

Warszawa

22 - 23 listopada 2022

Sound Garden Hotel

# V Employer branding w praktyce

2595 zł netto do 23 listopada



CEL

**79%** potencjalnych pracowników wskazuje, że najważniejsze jest są nich atrakcyjne wynagrodzenie i benefity w obliczu kryzysu

**69%** kandydatów podkreśla jak atrakcyjna jest dla nich przyjazna atmosfera pracy

**47%** pracowników liczy się z dobrą reputacją firmy

**39%** respondentów wytypowali na pierwszy plan możliwość pracy zdalnej

**59%** badanych podkreślają jak ważna jest dla nich kultura work-life balance\*

\*Employer brand research. Raport krajowy Polska, Randstad 2022

Zapraszamy do udziału w konferencji „Employer branding w praktyce”, która zaplanowana jest w dniach 22-23 listopada 2022 r. w Sound Garden Hotel (ul. Żwirki i Wigury 18, Warszawa).

Jeśli jesteś managerem, który odpowiada za realizację projektów z obszaru EB, HR czy komunikacji dołącz do grona uczestników konferencji.

## W programie m.in. o tym:

- jakiego szefa szukają kandydaci? Jak zmieniają się **potrzeby pracowników?**
- jak zapewnić **spójność kultury w dużych organizacjach** i skutecznie monitorować nastroje
- jaką **przyjąć strategię** i jak policzyć sukces?
- jak **komunikować się z Ambasadarami** a jak z odbiorcami swoich postów
- jak budować kampanię z wartością dodaną dla kandydata, pracownika i biznesu
- jak skutecznie **budować wewnętrzną sieć społeczną**
- dlaczego tak ważna jest **rola femintywów w języku ofert pracy**
- **jak wdrażać** w organizacji działania **ESG**, aby stały się DNA firmy
- jak dobrać odpowiednie **mierniki/wskaźniki do monitorowania i analizy**
- jak wyznaczać **zmiany i działania dla rekrutacji i employer branding** na podstawie danych

- **jak i o czym pisać**, żeby nie odstraszyć kandydata
- jak prowadzić działalność społeczną w **budowaniu wizerunku organizacji**
- jak skutecznie **zbudować wyróżniający się i autentyczny wizerunek** na rynku
- jak wykorzystać **Instagrama do budowania marki pracodawcy**.





## PROGRAM

**Wtorek, 22 listopada**

08:30

**Rejestracja uczestników, poranna kawa**

---

09:00


**Uroczyste otwarcie Konferencji, przywitanie uczestników**

 *Aldona Mlonek-Korzonkowska, Project Manager, Puls Biznesu*


---


09:05


**PANEL DYSKUSYJNY: Trendy i wyzwania: Pracodawca przyszłości – jakiego szefa szukają kandydaci? Jak zmieniają się potrzeby pracowników?**

 *MODERATOR Adam Wąsik, Współwłaściciel, Pracownia EB*

 *Ewa Krupa, Dyrektorka Kultury i Rozwoju, Orange Polska*

 *Anna Trochim, Head of HR, Cushman & Wakefield*

 *Patrycja Pazio, Employer Reputation & Engagement Consultant, McDonald's Polska*

 *Anna Wojenkowska, Senior HR Business Partnerka branży Digital Industries oraz Spółki Siemens Finance, Pełnomocniczka ds. Różnorodności i Włączenia, Siemens*

---

09:50

**Wartości i kultura organizacyjna w synergii z pracownikami**

 *Ewa Krupa, Dyrektorka Kultury i Rozwoju, Orange Polska*

### **Case study Orange**

- Partycypacyjny model tworzenia kultury
  - Stosowania wartości w życiu firmy
  - Animowanie pracowników wokół wartości
  - Wpływ wartości i angażowania pracowników na wyniki finansowe firmy
  - Dlaczego warto i trzeba inwestować w kulturę firmy
  - Jak zapewnić spójność kultury w dużych organizacjach i skutecznie monitorować nastroje
- 

10:30


**Przerwa na kawę**

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



10:50

## Strategia employer branding - konsekwentne budowanie atrakcyjnej i silnej marki pracodawcy spójnej z celami biznesowymi firmy

 Anna Trochim, Head of HR, Cushman & Wakefield

### Case study Cushman & Wakefield

- Marka pracodawcy, czyli kogo?
- Kto odpowiada za budowanie marki pracodawcy?
- Employer Branding a inne obszary strategii personalnej
- Must have w budowaniu marki pracodawcy

11:30

## Ambasadorzy Twojej marki na LinkedIn. Jaką przyjąć strategię i jak policzyć sukces? Dylematy i sukcesy koordynatora projektu

 Katarzyna Pyszczak, Ekspertka ds. Employer Brandingu, Nationale-Nederlanden

Laureat Konkursu Siła Przyciągania 2021

Nagroda główna w Kategorii "Employer branding – kampania marketingu rekrutacyjnego"

### Case study Nationale-Nederlanden

- Co jest Twoim celem, a co będzie wyzwaniem dla Twoich kolegów i koleżanek w programie?
- Edukacja, jak zadbać o frekwencję na szkoleniach i poziom wiedzy Twoich Ambasadorów?
- Jak się komunikować z Ambasadorami a jak z odbiorcami swoich postów
- Efekty – jak je dostrzec i czy systematyczność ma z tym coś wspólnego
- Błędy, których nie warto powtarzać i sukcesy, które warto kopiować

12:10

## Jak skutecznie budować wewnętrzną sieć społeczną

 Piotr Stróżyk, HR Biznes Partner, Kierownik ds. Rozwoju Pracowników, Żabka

Laureat Konkursu Siła Przyciągania 2020

Wyróżnienie w Kategorii "Strategiczny projekt budujący zaangażowanie i lojalność pracowników"

### Case study Żabka

- „Twoja Żabka” - case study wdrożenia ekosystemu informacji i relacji
- „Społeczność #GROW” – w cyfrowym świecie człowiek nadal robi różnicę
- „Nasze ESG” – przejrzysta, wiarygodna, różnorodna organizacja dla zaangażowanych ludzi




12:50

**Lunch**

13:50

## **Analityka w rekrutacji i employer branding**

 *Adrian Martinez, Konsultant, szkoleniowiec i praktyk, od lat związany z branżą marketingową i HR, CMO & Co-founder, HR Embassy*

Podczas mojej prezentacji przejdę przez cały proces ustawiania i prowadzenia analityki w rekrutacji i employer branding.

