



Kongres Profesjonalistów Public Relations

Organizatorzy:

NEWSLINE.PL



Partnerzy główni:



Sponsor główny:



Partnerzy kongresu:



program:

Kongres Profesjonalistów Public Relations 2018

19-20 kwietnia 2018¹

KONGRES PUBLIC RELATIONS. kryzys wizerunkowy i media		
19.04.2018 (czwartek)		
prowadzenie: dr hab. Dariusz TWORZYDŁO (CEO, EXACTO), Bohdan PAWŁOWICZ (Dyrektor Marketingu, NASK)		
9.00 – 10.00	REJESTRACJA UCZESTNIKÓW KONGRESU	
10.00 – 10.10	dr hab. Dariusz TWORZYDŁO Uniwersytet Warszawski, prof. dr hab. Janusz ADAMOWSKI Uniwersytet Warszawski i przedstawiciele: Urzędu Marszałkowskiego, Urzędu Miasta Rzeszowa oraz Stowarzyszenia Informatyka Podkarpacka.	Otwarcie Kongresu.
10.10 – 11.00	Adam ŁASZYN Prezes Zarządu Alert Media Communications	Od Kongresu do Kongresu. Subiektywny przegląd najciekawszych zjawisk PR minionego roku.
11.00 – 11.05	Badania: Podatność na kryzysy wizerunkowe branż polskiej gospodarki.	
11.05 – 11.35	dr Dawid PIEKARZ Ekspert Instytutu Staszica, były rzecznik PKN ORLEN oraz UKE	Strategia jako narzędzie przewagi czyli zarządzanie w projektach permanentnie kryzysowych. Case study – Kopex Ex-Coal, Kopalnia Przeciszów.
11.35 – 12.05	Damian ZIĄBER Public Relations Manager, Rzecznik Prasowy PRUDENTIAL Polska	Kryzysy 2018+, czyli z jakimi kryzysami zmierzą się organizacje i specjaliści od komunikacji w nadchodzącej przyszłości. #trendy #wyzwania #społeczeństwo #komunikacja #kryzysy
12.05 – 12.20	PRZERWA	
12.20 – 13.00	Sebastian BYKOWSKI Wiceprezes Zarządu, Dyrektor Generalny, PRESS-SERVICE Monitoring Mediów	Mamy dwoje uszu i jedno usta – rola nasłuchu mediów w komunikacji kryzysowej.
13.00 – 13.30	Michał ZALEWSKI Dobrze Powiedziane, obecnie rzecznik prasowy Krakowskiego Biura Festiwalowego	Kryzys proszę! Marki same proszą się o pogłębienie kryzysów, ale jak Ty możesz na tym wygrać.
13.30 – 14.00	Magdalena CIUPAK-ZARZYCKA Kierownik ds. komunikacji, Grupa ADAMED	Kryzys zaczyna się od wewnątrz. Jak zabezpieczyć firmę w oparciu o profesjonalne planowanie działań wewnętrznych.
14.00 – 14.30	dr Sebastian CHACHOLEK CEO Grupy PRC	Wojna stuletnia, czyli kryzys z duchem czasu.
14.30 – 15.30	PRZERWA OBIADOWA	
15.30 – 16.00	Maciej „mediafun” BUDZICH Autor bloga: blog.mediafun.pl	Influencerzy i ich rola w rozpalaniu i gaszeniu kryzysów w social mediach
16.00 – 16.30	Filip SZATANIK Rzecznik prasowy Urzędu Marszałkowskiego Województwa Małopolskiego	Organizacja komunikacji w samorządzie. Jak najskuteczniej uprzężyć kryzys.
16.30 – 17.00	Justyna SZAFRANIEC Dyrektor ds. PR, GENERALI	Zwycięski kryzys? Czy sytuacja kryzysowa może przekształcić się w sukces?
17.00 – 17.30	Jacek KOTARBIŃSKI ekonomista, ekspert z zakresu marketingu i innowacji, kotarbinski.com	Hejt, trolling i postprawda - 3 zmyły współczesnej firmy
od 19.30	Spotkanie wieczorne.	

¹ Organizatorzy (Newsline oraz Ideo) zastrzegają sobie prawo do zmian w całym programie. Dotyczy zarówno prelegentów, układu bloków jak i tematów wystąpień. Uczestnictwo w Kongresie PR 2018 jest równoznaczne z wyrażeniem zgody na udostępnienie wizerunku w materiale foto i video wydarzenia. W przypadku braku zgody, prosimy o kontakt z Organizatorem.



