



Polski rynek marketingu

Polski rynek marketingu składa się z ludzi, którzy w znakomitej większości traktują marketing nie jako pracę, tylko jako pasję, którą praca pozwala im realizować. Świadczy o tym choćby spora aktywność marketerów na forach dyskusyjnych i w tzw. blogosferze.

Może po części dlatego, że marketing w Polsce rodził się na dziewiczym rynku w początkach lat '90. Nie było wtedy żadnych podstaw teoretycznych, a praktyki nie było gdzie zdobyć.

Sytuacja dzisiaj, po prawie 20-tu latach, jest zdecydowanie odmienna. Ci, którzy są pionierami, o ile nadal pozostają w branży, mają wielkie doświadczenie i cieszą się szacunkiem środowiska. Ci, którzy niedawno zaczęli swoją przygodę z marketingiem pochodzą z jednej z trzech różnych grup:

1. Absolwenci kierunków „marketing i zarządzanie”.
2. Absolwenci kierunków innych, najczęściej humanistycznych, choć nie tylko.
3. Zawody zbliżone do marketingu, które zawsze były wykorzystywane w komunikacji marketingowej.

Najczęściej ludzie ci posiadają już kilkuletnie doświadczenie i zdobyli potrzebną wiedzę.

1. Pierwsza grupa po zakończeniu studiów „kierunkowych” trafiła do pracy i... okazało się, że zakres wiedzy marketingowej, jaki zdobyli na studiach, jest bardzo niewielki w stosunku do oczekiwań pracodawcy, a zwłaszcza rynku. Poszerzyli tę wiedzę o zdobytą w czasie pracy i posiadli właściwe doświadczenie. Dyplom jakim się legitymują nadal jest jednak postrzegany jakby skończyli studia bardzo niedawno.
2. Druga grupa ma zdecydowanie gorzej. Nie posiadają nawet dyplomu, który by zaświadczał o ich wiedzy marketingowej. Mogą się legitymować wyłącznie doświadczeniem. To jednak jest względne, bo np. większość firm i marketerów ma w swoim dorobku pracę dla Coca-Coli... tylko w jakim zakresie?
3. Trzecia grupa, to ludzie, którzy posiadają wiedzę i doświadczenie w bardzo wąskiej dziedzinie. Stając się pełnowartościowymi marketerami mają problem z przekonaniem pracodawcy o swoich kompetencjach w zakresie szeroko rozumianej komunikacji marketingowej.

Efekt jest taki, że osoby z każdej z tych grup mają (nota bene marketingowy) problem z wyróżnieniem się na rynku. Dokładnie taki sam problem jak marki dla których chcą pracować. Pracodawcy mają natomiast problem z wyborem wśród kandydatów.

Jack Trout napisał na ten temat całą książkę „Wyróżniaj się lub zgiń”.

Chcemy stworzyć taki wyróżnik dla ludzi, dla których marketing jest nie tylko zawodem, ale przede wszystkim pasją.



Certyfikacja marketerów polskich

Nie ma na polskim rynku marketingowym systemu weryfikacji i certyfikacji ludzi, którzy się tym zawodem zajmują.

Częściowo ten problem rozwiązuje CIM, ale kurs jest bardzo drogi, niedostępny dla osób prywatnych i certyfikacja, skąd inąd bardzo rzetelna wymaga uczestnictwa w wielomiesięcznych zajęciach. Marketerzy najczęściej nie mają czasu uczęszczać na zajęcia, a wiedzę i doświadczenie już zdobyli w pracy.

Chcemy stworzyć system certyfikacji marketerów, który pozwoli im na opisane przez Trouta wyróżnienie się. System, który będzie też ułatwieniem dla przyszłych pracodawców w wyborze spośród wielu aplikacji.

MCA jest szczególnie predestynowane do stworzenia takiego systemu z kilku powodów:

1. **Niezależność** – MCA nie jest firmą zależną finansowo ani od jakiegokolwiek podmiotu ani od sponsorów.
2. **Obiektywność** – reputacja i prestiż marki MCA gwarantuje obiektywizm w certyfikowaniu marketerów.
3. **Kompleksowość** – MCA reprezentuje (wykładowcy) najważniejsze, a zarazem podstawowe działy profesjonalnej komunikacji marketingowej.

Chcemy stworzyć pierwszy w Polsce system certyfikacji marketerów. Dyplom MCA będzie stanowił nie tylko wyróżnik osób, które osiągnęły w pełni profesjonalny poziom wiedzy i doświadczenia marketingowego, ale także pozwoli pracodawcom wybrać te osoby, które z pewnością poradzą sobie z zadaniami przed nimi stawianymi.

Korzyścią dla zleceniodawców (w przypadku agencji reklamowych i marketingowych) będzie pewność profesjonalnego poziomu wiedzy ludzi, którzy będą ich projekty realizowali.

