

Warszawa

7 grudnia 2022

Sound Garden Hotel

4. Kongres Komunikacji Kryzysowej

2395 zł netto do 7 grudnia



CEL

PR-owcu!

Zastanawiasz się, skąd nadejdą kryzysy wizerunkowe w 2023 roku?

Chcesz sprawdzić, jak zaproszeni eksperci poradzi sobie z kryzysami wewnątrz firm?

Nie wiesz, jak właściwie formułować komunikaty skierowane do pracowników w sytuacjach kryzysowych i w czasie zmian?

Zastanawiasz się, jak bronić reputację firmy przed dezinformacją oraz fake newsami?

Chcesz wiedzieć, w jaki sposób tworzyć skuteczne treści w social mediach w odpowiedzi na kryzys?

Zastanawiasz się, jak radzić sobie komunikacyjnie z szantażem biznesowym, atakami hakerskimi i cyberzagrożeniem?

Sytuacje trudne i kryzysowe mogą dotknąć Twoją firmę każdego dnia! Pomówienia, katastrofy budowlane, pożary, wypadki komunikacyjne, ataki hakerskie, wycofanie wadliwego produktu z rynku, zwolnienia grupowe, skandale czy inne negatywne incydenty mogą w jednej chwili zrujnować budowaną latami reputację Twojej firmy. Mogą, ale nie muszą! To od wcześniejszego przygotowania Twojej firmy na wypadek kryzysu zależą szybkie i właściwe działania PR-owe. A Ty PR-owcu, dzięki wiedzy o narzędziach i metodach reagowania na sytuacje kryzysowe możesz być silnym wsparciem dla Twojej organizacji.

Zapraszamy Cię na jedyne na rynku wydarzenie, które pozwoli Ci przygotować się na niespodziewane sytuacje kryzysowe oraz uchronić Twoją markę przed utratą reputacji.

Spotkamy się **7 grudnia 2022 r.** w Warszawie podczas **4. Kongresu Komunikacji Kryzysowej**. Dołącz do nas, aby wysłuchać najlepszych ekspertów i poznać doświadczenia takich firm i instytucji jak m.in.: **LOT, Warner Bros. Discovery PL, Sztab Generalny Wojska Polskiego, ZUS, Warta** oraz **PZU Zdrowie**.

Dajemy Ci inspiracje, wiedzę, możliwość poznania znakomitych praktyków, czas na networking oraz możliwość rozwoju!

4. Kongres Komunikacji Kryzysowej

Uczestnikom gwarantujemy:

- Najwyższą jakość merytoryczną = wystąpienia wyłącznie doświadczonych ekspertów – praktyków z różnych branż
- Liczne inspiracje i sesje motywujące do działania i zmian
- Atmosferę sprzyjającą pogłębianiu wiedzy i kreowaniu nowych pomysłów
- Liczne okazje do integracji i interakcji
- Imienny certyfikat potwierdzający zdobytą wiedzę





PROGRAM

Środa, 7 grudnia

08:00

Rejestracja uczestników, poranna kawa

08:55

Oficjalne powitanie uczestników, rozpoczęcie

 *Magdalena Sokulska, project manager, Puls Biznesu*

09:00

Kryzysometr 2023 – skąd nadejdą kryzysy wizerunkowe 2023 w oczach branży. Premiera prezentacji wyników badania Kryzysometr

 *Adam Łaszyn, CEO, ekspert ds. komunikacji kryzysowej i strategii komunikowania, ALERT MEDIA Communications Sp. z o.o.*

- Raport z badania Kryzysometr 2023 – prognozy, zagrożenia na przyszły rok
-

10:00

Kiedy niebo się zamyka – studium przypadku zawieszenia połączeń do Rosji, Białorusi i Ukrainy

 *Krzysztof Moczulski, rzecznik prasowy, LOT*

10:30

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

Reakcje na kryzysy w okresie wyborczym

 *Michał Wiórkiewicz, partner, Prostrategic Communication*

Okres przedwyborczy to czas na opak. W Polsce wszystko jest lub może się stać polityką – w okresie przedwyborczym jest to jeszcze bardziej widoczne. To czas, kiedy wszystko co do tej pory było niemożliwe – decyzje administracyjne, ustawy, czy nawet tak zwana wola polityczna może z dnia na dzień zmienić otoczenie, w którym do tej pory prowadziliśmy biznes. Administracja – może być w tym okresie sparaliżowana – czekać na wyniki i nie podejmować decyzji. Nawet błahe wydarzenie może urosnąć do rangi kryzysu. Emocje społeczne wyłączają sztandarowe myślenie. To nie jest czas normalnego



4. Kongres Komunikacji Kryzysowej

funkcjonowania państwa. Ciężko określić co jest w kampanii realną deklaracją i programem a co jest socjotechniką i obietnicą, która nigdy nie zostanie spełniona. Biznes, który działa na rynku regulowanym przez państwo, lub na takim, gdzie klientem jest państwo, w tym okresie musi liczyć się z powyższymi uwarunkowaniami. Pokażemy przykłady kryzysów biznesowych połączonych z kampaniami wyborczym.

