

Warszawa

18 marca 2026

Dokładna lokalizacja już wkrótce!

Komunikacja wewnętrzna

2195 zł netto do 16 stycznia

2495 zł netto do 20 lutego

2795 zł netto do 18 marca



CEL

Współczesne organizacje funkcjonują w rzeczywistości pełnej dynamicznych zmian – technologicznych, społecznych i gospodarczych. W takich warunkach skuteczna komunikacja wewnętrzna przestaje być jedynie operacyjnym wsparciem, a staje się strategicznym filarem firmy. To ona buduje zaangażowanie pracowników, wspiera kulturę organizacyjną, umożliwia sprawne zarządzanie kryzysowe i kształtuje wizerunek organizacji zarówno wewnątrz, jak i na zewnątrz.

Rok 2026 stawia przed Ekspertami Komunikacji Wewnętrznej kolejne wyzwania. Mierzymy się z cyfrowym wykluczeniem pracowników fizycznych, przeciążeniem informacyjnym w zespołach biurowych i koniecznością przemyślanego wdrażania nowych technologii – w tym GenAI. Niezależnie od struktury organizacji – rozproszonej, hybrydowej czy wielkoskalowej – to Ty odpowiadasz za to, by każdy pracownik czuł się włączony i rozumiał kierunek, w jakim zmierza firma.

Zapraszamy do udziału w kolejnej odsłonie konferencji **Komunikacja Wewnętrzna '26**, która odbędzie się **18 marca 2026 r. w Warszawie**. To doskonała okazja do wymiany wiedzy, doświadczeń i inspiracji, opartych wyłącznie na praktycznych wdrożeniach i realnych case studies.

W tym roku oddajemy głos Wam – praktykom! Chcemy nie tylko dzielić się wiedzą, ale też stworzyć przestrzeń do wspólnego wypracowywania rozwiązań i nowych standardów IC. Dlatego oprócz typowych **Case Studies**, jedną z kluczowych części programu są **Stoliki Eksperckie** – kameralne sesje, podczas których omówisz największe wyzwania, poznasz różne perspektywy i współtworzysz strategię na przyszłość.

Wspólnie przyjrzymy się wyzwaniom kształtującym współczesne organizacje i sprawdzonym rozwiązaniom prezentowanym przez praktyków z różnych branż. Dołącz do liderów, którzy tworzą przyszłość komunikacji!

Podczas konferencji:

- **Pokażemy, jak skutecznie dotrzeć do każdego.** Jak komunikować się z pracownikami fizycznymi i operacyjnymi, pokonując cyfrowe wykluczenie i budując poczucie przynależności w zespołach rozproszonych.

- **Odkryjemy strategiczne oblicze AI.** Jak wykorzystywać Generatywną AI nie tylko operacyjnie, lecz także strategicznie – do personalizacji przekazu i planowania pracy działu – z zachowaniem etyki i autentyczności.
- **Wdrożymy model „Less is More”.** Jak zastosować omnichannel i prosty język, aby ograniczyć przeciążenie informacyjne i zapewnić jasność komunikatów.
- **Wzmocnimy Liderów.** Jak aktywować kaskadę menedżerską, angażować Zarząd w strategiczne działania IC i wyposażać liderów w narzędzia do zarządzania zmianą oraz budowania odporności w czasach kryzysów.
- **Innymi słowy** – wyposażymy Cię w gotowe plany działania, dzięki którym stworzysz skuteczną, przejrzystą i włączającą komunikację podczas wprowadzanych zmian.

Komunikacja Wewnętrzna '26 to platforma, która daje Ci:

- **1 dzień** solidnej dawki inspiracji i praktycznej wiedzy.
- **7 prelekcji** opartych na realnych case studies i wdrożeniach.
- **8 stolików eksperckich** – to unikalna przestrzeń do swobodnej wymiany doświadczeń i wspólnego wypracowania nowych standardów.
- **Kilkanaście ekspertek i ekspertów** – praktyków reprezentujących różne branże.
- **Kilkudziesięciu zaangażowanych uczestników** – idealną okazję do wymiany doświadczeń i nawiązywania wartościowych kontaktów.





PROGRAM

Środa, 18 marca

08:15

Rejestracja, poranna kawa

Zapraszamy na kawę, herbatę, przekąski i zachęcamy do nawiązywania nowych relacji biznesowych oraz wymiany doświadczeń z innymi uczestnikami konferencji.

09:00

Rozpoczęcie konferencji „Komunikacja wewnętrzna'26”

 *Magdalena Marczak-Makowska, project manager, Puls Biznesu*

Blok I. Komunikacja z pracownikami produkcyjnymi i w terenie. Efektywne docieranie do pracowników fizycznych (produkcja, logistyka, teren) oraz zarządzanie wyzwaniem cyfrowego wykluczenia.

09:10

Case Study #1. Komunikacja do pracowników rozproszonych

- Strategie i kanały dotarcia do zróżnicowanych zespołów rozproszonych, pracujących z klientem (z dostępem do cyfrowych narzędzi) oraz pracowników operacyjnych/fizycznych (z ograniczonym dostępem cyfrowym).
- Praktyczne metody angażowania obu grup i budowania poczucia przynależności, mimo zróżnicowania ich roli.
- Wykorzystanie różnych form wspierających komunikację poza biurem. Skuteczne przykłady tworzenia kampanii komunikacyjnych celowanych w każdą z grup.

