

000000000000000000
576172737A617761

0000 . - 0000 . 000001000000000000000000 00000000
3238 3239 70617A647A6965726E696B61 32303235

0000000000000000 0000000000000000
4E6F766F74656C 416972706F7274

000000 00000000 00000000 00000000 0000 00
32312E 4B6F6E67726573 5052 00
69

00000000000000000000000000000000
4B6F6D756E696B61636A69

00000000 . 0001 . 0000000000 0000 . 0000 . 000001000000000000000000
33313933 7A42 6E6374746F 646F 3239 70617A647A6965726E696B61



000000
43454C

#**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

W czasach permanentnych kryzysów, rosnącej dezinformacji i przesytu treści, skuteczna komunikacja wymaga czegoś więcej niż tylko narzędzi – potrzebuje odwagi, refleksji i odpowiedzialności.

Zapraszamy do udziału w 21. edycji **Kongresu Public Relations i Komunikacji**, który odbędzie się **28–29 października w Warszawie**. To jedno z najważniejszych wydarzeń w branży, łączące osoby odpowiedzialne za komunikację w firmach, instytucjach, agencjach oraz niezależnych specjalistów. Tworzymy przestrzeń do rzetelnej wymiany wiedzy, inspiracji i pogłębionych rozmów o wyzwaniach współczesnego PR.

W programie tegorocznego Kongresu PR i Komunikacji skupimy się na czterech kluczowych obszarach:

■ **Komunikacja w świecie kryzysów i napięć społecznych**

1. Jak reagować na zmieniające się konteksty globalne i planować działania, gdy niepewność staje się normą?
2. W jaki sposób odzyskać i utrzymać zaufanie w epoce dezinformacji oraz przesytu treści?

■ **Nowa rola PR i liderów komunikacji**

1. Co oznacza dziś skuteczne działanie na styku strategii, emocji i odpowiedzialności?

2. Jaka wartość wnosi PR do zarządzania, kultury organizacyjnej i employer branding w turbulentnych czasach?

■ Technologia, dane i mierzalność

1. Jakie narzędzia i wskaźniki naprawdę pokazują wartość działań PR?
2. W jaki sposób AI zmienia codzienną praktykę PR-owców i jakie kompetencje będą kluczowe w najbliższych latach?

■ Media i treści w 2025 roku

1. Gdzie i jak mówić autentycznie, by nie utracić głosu marki w algorytmicznej rzeczywistości?
2. Jakie są nowe reguły współpracy z mediami w dobie płatnych publikacji i rosnącej dominacji technologii?

Kongres to dwa dni inspirujących debat, rzetelnej wiedzy, praktycznych narzędzi i pogłębionych rozmów. To miejsce spotkań profesjonalistów, którzy chcą nie tylko śledzić trendy, ale współtworzyć przyszłość komunikacji – bardziej świadomej, skutecznej i opartej na wartościach.

Niezależnie od tego, czy reprezentujesz dużą firmę, prowadzisz agencję, czy działasz jako freelancer – znajdziesz tu inspirację, wiedzę i kontakty, które pomogą Ci jeszcze lepiej odnaleźć się w przyszłości PR.

Do zobaczenia w Warszawie!

Zachęcamy także do obejrzenia wideorelacji z 20. edycji Kongresu Public Relations i Komunikacji:

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





00|00|00|00|00|00|00|00
50|52|4F|47|52|41|4D

Wtorek, 28 października

08:00

Rejestracja uczestników, poranna kawa

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

09:15

Oficjalne rozpoczęcie 21. Kongresu PR i Komunikacji

 Magdalena Marczak-Makowska, project manager, Puls Biznesu

BLOK 1. PR W ŚWIECIE ZMIENNOŚCI I KRYZYSÓW

09:25

PANEL DYSKUSYJNY. Jak powinna wyglądać komunikacja marek w czasach kryzysów globalnych

 MODERATOR Damian Ziąber, rzecznik prasowy, Ubezpieczeniowy Fundusz Gwarancyjny, Polskie Stowarzyszenie Public Relations

 Szymon Dziewięcki, Advisor | Strategy, SEC Newgate CEE

 Maciej Krzysztozek, rzecznik prasowy i dyrektor Działu Komunikacji Korporacyjnej i Eventów, UNIQA Polska; wiceprezes, Polskie Stowarzyszenie Public Relations

 Anita Ryng, Public Affairs Manager and Public Relations Leader, IKEA Retail Sp. z o.o.

 Izabela Tworzydło, dyrektorka Departamentu Komunikacji Korporacyjnej, rzeczniczka prasowa, Bank BNP Paribas

- Komunikacja w czasach kryzysów globalnych – wojna, migracje, napięcia społeczne, inflacja, konflikty ideologiczne. Jak się przygotować na nieznane? Jak zachować autentyczność i wiarygodność w świecie rosnącej polaryzacji i dezinformacji?
- Kryzysy długofalowe i „normalizacja kryzysu” – jak planować działania komunikacyjne, gdy sytuacja jest stale napięta? - Jak nie wypalić się komunikacyjnie? Jak zadbać o spójność i odporność zespołów komunikacyjnych, także w kontekście rosnącego kryzysu zdrowia psychicznego?
- Komunikacja wobec najbardziej wrażliwych grup – jak marki mogą wspierać i angażować pokolenie Z, które szczególnie odczuwa skutki globalnych kryzysów, zmian klimatycznych i napięć społecznych?
- Jak radzić sobie z komunikacją kryzysową, która trwa miesiącami – nie tylko reagując, ale też budując długofalowe strategie oparte na empatii, faktach i odpowiedzialności społecznej?



10:10

MŁODE GŁOWY. Otwarcie o zdrowiu psychicznym? Jak biznes może wspierać realne społeczne zmiany

 *Martyna Wojciechowska, dziennikarka, podróżniczka, działaczka społeczna, autorka filmów dokumentalnych i bestsellerowych książek; założycielka Fundacji UNAWEZA*

W świecie, w którym coraz więcej oczekuje się od marek, działania społeczne przestają być dodatkiem – stają się fundamentem zaufania, autentyczności i odpowiedzialności. O działaniach projektu MŁODE GŁOWY opowie Martyna Wojciechowska, założycielka Fundacji UNAWEZA, dziennikarka i mama.

- Jak angażować marki w działania społeczne, które mają realny wpływ – nie tylko wizerunkowy, ale przede wszystkim ludzki?
- Dlaczego akcje społeczne to nie tylko CSR, a konkretne historie ludzi, których życie można realnie zmieniać?
- Jak dbać o zdrowie psychiczne młodych głów we współczesnym świecie?

10:45

Walkie-Talkie: Przez rozmowę do relacji

 *Aleksandra Dzierżawska, trenerka, Pracownia Gier Szkoleniowych*

Dynamiczne otwarcie Kongresu, które pozwoli uczestnikom przełamać pierwsze lody i szybko nawiązać wartościowe kontakty. Rozmowy w zmieniających się parach, inspirowane pytaniami z kart, pomogą odkryć nie tylko zawodowe, ale i bardziej osobiste wątki, budując fundament do swobodnej komunikacji przez 2 dni wydarzenia.

11:05

Przerwa na kawę

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

11:40

Echo dezinformacji – jak mówić, gdy fałsz krzyczy, czyli co jest pomiędzy prawdą a paniką. Wyniki specjalnej edycji Kryzysometru - Komunikacja w czasie dezinformacji.

 *MODERATORKA Beata Łaszyn, prezeska, Alert Media Communications Sp. z o.o.; Stowarzyszenie Agencji Public Relations*

11:55

PANEL DYSKUSYJNY. Permanentny kryzys, dezinformacja i zmęczenie treścią – jak dziś działa PR i jak budować wiarygodność w czasach fake-newsów?

 *MODERATORKA Beata Łaszyn, prezeska, Alert Media Communications Sp. z o.o.; Stowarzyszenie Agencji Public Relations*

 *Joanna Cegłowska, dyrektorka komunikacji i relacji zewnętrznych, Poczta Polska S.A.*

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

 *Maia Mazurkiewicz, Prezeska, Fundacja PZU*

- Strategie budowania wiarygodności w świecie przesytu informacji i fake newsów.



- Nowy kontrakt z odbiorcą – jak budować zaufanie w erze „zmęczenia treścią”
- Przeciwdziałanie obojętności i przesyceniu komunikatem.
- Bezpieczeństwo komunikacji – wzrost ryzyka związanego z cyberatakami i manipulacją informacyjną. Co powinien wiedzieć PR-owiec, zanim fala uderzy w jego firmę?

12:40

FIRESIDE CHAT. Wspólny język w podzielonym świecie: jak marki budują zaufanie wśród różnych pokoleń?

-  *Wiktoria Nowak, współzałożycielka projektu "GenbOOst", Fundacja OFF school*
-  *Grzegorz Święch, współzałożyciel i członek zarządu Fundacji OFF school*
-  *Karolina Lis, Senior Director in Senior Finance, Financial Services, HR & Legal, Hays*

- Jak komunikować wartości, by trafić do młodych odbiorców, nie antagonizując starszych pokoleń?
- Co „autentyczność” znaczy dla różnych generacji – i jak to przekłada się na język marek?
- Gdzie kończy się wyrazistość, a zaczyna polaryzacja? O budowaniu mostów w spolaryzowanym świecie.
- Jak reagować na społeczne napięcia i uniknąć utraty zaufania w czasach „cancel culture”?

