



# Kongres Profesjonalistów Public Relations

Partner strategiczny:



Sponsor główny:



Organizator i partnerzy:



Partnerzy:



program:

## Kongres Profesjonalistów Public Relations 2019 25-26 kwietnia 2019<sup>1</sup>

### KONGRES PUBLIC RELATIONS

social media, Influencerzy i zabezpieczenie kryzysowe

25.04.2019 (czwartek), prowadzenie: dr hab. Dariusz TWORZYDŁO (CEO, EXACTO)

9.00 - 10.00	REJESTRACJA UCZESTNIKÓW KONGRESU	
10.00 - 10.10	<b>dr hab. Dariusz TWORZYDŁO</b>   Uniwersytet Warszawski, <b>prof. dr hab. Janusz ADAMOWSKI</b>   Uniwersytet Warszawski i przedstawiciele: Urzędu Marszałkowskiego, Urzędu Miasta Rzeszowa.	Otwarcie Kongresu.
10.10 - 10.50	<b>Adam ŁASZYN</b> Prezes Zarządu Alert Media Communications	Od Kongresu do Kongresu. Subiektywny przegląd najciekawszych zjawisk PR minionego roku.
10.50 - 11.00	<b>Badania: Analiza kondycji branży public relations - jakie wyzwania czekają nas w przyszłości (edycja II)</b>	
11.00 - 11.30	<b>Olaf KRYNICKI</b>   Director of Communications, Samsung Electronics Polska	Lokalne zarządzanie globalnym kryzysem.
11.30 - 12.00	<b>Ryan SOCASH, USA</b> Founder & Managing Director MediaKraft TV	Efektywna promocja i komunikacja projektów przy współpracy z influencerami.
12.00 - 12.20	<b>PRZERWA</b>	
12.20 - 12.50	<b>Sebastian BYKOWSKI</b>   Wiceprezes Zarządu, Dyrektor Generalny, PRESS-SERVICE Monitoring Mediów	Duet doskonały? Sekrety współpracy marki z influencerem. O tym, czy warto angażować się w związek i jak wybrać tego jednego, aby zachować temperaturę relacji oraz nie liczyć pod koniec strat.
12.50 - 13.20	<b>Adam BURAK</b>   Dyrektor Wykonawczy ds. Komunikacji Korporacyjnej PKN ORLEN	Dokąd zmierza PKN ORLEN z Robertem Kubicą w F1.
13.20 - 13.50	<b>Michał GEMBAL</b> CMO / Spokesman ARCUS SA.	„Cost-benefit analysis (CBA) of crisis management”?
13.50 - 14.20	<b>Adam KASPRZYK</b> Dyrektor PR LOTOS S.A.	Po drugiej stronie barykady. Od dziennikarza do rzecznika.
14.20 - 15.15	<b>PRZERWA OBIADOWA</b>	
15.15 - 15.40	<b>Aida BELLA</b>   Dyrektor Biura Rzecznika Prasowego, Rzecznik prasowy, Totalizator Sportowy sp. z o.o.	Legalne a zakazane - czyli co wolno mówić o hazardzie.
15.40 - 16.10	<b>Wojciech GŁUSZKO</b>   Nadleśniczy, <b>Kazimierz NÓŻKA</b>   Leśniczy, Marcin SCELINA   Leśniczy, Nadleśnictwo Baligród	Lasy w social mediach projekt @NadlesnictwoBaligródLasyPanstwowe
16.10 - 16.40	<b>dr Grzegorz HAJDUK</b> Dyrektor ds. Marketingu, GREINPLAST	Brand hero influencerem? (Plastek Greinplast - case study jak powstawał i co mu się udało osiągnąć).
16.40 - 17.10	<b>Marta PACUŁA</b>   Head of Communication XEOS, joint venture Lufthansa i GE, <b>Szymon SIKORSKI</b>   CEO Publicon <b>Aleksandra WITKOWSKA</b>   Publicon	„Day 0” - czyli budowanie wielkiej wartości w niełatwym otoczeniu.
17.10 - 17.40	<b>Stanisław MYSZKOWSKI</b>   Właściciel Game Over Cycles-Harley-Davidson oraz Yamaha	Motocykle jako produkt - innowacyjne podejście do marketingu z wykorzystaniem sieci.
od 19.30	<b>SPOTKANIE WIECZORNE</b>	

<sup>1</sup>Organizator (Newsline) zastrzega sobie prawo do zmian w całym programie. Dotyczy zarówno prelegentów, układu bloków jak i tematów wystąpień. Uczestnictwo w Kongresie PR 2019 jest równoznaczne z wyrażeniem zgody na udostępnienie wizerunku w materiale foto i video wydarzenia. W przypadku braku zgody, prosimy o kontakt z Organizatorem.



