

17. Kongres Public Relations i Komunikacji

12 - 13 października 2021 / Warszawa, Crowne Plaza Warsaw

2295 zł netto do 13 października



CEL

Otoczający nas świat się zmienia i postawił przed PR-owcami nieoczekiwane wyzwania. **Dziś PR-owiec na nowo musi w sposób interesujący i przyciągający uwagę opowiedzieć historię swojej marki.** To od podejmowanych przez PR-owca działań zależy **długofalowa widoczność firmy na rynku.** Nowe strategie komunikacyjne, spójna komunikacja wewnętrzna i zewnętrzna, wielokanałowość komunikacji, wykorzystanie sztucznej inteligencji w działaniach PR-owych, zbudowanie dobrych relacji z dziennikarzami, walka z fake newsami i przygotowanie na potencjalny kryzys, to główne zadania dla PR-owców na nadchodzący czas.

Z myślą o potrzebach i na podstawie bieżących oczekiwań działów PR, już po raz **17** mamy przyjemność zaprosić Cię na **jedno z kluczowych** spotkań dedykowanych działom Public Relations i Komunikacji.

Wśród prelegentów - **wielu wybitnych ekspertów - praktyków**, którzy w swej codziennej pracy PR-owca inicjują rozmaite nowatorskie rozwiązania.

Podczas Kongresu będziemy mówić o tym co najważniejsze dla działów PR, dyskutować, tworzyć nowe idee, wymieniać się doświadczeniami i pomysłami.

Spotkajmy się podczas **17. Kongresu Public Relations i Komunikacji**, który odbędzie się **12-13 października 2021 r.** w Warszawie.

Wśród prelegentów przedstawiciele m.in.: **Medicover, Polska Grupa Farmaceutyczna, Krajowa Izba Rozliczeniowa, Fortum, Credit Suisse (Poland), Grupa Amica, PEPCO, Orange Polska.**

PR-owcu:

- Dowiedz się, jak dostosować strategię PR-ową Twojej marki do świata po pandemii
- Zainspiruj się najciekawszymi kampaniami PR 2021
- Przyjrzyj się ramom prawnym mającym wpływ na Twoją pracę
- Zrozum, jak ważna jest dziś autentyczna, transparentna oraz spójna komunikacja marki

MASZ PYTANIE?
ZADZWOŃ!
22 333 97 77



17. Kongres Public Relations i Komunikacji

- Poznaj sekrety dotarcia do mediów z pozytywnym komunikatem o Twojej firmie
- Zobacz, jak skutecznie mierzyć efektywność Twoich działań PR-owych
- Sprawdź, jakie oczekiwania co do sposobu i kanałów komunikacji mają Twoi klienci
- Naucz się korzystać z narzędzi oferowanych przez media społecznościowe
- Dowiedz się, czy influencer to nadal najlepszy ambasador Twojej marki
- Naucz się rozpoznawać i reagować na fake newsy i dezinformacje o Twojej firmie
- Sprawdź, jak zbudować plan antykryzysowy i przygotować się na kryzys reputacyjny

Uczestnikom gwarantujemy:

- Różnorodne formuły: inspirujące prelekcje, case studies, panele dyskusyjne
- Wysoki poziom przekazywanej wiedzy = praktyczne ujęcie zagadnień
- Wystąpienia wyłącznie doświadczonych ekspertów – praktyków z różnych branż
- Możliwość nawiązania nowych relacji biznesowych
- Imienny certyfikat potwierdzający zdobytą wiedzę





PROGRAM

Wtorek, 12 października

08:45

Rejestracja uczestników Kongresu, powitalna kawa






09:25

Uroczyste otwarcie Kongresu, przywitanie uczestników

 *Magdalena Sokulska, Project Manager, Puls Biznesu*

09:30

PANEL DYSKUSYJNY – Doświadczenia popandemiczne dla branży PR

-  *Moderator: dr hab. prof. UW Dariusz Tworzydło, Prezes Zarządu, EXACTO Sp. z o.o.*
-  *Justyna Gościńska-Bociąg, Dyrektorka ds. Komunikacji i Marki Korporacyjnej, Medicover Sp. z o.o.*
-  *Anna Olszewska, Dyrektorka Departamentu Komunikacji, KIR*
-  *Sebastian Grochala, Dyrektor Marketingu i Komunikacji, Polska Grupa Farmaceutyczna S.A.*
-  *Stefan Augustyn, PR & Communications Manager, PayEye*

- Covid-19 – katalizator trwałych zmian w działach PR i Komunikacji
 - Jakie wnioski dział PR mogą wyciągnąć na przyszłość? Czego unikać? Co zaadoptować?
 - Co po Covid-19? Jak dział PR powinny przygotować się do działań w postpandemicznej rzeczywistości?
 - Trendy, którymi należy podążać po zakończeniu pandemii
-

10:15

Zainspiruj się najciekawszymi kampaniami PR 2021

 *Sebastian Stępak, Chief Executive Officer, MSL w regionie CEE*

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

11:00

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!

MASZ PYTANIE?
ZADZWOŃ!
22 333 97 77



11:15

Prawo w rękach PR-owca

 Maciej Ślusarek, Adwokat, Wspólnik, Partner, Leśnodorski, Ślusarek i Wspólnicy sp.k.

- Prawo prasowe
- Materiały sponsorowane, lokowanie produktów
- Własność intelektualna w mediach społecznościowych

12:00

Zrównoważony rozwój i komunikacja CSR – jak komunikować o miękkich tematach, aby zainteresować odpowiednich dziennikarzy, interesariuszy, klientów?

 Magdalena Jarząbek, Manager ds. komunikacji, Fortum

- Autentyczna komunikacja kluczem do sukcesu
- Jak zaplanować kampanię, która pokaże autentyczne zaangażowanie firmy?
- Jak przebić się do mediów z pozytywnym komunikatem?