Pokaże Ci:

- Jak porządkować dane które obecnie posiadasz
- Jak ustalić cele dla swojej analityki
- Jak dobrać odpowiednie mierniki/wskaźniki do monitorowania i analizy
- Jak wyznaczać zmiany i działania dla rekrutacji i employer branding na podstawie danych
- Na jakie pułapki i błędy uważać w analityce rekrutacji i Employer branding

Uwaga: prezentacja bazowana na realnym doświadczeniu. Może skutkować zmianami w organizacji :)

14:30

## **Strony kariery, zakładki z ofertami, media społecznościowe – cyfrowy ekosystem jako narzędzie budowania marki pracodawcy**

 *Marcin Szczepblewski, Kierownik ds. Personalnych, Toyota Motor Manufacturing Poland*

### **Case study Toyota Motor Manufacturing Poland**

- Media cyfrowe – „must have” employer branding
- Zakładka z ofertami pracy czy osobna strona kariery?
- Media społecznościowe – czy bać się hejtu?
- Jak i o czym pisać, żeby nie odstraszyć kandydata
- „Jak się pani/panu podobało”, czyli pomiar i analityka

15:10

## **Jak w procesie rekrutacji budujemy wizerunek pracodawcy? Candidate journey – rekomendowane praktyki**

 *Sylwia Nadolna-Dolińska, Koordynator ds. Budowania Wizerunku Pracodawcy, Budimex*

### **Case study Budimex**

- Model AIDA jako punkt wyjścia
- Wizerunek pracodawcy a elementy procesu rekrutacyjnego i rola rekrutera
- Znaczenie feedbacku i szczerą komunikacją z kandydatem
- Wnioski i dobre praktyki



16:00

**Zakończenie pierwszego dnia konferencji**

## Środa, 23 listopada

08:30

**Rejestracja, poranna kawa**

09:00

**Onboarding i jego znaczenie w kształtowaniu idealnego miejsca pracy - w jaki sposób onboarding wpływa na wzmacnianie marki pracodawcy**

 *Małgorzata Fąfara, Recruitment, Selection & Onboarding Leader, IKEA Retail*

### Case study IKEA Retail

- Kultura organizacyjna i wartości firmy kluczem podejścia do onboardingu
- Onboarding w IKEA #znaczywięcej – jak potwierdzać EVP każdym dniem wdrożenia
- Intro, welcome pack czy praca z Buddy'm – jak połączyć różnorodne elementy i formy wdrożenia, by tworzyły spójną całość

09:45

**Employer branding czyli jak skutecznie budować zaufanie pracowników w firmie**

 *Agnieszka Mrówka, Kierownik zespołu Budowania Marki Pracodawcy, PKN ORLEN*

 *Anna Zarzycka, Kierownik projektu w zespole Budowania Marki Pracodawcy, PKN ORLEN*

### Case study PKN ORLEN

- Czy duży biznes potrzebuje rozgłosu w promowaniu swojej oferty?
- Ty jesteś marką pracodawcy czyli jak z pracownika zrobić lidera opinii
- Wzajemne zaufanie a sukces programu ambasadorskiego

10:25

**ESG - zaangażowanie społeczne i środowiskowe firmy**

 *Olga Ostrowska, ESG Manager, Ten Square Games*

Laureat Konkursu Siła Przyciągania 2021

Nagroda główna w Kategorii "Strategiczny projekt budujący zaangażowanie"

### Case study Ten Square Games

- Dlaczego Strategia ESG jest ważnym elementem działalności firmy – korzyści dla środowiska, biznesu i samej marki pracodawcy



- Jak wdrażać w organizacji działania na co dzień ESG tak, aby stały się DNA firmy?
- Jak prowadzić działania ESG angażujące zarówno pracowników, jak i klientów?
- Działalność ESG jako działalność edukacyjna - jak komunikować działania ESG i dlaczego warto dzielić się wiedzą z tego obszaru nawet z konkurencją?

---

11:05

## Przerwa na kawę

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

---

11:25

## Wystarczy słowo, by zacząć zmianę

 *Agnieszka Konarzewska, Dyrektorka Departamentu Komunikacji Marketingowej, Bank BNP Paribas*

- Efekt feminitywów. Dlaczego Bank BNP Paribas podjął ten temat?
- Nazwy zawodów, a przedstawiciele profesji – percepcja
- Istotna rola feminitywów w języku ofert pracy – dlaczego jest to takie ważne?
- Inkluzywność językowa w organizacji

---

12:05

## Wellbeing - jak odpowiednio zadbać o dobrostan pracowników

 *Marta Kasiewicz, Menedżer Działu Employer Brandingu i Wellbeingu, Grupa LUX MED*

 *Dorota Sawicz, Dyrektor Personalny, Grupa LUX MED*

Laureat Konkursu Siła Przyciągania 2021

Nagroda główna w Kategorii "Strategiczne podejście do działań well-being"

## Case study Grupa LUX MED

- Rola wellbeingu w strategii employer brandingowej
- Filary dobrostanu – na czym warto się skupić?
- Menedżerowie jako kluczowi ambasadorzy wellbeingu
- Dobre praktyki – przykłady działań
- Mierniki i efektywność programu wellbeing

---

12:45

## Wyróżniający wizerunek marki czyli jak efektywnie prowadzić kampanię employer brandingową marki na rynku

 *Patrycja Pazio, Employer Reputation & Engagement Consultant, McDonald's Polska*

Laureat Konkursu Siła Przyciągania 2020

Wyróżnienie w Kategorii "Diversity & Inclusion w działaniach employer branding" oraz "Program rozwoju przywództwa"

## Case study McDonald's Polska



- Czym jest marka pracodawcy i dlaczego jest taka ważna?
- Silna marka pracodawcy, czyli jaka?
- Jak zbudować silną markę pracodawcy?
- Jak się wyróżnić i odpowiedzieć na potrzeby lokalnego rynku?
- Działania EB jako element strategii biznesowej – dlaczego warto? (korzyści i wyzwania)

---


13:25

**Lunch**

---

14:15

**Employer branding w social media - jak skutecznie zbudować wyróżniający się i autentyczny wizerunek na rynku**

 *Elżbieta Szczygielska, HR Biznes Partner, ERBUD*

Laureat Konkursu Siła Przyciągania 2021

Wyróżnienie w Kategorii "Employer branding – kampania wizerunkowa"

### Case study Erbud

- Jaka jest specyfika branży budowlanej
- Jak budować kampanię z wartością dodaną dla kandydata, pracownika i biznesu
- Po co nam influencerzy?
- Jakie osiągnęliśmy efekty?