09:45

Case Study #2. Budowanie kultury organizacyjnej i zrozumienia dla decyzji strategicznych wśród pracowników bez dostępu do maila

 *Natalia Kubowicz, Corporate Communications Manager, NSG Group w Polsce*

- Zapewnienie jednakowego dostępu do informacji i poczucia przynależności, budowanie spójnej komunikacji w złożonych strukturach.
- Angażowanie pracowników spoza centrali w budowanie kultury organizacyjnej (i utożsamiania się z nią).
- Dostosowanie języka i formatów do potrzeb/oczekiwań różnych grup odbiorczych.



Blok II. Komunikacja z pracownikami biurowymi. Zarządzanie informacją w środowisku cyfrowym, przeciążenie informacyjne, efektywność narzędzi i strategiczne wykorzystanie AI.

10:20

Case Study #3. Omnichannel, prosty język i walka z przeciążeniem informacyjnym

- Przeciążenie informacyjne i prosty język, jak z powodzeniem ograniczyć natłok komunikatów i zadbać o jasność przekazu
- Jak zintegrować różne kanały, by uniknąć chaosu informacyjnego (skuteczny omnichannel)
- Spójność komunikacji wewnętrznej i zewnętrznej

10:55

Przerwa na kawę

Zapraszamy na chwilę wytchnienia przy kawie, herbach i drobnych przekąskach. To doskonały moment, by kontynuować rozpoczęte rozmowy, poznać nowe osoby i wymienić się doświadczeniami w swobodnej atmosferze.

11:30

FIRESIDE CHAT - Jak budować wspólny język? Komunikacja Międzypokoleniowa pod Lupą

 *Adrianna Borucka, partnerka w agencji komunikacji wewnętrznej, PinPoint/iComms*

 *Wiktoria Nowak, współzałożycielka projektu "GenbOOst", Fundacja OFF school*

12:05

Case Study #4. Wykorzystywanie GenAI w strategii działu komunikacji

- Krytyczna analiza trendów i odpowiedź na pytanie: co czeka komunikację wewnętrzną w najbliższej przyszłości?
- Wykorzystanie AI w komunikacji – jak, po co i z jakim skutkiem?
- AI w personalizacji przekazu i automatyzacji komunikacji – jak wspierać, a nie dehumanizować czy duplikować treści.
- Struktura i organizacja funkcji IC w erze AI. Planowanie zasobów, umiejscowienie komunikacji wewnętrznej w strukturze firmy (HR, Marketing, osobna jednostka) i optymalizacja pracy zespołu.

Blok III. Komunikacja hybrydowa. Wyzwania miękkie, zarządzanie kryzysem i zmianą w skali całej organizacji, rola Zarządu i Liderów.

12:40

Case Study #5. Aktywacja kaskady menedżerskiej i rola lidera komunikacji

 *Emilia Mielus, Zastępca Dyrektora w Departamencie Informacji Ministerstwa Spraw Zagranicznych RP*

- Przekonanie menadżerów o wartości, wyposażenie w wiedzę, monitorowanie rezultatów. Jak przekonać C-level do wsparcia IC.
- Rola liderów jako ambasadorów marki pracodawcy, rozwój kompetencji komunikacyjnych.
- Employee advocacy – pracownicy jako ambasadorzy. Tworzenie programów promujących firmę.



13:15

Przerwa na lunch

Zapraszamy na przerwę lunchową – moment wytchnienia i regeneracji między intensywnymi prelekcjami. To czas, by w spokojnej atmosferze zjeść coś pysznego, porozmawiać z innymi uczestnikami i na chwilę złapać oddech przed kolejną częścią konferencji.

14:15

Rezyliencja w praktyce. Komunikacja wewnętrzna w kryzysach i zmianach

 *Adrianna Borucka, partnerka w agencji komunikacji wewnętrznej, PinPoint/iComms*

- Jasny podział ról w komunikacji podczas zmian.
- Wsparcie liderów w słuchaniu i odpowiadaniu na realne potrzeby zespołów.
- Dostarczanie liderom narzędzi, wiedzy i spójnych przekazów, by mogli być autentycznymi przewodnikami w zmianie.
- Wdrażanie mechanizmów aktywnego słuchania pracowników i procesu odpowiadania na troski i lęki pracowników.

Blok IV. Round Tables

14:45

Wprowadzenie do sesji round tables

15:15

SESJA ROUNDTABLES - możliwość udziału w jednej dyskusji

STOLIK 1. Mierzenie wpływu komunikacji, od danych do biznesowego impactu

- Jak efektywnie mierzyć zaangażowanie, rozumienie i realny wpływ komunikatów na postawy pracowników.
- Jak wykorzystywać dane i badania do doskonalenia strategii i udowodnienia wartości Działu Komunikacji (w tym, jak przełożyć wyniki na język biznesu i pieniędzy).

