

Warszawa

26 - 27 października 2022

Crowne Plaza Warsaw - The HUB

# 18. Kongres PR i Komunikacji

2595 zł netto do 27 października



Przed nami **18. edycja Kongresu Public Relations i Komunikacji**, jednej z najważniejszych konferencji dla branży PR w Polsce.

**26-27 października** zapraszamy do Warszawy po ogromną dawkę wiedzy i inspiracji!

Szybko zmieniające się otoczenie, nowy krajobraz biznesowy, sprawiają, że przed PR-owcami stają coraz trudniejsze wyzwania. Błyskawiczne reagowanie na zmiany, dostrzeganie szans, neutralizowanie zagrożeń - to kluczowe umiejętności, które dzisiaj musi rozwijać każdy ekspert od komunikacji. Właśnie dlatego nie może Cię zabraknąć na naszym kongresie! Będziemy mówić o tym, co najważniejsze dla działów PR i komunikacji w 2022 roku, dyskutować, tworzyć nowe idee, wymieniać się doświadczeniami i pomysłami!

**#Dwa** dni solidnej dawki inspiracji i rzetelnej wiedzy

**#Kilkanaście** prelekcji w formie praktycznych case studies

**#Kilkunastu** znakomitych ekspertów - praktyków z różnych branż

**#Kilka** paneli dyskusyjnych - okazja do interakcji prelegentów z uczestnikami

**#Setka** zaangażowanych uczestników - okazja do wymiany doświadczeń i nawiązania wartościowych kontaktów

### OPINIE UCZESTNIKÓW POPRZEDNIEJ EDYCJI



Bardzo ciekawe i różnorodne tematycznie spotkanie (twarzą w twarz). Ciekawe osobowości, ciekawe informacje. To było inspirujące, ale pozwoliło ugruntować wiedzę.

Pełno rzetelnej wiedzy i wypowiedzi profesjonalistów. Po szkoleniu mam głowę pełną inspiracji!



Fajne, wartościowe, rozwijające, inspirujące. Dziękuję!

Szkolenie z zakresu PR i komunikacji zostało przygotowane profesjonalnie. Wartością dodaną byli prelegenci, tematy wykładów i miejsce konferencji. Krótkie 45 minutowe wykłady o ciekawej tematyce. Miejsce na dyskusję i zadawanie pytań oraz networking podczas przerw. Wszystko to oceniam bardzo dobrze i z pewnością będę polecać konferencje Pulsu Biznesu.



Znakomita organizacja, ciekawe tematy, doskonała okazja do networkingu.

Bardzo merytoryczne, konkretne szkolenie + możliwość realnego networkingu. Na plus!



To idealne miejsce na przegląd aktualnych trendów i dobrych praktyk z zakresu PR i komunikacji! Gratuluję!





## PROGRAM

### Środa, 26 października

08:00

**Rejestracja uczestników, poranna kawa**

---

08:55


**Uroczyste otwarcie Kongresu, przywitanie uczestników**


 *Magdalena Sokulska, Project Manager, Puls Biznesu*

---


09:00

**PANEL DYSKUSYJNY – Komunikacja firm i marek w kontekście wojny**

 *Moderator: dr Mariusz Sokołowski, Partner, Prostrategic Communication*

 *Dominika Żelazek, Wiceprezes Zarządu ds. Finansowych, Nadzoru Korporacyjnego i Komunikacji, Arriva Polska Sp. z o.o.*

 *Justyna Szafraniec, Head of Communication, Generali Polska*

 *Stefan Augustyn, Dyrektor Marketingu i Komunikacji, Legnicka Specjalna Strefa Ekonomiczna*

 *Patrycja Kamińska, PR Manager, Netto Polska*

- Aktualna sytuacja na świecie impulsem do sformułowania na nowo celów i wizji komunikacyjnej Twojej marki
  - Reakcja firm i marek na sytuację wojny
  - Działania, jakie firmy podjęły w odpowiedzi na wojnę w Ukrainie
  - Skuteczna strategia komunikacyjna w czasie wojny
- 

10:00

**O komunikacji opartej na autentyczności pod skrzydłami marki ANIA KRUK. Angażowanie społeczności w kampaniach społecznych marki**

 *Martyna Olszak-Bachora, Head of Creative Department and PR, Ania Kruk Sp. z o. o.*

ANIA KRUK to młoda, nowoczesna marka biżuterii. Łączymy 180 lat tradycji rodzinnego biznesu ze świeżością i energią młodej generacji. Bliżej nam do słowa "moda" niż "jubiler". Definiuje nas lekkość, prostota i niewymuszona elegancja. Tak to brzmi oficjalnie, no cóż, naszym zdaniem naprawdę dobrze. Ale jeszcze lepsze jest to, że od wielu lat stawiamy na różnorodność i lubimy ją w każdym obszarze. Nasze kampanie to przede wszystkim ludzie – osobowości, które angażujemy. To nie modele zatrudnieni do odgrywania ról, tylko autentyczne osoby, które od lat wspierają markę i noszą jej produkty. Jesteśmy autentyczni i szczerzy, chcemy być blisko naszych obserwatorów, wspierać ich i tworzyć oryginalną i kolorową społeczność, w której każdy znajdzie miejsce dla siebie. Nasze wartości - prawo do różnorodności, szacunek, równość, wyjątkowość i miłość pokazują, jak ważne jest bycie w harmonii ze sobą i wymykanie się schematom.



# 18. Kongres Public Relations i Komunikacji

Każdym działaniem podkreślamy różnorodność naszych obserwatorów i klientów, bo chcemy, by świat był otwarty, zmienny i ciekawy, tak jak my – ludzie, którzy go tworzą.

10:40

## Przerwa na kawę oraz networking

Zapraszamy na kawę, herbatę, przekąski i zachęcamy do nawiązywania nowych relacji biznesowych oraz wymiany doświadczeń z prelegentami i uczestnikami Kongresu!

11:00

## PANEL DYSKUSYJNY - Komunikacja działań korporacyjnych z uwzględnieniem działań ESG



*Moderator: Dominika Lenkowska-Piechocka, Ekspertka komunikacji CSR, ekoaktywistka, twórczyni, Who Will Save The Planet*



*Anna Wiśniewska, Marketing and Communications Director, Skanska Commercial Development Europe*



*Daria Sulgostowska, Head of Corporate Comms & ESG, G2A*



*Iwona Ryniewicz, Dyrektor, Departament Komunikacji i Strategii Marketingowej, mBank S.A.*



*Agnieszka Sobucka, Menedżer ds. Komunikacji i PR, Rzecznik Prasowy, Emitel S.A.*

- Jak budować komunikację ESG, aby przyciągnąć nowych inwestorów i klientów?
- Jak zaplanować kampanię, która pokaże autentyczne zaangażowanie firmy?
- Jak przebić się do mediów z pozytywnym komunikatem?

11:45

## Zainspiruj się najciekawszymi kampaniami PR 2022



*Sebastian Stępak, CEO, MSL*

Sesja inspiracji, podczas której przedstawione zostaną nagrodzone kampanie PR-owe z tegorocznych edycji polskich i światowych festiwali

12:30

## PR tradycyjny w obszarze B2B



*Mateusz Piotrowski, Dyrektor Komunikacji i Relacji Zewnętrznych, Lafarge Poland*

- Czy w świecie digital można jeszcze mówić o tradycyjnym PR w B2B?
- Jak biznes może odbierać działania komunikacyjne firmy w obliczu różnych wyzwań?
- Tradycja i nowoczesność w komunikacji B2B. Jak pogodzić te światy?