13:15

FIRESIDE CHAT. Jak instytucje publiczne mogą odbudować zaufanie w epoce dezinformacji?

-  *MODERATORKA Justyna Smolińska, redaktorka, Puls Biznesu*
-  *Aleksandra Chalimoniuk, Dyrektor Biura Komunikacji, rzecznik prasowy, Ministerstwo Sportu i Turystyki*

13:45

Przerwa na lunch

BLOK 2. PR I LIDERZY: STRATEGIA, WPŁYW, ODPOWIEDZIALNOŚĆ

14:45

PANEL DYSKUSYJNY. Doradca, psycholog, polityk czy generał? Na czym polega praca dyrektora PR w dużej organizacji i jak być w niej najlepszym

-  *MODERATORKA Karolina Łuczak, dyrektorka komunikacji, rzeczniczka Provident Polska; prezeska, Polskie Stowarzyszenie Public Relations*
-  *Maciej Dolega, szef działu PR i rzecznik prasowy, MediaMarkt Polska*
-  *Sebastian Grochala, Manager ds. Komunikacji i Marketingu, Rzecznik Prasowy, LS Airport Services*
-  *Katarzyna Siwek, Head of PR, Superauto.pl*
-  *Arkadiusz Mierzwa, dyrektor ds. komunikacji, Jeronimo Martins Polska S.A.*

- Kiedy PR staje się polityką wewnętrzną – relacje z zarządem, wpływ na strategię, praca z emocjami w organizacji
- Rola dyrektora PR jako tłumacza emocji i strategii – do wewnątrz i na zewnątrz.
- PR na rozdrożu – jak sprawić, żeby PR w organizacji był częścią strategii zarządzania a nie marketingu? Głos liderów branży o miejscu komunikacji w strukturach zarządzania.



15:30

FIRESIDE CHAT. PR „Made in Poland” – case studies i doświadczenia Polaków zarządzających komunikacją na wielu rynkach

-  Krzysztof Tomczyński, Managing Partner, Alert Media Communications; Stowarzyszenie Agencji Public Relations
-  Małgorzata Kołodrub, Dyrektorka ds. komunikacji RLM CEE/Afryka/Turcja/Azja Środkowa/Bliski Wschód, Medtronic
-  Marcin Gruszka, Group Communications Director, Allegro

- Różnice w zwyczajach rynkowych i podejściu do komunikacji i relacji z mediami
- Co jako Polacy możemy wnieść do komunikacji na innych rynkach
- Takeaways – czego się możemy nauczyć i zaadaptować do Polskiej komunikacji

16:05

PANEL DYSKUSYJNY. Wewnętrzna komunikacja i employer branding – jak budować zaangażowanie i lojalność zespołu?

-  MODERATORKA Adriana Borucka, partnerka w agencji komunikacji wewnętrznej, PinPoint/iComms
-  Justyna Kacprzak, ekspertka ds. komunikacji wewnętrznej, mBank S.A.
-  Natalia Kubowicz, Corporate Communications Manager, NSG Group w Polsce

- Nowe formaty i role PR-owca w relacji z pracownikami i zarządem.
- Jak PR wspiera markę pracodawcy: od onboardingu po komunikację kryzysową.
- Employer branding w praktyce – rola PR-owca w komunikacji DEI, wellbeing, EVP i rekrutacji.
- Jak mówić do własnych ludzi – formaty, ton, narzędzia.
- Różnice między EB a HR-ową komunikacją – gdzie się spotykają, gdzie się rozchodzą?

16:50

Zakończenie I dnia Kongresu PR i Komunikacji

17:15

PR After Hours

Po dniu pełnym inspirujących wystąpień i ciekawych dyskusji zapraszamy na popołudniowy bankiet! Dobre wino, pyszne przekąski i luźna atmosfera będą doskonałą okazją do rozmów, wymiany doświadczeń i nawiązania nowych kontaktów. To moment, by w mniej oficjalnym klimacie spotkać się z uczestnikami Kongresu, podyskutować o trendach w PR i spędzić czas w wyborowym towarzystwie.

Środa, 29 października

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

PANEL DYSKUSYJNY. Po co nam dziś agencje? A po co in-house

-  MODERATOR Krystian Cieślak, Founder & CEO, Ro Agency; wiceprezes, Stowarzyszenie Agencji Public Relations
-  Małgorzata Dobosz, Communications & Sustainability Director, OX2 Poland
-  Maria Podgórska, dyrektor obszaru Energy&Industry, 24/7Communication
-  Mikołaj Winkiel, Chief Evangelist, Brand24

- Idealny model współpracy i jasny podział ról – DOs & DON'Ts.
- Kiedy opłaca się budować kompetencje wewnętrzne, a kiedy lepiej postawić na partnerów zewnętrznych?
- Jak zadbać o spójność komunikacji przy rozproszonych zespołach i wielu dostawcach treści?
- Relacja klient–agencja oparta na partnerstwie – jak ją realnie budować, a nie tylko deklarować?

09:45

Forecast PR: przewidzieć komunikację jutra

 Paweł Krzywicki, trener, Pracownia Gier Szkoleniowych

Dynamiczne doświadczenie, w zgrywalizowanej formie. Uczestnicy Kongresu zostaną zaproszeni do wspólnego procesu mapowania przekonań i oczekiwań branży wobec kluczowych wyzwań przyszłości. Zespoły w rolach think tanków innowacji przeprowadzą własne „badania rynku” i spróbują przewidzieć, jakie odpowiedzi dominują wśród ekspertów PR obecnych na wydarzeniu.

To angażujące doświadczenie jest połączeniem elementów zabawy i networkingu z diagnozą nastrojów środowiska, nie tylko pobudzi refleksję nad kierunkiem rozwoju branży, ale również zintegruje uczestników wokół tematów kluczowych w pracy PR.

10:20

CASE STUDY. Executive profiling – jak budować autentyczne marki osobiste liderów?

 Daria Sulgostowska, PR Managerka Igi Świątek

- Jak skutecznie budować widoczność liderów w debacie publicznej – bez sztuczności i oderwania od tożsamości marki.
- Rola autentyczności, spójności i zaufania w komunikacji osobistej prezesów, dyrektorów i osób
- Jak budować markę osobistą w sposób przemyślany, długofalowy i wartościowy.
- Kanały, formaty i narzędzia wspierające profilowanie liderów – co działa w praktyce, a czego unikać.

10:50

Przerwa na kawę

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



BLOK 3. TECHNOLOGIA, MIARY I PRZYSZŁOŚĆ ZAWODU

11:20

PRELEKCJA. Mierzalność działań PR – jak udowodnić swoją wartość?

 *Sebastian Bykowski, prezes zarządu, PSMM Monitoring & More; wiceprezes zarządu, Instytut Monitorowania Mediów IMM*

- KPI w PR – jak je definiować, uzasadniać i raportować?
- Jak udowadniać wpływ komunikacji (earned, shared, paid, owned) na cele biznesowe?
- Pomiar skuteczności działań w social mediach, mediach tradycyjnych i w sponsoringu – dane, które przekonują zarządy.
- Narzędzia wspierające analizę efektywności: media monitoring, raporty wizerunkowe, badania reputacyjne – przegląd możliwości i zastosowań

11:50

FIRESIDE CHAT. AI w komunikacji – realne zastosowania, ryzyka i przyszłość kompetencji PR-owców

 *Olivia Drost, CEO, oLIVE media*

 *Anna Radomska, PR&Social Media Expert, Symfonia*

- Blaski i cienie wykorzystywania AI w pracy PRowca
- Tip's & trick's
- Czy relacje wystarczą? Sztuczna inteligencja a przyszłość zawodu PR-owca

BLOK 4. MEDIA, TREŚCI, ZAUFANIE

12:25

PANEL DYSKUSYJNY. Krajobraz Polskich Mediów AD 2025: Jak budować relacje z mediami w czasach płatnych publikacji, spadającego czytelnictwa i rosnącej roli AI

 *MODERATORKA Justyna Smolińska, redaktorka, Puls Biznesu*

 *Renata Czeladko, dyrektorka Centrum Prasowego i Komunikacji z Otoczeniem, rzeczniczka prasowa, Uniwersytet SWPS*

 *Anna Klimczuk, Head of Comms, Microsoft Central Europe*

 *Kamil Szabłowski, PR Lead, OLX*

 *Paweł Prus, partner zarządzający, Flynn. Eksperti komunikacji; prezes zarządu, Instytut Zamenhofa*

- Relacje z mediami dziś – jak budować współpracę w świecie płatnych publikacji?
- Głos dziennikarzy i PR-owców o wzajemnych potrzebach i ograniczeniach.

13:10

LIGHTNING TALKS. Zepsuliśmy social media. Czas na powrót do autentyczności. Jak znaleźć odbiorcę w algorytmicznej rzeczywistości i odzyskać głos marki

 *Błażej Kobus, menadżer zespołu social media, BNP Paribas Bank Polska*

- Jak znaleźć odbiorcę w algorytmicznej rzeczywistości i nie zatracić głosu marki.
- Autentyczność vs. format – co dziś naprawdę działa, a co tylko wygląda dobrze w prezentacji.



- Krótkie treści, zmieniające się trendy, rosnące oczekiwania – jak tworzyć content, który łączy, zamiast przytłaczać.

