

Warszawa

18 listopada 2025

Dokładna lokalizacja już wkrótce!

Digital Marketing

1595 zł netto do 17 października

1895 zł netto do 18 listopada



CEL

Konferencja objęta programem recertyfikacji



DIMAQ[®]
_____ accredited

Uczestnik: 20 pkt

Prelegent: 40 pkt

To wydarzenie posiada akredytację DIMAQ, co oznacza, że posiadacze certyfikatu DIMAQ mogą otrzymać punkty recertyfikacyjne za udział. DIMAQ jest międzynarodowym standardem kwalifikacji digital marketingowych dostępnym w Polsce oraz 8 innych europejskich krajach. Więcej informacji na stronie dimaq.pl

Żyjemy w rzeczywistości, w której granice między technologią, marketingiem a doświadczeniem klienta zacierają się szybciej niż kiedykolwiek wcześniej. Zmieniają się nie tylko narzędzia, ale i fundamentalne zasady gry – dostępność danych, modele komunikacji, a nawet to, kto z kim naprawdę rozmawia.

W świecie ograniczonej widoczności – wymuszonej przez regulacje prawne, rosnącą świadomość konsumentów i zmiany w ekosystemach reklamowych – marketerzy muszą na nowo nauczyć się projektować skuteczne działania, mimo niepełnych danych. Jednocześnie technologia daje nowe możliwości: AI wspiera kreatywność, content może być bardziej dopasowany i skuteczniejszy niż kiedykolwiek, a automatyzacja przyspiesza codzienne operacje.

To jednak nie oznacza, że jest łatwiej. Klasyczne lejki sprzedażowe przestają mieć zastosowanie w świecie mikrointencji i rozmytych ścieżek decyzyjnych. Klienci oczekują interakcji dopasowanej do kontekstu, a czasem – jak pokazują najnowsze trendy – nawet nie mają świadomości, że po drugiej stronie rozmowy już nie stoi człowiek.

Dlatego zapraszamy do udziału w VII edycji konferencji „Digital Marketing”, która odbędzie się 18 listopada w Warszawie. W tym roku skupiamy się na tym, jak efektywnie działać w warunkach zmiennego otoczenia, braku pełnych danych i przyspieszonej transformacji technologicznej.

PROMUJEMY WIELOOSOBOWE ZGŁOSZENIA!

2 osoby – 1395 zł netto/os.

3 osoby – 1295 zł netto/os.

4 osoby i więcej – 1195 zł netto/os.

ZGŁOŚ >>



Podczas konferencji poruszymy m.in. tematy:

- budowania strategii w świecie ograniczonego dostępu do danych,
- łączenia działań wizerunkowych z performance marketingiem,
- redefinicji ścieżki klienta,
- automatyzacji i skalowania marketingu przy pomocy AI i no-code,
- oraz tworzenia contentu, który nie tylko „przyciąga oko”, ale faktycznie działa.

Do udziału zaprosiliśmy praktyków, liderów i innowatorów – osoby, które nie tylko analizują zmiany, ale przede wszystkim wdrażają je w realnych organizacjach. Wspólnie przyjrzymy się aktualnym wyzwaniom, przetestowanym rozwiązaniom i najnowszym trendom, które warto znać, by skutecznie budować markę w cyfrowej rzeczywistości.

Jeśli jesteś osobą odpowiedzialną za strategię, komunikację, rozwój sprzedaży lub doświadczenie klienta – nie może Cię zabraknąć!





PROGRAM

Wtorek, 18 listopada

08:30

Rejestracja uczestników, 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 "VII Digital Marketing"

 *Magdalena Marczak-Makowska, Project Manager, Puls Biznesu*

09:10

Emocje w czasach prymatu danych. Jak CRM-owy storytelling wzmacnia osobistą relację z marką?

 *Michał Kołodziej, Digital Activations Manager, McDonald's Polska*

09:50

Od marki do konwersji. Jak połączyć performance z długofalową wartością.