12:45

Siła komunikacji! Komunikacja wewnętrzna kompasem Twojej organizacji

 Sebastian Grochala, Dyrektor Marketingu i Komunikacji, Polska Grupa Farmaceutyczna S.A.

- Komunikacja wewnętrzna jako istotny i strategiczny element biznesowy i PR-owy Twojej firmy
- Komunikacja wewnętrzna zorientowana na pracowników w celu zwiększenia ich zaangażowania
- Jak mówić, aby przekaz był jasny, przyjazny i odpowiadał na potrzeby odbiorców?
- Jak komunikować trudne tematy pracownikom?
- Budowanie wspólnej strategii komunikacji wewnętrznej i zewnętrznej

13:30

Lunch

14:15

PR + HR = Employer Branding

 Marta Pietranik – Pacuła, Head of Communication and Public Affairs, XEOS Sp. z o.o.

- Spójna strategia employer brandingowa w Twojej firmie
- Konieczność zacieśnienia więzi pomiędzy PR-owcami i HR-owcami
- Skuteczna komunikacja zewnętrzna wzmacniająca i wspierająca działania employer brandingowe

15:00

Jak skutecznie mierzyć efektywność Twoich działań PR-owych?

 Roksana Obuchowska-Waślicka, Corporate Communications & PR, Credit Suis:


MASZ PYTANIE?
ZADZWOŃ!
22 333 97 77



- Skutecznie, czyli jak? Po co mierzymy jakość naszych działań PR-owych?
- Na czym polega efektywność działań komunikacyjnych i jak ją zmierzyć
- KPI w PRze, czyli na jakich wskaźnikach możemy polegać i o czym nam one mówią

15:45

Konferencje prasowe, eventy, imprezy – offline, online czy hybrydowo? Jak przykuć uwagę gości?

 *Magdalena Kraszewska, National Marketing & Communication Manager, Kuehne + Nagel Sp. z o.o.*

- Co się aktualnie sprawdza w eventach, imprezach i konferencjach prasowych?
- Na co zwrócić uwagę organizując wydarzenie offline, online i hybrydowo?
- Czego wymagają uczestnicy spotkań - jak pandemia wpłynęła na ten rynek?
- Mierzenie ROI wydarzeń online, offline i hybrydowych
- Optymalny model eventu

16:30

Dlaczego oni nie czytają gazet i jak do nich dotrzeć? Kampanie Digital PR w praktyce

 *Krzysztof Cieslak, Founder & CEO, Remarkable Ones*

- Jak przeprowadzić z sukcesem kampanie wykorzystujące cyfrowe rozwiązania?
- Narzędzia digital PR, które możesz wykorzystać w Twoich działaniach
- Wykorzystanie sztucznej inteligencji w działaniach PR-owych

17:15

Zakończenie 1 dnia Kongresu

Środa, 13 października

08:45

Rejestracja uczestników Kongresu, powitalna kawa


09:10

Przywitanie uczestników

 *Magdalena Sokulska, Project Manager, Puls Biznesu*

09:15

PR launch nowego banku w dobie pandemii - case study Aion Banku

 *Marta Zalewska, PR Owner, Aion Bank*

- Jak przekuć wyzwania banku w szanse komunikacyjne?



- Jak komunikować się w dobie pandemii - nowe narzędzia PR?
- Jak stopniować przekaz i budować napięcie w PR finansowym?
- Czy budżet jest ograniczeniem? Działania organiczne vs rzeczywistość

09:45

Marka Osobista – jak ją rozwijać w czasach SoMe? I czy w ogóle warto?

 Barbara Krzysztofczyk, CEO & Image Coach, Krystal Point

- Jak wykorzystać szansę, jaką dają nam media społecznościowe?
- Etapy rozwoju marki osobistej
- Siedem kroków do zbudowania silnej marki własnej
- Entry ticket kategorii vs USP

10:15

Media tradycyjne. Czy nadal są dobrym kanałem do poszerzania zasięgów Twojej marki?

 Maciej Krzysztozek, Rzecznik Prasowy, Grupa Amica

11:00

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!

11:15

Twitter, LinkedIn, Facebook, Instagram, Tiktok...Kreatywne taktyki budowania wizerunku Twojej marki poprzez media społecznościowe

 Agnieszka Pająk, Polskie Stowarzyszenie Public Relations

- Najlepsze narzędzia do kreowania i wzmocnienia wizerunku Twojej marki w mediach społecznościowych
- Nieszablonowe treści kluczem do przykucia uwagi i zwiększenia zainteresowania Twoją marką w social mediach
- Pomysły na zwiększanie zasięgów z wykorzystaniem bezpłatnych działań
- Planowanie budżetu na działania w social mediach

12:00

Influencer nadal ma moc! Twój Klienci nadal słuchają gwiazd i celebrytów

 Hanna Czacharowska, Head of Digital, MSL


- Wiarygodność i sposób komunikacji influencera dostosowany do grupy odbiorców kluczem do zwiększenia świadomości Twojej marki na rynku
- Wzmocnij Twoją markę poprzez dobór właściwego influencera oraz skuteczną komunikację
- Jak współpracować z influencerami, aby obie strony miały z tego korzyść?

MASZ PYTANIE?
ZADZWOŃ!
22 333 97 77




12:45
Lunch

13:30
Jak zbudować dobre relacje na linii PR-owiec – Dziennikarz?

 *Jacek F. Balcer, Dyrektor Komunikacji, Grupa Kapitałowa RAFAKO*

- Strategie budowania zaufania i dobrych relacji z dziennikarzami
- Jak uwieść media? Jak przyciągnąć uwagę redaktorów telewizyjnych, radiowych, prasowych?
- Gdzie, jak i co publikować, by media same docierały do informacji o Twojej firmie?
- Jak prowadzić działania PR-owe w poszczególnych mediach i zachować spójną strategię Twojej marki?

14:15
Twoja marka na celowniku! Jak w praktyczny sposób obalić fake newsa?