Rzeszów

Kongres Profesjonalistów Public Relations

Organizatorzy:

NEWSLINE.PL



Partnerzy główni:



Sponsor główny:



Partnerzy kongresu:



KONGRES PUBLIC RELATIONS. kryzys wizerunkowy i media

20.04.2018 (piątek)

prowadzenie: **Adam ŁASZYN** (CEO, Alert Media Communications), **dr Grzegorz HAJDUK** (Uniwersytet Rzeszowski)

08.00 – 08.30	Anna NAWROCKA-TELEWIAK oraz Bartłomiej TELEWIAK , Fundacja Young Arts	<i>Kryzys sukcesu.</i>
08.30 – 09.00	Mariusz SOKOŁOWSKI Właściciel R4S	<i>System wczesnego ostrzegania, czyli jak przygotować się na kryzys?</i>
09.00 – 09.30	Magdalena BRZEZIŃSKA Kierownik działu korporacyjnego Grupy Żywiec	<i>Prewencja kryzysowa, czyli jak skutecznie zapobiegać sytuacjom kryzysowym budując reputację.</i>
09.30 – 10.00	Red. Marek KACPRZAK Wirtualna Polska	<i>Decyduj! Albo twoja wersja zdarzeń, albo wersja innych! Dla czego podczas kryzysu media nie poczekają aż pozbierasz myśli</i>
10.00 – 10.15	PRZERWA	
10.15 – 11.45	Przemysław PRZYBYLSKI - Rzecznik Prasowy, Dyrektor Biura Komunikacji Korporacyjnej, Credit Agricole Bank Polska, Łukasz MAJEWSKI - Communication Manager, Duckie Deck, Vadim MAKARENKO - wydawca serwisów data & tech, Gazeta Wyborcza.	Jak skutecznie prowadzić działania w mediach społecznościowych – wykład oraz debata ORANGE Polska.
11.45 – 12.15	Monika PABISEK Rzecznik Prasowy Kraków Airport	<i>Nowa czy druga? Budujemy drogę startową – czyli kryzys kontrolowany?</i>
12.15 – 12.45	Dr Maksymilian PAWŁOWSKI , Rzecznik Prasowy Leroy Merlin Polska sp. z o.o. oraz Natalia DYDYN-SKA , Specjalista ds. Komunikacji Korporacyjnej Leroy Merlin Polska sp. z o.o.	<i>Rola on-line & social media policy w ochronie reputacji, czyli jak przygotować się do kryzysu.</i>
12.45 – 13.00	PRZERWA	
	WARSZTATY PRAKTYCZNE	
	I BLOK	II BLOK
13.00 – 15.00	Warsztat: PRESS-SERVICE Monitoring Mediów Dieselgate. Kryzys dekady – od samobójstwa rynkowego do lidera branży. Jak, kiedy i co komunikować. Niezbędne narzędzia na ścieżce postępowania w kalendarzu medialnego kryzysu. Tomasz TONDER , rzecznik prasowy marki Volkswagen Marcin SZCZUPAK , Press-Service Monitoring Mediów	Warsztat: JAK PRZYGOTOWAĆ PR DO RODO? Co zmieni nowe prawo dotyczące ochrony danych osobowych (tzw. RODO/ w komunikacji)? Jak przygotować się na RODO w firmie i agencji PR? Konwalidacja danych czyli jak przygotować bazy danych na komunikację w czasach RODO. Organizator: Fundacja internetPR.pl. Uczestnicy: Alina STAHL - Dyrektor Biura PR i Komunikacji BIK S.A. Paweł SOPRONIUK - partner w agencji Neuron PR Paweł GŁĄB - prawnik z Kancelarii Prawnej Kantorowski i Wspólnicy Sp. k. Marek WOŹNIAK - prezes zarządu netPR.pl Agnieszka STUDZIŃSKA - dziennikarz, redaktor prowadzący internetPR.pl
15.00	OBIAD	



Kongres Profesjonalistów Public Relations

Organizatorzy:

NEWSLINE.PL



Sponsor główny:



Partnerzy kongresu:



Równoległe z sesją praktyczną drugiego dnia Kongresu, będzie miała miejsce także **sesja naukowa**.
Ostateczny wykaz prelegentów będzie opracowany przed Kongresem.

