiki w układzie całego opisu. Doświadczenia z pilotażu pokazały, że w większości przedsiębiorstw opisy stanowisk pełnią wiele funkcji. Stąd też opis wymagań kompetencyjnych, do którego stworzenia wykorzystywana może być SRK, stanowi jedynie część całego opisu. Niemniej jednak, sektorowa rama kwalifikacji stworzona na bazie procesów i zadań zawodowych w sektorze okazała się przydatna również do określania przypisanych do danego stanowiska zadań, zakresu odpowiedzialności czy powiązań z innymi stanowiskami.

W przypadku już istniejących opisów stanowisk, gdy nie ma potrzeby tworzenia ich od podstaw, sektorowa rama kwalifikacji może pomóc w ich doprecyzowaniu. Przeprowadzane jest wówczas tzw. **poziomowanie wymagań** poprzez odniesienie ich do odpowiednich zapisów SRK. Występujące dość często w opisach wymagań kompetencyjnych ogólne stwierdzenia dotyczące wiedzy czy umiejętności są w efekcie formułowane bardziej konkretnie, np. z dokładnym wskazaniem zakresu wiedzy z danego obszaru, która jest niezbędna na danym stanowisku.

Dodatkowym działaniem, podejmowanym w niektórych przedsiębiorstwach było też przeprowadzenie podobnego typu poziomicowania (doprecyzowania) kompetencji potwierdzanych funkcjonującymi w branży certyfikatami zewnętrznymi, posiadanymi często przez pracowników. Pomimo iż są to dokumenty zewnętrzne, uznano, zwłaszcza w przypadku najczęściej występujących certyfikatów, takie działanie za celowe, gdyż pozwoli usprawnić proces porównywania kompetencji kandydatów na dane stanowisko z wymaganiami. Ujednoliciło też interpretację dokumentów w poszczególnych komórkach firmy. Założono, że będzie to też czytelnym sygnałem dla pracowników, którzy nierzadko z własnej inicjatywy podejmują działania w zakresie rozwoju i potwierdzania swoich kompetencji.

Projektowanie wewnętrznego systemu potwierdzania kompetencji

W przeprowadzonych pilotażach tworzenie wewnętrznego systemu potwierdzania kompetencji oparte było na opracowanych z wykorzystaniem SRK opisach stanowisk oraz ogólnych założeniach Zintegrowanego Systemu Kwalifikacji. Odpowiednie sformułowanie wymagań kompetencyjnych pozwalało opracowywać narzędzia do samooceny pracowników, do okresowej oceny przez przełożonego a nawet do budowanych na wzór funkcjonujących

w ZSK procesów walidacji i certyfikacji. Istotną różnicą była jednak **możliwość wykorzystania „środowiskowego” charakteru walidacji**, czyli zastosowania metod często niedostępnych lub trudnych do zastosowania w zewnętrznych Instytucjach Certyfikujących, takich jak obserwacja „dnia pracy”, analiza i ocena wytworów pracy, wywiad z osobą ocenianą, ale też jej przełożonymi czy współpracownikami. Wprowadzenie wewnętrznego systemu potwierdzania kompetencji daje szereg korzyści zarówno z punktu widzenia pracodawcy, jak i pracownika. Przedsiębiorstwu umożliwia lepsze rozeznanie kompetencji i możliwość wykorzystania potencjału pracowników. Pracownicy mogą potwierdzić swoją wiarygodność i wartość dla pracodawcy niezależnie od faktu posiadania przez nich formalnego wykształcenia. Eksperti zakładają, że w długim okresie stosowanie takich systemów będzie się przekładać na większe angażowanie się pracodawców w edukację, przekazywanie precyzyjnych oczekiwań w kierunku podmiotów oferujących usługi edukacyjne i szkoleniowe. Stanowić również może **impuls do opisywania i włączania kwalifikacji rynkowych do ZSK**. Przedsiębiorcy zaangażowani w pilotażowe wdrożenie SRK zwracali również uwagę na korzyści wizerunkowe, które może odnieść firma jako pracodawca stawiający na przemyślany rozwój kompetencji swoich pracowników oraz spójny i przejrzysty system ich weryfikacji. Na podstawie przedstawionej analizy można stwierdzić, że wykorzystanie sektorowych ram kwalifikacji w procesach zarządzania zasobami ludzkimi może przynieść następujące korzyści:

- Ujednolicenie języka opisującego kompetencje i wymagania wobec pracowników i kandydatów do pracy,
- Stworzenie przejrzystych, porównywalnych opisów stanowisk, zawierających precyzyjny opis wymagań kompetencyjnych oraz ich gradację między poszczególnymi stanowiskami,
- Bardziej przejrzyste ścieżki rozwoju zawodowego (awansu), zrozumiałe powiązania i hierarchia stanowisk,
- Usprawnienie procesów rekrutacji i selekcji kandydatów, zarówno w rekrutacji zewnętrznej, jak wewnętrznej,
- Wprowadzenie efektywnego systemu oceny kompetencji pracowników,
- Wsparcie zarządzanie kompetencjami, docenienie posiadanych przez pracowników kompetencji i zachęcanie do ich rozwijania,
- Tworzenie narzędzi do komunikowania profesjonalizmu pracowników i posiadanych przez nich kompetencji wobec klientów, partnerów biznesowych czy organów nadzoru.

Pomyślne wdrożenie w przedsiębiorstwie rozwiązań w zakresie zarządzania zasobami ludzkimi opartych na sektorowych ramach kwalifikacji, czy też ogólnie, na założeniach ZSK, wymaga spełnienia wielu warunków. Działanie to wymaga czasu, który potrzebny jest na zrozumienie języka efektów uczenia się, poszczególnych kategorii kompetencji, zapoznanie się z niezbędnymi dokumentami. Ważne jest też uspołnienie rozumienia pojęć takich jak

stanowisko czy zadanie zawodowe. Kolejnym krokiem jest dokonanie przeglądu rozwiązań dotychczas stosowanych, ocena na ile spełniają one swoje zadanie i uzgodnienie zakresu wprowadzanych zmian. Każdorazowo należy też dokonywać analizy ekonomicznej, zwrócić uwagę na korzyści z rozwoju posiadanej kadry, koszty poszukiwania specjalistów na zewnątrz czy oszczędności wynikające z uporządkowania systemu zarządzania kompetencjami i usprawnienia funkcjonowaniu przedsiębiorstwa.

Należy też zwrócić uwagę, że sektorowe ramy kwalifikacji są podstawą do zbudowania rozwiązań dedykowanych danej branży, ale wciąż o charakterze uniwersalnym. Niezbędnym elementem prac jest dostosowanie poszczególnych narzędzi do specyfiki przedsiębiorstwa, jego wielkości, stopnia specjalizacji czy segmentu rynku, na którym działa. Niemniej jednak, podmioty uczestniczące w pilotażu podkreślały, że wypracowane przez nich rozwiązania, takie jak struktura opisu stanowiska, czy wzór programu stażu mogą być wykorzystywane przez inne podmioty jako punkt wyjścia do tworzenia własnych rozwiązań.

W trakcie pilotażu podkreślano, że ważne dla efektywnego wdrożenia jest projektowanie narzędzi w wersji wariantowej, możliwych do wykorzystania po dostosowaniu np. przez różne działy. Tym, co się sprawdzało było też projektowanie rozwiązań kompleksowych, wzajemnie się wspierających, np. opisu stanowiska wraz z narzędziem do audytu kompetencji czy narzędziem wspomagającym proces rekrutacji na to stanowisko.

Czynniki sukcesu wdrożenia w procesach HR narzędzi opartych na SRK przedstawia rysunek 7.

Rysunek 7 Czynniki sukcesu wdrożenia w procesach HR narzędzi opartych na sektorowych ramach kwalifikacji



Źródło: Opracowanie własne.

5.3. Planowanie kariery (ścieżki edukacyjno-zawodowej)

Wskazywaną przez wiele osób możliwością wykorzystania sektorowych ram kwalifikacji jest ich zastosowanie w planowaniu ścieżki edukacyjno-zawodowej, zarówno pracowników, osób bezrobotnych czy uczących się. Respondenci dla wszystkich tych grup zidentyfikowali podobne zastosowania SRK. Pracownicy, podobnie jak osoby bezrobotne czy uczące się, mogą wykorzystać SRK do opracowania własnej ścieżki rozwoju np. oszacowania, ile pracy i wysiłku ich czeka, aby móc zdobyć określone kwalifikacje.

„Bo jak widzę taką matrycę, to myślę „chcę być w tym miejscu”, albo „chcę robić to”. I mogę sobie zobaczyć, żeby dojść tutaj, muszę przejść taką ścieżkę.”

[Respondent 2]

„Mają jasny komunikat czego mają szukać i ewentualnie mogą dokonać selfassessment dotyczący własnych braków albo poziomowania się w poszczególnych więzkach i wyznacznikach. Można kształtować swój profil pod wymagania rynku i własne oczekiwania.”