Moderatorka: Edyta Blachowska, Dyrektor Biura Komunikacji Wewnętrznej Bank Gospodarstwa Krajowego

STOLIK 2. Strategiczna rola IC w erze AI (etyka vs. efektywność)

- Krytyczna analiza wpływu AI na IC i dyskusja o strategicznych, a nie tylko operacyjnych, implikacjach GenAI.
- Omówienie etycznych aspektów użycia sztucznej inteligencji, granic automatyzacji oraz jak efektywnie planować i zarządzać zasobami (organizacja pracy) w obliczu nowych technologii.

STOLIK 3. Budowanie partnerstwa i zaufania



- Praktyczne metody wzmacniania roli menedżerów jako ambasadorów (kaskada) i budowania efektywnych relacji z zarządem.
- Jak przekonać C-level do wsparcia IC/ jak przekonać

Moderatorka: Agnieszka Horbaczewska, Liderka ds. komunikacji, Dział Komunikacji IKEA Retail sp. z o. o.

STOLIK 4. Dialog w czasie zmian: budowanie kultury otwartości i transparentności

- Jak aktywnie włączać pracowników w komunikację dwukierunkową, unikać komunikacji fasadowej i budować autentyczne zaufanie, szczególnie podczas transformacji organizacyjnych.

Moderator: Sebastian Grochala, Manager ds. Komunikacji i Marketingu, Rzecznik Prasowy LS Airport Services

STOLIK 5. Antykrzys - tworzenie planów awaryjnych

- Jak komunikować z empatią w czasach niestabilności, wspierać pracowników i proaktywnie przygotować organizację na kryzysy zewnętrzne i wewnętrzne.
- Rozwijanie kompetencji krytycznego myślenia i odporności na stres.

Moderatorka: Beata Łaszyn, prezeska Alert Media Communications

■ STOLIK 6. Nieszablonowa aktywizacja - jak mechanizmy gier rewolucjonizują komunikację wewnętrzną

- Jak przełożyć cele biznesowe (np. wdrożenie wartości, komunikacja zmian) na angażujące wyzwania, misje i zasady gry (gamifikacja), które realnie wspierają kulturę organizacyjną i wzmacniają kluczowe komunikaty.
- Praktyczne metody wykorzystania dynamiki gier (punkty, rankingi, nagrody) do przeciwdziałania bierności oraz budowania partycypacji, aby pracownicy aktywnie chcieli współtworzyć treści i komentować, a nie tylko biernie konsumować informacje.

Moderator: Przedstawiciel Pracowni Gier Szkoleniowych

15:55

Podsumowanie sesji round tables

16:45

Zakończenie konferencji "Komunikacja wewnętrzna '26"





PRELEGENCI



Edyta Blachowska

Dyrektor Biura Komunikacji Wewnętrznej Bank Gospodarstwa Krajowego



Adrianna Borucka

partnerka w agencji komunikacji wewnętrznej PinPoint/iComms

Ekspert w zakresie strategicznego doradztwa komunikacyjnego. Posiada ponad 15-letnie doświadczenie w obszarze komunikacji korporacyjnej, w tym w zakresie komunikacji wewnętrznej – wdrażanie strategii komunikacji wewnętrznej, audyty komunikacji wewnętrznej, wdrażanie nowych kanałów i działań w obszarze digital workplace, komunikacja kryzysowa, zarządzanie zmianą. Doradza i wspiera kadrę zarządzającą w obszarze komunikacji wewnętrznej, w tym także prowadzi programy mentoringowe z obszaru komunikacji dla menedżerów. Wdraża Standardy Komunikacji Liderskiej w firmach i organizacjach, szkoli zespoły komunikacji, menadżerów i zapewnia rozwój kompetencji komunikacyjnych liderów. Swoje doświadczenie zdobyła pracując w Kompanii Piwowarskiej (10 lat), Zeelandii oraz Infrastucture (2 lata jako doradca kadry zarządzającej ds. komunikacji wewnętrznej). Jako niezależny konsultant pracowała z zespołami m.in. ABB, Capgemini, 10 Clouds, Amica, Roche czy SOS Wioski Dziecięce. W ramach szkoleń otwartych przeszkoliła ponad 200 praktyków komunikacji wewnętrznej. Jako certyfikowany trener biznesu oraz fasilitator według metodologii Iceberg, w ramach sesji fasilitacyjnych pomaga zespołom w wypracowywaniu strategii i rozwiązań oraz szkoli z zakresu prowadzenia efektywnych spotkań wewnętrznych. Jest również jednym z dwóch w Polsce certyfikowanych trenerów Neurocolors. Od lat pasjonuje się wykorzystywaniem nowych mediów, AI i wdrażaniem nowatorskich rozwiązań w obszarze komunikacji wewnętrznej.





