

13. KONGRES PUBLIC RELATIONS I KOMUNIKACJI

JAK ZARZĄDZAĆ NOWOCZESNYM
PUBLIC RELATIONS?



24-25 PAŹDZIERNIKA 2017 R.,
HOTEL INDIGO WARSAW,
UL. SMOLNA 40

Szanowni Państwo,

zapraszam na 13. już Kongres Public Relations i Komunikacji, który odbędzie się 24-25 października w Warszawie. Jest to jedno z najważniejszych wydarzeń organizowanych dla branży PR w Polsce.

Rokrocznie podczas tego spotkania przedstawiamy najnowsze trendy, omawiamy najważniejsze wydarzenia branżowe i wraz z czołowymi polskimi ekspertami zastanawiamy się nad kierunkiem nadchodzących zmian.

Dbamy o jak najwyższą jakość oraz merytorykę wydarzenia, a to za sprawą najlepszych praktyków rynku występujących podczas Kongresu. Naszym nadrzędnym celem jest stworzenie jedynego w swoim rodzaju miejsca wymiany doświadczeń oraz przekazanie niezbędnej wiedzy, aby umożliwić naszym uczestnikom indywidualny rozwój, tak ważny w karierze każdego PRowca.








Motywy przewodnim tegorocznej edycji Kongresu jest budowanie silnych kompetencji PR w firmach w Polsce. Zorientowanie na słuchanie interesariuszy i ciągły dialog. Porozmawiamy o wpływie komunikacji na rozwój biznesu i na wykorzystaniu najnowszych narzędzi PR.

Zapraszam serdecznie do udziału w Kongresie!










Magdalena Marczałk
 Project Manager
 Puls Biznesu

Podczas Kongresu m.in.:

-  Czy jest PR w dzisiejszych czasach i jaka jest jego funkcja?
-  Czy PR jeszcze istnieje?
-  Trendy w Nowych Mediach
-  Influencerzy i ich wpływ na decyzje klientów
-  Transparentna Komunikacja
-  Transformacja PR-owa Organizacji - Case Study
-  Everyday Crisis – dobre praktyki

Kongres Public Relations to wydarzenie dedykowane:

-  Kierownikom, Managerom działów PR
-  Rzecznikom Prasowym
-  Specjalistom ds. PR
-  Kierownikom, Managerom 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

Patroni medialni:

Bankier.pl

 **prnews.pl**

MARKETER+

 **eGospodarka.pl**
 Poradnik Internetu dla Twojej Firmy

portal branżowy nr 1 w Polsce
BIZNES | **MUSI SPRZEDAWAĆ**

QBusiness.pl
 BIZNES INFORMACJE

 **PR**
 PUBLIC RELATIONS PL



HARMONOGRAM

24 PAŹDZIERNIKA 2017 R.

08:30 Rejestracja, poranna kawa

09:00 Oficjalne rozpoczęcie Kongresu

Magdalena Marczak-Makowska, Project Manager, Puls Biznesu
Sebastian Hejnowski, CEO Central and Eastern Europe, MSL

09:10 CASE no.1 - Sabre 2017

Sebastian Stępak, Managing Director, MSL

Podczas Kongresu przedstawimy Państwu szereg nagrodzonych oraz wyróżnionych kampanii PRowych na tegorocznych festiwalach - polskich oraz światowych. Wybrane i zaprezentowane zostaną przez Sebastiana Stępaka, dyrektora zarządzającego MSL, który opowie równocześnie o światowych trendach w tworzeniu efektywnych kampanii PRowych, posiłkując się przy tym najlepszymi przykładami z ostatniego czasu. Z pewnością nie zabraknie emocji oraz inspiracji do nowych wyzwań!

09:25 PR w światowej perspektywie

Guillaume Herbette, Global CEO, MSL

Spojrzenie na branżę Public Relations ze światowej perspektywy. Jak PR uzupełnia się z pozostałymi gałęziami marketingu i komunikacji. Dlaczego jest to najlepszy zawód świata.

* prelekcja w języku angielskim, organizator nie zapewnia tłumaczenia.

