



# X Kongres Public Relations i Komunikacji

20-21 października 2014 r., Warszawa  
hotel Marriott

Relacje  
z agencją PR

Relacje  
z dziennikarzami

Efektywność  
działań PR

CSR

PR  
Kryzysowy

Etyka PR

Regulacje  
prawne PR



## Ciekawe debaty:

### BIZNES SPOŁECZNIE KONIECZNY – GDZIE SIĘGAJĄ GRANICE PODEJMOWANIA ODPOWIEDZIALNOŚCI SPOŁECZNEJ?



Prof. nadzw. dr hab.  
Bolesław Rok  
Katedra Etyki Biznesu,  
Akademia Leona  
Koźmińskiego



Aleksandra Stanek-Kowalczyk  
menedżer w Zespole ds.  
zrównoważonego rozwoju  
i odpowiedzialnego biznesu,  
PWC

### ROLE PR-OWCÓW I RZECZNIKÓW PRASOWYCH W ORGANIZACJI – JAK WYGLĄDA PRZYSZŁOŚĆ ZAWODU?



Andrzej Kulik  
Pełnomocnik Zarządu ds.  
PR, Rzecznik Prasowy,  
Krajowy Rejestr Długów



Dominika Nawrocka  
Prezes Zarządu, Fat ROI

## Interaktywne warsztaty:

### WARSZTAT PRZYGOTOWUJĄCY DO WYSTĄPIEŃ PUBLICZNYCH I KONTAKTÓW Z MEDIAMI – PIERWSZY FRONT I WSPARCIE KADRY ZARZĄDZAJĄCEJ.



Sławomir Matczak  
dziennikarz telewizyjny,  
właściciel w ESEMEDIA

### PRZEWODNIK PO KRYZYSIE – JAK PRZEKUĆ KRYZYS W SUKCES?



Szymon Milczanowski  
Winstone

## Sesje równoległe:

### KUCHNIA KORPOBLOGA

VS

### PR W MEDIACH LOKALNYCH



Marek Wajda  
ekspert ds. komunikacji  
i social media



Wojciech Węzyk  
partner zarządzający,  
Brandscope Sp.z o.o.

Szanowni Państwo,

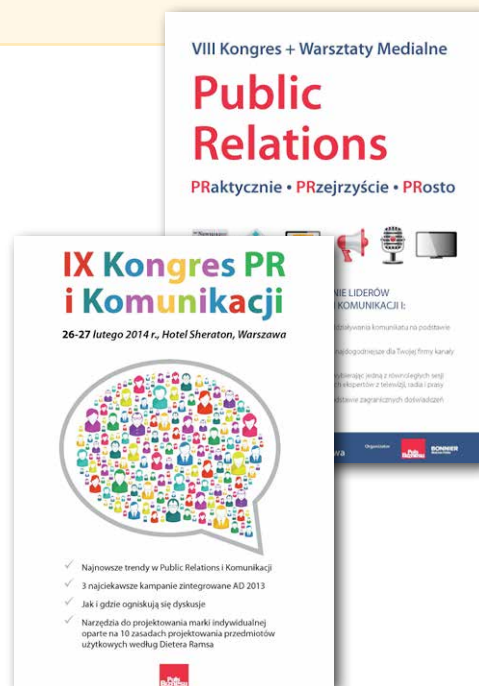
Mam przyjemność zaprosić do udziału w dziesiątym Kongresie Public Relations i Komunikacji.

Podczas naszych spotkań tworzymy jedyne w swoim rodzaju miejsce wymiany doświadczeń i przekazujemy niezbędną wiedzę z zakresu komunikacji, aby umożliwić Państwu nieustanny rozwój.

W tym roku skupimy się na problemach, z którymi codziennie zmagają się PR-owcy i rzecznicy prasowi. Nie zabraknie zagadnień z zakresu trudnej współpracy z agencjami PR, relacji z wymagającymi dziennikarzami i działań w czasie kryzysu wizerunkowego.

## Kongres Public Relations to wydarzenie dedykowane:

- Przedstawicielom Kadry Zarządzającej
- Dyrektorom i Kierownikom działów PR
- Rzecznikom Prasowym
- Specjalistom ds. PR
- Kierownikom Komunikacji Wewnętrznej
- Osobom zajmującym się komunikacją w firmach, instytucjach i agencjach PR
- Osobom odpowiadającym w firmie za wizerunek, promocję, public relations, marketing
- Przedstawicielom Agencji PR



NEWTON Media

Grupa NEWTON Media jest liderem na środkowoeuropejskim rynku monitoringu i analizy mediów, z doświadczeniem sięgającym 1995 roku. Grupa NEWTON Media działa w Polsce, Czechach i na Słowacji, pomagając klientom w zwiększaniu ich konkurencyjności poprzez świadczenie wysoce profesjonalnych usług. Monitoring mediów oraz analizy medialne obejmują zarówno źródła "tradycyjne" jak i media społecznościowe. Klienci mają możliwość wykorzystania usług monitoringu i komunikacji sytuacji kryzysowej, monitoringu reklam, a także szkoleń dotyczących mediów społecznościowych. Zespół analiz medialnych NEWTON Media to wysoce wykwalifikowani specjaliści, pracujący zgodnie z najwyższymi standardami AMEC. Nasze usługi oparte są na międzynarodowym i wielojęzycznym zasięgu. Doświadczenie firmy potwierdzone jest członkostwem w stowarzyszeniu FIBEP oraz pośredniczeniu w przekazywaniu informacji z agencji monitorujących media na całym świecie.