---

14:55

**Konto Banku Gospodarstwa Krajowego na Instagramie – jak kształtować wizerunek instytucji finansowej z prawie 100 letnią tradycją w tym nowoczesnym medium**

 *Anna Mączka, p.o. Dyrektor Biura Pozyskiwania Talentów i Marki Pracodawcy, Bank Gospodarstwa Krajowego*

 *Anna Lipska, Ekspert ds. komunikacji online, Bank Gospodarstwa Krajowego*

### Case study BGK

- Jakim medium społecznościowym jest Instagram?
- Jak wykorzystujemy Instagrama w BGK do budowania marki pracodawcy?
- Jakich narzędzi używać do tworzenia grafik?
- Co publikować? A czego nie?

---

15:35

**PANEL DYSKUSYJNY: Diversity&Inclusion w praktyce – jak zarządzać pracownikami różnych kultur i w poszczególnych oddziałach organizacji**

 *MODERATOR Beata Tomaszkiwicz, Project Manager - dziennikarz, Puls Biznesu*

 *Monika Maćkiewicz, HR Manager, Hortex*

 *Susanna Romantsova, Prezeska, DEI Alliance*

 *Joanna Hrycaniuk, Head of IBS Incubation, Philip Morris International*

- Trendy w różnorodności - jak budować organizację równych szans na rozwój dla wszystkich





- Jak w praktyce budować różnorodne zespoły - podejście pracowników do D&I
  - Trudności, wyzwania, bariery we wdrażaniu
  - Czy warto? - jakie korzyści płyną z różnorodności
- 

16:15

**Zakończenie konferencji**





## PRELEGENCI



### Małgorzata Fąfara

Recruitment, Selection & Onboarding Leader IKEA Retail

Recruitment, Selection & Onboarding Leader w IKEA Retail, gdzie odpowiada m.in. za rozwój kompetencji rekrutacyjnych w organizacji, metodologię zadań, sztukę połączenia dobrego doświadczenia nowego Pracownika w procesie onboardingu z efektywnością oraz różnorodne projekty usprawniające wspomniane obszary. Od 8 lat jest związana z obszarem HR. Psycholożka, prywatnie pasjonatka fotografii analogowej, snowboardu i Skandynawii.



### Marta Kasiewicz

Menedżer Działu Employer Brandingu i Wellbeingu Grupa LUX MED

Zarządza obszarem wizerunku pracodawcy i wellbeingu. Doświadczenie rekrutacyjne zdobywała m.in. w firmie Randstad i Antal. Absolwentka Uniwersytetu Warszawskiego oraz podyplomowych studiów HR Business Partner na Akademii Leona Koźmińskiego w Warszawie. Ukończyła także roczny program People Analytics w Academy to Innovate HR (AIHR). Jest certyfikowanym Coachem Performance Energy. Wierzy w HR oparty na danych, który buduje przewagę strategiczną organizacji. Prywatnie mama 2-letniej Oliwii, a w wolnym czasie skrzypaczka i pianistka.



### Ewa Krupa

Dyrektorka Kultury i Rozwoju Orange Polska

Od 2018 roku kieruje komunikacją wewnętrzną i odpowiada za rozwój kompetencji ludzi w Orange. Wierzy, że kluczem do sukcesu firm jest kreatywność i zaangażowanie pracowników oraz wykorzystanie potencjału nowych technologii, by wydobywać z nich to, co najlepsze dla ludzi. Promotorka różnorodności w biznesie, korporacyjnych rebeliantów, pełna entuzjazmu i pomysłów liderka programu zmiany kultury organizacyjnej w Orange. Prywatnie mama Aleksandra, Kaliny i Jeremiego, z którymi dzieli swoje pasje i radość życia. Biega maratony, jest vege, ambasadorka idei Green i zrównoważonego rozwoju.





## Anna Lipska

Ekspert ds. komunikacji online Bank Gospodarstwa Krajowego

Pasjonatka komunikacji i marketingu z 8-letnim doświadczeniem w branży. Specjalizuje się w mediach społecznościowych, kampaniach oraz w nowych trendach w komunikacji. W BGK pracuje od połowy 2018 roku. Wcześniej swoje umiejętności rozwijała w agencji PR, pracując dla klientów z branży IT, HR i energetycznej. Miłośniczka podcastów true crime, Netflix i kawy.



## Adrian Martinez

Konsultant, szkoleniowiec i praktyk, od lat związany z branżą marketingową i HR, CMO & Co-founder HR Embassy

Prowadzi szkolenia i konsultacje z zakresu komunikacji i reklamy na Facebooku, Instagramie i LinkedIn oraz strategii employer branding. Projektuje i konsultuje strategie Employer Branding oraz procesy rekrutacyjne od strony komunikacji. Wśród klientów, z którymi współpracuje znajdują się firmy takie jak: Citi Handlowy, Coca-Cola HBC, Innogy Polska, Grupa Żywiec, Budimex, Cushman & Wakefield, eSky.pl, Badura, Kitchen Aid, Biuro Karier SWPS, infoShare, e-point czy j-labs. Jest również prelegentem na wielu konferencjach branżowych takich jak: I love Marketing, HR Summit, Recruitment Days, Golden Marketing Conference, Pipeline Summit, Babel Camp czy Akademia Marketingu. Miłośnik tworzenia i rozbudowywania zaangażowanych społeczności online. Założyciel najaktywniejszej grupy HR na Facebooku - I love HR.