13:40

Przerwa na lunch

14:40

CASE STUDY. Lubella i makaron paletki - RTM roku z okazji wygranej Igi Świątek na Wimbledonie

 Kuba Sagan, Creative Director & Co-Founder, Feeders Agency

 Daniel Karaś, Rzecznik Prasowy i Manager ds. CSR, Grupa Maspex

15:10

CASE STUDY. „Wszystko zaczęło się od śmieci...” – McDonald's w prostych słowach o ważnych sprawach

 Katarzyna Kucisz-Rostół, Senior Manager, Impact Manager, McDonald's Polska

- Dlaczego prosty język to dziś nie uproszczenie, ale profesjonalizm?
- Jak pisać i mówić tak, by nie stracić autorytetu, a zyskać zaufanie i dostępność?
- Praktyczne przykłady, pułapki i rekomendacje.

15:40

Jak opowiadać historię, gdy nie mamy „wielkich newsów”

 Maciej Krzysztozek, rzecznik prasowy i dyrektor Działu Komunikacji Korporacyjnej i Eventów, UNIQA Polska;
wiceprezes, Polskie Stowarzyszenie Public Relations

- Sztuka komunikacji codzienności w sposób, który angażuje media i odbiorców.
- Jak znajdować wartość w pozornie zwykłych działaniach i przekładać je na atrakcyjny przekaz.
- Mikrohistorie, które budują markę – o sile konsekwencji, kontekstu i dobrego języka.

16:20

Zakończenie 21. Kongresu PR i Komunikacji





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 kadre zarządzającą w obszarze komunikacji wewnętrznej, w tym także prowadzi programy mentoringowe z obszaru komunikacji dla menedżerów. Wdraża Standardy Komunikacji Liderskiej w firmach i organizacjach, szkoli zespoły komunikacji, menadżerów i zapewnia rozwój kompetencji komunikacyjnych liderów. Swoje doświadczenie zdobyła pracując w Kompanii Piwowarskiej (10 lat), Zeelandii oraz Innersoll 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.



70	69	72	68	74	65	73	67	71	66	75	64	76	63	77	62	78	61	79	60	80	59	81	58	82	57	83	56	84	55	85	54	86	53	87	52	88	51	89	50	90	49	91	48	92	47	93	46	94	45	95	44	96	43	97	42	98	41	99	40	100	39	101	38	102	37	103	36	104	35	105	34	106	33	107	32	108	31	109	30	110	29	111	28	112	27	113	26	114	25	115	24	116	23	117	22	118	21	119	20	120	19	121	18	122	17	123	16	124	15	125	14	126	13	127	12	128	11	129	10	130	9	131	8	132	7	133	6	134	5	135	4	136	3	137	2	138	1	139	0	140	141	142	143	144	145	146	147	148	149	150	151	152	153	154	155	156	157	158	159	160	161	162	163	164	165	166	167	168	169	170	171	172	173	174	175	176	177	178	179	180	181	182	183	184	185	186	187	188	189	190	191	192	193	194	195	196	197	198	199	200
----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	-----	----	-----	----	-----	----	-----	----	-----	----	-----	----	-----	----	-----	----	-----	----	-----	----	-----	----	-----	----	-----	----	-----	----	-----	----	-----	----	-----	----	-----	----	-----	----	-----	----	-----	----	-----	----	-----	----	-----	----	-----	----	-----	----	-----	----	-----	----	-----	----	-----	----	-----	---	-----	---	-----	---	-----	---	-----	---	-----	---	-----	---	-----	---	-----	---	-----	---	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----



Joanna Cegłowska

Wykładowca i trenerka z zakresu komunikacji i relacji publicznych. Specjalizuje się w budowaniu strategii komunikacyjnych, zarządzaniu marką, komunikacji kryzysowej i pozycjonowaniu firm w wymagających sektorach. Pracowała dla wiodących instytucji finansowych (Citibank, Raiffeisen Bank), w sektorze lotniczym (PPL), a także w globalnej branży farmaceutycznej (AstraZeneca). Obecnie pełni funkcję Dyrektora Departamentu Komunikacji i Relacji Zewnętrznych w Poczcie Polskiej S.A. – jednej z największych organizacji w kraju, liczącej ponad 53000 pracowników. Kieruje kompleksową transformacją komunikacyjną, odpowiadając za komunikację zewnętrzną i wewnętrzną, relacje z mediami oraz interesariuszami instytucjonalnymi, a także za rozwój marki. Absolwentka Wydziału Dziennikarstwa i Nauk Politycznych Uniwersytetu Warszawskiego, ukończyła również studia podyplomowe z zakresu zarządzania i marketingu w SGH, Akademię Przywództwa Harvard oraz kurs Business Coaching w PWC. W wolnych chwilach praktykuje jogę, jeździ na rowerze, chodzi po górach i ćwiczy oddech metodą Wima Hofa.

Doświadczona liderka komunikacji i reputacji, od ponad 20 lat związana z budowaniem strategii komunikacyjnych, zarządzaniem marką, komunikacją kryzysową i pozycjonowaniem firm w wymagających sektorach. Pracowała dla wiodących instytucji finansowych (Citibank, Raiffeisen Bank), w sektorze lotniczym (PPL), a także w globalnej branży farmaceutycznej (AstraZeneca). Obecnie pełni funkcję Dyrektora Departamentu Komunikacji i Relacji Zewnętrznych w Poczcie Polskiej S.A. – jednej z największych organizacji w kraju, liczącej ponad 53000 pracowników. Kieruje kompleksową transformacją komunikacyjną, odpowiadając za komunikację zewnętrzną i wewnętrzną, relacje z mediami oraz interesariuszami instytucjonalnymi, a także za rozwój marki. Absolwentka Wydziału Dziennikarstwa i Nauk Politycznych Uniwersytetu Warszawskiego, ukończyła również studia podyplomowe z zakresu zarządzania i marketingu w SGH, Akademię Przywództwa Harvard oraz kurs Business Coaching w PWC. W wolnych chwilach praktykuje jogę, jeździ na rowerze, chodzi po górach i ćwiczy oddech metodą Wima Hofa.



Aleksandra Chalimoniuk

Wykładowca i trenerka z zakresu komunikacji i relacji publicznych. Specjalizuje się w budowaniu strategii komunikacyjnych, zarządzaniu marką, komunikacją kryzysowej i pozycjonowaniu firm w wymagających sektorach. Pracowała dla wiodących instytucji finansowych (Citibank, Raiffeisen Bank), w sektorze lotniczym (PPL), a także w globalnej branży farmaceutycznej (AstraZeneca). Obecnie pełni funkcję Dyrektora Departamentu Komunikacji i Relacji Zewnętrznych w Poczcie Polskiej S.A. – jednej z największych organizacji w kraju, liczącej ponad 53000 pracowników. Kieruje kompleksową transformacją komunikacyjną, odpowiadając za komunikację zewnętrzną i wewnętrzną, relacje z mediami oraz interesariuszami instytucjonalnymi, a także za rozwój marki. Absolwentka Wydziału Dziennikarstwa i Nauk Politycznych Uniwersytetu Warszawskiego, ukończyła również studia podyplomowe z zakresu zarządzania i marketingu w SGH, Akademię Przywództwa Harvard oraz kurs Business Coaching w PWC. W wolnych chwilach praktykuje jogę, jeździ na rowerze, chodzi po górach i ćwiczy oddech metodą Wima Hofa.

MODERATOR Krystian Cieślak

Wykładowca i trenerka z zakresu komunikacji i relacji publicznych. Specjalizuje się w budowaniu strategii komunikacyjnych, zarządzaniu marką, komunikacją kryzysowej i pozycjonowaniu firm w wymagających sektorach. Pracowała dla wiodących instytucji finansowych (Citibank, Raiffeisen Bank), w sektorze lotniczym (PPL), a także w globalnej branży farmaceutycznej (AstraZeneca). Obecnie pełni funkcję Dyrektora Departamentu Komunikacji i Relacji Zewnętrznych w Poczcie Polskiej S.A. – jednej z największych organizacji w kraju, liczącej ponad 53000 pracowników. Kieruje kompleksową transformacją komunikacyjną, odpowiadając za komunikację zewnętrzną i wewnętrzną, relacje z mediami oraz interesariuszami instytucjonalnymi, a także za rozwój marki. Absolwentka Wydziału Dziennikarstwa i Nauk Politycznych Uniwersytetu Warszawskiego, ukończyła również studia podyplomowe z zakresu zarządzania i marketingu w SGH, Akademię Przywództwa Harvard oraz kurs Business Coaching w PWC. W wolnych chwilach praktykuje jogę, jeździ na rowerze, chodzi po górach i ćwiczy oddech metodą Wima Hofa.

Z branżą PR jestem związany od czasów, kiedy informacje prasowe wysyłało się faksem. Od 2016 roku zarządzam fantastycznym zespołem konsultantów Ro. Realizujemy nowatorskie kampanie komunikacyjne i działania employer brandingowe dla firm technologicznych, startupów oraz innowacyjnych korporacji takich jak Booksy, SodaStream, TomTom Telematics i Bonduelle. Współtworzyłem Blog Forum Gdańsk, najważniejszą konferencję dla twórców internetowych w Polsce oraz Program dla Młodzieży „Mam Haka na Raka”, uznany przez Związek Firm Public Relations za Kampanię PR XX-lecia. Bywam wykładowcą PR na Politechnice Warszawskiej w Akademii Leona Koźmińskiego oraz Uczelni Łazarskiego. Employer Branding to dla mnie przede wszystkim relacje. Jeśli doczytałeś/-eś do tego miejsca, mam nadzieję, że będziemy mieli okazję poznać się osobiście.





