

OBČNI ZBOR DRUŠTVA ZA MARKETING SLOVENIJE

18. marec 1008 ob 16. uri

PRISOTNI:

Matevž Brec, Uroš Cvetko, Andraž Zorko, Janez Damjan, Sašo Dimitrievski, Gregor Draksler, Ladeja Godina Košir, Maja Makovec Brenčič, Branko Mrak, Iztok Sila, Boštjan Tadel, Zoran Trojar, Samo Mirnik, Geni Arh, Meta Arh, Sašo Palčič, Jure Velikonja, Bogo Seme, Gros Matjaž, Tanja Kavran,

DNEVNI RED:

1. Vsebinsko in finančno poročilo o delu društva od zadnjega občnega zbora
2. Volitve novega upravnega odbora društva (predstavitev kandidatov in tajno glasovanje)
3. Voden pogovor o prihodnjem razvoju društva, pogovor bo vodila Ladeja Godina Košir
4. Razno

Zapisnikar: Tanja Šket

Predsednik občnega zbora: Ladeja Godina Košir

Zapisnikar in predsednik občnega zbora sta bila soglasno sprejeta, prav tako dnevni red.

1. VSEBINSKO IN FINANČNO POROČILO O DELU DRUŠTVA OD ZADNJEGA OBČNEGA ZBORA

Poročilo predsednika DMS o delu društva za občni zbor

Upravni odbor je v začetku leta 2008 ocenil, da je nastopil trenutek, ko društvo potrebuje nov razvojni cikel, ki ga bo učinkoviteje izpeljalo s svežim upravnim odborom. Od tod odločitev za predčasni zaključek triletnega mandata in razpis občnega zbora.

Ocenjujem, da je v zadnjem letu dni društvo izkazalo stabilno delovanje.

Organizacijsko imamo delujočo pisarno z generalno sekretarko, ki nudi profesionalno pomoč vsem članom, ki jo potrebujejo. Preselili smo se v nove prostore na GZS in se tako tudi prostorsko osamosvojili. Interna komunikacija in obveščanje članov sta še nekoliko napredovali. Konec leta 2007 je društvo razpolagalo s 82.250,65 evrov. Po sklepu upravnega odbora je bila večina sredstev vezanih na depozitnem računu.

Od začetka 2007 smo pripravili 10 mesečnih srečanj z vsebinsko zelo različnimi temami. Mirno lahko ocenimo, da so se srečanja prijela. Z 10. aprilom pripravljamo tudi prvo srečanje v Mariboru. Želimo imeti 4 srečanja letno tudi na štajerskem koncu. Tudi 7 izvedenih Marketinških fokusov je pokrilo zelo široko področje marketinškega razmišljanja in delovanja. Z obema dogodkoma želimo širiti meje marketinške filozofije. 12. Slovenska marketinška konferenca je pritegnila največ udeležencev do sedaj. Programski svet pod vodstvom Maje Makovec Brenčič je po ocenah udeležencev zelo dobro

opravil svojo nalogo. Tudi finančno lahko konferenco ocenimo kot uspešno. Sodelovanje s Financami pa je potekalo brez zapletov.

Uspešno smo uvedli nagrado Marketinški direktor leta, ki ima jasno sporočilo in mora biti signal koga želimo kot vzor. Za njen dokončni uspeh bodo odločilna predvsem prihodnja leta.

Sekciji raziskovalcev in akademikov sta ohranili enak ritem delovanja kot v preteklem obdobju. Akademska sekcija uspešno prispeva k komunikaciji med katedrami in lahko v prihodnje s svojimi kritičnimi pogledi še veliko prispeva k razvoju društva. V prihodnjem mesecu pričakujemo tudi oživitev kluba marketinških direktorjev. Največji uspeh zadnjega leta je oživitev študentske sekcije, ki vključuje vedno več aktivnih študentov, ima vsaj 2 dogodka mesečno in 15. aprila pripravlja študentsko marketinško konferenco. K oživitvi delovanja sekcije je veliko prispeval Sašo Palčič.