## Anna Mączka

p.o. Dyrektor Biura Pozyskiwania Talentów i Marki Pracodawcy Bank Gospodarstwa Krajowego

Absolwentka kierunku stosowane nauki społeczne na Uniwersytecie Warszawskim, studiów podyplomowych z Zarządzania Zasobami Ludzkimi na UW oraz Coachingu na SGH. Posiada trzynastoletnie doświadczenie w rekrutacji zarówno po stronie agencji headhuntingowych jak i w wewnętrznych działach HR (Agora, EY). W BGK odpowiedzialna za procesy rekrutacyjne oraz budowanie wizerunku banku jako pracodawcy. Wierzy w siłę mediów społecznościowych i nowoczesnych technologii jako wsparcia w budowaniu marki osobistej. Prywatnie fanka monarchii brytyjskiej, dobrej herbaty, mody oraz psów rasy Chihuahua.





## Sylwia Nadolna-Dolińska

Koordinator ds. Budowania Wizerunku Pracodawcy Budimex

Project Manager z krwi i kości, obecnie związany z obszarem employer branding. Swoją przygodę z HR zaczęła już na studiach, kiedy to szczególnie bliski stał się dla niej temat zarządzania talentami. Później realizowała szereg projektów sprzedażowych i marketingowych. Zwolenniczka zwinnego zarządzania. W Polenergia Fotowoltaika z sukcesem stworzyła od podstaw strategię EB oraz przyczyniła się do zwiększenia rozpoznawalności marki pracodawcy. Od niedawna związana z Grupą Budimex, gdzie odpowiada za rozwój employer branding i wzmocnienie wizerunku.



## Olga Ostrowska

ESG Manager Ten Square Games

Absolwentka studiów magisterskich na kierunku Stosunki Międzynarodowe na Uniwersytecie Warszawskim, oraz kursu Akademii Młodych Dyplomatów na kierunku Służba Zagraniczna. Pierwsze kroki na ścieżce ESG stawiała w Organizacji Narodów Zjednoczonych, gdzie koordynowała wiele projektów realizujących Cele Zrównoważonego Rozwoju. Doświadczenie w międzynarodowym sektorze publicznym łączy z możliwościami, jakie daje biznes. W TSG pracuje od 2020 roku, gdzie w roli ESG Managera łączy świat gamingu z odpowiedzialnym rozwojem wprowadzając m.in. środowiskowe wydarzenia w grach, akcje aktywizujące zespół czy proces redukcji śladu węglowego firmy. Laureat Dolnośląskich Gryfów w kategorii „Firma świadoma ekologicznie”.



## Patrycja Pazio

Employer Reputation & Engagement Consultant McDonald's Polska

Absolwentka Uniwersytetu Warszawskiego na kierunkach PR i Marketing Medialny oraz Kryminologia. PR-owicz z wykształcenia i zamiłowania z ponad 8-letnim doświadczeniem zawodowym. Od 2014 roku związana z McDonald's Polska. Przez ostatnie lata była odpowiedzialna za komunikację korporacyjną marki, działania z zakresu public relations i media relations, a także komunikację wewnętrzną, zarządzanie kryzysami oraz event management. W styczniu 2022 roku objęła stanowisko Employer Reputation and Engagement Consultant. Aktualnie odpowiada za budowanie marki pracodawcy oraz zaangażowania ponad 31 000 pracowników zatrudnionych w ponad 500 restauracjach McDonald's w całej Polsce.





## Katarzyna Pyszczak

Ekspertka ds. Employer Brandingu Nationale-Nederlanden

Aktualnie pracuje w Nationale-Nederlanden. Bogate doświadczenie zawodowe zdobywała jako specjalistka ds. Employer Branding m.in. w PwC, KPMG, Santander Bank Polska i mBanku. Od blisko 10 lat buduję programy ambasadorskie dla studentów i pracowników, którzy chcą zadbać o swój personal branding w social media. Jestem absolwentką Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej (filologia polska) oraz magisterskich studiów Akademii Leona Koźmińskiego (socjologia biznesu i mediów). Wiedzę ze studiów aktywnie wplątam w obecną rolę – komunikując się z pracownikami, pisząc posty w mediach społecznościowych, czy przygotowując komunikaty do newslettera czy mediów branżowych. Moje życie „po godzinach” kręci się wokół psiego życia - suczki Fidzi oraz licznych podróży i niezliczonych fotografii z wyjazdów.



## Dorota Sawicz

Dyrektor Personalny Grupa LUX MED

Absolwentka Uniwersytetu Warszawskiego, Uniwersytetu Jagiellońskiego oraz studiów MBA na Akademii Leona Koźmińskiego. Ukończyła globalny program dla liderów Bupa Advance oraz kursy z zakresu zarządzania na National Louis University w Chicago. Obecnie odpowiada za cały obszar HR Grupy LUX MED, w tym integrację spółek zależnych. Propaguje strategiczne, partnerskie podejście we współpracy z biznesem. W konkursie Pulsu Medycyny otrzymała tytuł najlepszego menadżera HR w sektorze ochronie zdrowia.



## Piotr Stróżyk

HR Biznes Partner, Kierownik ds. Rozwoju Pracowników Żabka

Absolwent UAM i CDV w Poznaniu. Manager związany z Żabka Polska od 2008 r., w której odpowiada za obszary L&D. Współtwórca marki „Akademia Żabki” – przestrzeni rozwojowej dla pracowników i franczyzobiorców. Doświadczony trener biznesu, koordynator projektów HR, szczególnie w zakresie rozwoju talentów i EB. Wykładowca akademicki. Członek Polskiego Towarzystwa Trenerów Biznesu. Finalista konkursu „Top HR Manager in Action 2019”. Prywatnie pasjonat regionalizmów poznańskich: gwary, kuchni, historii.



## Marcin Szczeblewski

Kierownik ds. Personalnych Toyota Motor Manufacturing Poland

Od ponad 15 lat związany z Toyotą jako pracownik, a jeszcze dłużej – jako zadowolony klient. Od 4 lat koordynuje działania związane z employer brandingiem i rekrutacją w związku z uruchamianiem nowych projektów w polskich fabrykach Toyoty. Swoją wiedzę i doświadczeniami dzieli się, prowadząc zajęcia dla studentów wrocławskich uczelni.