Pracownia Gier Szkoleniowych



Sebastian Grochala

Manager ds. Komunikacji i Marketingu, Rzecznik Prasowy LS Airport Services; Polskie Stowarzyszenie Public Relations

Z branżą komunikacji, PR oraz marketingu związany od ponad dekady. Praktyk szeroko rozumianych komunikacji, PR oraz marketingu w dużych firmach, organizacjach pozarządowych i instytucjach samorządowych. Chętnie i regularnie dzieli się swoją wiedzą i doświadczeniami ze studentami oraz pracownikami Działów Marketingu i Komunikacji na różnego rodzaju konferencjach, warsztatach i spotkaniach. Mentor, trener i konsultant. W latach 2010 - 2018 pełnił funkcję rzecznika prasowego i kierownika zespołu ds. komunikacji wewnętrznej i zewnętrznej w Miejskim Przedsiębiorstwie Komunikacyjnym w Łodzi. Od 2018 roku odpowiadał za marketing oraz komunikację wewnętrzną i zewnętrzną największego pracodawcy polskiej branży lotniczej - Spółek LS Airport Services S.A. oraz LS Technics Sp. z o.o. zajmujących się obsługą naziemną i techniczną statków powietrznych. W latach 2020 - 2023 r. pełnił funkcję Dyrektora ds. Marketingu i Komunikacji Polskiej Grupy Farmaceutycznej. Następnie, jako Manager ds. Marketingu i Komunikacji oraz Rzecznik Prasowy w Klinikach Neuroradiochirurgii, odpowiadał za całość działań Public Relations, komunikację wewnętrzną, zewnętrzną, wszelkie działania marketingowe Spółki oraz Placówek zarządzanych przez Kliniki Neuroradiochirurgii - Radomskiego Centrum Onkologii, Centrum Gamma Knife w Warszawie, Szpitala Specjalistycznego w Brzezinach oraz Radomskiego Centrum Rodziny. W roku 2025 roku odpowiadał za marketing, komunikację oraz PR Kulczyk Foundation oraz wrócił do LS Airport Services, aby ponownie objąć funkcję Managera ds. Komunikacji i Marketingu oraz Rzecznika Prasowego Spółki. Laureat Konkursu Dyrektor Marketingu roku 2020/2021 w kategoriach: Best COVID Marketing Response oraz dla najlepszego zespołu marketingu. Wykładowca na kierunkach "Dziennikarstwo i komunikacja" w Akademii Humanistyczno-Ekonomicznej w Łodzi. Członek Polskiego Stowarzyszenia Public Relations. Absolwent Filologii Polskiej na Uniwersytecie Łódzkim oraz studiów "PR i Strategiczne Komunikowanie w Firmach" na SGH w Warszawie.





Agnieszka Horbaczewska

Liderka ds. komunikacji, Dział Komunikacji IKEA Retail sp. z o. o.

Od lipca 2022 r. pełni funkcję Liderki ds. Komunikacji Wewnętrznej w IKEA Retail Polska. Z firmą związana od ponad dziewięciu lat – rozpoczęła karierę jako Commercial Activity Leader w sklepie w Jankach, a następnie kontynuowała ją jako Specjalistka ds. Marketingu w Service Office. Wcześniej zdobywała doświadczenie w działach marketingu i PR w różnych organizacjach. Absolwentka Szkoły Głównej Handlowej oraz Wydziału Politologii Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej. Prywatnie pasjonatka podróży, jogi i kuchni włoskiej.



Natalia Kubowicz

Corporate Communications Manager NSG Group w Polsce

Absolwentka Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie. Od przeszło 7 lat na stanowisku kierowniczk ds. komunikacji korporacyjnej w NSG Group w Polsce, jednego z największych światowych producentów szkła dla branży motoryzacyjnej i architektonicznej. Odpowiedzialna za kreowanie komunikacji wewnętrznej, opracowywanie i audytowanie polityk komunikacyjnych, działania związane z budowaniem wizerunku firmy oraz realizowanie inicjatyw z zakresu społecznej odpowiedzialności biznesu i obszaru DEI.



Beata Łaszyn

prezeska Alert Media Communications; Stowarzyszenie Agencji Public Relations

W agencji zarządza komunikacją on-line i off-line w trudnych, kryzysogennych branżach. Przeprowadza audyty kryzysowe z analizą ryzyka i rekomendacjami dot. systemów antykryzysowych. Prowadzi także bezpośrednie zarządzanie problematycznymi relacjami on-line z użytkownikami profili marek, firm i osób. Posiada wieloletnie doświadczenie w komunikacji związanej z problematyką finansowo-gospodarczą. Podczas pracy w Urzędzie Kontroli Skarbowej w Warszawie (wicedyrektor) jak i Ministerstwie Finansów (Zastępca Dyrektora Departamentu Kontroli Skarbowej) oprócz działań merytorycznych nadzorowała komunikację Kontroli Skarbowej i opracowywała zagadnienia strategii w tym zakresie. Absolwentka Wydziału Prawa i Administracji Uniwersytetu Warszawskiego.