[Respondent 5]

Istotne w tym aspekcie jest również wykorzystywanie sektorowych ram kwalifikacji przez osoby wspierające innych w rozwoju zawodowym, m.in. doradców zawodowych, doradców edukacyjno-zawodowych, pracowników akademickich biur karier, pracowników publicznych służb zatrudnienia, coachów kariery. Pożądane byłoby aby stosowali je np. jako dodatkowe źródło informacji o kompetencjach wykorzystywanych w danej branży i wymaganych przez pracodawców czy jako narzędzie do porównywania funkcjonujących w sektorze kwalifikacji. Osoby planujące swój rozwój zawodowy mogłyby wówczas otrzymywać bardziej kompleksową usługę, zawierającą opcje wykorzystania rozwiązań ZSK w planowaniu kariery, częściej podchodzić do walidacji i zdobywać certyfikaty potwierdzające posiadane kompetencje i wzmacniać swoją pozycję na rynku pracy. Dzięki wykorzystaniu podczas podejmowania decyzji edukacyjno-zawodowych rozwiązań ZSK, miałyby szansę dokonywać wyboru w sposób bardziej świadomy i trafny. Niezbędne jest do tego zbudowanie wśród doradców przekonania, że rozwiązania oferowane przez ZSK, w tym również sektorowe ramy kwalifikacji dają się wykorzystywać i mogą mieć realny wpływ na ścieżkę zawodową konkretnej osoby. Muszą oni też posiadać wiedzę na temat funkcjonowania poszczególnych rozwiązań i umiejętność samodzielnego wyszukiwania i aktualizowania informacji związanych z ZSK.

Badania przeprowadzone w 2017 roku pokazały, że znajomość rozwiązań i narzędzi oferowanych przez Zintegrowany System Kwalifikacji była wśród doradców zawodowych

zdecydowanie niewystarczająca². W kolejnych latach kontynuowano oraz podjęto szereg nowych działań informacyjnych adresowanych do doradców zawodowych i specjalistów ds. rozwoju. Niemniej jednak, konsultacje przeprowadzone w 2020 roku pokazały wciąż duże potrzeby w tym zakresie³. Eksperti oraz sami doradcy dostrzegają potencjalne korzyści jakie dają instrumenty dostępne w ramach Zintegrowanego Systemu Kwalifikacji, natomiast brakuje im umiejętności ich praktycznego zastosowania. Na szczególną uwagę zasługuje fakt, że wśród rozwiązań ZSK, sektorowe ramy kwalifikacji są jednymi z najmniej rozpoznawalnych i najrzadziej wykorzystywanych przez doradców narzędzi ZSK.

5.4. Projektowanie oferty edukacyjnej

Z sektorowych ram kwalifikacji korzyści mogą czerpać jednostki edukacyjne – szkoły, uczelnie oraz instytucje szkoleniowe. SRK pozwalają na stworzenie płaszczyzny porozumienia między nimi a pracodawcami. W szczególności wskazywano poniższe możliwości wykorzystania sektorowych ram kwalifikacji w budowaniu tej współpracy:

- wypracowanie porozumienia między szkołami branżowymi a pracodawcami (otoczeniem biznesowym);
- opracowanie programu staży i praktyk zawodowych;
- możliwość tworzenia dodatkowych modułów edukacyjnych (poza programem nauczania);
- możliwość tworzenia programu studiów dostosowanego do potrzeb pracodawców;
- projektowanie działań rozwojowych np. szkoleń zaprojektowanych pod konkretne potrzeby danego pracodawcy/stanowiska pracy.

„Ścieżki szkoleniowe i edukacyjne mogą być oparte na budowie tej ramy, zwłaszcza w kontekście wiązek, albo tworzenia profilu studiów, gdzie można to wykorzystać żeby przygotować program studiów.”

[Respondent 5]

Z funkcjonalności SRK mogą korzystać również podmioty planujące zaangażować się w opisanie kwalifikacji rynkowych i pełnienie funkcji instytucji certyfikujących. Dzięki temu

² Kamieniecka M., Maliszewska A. (2018). *Ocena potencjału wykorzystania zintegrowanego systemu kwalifikacji przez doradców zawodowych – wyniki badania jakościowego*. Warszawa: Instytut Badań Edukacyjnych.

³ Gola W., Kamieniecka M., Michalik S. (2020). *Zintegrowany System Kwalifikacji – nowe spojrzenie na rolę doradztwa zawodowego Rekomendacje dotyczące roli doradztwa zawodowego w kontekście wspierania polityki na rzecz uczenia się przez całe życie z uwzględnieniem zasobów ZSK*. Warszawa: Instytut Badań Edukacyjnych.

istniejąca oferta działań rozwojowych może być wzbogacona o możliwość potwierdzenia posiadanych lub nabytych w trakcie szkolenia kompetencji i uzyskania certyfikatu.

„Rama ma bardziej funkcję do środka, do branży do sektora niż do indywidualnej osoby (...) ten rodzaj informacji jest specjalistyczny, skierowany raczej do ekspertów, którzy opisują kwalifikacje, albo realizują zadania edukacyjne i szerzej spoglądają na sektor.”

[Respondent 9]

Diagnoza potrzeb szkoleniowych i planowanie działań rozwojowych

Wykorzystanie sektorowej ramy kwalifikacji w projektowaniu działań rozwojowych może przyczynić się do ich lepszego dopasowania do potrzeb, większej efektywności i pozytywnie wpływać na motywację osób biorących w nich udział. Istotna jest zarówno precyzyjna diagnoza potrzeb szkoleniowych, jak i odpowiednie projektowanie i ewaluacja następujących po niej działań. Diagnoza potrzeb szkoleniowych była częścią większego rozwiązania obejmującego wprowadzenie kompetencyjnych opisów stanowisk oraz powiązanego z nimi systemu oceny kompetencji. Oparcie wszystkich elementów na SRK wymusiło dyscyplinę w określaniu poziomu poszczególnych kompetencji, czyli właściwego opisanie ich zaawansowania czy złożoności. Sektorowa rama kwalifikacji stanowiła tu punkt odniesienia. Dzięki temu identyfikacja ewentualnych luk kompetencyjnych była zdecydowanie bardziej precyzyjna. Wykorzystanie następnie zapisów SRK do projektowania szkoleń zapewniało spójność całego rozwiązania i wpływało na efektywność szkoleń. Odpowiednie określenie potrzeb w odniesieniu do poszczególnych kategorii kompetencji (wiedza, umiejętności lub kompetencje społeczne), było przesłanką do zastosowania właściwych metod szkoleniowych. Ekspertki podkreślają, że najbardziej korzystnym wariantem jest stworzenie kompleksowego rozwiązania obejmującego precyzyjny opis wymagań kompetencyjnych, a następnie wiarygodną ocenę posiadanych przez osobę kompetencji. Kolejnym elementem powinna być możliwość potwierdzenia i w razie potrzeby udokumentowania posiadanych kompetencji, a ich uzupełnienie w ramach działań rozwojowych dotyczyć powinno wyłącznie brakujących efektów uczenia się.

Opracowywanie programów praktyk i staży

W trakcie pilotażowego wdrożenia SRK, na jej podstawie zaprojektowano również narzędzia wspierające planowanie, organizację i ewaluację staży i praktyk zawodowych. Bazując na zapisach sektorowej ramy kwalifikacji opracowano wzorcowe modułowe programy staży. Wykorzystanie sektorowej ramy kwalifikacji polegało na zaczerpnięciu z niej poszczególnych charakterystyk, a następnie ich doprecyzowaniu z uwzględnieniem wymagań edukacyjnych oraz realiów przedsiębiorstwa, w którym planowany jest staż lub praktyka. Zastosowanie w programach konkretnych kompetencji, których nabycia oczekuje się od osoby odbywającej

staż/praktykę, pozwala następnie w łatwy sposób tworzyć narzędzia służące ocenie, na ile cele te zostały faktycznie zrealizowane. Osoby stosujące opisane rozwiązanie wskazują wiele zalet wsparcia organizacji praktyk i staży przez sektorową ramę kwalifikacji:

- programy staży/praktyk są elastyczne, mogą być na bieżąco dostosowywane do potrzeb,
- potwierdzenie zrealizowania celów stażu/praktyki przez opiekuna ze strony pracodawcy jest łatwe i szybkie,
- osoba odbywająca staż/praktykę poza zwykłym zaświadczeniem otrzymuje pisemne potwierdzenie nabytych kompetencji,
- podmiot kierujący na staż otrzymuje precyzyjną informację zwrotną pozwalającą na uwzględnienie jej w dalszych działaniach edukacyjnych
- program stażu/praktyki odzwierciedla realia rynkowe oraz potrzeby konkretnego pracodawcy i stanowi cenne przygotowanie do przyszłego podjęcia zatrudnienia.

5.5. Opracowywanie map kwalifikacji na podstawie SRK

Sektorowa mapa kwalifikacji to narzędzie, które w czytelny (graficzny) sposób przedstawia powiązania między kwalifikacjami występującymi w danym sektorze. Jest to rozwiązanie nowe, dopiero testowane. W kwietniu 2020 roku rozstrzygnięto postępowanie w wyniku którego, na zlecenie Instytutu Badań Edukacyjnych, rozpoczęto prace nad przygotowaniem dwóch map kwalifikacji. Polskie Towarzystwo Informatyczne podjęło się opracowania mapy na bazie Sektorowej Ramy Kwalifikacji dla Sektora Informatycznego, natomiast Instytut Sportu – Państwowy Instytut Badawczy jest wykonawcą mapy kwalifikacji opartej na Sektorowej Ramie Kwalifikacji w Sporcie.