### ZAPRASZAMY DO UDZIAŁU W KONGRESIE

Jagoda Pietkiewicz – Project Manager  
j.pietkiewicz@pb.pl

tel.: +48 22 333 97 77  
fax: +48 22 333 97 78  
konferencje.pb.pl

### ORGANIZATOR

- „Puls Biznesu” wydawany jest przez spółkę Bonnier Business (Polska) Sp. z o.o. należącą do szwedzkiego koncernu Bonnier Group. To jedyny dziennik na polskim rynku poświęcony wyłącznie gospodarce. „Puls Biznesu” stara się być źródłem właściwych decyzji dla czytelników, rzecznikiem biznesu i przedsiębiorczości. „Puls Biznesu” jest również organizatorem licznych konferencji dla środowiska biznesowego. Umożliwiając polskim biznesmenom spotkania ze światowymi autorytetami, wydawca nie zapomina o promocji rodzimych firm. Dla nich organizuje rankingi i plebiscyty – Gazele Biznesu, Filary Polskiej Gospodarki czy Giełdowa Spółka Roku.
- „Puls Biznesu” jest częścią grupy Bonnier, koncernu medialnego łączącego od ponad 200 lat wiedzę i doświadczenie 175 firm w 16 krajach.

Partner



Patron



Partner merytoryczny



Patronat medialny



08:30 Rejestracja, poranna kawa i powitanie uczestników

09:00 **Role PR-owców i rzeczników prasowych w organizacji – jak wygląda przyszłość zawodu?**

**Debata z udziałem:** *Andrzej Kulik, Pełnomocnik Zarządu ds. PR, Rzecznik Prasowy, Krajowy Rejestr Długów; Dominika Nawrocka, Prezes Zarządu, Fat ROI*

- Zarządzanie wizerunkiem czy informacją?
- PR-owiec i rzecznik 2020 – menedżer czy strateg?
- Służba 24 – kto to wytrzyma?
- In-house PR czy agencja?

09:30 **Etyka PR- Głównie grzechy PR-owców i rzeczników prasowych**

*Szymon Sikorski, PR Publicon, Polskie Stowarzyszenie Public Relations, Rada Etyki PR*

- Dzisiejsze wyzwania dla etyki w Public Relations
- Zmieniają się media, zmienia się społeczeństwo. A standardy?
- Etyka a efektywność: **case study**
- Wybrane wyzwania i "grzechy" i sposoby ich rozwiązania.
- Wybrane **case studies 2014**

10:10 **Dylematy transparentości w biznesie: co ukryć, a co odsłonić?**

*Zbigniew Gajewski, Zastępca Dyrektora Generalnego Konfederacji Lewiatan*

- Czy na pewno wszystko można ujawnić? Jeśli nie, to jakie obszary firmy muszą być przejrzyste?
- Prawa konsumentów i prawa właścicieli firm
- Transparentność = dialog
- Najczęstsze grzechy informacyjne biznesu

10:50 Przerwa na kawę

11:10 **Biznes Społecznie Konieczny**

**Debata z udziałem:** *Prof. nadzw. dr hab. Bolesław Roka, Katedra Etyki Biznesu, Akademia Leona Koźmińskiego i Pani Aleksandry Stanek-Kowalczyk, menedżera w Zespole ds. zrównoważonego rozwoju i odpowiedzialnego biznesu, PWC*

- Gdzie sięgają granice podejmowania odpowiedzialności społecznej?
- Jak komunikować nasze wartości i projekty CSR?
- Jak dopasowywać działania do profilu firmy żeby budować kapitał interesariuszy?

11:50 **Instrukcja obsługi agencji PR- czyli ile można wycisnąć od agencji i jak to zrobić? Pomiar efektywności działań PR**

*Olaf Krynicki, PR Manager, Samsung; Anna Miotk, annamiotk.pl*

**Warsztat.**

- KPI, co to jest i czy można je sobie zakładać?
- Jak mierzyć efektywność działań?
- Kiedy możemy powiedzieć, że działania są efektywne?
- Czy działania PR są w ogóle mierzalne?
- Efektywność agencji, jak ją zdefiniować?

13:00 Lunch

14:00 **Dźwigając reputację firmy**

*Roman Jamiołkowski, Dyrektor Biura Public Relations, Provident*

- Haters gonna hate. Czy media społecznościowe są dla wszystkich?
- Emocje vs merytoryka. Kiedy nie warto bić się na argumenty?
- Ryzykowny CSR czyli branża finansowa uczy oszczędzania.

14:30 **Making the case for PR measurement on 1 slide! – Why measurement has never been more important**

*Barry Leggetter, CEO, the International Association for Measurement and Evaluation of Communication (AMEC)*

- Media intelligence is benefitting from the rise of PR.
- AVE's still used but big change is coming.
- The emergence of the data scientist!
- Education about measurement a key factor.