13:10  
**Lunch**

14:00  
**PR niskobudżetowy, czyli kiedy kreatywność to cały Twój zasób**

 Paula Wolecka, PR & Communications Manager Igi Świątek

- Zarządzanie niskimi budżetami PR-owymi - jak dobrać i inwestować w najskuteczniejsze działania
- Proces kreatywny - działania wspierające kreatywność indywidualną i zespołową
- Jak budować strategię PR i plany promocji w realiach niskich budżetów?
- Krótkie case studies z własnej praktyki zawodowej, przykłady niskobudżetowych działań kreatywnych

14:45  
**Brak konkurencji nie zwalnia od dobrej komunikacji. Dlaczego instytucje potrzebują public relations?**

 Beata Kopczyńska, Regionalny Rzecznik Prasowy ZUS w województwie śląskim, Zakład Ubezpieczeń Społecznych

- Dlaczego rzecznictwo prasowe to za mało?
- Różnica między reagowaniem a kreowaniem przekazu
- Jak PR usprawnia działanie urzędu?
- Budowanie relacji z otoczeniem na poziomie instytucjonalnym i osobistym
- Minimalizowanie negatywnych skutków kryzysów wizerunkowych

15:30  
**Pomiar efektywności działań PR-owych**

 Daria Sulgostowska, Head of Corporate Comms & ESG, G2A

 Marcin Szczupak, Dyrektor Badań i Rozwoju Biznesu, PSMM Monitoring & More

- Jak skutecznie monitorować reputację i wizerunek Twojej marki?
- Mierniki ilościowe i jakościowe – jak skutecznie mierzyć efektywność działań PR-owych?
- Czy mierzenie wyników, tego co się ukazało jest możliwe? Przykładowe narzędzia
- Statystyki, wykresy, raporty – jak skutecznie analizować pozyskane dane, by poprawić Twoje działania PR

16:15  
**Przerwa**

16:30  
**WARSZTATY**

Warsztaty będą odbywać się równolegle.

Każdy z Państwa może wybrać jeden z poniższych warsztatów. Dzięki tej formule mogą Państwo przeciwwić interesujące zagadnienia, wymienić opinie z pozostałymi uczestnikami, jak również zadawać pytania ekspertom prowadzącym poszczególne spotkania.



## WARSZTAT nr 1

### PR-owiec - reżyser kina akcji, czyli storytelling B2B

*Adam Zadrożny, Psycholog i trener biznesu*

- Dlaczego dobre historie czarują klientów? Magia wciągającej narracji we współczesnym PR
- Jak wielkie marki używają historii i jak to robić dobrze w Polsce?
- Narracja twojej marki w kontekście współczesnych wyzwań
- Jak mądrze stworzyć scenariusz historii swojej marki krok po kroku?
- Matryca storytellingowa – jak z niej korzystać w działaniach PR-owych?
- Jak mierzyć skuteczność historii? Storytellingowe KPIs

## WARSZTAT nr 2

### Kryzys w praktyce - symulacja kryzysu. Opracowanie elastycznego planu dostosowanego do Twojej firmy i zespołu kryzysowego

*Przedstawiciele Alert Media Communications Sp. z o.o.*

*Adam Łaszyn, CEO, Ekspert ds. komunikacji kryzysowej i strategii komunikowania*

*Beata Łaszyn, Wiceprezeska*

*Krzysztof Tomczyński, Partner, Account Director*

Przećwicz realną sytuację kryzysową pod okiem najlepszych ekspertów na rynku!

Część 1 - uczestnicy podzieleni na grupy zarządzają specjalnie przygotowaną sytuacją kryzysową

Część 2 – omówienie wypracowanych rozwiązań, rekomendacje i praktyczne porady, w zakresie:

- Najbardziej skutecznych narzędzi antykryzysowych
- Podstawowych zasady komunikacji w poszczególnych fazach kryzysu
- Zarządzania kryzysami internetowymi
- Prowadzenia relacji z interesariuszami
- Tworzenia i wdrażania kryzysowych planów działań

---

17:30

**Zakończenie 1 dnia Kongresu**

**Czwartek, 27 października**



08:30

**Rejestracja uczestników, poranna kawa**

---

09:00

**Przywitanie uczestników, rozpoczęcie**

 *Magdalena Sokulska, Project Manager, Puls Biznesu*

---

09:05

**Walka z fake newsami. Jak skutecznie walczyć z dezinformacją?**

 *Paulina Szkoła, Project and Content Manager, Digital Poland Foundation*


81% Polaków spotkało się z dezinformacją, a 82 % z fake newsami. To alarmujące dane, które potwierdzają, że nasz kraj jest wręcz przesiąknięty fałszywymi informacjami. Z raportu Fundacji Digital Poland "Dezinformacja oczami Polaków" wynika również, że mimo iż 3/4 badanych za główną przyczynę pojawiania się fałszywych informacji uznaje celowe działanie, to wciąż spora grupa Polaków daje się nabrać.

- Prawda czy fałsz, czyli jak rozpoznać fejk
  - Plotki się nie optacają, liczą się dane
  - Fałszywe i zmanipulowane informacje nie rozchodzą się same
  - Od sprawdzania informacji po... – dążąc do najlepszych metod walki z dezinformacją
- 


09:45

**PANEL DYSKUSYJNY - Sytuacje kryzysowe w sektorze publicznym. Jak skutecznie prowadzić działania podczas wizerunkowej katastrofy?**

 *Moderator: Krzysztof Tomczyński, Partner, Account Director, Alert Media Communications Sp. z o.o.*

 *Ewa Szczecińska-Zielińska, Dyrektor PR, Urząd Miasta Legnicy*

 *Michał Wawrzaszek, Rzecznik Prasowy, Zarząd Transportu Metropolitalnego*

 *Paweł Florek, Dyrektor, Biuro Komunikacji Społecznej i Promocji, Centrala NFZ*

- Na chwilę przed kryzysem, czyli jak przygotować komunikację przed zbliżającą się katastrofą wizerunkową?
  - Jak skutecznie radzić sobie z kryzysem w mediach społecznościowych?
  - W jaki sposób tworzyć spójny przekaz medialny? Metody współpracy z dziennikarzami podczas sytuacji kryzysowych
- 

10:45


**Przerwa na kawę oraz networking**

Zapraszamy na kawę, herbatę, przekąski i zachęcamy do nawiązywania nowych relacji biznesowych oraz wymiany doświadczeń z prelegentami i uczestnikami Kongresu!

---

11:05








**Regulacje prawne w PR**

 *Tobiasz Szychowski, Adwokat, Członek Rady Nadzorczej, PKP S.A.*

- Jak prowadzić dialog z uprawnionymi organami?
- Jak prowadzić dialog z prasą – prawa i obowiązki dziennikarzy?
- prawo do informacji i jego ograniczenia
- rzetelność i staranność dziennikarska
- Środki ochrony prawnej w przypadku dokonanych naruszeń
- sprostowanie prasowe vs. dementi
- ochrona dóbr osobistych
- zniestawienie
- Sformułowania prawne, których można używać, bądź unikać przy tworzeniu komunikatów prasowych
- Case study - zarządzanie kryzysem

11:40

## **PANEL DYSKUSYJNY – Dziennikarz do PRowca – PRowiec do dziennikarza. Efektywna współpraca na linii dziennikarz – PR-owiec**

-  Moderator: Tomasz Kułakowski, Account Director, PR Hub
-  Agnieszka Gorzkowicz, Zastępczyni Rzecznika Prasowego, Credit Agricole Bank Polska S.A.
-  Aleksandra Chalimoniuk, Dyrektor PR, OTCF S.A.
-  Grzegorz Łaguna, Rzecznik Prasowy, Kulczyk Foundation
-  Paweł Sołtys, Dziennikarz Ekonomiczny, prezes spółki zarządzającej Radiem 357
-  Radosław Mróz, Dziennikarz, TVN24
-  Eugeniusz Twaróg, Dziennikarz, Puls Biznesu



- Jak skutecznie nawiązywać i budować długofalowe relacje z dziennikarzami?
- Gazeta, Telewizja, Radio – jak uwieść media i przyciągnąć uwagę redaktorów telewizyjnych, radiowych i prasowych?
- Jak sprawić, by to media docierały do publikowanych przez Ciebie informacji?
- Jak współpracować, aby pogodzić wspólne interesy?
- Najczęstsze błędy w kontaktach z mediami i dobre praktyki

12:40

## **Lunch**

13:30

## **Wykorzystanie rozwiązań social media & digital w komunikacji PR-owej**

-  Marta Polakow-Stepanow, CEO, Tailor Made PR
-  Maciej Leonard Żybula, CEO, Bees & Honey Sp. z o.o.