 *Paweł Stachula, Digital Marketing Implementation International Lead, Nationale-Nederlanden*

- Jak tworzyć strategię, która łączy efektywność sprzedażową z budowaniem marki?
- Performance marketing vs branding – czy da się to naprawdę pogodzić?
- Efekty działań krótkoterminowych i długoterminowych – jak je mierzyć?
- Jak mierzyć efekty działań wizerunkowych i wyciągać z nich wnioski?

10:30

Koniec lejka, jaki znamy. Nowe mapy ścieżki klienta.

 *Olga Adamkiewicz, Członek Zarządu ds. Sprzedaży i Marketingu, Krajowa Grupa Spożywcza*

- Klienci poruszają się nieregularnie – co dalej z klasycznym lejkiem? Czy lead scoring nadal działa?
- Czy lead scoring ma nadal sens?
- Świat mikointencji zamiast lejków.
- Intencja jako nowy punkt startu – jak ją rozpoznać i obsłużyć?
- Co się zmieniło między punktem styku a decyzją zakupową?



11:10

Przerwa na kawę

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

11:40

AI vs AI? Co się dzieje, gdy obie strony rozmowy nie są ludźmi.

- Czy klient rozpoznaje, że rozmawia z AI? I czy mu to przeszkadza?
 - Jak daleko można zautomatyzować obsługę, sprzedaż i marketing?
 - Ryzyka braku "ludzkiego momentu" w komunikacji marketingowej. Czy są jakieś szanse?
 - Jak zapewnić spójność i sens rozmów AI z AI?
 - Nowe wyzwania w obsłudze klienta i detekcji intencji. Jak w praktyce wygląda nowa mapa kontaktu z klientem?
-

12:20

Sexmisja, Familiada i klocki Lego, czyli o tym, dlaczego AI nie jest kreatywna.



Tomasz Graszewicz, Founder, AI Wizards

Większość ludzi uważa, że AI nie jest kreatywna. To jednak nie do końca prawda – często po prostu nie wiemy, z czego to wynika i jak sprawić, by sztuczna inteligencja działała w bardziej twórczy sposób. Podczas tej prezentacji odsłonię kulisy „kreatywności” AI, pokażę, co naprawdę na nią wpływa i jak można nią świadomie zarządzać, aby stała się wartościowym wsparciem w realizacji naszych projektów.

13:00

Content, który działa. Jak pisać treści, które naprawdę odpowiadają na potrzeby użytkownika?



Aleksandra Mikołajczyk, Head of E-commerce, YES Bizuteria

- Jak zmienia się rola SEO w świecie opartym na intencji, a nie słowie kluczowym?
 - Dlaczego algorytmy premiąją treści pisane z myślą o człowieku
 - Jak łączyć skuteczność (widoczność w wyszukiwarce) z naturalnością i użytecznością?
 - Przepis na treść, która odpowiada na pytania, a nie tylko je powiela.
 - Jak rozpoznać prawdziwe potrzeby użytkownika – i na nie odpowiadać?
-

13:40

Przerwa na lunch

14:40

Scroll stop! O wizualnej stronie marketingu i łapaniu uwagi na ścieżce zakupowej.



Radosław Zarzeczny, Dyrektor ds. Komunikacji Wizualnej, HOUSE (LPP)



15:20

Sprzedaż w kanałach, które wymykają się analityce. Social commerce i mikrospołeczności.

 *Dominik Juszcak, Influencer Marketing & PR, Your KAYA*

- Mikrospołeczności i „dark social” – gdzie naprawdę zapadają decyzje?
- Marketing „po cichu” – jak działać bez twardych danych?
- Jak docierać do grup zamkniętych i budować tam zaufanie?
- Czy da się zmierzyć efekty w kanałach, których nie widać?

16:00

Marketing na autopilocie? Marketing automation i no-code w praktyce.