Magdalena Marczak-Makowska

project manager Puls Biznesu



Emilia Mielus

Zastępca Dyrektora w Departamencie Informacji Ministerstwa Spraw Zagranicznych RP

Zastępca Dyrektora w Departamencie Informacji Ministerstwa Spraw Zagranicznych RP, od 2024 r. kierująca wspomnianym Departamentem. Naukowo i zawodowo związana z komunikacją. Swoje zainteresowania skupia wokół polityki zagranicznej, z naciskiem na komunikację kryzysową i dyplomację publiczną i kulturalną, ze szczególnym uwzględnieniem soft i smart power. Posiada bogate doświadczenie we współpracy z sektorem rządowym, naukowym i mediami. Od 2018 roku urzędnik państwowy w resorcie spraw zagranicznych gdzie m.in. koordynowała i realizowała rządowe projekty strategiczne. Członkini Polskiego Towarzystwa Komunikacji Społecznej.



Wiktoria Nowak

współzałożycielka projektu "GenbOOst" Fundacja OFF school

GenbOOst w Fundacji OFF school edukuje firmy z zakresie tematyki międzypokoleniowej. Studentka II stopnia Organizowania Rynku Pracy na Uniwersytecie Warszawskim. Współtworzyła jedną z największych akcji profrekwencyjnych w Polsce w październiku 2023, "Dziewczyny na Wybory". Obecnie akcja przekształciła się w stowarzyszenie, które aktywnie promuje partycypację młodych kobiet w polityce, niezależnie od poglądów. Zasiadała dwie kadencje w Parlamencie Uniwersytetu Warszawskiego oraz była Senatorką Studencką w Senacie Uniwersytetu Warszawskiego. Zasiada w Radzie Dydaktycznej na Wydziale Nauk Politycznych i Studiów Międzynarodowych. Jest finalistką programu "Jestem Liderką", który co roku wybiera 21 wybitnie zaangażowanych młodych kobiet z całej Polski. Speakerka na ogólnokrajowych konferencjach takich jak Open Eyes Economy Summit, Igrzyskach Wolności, czy Konferencji Solidarnie.PL, czy Impact.





KONTAKT



MIEJSCE

Opiekun merytoryczny

Współpraca

**Dokładna lokalizacja
już wkrótce!**



Warszawa

Magdalena Marczak

Project Manager

 695 370 210

 m.marczak@pb.pl

Katarzyna Dzedzic

Marketing Manager

 600 013 343

 k.dzedzic@pb.pl



22 333 97 77



konferencje@pb.pl

(90332)

Cena

Komunikacja wewnętrzna'26

18 marca 2026, Warszawa

2195 zł netto od 2025-11-21 do 2026-01-16

2495 zł netto od 2026-01-17 do 2026-02-20

2795 zł netto od 2026-02-21 do 2026-03-18

Kod promocyjny

Osoba zgłaszająca

Imię

Nazwisko

Stanowisko

Dział

pole opcjonalne

E-mail

Telefon

Dane do faktury

☐ firma

☐ osoba fizyczna

Państwo

NIP

Nazwa/Imię i nazwisko

Miejscowość

Ulica i numer

Kod pocztowy

☐

Potwierdzam, że zapoznałam/em się z https://apps.bonnier.pl/regulaminy/pdf/Regulamin_uczestnictwa_w_konferencjach_ver._25.04..pdf i akceptuję jego treść.

☐

Chcę wiedzieć pierwszy i otrzymywać Newsletter Konferencje "PB" od wydawcy „Pulsu Biznesu” (Bonnier Business Polska) na zasadach określonych w „Regulaminie serwisów internetowych Bonnier Business Polska”.

☐

Chcę być na bieżąco! Zgadzam się na otrzymywanie od wydawcy „Pulsu Biznesu” (Bonnier Business Polska) e-maili z informacjami o promocjach i ciekawych ofertach jego produktów i usług.

☐

Chcę wiedzieć więcej! Zgadzam się, by dzwonił do mnie przedstawiciel wydawcy „Pulsu Biznesu” (Bonnier Business Polska) i informował mnie o promocjach i ciekawych ofertach jego produktów i usług.

Administratorem danych osobowych jest Bonnier Business (Polska) sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie. Dane są przetwarzane w celu organizacji konferencji oraz w celach marketingowych na podstawie odrębnie udzielonych zgód, które mogą zostać odwołane w każdej chwili. Więcej informacji na temat przetwarzania danych osobowych znajduje się w Klauzuli Informacyjnej RODO https://apps.bonnier.pl/regulaminy/pdf/RODO_klauzula_informacyjna_konferencje.pdf

Pieczętka i podpis



22 333 97 77



konferencje@pb.pl

(90332)

Formularz rejestracji: Komunikacja wewnętrzna'26

Podaj e-maile i telefony osób, które będą uczestniczyć w konferencji. Zgłoszone przez Ciebie osoby otrzymają od nas e-mail z prośbą o potwierdzenie swoich danych, akceptację regulaminu oraz wyrażenie stosownych zgód. Potwierdzenie danych przez te osoby oraz akceptacja regulaminu są niezbędne do wzięcia udziału w konferencji.

Podane dane kontaktowe będą nam służyć także do przekazania informacji o ewentualnych zmianach czy przesłania materiałów szkoleniowych z wydarzenia.