Renata Czeladko

Ekspertka w dziedzinie komunikacji. Na Uniwersytecie SWPS rozwija komunikację uczelni z otoczeniem poprzez media, media społecznościowe i działania Public Relations. Posiada wieloletnie doświadczenie w pracy dziennikarskiej oraz w tworzeniu założeń i realizacji projektów popularnonaukowych i działań komunikacyjnych z obszaru nauki, szkolnictwa wyższego, innowacji, promocji programów międzynarodowych.

Ekspertka w dziedzinie komunikacji. Na Uniwersytecie SWPS rozwija komunikację uczelni z otoczeniem poprzez media, media społecznościowe i działania Public Relations. Posiada wieloletnie doświadczenie w pracy dziennikarskiej oraz w tworzeniu założeń i realizacji projektów popularnonaukowych i działań komunikacyjnych z obszaru nauki, szkolnictwa wyższego, innowacji, promocji programów międzynarodowych.



Małgorzata Dobosz

Ekspertka w dziedzinie komunikacji. Na Uniwersytecie SWPS rozwija komunikację uczelni z otoczeniem poprzez media, media społecznościowe i działania Public Relations. Posiada wieloletnie doświadczenie w pracy dziennikarskiej oraz w tworzeniu założeń i realizacji projektów popularnonaukowych i działań komunikacyjnych z obszaru nauki, szkolnictwa wyższego, innowacji, promocji programów międzynarodowych.



Maciej Dolega

Ekspertka w dziedzinie komunikacji. Na Uniwersytecie SWPS rozwija komunikację uczelni z otoczeniem poprzez media, media społecznościowe i działania Public Relations. Posiada wieloletnie doświadczenie w pracy dziennikarskiej oraz w tworzeniu założeń i realizacji projektów popularnonaukowych i działań komunikacyjnych z obszaru nauki, szkolnictwa wyższego, innowacji, promocji programów międzynarodowych.

Pełni funkcję szefa działu PR i rzecznika prasowego MediaMarkt Polska, wnosząc do tej roli ponad dwudziestoletnie doświadczenie w branży medialnej. Jego specjalistyczna wiedza i głębokie zrozumienie dynamiki mediów stanowią fundament skutecznej komunikacji korporacyjnej. Przed dołączeniem do zespołu MediaMarkt Polska, Maciej rozwijał udaną karierę jako dziennikarz i prezenter telewizyjny. Wieloletnia praca w mediach pozwoliła mu zgromadzić bogate doświadczenie w zakresie komunikacji, które obecnie wykorzystuje w roli rzecznika prasowego. Specjalizuje się również w treningu medialnym, koncentrując się na obszarach komunikacji i brandingu. Jego doświadczenie w tym zakresie jest szczególnie cenione przez organizacje dążące do profesjonalizacji swojej komunikacji zewnętrznej. Maciej Dolega jest absolwentem prestiżowego Wydziału Dziennikarstwa i Nauk Politycznych Uniwersytetu Warszawskiego. Podczas studiów specjalizował się w dziennikarstwie i komunikacji społecznej, co stanowiło solidne fundamenty dla jego późniejszej kariery w mediach i komunikacji korporacyjnej.





Olivia Drost

0000 00000000 00000000

Prezeska i właścicielka agencji oLIVE media, przedsiębiorczyni, inwestorka. Ekspertka influencer marketingu, PR i social mediów, z kilkunastoletnim doświadczeniem w realizacji kampanii dla globalnych marek. Karierę zawodową rozpoczynała jako dziennikarka biznesowa. W 2019 roku objęła stanowisko partnerki zarządzającej w jednej z największych agencji influencer marketingu w Polsce. W 2023 roku zainwestowała w catering pudełkowy (4x CoC po 14 miesiącach), a dwa lata później w start-up Body Vibes. Jest również laureatką Young Creatives Cannes 2025 w kategorii PR. Zebrane doświadczenie pozwoliło jej założyć w 2020 roku własną agencję komunikacji 360° oLIVE media. Dziś zespół złożony z niemal 30 specjalistów obsługuje klientów z całego świata, łącząc strategiczne myślenie z kreatywnymi rozwiązaniami, które budują wizerunek marek i liderów biznesu. W czerwcu 2025 roku oLIVE media znalazło się w rankingu Forbes „Najlepsze Polskie Start-upy”, zajmując 5. miejsce w kategorii firm usługowych.



Aleksandra Dzierżawska

000000000000 0000000000000000 000000 000000000000000000000000

Trenerka, moderatorka i konferansjerka z dziewięcioletnim doświadczeniem w pracy szkoleniowej. Specjalizuje się w prowadzeniu warsztatów z wykorzystaniem gier i symulacji, łącząc elementy facylitacji z experience education. Pracuje zarówno z międzynarodowymi korporacjami (takimi jak Microsoft, McKinsey, Polpharma czy Selgros), jak i z małymi firmami rodzinnymi oraz organizacjami pozarządowymi — m.in. towarzyszyła Fundacji Kosmos dla Dziewczynek od początku jej istnienia. Od 2016 roku związana z Pracownią Gier Szkoleniowych. Certyfikowana trenerka Scale of Cooperation, członkini Stowarzyszenia Tłumaczy Literatury. Inspiruje ją koncepcja talentów Gallupa, a także praca z grupami w języku angielskim, w którym prowadzi szkolenia z taką samą swobodą jak po polsku. Absolwentka Międzywydziałowych Studiów Humanistycznych na Uniwersytecie Warszawskim oraz Szkoły Głównej Handlowej, ukończyła także studia podyplomowe z suicydologii. W pracy z grupami łączy sceniczne doświadczenie konferansjerskie z głęboką uważnością na dynamikę procesu i potrzeby uczestników. Prywatnie — tłumaczka literatury, basistka, wokalistka i autorka piosenek w zespole Ciepłe Popołudnie.



[illegible]



Sebastian Grochala

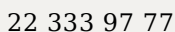
Sebastian Grochala jest doświadczonym specjalistą z dziedziny komunikacji i marketingu. Posiada wieloletnie doświadczenie w pracy w firmach, organizacjach pozarządowych i instytucjach samorządowych. Jest mentorem, trenerem i konsultantem. W latach 2010 - 2018 pełnił funkcję rzecznika prasowego i kierownika zespołu ds. komunikacji wewnętrznej i zewnętrznej w Miejskim Przedsiębiorstwie Komunikacyjnym w Łodzi. Od 2018 roku odpowiada za marketing oraz komunikację wewnętrzną i zewnętrzną największego pracodawcy polskiej branży lotniczej - Spółek LS Airport Services S.A. oraz LS Technics Sp. z o.o. zajmujących się obsługą naziemną i techniczną statków powietrznych. W latach 2020 - 2023 r. pełnił funkcję Dyrektora ds. Marketingu i Komunikacji Polskiej Grupy Farmaceutycznej. Następnie, jako Manager ds. Marketingu i Komunikacji oraz Rzecznik Prasowy w Klinikach Neuroradiochirurgii, odpowiadał za całość działań Public Relations, komunikację wewnętrzną, zewnętrzną, wszelkie działania marketingowe Spółki oraz Placówek zarządzanych przez Kliniki Neuroradiochirurgii - Radomskiego Centrum Onkologii, Centrum Gamma Knife w Warszawie, Szpitala Specjalistycznego w Brzezinach oraz Radomskiego Centrum Rodziny. W roku 2025 roku odpowiadał za marketing, komunikację oraz PR Kulczyk Foundation oraz wrócił do LS Airport Services, aby ponownie objąć funkcję Managera ds. Komunikacji i Marketingu oraz Rzecznika Prasowego Spółki. Laureat Konkursu Dyrektor Marketingu roku 2020/2021 w kategoriach: Best COVID Marketing Response oraz dla najlepszego zespołu marketingu. Wykładowca na kierunkach "Dziennikarstwo i komunikacja" w Akademii Humanistyczno-Ekonomicznej w Łodzi. Członek Polskiego Stowarzyszenia Public Relations. Absolwent Filologii Polskiej na Uniwersytecie Łódzkim oraz studiów "PR i Strategiczne Komunikowanie w Firmach" na SGH w Warszawie.



Marcin Gruszka

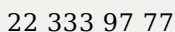
Marcin Gruszka jest liderem z ponad 20-letnim doświadczeniem w budowaniu marek, prowadzeniu komunikacji i tworzeniu historii, które angażują ludzi. W Allegro odpowiada za całość strategii komunikacji – od PR korporacyjnego i produktowego po storytelling marki, który łączy świat klientów, partnerów i pracowników. Wcześniej przez ponad dekadę był twarzą i głosem marki Play, gdzie jako rzecznik prasowy stworzył jeden z najbardziej rozpoznawalnych i nowoczesnych modeli komunikacji w polskiej branży telekomunikacyjnej. Po odejściu z Play współtworzył komunikację Booksy, pomagając firmie budować globalny wizerunek polskiego scale-upu.





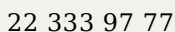
konferencje@pb.pl

(63024)



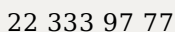
konferencje@pb.pl

(63024)



konferencje@pb.pl

(63024)



konferencje@pb.pl

(63024)



Małgorzata Kołodrub

Ekspertka komunikacji z wieloletnim doświadczeniem z zakresu komunikacji zewnętrznej, budowania wizerunku marek i firm, kryzysowej i wewnętrznej, zdobytym w międzynarodowych firmach w branży spożywczej, żywienia medycznego i technologii medycznych. Obecnie w Medtronic Poland, poprzednio zarządzała komunikacją w grupie spółek DANONE (NUTRICIA Polska, Danone, Żywiec Zdrój). Skupiona na tworzeniu i zapewnianiu spójnej strategii komunikacji korporacyjnej oraz relacji, które przyczyniają się do rozwijania efektywności organizacji i jej wizerunku wśród odpowiednich odbiorców. Z fascynacją zgłębia zmiany zachodzące w konsumpcji treści, rozwój nowych mediów, trendy i zachowania społeczne w otaczającym nas świecie.