- Jak prowadzić działania PR-owe w poszczególnych kanałach zachowując założone cele oraz spójną strategię Twojej marki?
- Skuteczne narzędzia digital PR, które wykorzystasz budując wizerunek Twojej marki
- Zwiększ zasięg Twoich komunikatów, czyli świadome pozycjonowanie Twojej marki w poszczególnych kanałach cyfrowych





14:15


## Komunikacja wewnętrzna jako istotny oraz strategiczny element biznesowy i PR-owy Twojej firmy

 Milena Moryson-Kowalska, Dyrektor ds. Public Relations i Komunikacji, Rzecznik Prasowy, ALAB laboratoria

- Jak budować widoczność Twojej marki na rynku zachowując równocześnie spójność w komunikacji wewnętrznej?
- Sprawdzone metody, które pomogą diagnozować bariery komunikacyjne w Twojej firmie
- Jak prowadzić wielokanałowy dialog wspierający zarządzanie nowoczesną organizacją?
- Jak angażować kadrę zarządzającą w dialog z podwładnymi?
- Globalnie i lokalnie – jak „zsynchronizować” komunikację w wielu oddziałach
- Zarządzanie treściami zamieszczanymi w mediach społecznościowych, intranecie czy na blogach firmowych
- Sprawdzone narzędzia wspierające komunikację w sytuacjach trudnych wizerunkowo, w czasie zmian i kryzysów

15:00

## PR + HR = Spójna strategia employer brandingowa w Twojej firmie

 Jolanta Żarnoch, HR & PR Directorka, WebTalk

- Nowe trendy w employer brandingowi przydatne w pracy PR-owca
- Metody i narzędzia, dzięki którym wizerunek Twojej marki będzie wiarygodny i atrakcyjny
- Jak działaniami EB wyróżnić się na rynku?
- Jak skutecznie prowadzić komunikację zewnętrzną, by wspierać wewnętrzne działania employer brandingowe?
- Marka = pracownicy. Jak angażować Twoich pracowników, aby byli najważniejszymi ambasadorami Twojej marki?
- Czego unikać w przygotowaniu i wdrożeniu kampanii employer brandingowej?

15:45

## Zakończenie Kongresu





## PRELEGENCI



### **Stefan Augustyn**

Dyrektor Marketingu i Komunikacji Legnicka Specjalna Strefa Ekonomiczna

Ekspert z blisko dwudziestoletnim doświadczeniem w branży PR, gdzie wspiera działania komunikacyjne biznesu, start-upów, organizacji i samorządów. Wcześniej przez wiele lat spełniał się zawodowo jako dziennikarz radiowy, w mediach elektronicznych i prasie. Na co dzień praktyk komunikacji, szkoleniowiec oraz wykładowca w Instytucie Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej Uniwersytetu Wrocławskiego oraz Katedrze Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej SWPS Uniwersytetu Humanistycznospołecznego. Od kilku lat jest członkiem Polskiego Stowarzyszenia Public Relations.



### **Aleksandra Chalimoniuk**

Dyrektor PR OTCF S.A.

Ma bogate doświadczenie z dwóch obszarów komunikacyjnego krajobrazu. Zna od podszewki warsztat dziennikarski, który przez ponad dekadę szlifowała w redakcjach telewizyjnych TVN Discovery Polska. Doceniana i nagradzana za swój profesjonalizm i zaangażowanie w branży. Doskonale czuje specyfikę mediów i ich potrzeby. Czynn timer zajmuje się kreowaniem wizerunku marek i przedsiębiorstw. Jako PR-owiec odpowiadała za komunikację i reputację największych graczy na polskim i międzynarodowym rynku m.in. Sokołów S.A., JYSK czy Sklepy Komfort. Dziś, jako PR Director w OTCF, współtworzy i realizuje strategię komunikacyjną grupy.



### **Agnieszka Gorzkowicz**

Zastępczyni Rzecznika Prasowego Credit Agricole Bank Polska S.A.

W banku Credit Agricole pracuje od 2007 roku. Odpowiada za media relations, komunikacją kryzysową, a także współtworzy kampanię #WyzwanieOszczędzanie. Wspiera także działania sprzedażowe i marketingowe, a jako ekspertka językowa dba o prosty, inkluzywny język w nowej aplikacji mobilnej banku. Jej ponad osiemnastoletnie doświadczenie w public relations, obejmuje również projekty społecznie odpowiedzialnego biznesu oraz komunikacji wewnętrznej. Koordynowane przez nią projekty zyskały rynkowe wyróżnienia: w Konkursie Liderów Świata Bankowości (2013) oraz Srebrny i Brązowy Spinacz (2018). Członkini Rady Biznesu przy Wyższej Szkole Bankowej we Wrocławiu.





## Patrycja Kamińska

PR Manager Netto Polska

Do Netto dołączyła w maju 2021 r., w gorącym okresie transformacji biznesu Tesco. Od tej pory odpowiada za wizerunek i komunikację zewnętrzną sieci handlowej, która z gracza regionalnego urosła do ogólnopolskiego. Realizuje działania strategiczne oraz ongoingowe w obszarach PR i CSR, by wzmocnić wizerunek sieci, ale też budować go tam, gdzie Netto do tej pory nie było obecne. Pierwsze zawodowe kroki w obszarze public relations stawiała w Lidl Polska, gdzie w latach 2011-2018 pełniła m.in. rolę PR Managera oraz CSR project managera. Poza branżą retail, doświadczenia zdobywała pracując dla firm z obszaru nieruchomości komercyjnych oraz IT ukończyła Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu oraz studia podyplomowe CSR Management realizowane przez Collegium Da Vinci w Poznaniu.



## Beata Kopczyńska

Regionalny Rzecznik Prasowy ZUS w województwie śląskim Zakład Ubezpieczeń Społecznych

Rzeczniczka prasowa z wieloletnim doświadczeniem, zajmująca się budowaniem pozytywnego wizerunku instytucji m.in. poprzez utrzymywanie stałych i dobrych relacji z mediami oraz otoczeniem zewnętrznym, przygotowaniem informacji prasowych, organizacją wydarzeń. Wcześniej przez 10 lat etatowy dziennikarz w mediach regionalnych. Współpracuje z agencją Trzy Znaki. Członkini Polskiego Stowarzyszenia Public Relations.



## Dominika Lenkowska-Piechocka

Ekspertka komunikacji CSR, ekoaktywistka, twórczyni Who Will Save The Planet

Poprzez wystąpienia i warsztaty inspiruje organizacje do bardziej świadomych ekologicznie działań. Wspiera je w budowaniu strategii i kampanii komunikacyjnych, które niosą prawdziwą wartość dla interesariuszy. Na co dzień, wraz ze swoją społecznością online (@whowillsaveplanet), stara się być choć trochę lepsza dla Planety, jednocześnie troszcząc się o własny dobrostan. Facylitatorka. Ekspertka programu Climate Leadership powered by UN Environment. Mówczyni TEDx.