1. Dane uczestnika

Imię

Nazwisko

Stanowisko

Dział

pole opcjonalne

E-mail

Telefon

2. Dane uczestnika

Imię

Nazwisko

Stanowisko

Dział

pole opcjonalne

E-mail

Telefon



Regulamin uczestnictwa w konferencjach, warsztatach, szkoleniach płatnych organizowanych przez Bonnier Business Polska Sp. z o.o.

1. Organizatorem warsztatów/konferencji/szkoleń płatnych („Wydarzenia”) jest Bonnier Business (Polska) Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie, ul. Kijowska 1, wpisana do Rejestru Przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego przez Sąd Rejonowy dla M. St. Warszawy w Warszawie, XIII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego pod numerem KRS 0000024847, NIP: 113-01-55-210, wysokość kapitału zakładowego: 2 000 000,00 PLN („Organizator”).
2. Wynagrodzenie należne Organizatorowi za udział jednej osoby w Wydarzeniu („Cena”) określane są każdorazowo na dedykowanej stronie Wydarzenia („Strona Wydarzenia”) w informacjach ogólnych dotyczących Wydarzenia lub innej sekcji wg wyboru Organizatora. Cena obejmuje prelekcje, materiały szkoleniowe, a w przypadku konferencji stacjonarnych także przerwy kawowe, lunch. Wszelkie inne koszty niewskazane przez Organizatora (np. koszty przejazdu, zakwaterowania) uczestnik Wydarzenia pokrywa we własnym zakresie. W przypadku Wydarzeń organizowanych z wykorzystaniem środków komunikacji elektronicznej cena obejmuje wyłącznie prelekcje oraz materiały szkoleniowe. Płatności należy dokonywać na rachunek bankowy Organizatora wskazany każdorazowo na Stronie Wydarzenia z uwzględnieniem informacji wskazanych przez Organizatora na fakturze pro forma lub na fakturze VAT.
3. Wypełnienie elektronicznego formularza zgłoszeniowego udostępnionego przez Organizatora i zamieszczonego na stronie internetowej Wydarzenia (tj. www.konferencje.pb.pl lub innej wskazanej przez Organizatora) („Zgłoszenie”), a następnie zatwierdzenie Zgłoszenia poprzez aktywowanie dedykowanego przycisku „Zarejestruj z obowiązkiem zapłaty” lub pobranie, wypełnienie i odesłanie podpisanego przez osoby uprawnione (w formie papierowej lub skanem na adres e-mail Organizatora) formularza w formacie .pdf zamieszczonego na stronie internetowej Wydarzenia, jest równoznaczne z zawarciem z Organizatorem przez podmiot wskazany w Zgłoszeniu jako podmiot zgłaszający umowę, której przedmiotem jest umożliwienie osobom wskazanym w Zgłoszeniu uczestnictwa w Wydarzeniu. Na podstawie Zgłoszenia Organizator wystawia i przesyła na adres poczty elektronicznej wskazany w Zgłoszeniu fakturę pro forma płatną w terminie siedmiu (7) dni od daty Zgłoszenia.
4. Biorąc pod uwagę fakt, że Zgłoszenie dokonywane może być przez osobę fizyczną działającą w imieniu i na rzecz innych osób, osoba zgłaszająca zobowiązana jest w trakcie dokonywania Zgłoszenia do potwierdzenia stosownego upoważnienia. W przeciwnym wypadku Organizator zastrzega sobie prawo odmowy przyjęcia Zgłoszenia.
5. Osoba dokonująca Zgłoszenia ponosi odpowiedzialność za oświadczenia składane w trakcie realizacji procedury Zgłoszenia. Szczegółowe warunki Zgłoszenia, sposób postępowania w trakcie i po dokonaniu Zgłoszenia oraz zakres wymaganych oświadczeń osoby zgłaszającej oraz osób zgłaszanych Organizator określa w interaktywnym formularzu Zgłoszenia zamieszczonym na Stronie Wydarzenia.
6. W przypadku, o którym mowa w Pkt 5 Regulaminu, Organizator dopuszcza możliwość wskazania osób, które wezmą udział w Wydarzeniu na podstawie Zgłoszenia w terminie późniejszym niż jego zatwierdzenie zgodnie z pkt 3 Regulaminu, jednakże nie później niż na dwadzieścia jeden (21) dni kalendarzowych przed rozpoczęciem Wydarzenia. Niniejsze postanowienie nie ma zastosowania w przypadku dokonania Zgłoszenia w terminie późniejszym niż na dwadzieścia jeden (21) dni kalendarzowych przed rozpoczęciem Wydarzenia.
7. O rezygnacji z udziału w Wydarzeniu należy poinformować Organizatora przysyłając taką informację na adres poczty elektronicznej Organizatora: konferencje@pb.pl.
8. W przypadku rezygnacji z uczestnictwa w Wydarzeniu nie później niż dwadzieścia jeden (21) dni kalendarzowych przed rozpoczęciem Wydarzenia, podmiot zgłaszający zostanie obciążony opłatą w wysokości stanowiącej równowartość 30% Ceny. Niniejsze postanowienie nie ma zastosowania w przypadku dokonania Zgłoszenia w terminie późniejszym niż na dwadzieścia jeden (21) dni kalendarzowych przed rozpoczęciem Wydarzenia.