# Kongres Profesjonalistów Public Relations

Partner strategiczny:



Sponsor główny:



Organizator i partnerzy:



Partnerzy:



## KONGRES PUBLIC RELATIONS social media, Influencerzy i zabezpieczenie kryzysowe

26.04.2019 (piątek)

prowadzenie: **Adam ŁASZYN** (CEO, Alert Media Communications)

08.30 – 09.00	<b>Kamila BAWOLSKA-JUSZCZAK</b> Dyrektor ds. komunikacji, ARTGEIST sp. z o.o.	Social media - moda czy konieczność?
09.00 – 09.30	<b>Maciej BUDZICH</b> Mediafun.pl	Influencer 2019 – mechanizmy, przypadki i pułapki.
09.30 – 10.00	<b>Bartosz STANISZEWSKI</b> Head of Sales Mediakraft	Influencer Marketing czy to działa?
10.00 – 10.30	<b>Michał LEKSIŃSKI</b> Rzecznik Prasowy Zimowej Narodowej Wyprawy na K2	Globalna komunikacja Zimowej Wyprawy na K2 w social mediach.
<b>10.30 – 10.45</b>	<b>PRZERWA</b>	
10.45 – 11.15	<b>Adam AMBROZIK</b> Corporate Affairs Manager VELUX	Czy prawda sama się obroni – czyli o tym jak inni mogą wpłynąć na nasz wizerunek.
11.15 – 11.45	<b>Katarzyna WILCZEWSKA</b> Szef komunikacji PEPCO	Nie da się przewidzieć przyszłych scenariuszy, ale każdy wcześniejszy to nauka jaką warto się dzielić – zcentralizowane zarządzanie kryzysem w rozproszonej organizacji.
11.45 – 12.15	<b>Wojciech JABCZYŃSKI</b> Rzecznik, Szef Biura Prasowego ORANGE Polska	Jak blog korporacyjny zmienił komunikację PR i firmę. Dekada sukcesów i trudności blogowania Orange Polska.
12.15 – 12.45	<b>Adrian KUBICKI</b> Rzecznik PLL LOT	Kryzys. Analiza przypadku.
<b>12.45 – 13.00</b>	<b>PRZERWA</b>	
	<b>WARSZTATY PRAKTYCZNE</b>	
	<b>I BLOK</b>	<b>II BLOK</b>
<b>13.00 – 14.30</b>	Warsztat: <b>PRESS-SERVICE Monitoring Mediów</b>	Warsztat <b>IDEO Force: Sprawdzone i skuteczne narzędzia w pracy z Social Media</b>
	<b>III BLOK</b>	
<b>09.00 – 14.30</b>	Warsztat (blok naukowy) <b>POLSKIE STANDARDY ETYCZNE W PUBLIC RELATIONS</b> pod patronatem Związku Firm Public Relations Wydziału Dziennikarstwa Informacji i Bibliologii Uniwersytetu Warszawskiego oraz Uniwersytetu Kardynała Stefana Wyszyńskiego w Warszawie	
<b>14.30</b>	<b>SPOTKANIE WIECZORNE</b>	



## Kongres Profesjonalistów Public Relations

Partner strategiczny:



Sponsor główny:



Organizator i partnerzy:



Partnerzy:



Równoległe z sesją praktyczną drugiego dnia Kongresu, będzie miała miejsce także **sesja naukowa** pt. „Polskie standardy etyczne w public relations”, pod patronatem Związku Firm Public Relations, Polskiego Stowarzyszenia Public Relations oraz Uniwersytetu Warszawskiego i Uniwersytetu Kardynała Stefana Wyszyńskiego w Warszawie. Podczas obrad zaprezentowane zostaną wyniki prac Społecznego Zespołu Ekspertów PR, który powstał w 2018 r. przy Radzie Etyki PR.