## Grzegorz Łąguna

Rzecznik Prasowy Kulczyk Foundation

Wieloletni dziennikarz, publicysta i prezenter telewizyjny. Absolwent dziennikarstwa na Uniwersytecie Warszawskim. Na antenie Telewizji Polsat relacjonował na żywo najważniejsze wydarzenia polityczne i społeczne w Polsce. Wcześniej dziennikarz m.in. Wirtualnej Polski i Superstacji, w której prowadził swój autorski program – „Debatę Grzegorza Łąguny” oraz liczne pasma informacyjne i publicystyczne. W przeszłości pracował również w „Życiu Warszawy”, TVP Olsztyn i TVN Warszawa. Gospodarz wieczorów wyborczych, autor wielu wywiadów prasowych i telewizyjnych. Od 2021 roku Rzecznik Prasowy Kulczyk Foundation.





## Adam Łaszyn

CEO, Ekspert ds. komunikacji kryzysowej i strategii komunikowania Alert Media Communications Sp. z o.o.

W branży PR od 1998 r. Prezes agencji Alert Media Communications. Współzałożyciel i wiceprezes Stowarzyszenia Agencji Public Relations. Doradca dziesiątek firm, instytucji, NGOs i osób publicznych (m.in. Coca-Cola, Danone, DKMS, Goodyear, Philip Morris, PLL LOT, Velux, KPRM, członków władz RP). Wykładowca PR m.in. na UW, krakowskiej WSE, UEK. Autor poradników „Media i ty” oraz „eKryzys”. Pomysłodawca i współautor książek „Pierwsze ćwierćwiecze. 25 lat PR w Polsce” i „Sztuka Public Relations”. Współautor „Leksykonu PR”. Był członkiem Rady Etyki PR. Wyróżniony w 2014 przez PSPR za „wkład w zbudowanie branży PR w Polsce”. W 2009 znalazł się na liście Newsweeka 50 najbardziej wpływowych Polaków (poz. 27). Twórca terminu „przekazy dnia” oraz kryzysowej Zasady 5P. Do 1998 dziennikarz m.in. radiowej Trójki, Życia Warszawy, Ekspresu Wieczornego. Z wykształcenia prawnik – absolwent WPIA Uniwersytetu Warszawskiego.



## Beata Łaszyn

Wiceprezeska Alert Media Communications Sp. z o.o.

Ekspertka komunikacji kryzysowej i audytów komunikacyjnych, wiceprezeska Alert Media Communications. W agencji prowadzi bezpośrednie zarządzanie problematycznymi relacjami marek, firm i osób. Realizuje także audyty komunikacyjne i kryzysowe z analizą ryzyka i rekomendacjami. Metodologię i praktykę audytów szczegółowo wdrażała i rozwijała podczas kilkunastoletniej pracy zarówno w Urzędzie Kontroli Skarbowej w Warszawie (wicedyrektor), jak i Ministerstwie Finansów (Zastępca Dyrektora Departamentu Kontroli Skarbowej), gdzie oprócz realizacji różnorodnych audytów oraz innych działań merytorycznych nadzorowała również komunikację wewnętrzną i zewnętrzną Kontroli Skarbowej oraz opracowywała zagadnienia strategii w tym zakresie. Współautor poradnika „e-Kryzys. Jak zarządzać sytuacją kryzysową w internecie”. Absolwentka Wydziału Prawa i Administracji Uniwersytetu Warszawskiego.





## Milena Moryson-Kowalska

Dyrektor ds. Public Relations i Komunikacji, Rzecznik Prasowy ALAB laboratoria

Absolwentka kierunków humanistycznych Uniwersytetu Jagiellońskiego i Uniwersytetu Warszawskiego. Jako rzecznik prasowy instytucji państwowych i firm (Głównego Inspektoratu Ochrony Środowiska, Alab Laboratoria Sp. z o.o. i Diagnostyka S.A.) zrozumiała, że fundamentem skutecznych działań PR jest ciągłe usprawnianie komunikacji wewnętrznej w otwartości na pracownika, którego potencjał i zaangażowanie przekłada się na silny i skuteczny przekaz firmy. Swoje doświadczenia zawodowe i rozwój w obszarze PR opiera od kilku lat na branży diagnostyki laboratoryjnej, której specyfika stanowi wyzwanie z uwagi na prawne obostrzenia nałożone na sektor usług medycznych. Dla niej komunikacja jest podstawą dobrego przekazu, a o tym jak mówić, jak pisać aby zaciekawić drugą stronę dialogu, nauczyły ją lata praktyki zdobyte na stanowiskach rzecznika prasowego, redaktora, reportera, specjalisty komunikacji w telewizjach prywatnych i publicznych oraz w biurze prasowym administracji publicznej.



## Martyna Olszak-Bachora

Head of Creative Department and PR Ania Kruk Sp. z o.o.

Związana z marką ANIA KRUK od 6 lat, gdzie pełni funkcję Head of Creative Department and PR. Współodpowiedzialna za tworzenie strategii marki, w której skupia się przede wszystkim na komunikacji wewnętrznej i zewnętrznej oraz koordynowaniem sesji zdjęciowych i video. Prywatnie czyta Remarque w kimono ręcznie wyszywanym w smoka oraz słucha Milesa Davisa szukając jego sampli w numerach Outkast.



## Mateusz Piotrowski

Dyrektor Komunikacji i Relacji Zewnętrznych Lafarge Poland

Dyrektor Komunikacji i Relacji Zewnętrznych Lafarge w Polsce – czołowego producenta innowacyjnych i zrównoważonych materiałów budowlanych. Odpowiedzialny za całość działań komunikacyjnych marki w Polsce, w tym za obszar public relations, public affairs oraz digital. Członek zespołu zarządzającego Lafarge w Polsce oraz zarządu Fundacji Lafarge WSPÓLNIE. Wcześniej Virgin Mobile Polska odpowiadał za całość działań marketingowych na Polskim rynku, gdzie pełnił także rolę rzecznika prasowego. Swoją karierę zaczynał w największych polskich agencjach PR prowadząc działania z zakresu komunikacji korporacyjnej, marketingu oraz digital dla firm z takich branż jak budownictwo, energetyka, przemysł czy IT.





## Paulina Szkoła

Project and Content Manager Digital Poland Foundation

Pasjonatka nowych technologii oraz innowacji społecznych. Jest częścią fundacji Digital Poland. Zajmuje się propagowaniem wiedzy dotyczącej roli innowacji i cyfryzacji w rozwoju gospodarczym kraju. Doświadczenie zawodowe zdobywała w redakcji Dzień dobry TVN oraz podczas stażu im. Roberta Schumana w Parlamencie Europejskim w dziale komunikacji Dyrekcji Generalnej ds. Polityki Wewnętrznej. W Digital Poland odpowiada za wsparcie zespołu komunikacji i realizowanych w ramach działań fundacji projektów. Absolwentka Uniwersytetu Warszawskiego. Współautorka raportu "Technologia w służbie społeczeństwu. Czy Polacy zostaną społeczeństwem 5.0?".



## Iwona Ryniewicz

Dyrektor, Departament Komunikacji i Strategii Marketingowej mBank S.A.

Wiceprzewodnicząca Komitetu Zrównoważonego Rozwoju mBanku, dyrektorka Departamentu Komunikacji i Strategii Marketingowej. Od 2012 prezeska Fundacji mBanku, która wspiera edukację matematyczną dzieci i młodzieży. Łączy kompetencje i odpowiedzialność za PR, CSR i komunikację marketingową. Od 2020 prowadzi projekt ESG w mBanku. Zanim związała się zawodowo z sektorem finansowym była dziennikarką, redaktorką naczelną tygodnika Gazeta Bankowa. Absolwentka SGH i UW.