11:30

PANEL DYSKUSYJNY - Kryzys wewnątrz firmy – diagnostyka i zarządzanie

-  Moderator: Marcin Zięba, dyrektor w dziale praktyki korporacyjnej, Lighthouse
-  Nina Żwirko, communication manager, Burda Media Polska Sp. z o.o.
-  Ivetta Biały, ekspert ds. komunikacji kryzysowej i issue management
-  Sebastian Kucharski, digital PR & employer branding manager, BSH Sprzęt Gospodarstwa Domowego Sp. z o.o.

- Jak zarządzać wizerunkiem pracodawcy wewnątrz firmy i na zewnątrz?
- Jak pracować ze związkami zawodowymi i zespołami?
- Kryzysy wywołane przez opinie pracowników

12:15

PANEL DYSKUSYJNY - Komunikacja wewnętrzna i wzrost jej roli w walce z dezinformacją, w sytuacjach trudnych wizerunkowo, w czasie zmian i kryzysów

-  Moderator: Adriana Borucka, founder & managing partner, PinPoint / iComms
-  Jan Mróz, VP, communications & public affairs director, Warner Bros. Discovery PL
-  Piotr Kaniowski, dyrektor ds. komunikacji korporacyjnej i wewnętrznej, rzecznik prasowy, CANAL+ Polska
-  Justyna Gdowska, rzecznik prasowy, Trefl Gdańsk S.A.
-  Anna Choszcz-Sendrowska, dyrektorka działu komunikacji i PR, Stowarzyszenie SOS Wioski Dziecięce w Polsce

- Komunikacja wewnętrzna i jej realne przełożenie na zachowanie pracowników w trakcie zmian oraz w kryzysie
- Właściwe formułowanie komunikatów, które pomogą przejść firmie przez trudne momenty z silnym wsparciem pracowników
- Zarządzanie emocjami pracowników oraz umiejętne reagowanie na nastroje wywołane zmianą

13:00

Lunch

13:45

Trolle, fake newsy, hakerzy – wyzwania współczesnej komunikacji

-  dr Mariusz Sokołowski, partner, Prostrategic Communication

- Kodeks postępowania w zakresie zwalczania dezinformacji
- Fake news – narzędzie manipulacji
- Jak zniszczyć reputację trollem i fake newsem?
- Co sprzyja dezinformacji i fake newsom?
- Jak się bronić? 3 elementy skutecznego odkłamywania



4. Kongres Komunikacji Kryzysowej

14:30

PANEL DYSKUSYJNY – Dezinformacja – dokąd to zmierza? Narzędzia do zwalczania dezinformacji

-  Moderator: dr Mariusz Sokołowski, partner, Prostrategic Communication
-  płk Joanna Klejszmit, szef zespołu prasowego, rzecznik prasowy, Sztab Generalny Wojska Polskiego
-  Paweł Żebrowski, rzecznik prasowy, ZUS
-  Michał Jurczyga, rzecznik prasowy, FAME MMA
-  Jakub Śliż, prezes i założyciel, Stowarzyszenie Pravda

15:15

Przerwa na kawę

15:20

PANEL DYSKUSYJNY - Zarządzanie procesem komunikacji w mediach społecznościowych w czasie sytuacji kryzysowej

-  Moderator: Karolina Janik, CEO, Personal PR Sp. z o.o.
-  Agnieszka Michajłow, rzecznik prasowy, Port Lotniczy Gdańsk im. Lecha Wałęsy
-  Rozalia Derewenda-Zastona, kierowniczka zespołu komunikacji, PZU Zdrowie
-  Olimpia Schneider, kierownik działu komunikacji i PR i rzecznik prasowy, Zakład Utylizacyjny Sp. z o.o. w Gdańsku
-  Dawid Korszeń, rzecznik prasowy, Warta
-  Michał Wawrzaszek, rzecznik prasowy, Zarząd Transportu Metropolitalnego

- Silny plan kryzysowy w social mediach – przygotuj firmę na szybką reakcję
- Jak szybko i skutecznie obalić dezinformację i fake newsy o Twojej firmie poprzez media społecznościowe?
- Jak tworzyć skuteczne treści w social mediach w odpowiedzi na kryzys?
- Narzędzia i techniki do monitorowania mediów społecznościowych