 *Kamila Cichocka, dyrektorka marketingu, Microsoft*

- No-code w kampaniach – szybciej, taniej, skuteczniej?
- Jak automatyzować działania bez pomocy działu IT?
- Skalowanie marketingu przy małych zespołach – co się sprawdza?

16:40

Zakończenie konferencji "VII Digital Marketing"





PRELEGENCI



Olga Adamkiewicz

Członek Zarządu ds. Sprzedaży i Marketingu Krajowa Grupa Spożywcza

Z 20-letnim doświadczeniem w obszarze marketingu, sprzedaży oraz komunikacji. Obecnie pełni funkcję Członkini Zarządu Krajowej Grupy Spożywczej S.A. ds. Marketingu i Sprzedaży, nadzorującej również obszary IT, ESG & innowacji, logistyki oraz jakości. Karierę zawodową i menedżerską rozpoczynała w Procter & Gamble, gdzie była Brand Managerem na rynkach CEE. Od 2013 do 2017 r. pełniła funkcję Dyrektorki Marketingu, Public relations i marek własnych w Jeronimo Martins Drogerie i Farmacie. W latach 2017–2020 była współzałożycielką oraz Prezeską spółki marketingowej Assembly Global. Jej kolejnym etapem zawodowym była praca w spółce e-commerce Artgeist, w latach 2020–2024, gdzie jako Dyrektorka Generalna i Prezeska Zarządu odpowiadała m.in. za strategię wzrostu i rozwój sprzedaży na 26 rynkach globalnych. Olga Adamkiewicz posiada również doświadczenie w organach nadzorczych i doradczych. Była członkinią rad nadzorczych Focus Garden, WWF Polska oraz Intersport Bałkany, a także doradzała zarządom firm z sektora retail, w zakresie strategii i ekspansji. Olga Adamkiewicz jest również aktywną działaczką społeczną i współautorką kampanii „We Did It in Poland” pod patronatem Polskiej Prezydencji w Radzie Unii Europejskiej czy apolitycznej kampanii pro-frekwencyjnej przed wyborami parlamentarnymi w 2023 r. „Kobiety na Wybory”.



Kamila Cichocka

dyrektorka marketingu Microsoft

Z ponad 20-letnim doświadczeniem w branży technologicznej, rozwija swoją karierę w międzynarodowych organizacjach, prowadząc strategie marketingowe i sprzedażowe na różnych rynkach i wśród różnych grup odbiorców. Obecnie pełni rolę Dyrektorki Marketingu w Microsoft, gdzie realizuje efektywne strategie wejścia na rynek oraz kampanie, które łączą ludzi z potencjałem i siłą technologii. Kamila jest również współzałożycielką trust4brand – społeczności liderów marketingu i komunikacji, rozwijającej się w modelu peer-to-peer. Pasjonuje się łączeniem kreatywności z danymi i technologią, wykorzystując innowacyjne modele biznesowe, rozwiązania technologiczne, automatyzację i optymalizację wyników, aby budować marketing nie tylko skuteczny, ale również mający znaczenie i odpowiedzialny. Wierzy w transformującą moc opowieści oraz jej zdolność do inspirowania, angażowania i wprowadzania pozytywnych zmian. Nieustannie poszukuje nowych modeli biznesowych i podejść marketingowych, które łączą potrzeby ludzi z wizją przyszłości oraz możliwościami, jakie oferuje dziś technologia.