## Agnieszka Sobucka

Menedżer ds. Komunikacji i PR, Rzecznik Prasowy Emitel S.A.

Posiada 20 letnie doświadczenie w obszarze komunikacji i public relations. Przed dołączeniem do Emitel pracowała w PGE EJ 1 (obecnie Polskie Elekrownie Jądrowe), gdzie odpowiadała za kontakty z mediami oraz komunikację ze społecznościami lokalnymi mającą na celu budowanie poparcia dla budowy pierwszej polskiej elektrowni jądrowej na Pomorzu. Wcześniej w Allianz Polska odpowiadała za komunikację korporacyjną i relacje z mediami, pełniąc jednocześnie funkcję zastępcy rzecznika prasowego. Pracowała również dla takich ubezpieczycieli jak InterRisk, Gothaer, Aegon i PZU. Absolwentka studiów o specjalizacji przywództwo i komunikacja społeczna w Wojskowej Akademii Technicznej. Członkini Polskiego Stowarzyszenia Public Relations.







## dr Mariusz Sokołowski

Partner Prostrategic Communication

Doktor nauk humanistycznych, absolwent Wydziału Dziennikarstwa i Nauk Politycznych Uniwersytetu Warszawskiego, Wyższej Szkoły Policji w Szczytnie i pedagogiki na Akademii Rolniczo-Technicznej w Olsztynie, inspektor polskiej policji w stanie spoczynku. W przeszłości wieloletni rzecznik prasowy polskiej Policji. Obecnie adiunkt Wydziału Nauk Politycznych i Studiów Międzynarodowych Uniwersytetu Warszawskiego a także partner w agencji public relations – Prostrategic Communication. W 2001 roku uzyskał na Uniwersytecie Warmińsko-Mazurskim w Olsztynie stopień doktora nauk humanistycznych w zakresie historii na podstawie rozprawy pt. Policja a społeczeństwo w okresie międzywojennym. Do 2003 roku był pracownikiem naukowo-dydaktycznym Wyższej Szkoły Policji w Szczytnie, zaś do 2013 roku – adiunktem Wydziału Prawa i Administracji Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego w Olsztynie. Do 2016 roku wykładowca Wszechnicy Polskiej - Szkoły Wyższej w Warszawie. Od 2013 roku pracownik naukowo-dydaktyczny Uniwersytetu Warszawskiego. Najpierw był adiunktem w Instytucie Nauk Politycznych Wydziału Dziennikarstwa i Nauk Politycznych, Uniwersytetu Warszawskiego, a następnie - od 2016 roku do dzisiaj - jest adiunktem Katedry Nauk o Bezpieczeństwie na Wydziale Nauk Politycznych i Studiów Międzynarodowych. W 2011 r. odbył szkolenie w zakresie „Przywództwa i zarządzania w organach ochrony pożytku publicznego” w Kolegium Wymiaru Sprawiedliwości i Nauk Sądowych Uniwersytetu New Haven (USA). W latach 2004- 2007 rzecznik prasowy komendanta stołecznego a następnie do sierpnia 2015 roku - rzecznik prasowy komendanta głównego Policji. W ciągu 12 lat służby na tych stanowiskach kierował w polskiej Policji operacjami „Media” podczas największych wydarzeń w kraju, jak np.: Europejski Szczyt Gospodarczy w 2004 r., Szczyt Rady Europy w 2005 r., Mistrzostwa Świata w Piłce Nożnej EURO 2012, czy Mistrzostwa Świata w Piłce Siatkowej Mężczyzn 2014. Jest laureatem prestiżowej nagrody w pierwszej edycji konkursu „PROtony” w kategorii „Rzecznik prasowy”. W 2012 r. uhonorowany został nagrodą „Lwa PR”, która jest przyznawana przez Polskie Stowarzyszenie Public Relations osobom o szczególnym dorobku zawodowym, które wykazują się nowatorskim podejściem do pracy i dbają o najwyższy poziom etyki zawodowej. W 2010 r. nominowany „za kompetentne i konsekwentne budowanie pozytywnego wizerunku Policji w kraju, w którym mundur wciąż bardzo źle się kojarzy oraz za aktywność w mediach i dostępność dla dziennikarzy”, do pierwszej trójki prestiżowego konkursu „Człowieka Briefu 2010” w kategorii „Człowiek PR-u Briefu 2010”. Przez lata angażował się w działalność na rzecz poprawy i promocji bezpieczeństwa, inicjując i prowadząc liczne akcje i programy profilaktyczne, w które zaangażowani byli przedstawiciele wszystkich grup wiekowych: dzieci, młodzież, dorośli i seniorzy. Kampanie społeczne, które współorganizował i wspierał, można by wyliczać w setkach. Znajdują się wśród nich m.in.: „Stop 18”, „Bezpieczna droga z radami Sponge Boba”, „Piłeś? Nie jedź!”, „Mistrzowie w pasach”, „Nie [przy]dzwoń za kierownicą”. W 2010 r. pomysłodawca i organizator policyjnej kampanii „Użyj wyobraźni”, mającej na celu poprawę bezpieczeństwa w ruchu drogowym. Kampania została nagrodzona prestiżową nagrodą „Effie Awards 2010”, którą przyznaje się w ramach jednego z najważniejszych na świecie konkursów marketingowych. Współpracował i nadal współpracuje ze kręgiem akademickim, z przedstawicielami wymiaru sprawiedliwości, a także z organizacjami, m.in. z „Niebieską Linia”, „Itaką”, „WOŚP” i „La Stradą” – jego misją było uaktywnienie wszystkich, dla których ważne jest bezpieczeństwo obywateli.







## Sebastian Stępak

CEO MSL

Posiada blisko 20 letnie doświadczenia w branży PR. Zawsze pracował po stronie agencyjnej. Od 2013 roku zarządzał Publicis Consultants. Pod koniec 2015 roku powrócił do MSLGROUP i objął stanowisko dyrektora zarządzającego. W 2020 roku został prezesem polskiego biura i szefem regionu CEE w MSL, największej agencji PR w Polsce i najsilniejszej sieci komunikacyjnej we wschodniej Europie. Stał na czele Związku Firm Public Relations, najstarszej organizacji zrzeszającej polskie agencje PR. Posiada jedno z ciekawszych spojrzeń na branżę PR. Zgromadził ogromną wiedzę na temat tego, jak działania komunikacyjne przekładają się na realizację wyników biznesowych. Specjalizuje się w zarządzaniu sytuacjami kryzysowymi, PR korporacyjnym oraz issue management. Był jurorem na wielu konkursach, m.in. Cannes Lions, SABRE, Young Creatives, Złote Spinacze, Clio Awards, Golden Drums, KTR i wielu innych. Prywatnie pasjonat zabytkowej motoryzacji i amatorskich wyścigów samochodowych. W wolnych chwilach studiuje zanikające rzemiosła, które pozwalają mu samodzielnie prowadzić większość prac przy jego kolekcji.