9. W przypadku rezygnacji z uczestnictwa w Wydarzeniu w terminie krótszym niż dwadzieścia jeden (21) dni kalendarzowych przed rozpoczęciem Wydarzenia, podmiot zgłaszający zostanie obciążony pełną Ceną.
10. Nieodwołanie Zgłoszenia lub niewzięcie udziału w Wydarzeniu nie zwalnia podmiotu zgłaszającego z obowiązku zapłaty Ceny.
11. Niewskazanie osób, które wezmą udział w Wydarzeniu stosownie do pkt 6 Regulaminu jest równoznaczne z rezygnacją z uczestnictwa w Wydarzeniu. Pkt 8 i 9 Regulaminu stosuje się w takim przypadku odpowiednio.
12. Niedokonanie wpłaty kosztów uczestnictwa w Wydarzeniu w terminie wskazanym w pkt 3 Regulaminu nie jest jednoznaczne z rezygnacją z uczestnictwa w Wydarzeniu. Niedokonanie wpłaty kosztów uczestnictwa w Wydarzeniu nie wyłącza prawa do stosowania przez Organizatora uprawnień z pkt 9 i 10 Regulaminu.
13. Organizator dopuszcza by zamiast osoby wskazanej w Zgłoszeniu, w Wydarzeniu wzięła udział inna osoba wskazana przez podmiot zgłaszający. O zmianie, podmiot zgłaszający informuje Organizatora przysyłając stosowną informację na adres poczty elektronicznej Organizatora: konferencje@pb.pl nie później niż w dniu poprzedzającym dzień rozpoczęcia Wydarzenia.
14. Organizator zastrzega sobie prawo do zmian programu Wydarzenia, w szczególności polegającej na zmianie godziny danego wystąpienia, zmianie osoby prowadzącej lub zmiany lokalizacji Wydarzenia, jak również do odwołania Wydarzenia.
15. W przypadku odwołania Wydarzenia uiszczona Cena lub jej część zostaną zwrócone lub – za zgodą podmiotu zgłaszającego–przeznaczone na pokrycie kosztów uczestnictwa winnym Wydarzeniu.
16. Organizator zastrzega sobie prawo do zmiany terminu Wydarzenia. W przypadku braku akceptacji nowej daty Wydarzenia, podmiotowi zgłaszającemu, który opłacił Cenę, Organizator zwraca Cenę w pełnej wysokości.
17. Wszelkie materiały przekazane uczestnikowi w związku z Wydarzeniem („Materiały”) stanowią własność Organizatora (lub podmiotów współpracujących z Organizatorem) i w związku z tym przeznaczone są wyłącznie do użytku osobistego uczestnika Wydarzenia.
18. Zabronione jest zwielokrotnianie Materiałów, wprowadzanie ich do obrotu, rozpowszechnianie w jakikolwiek sposób, użyczanie, wyświetlanie, publiczne udostępnianie Materiałów w taki sposób, aby każdy mógł mieć do nich dostęp w miejscu i w czasie przez siebie wybranym oraz jakiegokolwiek inne wykorzystanie sprzeczne z celem lub zakresem wskazanym w ust. 17 Regulaminu.
19. Zgłaszający zobowiązany jest poinformować uczestnika zgłaszanego do wzięcia udziału w Wydarzeniu, że Organizator może utrwać przebieg Wydarzenia -w celu informacyjnym -za pomocą urządzeń rejestrujących dźwięk lub obraz. Brak zgody uczestnika zgłaszanego do wzięcia udziału w Wydarzeniu na powyższe czynności wyklucza możliwość wzięcia udziału w Wydarzeniu. Organizator może zamieścić utwalone nagranie w wybranym przez siebie medium z uwzględnieniem obowiązujących w tym zakresie przepisów prawa dotyczących ochrony dóbr osobistych, w tym danych osobowych.
20. Dokonanie Zgłoszenia jest równoznaczne z udzieleniem Organizatorowi upoważnienia do wystawienia faktury VAT bez podpisu przez osobę zgłaszającą lub podmiot w imieniu którego osoba zgłaszająca działa.
21. Organizator udziela osobie dokonującej Zgłoszenia oraz uczestnikowi Wydarzenia rabatu w wysokości co najmniej 5% na rejestrację na organizowane, w ciągu roku od daty Wydarzenia, jego kolejne edycje lub konferencje, warsztaty, szkolenia płatne związane tematycznie z Wydarzeniem. Celem skorzystania z rabatu uprawniony wprowadza przekazany przez Organizatora kod rabatowy podczas rejestracji. Rabat naliczy się automatycznie. Kod rabatowy będzie przysyłany przez Organizatora – na adres e-mail osoby dokonującej Zgłoszenia oraz uczestnika Wydarzenia podany w formularzu rejestracyjnym na Wydarzenie – w zaproszeniu na kolejną edycję Wydarzenia lub konferencję, warsztat, szkolenie płatne związane tematycznie z Wydarzeniem. Kod rabatowy jest aktywny do upływu wskazanego terminu rejestracji na kolejną edycję Wydarzenia lub konferencję, warsztat, szkolenie płatne związane tematycznie z Wydarzeniem. Rabat dotyczy każdego uczestnika zgłaszanego przez osobę uprawnioną do rabatu. Rabat łączy się z innymi rabatami, chyba że Organizator postanowi inaczej, o czym uprawniony zostanie poinformowany w zaproszeniu.