15:15 **Przewodnik po kryzysie – jak przekuć kryzys w sukces? Warsztat oparty na case'ach**

*Szymon Milczanowski, Winstone*

- Plan działania na wypadek zaistnienia kryzysu komunikacyjnego
- Najważniejsze zasady dotyczące zarządzania kryzysem komunikacyjnym
- Podstawowe narzędzia zarządzania kryzysem
- Sztab kryzysowy – mechanizmy funkcjonowania
- Podstawowe błędy w kryzysie – **case study**
- Sposoby unikania lub neutralizacji kryzysu na wczesnym etapie
- Kryzys to szansa – przykłady jak kryzys przekuć w sukces
- Zarządzanie porażką i przegraną w mediach

16:45 Zakończenie pierwszego dnia Kongresu.

08:30 Poranna kawa i rejestracja.

09:00 **Jak skutecznie zniechęcić do siebie dziennikarza i co zrobić by go do siebie przekonać? Rzecz o trudnej relacji dziennikarza z PR-owcem**

*Grzegorz Nawacki, zastępca redaktora naczelnego, Puls Biznesu*

- Najczęstsze błędy w kontaktach z mediami i dobre praktyki – **case studies**;
- Jak przebić się z komunikatem?
- Autoryzacja, sprostowanie – czy i jak z nich korzystać?

09:40 **Pierwszy front i wsparcie kadry zarządzającej. Warsztat przygotowujący do wystąpień publicznych i kontaktów z mediami**  
*Sławomir Matczak, dziennikarz telewizyjny, właściciel ESEMEDIA*

Cele warsztatu:

- Poznanie metod "czarnego wywiadu" i sposobów ochrony przed dziennikarzami
- Doskonalenie swobodnego sposobu przekazywania informacji
- Przygotowanie do zwalczania kryzysu wizerunkowego
- Poznanie oczekiwań, tricków i słabych stron dziennikarzy
- Nabranie pewności siebie w kontaktach z mediami

09:40 **Język biznesu a język konsumenta – CSRowa wieża Babel**

*Iwona Michalczyk, Katarzyna Pawlikowska, Tomasz Misiak-Niedźwiadek, Garden of Words*

Cel warsztatu

- Przełożenie wartości korporacyjnych wyrażanych w programie CSR na język grupy docelowej

Tematyka warsztatu

- Warsztat będzie w dużej części oparty o wyniki badania przeprowadzonego przez firmę Dom Badawczy Maison i Garden of Words „Polki same o sobie” ilustrującego obraz współczesnej Polki. Warsztat będzie naprowadzał uczestników na inne myślenie o tzw. „grupie docelowej” i języku, który rozumie, który do niej dociera i jest bliski jej wartościom i motywacjom.

11:40 Przerwa na kawę

12:00 **Mikrotargetowanie. Dlaczego warto zawęzić grupę docelową i zmieniać kanały?**

*Aleksandra Pawłowska, Managing Director, Point of View*

- Grupa docelowa a "end consumer" – czy to to samo?
- Cel czy grupa docelowa – od czego zacząć budowę kampanii wizerunkowej?
- Co to są "podstawowe przesłania" i jak wybrać te najmocniejsze?
- Kanały komunikacji vs podstawowe przesłania vs grupa docelowa
- FFA, KHA – czyli podstawowe narzędzia które pomagają budować skuteczną strategię.

13:00 Lunch

## 13:40 Media internetowe a media tradycyjne – konkurencja czy symbioza?

*Grzegorz Nawacki, Zastępca redaktora naczelnego, Puls Biznesu*

- Na początku był... Twitter #jedzjabłka
- Wpływ nowych mediów na media tradycyjne
- Wyzwania dla branży PR w dobie rosnącej siły mediów internetowych
- Jak zmieniły się relacje między PR-owcami a dziennikarzami?

## 14:20 Kuchnia korpobloga

*Marek Wajda, ekspert ds. komunikacji i social media w Orange Polska*

- Po co i dla kogo nam blog
- Jak tworzyć redakcję bloga
- Blog jak gazeta
- Pisać czy kręcić?
- Napisałoby tekst i co dalej?

## 14:20 Jak prowadzić PR w Polsce lokalnej?

*Wojciech Wężyk, Partner Zarządzający, Brandscope Sp.z o.o.*

- Jak tworzyć informacje prasowe, które będą interesujące dla lokalnych mediów;
- W jaki sposób budować pozycję dyrektora/szefa lokalnej placówki w mediach i społeczności?
- Jak wykorzystywać siłę marki w budowaniu relacji;
- Jak zarządzać kryzysem w mediach lokalnych?

## 15:00 Szukanie inspiracji czy poszukiwanie partnera: etyczne i prawne aspekty organizacji przetargów

*Szymon Sikorski, PR Publicicon, Polskie Stowarzyszenie Public Relations, Rada Etyki PR*

- Jakie firmy zapraszać?
- Jak zabezpieczyć prawa autorskie?
- Jak oceniać?
- Zagraniczne praktyki.