## Daria Sulgostowska

Head of Corporate Comms & ESG G2A

Pełni funkcję Head of Corporate Comms & ESG w G2A R&D Center, jest również rzeczniką prasową firmy. Jest zaangażowana w całościowe działania PR i zrównoważonego rozwoju organizacji, a obszarami jej odpowiedzialności są m.in. komunikacja korporacyjna (zewnętrzna i wewnętrzna) oraz zarządzanie komunikacją kryzysową. Odpowiada również za budowanie strategii i planu działań z zakresu ESG. G2A to największa na świecie, globalna platforma marketplace produktów cyfrowych jak gry, giftcardy czy oprogramowanie. Korzysta z niej ponad 20 milionów użytkowników, którzy mogą wybierać spośród 75 tysięcy cyfrowych produktów oferowanych przez sprzedawców z całego świata. G2A jest plasowane m.in. wśród TOP10 marketplace w Europie. Wcześniej była Wicedyrektorką Komunikacji Korporacyjnej i ESG w Grupie CCC, w której zbudowała od początku dział komunikacji. Wcześniej pracowała dla OTCF, właściciela marki 4F, gdzie pełniła funkcję rzecznika prasowego, zajmując się projektami z zakresu współpracy z mediami i komunikacji zewnętrznej. Ma również doświadczenie w branży energetycznej, w której realizowała projekty między innymi z obszaru społecznej odpowiedzialności biznesu oraz sponsoringu. Zajmowała się także pracą dziennikarską. Związana również z działalnością sportową, jest trenerką tenisa ziemnego i wykładowniczą na konferencjach dla trenerów sportu.





## Justyna Szafranec

Head of Communication Generali Polska

Od lutego 2016 roku zarządza komunikacją w czterech spółkach Generali Polska. Od października 2011 r. odpowiadała za komunikację podczas wprowadzania na polski rynek nowego ubezpieczyciela – Proamy, która obecnie jest również marką należącą do Generali. Wcześniej Szafranec pełniła funkcję wicedyrektora Departamentu Sprzedaży w Krajowej Izbie Rozliczeniowej SA, gdzie odpowiedzialna była za marketing i wsparcie sprzedaży. Justyna Szafranec uczestniczyła we wprowadzaniu na rynek firmy doradztwa finansowego Finamo, w której zarządzała Departamentem Komunikacji i Analiz. Zajmowała również stanowisko dyrektora ds. marketingu i PR-u w Superfund TFI SA. Przez wiele lat była związana z Bankiem Polskiej Spółdzielczości SA jako dyrektor Biura PR Banku. Wcześniej była PR Managerem w Gospodarczym Banku Południowo-Zachodnim SA (w którym odpowiadała m.in. za proces komunikacji podczas fuzji 6 banków regionalnych) oraz rzecznikiem prasowym Lubelskiego Banku Regionalnego SA.



## Ewa Szczecińska-Zielińska

Dyrektor PR Urząd Miasta Legnicy

Ekspert ds. wizerunku, twórca wielu kampanii wizerunkowych i promocyjnych, strategii i projektów społecznych. Kreuje wizerunek miast, osób i instytucji. Z samorządem związana od 15 lat, wcześniej przez dekadę wykonywała zawód dziennikarza współpracując z największymi dziennikami ekonomicznymi w Polsce, m.in. Pulsem Biznesu, gdzie specjalizowała się tematyką związaną z przemysłem miedziowym. Jest mentorem w programie mentoringowym Związku Pracodawców Polskiej Miedzi. W Urzędzie Miasta Legnicy, prócz promocji i komunikacji, odpowiada za współpracę z KGHM, lokalnym biznesem, zarządza miejskim wolontariatem i komunikacją z podmiotami zewnętrznymi i instytucjami. Interesuje się zagadnieniami smart city. Idee inteligentnych miast poznawała w Hiszpanii i Anglii. Ukończyła studia podyplomowe z zakresu zarządzania w sektorze publicznym/zarządzania miastem (Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu), oraz ma tytuł Executive Master of Business Administration (MBA). Fascynuje się zarządzaniem kryzysem, polityką różnorodności i CSR. Prywatnie uprawia sporty, udziela się społecznie i charytatywnie.





## Tobiasz Szychowski

Adwokat, Członek Rady Nadzorczej PKP S.A.

W 2019 roku wyróżniony jako prawnik korporacyjny wpisem na prestiżową listę „General Counsel Powerlist Central and Eastern Europe 2019” oraz wielokrotnie rekomendowany jako prawnik kancelaryjny w dziedzinie sporów sądowych i arbitrażu przez międzynarodowy ranking prawniczy Legal 500 EMEA. Pełnił funkcję zastępcy dyrektora Departamentu Prawnego i Compliance w Polskim Górnictwie Naftowym i Gazownictwie, gdzie był odpowiedzialny za wiele kluczowych projektów międzynarodowych oraz rozwój działalności PGNiG na rynku krajowym i zagranicznym. Posiada wieloletnie doświadczenie w zasiadaniu w radach nadzorczych m.in. jako członek RN w Gas-Trading S.A. oraz przewodniczący RN w PGNiG Upstream North Africa BV. Doświadczenie zawodowe zdobywał w największych kancelariach prawnych, w szczególności jako szef Departamentu Sporów Sądowych i ADR w jednej z najbardziej prestiżowych polskich firm prawniczych. Absolwent Wydziału Prawa i Administracji na Uniwersytecie Łódzkim oraz Szkoły Prawa Niemieckiego Uniwersytetu Wilhelma w Münster. Członek Izby Adwokackiej w Łodzi. Przewodniczący Ośrodka Mediacji Gospodarczej przy Izbie Gospodarczej Gazownictwa.



## Krzysztof Tomczyński

Partner, Account Director Alert Media Communications Sp. z o.o.

Trener i doradca komunikacyjny z kilkunastoletnim doświadczeniem w Public Relations zdobywanym zarówno po stronie Klienta, jak i Agencji. Z Alert Media związany od początku 2013 roku. Prowadzi projekty kryzysowe i strategiczne dla wiodących firm z branż: FMCG, retail, motoryzacyjnej i medycznej oraz realizuje projekty dla instytucji publicznych i organizacji pozarządowych. Wcześniej pracował m.in. w Ministerstwie Skarbu Państwa, gdzie przez cztery lata odpowiadał za działania komunikacyjne towarzyszące dużym debiutom giełdowym odbywającym się w ramach programu „Akcjonariat Obywatelski”. Absolwent Kolegium Międzywydziałowych Indywidualnych Studiów Humanistycznych i Wydziału Prawa i Administracji Uniwersytetu Warszawskiego.



## Michał Wawraszek

Rzecznik Prasowy Zarząd Transportu Metropolitalnego

Doświadczenie zawodowe związane przede wszystkim z sektorem publicznym i branżą zbiorowego transportu publicznego. Aktualnie rzecznik prasowy Zarządu Transportu Metropolitalnego, wcześniej m.in. rzecznik prasowy i kierownik działu marketingu w Kolejach Śląskich.





## Anna Wiśniewska

Marketing and Communications Director Skanska Commercial Development Europe

Marketing and Communications Director w spółce biurowej Skanska w Europie Środkowo-Wschodniej. Jest absolwentką Uniwersytetu Warszawskiego. Stypendystka Northeastern Illinois University w Chicago. Z rynkiem nieruchomości związana od ponad 10 lat. Do spółki biurowej Skanska dołączyła w 2011 r. i od początku zarządza zespołem marketingu i komunikacji. Początkowo były to działania w Polsce, a później w całym regionie Europy Środkowo-Wschodniej. Anna była odpowiedzialna za wprowadzenie nowych koncepcji: Workplaces by Skanska i Futureproof Workplaces by Skanska. Opracowała także strategię marketingową Futureproof i współtworzyła unikatowy standard produktu: Scandinavian Lobby Guidelines dla regionu Europy Środkowo-Wschodniej. Od lat podejmuje działania komunikacyjne, realizując kreatywne i efektywne kampanie wykorzystujące nowe narzędzia i kanały komunikacji. Dzięki realizowanej przez nią strategii, spółka biurowa Skanska ma w mediach bardzo silną pozycję, co potwierdzają nie tylko statystyki, lecz także nagrody. W 2021 roku firma została wyróżniona dwoma statuetkami w najważniejszym konkursie branży PR w Polsce – Złote Spinacze – w kategorii PR Korporacyjny oraz Covid-19 PR Response. W 2021 została również laureatką IV edycji konkursu Top Woman in Real Estate w kategorii Marketing & PR. Jest jedną z założycielek inicjatywy Klubu Dyrektorów i Dyrektorów PR, która powstała we współpracy ze Związkiem Firm Public Relations. Prywatnie – fascynuje ją nowoczesna, miejska architektura i jej wpływ na życie mieszkańców. Miłośniczka podróży, która zawsze bardzo starannie wybiera hotele. Mama dwóch synów oraz żona aktora Teatru improwizowanego Klancyk.