V začetku 2008 smo pristopili k formalizaciji sodelovanja s Slovenskim društvom za odnose z javnostmi, ZDMS, ZMCS in novim izdajateljem revije MM. O konkretnih skupnih aktivnostih in oblikah sodelovanja bo lahko odločal novi upravni odbor. Od novega sodelovanja z MMom lahko tudi pričakujemo, da se bo rešila »agonija« akademije MM. Izhajanje strokovne publikacije je v interesu tako akademske sekcije kot društva.

Veliko je bilo doseženega, a vsak bi si verjetno želel še več. Veliko idej in predlogov je bilo obravnavanih na upravnem odboru. Veliko jih ni ugledalo »luči marketinškega vsakdana«, ker nismo imeli merila po katerem, bi jih sprejeli ali zavrnil. Nismo imeli več nedvoumnega odgovora na vprašanje kam želimo in kaj je poslanstvo društva. To je jasen znak, da je čas za nov razmislek in nov zagon. Nove poglede, nove ljudi, še več idej.

Janez Damjan, Gregor Draksler, Ladeja Godina Košir, Primož Hvala, Barbara Mali, Maja Makovec Brenčič, Iztok Sila, Rudi Tavčar in Zoran Trojar ob koncu mandata zapuščajo društvo v dobri kondiciji, v stanju, ki si ga pred tremi leti nismo upali zamisliti in v ravno pravem trenutku. Tudi to ne uspe vsakemu. Hvala vsem članom upravnega odbora za vse vložene ure, ideje in skrbi za uspešno rast Društva za marketing Slovenije.

Primož Hvala, predsednik DMS

2. VOLITVE NOVEGA UPRAVNEGA ODBORA DRUŠTVA (predstavitev kandidatov in tajno glasovanje)

Za začetek so se vsi kandidati na kratko predstavili, za tiste, ki so bili odsotni, je bila prebrana kratka predstavitev. Sledile so tajne volitve novega upravnega odbora. Kandidati po vrstnem redu so bili:

- | | |
|------------------------|--------------------------|
| 1. Tomaž Arh | 9. Boštjan Jenko |
| 2. Matevž Brec | 10. Urška Legan |
| 3. Uroš Cvetko | 11. Maja Makovec Brenčič |
| 4. Janez Damjan | 12. Branko Mrak |
| 5. Sašo Dimitrievski | 13. Iztok Sila |
| 6. Gregor Draksler | 14. Boštjan Tadel |
| 7. Ladeja Godina Košir | 15. Zoran Trojar |
| 8. Primož Hvala | 16. Natalia Varl |

Komisija v sestavi Petra Slobodnik, Ana Basić in Tanja Šket je preverila veljavnost glasovnic in preštela glasove. V novi upravni odbor Društva za marketing so bili izvoljeni: **Tomaž Arh, Uroš Cvetko, Sašo Dimitrievski, Ladeja Godina Košir, Primož Hvala, Maja Makovec Brenčič, Iztok Sila, Boštjan Tadel, Zoran Trojar.**

Janez Damjan se je odrekel mestu v upravnem odboru v korist naslednjega po številu glasov, to je bil Sašo Dimitrievski.

3. VODEN POGOVOR O PRIHODNJEM RAZVOJU DRUŠTVA

Ladeja Godina Košir je pripravila delavnico z naslovom Kje smo in kam želimo priti.