10:00 CASE no.2 - Sabre 2017

10:15 PR, Digital, Social – nowa era zarządzania wizerunkiem

Anthony Poncier, Head of Social and Digital France & EMEA, Publicis Consultants

Na czym polega zarządzanie nowoczesnym Public Relations? Można pokusić się o stwierdzenie, że tradycyjny PR stracił na znaczeniu na rzecz nowoczesnych kanałów komunikacyjnych. A ze względu na gigantyczny szum informacyjny i natłok komunikatów, te nowoczesne kanały kryją w sobie dużo pułapek i niezwykle ważna jest czujność w podążaniu za kolejnymi trendami. Jak zatem efektywnie zarządzać wizerunkiem w nowych mediach?

* prelekcja w języku angielskim, organizator nie zapewnia tłumaczenia.

11:00 Przerwa na kawę oraz networking

11:30 CASE no.3 - KTR 2017

11:45 Influencerzy i ich wpływ na decyzje klientów

Tamara Gonzalez Perea, Macademian Girl
Bartek Janik, Head of Digital w MSL

Kim jest efektywny influencer i na czym polega wykorzystywanie go do działań PRowych? Czemu tak ważny jest dla promocji w dzisiejszych czasach, kto go słucha i z jakimi wyzwaniami wiąże się taka współpraca? I co ważniejsze, jak go wybrać? O tym porozmawiają – jedna z najważniejszych polskich influencererek – Macademian Girl oraz Bartek Janik Head of Digital w MSL.

12:30 CASE no.4 - Złote Spinacze 2017



HARMONOGRAM

24 PAŹDZIERNIKA 2017 R.

12:45 **DYSKUSJA. Komunikacja i PR jako narzędzie zmiany postaw - walka o czyste powietrze w Polsce**

MODERATOR:

dr Agnieszka Liszka-Dobrowolska, Założycielka i pomysłodawczyni, Oddech to Życie; polska socjolog, dziennikarka, w latach 2007–2008 rzecznik prasowy rządu Donalda Tuska i podsekretarz stanu w Kancelarii Premiera

PANELIŚCI:

Dr Adrian Wójcik, psycholog społeczny UMK

Ilona Jędrasik, Communications and Policy Manager, ClientEarth Prawnicy dla Ziemi

Jerzy Durlik, Szef Reporterów TVN24, Redaktor Naczelny „Czarno Na Białym”, TVN24

Piotr Siergiej, Polski Alarm Smogowy

Marek Józefiak, Kampanier ds. klimatu i energii, Fundacja Greenpeace Polska

Walka z zanieczyszczeniem powietrza trwa od zaledwie kilku lat, zaczęto się od kilku zatroskanych rodziców z Krakowa. Dziś tematem zajmują się grupy obywatelskie w całej Polsce, media lokalne i krajowe, władze samorządowe i rząd. Jak to się stało? Jak temat przez lata zamiatany pod dywan trafił do głównych programów informacyjnych i dyskusji rodzinnych w całym kraju? Jaką rolę w działaniach prośrodowiskowych odgrywa komunikacja, kontakty z mediami i inne narzędzia komunikacyjne. Co jest naprawdę skuteczne i jak grupa społeczników zmieniła opinię Polaków o jakości powietrza?

13:40 Przerwa na lunch oraz networking

14:30 **CASE no.5 - Cannes 2017**

14:45 **PR Driven Company – czyli proces pełnej transformacji komunikacji na przykładzie dużej korporacji**

Maria Cieślukowska, Dyrektor Komunikacji Zewnętrznej i PR, Rzecznik Prasowy, Carrefour Polska

Prędkość zmian rynkowych, często popycha do zmian. Czasami chodzi o zmiany kosmetyczne, ale zdarza się również, że aby odnieść sukces – potrzebna jest gruntowna transformacja. Oczywiście tak ogromne wyzwanie kończy się fiaskiem, ale niekiedy ogromnym sukcesem. Jak tego dokonać? - CASE STUDY CARREFOUR

