

Prisotni: Tomaž Arh, Uroš Cvetko, Sašo Dimitrievski, Ladeja Godina Košir, Primož Hvala, Maja Makovec Brenčič, Iztok Sila, Boštjan Tadel, Zoran Trojar, Tanja Kavran

Dnevni red:

A. Izvolitev novega predsednika in pogovor o razvoju društva

B. Pregled tekočega dogajanja

- pregled aktivnosti po sekcijah
- Akademija MM - predlog sodelovanja
- sodelovanje s PRSS
- sodelovanje z ZMCS
- konferenca o družbeni odgovornosti - IRDO
- ESOMAR - prevod novega kodeksa, DMS prevzame stroške
- publikacija kontinuiranih tržnih raziskav v Sloveniji
- predstavnik DMS v komisiji za izbor zmagovalcev Marketinške dirke (Marketinški semafor na EPF, DMS je sponzor, 22.4. 12.30 do 13.30 predstavitev finalistov)

Dnevni red je bil soglasno sprejet.

A. Izvolitev novega predsednika in pogovor o razvoju društva

Za **predsednico** društva je bila soglasno izvoljena **Maja Makovec Brenčič**, za neformalnega podpredsednika pa **Uroš Cvetko**. Ker funkcija podpredsednika v statutu ni predvidena, bo potrebno to naknadno urediti na naslednjem občnem zboru ali pa preveriti možne pravne podlage za ta institut. Generalna sekretarka poskrbi pa pravno mnenje.

Do naslednjega sestanka upravnega odbora bosta nova predsednica in podpredsednik pripravila izhodišča za nadaljnji razvoj društva. Za izhodišče bosta vzela zaključke iz zadnjega občnega zбора, pretekle zapisnike občnih zborov in sestankov upravnega odbora ter vizije članov upravnega odbora, ki so jih podali ob kandidaturi. Naslednji sestanek UO bo **6. maja** ob 15.30 do 17.30.

B. Pregled tekočega dogajanja

Narejen je bil pregled tekočega dogajanja po točkah, podanih v gradivu za sestanek.

Slovenska marketinška konferenca

Tiskovna konferenca uspešna, prijave potekajo ... presegli smo število predprijav iz preteklega leta. PR letošnje konference je izredno učinkovit. Novinarska konferenca zelo uspešna, prišlo prek 15 novinarjev. *Janja Božič Marolt, predstavnica ESOMAR-ja v Sloveniji, je predlagala, da bi na 13. SMK naredila kratko predstavitev novega kodeksa. Člani UO se s tem predlogom strinjajo, preveriti je potrebno, ali se še da to umestiti v program.*

Marketinški direktor leta

Prijave prihajajo, nekaj nominirancev se ne želi izpostavljati, zaželeni dodatni predlogi in vzpodbuda predlaganih kandidatov.

Mesečna srečanja

Uspešno nadaljujemo, imajo vedno večji odziv. Letos smo izvedli že tri:

- 12. mesečno srečanje, januar: Pogovor z Mileno Štular
- 13. mesečno srečanje, februar: Kako se sliši vaša znamka s Terensom Štaderjem
- 14. mesečno srečanje, marec: Izzivi sponzorstev

Pripravljamo že aprilsko srečanje v Ljubljani, čez teden dni pa prvo mesečno srečanje v Mariboru.

Akadska sekija

Novi sestanek sekcije bo v času SMK, kjer se bo naredil plan za jesensko srečanje, na katerem bo predvidoma predstavljen kateri od aktualnih doktoratov.

Študentska sekija

- kadrovska okrepljena ekipa
- Študentska marketinška konferenca - Fanfara
- mesečna predavanja
- motivacijski vikend

Sekija raziskovalcev

V okviru Sekcije raziskovalcev bi delo potekalo v dveh smereh: v osnovni sekciji raziskovalcev bi se srečevali raziskovalci iz raziskovalnih agencij, podjetij in vsi zainteresirani, obravnavali bi aktualne probleme, pripravljali predstavitve magisterijev, doktoratov, novih metodologij, obravnavali spremembe v ESOMAR-jevem kodeksu ipd. Poleg tega pa bi obdržali srečanja predstavnikov raziskovalnih podjetij, kjer se obravnavajo kompleksnejši problemi, ki se tičejo celotne raziskovalne industrije. Še vedno aktualen projekt Dvigovanja ugleda tržnih raziskav.

Marketinški fokusi

Uspešno zaključena že dva fokusa v letošnjem letu, 24. aprila že novi.

Akademija MM

Predlog pogodbe, ki so jo pripravili v podjetju Medijski partner, ki izdaja revijo MM. Izhodišče zadnjega sestanka Akadske sekcije glede izdajanja Akademije MM je bilo, da je izhajanje publikacije v interesu sekcije in stroke:

"Potreba in nuja za takšno publikacijo je, materiala za objavo je dovolj, kar pomeni, da je potrebno le določiti odgovornega urednika, ki bo vzpodbudil pisanje in izdajo revije.

1. Kot stroka potrebujemo znanstveno strokovno revijo

2. Društvo je sposobno tudi samo izdati revijo, če se stvari na Delu ne bodo razrešile

Pred dokončno odločitvijo je potrebno pridobiti informacijo o statusu Akademije MM, če v tem letu nimajo interesa za izdajo, naj nas obvestijo, da lahko DMS pristopi h konceptu izdaje takšne revije, nova številka Akademije mora biti izdana najkasneje do jeseni. Na katedre za marketing/trženje pa se pošlje poziv za prevzem urednikovanja." (iz zapisnika sestanka Akademske sekcije, januar 2008)

Potrebno je organizirati sestanek med predsednikom Akademske sekcije, dr. Damijanom Mumlom, urednikom revije MM, Boštjanom Tadmom in predsednico DMS, dr. Majo Makovec Brenčič. Določiti je potrebno pravila, kot je kdo bo dobavljal članke, rotirajoče ali stalno urednikovanje, pravila univerze glede objavljanja in možnosti vpisa v baze. Pripraviti je potrebno poslovni načrt, še posebej zato, ker se v pogodbi predvideva delitev poslovnega rezultata (dobička ali izgube). Člani upravnega odbora predlagajo tudi solastništvo Akademije MM.

Predlogi za sodelovanje z različnimi organizacijami oz. poslovnimi subjekti

- Sodelovanje s PRSS - predlog
- Sodelovanje z ZMCS (Združenje za management consulting) - predlog
- Konferenca o družbeni odgovornosti - IRDO

Za vse nove predloge sodelovanj je potrebno najprej narediti strategijo DMS in pripraviti stališče, zato se zaenkrat ne sklepa nobenih dogovorov.

3. RAZNO

- Člani upravnega odbora imajo zastoj udeležbo na SMK
- Sestaviti je potrebno seznam gostov za 13. SMK

Zapisa: Tanja Kavran, generalna sekretarka DMS

Ljubljana, 10.04.2008