Na sektorowych mapach kwalifikacji mają zostać umieszczone najważniejsze z punktu widzenia branży kwalifikacje, relacje między nimi a także ich hierarchia. Powinny też uwzględniać zidentyfikowane potrzeby kompetencyjne, które mogą potencjalnie stać się kwalifikacjami włączonymi do ZSK. Zgodnie z założeniami, docelowo mają stać się narzędziem zbierającym informacje o kwalifikacjach nadawanych w danym sektorze, pozwalającym na lepsze planowanie ścieżek kariery przez pracowników sektora, dostarczającym informacje o lukach kompetencyjnych oraz o potencjalnych, jeszcze nieistniejących, kwalifikacjach.

Mapy kwalifikacji, z uwagi na obecną fazę ich powstawania nie są jeszcze w praktyce wykorzystywane, niemniej jednak, wskazuje się następujące korzyści z ich wykorzystania:

- konstruowanie bardziej precyzyjnej oferty szkoleniowej, odpowiadającej na zidentyfikowane potrzeby sektora;

- zachęta do tworzenia modułowych programów szkoleń i kreowania ścieżek nabywania kompetencji w jak największy sposób uwzględniających fakt posiadania przez osobę nabytych wcześniej i potwierdzonych efektów uczenia się;
- ułatwienie osobom uczącym się wybranie formy rozwoju (szkolenia/kursu lub innej formy) adekwatnej do posiadanych już kompetencji oraz planowanej ścieżki rozwoju;
- wspieranie świadczenia usług doradztwa zawodowego i edukacyjno-zawodowego przez doradców szkolnych, doradców zatrudnionych w publicznych służbach zatrudnienia, akademickich biurach karier i in. Sektorowa mapa kwalifikacji może być narzędziem wspierającym planowanie ścieżki edukacyjno-zawodowej, w tym określenie optymalnej ścieżki edukacji, łączącej elementy edukacji formalnej z pozaformalną, uczeniem się nieformalnym i zdobywaniem kwalifikacji rynkowych;
- dbanie o efektywne wydatkowanie środków publicznych poprzez wsparcie w programowaniu działań związanych z rozwojem kompetencji w sektorze oraz formułowanie kryteriów wyboru i oceny realizowanych w ich ramach przedsięwzięć;
- wzrost świadomości znaczenia kompetencji nabywanych drogą nieformalnego uczenia się i pomoc w identyfikowaniu możliwości ich potwierdzenia, wzrost prestiżu kompetencji nabywanych poza systemem edukacji i zachęta do aktywności wspierających rozwój kompetencji;
- inicjowanie procesu włączania kwalifikacji rynkowych z sektora do Zintegrowanego Systemu Kwalifikacji. Sektorowe mapy kwalifikacji, zgodnie z założeniami, będą obejmować również potencjalne kwalifikacje obrazujące potrzeby sektora, co stanowić będzie przesłankę dla organizacji branżowych do rozpoczęcia prac nad opisaniem i włączeniem danej kwalifikacji do ZSK. Będą ułatwiać wypełnienie wniosku o włączenie kwalifikacji rynkowej do ZSK, w szczególności uzasadnienie zapotrzebowania na kwalifikację, odniesienie do kwalifikacji o zbliżonym charakterze oraz wskazanie kwalifikacji ujętych w Zintegrowanym Rejestrze Kwalifikacji zawierających wspólne zestawy efektów uczenia się. Sektorowe mapy kwalifikacji powinny też ułatwić również szybkie przeanalizowanie, jakie kwalifikacje zostały włączone do ZSK i czy kwalifikacja, która jest planowana do opisanie nie jest powieleniem już istniejących. Funkcjonalność ta będzie mogła być wykorzystywana zarówno przez wnioskodawców, jak i ministra rozpatrującego wniosek.

Sektorowe mapy kwalifikacji, zgodnie z przedstawionymi założeniami są kolejnym krokiem, który może zostać podjęty po opracowaniu w sektorze sektorowej ramy kwalifikacji. Mogą stać się narzędziem, które w znaczący sposób przyczyni się do poprawienia efektywności poszczególnych usług rozwojowych, rozszerzenia oferty tych usług czy zachęcenia osób do podejmowania działań związanych z rozwojem własnych kompetencji. Równie ważny aspekt, na który sektorowe mapy kwalifikacji mogą mieć wpływ, to działania zmierzające do jak

najlepszego dopasowania oferty edukacyjnej do potrzeb sektora oraz dostosowania ścieżki rozwoju kompetencji i zdobywania kwalifikacji do możliwości i sytuacji danej osoby.

5.6. Zamówienia publiczne

Ekspertci zaangażowani w tworzenie sektorowych ram kwalifikacji oraz respondenci w badaniu IDI wskazywali również na możliwość wykorzystania sektorowych ram kwalifikacji przez podmioty lub jednostki zajmujące się przygotowywaniem oraz zlecaniem prac w zamówieniach publicznych. Sektorowe ramy kwalifikacji mogą zdecydowanie usprawnić proces opisu wymagań stawianych wykonawcom, co pozwoliłoby na uniknięcie sytuacji, w których kluczowa jest cena usługi zamiast jakości jej wykonania. Zapisy sektorowej ramy kwalifikacji można wykorzystać przy formułowaniu wymagań kompetencyjnych względem osób, którymi dysponuje wykonawca. Istotna jest również rola SRK w ułatwieniu i przyspieszeniu opisywania i włączania do ZSK kwalifikacji rynkowych z danego obszaru. Wymóg posiadania certyfikatów potwierdzających odpowiednie kwalifikacje byłby prostym i efektywnym sposobem pozwalającym zadbać o jakość usług finansowanych ze środków publicznych.

5.7. Promocja rozwiązań Zintegrowanego Systemu Kwalifikacji

Sektorowe ramy kwalifikacji pełnią też istotną rolę w upowszechnianiu Zintegrowanego Systemu Kwalifikacji, przyczyniają się do lepszego rozumienia jego założeń, zachęcają do zapoznania się z oferowanymi przez niego rozwiązaniami i do korzystania z nich. Już na etapie tworzenia projektu sektorowych ram kwalifikacji środowisko sektora zaangażowane jest wokół tematyki ZSK, co często stanowi impuls do kolejnych działań w tym obszarze.

Przykładowo, w sektorze turystyki, jedną z przesłanek do opracowania sektorowej ramy kwalifikacji była potrzeba uporządkowania kwalifikacji nadawanych w sektorze po przeprowadzonej w 2014 roku deregulacji dotyczącej m.in. zawodów pilota wycieczek, przewodnika miejskiego czy zmianie warunków do uzyskiwania uprawnień do świadczenia usług przewodnictwa turystycznego czy animacji czasu wolnego. Intencją podmiotów zaangażowanych w opracowanie projektu sektorowej ramy kwalifikacji było wprowadzenie rozwiązania, które wsparłoby pracowników w uzyskiwaniu dokumentów potwierdzających posiadane przez nich kompetencje, a pracodawców w formułowaniu wymagań i tym samym wpłynęło na zwiększenie bezpieczeństwa osób korzystających z usług turystycznych. Opracowanie, a następnie włączenie do ZSK sektorowej ramy kwalifikacji pozwoliło uzyskać wspólny, uzgodniony przez szerokie środowisko sektora punkt odniesienia i wesprzeć proces opisywania kwalifikacji rynkowych. Kwalifikacje z tego obszaru są opisywane i zgłaszane do Zintegrowanego Rejestru Kwalifikacji. Pierwsze z nich uzyskały już status funkcjonujących,

a Instytucje Certyfikujące rozpoczęły proces walidacji i certyfikacji (do dnia 06.11.2020 wydano 69 certyfikatów potwierdzających posiadanie kwalifikacji *Pilotowanie imprez turystycznych*).

5.8. Bariery wykorzystania SRK

Potencjalnych możliwości zastosowania i podmiotów, które mogą czerpać korzyści z funkcjonalności sektorowych ram kwalifikacji jest w opinii ekspertów bardzo dużo. Na przeszkodzie stoją jednak bariery hamujące ich szerokie wykorzystywanie. W toku przeprowadzonej analizy zidentyfikowano trudności w wykorzystywaniu SRK.

Rysunek 8. Bariery wykorzystania SRK



Źródło: Opracowanie własne.

Mówiąc o trudnościach eksperci wskazywali w pierwszej kolejności przede wszystkim na **niską rozpoznawalność SRK**. Podmioty biznesowe działające w ramach danego sektora najczęściej nie są w ogóle świadome istnienia SRK w ich sektorze. Przyczyn upatrują się głównie w ograniczonej promocji SRK.

„To nowe narzędzie, z którym nie wszyscy się zapoznali”.

„Pokazanie, jak to wykorzystywać jest teraz największym wyzwaniem.”

[Respondent 12]

Niska świadomość SRK wiąże się bezpośrednio z **brakiem świadomości czy znajomości sposobów i możliwości wykorzystywania SRK**. Podmioty w sektorach nie mają wiedzy, w jaki sposób mogłyby wykorzystywać informacje zawarte w sektorowych ramach kwalifikacji.

„Będzie użyteczny, tylko jest jeszcze nieodkryty potencjał. Nie do końca sektory wiedzą, do czego mogą ramy wykorzystać, w jaki sposób.”