16:05

PANEL DYSKUSYJNY - Szantaż biznesowy, ataki hakerskie i cyberzagrożenia

-  Moderator: Szymon Szymczyk, senior advisor, new economy practice, Hill+Knowlton Strategies
-  Agnieszka Gorzkowicz, zastępczyni rzecznika prasowego, Credit Agricole Bank Polska S.A.
-  Krzysztof Dyki, prezes, ComCERT S.A.
-  płk dr Piotr Potejko, prawnik, pracownik naukowo-dydaktyczny, Wydział Nauk Politycznych i Studiów Międzynarodowych UW

16:50

Księga Komunikacji Kryzysowej - pozycja obowiązkowa w każdej firmie

-  Magdalena Zwolińska, ekspertka ds. komunikacji kryzysowej, Lighthouse

Podręcznik komunikacji kryzysowej, procedury, manual, instrukcja komunikacji w kryzysie. Dla firmy jest tym, czym ubezpieczenie OC dla samochodu. W teorii każdy PR-owiec wie, że to narzędzie niezbędne, aby sprawnie i efektywnie zarządzić kryzysem. Praktyka pokazuje jednak, że często, kiedy pojawia się kryzys, procedury zdają się na nic, bo... od wielu



4. Kongres Komunikacji Kryzysowej

lat nie były aktualizowane, manual jest opasłym tomiskiem którego nikt nie będzie czytał, kiedy w firmie jest pożar. Czasem zaadaptowana do polskich warunków globalna wersja nijak nie przystaje do lokalnej rzeczywistości lub... procedur komunikacyjnych po prostu brak.

Jak zatem zadbać o to, aby procedury kryzysowe miały realną wartość? Jak stworzyć manual kryzysowy, jeśli jeszcze go nie posiadasz?

Na co zwrócić szczególną uwagę, aby dokument „żył” i służył nie tylko w kryzysie ale także w kryzysowej prewencji?

W czasie panelu, w oparciu o 20-letnie doświadczenia w komunikacji kryzysowej, omówimy praktyczne porady i wskazówki dla wszystkich, którzy chcą dobrze przygotować się do komunikacji w kryzysie.

17:35

Zakończenie kongresu





PRELEGENCI



Ivetta Biały

ekspert ds. komunikacji kryzysowej i issue management

Manager PR z doświadczeniem w różnych obszarach PR (komunikacja kryzysowa, issue management, corporate PR, marketing polityczny) w organizacjach od 15 do 1400 osób - administracja rządowa i samorządowa, służby mundurowe, academia, świat nauki, ngo, biznes mały i korpo, agencje PR&PA, na różnych stanowiskach. Cywilny ekspert zarządzania komunikacją kryzysową (w tym katastrofy i konflikty społeczne), "Była twarzą powodzi 2010", nominowana do Złotych Spinaczy, laureatka Protona w kategorii rzecznik prasowy.



Adriana Borucka

founder & managing partner 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 Liderkiej 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 Infersoll Rand (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 facylitator według metodologii Iceberg, w ramach sesji facylitacyjnych 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.





Anna Choszcz-Sendrowska

dyrektorka działu komunikacji i PR Stowarzyszenie SOS Wioski Dziecięce w Polsce

Z wykształcenia dziennikarka, absolwentka Wydziału Dziennikarstwa i Nauk Politycznych Uniwersytetu Warszawskiego. Zawodowo najdłużej związana z telewizją, jako reporterka i wydawca interwencyjnych programów społecznych. Dziesięć lat temu odeszła z zawodu, uważając, że więcej do zrobienia jest w trzecim sektorze. Dziś odpowiada za komunikację w Stowarzyszeniu SOS Wioski Dziecięce w Polsce, które zajmuje się dziećmi porzuconymi, osieroconymi i tymi z rodzin w kryzysie. Pomysłodawczyni projektu #JestemSOS, który promuje empatię, komunikację w różnorodności oraz samoakceptację w polskich szkołach. Mediatorka rodzinna, wykładowczyni akademicka, partnerka zarządzająca w firmie Chylewska&Co, w której odpowiada za szkolenia z komunikacji kryzysowej i umacniania marki. To co interesuje ją najbardziej to walka o prawa dzieci i wzmacnianie kobiet na rynku pracy.



Rozalia Derewenda-Zasłona

kierowniczka zespołu komunikacji PZU Zdrowie

Odpowiada za działania wizerunkowe ogólnopolskiej spółki medycznej. Od 10 lat związana z sektorem zdrowia i ubezpieczeń, gdzie, oprócz public relations, zdobyła doświadczenie m.in. w marketingu produktowym oraz projektach sponsoringowych i CSR. Absolwentka Szkoły Głównej Handlowej na kierunku Zarządzanie i Podyplomowych Studiów PR oraz Wydziału Dziennikarstwa i Nauk Politycznych Uniwersytetu Warszawskiego. Członkini Polskiego Stowarzyszenia Public Relations. Autorka artykułów branżowych w czasopismach "PR Manager", "Social Media Manager", "Nowa Sprzedaż". Posiada certyfikat DIMAQ Professional.