Tomasz Graszewicz

Founder AI Wizards

Założyciel firmy doradczo-szkoleniowej AI wizards, skupionej wokół kreatywnych narzędzi AI. Tomek specjalizuje się w Midjourney, Dall-E, programach opartych na GPT(w tym ChatGPT) oraz wielu innych rozwiązaniach generative AI. Opracował kompleksowy kurs Midjourney V4 oraz kilka kursów generative AI. Pomysłodawca pierwszego w Polsce i jednego z pierwszych na świecie fizycznych, seryjnie drukowanych produktów stworzonych przy użyciu sztucznej inteligencji – „Łap Kalendarz”. Za, który otrzymał, wraz z zespołem, pierwszą w Polsce nagrodę Ars za dzieło stworzone przy pomocy AI w kategorii „NO CODE”. Na co dzień zarządzający agencją kreatywną Shake the Cake oraz employer brandingową Job'n'Joy. Od ponad 20 lat związany z branżą reklamową. Jest również współzałożycielem i pierwszym prezesem Profitroom, firmy obsługującej obecnie ponad 3,5 tys. hoteli na świecie. Wykładowca akademicki, keynote speaker i szkoleniowiec w zakresie technik rozwijania kreatywności. Zdobył wiele nagród i wyróżnień w prestiżowych konkursach m.in.: EFFIE, KTR, Golden Arrow, Złote Spinacze, EBEA, Siła przyciągania, Boomerang oraz Złoty Medal Międzynarodowych Targów Poznańskich za innowacyjny produkt.



Dominik Juszcak

Influencer Marketing & PR Your KAYA



Michał Kołodziej

Digital Activations Manager McDonald's Polska



Magdalena Marczak-Makowska

Project Manager Puls Biznesu





Aleksandra Mikołajczyk

Head of E-commerce YES Biżuteria



Paweł Stachula

Digital Marketing Implementation International Lead Nationale-Nederlanden

Od ponad 15 lat związany jest z branżą finansową i ubezpieczeniową zdobywając doświadczenie w Polsce, Hiszpanii oraz w międzynarodowych strukturach. Obecnie zajmuje się wdrażaniem strategii digital marketingu oraz zarządzaniem procesami dystrybucji leadów w Grupie Nationale-Nederlanden – jednej z największych europejskich grup finansowych, oferującej ubezpieczenia, produkty emerytalne i inwestycyjne. Na co dzień współpracuje z ośmioma rynkami: Polską, Hiszpanią, Rumunią, Węgrami, Czechami, Słowacją, Grecją i Japonią. Doświadczenie zawodowe zdobywał głównie w obszarze generowania leadów, optymalizacji kampanii online oraz planowania działań digitalowych, które wykraczają poza standardowe schematy – z wykorzystaniem różnych źródeł pozyskiwania kontaktów, w tym kanałów alternatywnych. Posiada również solidne doświadczenie w strategicznym zarządzaniu projektami na poziomie międzynarodowym – tam, gdzie różnorodność kulturowa nie tylko inspiruje, ale też pozwala osiągać świetne efekty synergii. Absolwent Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie. Po godzinach pasjonat nowych technologii, rozwiązań opartych na sztucznej inteligencji, górskich wędrówek, inwestowania i podcastów.



Radosław Zarzeczny

Dyrektor ds. Komunikacji Wizualnej HOUSE (LPP)





KONTAKT



MIEJSCE

Opiekun merytoryczny



Magdalena Marczak
Project Manager

 695 370 210

 m.marczak@pb.pl

Współpraca



Katarzyna Doktor
Marketing Project Manager



 k.doktor@pb.pl

Dokładna lokalizacja już wkrótce!

Warszawa

Partner Merytoryczny



22 333 97 77



konferencje@pb.pl

(65399)

Partner wspierający



Altkom Akademia

Dostarczamy kursy biznesowe i technologiczne. Nasza oferta to ponad tysiąc szkoleń i egzaminów, z których do tej pory skorzystało ponad 650 tys. kursantów. Współpracujemy z ponad 300 trenerami – ekspertami w swoich branżach. Dzięki wysokim standardom szkoleń, nieprzerwanie od 1999 r. zajmujemy pierwsze miejsca w raportach branży szkoleniowej.



Formularz rejestracji: VII Digital Marketing

Cena

VII Digital Marketing

18 listopada 2025, Warszawa

1595 zł netto od 2025-09-13 do 2025-10-17

1895 zł netto od 2025-10-18 do 2025-11-18

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 [Regulaminem](https://apps.bonnier.pl/regulaminy/pdf/Regulamin_uczestnictwa_w_konferencjach_ver_25.04..pdf) a> wydarzenia i akceptuję jego treść.