## 15:00 Podstawy Regulacji Prawnych PR

*Oskar Tułodziecki, Radca prawny, Partner, K&L Gates; Ewa Rusak, Junior Associate, K&L Gates*

- Jak zorganizować konkurs dla konsumentów, aby nie popaść w konflikt z prawem?
- Tworzymy regulamin konkursu
- Regulamin konkursu bez klauzul niedozwolonych
- Dane osobowe uczestników konkursów
- Loteria promocyjna czy konkurs? Rygor ustawy o grach hazardowych.
- Specyfika konkursów internetowych i w portalach społecznościowych

16:30 Zakończenie Kongresu, wręczenie certyfikatów



**Roman Jamiołkowski** – dyrektor PR i rzecznik prasowy w Provident Polska

Wcześniej pełnił rolę marketing managera w sektorze energetycznym- Fortum Power and Heat Polska oraz kierował komunikacją Grupy BRE Banku (dziś mBank). Swoją karierę rozpoczął w British American Tobacco w Warszawie a następnie w Brukseli. Absolwent Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu.



**Zbigniew Gajewski** – z-ca dyrektora generalnego Konfederacji Lewiatan, dyrektor Europejskiego Forum Nowych Idei w Sopocie

Z wykształcenia politolog, absolwent Uniwersytetu Warszawskiego. Wcześniej pracownik naukowy UW, dziennikarz, redaktor i wydawca, wykładowca komunikacji społecznej. Organizator kampanii społecznych i promotor CSR oraz przedsiębiorczości. W Lewiatanie zajmuje się także wizerunkiem polskich przedsiębiorców, przedsiębiorczością młodych, cywilizacyjnymi i politycznymi uwarunkowaniami rozwoju gospodarki europejskiej, przyszłością integracji europejskiej. Jest członkiem Rady Dyrektorów Fundacji Młodzieżowej Przedsiębiorczości. Laureat nagród branżowych (z zespołem): Złoty Spinacz, Złota EFFIE, Proton.



**Olaf Krynicki** – rzecznik prasowy Samsung Electronics w Polsce

Odpowiada za komunikację firmy w Polsce. Od wielu lat związany z branżą PR. Od początku związany z branżą elektroniczną oraz energetyczną. Podczas swoich studiów doktoranckich zajmował się aspektem manipulacji w mediach i świecie polityk.



**Andrzej Kulik** – rzecznik prasowy i dyrektor Departamentu PR w Krajowym Rejestrze Długów

Karierę zawodową zaczynał jako dziennikarz w wieku 18 lat. Wieloletni reporter i wydawca w Gazecie Wrocławskiej, w latach 1993-2002 wrocławski korespondent tygodnika Wprost. Po odejściu z mediów wyspecjalizował się w obsłudze PR firm z branży finansowej pracując m.in. na rzecz Lukasa Banku i Europejskiego Funduszu Leasingowego. Od 2005 roku kieruje Departamentem PR w Krajowym Rejestrze Długów pełniąc jednocześnie funkcję rzecznika prasowego w randze pełnomocnika Zarządu. Od 2013 roku zarządza także wizerunkiem firmy windykacyjnej Kaczmarek Inkasso oraz Rzetelnej Firmy – wchodzących w skład grupy kapitałowej Krajowego Rejestru Długów. W roku akademickim 2013/2014 wykładowca w Instytucie Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej Uniwersytetu Wrocławskiego.



**Barry Leggetter** – CEO, the International Association for Measurement and Evaluation of Communication (AMEC)

zdobył reputację wykorzystując swe doświadczenie zawodowe w doradztwie public relations, aby wspomóc "kwestie dotyczące pomiaru komunikacji." Był odpowiedzialny za prowadzenie inicjatywy, które przekształciły AMEC w instytucję międzynarodową, ciesząc się szybkim wzrostem liczby członków w ponad 40 krajach. Powyższe działania obejmują utworzenie Międzynarodowego Szczytu AMEC, będącego największym tego typu wydarzeniem na świecie i nowej inicjatywy Tygodnia Oceny Komunikacji, której inauguracją była wielkim sukcesem (2014). Wcześniej spędził 25 lat w obszarze doradztwa PR, był Dyrektorem Zarządzającym w Wielkiej Brytanii w trzech głównych agencjach PR: Porter Novelli, Fleishman - Hillard i Golin/Harris, zwieńczeniem jego kariery było objęcie funkcji Międzynarodowego Prezesa Zarządu Bite Communications. Leggetter jest byłym przewodniczącym brytyjskiego Stowarzyszenia Konsultantów Public Relations (PRCA) i jest związany zarówno z PRCA jak i Instytutem Public Relations (CIPR).



**Petra Mašinová**, Dyrektor Generalny, NEWTON Media

Jest dyrektorem generalnym Grupy NEWTON Media, posiada bogate doświadczenie w komunikacji korporacyjnej, mediach i public relations. Przed dołączeniem w 2014 r. do NEWTON Media była Prezesem Zarządu McCann & Communication Consulting. Jej dotychczasowe doświadczenie obejmuje – od 2007 r.: stanowisko Dyrektora PR i Komunikacji spółek NWR i OKD, członka Zarządu Fundacji Karta 77, przewodzenie Radzie Fundacji i członka Zarządu Rady Dyrektorów OKD Mining Union. Pracowała również jako Dyrektor ds. Funduszy Europejskich w Czeskiej Kasie Oszczędnościowej. Jej poprzednie rozległe doświadczenie zawodowe obejmuje instytucje czeskiego Ministerstwa Spraw Zagranicznych i czeskie Przedstawicielstwo przy UE w Brukseli.