15:30 **CASE no.6 - Cannes 2017**

15:45 **Budowanie wizerunku w wymagających czasach digitalizacji**

Martyna Węgrzyn, Kierownik działu Komunikacji Zewnętrznej, Wizerunku i Eventów na Polskę i Kraje Baltyckie, DANONE

Fake news, trolle, memy - to rzeczywistość, w której marka musi potrafić sprawnie się poruszać. Jakie działania mogą pomóc jej uniknąć kryzysu oraz kiedy faktycznie mamy z tym kryzysem do czynienia? Zapraszam do rozmowy o zależności między wizerunkiem, sprzedażą, a społecznością internautów i mediami - CASE STUDY ŻYWIEC ZDRÓJ

16:45 Zakończenie Kongresu, wręczenie certyfikatów



HARMONOGRAM

25 PAŹDZIERNIKA 2017 R.

WARSZTAT

Budowanie oraz wdrażanie kompetencji PR w firmie oraz korzystanie z konsultingu PRowego

Stary dowcip mówi:

- **Czym różni się PR-owiec od Prezesa?**
- **Pensją...**

Od jakiegoś czasu, PR rośnie w siłę i staje się coraz ważniejszą funkcją w przedsiębiorstwach. Firmy integrują w działach PR wszystkie działania komunikacji, które budują reputację. Tym samym słowo PR w naszym kraju zaczyna przypominać swoje pierwotne znaczenie a nie wyłącznie funkcję wysyłki informacji prasowych. Wynika więc z tego, że model działania zarówno struktur PRowych w firmach, jak i agencji konsultingowych dynamicznie się zmienia, bo dostosowuje się do nowej rzeczywistości i idących za tym potrzeb.

Jak więc odnaleźć się w nowej, rzeczywistości? Jaką rolę ma współczesny PR w firmie i jak go w niej usytuować? Jak efektywnie budować strategię komunikacyjną, by przynosiła wymierne korzyści? Jak stawiać sobie realne cele, jak je mądrze budżetować i co więcej, jak te założenia osiągać? Innymi słowy, jak MUSIMY zmienić strategię swoich działań PRowych, żeby spełniał on swoją rolę?

Zapraszamy na praktyczny warsztat, podczas którego znakomici eksperci wraz z zaproszonymi praktykami odpowiedzą na wyżej wymienione pytania, wymienią się swoimi najważniejszymi doświadczeniami i zainspirują do efektywnego PRu!

AGENDA:

- 9:00 Rejestracja, poranna kawa
- 9:30 **WARSZTAT część 1**
- 11:00 Przerwa na kawę
- 11:15 **WARSZTAT część 2**
- 13:00 Przerwa na lunch
- 13:45 **WARSZTAT część 3**
- 15:45 Zakończenie warsztatu, wręczenie certyfikatów

PODCZAS WARSZTATU M.IN.:

- Umieszczenie PR w strukturze organizacyjnej
- Identyfikacja interesariuszy
- Rozbudowane cele i zadania PR
- Umieszczenie PR w sercu komunikacji marketingowej
- Kosztorysowanie i budżetowanie
- Współpraca między agencją a firmą
- Tworzenie procedur kryzysowych

PROWADZĄCY:



Sebastian Stępak
Managing Director,
MSL



Sebastian Hejnowski
CEO Central and Eastern
Europe, MSL

GOŚĆ SPECJALNY

Guillaume Herbette

Global CEO, MSL

In his role as CEO of MSL, Guillaume is responsible for overseeing all MSL entities worldwide. He brings over 25 years of relevant experience to the role, most recently with FleishmanHillard as the company's global Vice Chairman of Operations, a US-based role that he took up in 2010. Prior to that Guillaume served as chief operating officer for the firm's US Eastern and Western regions and Canada regions, having initially joined FleishmanHillard in 1998 and working within the senior echelons of the company's EMEA operations. Guillaume began his career at PwC, working for the professional services firm in both Paris and New York.