☐

Chcę wiedzieć pierwszy i otrzymywać Newsletter Konferencji "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](https://apps.bonnier.pl/regulaminy/pdf/RODO_klauzula_informacyjna_konferencje.pdf)

Pieczętka i podpis



22 333 97 77



konferencje@pb.pl

(65399)

Formularz rejestracji: VII Digital Marketing

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 p atnych organizowanych przez Bonnier Business Polska Sp. z o.o.

1. Organizatorem warsztatów/konferencji/szkole p atnych („Wydarzenia”) jest Bonnier Business (Polska) Sp. z o.o. z siedzib w Warszawie, ul. Kijowska 1, wpisana do Rejestru Przedsi biorców Krajowego Rejestru S dowego przez S d Rejonowy dla M. St. Warszawy w Warszawie, XIII Wydzia Gospodarczy Krajowego Rejestru S dowego pod numerem KRS 000024847, NIP: 113-01-55-210, wysoko kapita u zak adowego: 2 000 000,00 PLN („Organizator”).
2. Wynagrodzenie nale ne Organizatorowi za udzia jednej osoby w Wydarzeniu („Cena”) okre lane s ka dorazowo na dedykowanej stronie Wydarzenia („Strona Wydarzenia”) w informacjach ogólnych dotycz cych Wydarzenia lub innej sekcji wg wyboru Organizatora. Cena obejmuje prelekcje, materia y szkoleniowe, a w przypadku konferencji stacjonarnych tak e przerwy kawowe, lunch. Wszelkie inne koszty niewskazane przez Organizatora (np. koszty przejazdu, zakwaterowania) uczestnik Wydarzenia pokrywa we w asnym zakresie. W przypadku Wydarze organizowanych z wykorzystaniem rodków komunikacji elektronicznej cena obejmuje wy cznie prelekcje oraz materia y szkoleniowe. P atno ci nale y dokonywa na rachunek bankowy Organizatora wskazany ka dorazowo na Stronie Wydarzenia z uwzgl dnieniem informacji wskazanych przez Organizatora na fakturze pro forma lub na fakturze VAT.
3. Wype nienie elektronicznego formularza zg oszeniowego udost pnionego przez Organizatora i zamieszczonego na stronie internetowej Wydarzenia (tj. www.konferencje.pb.pl lub innej wskazanej przez Organizatora) („Zg oszenie”), a nast pnie zatwierdzenie Zg oszenia poprzez aktywowanie dedykowanego przycisku „Zarejestruj z obowi zkiem zap aty” lub pobranie, wype nienie i odes anie 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 Zg oszeniu jako podmiot zg aszaj cy umowy, której przedmiotem jest umo liwienie osobom wskazanym w Zg oszeniu uczestnictwa w Wydarzeniu. Na podstawie Zg oszenia Organizator wystawia i przesy a na adres poczty elektronicznej wskazany w Zg oszeniu faktur pro forma p atn w terminie siedmiu (7) dni od daty Zg oszenia.
4. Bior c pod uwag fakt, e Zg oszenie dokonywane mo e by przez osob zyczn dzia aj c w imieniu i na rzecz innych osób, osoba zg aszaj ca zobowi zana jest w trakcie dokonywania Zg oszenia do potwierdzenia stosownego upowa nienia. W przeciwnym wypadku Organizator zastrzega sobie prawo odmowy przyj cia Zg oszenia.
5. Osoba dokonuj ca Zg oszenia ponosi odpowiedzialno za o wiadczenia sk adane w trakcie realizacji procedury Zg oszenia. Szczegó owe warunki Zg oszenia, sposób post powania w trakcie i po dokonaniu Zg oszenia oraz zakres wymaganych o wiadcze osoby zg aszaj cej oraz osób zg aszanych Organizator okre la w interaktywnym formularzu Zg oszenia zamieszczonym na Stronie Wydarzenia.