Osoby certyfikowane dyplomem MCA będą gwarantem profesjonalnego podejścia do komunikacji marketingowej, o bogatym doświadczeniu i wiedzy.

Aby to zagwarantować MCA zatrudnia tylko praktyków i ekspertów w poszczególnych dziedzinach komunikacji marketingowej, a oceny będą rzetelne i obiektywne, wraz z uzasadnieniem.

MCA będzie też promowało swoich dyplomantów w mediach, z którymi współpracuje. Za zgodą osób dyplomowanych będziemy umieszczali profile tych osób w prasie branżowej (marketingowej) i biznesowej w Polsce.



Proces certyfikacji marketerów

W wyniku procesu certyfikacji marketerzy, którzy pomyślnie zaliczą wszystkie etapy otrzymują pełen dyplom MCA i tytuł „**Master in Communication & Advertising**”.

Na przygotowanie każdego etapu i jego poprawki, poza aplikacją, aplikant otrzymuje 2 tygodnie. Aby zaliczyć każdy etap konieczne jest otrzymanie średniej oceny 3,5 (w skali 1-5). Osoby, które nie zdadzą pozytywnie etapu mogą przystąpić do jego poprawy w dowolnym terminie uznanym przez siebie nie później jednak niż 2 miesiące. Każdy etap certyfikacji, poza aplikacją, może być poprawiany maksymalnie 2 razy.

Sam proces certyfikacji przebiega w kilku etapach:

1. **Aplikacja** – kandydat do certyfikacji przesyła swój szczegółowy opis doświadczeń w zakresie marketingu. Aplikacja zostaje skierowana do Kapituły MCA do weryfikacji. Dalszemu procesowi certyfikacji podlegają tylko te osoby, których doświadczenie zawodowe gwarantuje pomyślne ukończenie dalszych etapów.
Osoby, które nie zostaną zakwalifikowane w tym etapie, mogą ponownie aplikować najwcześniej po 3 miesiącach, lub po zdobyciu znaczącego doświadczenia w dziedzinie marketingu.
2. **Test** – Osoby zakwalifikowane w pierwszym etapie otrzymują od MCA kwestionariusz z 24 pytaniami otwartymi. Pytania są weryfikacją wiedzy zawartej w pełnym programie MCA. Każdemu tematowi odpowiadają dwa pytania. Odpowiedzi powinny być opisowe i szczegółowe, tak, aby wykładowcy poszczególnych tematów mogli zorientować się w wiedzy z każdego zakresu komunikacji marketingowej.
3. **Analiza** – etap, na którym aplikanci opisują wybrany przez siebie rynek. Najczęściej będzie to rynek, na którym sami działają, więc analiza będzie im przydatna w dalszej pracy. Etap ten wymaga opisu szczegółowego zarówno konkurencji, grupy docelowej jak i samej marki, której dotyczy analiza. W przypadku braku takiej deklaracji ze strony aplikanta rynek i marka zostaną podane z uwzględnieniem specyfiki branży, w której pracuje aplikant.
4. **Projekt** – etap ten weryfikuje zdolność aplikanta do samodzielnego tworzenia projektów marketingowych. Projekt dotyczy konkretnego zadania z zakresu komunikacji marketingowej i podobnie jak na etapie analizy jest dobierany indywidualnie przez aplikanta. Może to być zadanie, które dotyczy bieżących projektów realizowanych w firmie zatrudniającej aplikanta, może być dowolnie wybrane przez aplikanta i może zostać wybrane przez Kapitułę MCA. Projekt poza prezentacją powinien zawierać szczegółowy opis uzupełniający prezentację. Projekt jest oceniany przez wykładowców, którzy są ekspertami w zakresie narzędzi komunikacyjnych wykorzystanych w projekcie.



Warunki certyfikacji

Aby przystąpić do procesu certyfikacji konieczne jest zgłoszenie aplikacji na adres info@mca.edu.pl z treścią wiadomości zgodną z opisem w części „Proces certyfikacji marketerów”. Opis doświadczenia marketingowego może stanowić załącznik do wiadomości w postaci pliku doc lub pdf.

Osoby aplikujące zostaną przez Kapitułę MCA powiadomione o wyniku weryfikacji w ciągu tygodnia i otrzymają szczegółowy timing procesu certyfikacji.

Koszty

Koszt certyfikacji został podzielony zgodnie z jego etapami:

1. Aplikacja

- 100 zł – płatne po przesłaniu aplikacji przed jej rozpatrzeniem przez Kapitułę MCA

2. Etap „Test”

- 500 zł – płatne przed przystąpieniem do testu
- 200 zł – koszt każdej poprawki testu

3. Etap „Analiza”

- 500 zł – płatne przed przystąpieniem do tego etapu
- 200 zł – koszt każdej poprawki etapu

4. Etap „Projekt”

- 500 zł – płatne przed przystąpieniem do tego etapu
- 200 zł – koszt każdej poprawki etapu

Firma nie jest płatnikiem podatku VAT