 *Beata Chądzyńska vel Radolińska, Senior PR Manager, Huawei CBG Polska*

- PR kontra fake news
- Czy zawsze musisz walczyć z fake newsami?
- Jak przewyciężyć nieprawdziwe informacje na temat Twojej marki?

15:00
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!

15:15
Zmora mikrokryzysów, czyli z małej chmury deszcze niespokojne. Jak unikać dużego kryzysu z drobnych spraw?

 *Adam Łaszyn, CEO, Alert Media Communications Sp. z o.o.*
 *Katarzyna Wilczewska, Corporate Communications Manager, PEPCO*
 *Marta Wojciechowska, Senior PR Manager, Nutricia Sp. z o.o.*
 *Wojciech Jabczyński, Rzecznik, Orange Polska*
 *Jacek Ławrecki, Dyrektor ds. Komunikacji, Fortum*

- Mikrokryzysy jako realna codzienność PR-owca firmy o dużym zasięgu konsumenckim – dziesiątki drobnych ognisk zapalnych, które trzeba gasić z zaangażowaniem jak przy dużym pożarze.
- Kiedy problem przeradza się w kryzys? Gdzie leży cienka granica między np. reklamacją, czy negatywną opinią VIP-a a sytuacją kryzysową?
- Jakie są najlepsze praktyki zarządzania indywidualnymi emocjami, które mogą wybuchnąć na dużą skalę? Jakie sprawdzone metody?
- Kiedy ilość drobnych problemów przeradza się w negatywną jakość i skalę naras
- Jak unikać błędów nadreakcji?
- Media społecznościowe (np. drobne komentarze, zdjęcia) jako źródło fal negaty

MASZ PYTANIE?
ZADZWOŃ!
22 333 97 77



17. Kongres Public Relations i Komunikacji

- Czy hejt produktowy jest nadal niebezpieczny dla firm, bo może okres pandemii wytworzył w nas odporność stałą na hejt?
- Kulisy zarządzania mikrokryzysami, barwne кейsy, typy zarządzania ryzykiem eskalacji od drobiazgu do wizerunkowej katastrofy

Nieformalny i dynamiczny przegląd tego tematu przeprowadzi Adam Łaszyn, szef PR-owej agencji Alert Media Communications. A swymi doświadczeniami, opowieściami i wypracowanymi metodami podzielią się jego goście:

Katarzyna Wilczewska, Corporate Communications Manager, PEPCO

Marta Wojciechowska, Senior PR Manager, Nutricia Sp. z o.o.

Wojciech Jabczyński, Rzecznik, ORANGE Polska

Jacek Ławrecki, Dyrektor Komunikacji, Fortum

17:00

Zakończenie Kongresu





PRELEGENCI



Stefan Augustyn

PR & Communications Manager PayEye

Zwolennik wprowadzania w życie zasady „wyróżnij się lub zgiń”, którą praktykuje od blisko dwóch dekad wspierając firmy i instytucje w procesie budowy pozytywnego wizerunku. Na co dzień PR & Communications Manager oraz rzecznik prasowy PayEye – polskiego fintechu o globalnych zasięgu, który opracował pierwszy na świecie komercyjny, pełny ekosystem płatniczy oparty na biometrii tęczówki oka. Chętnie dzieli się wiedzą podczas szkoleń, a także zajęć ze studentami Uniwersytetu Wrocławskiego oraz SWPS Uniwersytetu Humanistycznospołecznego. Fascynują go media, również zawodowo. Członek Polskiego Stowarzyszenia Public Relations.



Jacek F. Balcer

Dyrektor Komunikacji Grupa Kapitałowa RAFAKO

PR - owiec z wieloletnim doświadczeniem w komunikacji korporacyjnej, szczególnie w komunikacji kryzysowej. Karierę zawodową rozpoczął jako dziennikarz telewizyjnych Wiadomości w latach 90 tych. Pracę w public relations rozpoczął od stanowiska rzecznika prasowego oraz dyrektora marketingu i PR w Towarzystwie Ubezpieczeń i Reasekuracji WARTA.S.A. i Warta Vita S.A. , później był Dyrektorem Zarządzającym Obszarem Marketingu i PR w Banku BPH, gdzie między innymi przygotował i nadzorował projekt rebrandingu banku. Ma duże doświadczenie w procesach IPO - odpowiadał za komunikację wejścia na GPW między innymi spółki ENEA S.A. Podczas pracy w PLL LOT SA i Eurolot S.A. łączył funkcję rzecznika prasowego i dyrektora PR z pracą pilota liniowego. Był współtwórcą marki eurolot.com dla linii Eurolot i wprowadzał na rynek połączenia tego przewoźnika. Od kilku lat prowadzi własną firmę PR, wśród jego klientów są spółki giełdowe z obszaru budownictwa infrastrukturalnego i energetyki, prowadzi także wykłady dla studentów wyższych uczelni.

MASZ PYTANIE?
ZADZWOŃ!
22 333 97 77





Beata Chądryńska vel Radolińska

Senior PR Manager Huawei CBG Polska

Ma wieloletnie doświadczenie w komunikacji, zarządzaniu zespołem redakcyjnym oraz dziennikarstwie ekonomicznym. Od 4 lat odpowiada za strategię oraz komunikację marki i produktów Huawei CBG Polska w randze Senior PR Managera. Wcześniej przez kilkanaście lat związana była z Grupą TVN, początkowo jako reporter i wydawca w redakcji ekonomicznej TVN24, w kolejnych latach jako wicedyrektor ds. informacji biznesowych TVN. Współtworzyła kanał TVN CNBC, gdzie pełniła rolę zastępcy redaktora naczelnego.