22. Jeśli osoba dokonująca rejestracji wyraża bądź utrzymuje wyrażone uprzednio zgody marketingowe na kontakt e-mailowy oraz telefoniczny otrzymuje 5% stałego rabatu na dokonywane przez siebie rejestracje na płatne Wydarzenia organizowane przez Organizatora i ogłaszane (oferowane) poprzez dedykowany Wydarzeniom serwis internetowy działający pod adresem: www.konferencje.pb.pl (do momentu wycofania zgód lub jednej ze zgód). Rabat ten łączy się z innymi. Weryfikacja następuje w czasie rzeczywistym na podstawie podanego w Zgłoszeniu adresu e-mail osoby zgłaszającej. Rabat naliczany jest automatycznie. Prawo do rabatu przysługuje wyłącznie osobie dokonującej rejestracji (dokonującej Zgłoszenia) i dotyczy danego Zgłoszenia bez względu na liczbę uczestników rejestrowanych przez osobę dokonującą rejestracji i uprawnioną do otrzymania rabatu.
23. Uczestnictwo w Wydarzeniu odbywającym się z wykorzystaniem środków komunikacji elektronicznej wymaga dysponowania przez uczestnika Wydarzenia systemem teleinformatycznym spełniającym następujące minimalne wymagania techniczne:
 1. dostęp do Internetu,
 2. urządzenie końcowe,
 3. zastosowanie w niektórych przypadkach oprogramowania umożliwiającego odczytywanie plików w różnych formatach (m.in. graficznych, dźwiękowych, multimedialnych, tekstowych, video itp.).
24. O ile jest to niezbędne ze względu na charakter Wydarzenia odbywającego się z wykorzystaniem środków komunikacji elektronicznej, Organizator w procesie Zgłoszenia przekazuje informację o ewentualnych dodatkowych wymaganiach technicznych niezbędnych do wzięcia udziału w Wydarzeniu
25. Organizator Wydarzenia odbywającego się z wykorzystaniem środków komunikacji elektronicznej nie ponosi odpowiedzialności za:
 1. problemy telekomunikacyjne wywołane działaniami lub zaniechaniami osób trzecich,
 2. niedziałanie albo wadliwe działanie wykorzystywanego przez uczestnika Wydarzenia oprogramowania firm trzecich, w tym działanie wirusów komputerowych,
 3. niewłaściwą konfigurację sprzętu wykorzystywanego przez uczestnika Wydarzenia w celu wzięcia udziału w Wydarzeniu,
 4. wady sprzętu komputerowego uczestnika Wydarzenia,
 5. brak lub przerwy w dostępie do Internetu po stronie uczestnika Wydarzenia,
 6. nieprawidłową obsługę aplikacji przez uczestnika Wydarzenia,<.li>
 7. innymi okoliczności uniemożliwiające lub utrudniające uczestnictwo w Wydarzeniu niespowodowane działaniami lub zaniechaniami Organizatora.
26. W przypadku Wydarzeń stacjonarnych, w sytuacji wprowadzenia, aktami władzy państwowej lub lokalnej na terenie kraju lub jego części, ograniczeń, a także wytycznych właściwych służb, instytucji oraz innych podmiotów realizujących ustawowe obowiązki, które wpływałyby na sposób organizacji Wydarzenia, Organizator zastrzega możliwość wprowadzenia dodatkowych wymagań dla uczestników Wydarzenia celem zapewnienia ochrony ich zdrowia i bezpieczeństwa. Organizator powiadomi uczestników Wydarzenia, na adres e-mail podany w zgłoszeniu rejestracyjnym, o dodatkowych wymogach uczestnictwa oraz konieczności potwierdzenia ich akceptacji w terminie wskazanym w przesłanej wiadomości. Organizator zastrzega sobie prawo odmowy dopuszczenia do uczestnictwa w Wydarzeniu osób, które nie wyrażą zgody na przestrzeganie wymogów, o których mowa w zdaniu poprzednim.
27. Osoba dokonująca Zgłoszenia podejmując czynności w celu dokonania Zgłoszenia potwierdza, że dane zgłaszanego uczestnika są prawdziwe, a osoba zgłaszana do wzięcia udziału w Wydarzeniu wyraziła zgodę na dokonanie Zgłoszenia z uwzględnieniem jej danych osobowych. Po dokonaniu zgłoszenia osoba, której dane w nim wskazano, zostanie poinformowana o tym kto dokonał Zgłoszenia oraz jakie dane zostały wskazane z prośbą o ich potwierdzenie.
28. Niniejszy regulamin obowiązuje od chwili jego opublikowania na Stronie Wydarzenia. Organizator zastrzega sobie prawo do jego zmiany, z zastrzeżeniem że dokonane zmiany obowiązują od chwili ich przekazania do publicznej wiadomości.