[Respondent 12]

„Na razie nikt z tego nie korzysta, bo nie wykazano korzyści ze stosowania.”

[Respondent 10]

Pracodawcy zwracali uwagę na **brak spójności języka ZSK i sektorowych ram kwalifikacji z oficjalnymi dokumentami** Publicznych Służb Zatrudnienia, opisem zawodów i specjalności czy nazewnictwem stosowanym w szkolnictwie branżowym. Utrudnia to wprowadzanie w przedsiębiorstwach rozwiązań opartych na sektorowych ramach kwalifikacji np. kompetencyjnych opisów stanowisk. Zdaniem pracodawców nadrzędne powinny być wymagania rynku pracy i potrzeby pracodawców i do nich powinny być dostosowywane np. standardy edukacyjne.

Sytuacji nie pomaga fakt **braku współpracy między sektorem edukacji a otoczeniem biznesowym**. Gdyby jednostki edukacyjne opierały swoje programy praktyk zawodowych o realne potrzeby pracodawców, a pracodawcy współtworzyli programy nauczania, korzystanie z SRK zyskałoby na znaczeniu. Co więcej, **brak spójności działań** dostrzeżono nie tylko na linii edukacja-biznes, ale także na poziomie instytucji państwowych i administracji rządowej.

„Nie ma spójnych działań. Każde ministerstwo robi to po swojemu. Każdy urząd robi to po swojemu. Nadal w urzędach pracy posługuje się klasyfikacją zawodów. (...) Jeżeli nie podejmuje się działań wspólnych, to efekt jest taki, że z tych narzędzi się nie korzysta.”

[Respondent 10]

5.9. Rekomendacje działań upowszechniających wykorzystywanie SRK

Wydaje się, że zasadniczą kwestią, którą powinno się poruszać przy okazji dyskusji o sposobach wykorzystania SRK jest w tej chwili **konieczność ich rozpowszechniania – promocji na szeroką skalę** wśród różnych typów podmiotów w danym sektorze (pracodawców, jednostek edukacyjnych i szkoleniowych). Rozpowszechnianie i spójność działań w zakresie komunikacji i informacji o SRK musi odbywać się także na poziomie instytucji rządowych (ministerstw, odpowiednich urzędów) oraz samorządowych, lokalnych. Dopiero współpraca jednostek na wielu płaszczyznach może przynieść oczekiwane efekty w postaci szerszego wykorzystania SRK. Co więcej, należy rozważyć szerszą współpracę nie tylko podmiotów w ramach jednego sektora, ale także współpracę międzysektorową i możliwość promocji dobrych praktyk w wielu sektorach.

„Ramy ciężko jest narzucać. Jeżeli będą narzucane mogą się spotkać ze złym odbiorem. Raczej jest to zbiór dobrych praktyk. Ramy powinno promować środowisko zbierając się wokół tej ramy. Dyskusja nad ramą, czy aktualizacja ramy integruje środowisko, jest czymś, co jest robione dla całego środowiska, a nie konkretnych interesariuszy. Moim zdaniem taki dialog jest konieczny, żeby ta rama była rozpoznawalna.

Popularność ramy w jednym obszarze jest uzależniona od popularności ram w innych obszarach i takiego przechodzenia między branżami. Im więcej branż będzie objętych ramami, tym łatwiej będzie to upowszechniać. To będzie standardowe, a nie specyficzne dla jednej branży. Już teraz warto myśleć o tym by włączać inne sektory.”

[Respondent 5]

W oparciu o rozmowy z ekspertami, ale zarazem praktykami wykorzystującymi SRK w swojej pracy oraz doświadczenia z pilotażowych wdrożeń SRK, zidentyfikowano szereg zaleceń dotyczących promowania SRK w otoczeniu. Wśród wskazywanych rekomendacji znalazły się:

- komunikowanie o SRK w sposób przystępny, przy wykorzystaniu zrozumiałego, codziennego języka;
- podkreślanie związku SRK z realnym rynkiem pracy, promowanie jej jako jednolitego i miarodajnego systemu oceny potencjału pracowników;
- prowadzenie działań upowszechniających ideę uczenia przez całe życie i korzyści ze stosowania języka efektów uczenia się, zwiększających rozumienie założeń oraz podstawowych pojęć ZSK (np. kompetencje, kwalifikacje);

- wskazywanie konkretnych sposobów wykorzystywania SRK, promocja dobrych praktyk, upowszechnianie (np. w formie wzorów lub przykładów) opracowanych na bazie SRK narzędzi;
- opracowanie szkoleń, tutoriali z praktycznymi wskazówkami;
- proponowanie SRK „na żywo” – podczas konferencji branżowych, seminariów, ale też online, na ogólnopolskich portalach związanych z rynkiem pracy, doradztwem zawodowym (m.in. pracuj.pl, mapakarier.org);
- szeroka promocja SRK przez poszczególne Rady Sektorowe ds. Kompetencji współpracujące ze sobą;
- konieczność promowania SRK ze strony organizacji i stowarzyszeń branżowych oraz ze strony administracji (w tym urzędy pracy);
- aktywne działanie na rzecz włączania opracowywanych sektorowych ram kwalifikacji do ZSK, aby miały umocowanie prawne.

6. Rozwiązania związane z kompetencjami z obszaru komunikacji marketingowej

Niniejszy rozdział poświęcono omówieniu rozwiązań innych niż sektorowe ramy kwalifikacji, funkcjonujących w Polsce oraz innych krajach UE wykorzystywanych w odniesieniu do kompetencji z obszaru komunikacji marketingowej. Prezentowane rozwiązania nie stanowią alternatywy dla sektorowej ramy kwalifikacji ze względu na ich odmienny charakter. Niemniej jednak, przed przystąpieniem do procesu tworzenia sektorowej ramy kwalifikacji rozwiązania takie powinny być przeanalizowane. Przeprowadzone badania wykazały, że w Polsce oraz w Unii Europejskiej funkcjonują różnorodne rozwiązania mające na celu opisywanie, rozwijanie oraz uwierzytelnianie kompetencji osób pracujących w sektorze komunikacji marketingowej. Sektorowa rama kwalifikacji mogłaby stać się narzędziem stanowiącym odniesienie dla tych rozwiązań, dzięki czemu łatwiejsze będzie posługiwanie się nimi oraz ich porównywanie. Sektorowa rama kwalifikacji może być również narzędziem wspierającym opracowywanie tych rozwiązań.

6.1. Kwalifikacje w ramach systemów kwalifikacji

Sektorowe Ramy Kwalifikacji z założenia są elementem Zintegrowanego Systemu Kwalifikacji, a ich zadaniem jest wspieranie procesów opisywania i włączania do ZSK kwalifikacji z obszaru danego sektora. Dlatego też zapotrzebowanie na kwalifikacje rynkowe w danym sektorze może być przesłanką wskazującą na potrzebę opracowania sektorowej ramy kwalifikacji. W ramach niniejszego badania przeanalizowano kwalifikacje rynkowe związane z sektorem komunikacji marketingowej znajdujące się w polskim Zintegrowanym Systemie Kwalifikacji. W tabeli poniżej zawarto kwalifikacje:

- funkcjonujące – kwalifikacje, które zostały włączone do ZSK, posiadające przypisaną co najmniej jedną instytucję certyfikującą i podmiot zewnętrznego zapewniania jakości, dla takich kwalifikacji może być prowadzona walidacja,
- włączone – kwalifikacje, które zostały włączone do ZSK, ale nie posiadające jeszcze przypisanej żadnej instytucji certyfikującej lub podmiotu zewnętrznego zapewniania jakości, dla takich kwalifikacji nie może być prowadzona walidacja,
- w trakcie włączania – kwalifikacje będące w trakcie procesu włączania do Zintegrowanego Systemu Kwalifikacji,
- zgłoszone – kwalifikacje, dla których złożony został wniosek o włączenie do Zintegrowanego Systemu Kwalifikacji, ale nie rozpoczął się jeszcze proces włączania.