## Elżbieta Szczygielska

HR Biznes Partner ERBUD

Od wielu lat zdobywa doświadczenie w różnorodnych branżach, przypadkowo rozpoczynających się na literę B (browarniczej, bankowej i budowlanej). W Grupie Żywiec odpowiadała za rekrutację i employer branding, z kolei w PKO Banku Polskim prowadziła zespół trenerów wewnętrznych, a przy okazji z sukcesem wdrożyła programy rozwoju kultury innowacji i komunikacji wewnętrznej. Obecnie związana z ERBUDem, czołową firmą z branży budowlanej, w której - poza codziennymi zadaniami HR Biznes Partnera - jest liderem procesów onboardingu, employer brandingu oraz zarządzania wiedzą. Dąży do tego, aby proponowane przez nią rozwiązania zwiększały efektywność biznesową. Przy okazji uwielbia organizację wszelkiego rodzaju eventów - począwszy od kameralnych spotkań integracyjnych, skończywszy na konferencjach dla 500 osób.



## Anna Trochim

Head of HR Cushman & Wakefield

Z branżą HR jest związana od kilkunastu lat, zdobywając swoje doświadczenia w Grupie Allianz Polska, w Atos Global Delivery Center oraz w Grupie Spółek Danone. Aktualnie odpowiada za obszar rozwoju i szkoleń w regionie EMEA w firmie Cushman & Wakefield. Na rynku lokalnym zajmuje się także od niedawna obszarem Employer Brandingu. Jest wykładowcą w Dolnośląskiej Szkole Wyższej, członkiem think tanku biznesowego HR Influencers, Mentorem w ramach programów HR4Members oraz HR Power.



## Adam Wąsik

Współwłaściciel Pracownia EB

Współwłaściciel agencji PracowniaEB, ekspert employer branding i rynku pracy, mediowiec, związany przez lata m.in. z Gazetą Wyborczą, Gazeta.pl i Goldenline. Rynkiem rekrutacyjnym i marką pracodawcy zajmuje się od ponad 10 lat. Specjalizuje się w budowaniu i strategicznym zarządzaniu marką pracodawcy. Współtworzył strategię dla największych pracodawców w Polsce, a jego agencja od lat jest jedną z najczęściej nagradzanych agencji employer branding w kategoriach takich jak kreacja, materiały video, kampanie i akcje rekrutacyjne, czy przede wszystkim strategię i efektywność działań employer branding. Przewodniczący jury konkursu EBKreator. Stały prelegent wielu konferencji branżowych, angażuje się w działania edukacyjne Collegium Civitas i prowadzi wykłady z employer branding na AGH.





## **Anna Wojenkowska**

Senior HR Business Partnerka branży Digital Industries oraz Spółki Siemens Finance, Pełnomocniczka ds. Różnorodności i Włączenia Siemens

Odpowiada mi.in za budowanie partnerstwa biznesowego w obszarze zarządzania zasobami ludzkimi w dedykowanych branżach i spółkach, głównie w zakresie realizacji przyjętej strategii i polityki personalnej, rozwoju managerów i ich zespołów. Aktualnie współtworzy projekt rozwoju kompetencji przyszłości managerów Siemens Polska. Certyfikowana mentorka i facylitatorka, absolwentka studiów podyplomowych Coaching w organizacji oraz Projektowanie Przyszłości w Szkole Wyższej Psychologii Społecznej.



## **Joanna Hrycaniuk**

Head of IBS Incubation Philip Morris International



## **Agnieszka Konarzewska**

Dyrektorka Departamentu Komunikacji Marketingowej Bank BNP Paribas

Od czerwca 2017 roku jako Dyrektorka Departamentu Komunikacji Marketingowej Banku BNP Paribas odpowiada za przygotowanie strategii marketingowej oraz komunikację do wszystkich segmentów klientów indywidualnych i biznesowych. Wraz z zespołem zrealizowała wiele nagrodzonych kampanii a w 2021 Bank zdobył srebrne Effie w kategorii Long Term Marketing Excellence. Wcześniej przez kilkanaście lat doświadczenie budowała w sektorze finansowym w obszarze: marketingu, PR-u oraz wsparcia sprzedaży. Jedna z liderek inicjatywy Kobiety Zmieniające BNP Paribas.



## Monika Maćkiewicz

HR Manager Hortex

Ekspert, praktyk z ponad 20 letnim doświadczeniem w zarządzaniu Zasobami Ludzkimi. Karierę zawodową zdobywała u Pracodawców: Grupa PZU, PLL LOT, CARLSBERG, EDF, ENEA /branża energetyczna/, obecnie Grupa Hortex Założycielka społeczności HR Club. Od ponad 15 lat współpracuje z uczelniami wyższymi na których prowadzi zajęcia z nowoczesnego HR, rekrutacji, Employer Brandingu czyli Marketingu w HR, rozwoju kultury organizacyjnej, motywacji i rozwoju zawodowego. KORem działalności jest wdrażanie zmian i tworzenie procesów rozwojowych. W ramach projektów strategicznych budowanie struktur kształtowaniem kultury organizacyjnej wdrażaniem zarządzania projektowego oraz rozwojem kadry menedżerskiej. Koncentracja w budowanie zaangażowania Pracowników poprzez implementację strategii motywacyjnych oraz zefektywnianie działań Spółek. Wspiera Pracodawców rozwiązując problemy z którymi borykają się dynamicznie rozwijające się organizacje. Prywatnie, pasjonatka tenisa ziemnego, zdrowego trybu życia i rozwoju.



## Agnieszka Mrówka

Kierownik zespołu Budowania Marki Pracodawcy PKN ORLEN

Menedżerka i wieloletni ekspert w obszarze zarządzania zasobami ludzkimi w międzynarodowych organizacjach. Wykładowca na studiach podyplomowych, współautor kierunków studiów magisterskich, MBA i podyplomowych oraz Członek Rady Programowej Centrum Kształcenia Podyplomowego Uczelni Łazarskiego. Doświadczony praktyk w zakresie projektowania strategii i polityki personalnej oraz strategii marki pracodawcy. Wdrożyła w organizacjach wiele nowoczesnych rozwiązań i projektów związanych z budowaniem kultury organizacyjnej, różnorodnością, przywództwem, budowaniem zaangażowania pracowników, mobilnością pracowników oraz zarządzaniem wiedzą. Kieruje zespołem employer branding odpowiedzialnym za budowanie marki pracodawcy w Grupie ORLEN.