Krzysztof Dyki

prezes ComCERT S.A.

Specjalista z zakresu informatyki śledczej, bezpieczeństwa oprogramowania oraz inżynierii wstecznej. Posiada uprawnienia biegłego sądowego w zakresie cyberbezpieczeństwa, zagadnień klasy przedsiębiorstwa, praw autorskich i analizy kryminalnej w informatyce. Samodzielnie realizował zagraniczne projekty komercyjne związane z dekompilacją i inżynierią wsteczną oprogramowania oraz baz danych. Autor analiz oraz testów zabezpieczeń sprzętowych i programowych zleczanych przez ich producentów. Autor publikacji i szkoleń z zakresu bezpieczeństwa oprogramowania, cyberbezpieczeństwa i problematyki licencyjnej oprogramowania. Przed objęciem funkcji Prezesa ComCERT S.A. był między innymi autorem oprogramowania dla organów państwowych objętego najwyższą klauzulą ochrony informacji niejawnych. Współpracował z urzędami administracji rządowej, organami rządowej administracji zespolonej oraz jednostkami sektora finansów publicznych, w tym państwowymi instytucjami publicznoprawnymi. W latach 2016-2017 współtwórca i Członek Zarządu spółki Aplikacje Krytyczne należącej do Ministerstwa Finansów, tworzącej analityczne systemy informatyczne wspomagające Administrację Podatkową i inne organy państwa w działalności karno-skarbowej. W latach 2017-2019 Wiceprezes Zakładu Ubezpieczeń Społecznych do spraw informatyzacji, odpowiedzialny za realizację i wdrożenie projektów e-Składka, e-Akta oraz e-ZLA. Pełnił funkcję Członka Rady do Spraw Cyfryzacji powołanej przez Ministra Cyfryzacji, Członka Rady Naukowej NASK oraz Doradcy Komitetu Sterującego projektu e-Dowód - będąc powołanym łącznie przez Ministra Spraw Wewnętrznych i Administracji, Ministra Cyfryzacji oraz Ministra Zdrowia.



Justyna Gdowska

rzecznik prasowy Trefl Gdańsk S.A.

Od 2016 roku rzecznik prasowy oraz kierownik komunikacji i marketingu siatkarskiego klubu Trefl Gdańsk. Doświadczenie zawodowe zdobywała także w biurze prasowym Lecha Poznań oraz agencji PR Brandscope. Na swoim koncie ma publikacje w dwóch książkach dotyczących marketingu i komunikacji w sporcie, a także branżowych bazach wiedzy. W 2020 roku zaczęła przygodę akademicką, prowadząc zajęcia z Kształtowania wizerunku organizacji sportowych oraz Kształtowania relacji z mediami w Wyższej Szkole Bankowej w Poznaniu. Członek Wydziału Marketingu Polskiego Związku Piłki Siatkowej na kadencję 2021-2025.



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.



Karolina Janik

CEO Personal PR Sp. z o.o.

Strateg i doradca w obszarze komunikacji zintegrowanej, w tym komunikacji kryzysowej. Specjalizuje się w audytach komunikacyjnych oraz tworzeniu strategii komunikacji. Członkini Polskiego Stowarzyszenia Public Relations oraz przewodnicząca międzynarodowej sieci agencji PR – IPR Team. Przez ponad 3 lata rzecznik prasowy Stadionu Energa Gdańsk. Autorka artykułów i szkoleniowiec z tematyki komunikacji kryzysowej. Doradca w zakresie zarządzania kryzysami w mediach społecznościowych. Mentor w zakresie komunikacji zintegrowanej w firmach i instytucjach z różnych branż. Wykładowca na kierunku PR & Media na Uniwersytecie Gdańskim oraz WSB w Toruniu. Inicjatorka programu szkoleniowego Skillers Academy. Od ponad 14 lat prowadzi agencję Personal PR – największą agencję komunikacji zintegrowanej na Pomorzu.