Krystian Cieślak

Founder & CEO Remarkable Ones

Z branżą PR jestem związany od czasów, kiedy informacje prasowe wysyłało się faksem. Od 2016 roku zarządzam fantastycznym zespołem konsultantów Remarkable Ones. Realizujemy nowatorskie kampanie digital PR dla startupów, firm technologicznych oraz innowacyjnych korporacji takich jak Booksy, Brainly, 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. PR to dla mnie relacje. Jeśli doczytałeś do tego miejsca, mam nadzieję, że będziemy mieli okazję poznać się osobiście.



Hanna Czacharowska

Head of Digital MSL





Justyna Gościńska-Bociąg

Dyrektor ds. Komunikacji i Marki Korporacyjnej Medicover Sp. z o.o.

Z branżą komunikacji i public relations związana już od kilkunastu lat. Obecnie w firmie Medicover odpowiada za działania komunikacyjne dla obszaru Healthcare Services w pięciu krajach (Polsce, Rumunii, Ukrainie, Węgrzech i Indiach). W ramach swoich obowiązków odpowiada za komunikację wewnętrzną, budowanie reputacji firmy, komunikację korporacyjną, relacje z mediami oraz działania brandingowe. Przed rozpoczęciem pracy w Medicover pełniła funkcję Consulting Directora w jednej z największych sieciowych agencji - Havas PR Warsaw. Wcześniej związana z Polską Izbą Ubezpieczeń oraz agencją Hill+Knowlton Strategies. Przez kilka lat pracowała także jako dziennikarka i wydawca w Telewizji Polskiej, gdzie była odpowiedzialna za programy o tematyce gospodarczej, społecznej i zdrowotnej. Ukończyła dziennikarstwo i komunikację społeczną na Uniwersytecie Warszawskim, a także zdrowie publiczne na Uniwersytecie Szczecińskim. Od kilku lat jurorka konkursu „Złote Spinacze” organizowanego przez Związek Firm Public Relations (ZFPR).



Sebastian Grochala

Dyrektor Marketingu i Komunikacji Polska Grupa Farmaceutyczna S.A.

W latach 2010 - 2018 rzecznik prasowy i kierownik zespołu ds. komunikacji wewnętrznej i zewnętrznej w Miejskim Przedsiębiorstwie Komunikacyjnym w Łodzi. Od 2018 roku odpowiadał za marketing oraz komunikację wewnętrzną i zewnętrzną Spółek LS Airport Services S.A. oraz LS Technics Sp. z o.o. zajmujących się obsługą naziemną i techniczną statków powietrznych na polskich lotniskach. Grupa Kapitałowa LS jest największym pracodawcą polskiej branży lotniczej. Od marca 2020 roku związany z Polską Grupą Farmaceutyczną. Absolwent Filologii Polskiej na Uniwersytecie Łódzkim oraz studiów "PR i Strategiczne Komunikowanie w Firmach" na SGH w Warszawie.



Wojciech Jabczyński

Rzecznik Orange Polska

Od 2008 rzecznik Orange Polska. Z branżą PR związany od 1999 roku. Wcześniej dziennikarz i redaktor Gazety Wyborczej. Realizował wiele projektów z zakresu PR korporacyjnego, produktowego i zarządzania kryzysowego. Był jednym z pierwszych rzeczników w Polsce, który prowadził blog firmowy. Entuzjasta wykorzystania social mediów w komunikacji i PR. Członek Polskiego Stowarzyszenia Public Relations.





Magdalena Jarzabek

Manager ds. komunikacji Fortum

Managerka ds. komunikacji od ponad 10 lat zawodowo związana z branżą energetyczną. Współtwórczyni programu CSR Honorowy Dawca Energii Fortum realizowanego w latach 2012-2017, koordynatorka programu Fortum dla Śląskich Dzieci realizowanego w latach 2012-2020. Obecnie odpowiada za część kreatywną i współprowadzi kampanię społeczną "Kraina GOZ", która ma zachęcać Polaków do zmiany nawyków w zgodzie z koncepcją Gospodarki Obiegu Zamkniętego (GOZ). Specjalistka od projektowania graficznego i komunikacji wizualnej. Jest absolwentką Wydziału Zarządzania Politechniki Częstochowskiej. Ukończyła także studia podyplomowe z Zarządzania Marką w Szkole Głównej Handlowej w Warszawie oraz Projektowania Graficznego na Akademii Sztuk Pięknych im. Władysława Strzemińskiego w Łodzi. Uczestniczka wystawy zbiorowej PATA 2016 Final Show II w Łodzi. W 2017 r. trener projektowania graficznego w ramach projektu Akademia Ambasadorów Niemożliwego – Artifex Mundi realizowanego przez Fundację Pomocy Dzieciom Ulica. Kampania Fortum „Elektromobilność na polskim niebie” dla której przygotowała m.in. identyfikację wizualną otrzymała dwa brązowe Spinacze. Prywatnie wielbicielka sztuki użytkowej, fotografii i animacji, zakochana w kraju kwitnącej wiśni.



Magdalena Kraszewska

National Marketing & Communication Manager Kuehne + Nagel Sp. z o.o.

Od początku swojej kariery pracuje w międzynarodowym środowisku. Od ponad 15 lat związana z globalną firmą logistyczną Kuehne + Nagel. Obecnie odpowiada za działania digital sales oraz komunikacji na terenie Polski współpracując ściśle ze strukturami globalnymi i regionalnymi organizacji, pełni też rolę rzecznika prasowego firmy. Prowadzi projekty z zakresu public relations, kampanii sprzedażowych, online marketingu, market intelligence czy organizacji eventów, webinarów i podcastów. Jej działania są inspiracją do zmian i działań w innych krajach w regionie centralnej i wschodniej Europy. Jej pasją jest coaching, który wykorzystuje w codziennej pracy z ludźmi i dla ludzi.