6. W przypadku, o którym mowa w Pkt 5 Regulaminu, Organizator dopuszcza mo liwo wskazania osób, które wezm udzia w Wydarzeniu na podstawie Zg oszenia w terminie pó niejszym ni jego zatwierdzenie zgodnie z pkt 3 Regulaminu, jednak e nie pó niej ni na dwadzie cia jeden (21) dni kalendarzowych przed rozpocz ciem Wydarzenia. Niniejsze postanowienie nie ma zastosowania w przypadku dokonania Zg oszenia w terminie pó niejszym ni na dwadzie cia jeden (21) dni kalendarzowych przed rozpocz ciem Wydarzenia.
7. O rezygnacji z udzia u w Wydarzeniu nale y poinformowa Organizatora przesy aj c tak informacj na adres poczty elektronicznej Organizatora: konferencje@pb.pl.
8. W przypadku rezygnacji z uczestnictwa w Wydarzeniu nie pó niej ni dwadzie cia jeden (21) dni kalendarzowych przed rozpocz ciem Wydarzenia, podmiot zg aszaj cy zostanie obci ony op at w wysoko ci stanowi cej równowarto 30% Ceny. Niniejsze postanowienie nie ma zastosowania w przypadku dokonania Zg oszenia w terminie pó niejszym ni na dwadzie cia jeden (21) dni kalendarzowych przed rozpocz ciem Wydarzenia.
9. W przypadku rezygnacji z uczestnictwa w Wydarzeniu w terminie krótszym ni dwadzie cia jeden (21) dni kalendarzowych przed rozpocz ciem Wydarzenia, podmiot zg aszaj cy zostanie obci ony pe n Cen .
10. Niedowdanie Zg oszenia lub niewzi cie udzia u w Wydarzeniu nie zwalnia podmiotu zg aszaj cego z obowi zku zap aty Ceny.
11. Niewskazanie osób, które wezm udzia w Wydarzeniu stosownie do pkt 6 Regulaminu jest równoznaczne z rezygnacj z uczestnictwa w Wydarzeniu. Pkt 8 i 9 Regulaminu stosuje si w takim przypadku odpowiednio.
12. Niedokonanie wp aty kosztów uczestnictwa w Wydarzeniu w terminie wskazanym w pkt 3 Regulaminu nie jest jednoznaczne z rezygnacj z uczestnictwa w Wydarzeniu. Niedokonanie wp aty kosztów uczestnictwa w Wydarzeniu nie wy cza prawa do stosowania przez Organizatora uprawnie z pkt 9 i 10 Regulaminu.
13. Organizator dopuszcza by zamiast osoby wskazanej w Zg oszeniu, w Wydarzeniu wzi a udzia inna osoba wskazana przez podmiot zg aszaj cy. O zmianie, podmiot zg aszaj cy informuje Organizatora przesy aj c stosown informacj na adres poczty elektronicznej Organizatora: konferencje@pb.pl nie pó niej ni w dniu poprzedzaj cym dzie rozpocz cia Wydarzenia.
14. Organizator zastrzega sobie prawo do zmian programu Wydarzenia, w szczególno ci polegaj cej na zmianie godziny danego wyst pienia, zmianie osoby prowadz cej lub zmiany lokalizacji Wydarzenia, jak równie do odwo ania Wydarzenia.
15. W przypadku odwo ania Wydarzenia uiszczona Cena lub jej cz zostan zwrócone lub – za zgod podmiotu zg aszaj cego – przeznaczone na pokrycie kosztów uczestnictwa winnym Wydarzeniu.
16. Organizator zastrzega sobie prawo do zmiany terminu Wydarzenia. W przypadku braku akceptacji nowej daty Wydarzenia, podmiotowi zg aszaj cemu, który op aci Cen , Organizator zwraca Cen w pe nej wysoko ci.
17. Wszystkie materia y przekazane uczestnikowi w zwi zku z Wydarzeniem („Materia y”) stanowi w asno Organizatora (lub podmiotów wspó pracuj cych z Organizatorem) i w zwi zku z tym przeznaczone s wy cznie do u ytku osobistego uczestnika Wydarzenia.