Michał Jurczyga

rzecznik prasowy FAME MMA

Ekspert ds. wizerunku i media relations, posiada ponad 10 letnie doświadczenie w branży PR i komunikacji. Specjalizuje się w tworzeniu i wdrażaniu długoterminowych strategii public relations & public affairs, komunikacji kryzysowej oraz PR korporacyjnym. Aktualnie pełni rolę rzecznika prasowego FAME MMA - największej w Europie federacji freak fight. W federacji odpowiada przede wszystkim za relacje z mediami oraz funkcjonowanie biura prasowego oraz pełni rolę doradcy zarządu federacji w sprawach wizerunkowych. Zatrudniony na stanowisku Senior Consultant w Agencji PRoStrategic Communication odpowiada za współpracę agencji z FAME MMA. W przeszłości pracował jako freelancer na stanowiskach managera, konsultanta oraz analityka w projektach z obszaru PR/PA jak również badań marketingowych. Współpracował m.in. z takimi instytucjami jak: Deloitte, SKANSKA, GlaxoSmithKline, Elektrownia Powiśle, PKPP Lewiatan, Parlament Europejski w Brukseli, Kancelaria Prezydenta RP.





Piotr Kaniowski

dyrektor ds. komunikacji korporacyjnej i wewnętrznej, rzecznik prasowy CANAL+ Polska

Od ponad 15 lat zajmuje się szeroko rozumianą komunikacją zewnętrzną i wewnętrzną. Początki kariery zawodowej spędził w polskim oddziale Microsoft, gdzie odpowiadał za komunikację technologii i produktów koncernu z Redmond. Następnie dołączył do Onet.pl i Ringier Axel Springer Polska obejmując stanowisko PR Managera i Rzecznika Prasowego odpowiadając za komunikację największych serwisów internetowych i tytułów prasowych z portfolio wydawcy. Od niemal 6 lat jest związany z CANAL+ Polska, jednym z liderów rynku płatnej telewizji w Polsce. Wspólnie z zespołem rozwija tam nie tylko komunikację korporacyjną i produktową, ale również komunikację wewnętrzną, angażując w życie firmy niemal tysiąc pracowników każdego dnia. Specjalizuje się w rozwijaniu angażujących narzędzi komunikacji wewnętrznej i zewnętrznej oraz komunikacji kryzysowej.



płk Joanna Klejsmit

szef zespołu prasowego, rzecznik prasowy Sztab Generalny Wojska Polskiego

Oficer z ponad 20-letnim doświadczeniem w obszarze komunikacji. Kierowała zespołami m.in. w Dowództwie Garnizonu Warszawa i Inspektoracie Wojskowej Służby Zdrowia. Wcześniej pracowała w Departamencie Prasowo-Informacyjnym Ministerstwa Obrony Narodowej i Biurze Rzecznika Prasowego MON. W Sztapie Generalnym Wojska Polskiego odpowiada za budowanie i wdrażanie strategii, planowanie i prowadzenie działań komunikacyjnych oraz wizerunkowych. Współpracuje z dowództwami wojskowymi w kraju, państwach NATO oraz partnerskich, a także instytucjami rządowymi i pozarządowymi. Ukończyła specjalistyczne kursy w NATO School Oberammergau w Niemczech oraz Centrum Eksperckim Komunikacji Strategicznej NATO w Rydze. Od 2019 roku należy do Polskiego Stowarzyszenia Public Relations. Prowadzi szkolenia z zakresu komunikacji społecznej i kontaktów z mediami. Jest absolwentką wydziału lekarskiego Akademii Medycznej w Łodzi, ukończyła studia podyplomowe z zakresu integracji i bezpieczeństwa europejskiego oraz Public Relations na Uniwersytecie Warszawskim.



Dawid Korszeń

rzecznik prasowy Warta

Od niemal 15 lat zajmuje się komunikacją korporacyjną i produktową głównie dla firm i instytucji z branży finansowej, consultingu i budownictwa. Od niemal 7 lat związany z jednym z liderów rynku ubezpieczeń w Polsce. Odpowiada za strategię komunikacji korporacyjnej i w kanałach social media. Autor wielu polityk kryzysowych, w tym tych odnoszących się do bezpośrednich relacji z klientami w mediach społecznościowych.



Sebastian Kucharski

digital PR & employer branding manager BSH Sprzęt Gospodarstwa Domowego Sp. z o.o.

Absolwent dziennikarstwa i komunikacji społecznej na Uniwersytecie Łódzkim. Z marketingiem i komunikacją związany jest od 2011 roku. Doświadczenie zbierał w Grupie Atlas. Od 8 lat związany z BSH Sprzęt Gospodarstwa Domowego, gdzie obecnie odpowiada za działania komunikacyjne w obszarze digital, social media i employer branding. Pomysłodawca i realizator kampanii marketingowych z wykorzystaniem monitoringu Internetu. Zdobywca nagród i wyróżnień, w tym: Kreatura, Dobroczyńca Roku, Custy Study Festival, Złote Spinacze. Wierzy, że w komunikacji najważniejsze są słuchanie i empatia, bo to właśnie te wartości pomagają nam komunikować nasze pomysły w sposób, który ma sens dla innych, a także pomagają nam zrozumieć innych, kiedy oni komunikują się z nami. Prywatnie miłośnik nowych technologii, biegania, muzyki elektronicznej i zdrowej kuchni.