Barbara Krysztofczyk

CEO & Image Coach Krystal Point

Strateżka komunikacji oraz trenerka – od 2007 roku prowadzi m.in. szkolenia medialne, z wystąpień publicznych, z budowania marki osobistej i kryzysowe. Szefowa PR sztabu wyborczego Szymona Hołowni oraz jego trenerka medialna (przygotowywała go m.in. do debat prezydenckich) w kampanii wyborczej 2020. Wcześniej wieloletnia prezeska zarządu agencji Synertime (PR + Social Media). Koordynowała ponad 150 polskich i międzynarodowych projektów PR. Jest współautorką „Leksykonu public relations”, prowadzi zajęcia na London School of PR. Forbes Woman umieścił ją na liście Top25 Mistrzyń LinkedIna 2021. (krystalpoint.pl).





Maciej Krzysztozek

Rzecznik Prasowy Grupa Amica

W Grupie Amica odpowiada za komunikację zewnętrzną i relacje z mediami. Wcześniej przez ponad 8 lat związany z PR-em finansowym, najpierw w Urzędzie Komisji Nadzoru Finansowego, w którym realizował kampanie społeczne i odpowiadał za kontakty z mediami, a następnie w towarzystwie ubezpieczeniowym LINK4, gdzie pełnił funkcję rzecznika prasowego i menedżera komunikacji korporacyjnej. Od 2018 roku członek Polskiego Stowarzyszenia Public Relations i koordynator Klubu investor relations PSPR. Ma także ponad 8-letnie doświadczenie dziennikarskie, które przez lata zdobywał w redakcjach biznesowych, m.in. TVN CNBC, TV Biznes, Bloomberg Businessweek Polska i Rzeczpospolita. Jest absolwentem Wydziału Dziennikarstwa i Nauk Politycznych Uniwersytetu Warszawskiego oraz Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie.



Adam Łaszyn

CEO Alert Media Communications Sp. z o.o.

Ekspert komunikacji kryzysowej i strategii wizerunkowych. W branży PR od 1998 r. Prezes agencji Alert Media Communications. Współzałożyciel i wiceprezes Stowarzyszenia Agencji Public Relations. Doradca dziesiątek firm, instytucji, NGO's 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 książki „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.



Jacek Ławrecki

Dyrektor ds. Komunikacji Fortum

Ma ponad 20 lat doświadczenia w dziedzinie komunikacji korporacyjnej, głównie w firmach międzynarodowych działających w Polsce. Z Fortum jest związany od roku 2012. Odpowiada za komunikację w Polsce i pełni funkcję rzecznika prasowego. Koordynował także działania komunikacyjne na Litwie, Łotwie i w Estonii. Wcześniej zarządzał komunikacją korporacyjną, produktową i wewnętrzną w firmach farmaceutycznych: Novartis i AstraZeneca. Pracował także w agencjach public relations. Jest absolwentem Uniwersytetu Warszawskiego (lingwistyka stosowana) oraz Szkoły Głównej Handlowej (Program Studiów Europejskich: komunikowanie).

22 333 97 77



22 333 97 77



konferencje@pb.pl

(4638)



Roksana Obuchowska-Waślicka

Corporate Communications & PR Credit Suisse (Poland) Sp. z o.o.

Z wykształcenia prawniczka, swoją karierę zawodową na stałe związała z komunikacją. Od dziewięciu lat w branży, od sześciu specjalizuje się w komunikacji korporacyjnej i executive communications. Wspiera także działania public relations i dba o wizerunek organizacji na rynku polskim. Doświadczenie zawodowe zdobywała głównie w pracy dla międzynarodowych korporacji, w różnych branżach (FMCG, IT, finansowej). Obecnie odpowiada za komunikację szwajcarskiego banku Credit Suisse w Polsce. Członkini Polskiego Stowarzyszenia Public Relations, od marca 2021 roku zasiada w zarządzie stowarzyszenia. Zesłotoczna absolwentka Collegium Medicum na Uniwersytecie Jagiellońskim. Niedawno po raz pierwszy wystąpiła jako mówca na scenie TEDx.



Anna Olszewska

Dyrektorka Departamentu Komunikacji KIR

Doświadczenie marketingowo-komunikacyjne zdobywała w firmach z branży FMCG, farmaceutycznej oraz finansowej (Danone, Wella, PepsiCo, Eli Lilly, GlaxoSmithKline, KIR). Specjalizuje się w marketingu strategicznym, komunikacji korporacyjnej i produktowej. Obecnie jest rzeczniką KIR - technologicznego huba usług wspólnych dla sektora finansowego. Odpowiada za działania PR wspierające m.in. usługi zaufania (zdalne potwierdzanie tożsamości mojeID, podpis elektroniczny w chmurze mSzafir), rozwiązania automatyzujące procesy biznesowe i obieg informacji w sektorze publicznym i prywatnym (split payment, e-paragon, Tarcza PFR) oraz produkcyjne wdrażanie nowych technologii (sandbox blockchain, trwałe nośniki). Współautorka sukcesu „Ogólnopolskiego Programu dla Młodzieży »Mam Haka na Raka«” realizowanego na zlecenie GlaxoSmithKline przez Hill+Knowlton Strategies, we współpracy z Polską Unią Onkologii oraz Fabryką Komunikacji Społecznej, uznanego przez Związek Firm Public Relations za Kampanię PR XX-lecia. Absolwentka filologii angielskiej (UW), marketingu i zarządzania (WSPiZ) oraz podyplomowych studiów strategicznego zarządzania marketingiem (SGH).