18. Zabronione jest zwielokrotnianie Materia ów, wprowadzanie ich do obrotu, rozpowszechnianie w jakikolwiek sposób, u yczanie, wy wietlanie, publiczne udost pnianie Materia ów w taki sposób, aby ka dy móg mie do nich dost p w miejscu i w czasie przez siebie wybranym oraz jakiegokolwiek inne wykorzystanie sprzeczne z celem lub zakresem wskazanym w ust. 17 Regulaminu.
19. Zg aszaj cy zobowi zany jest poinformowa uczestnika zg aszanego do wzi cia udzia u w Wydarzeniu, e Organizator mo e utrwala przebieg Wydarzenia -w celu informacyjnym -za pomoc urz dze rejestruj cych d wi k lub obraz. Brak zgody uczestnika zg aszanego do wzi cia udzia u w Wydarzeniu na powy sze czynno ci wyklucza mo liwo wzi cia udzia u w Wydarzeniu. Organizator mo e zamie ci utrwalone nagranie w wybranym przez siebie medium z uwzgl dnieniem obowi zuj cych w tym zakresie przepisów prawa dotycz cych ochrony dóbr osobistych, w tym danych osobowych.
20. Dokonanie Zg oszenia jest równoznaczne z udzieleniem Organizatorowi upowa nienia do wystawienia faktury VAT bez podpisu przez osob zg aszaj c lub podmiot w imieniu którego osoba zg aszaj ca dzia a.
21. Organizator udziela osobie dokonuj cej Zg oszenia oraz uczestnikowi Wydarzenia rabatu w wysoko ci co najmniej 5% na rejestracj na organizowane, w ci gu roku od daty Wydarzenia, jego kolejne edycje lub konferencje, warsztaty, szkolenia p atne zwi zane tematycznie z Wydarzeniem. Celem skorzystania z rabatu uprawniony wprowadza przekazany przez Organizatora kod rabatowy podczas rejestracji. Rabat naliczy si automatycznie. Kod rabatowy b dzie przesy any przez Organizatora – na adres e-mail osoby dokonuj cej Zg oszenia oraz uczestnika Wydarzenia podany w formularzu rejestracyjnym na Wydarzenie – w zaproszeniu na kolejn edycj Wydarzenia lub konferencj , warsztat, szkolenie p atne zwi zane tematycznie z Wydarzeniem. Kod rabatowy jest aktywny do up ywu wskazanego terminu rejestracji na kolejn edycj Wydarzenia lub konferencj , warsztat, szkolenie p atne zwi zane tematycznie z Wydarzeniem. Rabat dotyczy ka dego uczestnika zg aszanego przez osob uprawnion do rabatu. Rabat czy si z innymi rabatami, chyba e Organizator postanowi inaczej, o czym uprawniony zostanie poinformowany w zaproszeniu.
22. Je li osoba dokonuj ca rejestracji wyra a b d utrzymuje wyra one uprzednio zgody marketingowe na kontakt e-mailowy oraz telefoniczny otrzymuje 5% sta ego rabatu na dokonywane przez siebie rejestracje na p atne Wydarzenia organizowane przez Organizatora i og aszane (oferowane) poprzez dedykowany Wydarzeniom serwis internetowy dzia aj cy pod adresem: www.konferencje.pb.pl (do momentu wycofania zgód lub jednej ze zgód). Rabat ten czy si z innymi. Wery kacja nast puje w czasie rzeczywistym na podstawie podanego w Zg oszeniu adresu e-mail osoby zg aszaj cej. Rabat naliczany jest automatycznie. Prawo do rabatu przys uguje wy cznie osobie dokonuj cej rejestracji (dokonuj cej Zg oszenia) i dotyczy danego Zg oszenia bez wzgl du na liczb uczestników rejestrowanych przez osob dokonuj c rejestracji i uprawnion do otrzymania rabatu.