## Susanna Romantsova

Prezeska DEI Alliance

Ekspertka w zakresie strategicznego zarządzania różnorodnością i przywództwa włączającego. Certyfikowana trenerka Unconscious Bias (NeuroLeadership Institute) oraz fasyliatorka narzędzia do budowania włączających zespołów - GlobeSmart Profile (Aperian Global). Posiada 9-letnie doświadczenia w pracy z różnorodnością w biznesie, na uczelniach wyższych oraz w sektorze trzecim. Ostatnie 3 lata pracowała na stanowisku Liderki ds. Różnorodności i Włączania w IKEA, gdzie współtworzyła i zrealizowała pierwszą 3-letnią strategię różnorodności i włączania w Polsce, nakierowaną na potrzeby 6000 pracowników/- czek, klientów/-ek oraz społeczeństwa. Do jej projektów należały m.in badanie Gender Equal Pay, inicjatywa Urlop Ojcowski IKEA, pierwszy w Polsce projekt zatrudniania osób z doświadczeniem uchodźczym "Refugee Skills for Employment". Absolwentka Uniwersytetu SWPS, na którym ukończyła studia magisterskie z psychologii klinicznej. Zdobyła również specjalizację z psychologii różnorodności na Uniwersytecie Harvarda.







## Beata Tomasziewicz

Project Manager - dziennikarz Puls Biznesu



## Anna Zarzycka

Kierownik projektu w zespole Budowania Marki Pracodawcy PKN ORLEN

Doświadczony ekspert w budowaniu marek pracodawców i projektach employer brandingowych. Autorka i współautorka programów w PKN ORLEN-Ambasador marki pracodawcy, programu stażowego Kierunek ORLEN. Opiekun kreatywny strony [www.orlen.pl/kariera](http://www.orlen.pl/kariera) oraz promotor walki ze stereotypami płciowymi, m.in. poprzez kampanię „Takie zabawy nie tylko z córką/synem”. W swojej pracy wykorzystuje 15-letnie doświadczenie projektowe we współpracy z menedżerami wyższego szczebla i międzynarodowymi firmami, głównie z branż technologii, przemysłu, logistyki. Pracowała w międzynarodowych firmach rekrutacyjnych: Hays, Randstad, Morgan Philips (b. Hudson Global Resources).



KONTAKT



MIEJSCE

### Opiekun merytoryczny



#### Aldona Mlonek

Project Manager

48223339830

[a.mlonek@pb.pl](mailto:a.mlonek@pb.pl)

### Współpraca



#### Joanna Czyczuk-Oziębło

Marketing Manager - Team

Leader

48223339825

[j.czyczuk@pb.pl](mailto:j.czyczuk@pb.pl)

### Sound Garden Hotel

ul. Żwirki i Wigury 18  
Warszawa

## Cena

### V Employer branding w praktyce

22 - 23 listopada 2022, Warszawa

2595 zł netto od 2022-11-23 do 2022-11-23

Kod promocyjny

---

#### Osoba zgłaszająca

Imię

---

Nazwisko

---

Stanowisko

---

Dział

---

pole opcjonalne

E-mail

---

Telefon

---

#### Dane do faktury

firma

osoba fizyczna

Państwo

---

NIP

---

Nazwa/Imię i nazwisko

---

Miejscowość

---

Ulica i numer

---

Kod pocztowy

---

- Potwierdzam, że zapoznałam/em się z [Regulaminem](https://apps.bonnier.pl/regulaminy/pdf/Regulamin_wydarzen_platnych_18102022_pdf.pdf) wydarzenia i akceptuję jego treść.
- Chcę wiedzieć pierwszy i otrzymywać Newsletter 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)