Agnieszka Pająk

Polskie Stowarzyszenie Public Relations

Założycielka i Senior PR Manager w agencji My Way Media. Od ponad 12 lat zajmuje się zawodowo PR-em i mediami społecznościowymi dla biznesu, szkoli w tym zakresie i udziela porad w branżowych mediach. Pracowała jako PR Manager dla Mall Group należącej do grona największych galerii handlowych online w rejonie CEE, T-mobile Nowe Horyzonty – międzynarodowego festiwalu filmowego oraz w Grupie Allegro dla jednego z największych serwisów e-commerce w Polsce – Ceneo.pl. Przez wcześniejsze lata zdobywała szerokie doświadczenie z zakresu digital PR-u (w tym social media) pracując dla takich marek jak: Volkswagen Polska, Poczta Polska, Uroda Polska, Euro-tax, ERIF, ZIBI, czy Volkswagen Bank direct. W swoim portfolio ma także pracę dla Kreacja Pro Andrzeja Pągowskiego, Beaty Śniechowskiej – zwyciężczyni MasterChefa, Szymona Brodziaka, Katarzyny Bosackiej, Wings Properties, mPay czy Legimi. Mieszkając w Wielkiej Brytanii tworzyła dział administracji Prime Time Recruitment oraz Nottingham Trent University. Jest współautorką raportu „Bezpieczeństwo i zaufanie – filary polskiego e-commerce”. Członkini Polskiego Stowarzyszenia Public Relations. Absolwentka Nauk Społecznych (spec. Komunikowanie międzynarodowe), Anglistyki oraz Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej (spec. Kontakty z mediami) na Uniwersytecie Wrocławskim. Studiowała na Uniwersytecie Nova w Lizbonie i Uniwersytecie Georgia Southern w USA. Jest wykładowcą akademickim na Wyższej Szkole Bankowej (MBA Business Trends) oraz SWPS (social media). Wcześniej była opiekunem merytorycznym studiów E-commerce Manager i Nowoczesny Employer branding na Wyższej Szkole Handlowej we Wrocławiu. Posiada certyfikat Event Managera InMedia Polska oraz Social Selling Master Microsoft Polska.



Marta Pietranik – Pacuła

Head of Communication and Public Affairs XEOS Sp. z o.o.

Ekspert z dwudziestoletnim doświadczeniem w obszarze komunikacji, Public Relations, marketingu i CSR w różnych branżach (lotnictwo, telekomunikacja, e-commerce, medycyna, HORECA). Od pięciu lat tworzy od podstaw wizerunek XEOS - pierwszego w Polsce centrum naprawy silników lotniczych zbudowanego pod Wrocławiem przez joint venture Lufthansa Technik i GE Aviation. Wykładowca i współpracownik Uniwersytetu Wrocławskiego i Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu. Z wykształcenia filolog hiszpański, z zamiłowania – uczestnik rajdów i wypraw offroadowych.





Sebastian Stępak

Chief Executive Officer MSL w regionie CEE

Posiada blisko 20 letnie doświadczenia w branży PR. Zawsze pracował po stronie agencji. Od 2013 roku zarządzał Publicis Consultants. Pod koniec 2015 roku powrócił do MSLGROUP i objął stanowisko dyrektora zarządzającego. W 2020 roku został prezesem polskiego biura i szefem regionu CEE w MSL, największej agencji PR w Polsce i najsilniejszej sieci komunikacyjnej we wschodniej Europie. W 2021 stanął na czele Związku Firm Public Relations, najstarszej organizacji zrzeszającej polskie agencje PR. Posiada jedno z ciekawszych spojrzeń na branżę PR. Zgromadził ogromną wiedzę na temat tego, jak działania komunikacyjne przekładają się na realizację wyników biznesowych. Specjalizuje się w zarządzaniu sytuacjami kryzysowymi, PR korporacyjnym oraz issue management. Był jurorem na wielu konkursach, m.in. Cannes Lions, SABRE, Young Creatives, Złote Spinacze, Clio Awards, Golden Drums, KTR i wielu innych. Prywatnie pasjonat zabytkowej motoryzacji i amatorskich wyścigów samochodowych. W wolnych chwilach studiuje zanikające rzemiosła, które pozwalają mu samodzielnie prowadzić większość prac przy jego kolekcji.





Maciej Ślusarek

Adwokat, Wspólnik, Partner Leśnodorski, Ślusarek i Wspólnicy sp.k.

Adwokat, wspólnik zarządzający LSW Leśnodorski, Ślusarek i Wspólnicy – warszawskiej firmy prawniczej działającej od ponad 20 lat. Zawodowo zajmuje się głównie kwestiami związanymi z branżami kreatywnymi – od filmu, muzyki, gier komputerowych do wszystkich nowo powstających obszarów działalności twórczej. Drugi obszar zawodowy to postępowania sądowe – głównie sprawy precedensowe, a także liczne postępowania dotyczące ochrony renomy osób i korporacji. Ze względu na doświadczenie w tym obszarze często doradza w kwestiach dotyczących publicznego wizerunku i jego ochrony. Od początku pracy adwokackiej jest mocno związany z działalnością samorządu adwokackiego – przez kilka kadencji pełnił rolę sędziego dyscyplinarnego, obecnie jest członkiem Rady Adwokackiej. Pełni również funkcję Przewodniczącego Komisji ds. etyki i tajemnicy adwokackiej. Niezależnie od intensywnej pracy angażuje się w sprawy pro bono, za co otrzymał szereg wyróżnień i nagród. Ponadto, jest zaangażowany w powstawanie i pracę licznych organizacji pozarządowych. W ramach jednej z nich – stowarzyszenia Normalne Państwo – był twórcą największej społecznej kampanii antykorupcyjnej „Nie daję/nie biorę łapówek”, która została nagrodzona na forach polskich i zagranicznych. Współtwórca oraz arbiter Sądu Arbitrażowego przy Krajowej Izbie Producentów Audiowizualnych. Arbiter Sądu Arbitrażowego przy Konfederacji Lewiatan. W ramach prowadzonych spraw koncentruje się głównie na sprawach dotyczących nowych technologii, IT, rynku mediów i rynku kreatywnego. Ekspert i komentator licznych publikacji na temat prawa w Polsce oraz prelegent na konferencjach prawno-biznesowych. Wielokrotnie rekomendowany przez renomowane międzynarodowe rankingi prawne – Chambers & Partners w dziedzinie technologii, mediów i telekomunikacji (TMT) oraz własności intelektualnej (IP) i Legal 500 – w dziedzinie TMT, IP oraz rozwiązywania sporów. W związku z dziedzinami prawa, którymi się zajmuje został wybrany do Zarządu Stowarzyszenia Prawa Nowych Technologii. Absolwent Wydziału Prawa Uniwersytetu Warszawskiego. Doświadczenie zawodowe zdobywał w warszawskiej kancelarii zajmującej się prawem gospodarczym oraz londyńskiej firmie prawniczej.



dr hab. prof. UW Dariusz Tworzydło

Prezes Zarządu EXACTO Sp. z o.o.