## Paula Wolecka

PR & Communications Manager Igi Świątek

Od lutego 2021 roku PR & Communications manager Igi Świątek. W branży mediów i komunikacji pracuje od 10 lat. Wcześniej m.in. jako specjalistka ds. PR w wydawnictwie Znak, gdzie odpowiadała za promocję książek autorów polskich i zagranicznych, chociażby Eduardo Mendozy czy Grażyny Plebanek, a także przez 4 lata jako PR manager Szlachetnej Paczki, w której dbała o relacje z mediami i realizowała kampanie o wielomilionowych zasięgach, których celem było niesienie pomocy charytatywnej na jak największą skalę. Studia dzienne na Wydziale Polonistyki Uniwersytetu Jagiellońskiego łączyła z pracą na etacie, ukończyła też studia podyplomowe z Public Relations i doradztwa medialnego. Jedną z laureatek nagrody Effie Awards (Brązowe Effie) w kategorii Non Profit & Public Service za kampanię Szlachetnej Paczki 2020. W teamie Igi Świątek odpowiada za cały obszar komunikacji, realizację wizerunkowych projektów ze sponsorami, relacje z mediami czy inicjatywy charytatywne i społeczne.





## Adam Zadrozny

Psycholog i trener biznesu

Certyfikowany trener biznesu i psycholog specjalizujący się w tematach: Wystąpienia publiczne, autoprezentacja i Storytelling. Wspiera biznes w tworzeniu strategicznej komunikacji. W ramach SlideCat tworzy prezentacje na zamówienie. Mentor startupów w ReaktorX oraz Demium. Występował na konferencjach Pulsu Biznesu. W tematach psychologicznych występował w radio Trójka, Czwórka, Polskie Radio 24, Chilli Zet oraz w Dzień dobry TVN.



## Jolanta Żarnoch

HR & PR Directorka WebTalk

Od ponad 10 lat związana z branżą PR i komunikacji, a od 4 lat także z obszarem HR i Employer Brandingu, absolwentka WDiNP Uniwersytetu Warszawskiego. Doświadczenie w PR zdobywała m.in. w MSLGROUP i Advanced PR, specjalizując się w komunikacji korporacyjnej. Od ponad 5 lat jest związana z agencją digitalową WebTalk, w której na stanowisku HR Directorki objęła pieczę nad działem HR & PR. Odpowiada za tworzenie i realizację strategii komunikacji marki oraz employer brandingowej. Zawodowo i prywatnie stawia ludzi na pierwszym miejscu, a działania jej zespołu zostały docenione przez platformę Heartcount, badającą zaangażowanie i zadowolenie pracowników, która wyróżniła WebTalk tytułem firmy „People First”.



## Dominika Żelazek

Wiceprezes Zarządu ds. Finansowych, Nadzoru Korporacyjnego i Komunikacji Arriva Polska Sp. z o.o.

Wiceprezes Zarządu Arriva Polska - jedyne przewoźnika autobusowego i kolejowego w Polsce. Dyrektorka finansowa, odpowiedzialna także za komunikację i relacje zewnętrzne. Liderka i mentorka. Zarządza liczbami i rozumie ludzi. Dąży do realizacji zamierzonych celów a także dzieli się wiedzą i doświadczeniem w ramach programów Vital Voices i Fundacji Liderki Biznesu pomagając innym w osiągnięciu wymarzonego celu. Prywatnie: mama dwóch nastolatków, miłośniczka kotów, tenisa i jazzu. Uwielbia podróże, dlatego jej motto brzmi: nawet najdłuższa podróż zaczyna się od pierwszego kroku.



## Paweł Florek

Dyrektor, Biuro Komunikacji Społecznej i Promocji Centrala NFZ

Absolwent Uniwersytetu Marii-Curie Skłodowskiej w Lublinie. Ponadto ukończył studia podyplomowe w Szkole Głównej Handlowej w Warszawie i Akademię London School of PR. Z komunikacją w sektorze publicznym jest związany od 14 lat. Wcześniej zajmował się budowaniem wizerunku funduszy europejskich, pracował w mediach regionalnych i współpracował z agencjami PR.





## Tomasz Kułakowski

Account Director PR Hub

Ma prawie 20-letnie doświadczenie w komunikacji i mediach. Od października 2022 roku account director w agencji PR Hub, zajmuje się obsługą klientów z branży spożywczej, FMCG, deweloperskiej i OZE. Specjalizuje się w strategicznym konsultingu dla firm, wystąpieniach publicznych, koordynuje projekty public affairs, prowadzi szkolenia. Wcześniej, od grudnia 2020 roku rzecznik prasowy Spółki Krynica Vitamin - producenta napojów. Odpowiadał za komunikację wewnętrzną, a także zewnętrzną z interesariuszami Spółki, w tym za relacje inwestorskie. W 2020 r. był reporterem programu „Czarno na Białym” w TVN24. W latach 2012–2019 pracował jako korespondent telewizji Polsat w Moskwie. W latach 2008–2011 r. był reporterem Informacyjnej Agencji Radiowej Polskiego Radia. Publikował w „Tygodniku Powszechnym”, „Rzeczpospolitej”, „Nowej Europie Wschodniej”. Ukończył dziennikarstwo i komunikację społeczną w Uniwersytecie Jagiellońskim. Jest członkiem Polskiego Stowarzyszenia Public Relations.



## Radosław Mróz

Dziennikarz TVN24

Dziennikarz, prezenter telewizyjny i radiowy, wykładowca, szkoleniowiec. Absolwent Instytutu Stosowanych Nauk Społecznych Uniwersytetu Warszawskiego. W mediach pracuje od 20 lat. Obecnie związany z TVN24, gdzie prowadzi programy na żywo (m.in. Wstajesz i wiesz, Fakty w południe, Fakty po południu, wydania specjalne). Prowadzi zajęcia na Uniwersytecie SWPS w Warszawie. W przeszłości był wydawcą i prowadzącym Serwisu Informacyjne w Programie III Polskiego Radia. Współpracował też m.in. z TVP Warszawa, TVP Info, TVP1, Polskim Radiem Dla Ciebie, onet.pl.



## Marta Polakow-Stepanow

CEO Tailor Made PR

Ekspert komunikacji wizerunkowej z 20-letnim doświadczeniem, ale także przedsiębiorca i praktyk biznesu. Od 12 lat współwłaściciel agencji Tailor Made PR, moderator metody Design Thinking. Strategie, które tworzy opierają się na wiarygodnym storytellingu wyphywającym z pjarowego doświadczenia. Tworzyła i wdrażała komunikacje produktowe i CSR dla takich marek jak Adidas, Barbie, Żywiec Zdrój czy Lech. Obecnie najwięcej uwagi poświęca trendom w komunikacji sustainability marek.







## Paweł Sołtys

Dziennikarz Ekonomiczny, prezes spółki zarządzającej Radiem 357

W latach 2017-2020 szef projektów audiowizualnych w wydawnictwie Bonnier Business Polska. W latach 2008-2018 związany z Programem 3 Polskiego Radia. W latach 2014-2015 był zastępcą redaktora naczelnego tygodnika Bloomberg Businessweek Polska. Po godzinach – kibic Legii Warszawa i pasjonat narciarstwa alpejskiego (od sezonu 2016/2017 komentator tej dyscypliny w Eurosport Polska).