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”. Były członek 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.



Agnieszka Michajłow

rzecznik prasowy Port Lotniczy Gdańsk im. Lecha Wałęsy

Jest autorką cotygodniowego podcastu „Jestem z Gdańska. Rozmowy Agnieszki Michajłow”, publikowanego na gdansk.pl i na Spotify. Specjalistka od kształtowania wizerunku medialnego i logopedii medialnej. Wykładowczyni w Ateneum Szkole Wyższej i Wyższej Szkole Bankowej w Gdańsku. Szkoli ze sztuki mówienia, występów publicznych i kreowania wizerunku. Ćwierć wieku była dziennikarką polityczno-społeczną i pracowała w Radiu Gdańsk. Przez 25 lat zadała politykom i innym ważnym ludziom tysiące ciekawych i ważnych pytań. Była wielokrotnie nagradzana. W swojej karierze współpracowała z BBC, Agencją Filmową Profilm, Rzeczpospolitą oraz Press. W 2019 roku wiatr polityki przeniósł ją ze strefy radiowej do strefy komunikowania. Kieruje fundacją, która opiekuje się osobami z niepełnosprawnością intelektualną.





Krzysztof Moczulski

rzecznik prasowy LOT

Jest związany z PLL LOT od 2014 roku. Przed objęciem stanowiska Dyrektora Biura Komunikacji i Rzecznika Prasowego odpowiadał m.in.: za standard produktu pokładowego PLL LOT, konfigurację wnętrz nowych samolotów, czy modernizację stref odpraw na Lotnisku Chopina. Przed dołączeniem do zespołu LOT-u odpowiadał za marketing i komunikację w takich firmach, jak Iveco czy BP, pracując m.in. dla marki Castrol.



Jan Mróz

VP, communications & public affairs director Warner Bros. Discovery PL

Odpowiedzialny za obszar komunikacji i Public Affairs w Warner Bros. Discovery w Polsce, w tym TVN i wielu innych obszarów korporacyjnych. Ma szerokie doświadczenie w budowaniu strategii komunikacji, prowadzeniu działań antykryzysowych oraz kampanii wyborczych.



Olimpia Schneider

kierownik działu komunikacji i PR i rzecznik prasowy Zakład Utylizacyjny Sp. z o.o. w Gdańsku

W obszarze komunikacji działa od 15 lat. Pracowała w mediach i instytucjach samorządowych. Przez 6 lat pracowała w Urzędzie Miasta Gdańska, w biurze prasowym, którym przez ostatnie 3 lata zarządzała. Od lutego 2022 jest rzecznikiem prasowym Zakładu Utylizacyjnego sp. z o.o. w Gdańsku. Swoje doświadczenie z zakresu komunikacji kryzysowej budowała, m.in. będąc członkiem miejskiego sztabu kryzysowego. Koordynowała obsługę medialną wielu wydarzeń, również takich, na które akredytowało się ponad 500 dziennikarzy z całego świata. Na co dzień odpowiada za działania z obszaru public relations oraz komunikację wewnętrzną w Zakładzie Utylizacyjnym. Nie boi się kryzysów, bo widzi w nich szansę na rozwój.





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]dzwon 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.





Szymon Szymczyk

senior advisor, new economy practice Hill+Knowlton Strategies

Z branżą komunikacji związany od ponad 14 lat. W Hill+Knowlton Strategies zapewnia wsparcie strategiczne dla kluczowych klientów, realizował projekty z obszarów m.in. walki z dezinformacją, issue management, komunikacji korporacyjnej oraz naruszeń cyberbezpieczeństwa. Interesuje się wykorzystaniem nauk behawioralnych w PR. W swojej karierze realizował projekty dla klientów z sektorów cyberbezpieczeństwa, ochrony danych osobowych, fintech i big data. Prowadził zajęcia PR Online w SWPS.



Jakub Śliż

prezes i założyciel Stowarzyszenie Pravda

Prezes i założyciel stowarzyszenia Pravda - organizacji walczącej z fałszywymi informacjami oraz edukującej na temat dezinformacji w polskich szkołach. W stowarzyszeniu odpowiada za organizację pracy, kontakty zewnętrzne oraz rozwój. Jego zainteresowanie problemem dezinformacji przerodziło się w prężnie działającą Pravdę, która jako jedna z trzech organizacji fact-checkingowych w Polsce znalazła się w prestiżowym gronie Międzynarodowej Sieci Organizacji Fact-Checkingowych (IFCN). Oprócz spraw organizacyjnych i współtworzenia treści zajmuje się prowadzeniem szkoleń na temat fake newsów i psychologii dezinformacji oraz rozwojem technologii. Publikował artykuły śledcze między innymi na temat nieprawidłowości w finansach organizacji antyszczepionkowych, armii rosyjskich trolli promujących dezinformację w Indiach czy na temat popularnych taktyk dezinformacyjnych na polskim Twitterze.