Piecątka i podpis

---



# Formularz rejestracji: V Employer branding w praktyce

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

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

## 1. Dane uczestnika

Imię

---

Nazwisko

---

Stanowisko

---

Dział

---

pole opcjonalne

E-mail

---

Telefon

---

## 2. Dane uczestnika

Imię

---

Nazwisko

---

Stanowisko

---

Dział

---

pole opcjonalne

E-mail

---

Telefon

---



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

1. Organizatorem warsztatów/konferencji/szkoleń płatnych („**Wydarzenia**”) jest Bonnier Business (Polska) Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie, ul. Kijowska 1, wpisana do Rejestru Przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego przez Sąd Rejonowy dla M. St. Warszawy w Warszawie, XIII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego pod numerem KRS 0000024847, NIP: 113-01-55-210, wysokość kapitału zakładowego: 2 000 000,00 PLN („**Organizator**”).
2. Wynagrodzenie należne Organizatorowi za udział jednej osoby w Wydarzeniu („**Cena**”) określane są każdorazowo na dedykowanej stronie Wydarzenia („**Strona Wydarzenia**”) w informacjach ogólnych dotyczących Wydarzenia lub innej sekcji wg wyboru Organizatora. Cena obejmuje prelekcje, materiały szkoleniowe, a w przypadku konferencji stacjonarnych także przerwy kawowe, lunch. Wszelkie inne koszty niewskazane przez Organizatora (np. koszty przejazdu, zakwaterowania) uczestnik Wydarzenia pokrywa we własnym zakresie. W przypadku Wydarzeń organizowanych z wykorzystaniem środków komunikacji elektronicznej cena obejmuje wyłącznie prelekcje oraz materiały szkoleniowe. Płatności należy dokonywać na rachunek bankowy Organizatora wskazany każdorazowo na Stronie Wydarzenia z uwzględnieniem informacji wskazanych przez Organizatora na fakturze pro forma lub na fakturze VAT.
3. Wypełnienie elektronicznego formularza zgłoszeniowego udostępnionego przez Organizatora i zamieszczonego na stronie internetowej Wydarzenia (tj. [www.konferencje.pb.pl](http://www.konferencje.pb.pl) lub innej wskazanej przez Organizatora) („**Zgłoszenie**”) i zatwierdzenie Zgłoszenia poprzez aktywowanie dedykowanego przycisku „Zarejestruj z obowiązkiem zapłaty” lub pobranie, wypełnienie i odesłanie podpisanego przez osoby uprawnione (w formie papierowej lub skanem na adres e-mail Organizatora) formularza w formacie .pdf zamieszczonego na stronie internetowej Wydarzenia, jest równoznaczne z zawarciem z Organizatorem przez podmiot wskazany w Zgłoszeniu jako podmiot zgłaszający umowy, której przedmiotem jest umożliwienie osobom wskazanym w Zgłoszeniu uczestnictwa w Wydarzeniu. Na podstawie Zgłoszenia Organizator wystawia i przesyła na adres poczty elektronicznej wskazany w Zgłoszeniu fakturę pro forma płatną w terminie siedmiu (7) dni od daty Zgłoszenia.
4. Biorąc pod uwagę fakt, że Zgłoszenie dokonywane może być przez osobę fizyczną działającą w imieniu i na rzecz innych osób, osoba zgłaszająca zobowiązana jest w trakcie dokonywania Zgłoszenia do potwierdzenia stosownego upoważnienia. W przeciwnym wypadku Organizator zastrzega sobie prawo odmowy przyjęcia Zgłoszenia.
5. Osoba dokonująca Zgłoszenia ponosi odpowiedzialność za oświadczenia składane w trakcie realizacji procedury Zgłoszenia. Szczegółowe warunki Zgłoszenia, sposób postępowania w trakcie i po dokonaniu Zgłoszenia oraz zakres wymaganych oświadczeń osoby zgłaszającej oraz osób zgłaszanych Organizator określa w interaktywnym formularzu Zgłoszenia zamieszczonym na Stronie Wydarzenia.
6. O rezygnacji z udziału w Wydarzeniu należy poinformować Organizatora przesyłając taką informację na adres poczty elektronicznej Organizatora: [konferencje@pb.pl](mailto:konferencje@pb.pl).
7. W przypadku rezygnacji z uczestnictwa w Wydarzeniu nie później niż dwadzieścia jeden (21) dni kalendarzowych przed rozpoczęciem Wydarzenia, podmiot zgłaszający zostanie obciążony opłatą w wysokości stanowiącej równowartość 30% Ceny. Niniejsze postanowienie nie ma zastosowania w przypadku dokonania Zgłoszenia w terminie późniejszym niż na dwadzieścia jeden (21) dni kalendarzowych przed rozpoczęciem Wydarzenia.
8. W przypadku rezygnacji z uczestnictwa w Wydarzeniu w terminie krótszym niż dwadzieścia jeden (21) dni kalendarzowych przed rozpoczęciem Wydarzenia, podmiot zgłaszający zostanie obciążony pełną Ceną.
9. Nieodwołanie Zgłoszenia lub niewzięcie udziału w Wydarzeniu nie zwalnia podmiotu zgłaszającego z obowiązku zapłaty Ceny.
10. Niedokonanie wpłaty kosztów uczestnictwa w Wydarzeniu w terminie wskazanym w pkt 4 powyżej nie jest jednoznaczne z rezygnacją z uczestnictwa w Wydarzeniu. Niedokonanie wpłaty kosztów uczestnictwa w Wydarzeniu nie wyłącza prawa do stosowania przez Organizatora uprawnień z pkt 9 i 10 Regulaminu.
11. Organizator dopuszcza by zamiast osoby wskazanej w Zgłoszeniu, w Wydarzeniu wzięła udział inna osoba wskazana przez podmiot zgłaszający. O zmianie, podmiot zgłaszający informuje Organizatora przesyłając stosowną informację na adres poczty elektronicznej Organizatora: [konferencje@pb.pl](mailto:konferencje@pb.pl) nie później niż w dniu poprzedzającym dzień rozpoczęcia Wydarzenia.
12. Organizator zastrzega sobie prawo do zmian programu Wydarzenia, w szczególności polegającej na zmianie godziny danego wystąpienia, zmianie osoby prowadzącej lub zmiany lokalizacji Wydarzenia, jak również do odwołania Wydarzenia.
13. W przypadku odwołania Wydarzenia uiszczona Cena lub jej część zostaną zwrócone lub –za zgodą podmiotu zgłaszającego–przeznaczone na pokrycie kosztów uczestnictwa winnym Wydarzeniu.
14. Organizator zastrzega sobie prawo do zmiany terminu Wydarzenia. W przypadku braku akceptacji nowej daty Wydarzenia, podmiotowi zgłaszającemu, który opłacił Cenę, Organizator zwraca Cenę w pełnej wysokości.
15. Wszystkie materiały przekazane uczestnikowi w związku z Wydarzeniem („**Materiały**”) stanowią własność Organizatora (lub podmiotów współpracujących z Organizatorem) i w związku z tym przeznaczone są wyłącznie do użytku osobistego uczestnika Wydarzenia.
16. Zabronione jest zwielokrotnianie Materiałów, wprowadzanie ich do obrotu, rozpowszechnianie w jakiegokolwiek sposób, użyczenie, wyświetlenie, publiczne udostępnienie Materiałów w taki sposób, aby każdy mógł mieć do nich dostęp w miejscu i w czasie przez siebie wybranym oraz jakiegokolwiek inne wykorzystanie sprzeczne z celem lub zakresem wskazanym w ust. 17 Regulaminu.
17. Zgłaszający zobowiązany jest poinformować uczestnika zgłaszanego do wzięcia udziału w Wydarzeniu, że Organizator może utrwalać przebieg Wydarzenia -w celu informacyjnym -za pomocą urządzeń rejestrujących dźwięk lub obraz. Brak zgody uczestnika zgłaszanego do wzięcia udziału w Wydarzeniu na powyższe czynności wyklucza możliwość wzięcia udziału w Wydarzeniu. Organizator może zamieścić utrwalone nagranie w wybranym przez siebie medium z uwzględnieniem obowiązujących w tym zakresie przepisów prawa dotyczących ochrony dóbr osobistych, w tym danych osobowych.
18. Dokonanie Zgłoszenia jest równoznaczne z udzieleniem Organizatorowi upoważnienia do wystawienia faktury VAT bez podpisu przez osobę zgłaszającą lub podmiot w imieniu którego osoba zgłaszająca działa.
19. Organizator udziela osobie dokonującej Zgłoszenia oraz uczestnikowi Wydarzenia rabatu w wysokości co najmniej 5% na rejestrację na organizowane, w ciągu roku od daty Wydarzenia, jego kolejne edycje lub konferencje, warsztaty, szkolenia płatne związane tematycznie z Wydarzeniem. Celem skorzystania z rabatu uprawniony wprowadza przekazany przez Organizatora kod rabatowy podczas rejestracji. Rabat naliczy się automatycznie. Kod rabatowy będzie przesyłany przez Organizatora – na adres e-mail osoby dokonującej Zgłoszenia oraz uczestnika Wydarzenia podany w formularzu rejestracyjnym na Wydarzenie – w zaproszeniu na kolejną edycję Wydarzenia lub konferencję, warsztat, szkolenie płatne związane tematycznie z Wydarzeniem. Kod rabatowy jest aktywny do upływu wskazanego terminu rejestracji na kolejną edycję Wydarzenia lub konferencję, warsztat, szkolenie płatne związane tematycznie z Wydarzeniem. Rabat dotyczy każdego uczestnika zgłaszanego przez osobę uprawnioną do rabatu. Rabat łączy się z innymi rabatami, chyba że Organizator postanowi inaczej, o czym uprawniony zostanie poinformowany w zaproszeniu.