GOŚĆ SPECJALNY

Anthony Poncier

Head of Social and Digital France & EMEA, Publicis Consultants

Anthony joined MSL in 2012 as Digital Transformation Director, EMEA and led MSL's French social and digital team for the last three years. Now as head of social and digital EMEA he will work in partnership with social and digital leaders at MSL offices across the EMEA network to develop the regional practice offer to meet the evolving needs of clients and grow the business. Anthony holds a Ph.D. in Social and Political History and Master's degree in Strategic Management and Competitive Intelligence. His specific expertise is in 'collaboration in social media.' He has written a book dedicated to enterprise social networks (in French: Les réseaux sociaux d'entreprise, 101 questions sur les RSE ed. Diatino) and has authored several white papers around digital, including "Optimising Digital Collaboration From the Inside Out," on the digital transformation (French/English). He lectures on Executive Education at Science Po Paris around digital issues and communication management and is a frequent speaker at conferences. In addition to his social and digital experience, Poncier is also an expert in change management and organizational transformation.



Maria Cieślukowska

Dyrektor Komunikacji Zewnętrznej i PR, Rzecznik Prasowy, Carrefour Polska

Od 2004 roku jest dyrektorem komunikacji zewnętrznej w Carrefour Polska. Z branżą związana jest od 1997 roku. Doświadczenie w PR zdobywała pracując dla międzynarodowych korporacji, min.: z sektora ubezpieczeniowego, transportu i logistyki, nieruchomości handlowych, handlu detalicznego. Specjalizuje się w działaniach public relations, ze szczególnym uwzględnieniem tworzenia strategii komunikacji korporacyjnej i zarządzaniem kryzysowym. W swojej dotychczasowej pracy przygotowała i wdrażała kompleksowe strategie komunikacji także dla firm w trakcie fuzji i przejęć. W 2017 roku została uhonorowana tytułem Most Influential Woman in Retail Chain Communications 2017, przyznany przez WIB Worldwide Magazine. Jest absolwentką, min. studiów doktoranckich na Wydziale Dziennikarstwa i Nauk Politycznych Uniwersytetu Warszawskiego, Sorbony Paris IV oraz podyplomowych studiów Marketing medialny i polityczny Wyższej Szkoły Zarządzania i Prawa.



Jerzy Durlik

Szef Reporterów TVN24, Redaktor Naczelny „Czarno Na Białym”, TVN24

Wykształcenie zawodowe Jerzego zupełnie nie jest związane z dziennikarstwem, które uprawia od 25 lat. Najpierw to doświadczenie dziennikarza prasowego - dziennik „Życie Codzienne” oraz miesięcznik Business Magazine. W latach 1993-1998 TVP, gdzie pracował jako dziennikarz Warszawskiego Ośrodka telewizyjnego, ale pracował także dla kilku redakcji, głównie newsowych. Jest autorem kilku dokumentów, które ukazywały się na antenie TVP2. Od 1998 do dzisiaj pracuje w TVN – na początku jako wydawca FAKTÓW TVN, a po powstaniu w TVN24 - jako szef reporterów tego kanału. Od 2012 roku jest także redaktorem naczelnym programu CZARNO NA BIAŁYM.



PRELEGENCI

Tamara Gonzalez Perea

Macademician Girl

Prowadzi jeden z najpopularniejszych blogów w Polsce - www.MademicianGirl.com, który w 2012 roku został uznany przez magazyn Press za najlepszy blog o modzie. Stylistka, dziennikarka i blogerka, jest absolutną nonkonformistką i ponad wszystko ceni sobie oryginalność. Ubrania są dla niej językiem komunikacji i dziełami sztuki, które muszą być noszone i podziwiane, by żyć. Uwielbia kolory, nakrycia głowy, a swój styl określa jako "kolorowy glamour". Absolwentka prestiżowych warsztatów dziennikarstwa mody ELLE, jurorka programu "Shopping Queen" Polsat Cafe, mentorka w programie "Supermodelka Plus Size" i finalistka programu telewizyjnego stacji TVN "Agent - Gwiazdy". Swoje autorskie rubryki prowadziła m.in. w magazynach Glamour i Grazia, a obecnie w miesięczniku Skarb. Mówi, że jej największą miłością jest moda, a prawdziwa miłość trwa całe życie.