**Sławomir Matczak** – dziennikarz telewizyjny, właściciel ESEMEDIA

Od 1991 r. w Telewizji Polskiej – przez kilkanaście lat reporter i wydawca Panoramy, później redaktor wydania programu ekonomicznego BIZNES w TVP 2. Twórca kanału informacyjnego w TVP 3 i twórca redakcji ekonomicznej w TVP Info. Od 2009 r. wydawca serwisów w TVP Info, a od września 2013 r. redaktor wydania programu interaktywnego Twoje Info oraz programu interwencyjnego Twoja Sprawa. Zrealizował ponad 10 tys. relacji do serwisów informacyjnych oraz kilkadziesiąt reportaży. Laureat kilkunastu nagród państwowych oraz branżowych za działalność dziennikarską m. in. kilkakrotnie Ostrego Pióra od Business Centre Club, nagrody Krajowej Izby Gospodarczej, Krajowego Rejestru Długów, Państwowej Inspekcji Pracy, Gazety Finansowej oraz Komitetu Integracji Europejskiej.



**Iwona Michalczyk** – Dyrektor Zarządzająca, Garden of Words

Od ponad 8 lat pracuje w branży komunikacji marketingowej i public relations, realizując projekty dla międzynarodowych korporacji, instytucji i organizacji non-profit. Jest odpowiedzialna za całościową strategię firmy, zarządzanie realizowanymi działaniami, pozyskiwanie kluczowych klientów, a także za wyznaczanie kierunków dalszego rozwoju agencji. Wcześniej pełniła funkcję Client Service Directora, nadzorując działania realizowane dla takich firm i marek jak: Żywiec Zdrój, Danone, Nivea, Tesco, USP Zdrowie, Tchibo, Timotei, Clear, Kompania Piwowarska, Partnerstwo dla Zdrowia (koalicja: Danone, Biedronka, Lubella i Instytut Matki i Dziecka), TK Maxx, Hebe, ZT Kruszwica, MEN. Była także odpowiedzialna za pozyskiwanie nowych klientów. Z Garden of Words jest związana od 2009 roku.



**Szymon Milczanowski** – założyciel i właściciel agencji Winstone specjalizującej się w PR kryzysowym i komunikacji

w trudnych i wymagających sytuacjach. Doświadczony menedżer projektów, konsultant, analityk biznesowy i interim manager. Od 13 lat zarządza zespołami, budżetami i organizacją projektów i procesów na wielu poziomach organizacyjnych. Doskonale porusza się w warunkach dużej odpowiedzialności, stresu i umiejętności strategicznego myślenia. W latach 2006 - 2008 - specjalista w Narodowym Banku Polskim, członek Zespołu Prasowego Prezesa NBP - Leszka Balcerowicza oraz koordynator projektów edukacji ekonomicznej i kampanii informacyjnych. W latach 2008-2011 – wicedyrektor Biura Ministra w Ministerstwie Finansów - odpowiedzialny za pion komunikacji społecznej, politykę informacyjną i wizerunkową, projekty komunikacji społecznej i edukacji ekonomicznej oraz projekty komunikacji internetowej całego resortu finansów.



**Anna Miotk** – odpowiada za badania i rozwój produktu oraz raporty i analizy medialne w firmie Newspoint.

Ma sześciolletnie doświadczenie w public relations – pracowała w uznanych polskich i sieciowych agencjach PR, realizując projekty dla klientów z sektorów IT, FMCG oraz healthcare. Doktor nauk humanistycznych, tytuł jej rozprawy doktorskiej to „Metody oceny i pomiaru rezultatów działań public relations stosowane w Polsce”. Wcześniej ukończyła socjologię na Uniwersytecie Gdańskim. Wykłada na studiach podyplomowych PR, prowadzi szkolenia dotyczące mierzenia efektów działań public relations; jej kompetencje trenerskie potwierdza certyfikat Szkoły Trenerów House of Skills. Autorka książek “Badania w public relations”, “Skuteczne social media”, licznych publikacji w mediach branżowych oraz bloga poświęconego mierzeniu działań komunikacyjnych: [www.annamiotk.pl](http://www.annamiotk.pl).



**Tomasz Misiak-Niedźwiadek** – Account Manager, Garden of Words

Blisko 10 lat zajmował się marketingiem do kobiet międzynarodowych organizacjach. Koordynował prace unikalnej na skalę światową koalicji do walki z niedożywieniem dzieci w Polsce: „Partnerstwa dla Zdrowia”; w skład której wchodzi Jeronimo Martins Biedronka, Maspex Wadowice, Danone i Instytutu Matki i Dziecka. Zarządzał nagradzonymi w Polsce i za granicą programami CSR jak Podziel się Poślikiem, Programem Grantowym Danone, czy marką z misją społeczną - Mleczny Start. Współtwórca programu „Śniadanie Daje Moc” obejmującego ponad 6tys. szkół w Polsce. Coach menedżerów w czasie awansu z akredytacją ICF. Publikuje w magazynie Coaching oraz Benefit. Współpracuje z Akademią Leona Koźmińskiego. Obecnie menedżer w agencji komunikacji marketingowej skierowanej do kobiet - Garden of Words.