Ekspertka komunikacji z wieloletnim doświadczeniem z zakresu komunikacji zewnętrznej, budowania wizerunku marek i firm, kryzysowej i wewnętrznej, zdobytym w międzynarodowych firmach w branży spożywczej, żywienia medycznego i technologii medycznych. Obecnie w Medtronic Poland, poprzednio zarządzała komunikacją w grupie spółek DANONE (NUTRICIA Polska, Danone, Żywiec Zdrój). Skupiona na tworzeniu i zapewnianiu spójnej strategii komunikacji korporacyjnej oraz relacji, które przyczyniają się do rozwijania efektywności organizacji i jej wizerunku wśród odpowiednich odbiorców. Z fascynacją zgłębia zmiany zachodzące w konsumpcji treści, rozwój nowych mediów, trendy i zachowania społeczne w otaczającym nas świecie.



Maciej Krzysztozek

Odpowiada za relacje z mediami, działania PR, komunikację korporacyjną i organizację eventów. Od 2025 roku wiceprezes Polskiego Stowarzyszenia Public Relations, z którym związany jest od 2019 roku. Doświadczenie zawodowe zdobywał najpierw jako dziennikarz w redakcjach biznesowych, a następnie w komunikacji korporacyjnej, społecznej i PR, głównie na rynku finansowym. Odpowiadał za relacje z mediami i komunikację zewnętrzną m.in. w Urzędzie Komisji Nadzoru Finansowego, towarzystwie ubezpieczeniowym LINK4, a także w Grupie Amica, gdzie pełnił funkcję rzecznika prasowego i menedżera ds. zrównoważonego rozwoju. Ukończył dziennikarstwo i komunikację społeczną na Uniwersytecie Warszawskim oraz Università degli Studi di Milano, a także finanse i rachunkowość w Szkole Głównej Handlowej. Absolwent Podyplomowych Studiów PR i komunikowania w firmach w Szkole Głównej Handlowej.

Odpowiada za relacje z mediami, działania PR, komunikację korporacyjną i organizację eventów. Od 2025 roku wiceprezes Polskiego Stowarzyszenia Public Relations, z którym związany jest od 2019 roku. Doświadczenie zawodowe zdobywał najpierw jako dziennikarz w redakcjach biznesowych, a następnie w komunikacji korporacyjnej, społecznej i PR, głównie na rynku finansowym. Odpowiadał za relacje z mediami i komunikację zewnętrzną m.in. w Urzędzie Komisji Nadzoru Finansowego, towarzystwie ubezpieczeniowym LINK4, a także w Grupie Amica, gdzie pełnił funkcję rzecznika prasowego i menedżera ds. zrównoważonego rozwoju. Ukończył dziennikarstwo i komunikację społeczną na Uniwersytecie Warszawskim oraz Università degli Studi di Milano, a także finanse i rachunkowość w Szkole Głównej Handlowej. Absolwent Podyplomowych Studiów PR i komunikowania w firmach w Szkole Głównej Handlowej.





Paweł Krzywicki

74 72 65 6E 65 72 58 72 61 63 6F 77 6E 69 61 47 69 65 72 53 7A 68 6E 65 6E 69 6F 77 79 63 6E

Trener, coach, moderator z 15-letnim doświadczeniem w prowadzeniu szkoleń. Z Pracownią Gier Szkoleniowych współpracuje od 8 lat. Zrealizował ponad 6000 godzin szkoleń integracyjnych i rozwijających umiejętność pracy zespołowej dla największych polskich firm. Jest entuzjastą i praktykiem innowacyjnych form edukacji dorosłych, w szczególności "experiential learning". Korzysta z licencjonowanych gier szkoleniowych oraz metod facylitacji wizualnej. Specjalizuje się m.in. w rozwijaniu kompetencji istotnych w pracy zespołowej takich jak budowanie długotrwałych i satysfakcjonujących relacji, budowanie zaangażowania, współpracy zespołowej i między zespołami. W pracy z klientami korzysta z kompetencji coachingowych, potwierdzonych przez International Coach Federation (ICF) z akredytacją Associate Certified Coach (ACC). Atrakcyjność i dynamika jego szkoleń, połączone z inteligentnym poczuciem humoru przekładają się na zaangażowanie Uczestniczek i Uczestników, którzy wychodzą uskrzydleni i gotowi do dobrej współpracy. Prowadził szkolenia dla kilkudziesięciu firm z branży automotive, farmaceutycznej, FMCG, konsultingowej, IT, paliwowo-energetycznej. M.in. dla Accenture, Adamed, Agora, Bayer, Billennium, BPH, BGŻ BNP Paribas, Castorama, Deloitte, Fundacji PwC, Gedeon Richter, GSK, IKEA, Krajowej Szkoły Administracji Publicznej, Mettler Toledo, Orange, Orlen, Polpharma, PERN, PKO BP, Programu MBA-SGH Szkoły Głównej Handlowej, Sandoz, Volvo, Volkswagen oraz kilkudziesięciu samorządów i NGO w Polsce, Wielkiej Brytanii, Irlandii.



Natalia Kubowicz

43 6F 72 78 6F 72 61 74 65 43 6F 60 60 75 6F 69 63 61 74 69 66 6F 6F 73 4D 61 6F 61 62 65 72 4F 53 47 47 72 6F 75 78 77 58 6F 6C 73 63 66

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



Katarzyna Kucisz-Rosłoń

0000000000 0000000000000000 0000000000 000000000000 0000000000000000 0000000000

Od ponad dekady buduje strategię komunikacyjną międzynarodowych marek. Doświadczenie zdobywała m. in. w branżach: logistycznej, farmaceutycznej, budowlanej oraz FMCG. Od sześciu lat związana z McDonald's. Współtworzy strategię odpowiedzialności marki ze szczególnym skupieniem wokół obszaru środowiska. Liderka zmian, realizująca projekty zmieniające sposób działania organizacji, odpowiedzialna m. in. za stworzenie pierwszego raportu ESG dla McDonald's Polska. Absolwentka kierunków: Zarządzanie i Inżynieria Produkcji, Cele Zrównoważonego Rozwoju w strategii firmy oraz Architektury wnętrz. Laureatka tegorocznej nagrody Presidents' Award, jednego z najważniejszych wyróżnień w systemie McDonald's, którym system honoruje tylko 1% wyjątkowych pracowników na całym świecie.



Karolina Lis

0000000000 0000000000000000 0000 0000000000 0000000000000000 0000000000000000
0000000000000000 0000 00 00000000 000000

Od 15 lat wspiera organizacje w budowaniu skutecznych zespołów i strategii personalnych. Jako doświadczona liderka w HAYS, zarządzała projektami rekrutacyjnymi na stanowiska managerskie, dyrektorskie i C-level w obszarach takich jak finanse, HR, ESG, podatki czy relacje inwestorskie. Jej doświadczenie obejmuje współpracę z firmami z sektora finansowego, produkcyjnego, FMCG, medycznego, energetycznego, nieruchomości oraz handlu detalicznego. Karolina doskonale rozumie, jak decyzje konsumenckie wpływają na rynek pracy i strategię employer brandingowe. W swojej pracy stawia na jakość, otwartą komunikację i budowanie partnerskich relacji. Dzięki umiejętności słuchania i analizy potrzeb klientów, skutecznie doradza w zakresie pozyskiwania talentów, które odpowiadają na zmieniające się oczekiwania rynku i konsumentów.



MODERATORKA Beata Łaszyn

000000000000 0000000000 0000000000 0000000000000000000000000000 000000 00 0000000000
00000000000000000000 00000000000000 000000000000 000000000000 0000000000000000

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



00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52	53	54	55	56	57	58	59	60	61	62	63	64	65	66	67	68	69	70	71	72	73	74	75	76	77	78	79	80	81	82	83	84	85	86	87	88	89	90	91	92	93	94	95	96	97	98	99
00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52	53	54	55	56	57	58	59	60	61	62	63	64	65	66	67	68	69	70	71	72	73	74	75	76	77	78	79	80	81	82	83	84	85	86	87	88	89	90	91	92	93	94	95	96	97	98	99
00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52	53	54	55	56	57	58	59	60	61	62	63	64	65	66	67	68	69	70	71	72	73	74	75	76	77	78	79	80	81	82	83	84	85	86	87	88	89	90	91	92	93	94	95	96	97	98	99



50 72 65 7A 65 73 6B 61 46 75 6E 64 61 63 6A 61 50 5A 55

[illegible]



Arkadiusz Mierzwa

Arkadiusz Mierzwa jest dyrektorem ds. korporacyjnych w Jeronimo Martins Polska. Wcześniej pracował w TVN24 i TVN CNBC Biznes. Absolwent Wydziału Dziennikarstwa i Nauk Politycznych Uniwersytetu Warszawskiego, a także American Studies Center. Ukończył również Advanced Management Programme IES Business School w Barcelonie.