Nazwa	PRK	wnioskodawca	status	Syntetyczna charakterystyka efektów uczenia się	Zestawy efektów uczenia się	Efekty uczenia się
„Planowanie, tworzenie i dystrybuowanie treści marketingowych (content marketing)”	5	Fundacja VCC	funkcjonująca	Osoba posiadająca kwalifikację „Planowanie, tworzenie i dystrybuowanie treści marketingowych (content marketing)” jest gotowa do samodzielnego podejmowania działań związanych z planowaniem, tworzeniem i rozpowszechnianiem treści marketingowych. Rozpoznaje i charakteryzuje potrzeby odbiorców treści marketingowych. Wspiera realizację strategii marketingowej przedsiębiorstwa. Osoba posiadająca kwalifikację przygotowuje treści marketingowe: tekstowe i multimedialne (zdjęcia, grafiki, filmy, poradniki, artykuły). Dystrybuuje przygotowane treści z wykorzystaniem kanałów internetowych. W trakcie wykonywania swoich zadań zawodowych postępuje się	Planowanie wykorzystania treści marketingowych w strategii marketingowej przedsiębiorstwa	Analizuje strategię marketingową przedsiębiorstwa Planuje działania związane z opracowaniem i dystrybucją treści marketingowych
					Przygotowywanie treści marketingowych	Redaguje tekst dostosowany do kanału dystrybucji Opracowuje materiały audiowizualne Opracowuje materiały graficzne
					Dystrybuowanie treści marketingowych	Publikuje treści marketingowe Monitoruje efekty wdrożenia treści marketingowych

Nazwa	PRK	wnioskodawca	status	Syntetyczna charakterystyka efektów uczenia się	Zestawy efektów uczenia się	Efekty uczenia się
				odpowiednimi narzędziami (sprzętem i oprogramowaniem). Monitoruje skuteczność i efektywność wdrażanych rozwiązań. W ramach podejmowanych zadań projektowych planuje i przekazuje zadania współpracownikom oraz zewnętrznym wykonawcom usług.		
"Koordynowanie projektów komunikacyjnych w agencji reklamowej " (skrót nazwy: ACCOUNT EXECUTIVE)	4	Stowarzyszenie Komunikacji Marketingowej SAR	W trakcie włączania	Osoba posiadająca kwalifikację "Koordynowanie projektów komunikacyjnych w agencji reklamowej" jest przygotowana do zaplanowania projektu komunikacyjnego, a następnie monitorowania zgodności realizowanych działań zarówno z harmonogramem, jak i założonymi celami. Bazując na zebranych od klienta informacjach jest przygotowana do nanoszenia zmian na harmonogram prac. Osoba ta wykorzystuje w trakcie realizacji projektu	Posługiwanie się wiedzą o branży komunikacji marketingowej	Charakteryzuje branżę komunikacji marketingowej Stosuje teorie, techniki, narzędzia komunikacji
					Planowanie i koordynowanie projektu komunikacyjnego	Sprawdzenie kompletności briefu Przełożenie briefu na zadania Przygotowuje, prowadzi i

Nazwa	PRK	wnioskodawca	status	Syntetyczna charakterystyka efektów uczenia się	Zestawy efektów uczenia się	Efekty uczenia się
				komunikacyjnego wiedzę o organizacjach z branży komunikacji marketingowej. Posługuje się językiem branżowym. Podejmuje odpowiedzialność za prowadzone przez siebie działania. W trakcie wykonywania swoich zadań zawodowych posługuje się wymaganiami wynikającymi z obowiązujących regulacji prawnych, norm oraz wytycznych dotyczących etyki zawodowej. Osoba z tą kwalifikacją może pracować pod nadzorem przełożonego samodzielnie, jak też w ramach zespołu projektowego.		podsumowuje spotkania robocze w firmie Przygotowuje ofertę dla klienta
					Zarządzanie relacjami z klientem	Budowanie i zarządzanie relacją z klientem Analiza zobowiązań wynikających z umowy
					Zarządzanie relacjami w zespole	Wspiera budowanie wzajemnego zrozumienia potrzeb uczestników realizacji projektu marketingowego Charakteryzuje organizację pracy zespołu projektowego i własnej

Nazwa	PRK	wnioskodawca	status	Syntetyczna charakterystyka efektów uczenia się	Zestawy efektów uczenia się	Efekty uczenia się
Planowanie i prowadzenie działań komunikacyjnych w sytuacjach kryzysu wizerunkowego",	6	Fundacja VCC	włączona	Osoba posiadająca kwalifikację rynkową „Planowanie i prowadzenie działań komunikacyjnych w sytuacjach kryzysu wizerunkowego” jest gotowa do samodzielnego podejmowania działań związanych z planowaniem, prowadzeniem i monitorowaniem działań komunikacyjnych w sytuacjach kryzysu wizerunkowego, zwanego dalej „kryzysem”. Analizuje organizację pod kątem możliwości wystąpienia kryzysu oraz opracowuje podręcznik na wypadek sytuacji kryzysowych. Posługując się wiedzą na temat rodzajów i symptomów kryzysu, przeprowadza diagnozę sytuacji kryzysowej oraz dobiera i wdraża działania komunikacyjne skierowane zarówno na zewnątrz,	Zapobieganie sytuacjom kryzysowym w kontekście reputacji przedsiębiorstwa	Analizuje organizację pod kątem możliwości wystąpienia kryzysu Opracowuje podręcznik działań antykryzysowych Posługuje się wiedzą na temat sytuacji kryzysu w organizacjach
					Prowadzenie działań komunikacyjnych w sytuacji kryzysowej	Przeprowadza analizę genezy kryzysu i planuje działania komunikacyjne w sytuacji kryzysowej Realizuje działania z zakresu komunikacji zewnętrznej w warunkach kryzysu

Nazwa	PRK	wnioskodawca	status	Syntetyczna charakterystyka efektów uczenia się	Zestawy efektów uczenia się	Efekty uczenia się
				jak i do wewnątrz organizacji. Prowadzi efektywną współpracę z mediami w warunkach kryzysu. Sporządza raport dotyczący reputacji organizacji po zaistniałej sytuacji kryzysowej oraz planuje działania naprawcze po kryzysie mające na celu poprawę wizerunku organizacji.	Wdrażanie działań naprawczych po kryzysie	Opracowuje raport z sytuacji kryzysowej Planuje kampanię naprawczą
Budowanie wizerunku osobistego		Fundacja VCC	zgłoszona			
"Badanie struktury skojarzeniowej i podobieństwa znaczeniowego marki handlowej"	6	SWPS Uniwersytet Humanistycznospołeczny	W trakcie włączania	Osoba posiadająca kwalifikację „Badanie struktury skojarzeniowej i podobieństwa znaczeniowego marki handlowej” samodzielnie przygotowuje i przeprowadza lub nadzoruje przeprowadzenie badania pozycji danej marki na tle wybranych marek konkurencyjnych w oparciu o ich struktury skojarzeniowe. Posługuje się metodą „wolnych skojarzeń” oraz metodologią skojarzeniowego indeksu podobieństwa w celu	Przygotowanie i przeprowadzenie badania struktury skojarzeniowej marki metodą „wolnych skojarzeń”	Przygotowuje badanie metodą „wolnych skojarzeń” Przeprowadza badanie metodą „wolnych skojarzeń”
					Opracowanie skojarzeniowych struktur i obliczenie wartości podobieństwa znaczeniowego dla	Opracowuje struktury skojarzeniowe marek na podstawie zebranych danych Oblicza skojarzeniowy

Nazwa	PRK	wnioskodawca	status	Syntetyczna charakterystyka efektów uczenia się	Zestawy efektów uczenia się	Efekty uczenia się
				uzyskania danych, a następnie obliczenia podobieństwa znaczeniowego między porównywanymi markami oraz tzw. marką idealną w danej kategorii produktowej. Wykorzystuje wiedzę dotyczącą zasad budowania wartości marki, dzięki temu identyfikuje, które skojarzenia związane z marką należy wzmacniać, budować lub osłabiać albo neutralizować. Na podstawie uzyskanych wyników badania opracowuje symulacje możliwych zmian pozycji marki na rynku i rekomendacje do strategii pozycjonowania wybranej marki handlowej. Po przeprowadzeniu badań, obliczeniu wyników i dokonaniu ich jakościowej analizy opracowuje szczegółową prezentację na temat przeprowadzonego badania zawierającą rekomendacje	marek objętych badaniem	indeks podobieństwa między porównywanymi markami Wyprowadza podobieństwo znaczeniowe pomiędzy wszystkimi parami marek objętych badaniem
					Przeprowadzenie symulacji i opracowanie rekomendacji do pozycjonowania marki handlowej na rynku marek konkurencyjnych	Posługuje się wiedzą dotyczącą zasad budowania wartości marki i jej pozycjonowania na rynku w zależności od wyników skojarzeniowego indeksu podobieństwa Wykonuje symulacje możliwych zmian pozycji marki na rynku

Nazwa	PRK	wnioskodawca	status	Syntetyczna charakterystyka efektów uczenia się	Zestawy efektów uczenia się	Efekty uczenia się
				dotyczące możliwości zmian pozycji marki na rynku. Rekomendacje na potrzeby przygotowania strategii jasno wskazują na kroki niezbędne do podjęcia w celu uzyskania pożądanej pozycji marki na rynku marek konkurencyjnych.		Opracowuje rekomendacje do strategii pozycjonowania marki handlowej na rynku marek konkurencyjnych
					Prezentowanie wyników badania wraz z rekomendacjami do strategii pozycjonowania marki	Opracowuje prezentację wyników badania wraz z rekomendacjami dotyczącymi pozycjonowania marki Prezentuje wyniki badania
"Tworzenie i rozwój wizerunku marki" (skrót nazwy: Brand manager)	5	Alpha Leonis Adriana i Leszek Rakowscy S.C	W trakcie włączania	Osoba posiadająca tę kwalifikację legitymuje się wiedzą i umiejętnościami marketingowymi pozwalającymi na tworzenie wizerunku marki oraz wdrażanie go za pomocą właściwych narzędzi marketingowych dostosowanych	Omawianie zagadnień z zakresu promocji i wizerunku marki	Omawia modele służące do tworzenia oraz rozwijania wizerunku marki Omawia podstawy teoretyczne promocji