Michał Wawrzaszek

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.



Michał Wiórkiewicz

partner Prostrategic Communication

W komunikacji od kilkunastu lat - zajmuje się pracą kreatywną, skutecznym wdrażaniem strategii oraz jej ewaluacją. Fascynują go badania społeczne - umie czytać między wierszami i odpowiednio doradzić klientowi narzędzia komunikacyjne. Doświadczenie zawodowe zdobywał zarówno w sferze publicznej, jak i prywatnej. Jest autorem skutecznych kampanii politycznych i medialnych. Z sukcesem zarządzał także kryzysami w organizacjach. Kluczem najlepszej komunikacji jest według niego zrozumienie potrzeb klienta, czyli dobre wysłuchanie jego historii.





Marcin Zięba

dyrektor w dziale praktyki korporacyjnej Lighthouse

Ekspert komunikacji korporacyjnej i public affairs. Ma ponad 25-letnie doświadczenie w public relations, komunikacji kryzysowej, sponsoringu strategicznym i społecznej odpowiedzialności biznesu. Specjalizuje się w branżach energetyki konwencjonalnej i odnawialnej, wydobywczej (górnictwo otworowe i odkrywkowe) oraz budownictwa infrastrukturalnego. Kierował Organizacją Polskiego Przemysłu Poszukiwawczo-Wydobywczego, która na poziomie rządowym, regulacyjnym i medialnym tworzyła optymalne warunki do działalności firm poszukujących w Polsce gazu łupkowego (m.in. BNK, ConocoPhillips, Chevron, ExxonMobil, Lane Resources, Lotos Petrobaltic, Marathon Oil, Orlen Upstream, PGNiG, Total). Blisko 10 lat pracował dla Vattenfall Poland, części szwedzkiego koncernu energetycznego, jednego z największych w Europie wytwórców energii elektrycznej i największego producenta ciepła. Zaczynał swoją zawodową karierę w 1995 r. jako dziennikarz, a od 2000 r. kontynuował ją jako konsultant w czołowych agencjach PR (Business Communications Associates, Feedback / Hill and Knowlton, Edelman Polska). Jest absolwentem Wydziału Dziennikarstwa Uniwersytetu Warszawskiego.



Magdalena Zwolińska

ekspertka ds. komunikacji kryzysowej Lighthouse

Zrealizowała dotychczas blisko 500 projektów doradczych z zakresu komunikacji kryzysowej, antykryzysowej i korporacyjnej dla sektorów tj. bankowość i finanse, ubezpieczenia, medycyna i farmacja, energetyka, handel, sektor wytwórczy i FMCG, nieruchomości. Specjalizuje się w projektach związanych z zarządzaniem kryzysem i zagrożeniami dla reputacji. Doradzała w kryzysach takich jak m.in. zarzuty o nieprawidłowości finansowe / łamanie zasad compliance, fuzje i przejęcia, restrukturyzacje, strajki, redukcje zatrudnienia, awarie, pożary, wycofanie produktu z rynku, mobbing, spory sądowe, wypadki w miejscu pracy, protesty społeczne. Poza obsługą istniejących kryzysów, opracowuje dla klientów narzędzia do monitorowania zagrożeń reputacyjnych i kryzysowej prewencji. Prowadzi szkolenia, wykłady dla studentów, praktyczne warsztaty i webinary oraz symulacje z zakresu zarządzania komunikacją kryzysową. Jest też autorką artykułów, raportów i poradników o tej tematyce. W 2013 i 2016 r. realizowane przez jej zespół projekty zostały nagrodzone Złotymi Spinaczami w kategoriach Komunikacja Antykryzysowa / Kryzysowa i PR Finansowy / Relacje Inwestorskie. Jest absolwentką Wydziału Dziennikarstwa i Nauk Politycznych UW, ze specjalizacją marketing medialny i public relations. W branży PR od 20 lat.





Paweł Żebrowski

rzecznik prasowy ZUS

Obecnie rzecznik prasowy ZUS i Kierownik Centrum Komunikacji Medialnej w ZUS. Wcześniej dziennikarz specjalizujący się w tematyce związanej ze sprawami społecznymi. Pracował w Polskiej Agencji Prasowej, Polskim Radiu oraz serwisie Prawo.pl. Za swoją pracę dziennikarską kilkakrotnie odznaczany m.in. nagrodą Głównego Inspektora Pracy „Salus Publica” za obiektywizm i popularyzowanie problematyki ochrony pracy.