W Jeronimo Martins Polska pracuje od 2017 r., obecnie jako dyrektor ds. korporacyjnych odpowiada za komunikację z mediami, kształtowanie pozytywnego wizerunku sieci Biedronka, oraz działania public affairs. Wcześniej prowadzący i ekspert programu „Firmowe ewolucje”, emitowanego na antenie TVP1, a także wieloletni reporter TVN24 i TVN CNBC Biznes. W latach 2013-2016 był dyrektorem ds. komunikacji CANAL+ w Polsce, a w okresie 2008-2013 rzecznikiem prasowym oraz dyrektorem biura relacji z mediami i komunikacji zarządu Banku Pekao SA. Absolwent Wydziału Dziennikarstwa i Nauk Politycznych Uniwersytetu Warszawskiego, a także American Studies Center. Ukończył również Advanced Management Programme IES Business School w Barcelonie.



Wiktoria Nowak

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

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



Maria Podgórska

Maria Podgórska jest dyrektorem ds. korporacyjnych w Jeronimo Martins Polska. Wcześniej pracował w TVN24 i TVN CNBC Biznes. Absolwent Wydziału Dziennikarstwa i Nauk Politycznych Uniwersytetu Warszawskiego, a także American Studies Center. Ukończył również Advanced Management Programme IES Business School w Barcelonie.





Paweł Prus

Pracownik Wydziału Prawa i Administracji Uniwersytetu Warszawskiego, specjalista ds. mediów i komunikacji oraz prezes medialnego think-tanku, Instytutu Zamenhofa. Łączy wiedzę prawniczą z doświadczeniem w komunikacji strategicznej, doradzając firmom i instytucjom w budowaniu wizerunku oraz zarządzaniu kryzysowym. Jego zainteresowania badawcze koncentrują się na dezinformacji oraz wpływie nowych technologii i AI na media i procesy komunikacji. Ekspert ds. polityki medialnej w Polskim Instytucie Analiz Prawnych i Ekonomicznych.

Prawnik, specjalista ds. mediów i komunikacji oraz prezes medialnego think-tanku, Instytutu Zamenhofa. Łączy wiedzę prawniczą z doświadczeniem w komunikacji strategicznej, doradzając firmom i instytucjom w budowaniu wizerunku oraz zarządzaniu kryzysowym. Jego zainteresowania badawcze koncentrują się na dezinformacji oraz wpływie nowych technologii i AI na media i procesy komunikacji. Ekspert ds. polityki medialnej w Polskim Instytucie Analiz Prawnych i Ekonomicznych.



Anna Radomska

Ekspertka w obszarze digital PR z ponad 10-letnim doświadczeniem w budowaniu strategii medialnych i reputacji marek. Pracowała przy projektach dla takich organizacji jak Meta, Philips czy Komisja Europejska, gdzie łączyła strategiczne podejście z innowacyjnymi rozwiązaniami. Obecnie w firmie Symfonia wspiera rozwój autentycznego głosu marki i jej wizerunku. W swojej pracy wierzy, że skuteczny PR to sztuka łączenia ludzi, historii i strategii.

Ekspertka w obszarze digital PR z ponad 10-letnim doświadczeniem w budowaniu strategii medialnych i reputacji marek. Pracowała przy projektach dla takich organizacji jak Meta, Philips czy Komisja Europejska, gdzie łączyła strategiczne podejście z innowacyjnymi rozwiązaniami. Obecnie w firmie Symfonia wspiera rozwój autentycznego głosu marki i jej wizerunku. W swojej pracy wierzy, że skuteczny PR to sztuka łączenia ludzi, historii i strategii.



Anita Ryng

Pracownik Wydziału Prawa i Administracji Uniwersytetu Warszawskiego, specjalista ds. mediów i komunikacji oraz prezes medialnego think-tanku, Instytutu Zamenhofa. Łączy wiedzę prawniczą z doświadczeniem w komunikacji strategicznej, doradzając firmom i instytucjom w budowaniu wizerunku oraz zarządzaniu kryzysowym. Jego zainteresowania badawcze koncentrują się na dezinformacji oraz wpływie nowych technologii i AI na media i procesy komunikacji. Ekspert ds. polityki medialnej w Polskim Instytucie Analiz Prawnych i Ekonomicznych.

Kuba Sagan

Pracownik Wydziału Prawa i Administracji Uniwersytetu Warszawskiego, specjalista ds. mediów i komunikacji oraz prezes medialnego think-tanku, Instytutu Zamenhofa. Łączy wiedzę prawniczą z doświadczeniem w komunikacji strategicznej, doradzając firmom i instytucjom w budowaniu wizerunku oraz zarządzaniu kryzysowym. Jego zainteresowania badawcze koncentrują się na dezinformacji oraz wpływie nowych technologii i AI na media i procesy komunikacji. Ekspert ds. polityki medialnej w Polskim Instytucie Analiz Prawnych i Ekonomicznych.



Kuba Sagan to współzałożyciel i dyrektor kreatywny Feeders Agency, której misją jest karmić feed odbiorców dobrymi treściami. Dwukrotny zwycięzca Cannes Young Creatives, juror polskich i zagranicznych festiwali, zdobywca ponad 70-ciu nagród branżowych tj. Effie, KTR, Golden Drum. Swoje doświadczenie zdobywał pracując m.in. dla Nike, Netflix, IKEA, Disney, Marvel, Żywiec i P&G. Wierzy w to, że reklama jest częścią branży rozrywkowej, dlatego też powinna bawić, wzruszać lub edukować w ciekawy dla odbiorcy sposób.





Katarzyna Siwek

000000 0000 0000 0000000000000000000000



MODERATORKA Justyna Smolińska

00000000000000000000 00000000 00000000000000

Od prawie siedmiu lat dziennikarka wideo Pulsu Biznesu. Wcześniej pracowała w portalu finansowym InfoStrefa, do którego przysłała z redakcji "Wiadomości" Telewizji Polskiej.



Daria Sulgostowska

0000 00000000000000000000 000000 00000000000000

Dyrektorka Komunikacji i ESG z wieloletnim doświadczeniem w polskich i globalnych biznesach. Trenerka tenisa. Obecnie kieruje obszarami komunikacji korporacyjnej i zrównoważonego rozwoju największego na świecie marketplace z cyfrową rozrywką, G2A.COM. Pełni również funkcję członkini zarządu Polskiego Związku Tenisowego. Wcześniej wicedyrektorka komunikacji korporacyjnej oraz ESG Grupy CCC – platformy eobuwie, Modivo, DeeZee, CCC oraz HalfPrice. Pełniła również funkcję rzeczniczki prasowej OTCF, właściciela marki 4F. Zajmowała się także branżą energetyczną, realizując projekty dla fińskiej grupy Fortum. Absolwentka Wydziału Dziennikarstwa Uniwersytetu Warszawskiego.



Kamil Szabłowski

0000 00000000 000000





Grzegorz Świąch

Grzegorz Świąch jest współtwórcą GenbOOst, społecznego projektu który edukuje firmy z zakresie tematyki międzypokoleniowej. Tworzy, wspiera i wdraża projekty edukacyjne potrzebne społecznie. Twórca i prowadzący audycję „Ja w Twoim wieku...” w Czwórka Polskie Radio. Ekspert Karty Praw Dziecka w Biznesie przy Forum Odpowiedzialnego Biznesu oraz członek zespołu ds współpracy z organizacjami pozarządowymi w Ministerstwie Edukacji Narodowej. Manager z ponad 25-letnim doświadczeniem poziomu executive w biznesie i organizacjach pozarządowych. Mentor młodzieży, konsultant i doradca dla zarządów spółek i organizacji pozarządowych. W roku 2024 trafił na listę najlepszych w Polsce edukatorów/ek seksualnych SEXED100, współorganizowaną przez Forbes Women i SEXED.pl. Wspiera osoby dorosłe w momencie dylematów życiowych oraz w tworzeniu dobrych relacji z dorastającymi dziećmi.



Krzysztof Tomczyński

Krzysztof Tomczyński jest doradcą komunikacyjnym z kilkunastoletnim doświadczeniem w Public Relations zdobywanym zarówno po stronie Klienta, jak i Agencji. Z Alert Media związany od początku 2013 roku. Prowadzi międzynarodowe projekty strategiczne i kryzysowe dla wiodących firm z branż: FMCG, retail, motoryzacyjnej i medycznej oraz 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.



Izabela Tworzydło

Izabela Tworzydło jest dyrektorką Departamentu Komunikacji Korporacyjnej, Rzeczniką Prasową w Banku BNP Paribas, w którym odpowiada za komunikację wewnętrzną, zewnętrzną oraz social media. Z branżą public relations związana od 15 lat. Ekspertka z bogatym doświadczeniem w zakresie tworzenia i realizacji strategii komunikacji korporacyjnej, zarządzania sytuacjami o potencjale kryzysowym oraz komunikowania transakcji fuzji i przejęć. Jest współinicjatorką i liderką programu „Kobiety zmieniające BNP Paribas”, który promuje diversity & inclusion w Banku BNP Paribas.





Mikołaj Winkiel

Marketingowiec/sprzedawca/geek z pasji i wyboru, który od lat łączy świat Internetu,

mediów społecznościowych i reklamy. Doświadczenie zdobyte w agencjach marketingowych nauczyło go patrzeć na marketing całościowo, a jako wykładowca akademicki chętnie dzieli się tą wiedzą. Od 2011 roku w Brand24 zajmuje się kluczowymi klientami, marketingiem i „ewangelizacją” branży. Mówi o monitoringu Internetu tak, że nawet algorytmy zaczynają słuchać uważniej.