Nazwa	PRK	wnioskodawca	status	Syntetyczna charakterystyka efektów uczenia się	Zestawy efektów uczenia się	Efekty uczenia się
				do charakteru i rodzaju firmy. Analizuje sytuację sprzedaży produktów marki na potrzeby jej promocji oraz wyznacza cele marketingowe. Ustala plan marketingowy i budżet marketingowy. Koordynuje działania marketingowe marki. Koordynuje i kontroluje efekty działań marketingowych w celu korekty i poprawy efektywności działań. Podejmuje samodzielne decyzje w kwestiach o wysokim poziomie złożoności. Ponosi odpowiedzialność za jakość i skutki działań własnych. Może kierować zespołem.		marki
					Tworzenie i wdrażanie planu marketingowego marki zgodnie ze strategią marketingową marki	Dokonuje analizy sprzedaży na potrzeby promocji marki Koordynuje i kontroluje realizację działań marketingowych Planuje budżet marketingowy marki Planuje działania marketingowe zgodnie ze strategią marketingową marki Wyznacza roczne cele w ramach planu marketingowego
"Planowanie kampanii automatyzacji	6	Alpha Leonis Adriana i Leszek Rakowscy S.C	W trakcie włączania	Osoba posiadająca kwalifikację "Planowanie kampanii automatyzacji marketingu	Przygotowywanie internetowych kampanii	Identyfikuje grupę docelową zautomatyzowanej

Nazwa	PRK	wnioskodawca	status	Syntetyczna charakterystyka efektów uczenia się	Zestawy efektów uczenia się	Efekty uczenia się
marketingu internetowego" (skrót nazwy: Planowanie automatyzacji e-marketingu)				internetowego" jest gotowa do samodzielnego wykonywania zadań w zakresie automatyzacji marketingu internetowego w ramach pracy dla firmy lub na zamówienie klienta. Samodzielnie organizuje swoje stanowisko pracy i przyjmuje odpowiedzialność za podejmowane zadania. Może działać jako niezależny specjalista lub jako członek zespołu zajmującego się marketingiem automatycznym. Osoba posiadająca certyfikat poświadczający kwalifikację identyfikuje cele i możliwości e-marketingowe przedsiębiorstwa, identyfikuje i charakteryzuje grupę docelową kampanii e-marketingowej oraz przygotowuje plan zautomatyzowanej kampanii emarketingowej. Tworzy diagramy procesów i listy instrukcji dla systemów marketing automation,	marketingowych w oparciu o narzędzia automatyzacji marketingu	kampanii e-marketingowej Nadzoruje przygotowanie i wprowadza treści marketingowe do publikacji Nadzoruje wdrażanie narzędzi automatyzacji marketingu internetowego Określa możliwości przedsiębiorstwa w kontekście prowadzenia zautomatyzowanej kampanii e-marketingowej Przygotowuje plan zautomatyzowanej

Nazwa	PRK	wnioskodawca	status	Syntetyczna charakterystyka efektów uczenia się	Zestawy efektów uczenia się	Efekty uczenia się
				przygotowuje wytyczne dot. przekazu e-marketingowego np. dla grafika. Samodzielnie tworzy nośniki przekazu e-marketingowego np. landing page, szablony newsletterów. Nadzoruje wdrażanie narzędzi automatyzacji e-marketingu. Monitoruje efektywność wdrożonej kampanii emarketingowej, testuje ją oraz optymalizuje.		kampanii e-marketingowej
					Monitorowanie i optymalizacja skuteczności zautomatyzowanych kampanii e-marketingowych	Monitoruje efektywność wdrożonej kampanii e-marketingowej Optymalizuje kampanię e-marketingową
"Analizowanie i prognozowanie trendów rynkowych" (skrót nazwy: Analityk trendów rynkowych)	6	Alpha Leonis Adriana i Leszek Rakowscy S.C.	W trakcie włączania	Osoba posiadająca kwalifikację "Analizowanie i prognozowanie trendów rynkowych" prowadzi obserwację różnych gałęzi przemysłu, obszarów kultury i różnego rodzaju danych w celu dostrzeżenia i rozpoznania trendów rynkowych. Syntetyzuje te dane. Opisuje i analizuje pojawiające się trendy w różnych stadiach. Formułuje i prezentuje wnioski na podstawie przeprowadzonej analizy w czytelny i zrozumiały	Przegląd danych dot. zachowań konsumenckich	Eksploruje dane o nowościach w różnych dziedzinach korzystając z transdyscyplinarnych źródeł informacji Formułuje wnioski na podstawie zebranych danych
					Analiza i prognoza trendów rynkowych	Analizuje trendy rynkowe

Nazwa	PRK	wnioskodawca	status	Syntetyczna charakterystyka efektów uczenia się	Zestawy efektów uczenia się	Efekty uczenia się
				sposób. Może działać samodzielnie jako niezależny ekspert lub w ramach struktury organizacji współpracując z innymi członkami zespołu. Ponosi odpowiedzialność za jakość i skutki własnych działań.		Opracowuje scenariusze rynkowe Prognozuje trendy rynkowe
"Budowanie strategii marketingowej marki" (skrót nazwy: Strateg marketingowy)	6	Alpha Leonis Adriana i Leszek Rakowscy S.C.	W trakcie włączania	Osoba posiadająca kwalifikację jest gotowa do samodzielnego wykonywania zadań w zakresie budowania strategii marketingowej marki. Samodzielnie organizuje sobie tryb wykonywania pracy i przyjmuje odpowiedzialność za podejmowane zadania. Może działać jako niezależny specjalista lub jako członek zespołu zajmującego się budowaniem strategii marketingowej marki. Osoba posiadająca daną kwalifikację na podstawie syntezy danych dotyczących otoczenia rynkowego, grupy docelowej, typowego klienta, trendów oraz produktu lub usługi opracowuje	Analizowanie obecnej sytuacji marki	Określa i opisuje grupy docelowe marki Określa obecną sytuację rynkową marki
					Budowanie strategii marketingowej marki	Opracowuje koncepcję wizerunku marki Pozycjonuje markę Rekomenduje sposób wdrażania strategii marketingowej marki na kanały promocji i dystrybucji

Nazwa	PRK	wnioskodawca	status	Syntetyczna charakterystyka efektów uczenia się	Zestawy efektów uczenia się	Efekty uczenia się
				strategię marketingową marki, oraz formułuje wytyczne dot. jej implementacji.		
Budowanie wizerunku zewnętrznego i wewnętrznego pracodawcy	5	Fundacja VCC	W trakcie włączania	Osoba posiadająca kwalifikację "Budowanie wizerunku wewnętrznego i zewnętrznego pracodawcy" jest przygotowana do kreowania pozytywnego i atrakcyjnego wizerunku organizacji jako pracodawcy. Komunikuje się z użyciem pojęć dotyczących employer branding i opisuje proces budowy wizerunku organizacji jako pracodawcy. Posługując się wiedzą z zakresu employer branding przeprowadza analizę odbioru wizerunku pracodawcy w otoczeniu zewnętrznym i w jej środowisku wewnętrznym. Przygotowuje strategię budowania wizerunku wewnętrznego i zewnętrznego	Posługiwanie się wiedzą z zakresu employer branding	Charakteryzuje znaczenie działań employer brandingowych w budowaniu wizerunku pracodawcy Opisuje istotę działań employer brandingowych
					Analizowanie wizerunku pracodawcy	Identyfikuje informacje na temat wizerunku pracodawcy Określa zakres oceny wizerunku pracodawcy Przeprowadza analizę wizerunku pracodawcy

Nazwa	PRK	wnioskodawca	status	Syntetyczna charakterystyka efektów uczenia się	Zestawy efektów uczenia się	Efekty uczenia się
				pracodawcy. Na potrzeby wdrożenia strategii dobiera działania wspierające budowę wizerunku organizacji jako pracodawcy w środowisku zewnętrznym i w jej środowisku wewnętrznym oraz planuje sposób monitorowania skuteczności tych działań.	Opracowywanie strategii wizerunkowej pracodawcy	Określa sposób realizacji celów wizerunkowych Określa zakres strategii wizerunkowej pracodawcy
					Prowadzenie i monitorowanie działań employer brandingowych	Monitoruje działania employer brandingowe Optymalizuje działania employer brandingowe Prowadzi działania employer brandingowe skierowane do wewnątrz organizacji Prowadzi działania employer brandingowe

Nazwa	PRK	wnioskodawca	status	Syntetyczna charakterystyka efektów uczenia się	Zestawy efektów uczenia się	Efekty uczenia się
						skierowane na zewnątrz organizacji

Analiza kwalifikacji rynkowych z obszaru komunikacji marketingowej zgłaszanych do Zintegrowanego Systemu Kwalifikacji w Polsce wykazuje, że istnieje zapotrzebowanie na kwalifikacje obejmujące bardzo wyspecjalizowane kompetencje. W przeciwieństwie np. do systemu kwalifikacji w Czechach, w którym znajduje się jedna, kompleksowa kwalifikacja obejmująca kompetencje z zakresu komunikacji marketingowej (Specjalista marketingu).