**Grzegorz Nawacki** – zastępca redaktora naczelnego „Puls Biznesu”

Absolwent wydziału dziennikarstwa w Collegium Civitas. Od marca 2006 r. dziennikarz „Pulsu Biznesu”, od lutego 2011 r. zastępca redaktora naczelnego. Zajmuje się tematyką rynku kapitałowego, funduszy inwestycyjnych, emerytalnych, oraz private equity. W 2009 r. został uznany „Dziennikarzem Roku” przez Izbę Zarządzających Funduszami i Aktywami. W 2007 r. zdobył nagrodę „Debiut Roku” w konkursie organizowanym przez Polską Izbę Ubezpieczeń.



**Dominika Nawrocka** – prezes zarządu Fat ROI, agencji efektywnej komunikacji,

Ekspert ds. Public Relations z 11-letnim doświadczeniem. Do 2013 r. Executive Director w Havas PR, wcześniej pracowała w agencjach PR, takich jak Edelman czy On Board oraz po stronie marketera LPP SA i Agora SA. Przygotowywała strategie działań PR i realizowała działania dla dużych polskich i światowych marek m.in. dla Volvo, UPS, Warka, Winiary, Samsung, Johnny Walker, 3M, Dulux, Velvet, Orange, Reserved, Absolut, Pilsner Urquell). Ma na swoim koncie nagrody i wyróżnienia w konkursach PR za zrealizowane z zespołem projekty dla marek. Absolwentka WDiNP na Uniwersytecie Warszawskim i studiów doktoranckich w Kolegium Gospodarki Światowej w Szkole Głównej Handlowej. Wykłada na uczelniach i szkoli z zakresu Public Relations.



**Katarzyna Pawlikowska** – współzałożycielka Garden of Words

Ekspertka w dziedzinie kobiecych motywacji, uwzględniającej kobiece kody komunikacji. Pomysłodawczyni badania „Polki same o sobie”, które pozwoliło na stworzenie współczesnego i możliwie pełnego obrazu Polek na rynku konsumenckim. Autorka pierwszej polskiej publikacji na temat marketingu skierowanego do kobiet, „Czujesz... czyli o komunikacji marketingowej i sprzedaży skierowanej do kobiet” (CDW, 2011) oraz licznych publikacji prasowych. Laureatka najważniejszych konkursów PR w Polsce i na świecie. Dwukrotnie zdobyła prestiżowe statuetki International Business Awards „Stevie” (w latach 2011 i 2012 r.) za zrealizowane projekty z zakresu CSR. Trzykrotna jurorka międzynarodowego konkursu Stevie Awards, także tegorocznej edycji 2014. Na zaproszenie Onet.biznes od września 2010 roku prowadzi blog na temat marketingu skierowanego do kobiet: <http://pawlikowska.blog.onet.pl/> Należy do rady ekspertów THINKTANK oraz zespołu ekspertów projektu Znanie Ekspertki. Członek stowarzyszenia Opera Viva. Tłumacz przysięgły języka francuskiego i włoskiego. Zafascynowana operą i filozofią Wschodu.



**Aleksandra Olek-Pawłowska**

Ukończyła Uniwersytet Warszawski. Absolwentka Uniwersytetu Erasmus w Rotterdamie z zakresu komunikacji korporacyjnej. Przez trzy lata pracowała w Arthur Andersen w dziale audytu w Warszawie i Londynie. Przez pięć lat prowadziła dział marketingu w Burson - Marsteller. Przez trzy lata była zastępcą Dyrektora Generalnego firmy Burson - Marsteller. Od 1996 roku wykładowca na Podyplomowym Studium Public Relations na Wydziale Zarządzania i Ekonomii Politechniki Gdańskiej. Specjalizuje się w komunikacji w sytuacjach kryzysowych oraz zarządzaniu problemem. Jest dyrektorem generalnym PoV i nadzoruje wszystkie strategiczne projekty.



**Prof. nadzw. dr hab. Bolesław Rok**

Dyrektor Centrum Etyki Biznesu i Innowacji Społecznych Akademii Leona Koźmińskiego. Dyrektor naukowy studiów podyplomowych „CSR. Strategia odpowiedzialnego biznesu”, wykładowca na studiach MBA. Pełnomocnik ds. etyki w PGNiG SA. Od trzydziestu lat związany z biznesem, obecnie doradca w zakresie etyki i odpowiedzialności biznesu. Uczestniczy w wielu polskich i międzynarodowych projektach badawczych i wdrożeniowych dotyczących odpowiedzialności biznesu. Współzałożyciel Forum Odpowiedzialnego Biznesu, UN Global Compact Polska. Współautor corocznego Rankingu Odpowiedzialnych Firm.