23. Uczestnictwo w Wydarzeniu odbywaj cym si z wykorzystaniem rodków komunikacji elektronicznej wymaga dysponowania przez uczestnika Wydarzenia systemem teleinformatycznym spe niaj cym nast puj ce minimalne wymagania techniczne:
1. dost p do Internetu,
 2. urz dzenie ko owe,
 3. zastosowanie w niektórych przypadkach oprogramowania umo liwiaj cego odczytywanie plików w ró nych formatach (m.in. gra cznych, d wi kowych, multimedialnych, tekstowych, wideo itp.).
24. O ile jest to niezb dne ze wzgl du na charakter Wydarzenia odbywaj cego si z wykorzystaniem rodków komunikacji elektronicznej, Organizator w procesie Zg oszenia przekazuje informacj o ewentualnych dodatkowych wymaganiach technicznych niezb dnych do wzi cia udzia u w Wydarzeniu
25. Organizator Wydarzenia odbywaj cego si z wykorzystaniem rodków komunikacji elektronicznej nie ponosi odpowiedzialno ci za:
1. problemy telekomunikacyjne wywo ane dzia aniami lub zaniechaniami osób trzecich,
 2. niedzia anie albo wadliwe dzia anie wykorzystywanego przez uczestnika Wydarzenia oprogramowania rm trzecich, w tym dzia anie wirusów komputerowych,
 3. niew a ciw kon guracj sprz tu wykorzystywanego przez uczestnika Wydarzenia w celu wzi cia udzia u w Wydarzeniu,
 4. wady sprz tu komputerowego uczestnika Wydarzenia,
 5. brak lub przerwy w dost pie do Internetu po stronie uczestnika Wydarzenia,
 6. nieprawid ow obs ug aplikacji przez uczestnika Wydarzenia,<.li>
 7. innymi okoliczno ci uniemo liwiaj ce lub utrudniaj ce uczestnictwo w Wydarzeniu niespowodowane dzia aniami lub zaniechaniami Organizatora.
26. W przypadku Wydarze stacjonarnych, w sytuacji wprowadzenia, aktami w adzy pa stwowej lub lokalnej na terenie kraju lub jego cz ci, ogranicze , a tak e wytycznych w a ciwych s u b, instytucji oraz innych podmiotów realizuj cych ustawowe obowi zki, które wp ywa by na sposób organizacji Wydarzenia, Organizator zastrzega mo liwo wprowadzenia dodatkowych wymaga dla uczestników Wydarzenia celem zapewnienia ochrony ich zdrowia i bezpiecze stwa. Organizator powiadomi uczestników Wydarzenia, na adres e-mail podany w zg oszeniu rejestracyjnym, o dodatkowych wymogach uczestnictwa oraz konieczno ci potwierdzenia ich akceptacji w terminie wskazanym w przes anej wiadomo ci. Organizator zastrzega sobie prawo odmowy dopuszczenia do uczestnictwa w Wydarzeniu osób, które nie wyra zgody na przestrzeganie wymogów, o których mowa w zdaniu poprzednim.
27. Osoba dokonuj ca Zg oszenia podejmuj c czynno ci w celu dokonania Zg oszenia potwierdza, e dane zg aszanego uczestnika s prawdziwe, a osoba zg aszana do wzi cia udzia u w Wydarzeniu wyrazi a zgod na dokonanie Zg oszenia z uwzgl dnieniem jej danych osobowych. Po dokonaniu zg oszenia osoba, której dane w nim wskazano, zostanie poinformowana o tym kto dokona Zg oszenia oraz jakie dane zosta y wskazane z pro b o ich potwierdzenie.
28. Niniejszy regulamin obowi zuje od chwili jego opublikowania na Stronie Wydarzenia. Organizator zastrzega sobie prawo do jego zmiany, z zastrze eniem e dokonane zmiany obowi zuj od chwili ich przekazania do publicznej wiadomo ci.