20. Jeśli osoba dokonująca rejestracji wyraża bądź utrzymuje wyrażone uprzednio zgody marketingowe na kontakt e-mailowy oraz telefoniczny otrzymuje 5% stałego rabatu na dokonywane przez siebie rejestracje na płatne Wydarzenia organizowane przez Organizatora i ogłaszane (oferowane) poprzez dedykowany Wydarzeniom serwis internetowy działający pod adresem: [www.konferencje.pb.pl](http://www.konferencje.pb.pl) (do momentu wycofania zgód lub jednej ze zgód). Rabat ten łączy się z innymi. Weryfikacja następuje w czasie rzeczywistym na podstawie podanego w Zgłoszeniu adresu e-mail osoby zgłaszającej. Rabat naliczany jest automatycznie. Prawo do rabatu przysługuje wyłącznie osobie dokonującej rejestracji (dokonującej Zgłoszenia) i dotyczy danego Zgłoszenia bez względu na liczbę uczestników rejestrowanych przez osobę dokonującą rejestracji i uprawnioną do otrzymania rabatu.
21. Uczestnictwo w Wydarzeniu odbywającym się z wykorzystaniem środków komunikacji elektronicznej wymaga dysponowania przez uczestnika Wydarzenia systemem teleinformatycznym spełniającym następujące minimalne wymagania techniczne:
- 21.1.1 dostęp do Internetu,
  - 21.1.2 urządzenie końcowe,
  - 21.1.3 zastosowanie w niektórych przypadkach oprogramowania umożliwiającego odczytywanie plików w różnych formatach (m.in. graficznych, dźwiękowych, multimedialnych, tekstowych, video itp.).
22. O ile jest to niezbędne ze względu na charakter Wydarzenia odbywającego się z wykorzystaniem środków komunikacji elektronicznej, Organizator w procesie Zgłoszenia przekazuje informację o ewentualnych dodatkowych wymaganiach technicznych niezbędnych do wzięcia udziału w Wydarzeniu
23. Organizator Wydarzenia odbywającego się z wykorzystaniem środków komunikacji elektronicznej nie ponosi odpowiedzialności za:
- 23.1.1 problemy telekomunikacyjne wywołane działaniami lub zaniechaniami osób trzecich,
  - 23.1.2 niedziałanie albo wadliwe działanie wykorzystywanego przez uczestnika Wydarzenia oprogramowania firm trzecich, w tym działanie wirusów komputerowych,
  - 23.1.3 niewłaściwą konfigurację sprzętu wykorzystywanego przez uczestnika Wydarzenia w celu wzięcia udziału w Wydarzeniu,
  - 23.1.4 wady sprzętu komputerowego uczestnika Wydarzenia,
  - 23.1.5 brak lub przerwy w dostępie do Internetu po stronie uczestnika Wydarzenia
  - 23.1.6 nieprawidłową obsługę aplikacji przez uczestnika Wydarzenia,
  - 23.1.7 innymi okoliczności uniemożliwiającej lub utrudniającej uczestnictwo w Wydarzeniu niespowodowane działaniami lub zaniechaniami Organizatora.
24. W przypadku Wydarzeń stacjonarnych, w sytuacji wprowadzenia, aktami władzy państwowej lub lokalnej na terenie kraju lub jego części, ograniczeń, a także wytycznych właściwych służb, instytucji oraz innych podmiotów realizujących ustawowe obowiązki, które wpływałyby na sposób organizacji Wydarzenia, Organizator zastrzega możliwość wprowadzenia dodatkowych wymagań dla uczestników Wydarzenia celem zapewnienia ochrony ich zdrowia i bezpieczeństwa. Organizator powiadomi uczestników Wydarzenia, na adres e-mail podany w zgłoszeniu rejestracyjnym, o dodatkowych wymogach uczestnictwa oraz konieczności potwierdzenia ich akceptacji w terminie wskazanym w przesłanej wiadomości. Organizator zastrzega sobie prawo odmowy dopuszczenia do uczestnictwa w Wydarzeniu osób, które nie wyrażą zgody na przestrzeganie wymogów, o których mowa w zdaniu poprzednim.
25. Osoba dokonująca Zgłoszenia podejmując czynności w celu dokonania Zgłoszenia potwierdza, że dane zgłaszanego uczestnika są prawdziwe, a osoba zgłaszana do wzięcia udziału w Wydarzeniu wyraziła zgodę na dokonanie Zgłoszenia z uwzględnieniem jej danych osobowych. Po dokonaniu zgłoszenia osoba, której dane w nim wskazano, zostanie poinformowana o tym kto dokonał Zgłoszenia oraz jakie dane zostały wskazane z prośbą o ich potwierdzenie.
26. Niniejszy regulamin obowiązuje od chwili jego opublikowania na Stronie Wydarzenia. Organizator zastrzega sobie prawo do jego zmiany, z zastrzeżeniem że dokonane zmiany obowiązują od chwili ich przekazania do publicznej wiadomości.