Kierownik Katedry Komunikacji Społecznej i Public Relations, na Wydziale Dziennikarstwa, Informacji i Bibliologii Uniwersytetu Warszawskiego, prezes zarządu Stowarzyszenia Agencji Public Relations, prezes zarządu EXACTO sp. z o.o. Autor ponad 260 artykułów naukowych poświęconych głównie public relations, publikowanych w kraju i za granicą. Autor i współautor szeregu projektów badawczych, dotyczących zarządzania kryzysowego, czy kondycji branży public relations. Twórca i organizator Kongresu Profesjonalistów Public Relations, który od 2001 roku odbywa się w Rzeszowie.

22 333 97 77



22 333 97 77



konferencje@pb.pl

(4638)



Katarzyna Wilczewska

Corporate Communications Manager PEPCO

Ma ponad dwudziestoletnie doświadczenie w zakresie komunikacji korporacyjnej i zarządzania marką. Obecnie pracuje w firmie PEPCO, odpowiadając za kreowanie marki korporacyjnej, budowę architektury procesów i narzędzi komunikacji wewnętrznej, zarządzanie kryzysowe, media relations i projekty w obszarze odpowiedzialności społecznej. W obrębie wszystkich obszarów za jakie odpowiada z ramienia firmowego HUBu, ściśle współpracuje z kilkunastoma europejskimi rynkami. Wcześniej prowadziła projekty między innymi z zakresu PR, CSR i EB dla branż takich jak: FMCG, sektora retail, energetycznego i elektrotechnicznego. W Kompanii Piwowarskiej przez kilkanaście lat kierowała kluczowymi projektami z zakresu komunikacji nastawionymi na realizację strategii biznesowej przy równoczesnym wzmacnianiu identyfikacji pracowników z firmą i budowaniu relacji z innymi grupami interesariuszy.



Marta Wojciechowska

Senior PR Manager Nutricia Sp. z o.o.

W Nutricia odpowiada za PR marek żywności dla niemowląt i małych dzieci oraz Influencer Marketing. Specjalizuje się w działaniach z zakresu Brand PR, z branżą związana od ponad 15 lat. Absolwentka Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej na Uniwersytecie Warszawskim, a także (ze względu na zainteresowania prywatne) studiów podyplomowych Historia i Kultura Żydów Polskich na tej samej uczelni. Wierzy, że komunikacja to nie tylko storytelling, ale przede wszystkim storydoing – bo bez autentyczności nie ma szans na budowanie silnych i spójnych marek.



Marta Zalewska

PR Owner Aion Bank

Zarządza biurem prasowym i działaniami PR-owymi Aion Banku. Razem z agencją Publicion, przeprowadziła kampanię PR podczas launchu banku na polskim rynku. Działania otrzymały dwie nagrody branżowe - PR Wing w kategorii PR innowacja roku – kampania następnej generacji oraz PR produktowy za projekt Ambasadorzy Nowej Bankowości. Dotychczasowe doświadczenie zdobywała przy realizacji kampanii dla marek z branży technologicznej, płatności, VC i finansów. Współpracowała m.in. Tpay, Citi Handlowy, UBS czy Ingenico. Absolwentka Clark University, na kierunku Komunikacji Biznesowej.





KONTAKT



MIEJSCE

Opiekun merytoryczny



Magdalena Sokulska

Project Manager

48223339850

m.sokulska@pb.pl

Współpraca



Joanna Czyczuk-Oziębło

Marketing Manager - Team

Leader

48223339825

j.czyczuk@pb.pl

Crowne Plaza Warsaw

Rondo Daszyńskiego 2
Warszawa

Patron



Patron Medialny





Formularz rejestracji: 17. Kongres Public Relations i Komunikacji

Cena

17. Kongres Public Relations i Komunikacji

12 - 13 października 2021, Warszawa

2295 zł netto od 2021-10-13 do 2021-10-13

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

Akceptuję regulamin

produktów i usług tej spółki

Wyrażam zgodę na otrzymywanie od Bonnier Business (Polska) informacji handlowych drogą elektroniczną dotyczących:

Chcę otrzymywać newsletter Konferencji "PB"

Wyrażam zgodę na inicjowanie przez Bonnier Business (Polska) połączeń telefonicznych w celu marketingu bezpośredniego: produktów i usług tej spółki

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

Pieczętka i podpis

MASZ PYTANIE?
ZADZWOŃ!
22 333 97 77



22 333 97 77



konferencje@pb.pl

(4638)

Formularz rejestracji: 17. Kongres Public Relations i Komunikacji

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

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

1. Dane uczestnika

Imię

Nazwisko

Stanowisko

Dział

pole opcjonalne

E-mail

Telefon

2. Dane uczestnika

Imię

Nazwisko

Stanowisko

Dział

pole opcjonalne

E-mail

Telefon

MASZ PYTANIE?
ZADZWOŃ!
22 333 97 77



22 333 97 77



konferencje@pb.pl

(4638)