Kwalifikacja *Specjalista marketingu* posiada 5 poziom Czeskiej Ramy Kwalifikacji, odpowiadający 5 poziomowi Europejskiej Ramy Kwalifikacji, a tym samym 5 poziomowi Polskiej Ramy Kwalifikacji. W opisie kwalifikacji wyodrębniono następujące zestawy kompetencji:

- Znajomość i zrozumienie podstawowych zasad marketingu
- Znajomość i zrozumienie marketingu mix
- Wykorzystanie wiedzy o środowisku marketingowym
- Dokonywanie analiz marketingowych
- Znajomość i zrozumienie strategii marketingowych
- Przygotowanie materiałów do badań marketingowych
- Przygotowanie i prezentacja ankiety marketingowej

Podejście stosowane przez polskich wnioskodawców polegające na zgłoszeniu wielu kwalifikacji o mniejszym zakresie kompetencji powoduje, że zdobywanie kwalifikacji jest szybsze oraz łatwiejsze. Dzięki temu łatwiej przekwalifikować się, uzupełnić kwalifikacje lub planować własny rozwój. Niemniej jednak takie podejście wymaga zintegrowania działań wnioskodawców, tak aby zgłaszane kwalifikacje były spójne i uzupełniały się wzajemnie. Niestety powyższa analiza wykazuje brak integracji działań wnioskodawców. Kwalifikacje są opisywane rozłącznie, różnią się jakością opisów i szczegółowością. Sektorowa rama kwalifikacji mogłaby być narzędziem, które ułatwiłoby integrowanie działań podmiotów opisujących i zgłaszających kwalifikacje.

6.2. Opisy zawodów/standardów kompetencyjnych na potrzeby rynku pracy

W Polsce największą bazą zawierającą opisy zawodów jest baza opracowana w ramach projektu „Rozwijanie, uzupełnienie i aktualizacja informacji o zawodach oraz jej upowszechnienie za pomocą nowoczesnych narzędzi komunikacji – INFODORADCA+”. Projekt był współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego, Program Operacyjny Wiedza Edukacja Rozwój, Oś priorytetowa II *Efektywne polityki publiczne dla rynku pracy, gospodarki i edukacji*, Działanie 2.4 *Modernizacja publicznych i niepublicznych służb zatrudnienia oraz lepsze dostosowanie ich do potrzeb rynku pracy*. W bazie znajduje się ponad 1000 obszernych opisów zawodów. Opis każdego z zawodów to przede wszystkim: charakterystyka zawodu, opis kompetencji zawodowych, odniesienie do sytuacji zawodu na rynku pracy i możliwości doskonalenia zawodowego, a także możliwości zatrudnienia osób niepełnosprawnych w zawodzie.

Informacje o zawodach mogą być wykorzystywane przez pracodawców, klientów instytucji rynku pracy i publicznych służb zatrudnienia oraz pracowników tych służb i instytucji zgodnie z ich potrzebami, m.in. w pośrednictwie pracy, poradnictwie zawodowym, dostosowaniu szkoleń do potrzeb klientów, rekrutacji. W bazie INFODORADCA+ znajdują się opisy zawodów związanych z sektorem komunikacji marketingowej:

- Analityk trendów rynkowych (cool hunter),
- Analityk informacji i raportów medialnych,
- Autor tekstów i sloganów reklamowych (copywriter)
- Demonstrator wyrobów,
- Menedżer marki (brand manager),
- Menedżer produktu (product manager),
- Menedżer zawartości serwisów internetowych,
- Promotor marki (trendsetter),
- Specjalista analizy i rozwoju rynku
- Specjalista do spraw marketingu i handlu,
- Specjalista do spraw mediów interaktywnych
- Specjalista do spraw public relations,
- Specjalista do spraw reklamy,
- Specjalista komunikacji społecznej,
- Sprzedawca reklam internetowych,
- Teleankieter,

- Telemarketer.

Podobnym rozwiązaniem funkcjonującym we Francji są opisy zawodów opracowane w 2018 r. przez IAB FRANCE we współpracy z przedstawicielami pracodawców. Opisy powstały na potrzeby rekrutacji na stanowiska związane z marketingiem internetowym. Opracowane i wydane w formie fiszek zostało dwadzieścia opisów stanowisk pracy (zawodów):

- Account Director
- Account Manager
- Ad Ops - Traffic Manager
- Agency Account Manager
- Business Developer
- Chief Data Officer
- Chief Digital Officer
- Content Strategist
- CX Manager
- Data Analyst
- Data Scientist
- Developpeur Back End
- Developpeur Front End
- DPO - Data Protection Officer
- Intégrateur
- Programmatic Trader
- Planner Strategique
- SEO/SEM Manager
- Social Media Manager
- UX Designer

Każda z fiszek zawiera opis stanowiska, wykonywane zadania, wymagane kompetencje, możliwe ścieżki kształcenia, możliwości dalszego rozwoju oraz opinie.

6.3. Systemy certyfikacji kompetencji

Systemy certyfikacji kompetencji, podobnie jak kwalifikacje rynkowe w ZSK, pozwalają na uwierzytelnienie wiedzy i umiejętności osób posiadających certyfikat. Wiarygodność certyfikatów nie będących kwalifikacjami włączonymi do Zintegrowanego Systemu Kwalifikacji, uzależniona jest od wiarygodności instytucji wydającej dany certyfikat.

Najczęściej rozpoznawalnymi i uznawanymi certyfikatami są te wydawane przez organizacje branżowe o ugruntowanej, międzynarodowej renomie. Poniżej opisano przykładowe uznawane w sektorze komunikacji marketingowej certyfikacje o charakterze międzynarodowym.

Certyfikacja DIMAQ

DIMAQ to międzynarodowy standard kwalifikacji digital marketingowych, który istnieje od 2015 roku. Definiuje niezbędny poziom wiedzy i kwalifikacji specjalistów z obszaru marketingu cyfrowego, pozwala na jego porównywanie i ewaluację. Metodologia DIMAQ została opracowana przez ekspertów powołanych przez IAB Polska pod nadzorem merytorycznym Branżowej Rady ds. Kompetencji IAB Polska. Standard posiada rekomendację IAB Europe i jest dostępny w 9 europejskich krajach: Polsce, Grecji, Słowacji, Słowenii, Serbii, Czarnogórze, Rumunii, Bośni i Hercegowinie oraz na Cyprze. Certyfikat, zgodny z założeniami Europejskiej Ramy Kwalifikacji, dostępny jest na dwóch poziomach: Basic i Professional. Aby go uzyskać, należy zdać egzamin sprawdzający przekrojową wiedzę z 12 obszarów e-marketingu. Ukończenie szkolenia nie jest warunkiem koniecznym do przystąpienia do egzaminu. Wymagania w zakresie wiedzy i umiejętności weryfikowane w trakcie egzaminu opisane zostały w sylabusach opracowanych dla każdego z dwóch poziomów certyfikacji.

Certyfikat jest ważny przez 2 lata i są dwa sposoby przedłużenia jego ważności:

1. Ponowne zdanie egzaminu LUB
2. Uczestnictwo w programie recertyfikacji, który polega na zebraniu 100 punktów w ciągu 2 lat za udział w akredytowanych wydarzeniach DIMAQ. Program recertyfikacji jest oparty o filozofię kształcenia ustawicznego, zmierzającego do bieżącego aktualizowania wiedzy.

Certyfikaty CIM

The Chartered Institute of Marketing jest największą i najstarszą na świecie instytucją specjalizującą się w dziedzinie marketingu. Instytut powstał w 1911 roku i działa obecnie w 134 krajach świata. Certyfikaty CIM można uzyskać na trzech poziomach:

- Foundation Certificate in Professional Marketing oraz CIM Level 3 Foundation Certificate in Professional Digital Marketing (VRQ) - jest to poziom podstawowy, przeznaczony dla osób, które nie mają jeszcze doświadczenia w pracy w biznesie.
- Certificate in Professional Marketing oraz Certificate in Professional Digital Marketing – poziom średniozaawansowany przeznaczony dla osób posiadających co najmniej roczne doświadczenie zawodowe
- Diploma in Professional Marketing oraz Diploma in Professional Digital Marketing - najwyższy poziom certyfikowania The Chartered Institute of Marketing. Jest przeznaczony dla osób, które zajmować się będą marketingiem z poziomu zarządów. Warunkiem przystąpienia do egzaminu jest przynajmniej sześćoletnie doświadczenie zawodowe w zakresie marketingu (w tym przynajmniej trzy lata na samodzielnym stanowisku).