## Marcin Szczupak

Dyrektor Badań i Rozwoju Biznesu PSMM Monitoring & More

Współtworzył pierwszą w Polsce agencję specjalizującą się w analizie mediów – Media Navigator. Specjalista w zakresie badań mediów. Konsultant medialny, autor analiz marketingowych i badań public relations. Pracował nad projektami dla kilkuset korporacji międzynarodowych, ministerstw, urzędów, agencji marketingowych i PR. Absolwent Wyższej Szkoły Umiejętności Społecznych w Poznaniu na kierunku public relations oraz Wyższej Szkoły Zarządzania i Bankowości w Poznaniu na kierunku zarządzanie i marketing. Interesują go nowe media, rozwój i wykorzystanie technologii w przekazie informacji, zagadnienia public relations i marketingu, sprzedaży i zarządzania. Występował w charakterze eksperta opracowującego standard kompetencji dla zawodu: analityk informacji i raportów medialnych oraz jako ewaluator i członek komisji dla zawodów: analityk ruchu na stronach internetowych, broker informacji (researcher), menedżer zawartości serwisów internetowych i specjalista zarządzania informacją.



## Eugeniusz Twaróg

Dziennikarz Puls Biznesu

Absolwent historii i dziennikarstwa na Uniwersytecie Jagiellońskim. Od 15 lat w „Pulsie Biznesu”. Wcześniej w „Gazecie Wyborczej”, „Dzienniku Polskim” oraz w Interii. Zajmuje się bankowością. Dwukrotnie wyróżniony nagrodą im. Mariana Krzaka, przyznawaną przez Związek Banków Polskich. Poza pracą pływa na SUPie. Po godzinach prowadzi blog kulinarny.





## Maciej Leonard Żybula

CEO Bees & Honey Sp. z o.o.

Założyciel agencji Bees & Honey (wcześniej Social Art). Od kilkunastu lat związany z branżą reklamową. Wykładowca akademicki z zakresu marketingu i digital w SGH i UMFC w Warszawie. Prowadzi zajęcia na studiach „Zarządzania marką”, „Marketing dóbr i usług luksusowych”, a także „Menagerów Kultury” SGH. Prawnik i ekspert od prawa autorskiego. Pasjonat reklamy i manager. Twórca strategii marketingowych i konceptów reklamowych dla marek na polskim i światowym rynku. Związany przez lata z kulturą i teatrem. Dusza towarzystwa. Pochłania go wszystko, co robi, nie boi się nowych wyzwań. Uwielbia kino, bieganie, rower, judo, góry i brytyjskie poczucie humoru.



KONTAKT



MIEJSCE

### Opiekun merytoryczny



#### Magdalena Sokulska

Project Manager

☎ 48223339850

✉ m.sokulska@pb.pl

### Współpraca



#### Joanna Czyczuk-Oziębło

Marketing Manager - Team

Leader

☎ 48223339825

✉ j.czyczuk@pb.pl

### Crowne Plaza Warsaw - The HUB

Rondo Daszyńskiego 2  
Warszawa

Patron





Patron Medialny



# Formularz rejestracji: 18. Kongres Public Relations i Komunikacji

## Cena

### 18. Kongres Public Relations i Komunikacji

26 - 27 października 2022, Warszawa

2595 zł netto od 2022-10-27 do 2022-10-27

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 Regulaminem wydarzenia 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 [Zobacz więcej](#)

Pieczętka i podpis

---



22 333 97 77



konferencje@pb.pl

(10201)

# Formularz rejestracji: 18. Kongres Public Relations i Komunikacji

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

---



# 18. Kongres Public Relations i Komunikacji

## 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](http://www.konferencje.pb.pl) lub innej wskazanej przez Organizatora) („**Zgłoszenie**”) i 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 umowy, 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. O rezygnacji z udziału w Wydarzeniu należy poinformować Organizatora przesyłając taką informację na adres poczty elektronicznej Organizatora: [konferencje@pb.pl](mailto:konferencje@pb.pl).
7. 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.
8. 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.
9. Nieodwołanie Zgłoszenia lub niewzięcie udziału w Wydarzeniu nie zwalnia podmiotu zgłaszającego z obowiązku zapłaty Ceny.
10. Niedokonanie wpłaty kosztów uczestnictwa w Wydarzeniu w terminie wskazanym w pkt 4 powyżej 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.
11. Organizator dopuszcza by zamiast osoby wskazanej w Zgłoszeniu, w Wydarzeniu wzięła udział inna osoba wskazana przez podmiot zgłaszający. O zmianie, podmiot zgłaszający informuje Organizatora przesyłając stosowną informację na adres poczty elektronicznej Organizatora: [konferencje@pb.pl](mailto:konferencje@pb.pl) nie później niż w dniu poprzedzającym dzień rozpoczęcia Wydarzenia.
12. 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.
13. W przypadku odwołania Wydarzenia uiszczona Cena lub jej część zostaną zwrócone lub – za zgodą podmiotu zgłaszającego – przeznaczone na pokrycie kosztów uczestnictwa winnym Wydarzeniu.
14. 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.
15. Wszystkie 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.
16. Zabronione jest zwielokrotnianie Materiałów, wprowadzanie ich do obrotu, rozpowszechnianie w jakikolwiek sposób, użyczenie, wyświetlenie, publiczne udostępnienie 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.
17. Zgłaszający zobowiązany jest poinformować uczestnika zgłaszanego do wzięcia udziału w Wydarzeniu, że Organizator może utrwalać 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 utrwalone nagranie w wybranym przez siebie medium z uwzględnieniem obowiązujących w tym zakresie przepisów prawa dotyczących ochrony dóbr osobistych, w tym danych osobowych.
18. 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.
19. 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 przesyłany 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.



# 18. Kongres Public Relations i Komunikacji

20. 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](http://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.
21. Uczestnictwo w Wydarzeniu odbywającym się z wykorzystaniem środków komunikacji elektronicznej wymaga dysponowania przez uczestnika Wydarzenia systemem teleinformatycznym spełniającym następujące minimalne wymagania techniczne:
- 21.1.1 dostęp do Internetu,
  - 21.1.2 urządzenie końcowe,
  - 21.1.3 zastosowanie w niektórych przypadkach oprogramowania umożliwiającego odczytywanie plików w różnych formatach (m.in. graficznych, dźwiękowych, multimedialnych, tekstowych, video itp.).
22. 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
23. Organizator Wydarzenia odbywającego się z wykorzystaniem środków komunikacji elektronicznej nie ponosi odpowiedzialności za:
- 23.1.1 problemy telekomunikacyjne wywołane działaniami lub zaniechaniami osób trzecich,
  - 23.1.2 niedziałanie albo wadliwe działanie wykorzystywanego przez uczestnika Wydarzenia oprogramowania firm trzecich, w tym działanie wirusów komputerowych,
  - 23.1.3 niewłaściwą konfigurację sprzętu wykorzystywanego przez uczestnika Wydarzenia w celu wzięcia udziału w Wydarzeniu,
  - 23.1.4 wady sprzętu komputerowego uczestnika Wydarzenia,
  - 23.1.5 brak lub przerwy w dostępie do Internetu po stronie uczestnika Wydarzenia
  - 23.1.6 nieprawidłową obsługę aplikacji przez uczestnika Wydarzenia,
  - 23.1.7 innymi okolicznościami uniemożliwiające lub utrudniające uczestnictwo w Wydarzeniu niespowodowane działaniami lub zaniechaniami Organizatora.
24. 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.
25. 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.
26. 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.