I. Prednosti in slabosti

Za začetek je bilo potrebno določiti **3 močne** in **3 šibke** točke v delovanju DMS (delo v parih). Zbrani so bili naslednji pogledi:

Šibke točke

- profesionalnost (strokovne sl., volunterizem)
- vizija
- upravni odbor
- organizacija (sekcije, premalo aktivne)
- učinkovitost
- premalo aktivno članstvo (premalo aktivnih)
- prepoznavnost
- certificiranje
- tujina - povezave
- športni marketing
- uveljavljenost
- družbeno odgovorni projekti
- "introvertiranost"
- MM in Akademija MM
- dogodki

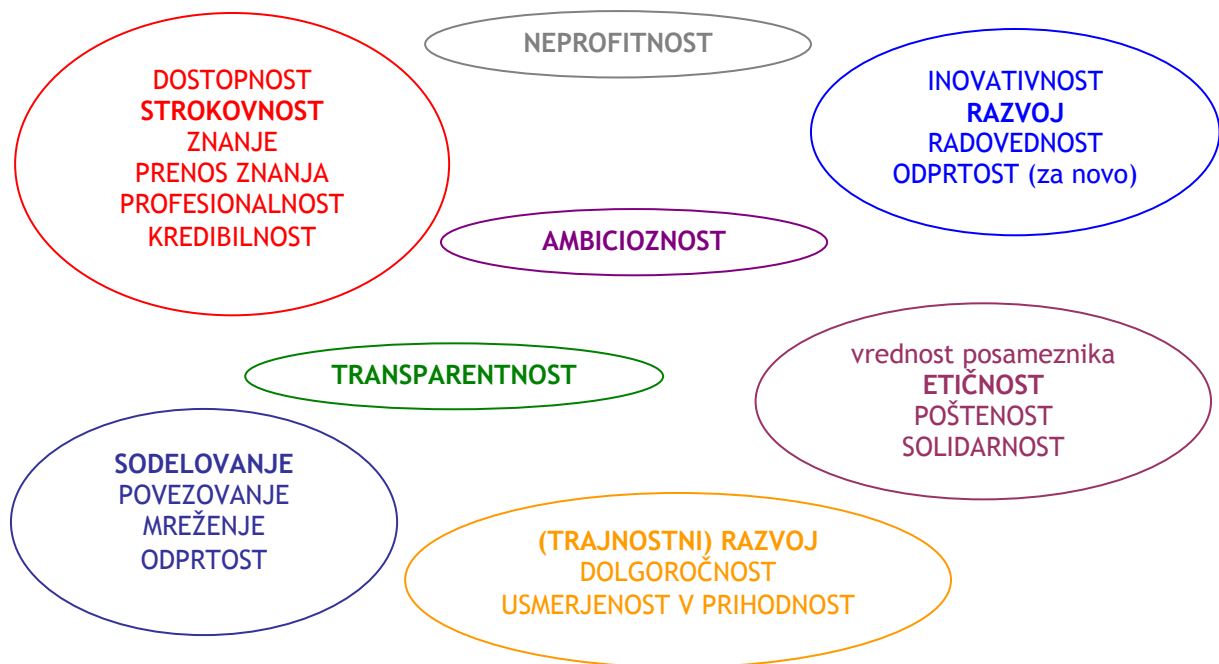
Močne točke

- konferenca
- povezovanje stroke
- fokus
- Primož
- tradicija
- kakovost dogodkov
- študentje
- proračun
- pozitivna energija
- druženje

Zbrani pogledi so priložnosti in izzivi za nadaljnje delo društva, hkrati pa iztočnica za nadaljevanje delavnice.

II. V kaj verjamemo - temeljne vrednote:

- Ureditev in sistematizacija zbranih vrednot



- 5 ključnih vrednot (po vrstnem redu glede na pomembnost):

1. STROKOVNOST
2. POVEZOVANJE
3. RAZVOJ
4. ODPRTOST
5. INOVATIVNOST
5. ETIČNOST

4. RAZNO

Predlagano je bilo, da se zapisnike sestankov upravnega odbora pošilja vsem članom društva. Predlog je bil soglasno sprejet.

Zapisala Tanja Kavran

Podpisnik zapisa:
Primož Hvala