Nina Żwirko

communication manager Burda Media Polska Sp. z o.o.

Doradca w obszarze komunikacji wewnętrznej, PR oraz Relacji Inwestorskich. Członkini Polskiego Stowarzyszenia Public Relations. Zajmowała się komunikacją wewnętrzną w gdańskiej spółce LOTOS Kolej. Doświadczenie w zakresie Relacji Inwestorskich zdobywała współpracując ze spółkami notowanymi na New Connect. W przeszłości członkini sztabów wyborczych oraz prowadząca kampanie wyborcze. Obecnie prowadzi komunikację wewnętrzną oraz zewnętrzną w Burda Media Polska. Autorka oraz prowadząca podcastu „Człowiek za Burdą”.





płk dr Piotr Potejko

prawnik, pracownik naukowo-dydaktyczny Wydział Nauk Politycznych i Studiów Międzynarodowych UW

Doktor nauk humanistycznych (2003), prawnik, pracownik naukowo-dydaktyczny Wydziału Nauk Politycznych i Studiów Międzynarodowych UW. W latach 2009-2012 adiunkt Katedry Kryminalistyki Uniwersytet Adama Mickiewicza w Poznaniu. Zawodowo związany również ze służbami specjalnymi, wieloletni Dyrektor Departamentu Ochrony Informacji Niejawnych, Dyrektor Centralnego Ośrodka Szkolenia, Doradca Szefa, Pełnomocnik ds. organizacji Szczytu NATO w Warszawie. Uczestnik specjalistycznych kursów „First Responder Negotiations”, „Concepts for Commanders”, „Explosive Self Defence System”, „On strategic communications for POL Senior Officials” STRATCOM COE”. Absolwent szkoły kryminalistyki Policji Meklemburgii – Pomorza Przedniego, Akademii Policji Federalnej Lubeka w zakresie współpracy międzynarodowej i przestępczości transgranicznej oraz FBI w zakresie przestępczości. Członek Komitetu Sterującego Narodowego Centrum Badań i Rozwoju w zakresie realizacji strategicznych i międzynarodowych kwestii bezpieczeństwa oraz międzynarodowych projektów związanych z badaniami na rzecz bezpieczeństwa i obronności w polskiej gospodarce. Współkierujący wieloma projektami naukowym krajowymi i zagranicznym w tym: „Projektowanie badań empirycznych i analizy materiałów dotyczący specyfiki metod kryminalistyki w pracy służb specjalnych i służb porządku publicznego”, „W kierunku bardziej efektywnej walki z zorganizowaną przestępczością azjatycką godzącą w ekonomiczne interesy Unii Europejskiej” czy „Model regulacji jawności i jej ograniczeń w demokratycznym państwie prawnym”. Współautor nowelizacji Ustawy o ochronie informacji niejawnych wraz z rozporządzeniami wykonawczymi. W latach 2004-2009 przedstawiciel Prezesa Rady Ministrów w zakresie procedowania i parafowania umów międzypaństwowych w zakresie ochrony informacji niejawnych. Wieloletni wykładowca-ekspert w zakresie bezpieczeństwa Europejskiej Akademii Dyplomacji w Warszawie. Redaktor naczelny wydawnictwa naukowego „Przegląd Bezpieczeństwa Wewnętrznego”. Uczestnik Polskiej Platformy Bezpieczeństwa Wewnętrznego. Członek założyciel Stowarzyszenia Wspierania Bezpieczeństwa Narodowego. W latach 2008-2019 wygłaszał referaty m.in. w Tallinie, Madrycie, Ceucie. Wyróżniony nagrodą zespołową Ministra Edukacji Narodowej za współautorstwo podręcznika pt. Pedagogika Specjalna.

4. Kongres Komunikacji Kryzysowej



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

Sound Garden Hotel

ul. Żwirki i Wigury 18
Warszawa



22 333 97 77



konferencje@pb.pl

(19201)

Cena

4. Kongres Komunikacji Kryzysowej

7 grudnia 2022, Warszawa

2395 zł netto od 2022-12-07 do 2022-12-07

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_wydarzen_platnych_18102022_pdf.pdf) 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

(19201)

Formularz rejestracji: 4. Kongres Komunikacji Kryzysowej

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



4. Kongres Komunikacji Kryzysowej

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**”) 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.
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 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 jakiegokolwiek 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.
17. 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 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.



4. Kongres Komunikacji Kryzysowej

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 (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.