**Ewa Rusak** – Aplikant – Junior Associate w warszawskim biurze kancelarii

Zajmuje się szerokim spektrum spraw z zakresu prawa własności intelektualnej: prawa autorskiego, prawa o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji i ochrony znaków towarowych. Posiada doświadczenie związane z prowadzeniem kampanii medialnych, ochrony dóbr osobistych i ochrony danych osobowych, także w wymiarze transgranicznym. Zajmuje się tematyką prowadzenia działalności gospodarczej w Internecie. Jej doświadczenie obejmuje tworzenie regulaminów konkursów, doradztwo dotyczące działalności promocyjnej w sieci Internet, zagadnienia z zakresu handlu elektronicznego i praw konsumenta.



**Szymon Sikorski**

Prezes Zarządu i strateg w Agencji PR Publicon. Prezes Polskiego Stowarzyszenia Public Relations bieżącej kadencji, w zarządzie stowarzyszenia od 2008. Członek Rady Etyki Public Relations. Założyciel i pomysłodawca cyklu konferencji Social Media Day ([socialmediaday.pl](http://socialmediaday.pl)), promującej rewolucję jaka dokonuje się dzięki nowym mediom. Założyciel i prezes Stowarzyszenia OpenGov.pl - zajmującego się transparentnością komunikacji instytucji publicznych. Juror krajowych i międzynarodowych konkursów branżowych (Złote Spinacze, Bright Awards). W 2012 roku nagrodzony Złotym Spinaczem za projekt w kategorii Public Affairs & Lobbying. W 2013 roku nagrodzony Spinaczem za projekty w kategoriach Launch produktu i w kategorii sektorowej Nieruchomości. W 2014 roku nagrodzony wraz z zespołem za projekt w kategorii Community Relations w międzynarodowej nagrodzie Ragan's PR Daily Awards. Finalista Protonów 2014.



**Aleksandra Stanek** – Menedżer w Zespole ds. zrównoważonego rozwoju i odpowiedzialnego biznesu, PwC w Polsce. J

est autorką programu i opiekunem merytorycznym studiów podyplomowych „Społeczna Odpowiedzialność Biznesu” w Wyższej Szkole Europejskiej w Krakowie. Przez dwa lata zarządzała Programem Partnerstwa w Forum Odpowiedzialnego Biznesu. Współpracowała także z partnerami zagranicznymi (CSR Europe, WBCSD, Globe Forum, CSR Center Ukraina) i koordynowała projekt Grup Roboczych FOB oraz powstałych w ramach projektu publikacji tematycznych. Wcześniej przez dwa lata pracowała na uczelni, jako pracownik naukowo – dydaktyczny. Członek Komitetu Technicznego ISO 26000 Ekspert w konkursie Dobroczynca Roku. Absolwentka międzynarodowego programu MBA – Management for Central and Eastern Europe, stypendystka Fundacji Haniela. Autorka kilkunastu publikacji naukowych i publicystycznych z zakresu społecznej odpowiedzialności biznesu, etyki i relacji międzysektorowych m.in. w Harvard Business Review, Dzienniku Gazecie Prawnej, Gazecie Bankowej, Miesięczniku Ubezpieczeniowym, CR Navigatorze.



**Oskar Tułodziecki** – radca prawny, partner, K&L Gates

Zajmuje się prawem własności intelektualnej oraz prawem mediów, a także prawem cywilnym i gospodarczym. Doradza klientom w zakresie ochrony praw własności intelektualnej, opracowywania projektów i negocjowania umów. Znaczną część jego praktyki stanowią postępowania sądowe z zakresu własności intelektualnej i nieuczciwej konkurencji, a także przeciwdziałanie piractwu i podrabianiu produktów. Reprezentuje licznych klientów w zakresie nielegalnego importowania oraz dystrybucji nielegalnych towarów. Współpracuje również z organami celnymi i innymi organami egzekucyjnymi w Polsce, a także w wielu innych państwach Europy Środkowo-Wschodniej.



**Marek Wajda** – ekspert ds. komunikacji i social media w Orange Polska

Nałogowo uzależniony od informacji i social media. Nie wyobraża sobie życia bez internetu i telefonu komórkowego. Zaczynał w Gazety Wyborczej od stażysty do redaktora prowadzącego i redaktora wydania internetowego. W Orange odpowiada za realizację wewnętrznych kampanii komunikacyjnych strategicznych projektów, a także za bloga korporacyjnego [blog.orange.pl](http://blog.orange.pl). Współpracuje przy realizacji kampanii z b(v)logosferą. Za Misję Orange Travel Orange otrzymało wyróżnienie Golden Arrow, a Za Najmniejszą, największą kampanię Golden Arrow oraz Innovation Awards (media Trendy).



**Wojciech Wężyk** – partner zarządzający, Brandscope Sp. z o.o.

Wcześniej dyrektor Biura Prasowego Grupa ERGO Hestia (Munich Re), Rzecznik Prasowy MultiBank (BRE Bank SA) i PR Manager Krakowska Agencja PR. Odpowiada za strategie media relations ze szczególnym uwzględnieniem mediów lokalnych, tworzy strategię działań z obszaru PR i social media; odpowiedzialny za działania z obszaru public affairs, komunikację wewnętrzną.