Martyna Wojciechowska

Dziennikarka, podróżniczka, działaczka społeczna, autorka filmów dokumentalnych i bestsellerowych książek. Założycielka Fundacji UNAWEZA – działającej na rzecz wyrównywania szans kobiet oraz dzieci w Polsce i na krańcach świata. Inicjatorka projektu „MŁODE GŁOWY. Otwarcie o zdrowiu psychicznym”. Podróżuje po świecie realizując autorski program podróżniczy „Kobieta na krańcu świata”, w którym pokazuje inspirujące historie kobiet, ale także podejmuje ważne społecznie tematy z obszaru praw człowieka. Realizuje także filmy dokumentalne, które cieszą się międzynarodowym uznaniem. Przez 10 lat pełniła funkcję redaktorki naczelnej polskiej edycji “National Geographic” i “NG Traveler”. Miłośniczka przygody i ciągłego odkrywania świata. Zdobyła Koronę Ziemi (7 summits) z czego Mount Everest zaledwie po 1,5 roku po złamaniu kręgosłupa. Jako pierwsza kobieta z Polski ukończyła Rajd Dakar. Posiada licencję skoczka spadochronowego, a także technicznego nurka głębinowego. Członkini The Explorers Club. Jej motto brzmi: NIEMOŻLIWE NIE ISTNIEJE.



MODERATOR Damian Ziąber

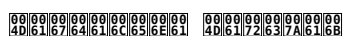
Pracował dla wielu znanych marek i organizacji, w tym dla branży bankowej, ubezpieczeniowej, FMCG, hotelarskiej, IT. Jeden z pierwszych rzeczników klientów w Polsce. Studiował prawo oraz zarządzanie w Uniwersytecie Warszawskim, a także prawo EU w Europejskim Instytucie Uniwersyteckim we Florencji i komunikację w Quadriga University w Berlinie. Aktywny członek Polskiego Stowarzyszenia Public Relations i działającego przy nim Klubu rzeczników i rzeczników prasowych, panelista i prelegent licznych wydarzeń, juror branżowych konkursów (PR Wings, Effie).

Wykładowca specjalizacji PR na Wydziale Dziennikarstwa, Informacji i Bibliologii Uniwersytetu Warszawskiego – komunikacja wartości, marki osobiste, komunikacja w organizacji, social media i influencerzy. Prywatnie miłośnik (historii) rodzinnego Dolnego Śląska oraz (historii) Bliskiego Wschodu.





Opiekun merytoryczny

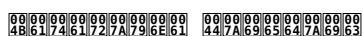


Project Manager

☎ 695 370 210

✉ m.marczak@pb.pl

Współpraca



Marketing Manager

☎ 600 013 343

✉ k.dziedzic@pb.pl

Novotel Airport

1 Sierpnia 1
Warszawa

Partner wspierający



Patron Honorowy



22 333 97 77



konferencje@pb.pl

(63024)



Patron



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: 21. Kongres Public Relations i Komunikacji



21. Kongres Public Relations i Komunikacji

28 - 29 października 2025, Warszawa

3195 zł netto od 2025-09-20 do 2025-10-29

Kod promocyjny



Imię

☐

firma

☐

osoba fizyczna

Nazwisko

Państwo

Stanowisko

NIP

Dział

Nazwa/Imię i nazwisko

pole opcjonalne

Miejscowość

E-mail

Ulica i numer

Telefon

Kod pocztowy

☐

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

☐

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

☐

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

☐

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

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

Pieczętka i podpis



22 333 97 77



konferencje@pb.pl

(63024)

Formularz rejestracji: 21. 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 przestaniu materiałów szkoleniowych z wydarzenia.