17. Kongres Public Relations i Komunikacji

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

1. Organizatorem warsztatów/konferencji/szkoleń płatnych („**Wydarzenia**”) jest Bonnier Business (Polska) Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie, ul. Kijowska 1, wpisana do Rejestru Przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego przez Sąd Rejonowy dla M. St. Warszawy w Warszawie, XIII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego pod numerem KRS 0000024847, NIP: 113-01-55-210, wysokość kapitału zakładowego: 2 000 000,00 PLN („**Organizator**”).
2. Wynagrodzenie należne Organizatorowi za udział jednej osoby w Wydarzeniu („**Cena**”) określane są każdorazowo na dedykowanej stronie Wydarzenia („**Strona Wydarzenia**”) w informacjach ogólnych dotyczących Wydarzenia lub innej sekcji wg wyboru Organizatora. Cena obejmuje prelekcje, materiały szkoleniowe, a w przypadku konferencji stacjonarnych także przerwy kawowe, lunch. Wszelkie inne koszty niewskazane przez Organizatora (np. koszty przejazdu, zakwaterowania) uczestnik Wydarzenia pokrywa we własnym zakresie. W przypadku Wydarzeń organizowanych z wykorzystaniem środków komunikacji elektronicznej cena obejmuje wyłącznie prelekcje oraz materiały szkoleniowe.
3. 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.
4. 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.
5. 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.
6. 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.
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 równowartość 20% 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. 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.
12. 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.
13. 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.
14. W przypadku odwołania Wydarzenia uiszczona Cena lub jej część zostaną zwrócone lub – za zgodą podmiotu zgłaszającego – przeznaczone na pokrycie kosztów uczestnictwa winnym Wydarzeniu.
15. 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.
16. 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.
17. Zabronione jest zwielokrotnianie Materiałów, wprowadzanie ich do obrotu, rozpowszechnianie w jakikolwiek sposób, użyczanie, wyświetlanie, publiczne udostępnianie Materiałów w taki sposób, aby każdy mógł mieć do nich dostęp w miejscu i w czasie przez siebie wybranym oraz jakiegokolwiek inne wykorzystanie sprzeczne z celem lub zakresem wskazanym w ust. 17 Regulaminu.
18. 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.
19. 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.
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 teleinformatycznym spełniającym następujące minimalne wymagania techniczne:
 - 21.1.1 dostęp do Internetu,

MASZ PYTANIE?
ZADZWOŃ!
22 333 97 77



22 333 97 77



konferencje@pb.pl

(4638)

17. Kongres Public Relations i Komunikacji

- 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, wideo 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 okoliczności uniemożliwiające lub utrudniające uczestnictwo w Wydarzeniu niespowodowane działaniami lub zaniechaniami Organizatora.
24. W przypadku Wydarzeń stacjonarnych za odrębnymi wyrażonymi zgodami podczas rejestracji na recepcji w dniu wydarzenia dane osobowe uczestników (w tym pracowników i osób trzecich obsługujących Wydarzenie) obejmujące imię i nazwisko oraz numer telefonu (lub spersonalizowany adres poczty elektronicznej) będą przetwarzane na wypadek stwierdzenia u któregoś z uczestników lub pracowników (lub osób trzecich obsługujących Wydarzenie) zakażenia wirusem COVID-19. Wyrażona zgoda obejmować będzie prawo Organizatora do udostępnienia danych osobowych właściwym służbom, instytucjom oraz innym podmiotom realizującym ustawowe obowiązki związane z zapobieganiem rozprzestrzenianiu się wirusa COVID-19 i ograniczeniem liczby zakażeń. Organizator zastrzega sobie prawo odmowy dopuszczenia do uczestnictwa w Wydarzeniu osób, które nie wyrażą zgody na przetwarzanie danych osobowych w celu, o którym mowa powyżej.
25. Organizator wskazuje, że w przypadku wystąpienia niepokojących objawów w dniu Wydarzenia lub na kilka dni przed Wydarzeniem uczestnik (w tym pracownik i osoba trzecia obsługująca Wydarzenie) powinien powstrzymać się do uczestnictwa w Wydarzeniu, pozostać w domu, postępować zgodnie z zaleceniami Głównego Inspektora Sanitarnego / Ministerstwa Zdrowia i skontaktować się niezwłocznie z lekarzem lub powiatową stacją sanitarno-epidemiologiczną, oddziałem zakaźnym, a w razie pogorszenia się stanu zdrowia zadzwonić pod nr 999 lub 112 i poinformować o swoich objawach. W przypadku stwierdzenia niepokojących objawów w trakcie Wydarzenia lub w terminie dwóch (2) tygodni po jego zakończeniu uczestnik (w tym pracownik i osoba trzecia obsługująca Wydarzenie) powinien skontaktować się niezwłocznie z Organizatorem i poinformować o tym fakcie pod dedykowanym przez Organizatora numerem telefonu 695370213.
26. 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.
27. Organizator informuje, że w celu zwiększenia bezpieczeństwa i ochrony zdrowia uczestników Wydarzenia oraz pracowników i osób trzecich obsługujących Wydarzenie, ograniczenia kontaktów w miejscu Wydarzenia w ramach zabezpieczenia przed wirusem COVID-19 organizując Wydarzenie zamierza wdrożyć w najszerszym możliwym zakresie wytyczne dla organizatorów spotkań biznesowych, szkoleń, konferencji i kongresów w trakcie epidemii SARS-CoV 2 opracowane przez Ministerstwo Rozwoju z Głównym Inspektorem Sanitarnym udostępniane do publicznej wiadomości pod adresem: <https://www.gov.pl/web/rozwoj/spotkania-biznesowe-szkolenia-konferencje-i-kongresy>.
28. Organizator zastrzega, że w celu wzięcia udziału w Wydarzeniu uczestnicy (jak również pracownicy oraz osoby trzecie obsługujące Wydarzenie) zobowiązani będą do przestrzegania wszelkich wytycznych dotyczących bezpieczeństwa wdrożonych przez Organizatora w miejscu Wydarzenia, w tym w szczególności zobowiązani będą do stosowania maseczek ochronnych (przyłbic, elementów garderoby) zasłaniających usta i nos. W przypadku ich braku Organizator zastrzega sobie prawo odmowy dopuszczenia do udziału w Wydarzeniu lub żądania opuszczenia pomieszczeń, w których odbywa się Wydarzenie.
29. 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.