KRYZYS WIZERUNKOWY I MEDIA – SESJA NAUKOWA

Organizator Sesji Naukowej: **Wydział Dziennikarstwa, Informacji i Bibliologii Uniwersytetu Warszawskiego**

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. Kazimierz WOLNY-ZMORZYŃSKI**, Uniwersytet Papieski Jana Pawła II w Krakowie
5. **prof. UKSW, dr hab. Monika Marta PRZYBYSZ**, Uniwersytet Kardynała Stefana Wyszyńskiego w Warszawie
6. **prof. dr hab. Michał DROŹDŹ**, Uniwersytet Papieski Jana Pawła II w Krakowie
7. **dr hab. Jacek TRĘBECKI**, Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu
8. **dr hab. Dariusz TWORZYDŁO**, Uniwersytet Warszawski
9. **dr hab. Waldemar RYDZAK**, Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu
10. **dr Paweł KUCA**, Uniwersytet Rzeszowski
11. **dr Grzegorz HAJDUK**, Uniwersytet Rzeszowski – **Sekretarz Naukowy Konferencji**

Rozpoczęcie sesji, piątek 20.04.2018, godz. 9.00 – 14.00 (czas trwania referatu: 20 min.)

Prowadzący sesję: **prof. dr hab. Janusz ADAMOWSKI**, Uniwersytet Warszawski

Dotychczas zgłoszone i przyjęte referaty:

- **dr hab. Monika KACZMAREK – ŚLIWIŃSKA**, Uniwersytet Warszawski, *"Kryzysy" w mediach społecznościowych - realne zagrożenie, konsekwencje czy burza w szklance wody?*
- **dr hab. Dariusz TWORZYDŁO**, Uniwersytet Warszawski, **Przemysław SZUBA**, EXACTO sp. z o.o., *Model pola diagnostycznego jako element wsparcia w wizerunkowych sytuacjach kryzysowych.*
- **Katarzyna KOPEĆ-ZIEMCZYK**, Rzecznik Prasowa Ministerstwa Sportu i Turystyki, doktorantka Uniwersytetu Warszawskiego, *Kryzys sportowca kryzysem polityka. Przypadek braci Zielińskich.*
- **dr Łukasz PRZYBYSZ**, Uniwersytet Warszawski, *Stygmatyzacja medialna public relations. Analiza sposobów przedstawiania PR w polskich tygodnikach opinii w latach 2011-2016.*
- **Urszula PODRAZA**, Uniwersytet Jagielloński, *Nie tylko wizerunek. Jakie zagrożenia dla organizacji niesie kryzys medialny?*
- **dr Paweł KUCA**, Uniwersytet Rzeszowski, *Media IV RP i public relations.*
- **dr Klaudia CYMANOW-SOSIN**, Uniwersytet Jana Pawła II w Krakowie, *Inicjatorzy, obserwatorzy, wybawcy i beneficjenci - konteksty medialnych kryzysów wizerunkowych.*
- **Ewa ROGOZIŃSKA**, Międzynarodowy Ekspert z zakresu Komunikacji Międzykulturowej i Etyki w Biznesie, *Komunikacja kryzysowa na podstawie Domu Tłumaczeń SOWA po upadku dużego i kompleksowego projektu unijnego.*
- **ks. prof. n. dr hab. Michał DROŹDŹ**, Uniwersytet Papieski Jana Pawła II w Krakowie, *Etyczne standardy public relations a wizerunek i praktyka PR-u.*
- **dr Karina STASIUK-KRAJEWSKA**, Uniwersytet SWPS Wrocław, *Skąd się biorą kryzysy wizerunkowe? Uwarunkowania semiotyczne i dyskursywne.*
- **Michał RASZKA**, Grupa PRC, *Dekalog kłamcy, czyli jak produkować fake newsy.*
- **prof. dr hab. Kazimierz WOLNY-ZMORZYŃSKI**, Uniwersytet Papieski Jana Pawła II w Krakowie, *Obraz kryzysu dobrych obyczajów w fotografii dziennikarskiej.*
- **dr Robert DANKIEWICZ**, Politechnika Rzeszowska, **dr hab. Dariusz TWORZYDŁO**, Uniwersytet Warszawski, **Marek ZAJIC**, EXACTO sp. z o.o., *Badania satysfakcji klientów jako element wsparcia wizerunkowego.*
- **dr Izabela BOGDANOWICZ-PIESIK**, Uniwersytet Warszawski, *Najważniejsze problemy w komunikacji administracji samorządowej z mediami.*