# X Kongres Public Relations i Komunikacji

## 20-21 października 2014 r., Warszawa

Wypełnij poniższy formularz i wyślij na nr faksu **22 333 97 78**  
lub zarejestruj się online na stronie **konferencje.pb.pl**

**TAK**, chcę wziąć udział w X Kongresie Public Relations i Komunikacji

termin: 20-21 października 2014 r.

Cena: 2995 zł +23% VAT

**TAK**, chcę otrzymać więcej informacji o X Kongresie Public Relations i Komunikacji

**NIE**, nie wezmę udziału w prezentowanym kongresie, jednak proszę o informowanie mnie o planowanych wydarzeniach o podobnej tematyce

1. Imię i nazwisko: .....  
Stanowisko: .....  
Departament: .....

2. Imię i nazwisko: .....  
Stanowisko: .....  
Departament: .....

3. Firma: .....  
Ulica: .....  
Kod pocztowy: ..... Miasto: .....  
Tel: ..... Fax: .....  
E-mail: .....

4. Dane nabywcy, potrzebne do wystawienia Faktury VAT:  
Nazwa firmy: .....  
Siedziba: .....  
Adres: ..... NIP: .....  
Osoba kontaktowa: .....  
Tel: ..... E-mail: .....  
Fakturę pro-forma prześlemy do Państwa e-mailem

5. Komu jeszcze zdaniem Pana/Pani możemy przesłać informacje o tym wydarzeniu:  
Imię i nazwisko: .....  
Stanowisko: .....  
Departament: .....  
Tel: ..... Fax: .....  
E-mail: .....

Zgodnie z ustawą z dnia 29 sierpnia 1997 r. o ochronie danych osobowych (Dz.U. 1997r. Nr 133 poz. 833) Bonnier Business (Polska) sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie (dalej Bonnier), informuje, że jest administratorem danych osobowych. Wyrażamy zgodę na przetwarzanie danych osobowych w celach promocji i marketingu działalności prowadzonej przez Bonnier, świadczonych usług oraz oferowanych produktów, a także w celu promocji ofert klientów Bonnier. Wyrażamy również zgodę na otrzymywanie drogą elektroniczną ofert oraz informacji handlowych dotyczących Bonnier oraz klientów Bonnier. Wyrażającemu zgodę na przetwarzanie danych osobowych przysługuje prawo kontroli przetwarzania danych, które jej dotyczą, w tym także prawo ich poprawiania.

Równocześnie oświadczamy, że zapoznaliśmy się z warunkami uczestnictwa oraz zobowiązujemy się do zapłaty całości kwot wynikających z niniejszej umowy.

### Warunki uczestnictwa:

- Koszt uczestnictwa jednej osoby w kongresie wynosi  
2995 zł + 23% VAT
- Cena obejmuje prelekcje, materiały szkoleniowe, przerwy kawowe, lunch.
- Przesłanie do Bonnier Business Polska faxem lub pocztą elektroniczną, wypełnionego i podpisanego formularza zgłoszeniowego, stanowi zawarcie wiążącej umowy pomiędzy zgłaszającym a Bonnier Business Polska. Faktura pro forma jest standardowo wystawiana i wysyłana e-mailem po otrzymaniu formularza zgłoszeniowego.
- Prosimy o dokonanie wpłaty w terminie 14 dni od wysłania zgłoszenia, ale nie później niż przed rozpoczęciem wydarzenia.
- Wpłaty należy dokonać na konto:  
**Bonnier Business (Polska) Sp. z o.o.**  
**Kijowska 1, 03-738 Warszawa**  
**Danske Bank A/S SA Oddział w Polsce**  
**PL 14 2360 0005 0000 0045 5029 6371**
- Rezygnację z udziału należy przesyłać listem poleconym na adres organizatora.
- W przypadku rezygnacji nie później niż 21 dni przed rozpoczęciem wydarzenia obciążymy Państwa opłatą administracyjną w wysokości 20% opłaty za udział.
- W przypadku rezygnacji w terminie późniejszym niż 21 dni przed rozpoczęciem kongresu pobierane jest 100% opłaty za udział.
- Nieodwołanie zgłoszenia i niewzięcie udziału w kongresie powoduje obciążenie pełnymi kosztami udziału.
- Niedokonanie wpłaty nie jest jednoznaczne z rezygnacją z udziału.
- Zamiast zgłoszonej osoby w kongresie może wziąć udział inny pracownik firmy.
- Organizator zastrzega sobie prawo do zmian w programie oraz do odwołania kongresu.

Bonnier Business (Polska) Spółka z o.o. wydawca dziennika biznesowego Puls Biznesu i portalu pb.pl, z siedzibą w Warszawie, 03-738, ul. Kijowska 1, wpisana do rejestru przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego prowadzonego przez Sąd Rejonowy dla m.st. Warszawy, XIII Wydział Gospodarczy Rejestrowy pod numerem KRS 24847, numer NIP 113-01-55-210, REGON: 011823316, kapitał zakładowy: 2 000 000,00 PLN

pieczęćka i podpis:



Adres do korespondencji  
Bonnier Business Polska Sp. z o.o.  
ul. Kijowska 1, 03-738 Warszawa



Tel.  
+48 22 333 97 77



Faks  
+48 22 333 97 78



konferencje.pb.pl  
szkolenia@pb.pl