Sesja zostanie przeprowadzona w dniu 26.04.2019 r. w godzinach 9.00-14.30 w Bristol Tradition & Luxury Hotel w Rzeszowie. Do udziału w sesji zapraszamy naukowców, teoretyków i praktyków, podejmujących tematy związane z kwestiami etycznymi w branży public relations. Wygłoszone podczas sesji referaty i zgłoszone artykuły, które otrzymają pozytywne opinie recenzentów, będą opublikowane.

## POLSKIE STANDARDY ETYCZNE W PUBLIC RELATIONS - SESJA NAUKOWA

Rada Naukowa:

1. **prof. dr hab. Janusz ADAMOWSKI**, Uniwersytet Warszawski – Przewodniczący Rady
2. **prof. dr hab. Beata OCIEPKA**, Uniwersytet Wrocławski
3. **prof. dr hab. Jerzy OŁĘDZKI**, Uniwersytet Kardynała Stefana Wyszyńskiego w Warszawie
4. **prof. dr hab. Krystyna WOJCIK**, emerytowana profesor SGH
5. **prof. dr hab. Kazimierz WOLNY-ZMORZYŃSKI**, Uniwersytet Papieski Jana Pawła II w Krakowie
6. **prof. UKSW, dr hab. Monika Marta PRZYBYSZ**, Uniwersytet Kardynała Stefana Wyszyńskiego w Warszawie
7. **ks. prof. UPJPII dr hab. Michał DROŹDŹ**, Uniwersytet Papieski Jana Pawła II w Krakowie
8. **prof. UE, dr hab. Jacek TRĘBECKI**, Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu
9. **prof. UE, dr hab. Waldemar RYDZAK**, Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu
10. **dr hab. Dariusz TWORZYDŁO**, Uniwersytet Warszawski
11. **dr Paweł KUCA**, Uniwersytet Rzeszowski
12. **dr Grzegorz HAJDUK**, Uniwersytet Rzeszowski – Sekretarz Naukowy Konferencji

**Rozpoczęcie sesji, piątek 26.04.2019, godz. 9.00 – 14.30** (czas trwania referatu: 20 min.)

Prowadzący sesję: **prof. dr hab. Jerzy OŁĘDZKI**, Uniwersytet Kardynała Stefana Wyszyńskiego w Warszawie  
**prof. dr hab. Janusz ADAMOWSKI**, Uniwersytet Warszawski

Ostateczny wykaz prelegentów będzie opracowany przed Kongresem. Poniżej prezentujemy zatwierdzone referaty:

**ks. prof. Michał DROŹDŹ**, UPJPII, Etyka public relations jako etyka zawodowa – konieczność czy ideał?

**dr Klaudia CYMANOW-SOSIN**, UPJPII, PR na Instagramie.

**prof. dr hab. Beata Ocieпка**, Uniwersytet Wrocławski, Międzynarodowe public relations: związek etyki public relations z praktyką dyplomacji publicznej.

**dr Alicja WASZKIEWICZ-RAVIV**, Uniwersytet Warszawski, Prawda, dobro i ...piękno. Aspekt wizualny jako wielki nieobecny w polskiej etyce public relations.

**dr hab. Monika KACZMAREK-ŚLIWIŃSKA**, Uniwersytet Warszawski, Przekazy oparte o kontrowersje, od mienności i różnorodność. Balansowanie na granicy sytuacji kryzysowych.

**prof. UKSW, dr hab. Monika PRZYBYSZ**, UKSW w Warszawie, Factchecking w public relations w perpektywie walki z fake newsami.

**dr hab. Dariusz TWORZYDŁO**, Uniwersytet Warszawski, **mgr Przemysław SZUBA**, Exacto sp. z o.o., Etyka w public relations – analiza porównawcza.

**Monika BORZYDYŃSKA**, Dyrektor ds. Komunikacji i Promocji PL.2012+ Sp. z o.o., Jak zarządzać kryzysem, by obrócić go w wizerunkowy sukces na przykładzie marki KROSS.