0000 31 2E 0000 44 61 6E 65 0000 75 63 7A 65 73 74 6E 69 6B 61

Imię _____

Nazwisko

Stanowisko

Dział

pole opcjonalne

E-mail

Telefon

0000 0000 0000 0000 0000 0000 0000 0000 0000 0000
32 2E 44 61 6E 65 75 63 7A 65 73 74 6E 69 6B 61

Imię _____

Nazwisko

Stanowisko

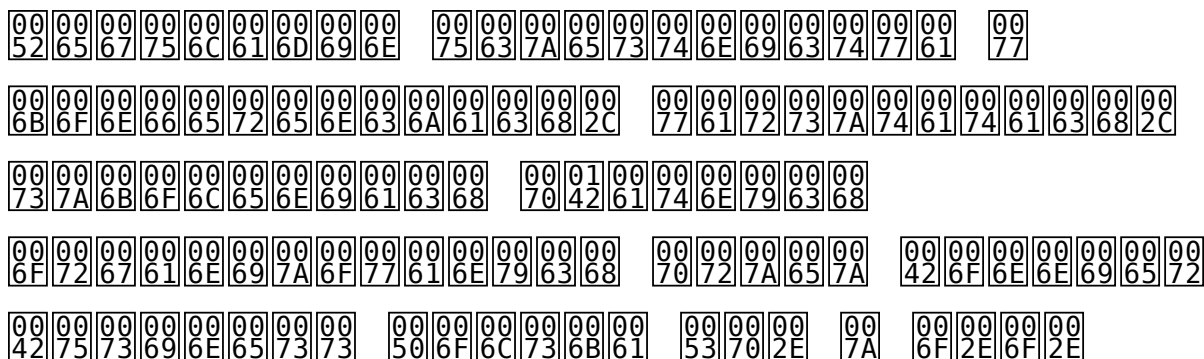
Dział

pole opcjonalne

E-mail

Telefon

21. Kongres Public Relations i Komunikacji



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 przerwę kawową, lunch. Wszelkie inne koszty niewskazane przez Organizatora (np. koszty przejazdu, zakwaterowania) uczestnik Wydarzenia pokrywa we własnym zakresie. W przypadku Wydarzeń organizowanych z wykorzystaniem środków komunikacji elektronicznej cena obejmuje wyłącznie prelekcje oraz materiały szkoleniowe. Płatności należy dokonywać na rachunek bankowy Organizatora wskazany każdorazowo na Stronie Wydarzenia z uwzględnieniem informacji wskazanych przez Organizatora na fakturze pro forma lub na fakturze VAT.
3. Wypełnienie elektronicznego formularza zgłoszeniowego udostępnionego przez Organizatora i zamieszczonego na stronie internetowej Wydarzenia (tj. www.konferencje.pb.pl lub innej wskazanej przez Organizatora) („Zgłoszenie”), a następnie zatwierdzenie Zgłoszenia poprzez aktywowanie dedykowanego przycisku „Zarejestruj z obowiązkiem zapłaty” lub pobranie, wypełnienie i odesłanie podpisanego przez osoby uprawnione (w formie papierowej lub skanem na adres e-mail Organizatora) formularza w formacie .pdf zamieszczonego na stronie internetowej Wydarzenia, jest równoznaczne z zawarciem z Organizatorem przez podmiot wskazany w Zgłoszeniu jako podmiot zgłaszający umowy, której przedmiotem jest umożliwienie osobom wskazanym w Zgłoszeniu uczestnictwa w Wydarzeniu. Na podstawie Zgłoszenia Organizator wystawia i przysyła na adres poczty elektronicznej wskazany w Zgłoszeniu fakturę pro forma płatną w terminie siedmiu (7) dni od daty Zgłoszenia.
4. Biorąc pod uwagę fakt, że Zgłoszenie dokonywane może być przez osobę fizyczną działającą w imieniu i na rzecz innych osób, osoba zgłaszająca zobowiązana jest w trakcie dokonywania Zgłoszenia do potwierdzenia stosownego upoważnienia. W przeciwnym wypadku Organizator zastrzega sobie prawo odmowy przyjęcia Zgłoszenia.
5. Osoba dokonująca Zgłoszenia ponosi odpowiedzialność za oświadczenia składane w trakcie realizacji procedury Zgłoszenia. Szczegółowe warunki Zgłoszenia, sposób postępowania w trakcie i po dokonaniu Zgłoszenia oraz zakres wymaganych oświadczeń osoby zgłaszającej oraz osób zgłaszanych Organizator określa w interaktywnym formularzu Zgłoszenia zamieszczonym na Stronie Wydarzenia.
6. W przypadku, o którym mowa w Pkt 5 Regulaminu, Organizator dopuszcza możliwość wskazania osób, które wezmą udział w Wydarzeniu na podstawie Zgłoszenia w terminie późniejszym niż jego zatwierdzenie zgodnie z pkt 3 Regulaminu, jednakże nie później niż na dwadzieścia jeden (21) dni kalendarzowych przed rozpoczęciem Wydarzenia. Niniejsze postanowienie nie ma zastosowania w przypadku dokonania Zgłoszenia w terminie późniejszym niż na dwadzieścia jeden (21) dni kalendarzowych przed rozpoczęciem Wydarzenia.
7. O rezygnacji z udziału w Wydarzeniu należy poinformować Organizatora przesyłając taką informację na adres poczty elektronicznej Organizatora: konferencje@pb.pl.
8. W przypadku rezygnacji z uczestnictwa w Wydarzeniu nie później niż dwadzieścia jeden (21) dni kalendarzowych przed rozpoczęciem Wydarzenia, podmiot zgłaszający zostanie obciążony opłatą w wysokości stanowiącej równoważność 30% Ceny. Niniejsze postanowienie nie ma zastosowania w przypadku dokonania Zgłoszenia w terminie późniejszym niż na dwadzieścia jeden (21) dni kalendarzowych przed rozpoczęciem Wydarzenia.
9. W przypadku rezygnacji z uczestnictwa w Wydarzeniu w terminie krótszym niż dwadzieścia jeden (21) dni kalendarzowych przed rozpoczęciem Wydarzenia, podmiot zgłaszający zostanie obciążony pełną Ceną.
10. Nieodwołanie Zgłoszenia lub niewzięcie udziału w Wydarzeniu nie zwalnia podmiotu zgłaszającego z obowiązku zapłaty Ceny.
11. Niewskazanie osób, które wezmą udział w Wydarzeniu stosownie do pkt 6 Regulaminu jest równoznaczne z rezygnacją z uczestnictwa w Wydarzeniu. Pkt 8 i 9 Regulaminu stosuje się w takim przypadku odpowiednio.
12. Niedokonanie wpłaty kosztów uczestnictwa w Wydarzeniu w terminie wskazanym w pkt 3 Regulaminu nie jest jednoznaczne z rezygnacją z uczestnictwa w Wydarzeniu. Niedokonanie wpłaty kosztów uczestnictwa w Wydarzeniu nie wyłącza prawa do stosowania przez Organizatora uprawnień z pkt 9 i 10 Regulaminu.
13. Organizator dopuszcza by zamiast osoby wskazanej w Zgłoszeniu, w Wydarzeniu wzięła udział inna osoba wskazana przez podmiot zgłaszający. O zmianie, podmiot zgłaszający informuje Organizatora przysyłając stosowną informację na adres poczty elektronicznej Organizatora: konferencje@pb.pl nie później niż w dniu poprzedzającym dzień rozpoczęcia Wydarzenia.
14. Organizator zastrzega sobie prawo do zmian programu Wydarzenia, w szczególności polegającej na zmianie godziny danego wystąpienia, zmianie osoby prowadzącej lub zmiany lokalizacji Wydarzenia, jak również do odwołania Wydarzenia.
15. W przypadku odwołania Wydarzenia uiszczona Cena lub jej część zostaną zwrócone lub – za zgodą podmiotu zgłaszającego – przeznaczone na pokrycie kosztów uczestnictwa winnym Wydarzeniu.
16. Organizator zastrzega sobie prawo do zmiany terminu Wydarzenia. W przypadku braku akceptacji nowej daty Wydarzenia, podmiotowi zgłaszającemu, który opłacił Cenę, Organizator zwraca Cenę w pełnej wysokości.
17. 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.
18. Zabronione jest zwielokrotnianie Materiałów, wprowadzanie ich do obrotu, rozpowszechnianie w jakikolwiek sposób, użyczanie, wyświetlanie, publiczne udostępnianie Materiałów w taki sposób, aby każdy mógł mieć do nich dostęp w miejscu i w czasie przez siebie wybranym oraz jakiekolwiek inne wykorzystanie sprzeczne z celem lub zakresem wskazanym w ust. 17 Regulaminu.
19. Zgłaszający zobowiązany jest poinformować uczestnika zgłaszanego do wzięcia udziału w Wydarzeniu, że Organizator może 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.
20. Dokonanie Zgłoszenia jest równoznaczne z udzieleniem Organizatorowi upoważnienia do wystawienia faktury VAT bez podpisu przez osobę zgłaszającą lub podmiot w imieniu którego osoba zgłaszająca działa.
21. Organizator udziela osobie dokonującej Zgłoszenia oraz uczestnikowi Wydarzenia rabatu w wysokości co najmniej 5% na rejestrację na organizowane, w ciągu roku od daty Wydarzenia, jego kolejne edycje lub konferencje, warsztaty, szkolenia płatne związane tematycznie z Wydarzeniem. Celem skorzystania z rabatu uprawniony wprowadza przekazany przez Organizatora kod rabatowy podczas rejestracji. Rabat naliczy się automatycznie. Kod rabatowy będzie przysyłany przez Organizatora – na adres e-mail osoby dokonującej Zgłoszenia oraz uczestnika Wydarzenia podany w formularzu rejestracyjnym na Wydarzenie – w zaproszeniu na kolejną edycję Wydarzenia lub konferencję, warsztat, szkolenie płatne związane tematycznie z Wydarzeniem. Kod rabatowy jest aktywny do upływu wskazanego terminu rejestracji na kolejną edycję Wydarzenia lub konferencję, warsztat, szkolenie płatne związane tematycznie z Wydarzeniem. Rabat dotyczy każdego uczestnika zgłaszanego przez osobę uprawnioną do rabatu. Rabat łączy się z innymi rabatami, chyba że Organizator postanowi inaczej, o czym uprawniony zostanie poinformowany w zaproszeniu.
22. Jeśli osoba dokonująca rejestracji wyraża bądź utrzymuje wyrażone uprzednio zgody marketingowe na kontakt e-mailowy oraz telefoniczny otrzymuje 5% stałego rabatu na dokonywane przez siebie rejestracje na płatne Wydarzenia organizowane przez Organizatora i ogłaszane (oferowane) poprzez dedykowany Wydarzeniom serwis internetowy działający pod adresem: www.konferencje.pb.pl (do momentu wycofania zgód lub jednej ze zgód). Rabat ten łączy się z innymi. Weryfikacja następuje w czasie rzeczywistym na podstawie podanego w Zgłoszeniu adresu e-mail osoby zgłaszającej. Rabat naliczany jest automatycznie. Prawo do rabatu przysługuje wyłącznie osobie dokonującej rejestracji (dokonującej Zgłoszenia) i dotyczy danego Zgłoszenia bez względu na liczbę uczestników rejestrowanych przez osobę dokonującą rejestracji i uprawnioną do otrzymania rabatu.



21. Kongres Public Relations i Komunikacji

23. Uczestnictwo w Wydarzeniu odbywającym się z wykorzystaniem środków komunikacji elektronicznej wymaga dysponowania przez uczestnika Wydarzenia systemem teleinformatycznym spełniającym następujące minimalne wymagania techniczne:
1. dostęp do Internetu,
 2. urządzenie końcowe,
 3. zastosowanie w niektórych przypadkach oprogramowania umożliwiającego odczytywanie plików w różnych formatach (m.in. graficznych, dźwiękowych, multimedialnych, tekstowych, wideo itp.).
24. O ile jest to niezbędne ze względu na charakter Wydarzenia odbywającego się z wykorzystaniem środków komunikacji elektronicznej, Organizator w procesie Zgłoszenia przekazuje informację o ewentualnych dodatkowych wymaganiach technicznych niezbędnych do wzięcia udziału w Wydarzeniu
25. Organizator Wydarzenia odbywającego się z wykorzystaniem środków komunikacji elektronicznej nie ponosi odpowiedzialności za:
1. problemy telekomunikacyjne wywołane działaniami lub zaniechaniami osób trzecich,
 2. niedziałanie albo wadliwe działanie wykorzystywanego przez uczestnika Wydarzenia oprogramowania firm trzecich, w tym działanie wirusów komputerowych,
 3. niewłaściwą konfigurację sprzętu wykorzystywanego przez uczestnika Wydarzenia w celu wzięcia udziału w Wydarzeniu,
 4. wady sprzętu komputerowego uczestnika Wydarzenia,
 5. brak lub przerwy w dostępie do Internetu po stronie uczestnika Wydarzenia,
 6. nieprawidłową obsługę aplikacji przez uczestnika Wydarzenia, <.li>
 7. innymi okoliczności uniemożliwiające lub utrudniające uczestnictwo w Wydarzeniu niespowodowane działaniami lub zaniechaniami Organizatora.
26. W przypadku Wydarzeń stacjonarnych, w sytuacji wprowadzenia, aktami władzy państwowej lub lokalnej na terenie kraju lub jego części, ograniczeń, a także wytycznych właściwych służb, instytucji oraz innych podmiotów realizujących ustawowe obowiązki, które wpływałyby na sposób organizacji Wydarzenia, Organizator zastrzega możliwość wprowadzenia dodatkowych wymagań dla uczestników Wydarzenia celem zapewnienia ochrony ich zdrowia i bezpieczeństwa. Organizator powiadomi uczestników Wydarzenia, na adres e-mail podany w zgłoszeniu rejestracyjnym, o dodatkowych wymogach uczestnictwa oraz konieczności potwierdzenia ich akceptacji w terminie wskazanym w przesłanej wiadomości. Organizator zastrzega sobie prawo odmowy dopuszczenia do uczestnictwa w Wydarzeniu osób, które nie wyrażą zgody na przestrzeganie wymogów, o których mowa w zdaniu poprzednim.
27. Osoba dokonująca Zgłoszenia podejmując czynności w celu dokonania Zgłoszenia potwierdza, że dane zgłaszane uczestnika są prawdziwe, a osoba zgłaszana do wzięcia udziału w Wydarzeniu wyraziła zgodę na dokonanie Zgłoszenia z uwzględnieniem jej danych osobowych. Po dokonaniu zgłoszenia osoba, której dane w nim wskazano, zostanie poinformowana o tym kto dokonał Zgłoszenia oraz jakie dane zostały wskazane z prośbą o ich potwierdzenie.
28. Niniejszy regulamin obowiązuje od chwili jego opublikowania na Stronie Wydarzenia. Organizator zastrzega sobie prawo do jego zmiany, z zastrzeżeniem że dokonane zmiany obowiązują od chwili ich przekazania do publicznej wiadomości.