Każdy z wymienionych wyżej certyfikatów możliwy jest do uzyskania w formule modułowej. Certyfikaty z zakresu marketingu oferowane przez The Chartered Institute of Marketing są częścią angielskiego systemu kwalifikacji i są ujęte w rejestrze kwalifikacji prowadzonym przez Qualifications and Curriculum Development Agency (Ofqual). W rejestrze Ofqual, jako kwalifikacje, ujęte są również poszczególne moduły (award). Kwalifikacje te odniesiono do funkcjonującej w Anglii, Walii i Irlandii Północnej ramy kwalifikacji właściwej dla kwalifikacji uzyskiwanych w ramach kształcenia ogólnego i zawodowego tj. National Qualifications Framework (NQF). W tabeli 7 zawarto zestawienie kwalifikacji oferowane przez The Chartered Institute of Marketing wraz z ich poziomem odniesionym do Europejskiej Ramy Kwalifikacji (ERK) oraz Polskiej Ramy Kwalifikacji (PRK)

Tabela 7 Kwalifikacje z zakresu marketingu oferowane przez The Chartered Institute of Marketing ujęte w Ofqual

NQF	ERK	PRK	Nazwa kwalifikacji w Ofqual
3	4	4	CIM Level 3 Award in Communications in Practice (VRQ) CIM Level 3 Award in Digital Fundamentals (VRQ) CIM Level 3 Award in Marketing Principles (VRQ) CIM Level 3 Foundation Certificate in Professional Digital Marketing (VRQ) CIM Level 3 Foundation Certificate in Professional Marketing (VRQ)
4	5	5	CIM Level 4 Certificate in Professional Marketing (VRQ) CIM Level 4 Award in Digital Marketing Techniques (VRQ) CIM Level 4 Award in Planning Campaigns (VRQ)

NQF	ERK	PRK	Nazwa kwalifikacji w Ofqual
			CIM Level 4 Award in Applied Marketing (VRQ) CIM Level 4 Award in Marketing in Action (VRQ) CIM Level 4 Award in Customer Insights (VRQ) CIM Level 4 Certificate in Professional Marketing (Marketing in Action) (VRQ) CIM Level 4 Certificate in Professional Digital Marketing (VRQ)
6	6	6	CIM Level 6 Diploma in Professional Marketing (Project Design and Planning) (VRQ) CIM Level 6 Diploma in Professional Digital Marketing (VRQ) CIM Level 6 Diploma in Professional Marketing (VRQ) CIM Level 6 Award in Digital Optimisation (VRQ) CIM Level 6 Award in Innovation in Marketing (VRQ) CIM Level 6 Award in Managing Brands (VRQ) CIM Level 6 Award in Project Design and Planning (VRQ) CIM Level 6 Award in Marketing & Digital Strategy (VRQ) CIM Level 6 Award in Resource Management (VRQ) CIM Level 6 Award in The Digital Customer Experience (VRQ)

Certyfikacja DMI

Digital Marketing Institute jest globalnym standardem certyfikacji w dziedzinie marketingu internetowego. Programy DMI to kursy zakończone certyfikacją. Większość programów DMI opisanych jest ze wskazaniem wiedzy i umiejętności oraz odniesionych do Europejskiej Ramy Kwalifikacji (EQF). Programy certyfikacji DMI nadzorowane są przez Syllabus Advisory Council, reprezentujące największe i najbardziej wpływowe marki cyfrowe na świecie. Rada Nadzorcza Syllabus Advisory Council weryfikuje wszystkie programy certyfikacji DMI, programy nauczania i narzędzia oceny. Regularnie przedstawiając ekspertyzy i zalecenia, Rada zapewnia, że programy certyfikacji są aktualne. Wybrane programy certyfikacji DMI:

- Professional Diploma in Digital Strategy and Planning,
- Professional Diploma in Mobile Marketing,
- Professional Diploma in Search Marketing,
- Professional Diploma in Social Media Marketing,
- Professional Diploma in Digital Marketing.

6.4. Systemy akredytacyjne usług rozwojowych

W krajach UE wykorzystywane są systemy nauki i rozwoju zawodowego oparte o punkty Continuous Professional Development (CPD). Pozwalają na rozwijanie kompetencji zawodowych w oparciu o akredytowane formy rozwoju. Systemy takie mogą być stosowane w każdej branży, w której kluczowe jest stałe doskonalenie się.

Akredytacja oznacza, że dana forma doskonalenia zawodowego spełnia standardy jakościowe oraz określone zostały punkty CPD możliwe do uzyskania przez uczestnika danej formy rozwojowej. Akredytowane mogą być różnorodne formy rozwoju takie jak warsztaty, seminaria, konferencje, wydarzenia, szkolenia, szkolenia online i e-learning, inne ustrukturyzowane formy uczenia się.

Jakość akredytowanych usług gwarantowana jest przez instytucje udzielające akredytacji. Dlatego też wiarygodność i prestiż instytucji akredytującej ma kluczowe znaczenie. W sektorze komunikacji marketingowej cieszącymi się powszechnym uznaniem są usługi akredytowane przez takie instytucje jak działające w Wielkiej Brytanii: IPA oraz CPD Certification Service. IPA to organizacja zawodowa o ponad 100 letniej tradycji wspierająca brytyjskie agencje reklamowe. Jednym z działań prowadzonych przez organizację jest program Learning and Continuous Professional Development (CPD), w ramach którego akredytowane są programy rozwoju zawodowego. CPD Certification Service została założona w 1996 roku jako wiodąca niezależna instytucja akredytująca CPD, działająca w różnych sektorach przemysłu, w tym komunikacji marketingowej.

Na gruncie polskim akredytacją rozpoznawalną w sektorze komunikacji marketingowej jest akredytacja wydarzeń DIMAQ przyznawana przez IAB Polska. Przyznanie Akredytacji DIMAQ oznacza wsparcie organizacyjne danego przedsięwzięcia przez IAB Polska, przy osobistym udziale przedstawicieli IAB Polska w tym przedsięwzięciu. Przedsięwzięcie akredytowane przez IAB Polska jest włączone do Programu Recertyfikacji DIMAQ. Oznacza to, że udział w akredytowanych wydarzeniach pozwala uzyskać przedłużenie ważności certyfikatów DIMAQ Basic i DIMAQ Professional.

7. Przesłanki do utworzenia sektorowej ramy kwalifikacji dla sektora komunikacji marketingowej

Jak podaje raport *Identyfikacja instrumentów wsparcia dla rozwoju sektora komunikacji marketingowej* Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości, 98% podmiotów gospodarczych sektora komunikacji marketingowej w Polsce to mikrofirmy. Sektor oferuje bardzo szeroki wachlarz usług, co powoduje trudności z jego zdefiniowaniem i analizą. W tak rozproszonym sektorze utworzenie sektorowej ramy kwalifikacji jest szczególnie uzasadnione. SRK może stanowić źródło informacji o wymaganych kwalifikacjach w sektorze, porządkować dotychczasowe działania w obszarze zdobywania kompetencji. Co więcej, sektor ten szybko się rozwija – pojawia się wiele nowych stanowisk, wymagań, kompetencji, które SRK mogłaby w jednoznaczny sposób porządkować i definiować. Dodatkowo, w sektorze komunikacji marketingowej wiele nazw stanowisk jest anglojęzycznych i nie we wszystkich firmach definiuje się je tak samo – SRK mogłaby stanowić swoisty słownik branżowy dla sektora.

„Korzystamy ze skrótów, albo zwrotów zaczerpniętych z języka angielskiego i rozumiemy je zupełnie odrębnie, a rama ma być dosyć precyzyjna, jeżeli mówimy o konkretnym zjawisku.”

[Respondent 11]

W sektorze ze znaczną liczbą mikrodziałalności wykorzystywanie i odnoszenie się do SRK mogłoby świadczyć również o jakości wykonywanych usług. Należy przy tym zwrócić szczególną uwagę na komunikaty kierowane do sektora, mające zapoznać i przekonać do utworzenia czy – w dalszym kroku – do korzystania z SRK.

„To jest sektor bardzo eklektyczny i on wymaga bardzo specyficznego podejścia, a jednocześnie ten sektor wymaga bardzo specyficznych umiejętności. Bardzo łatwo jest spowodować, że pojawi się w sektorze ktoś, kto będzie psuł opinię pozostałej jego części.”

[Respondent 2]

W sektorze komunikacji marketingowej można również zaobserwować wiele szkoleń i kursów z obszaru marketingu, reklamy, social media. Sektorowa rama kwalifikacji mogłaby się przyczynić do uporządkowania bogatej oferty szkoleniowej.

Sektor komunikacji marketingowej podlega dynamicznym zmianom na skutek wielu czynników. Sytuacja związana np. z COVID-19, wpływająca m.in. na ograniczenie budżetów na działania marketingowe czy *public relations* może powodować konieczność przekwalifikowywania się wielu osób zatrudnionych w sektorze. Również postępująca cyfryzacja, powstawanie i wzrost znaczenia nowych kanałów i narzędzi komunikacji będzie wpływać na zanikanie niektórych specjalizacji, a zwiększanie zapotrzebowania na nowe kompetencje. Zmiany w strukturze podmiotów w sektorze, zmiany właścicielskie czy zmiany w profilu działalności, w tym przejmowanie zadań pełnionych wcześniej przez inne podmioty, będzie skutkować przenikaniem się lub łączeniem pewnych kompetencji, zmniejszaniem zapotrzebowania na określone specjalności i wzrost znaczenia innych.

Zestawienie zidentyfikowanych głównych przesłanek do utworzenia sektorowej ramy kwalifikacji w sektorze komunikacji marketingowej przedstawia rysunek poniżej.

Rysunek 9. Przesłanki do utworzenia SRK w sektorze komunikacji marketingowej



Źródło: Opracowanie własne.

Sektor komunikacji marketingowej może z powodzeniem stworzyć i wdrożyć własną sektorową ramę kwalifikacji. Warunkiem jej powodzenia i dalszego korzystania z jej

funkcjonalności jest jednak szeroka promocja i działania komunikacyjne kierowane do podmiotów sektora. SRK to narzędzie, z którego każdy sektor może skorzystać, przy założeniu oddolnej potrzeby sektora, a nie narzuconych odgórnie rozwiązań.

8. Załączniki

- Załącznik 1 – Scenariusze realizacji pogłębionych wywiadów indywidualnych (IDI)