Sebastian Hejnowski

CEO Central and Eastern Europe, MSL

Sebastian posiada ponad 15 lat doświadczenia w branży. Pracę w MSL zaczął w 2004 r. i przeszedł całą ścieżkę kariery. Dziś kieruje pracami biur regionalnych w CEE. Pod jego kierownictwem MSL w Polsce zdobyła przyznawaną przez Holmes Report tytuł 2015 Eastern European Consultancies of the Year, najważniejsze wyróżnienie w branży PR w Europie. Komentator bieżących wydarzeń branżowych, społecznych i politycznych. Jest także jurorem na największych branżowych konkursach, m.in. Golden Drum, Cristal Festival, Złote Spinacze. Jego drugą, po komunikacji w biznesie pasją są podróże. Odwiedził już ponad 90 państw.



Bartek Janik

Head of Digital w MSL

W MSL od 2014 roku. Jest ekspertem ds. komunikacji marek w sferze Digital z wieloletnim doświadczeniem w projektach komunikacyjnych, m.in. w social media i produkcjach www. Jego kampanie zdobyły nagrody w Polsce i zagranicą – w konkursie Złote Spinacze i SABRE Awards. Doświadczenie w zakresie kampanii Digital rozpoczął w startupie MyDeal, który w krótkim czasie dotarł do rankingu top 10 polskich e-commerce. Wcześniej pracował w agencjach Ogilvy i Dentsu Aegis oraz przy egzekucji międzynarodowych projektów na Europę i Bliski Wschód m.in. dla takich klientów jak Amazon, Netflix, Wawel, P&G, Pernod Ricard.



Ilona Jędrasik

Communications and Policy Manager, ClientEarth Prawnicy dla Ziemi

Ilona dołączyła do naszego warszawskiego zespołu w lutym 2014 roku. Zanim dołączyła do ClientEarth, Ilona była rzecznikiem do spraw politycznych w Polskiej Koalicji Klimatycznej (federacji organizacji pozarządowych działających na rzecz ochrony klimatu). Zajmowała się przede wszystkim sprawami energii odnawialnej, efektywności energetycznej oraz rozwoju gospodarki niskoemisyjnej. Współpracowała również z polskimi i gruzińskimi organizacjami pozarządowymi w zakresie pomocy rozwojowej oraz programów na rzecz upowszechnienia edukacji oraz praw człowieka w Polsce i w regionie południowego Kaukazu. Ilona posiada dyplom magistra socjologii Uniwersytetu Warszawskiego, ukończyła również studia podyplomowe w zakresie polityki zagranicznej Collegium Civitas oraz Polskiego Instytutu Spraw Międzynarodowych.



Marek Józefiak

Kampanier ds. klimatu i energii, Fundacja Greenpeace Polska

Był zaangażowany m.in. w kampanię na rzecz czystego powietrza (Podhalański, Nowotarski oraz Polski Alarm Smogowy). Marek Józefiak ukończył prawo (specjalizacja: prawo ochrony środowiska UE) na Uniwersytecie Warszawskim oraz Szkołę Prawa Angielskiego i Europejskiego Uniwersytetu w Cambridge. Jest absolwentem Międzynarodowego Programu Stypendialnego DBU dla specjalistów z dziedziny ochrony środowiska oraz 24. Szkoły Liderów Politycznych. W przeszłości pracował w mediach (Chrońmy Klimat, TVN).



PRELEGENCI

dr Agnieszka Liszka-Dobrowolska

Założycielka i pomysłodawczyni, Oddech to Życie

Absolwentka Instytutu Dziennikarstwa i Instytutu Stosunków Międzynarodowych na Uniwersytecie Warszawskim. Doktorat z socjologii obroniła w Studium Generale Europa przy Uniwersytecie Kardynała Stefana Wyszyńskiego. ekspertka w dziedzinie komunikacji, przez wiele lat zarządzała komunikacją w firmach konsultingowych McKinsey & Company oraz KPMG. Członkini Rady Programowej Kongresu Kobiet. Była rzeczniczka rządu Donalda Tuska (2007-2008), pracowała też jako rzeczniczka prasowa PZU SA. Jest właścicielką startupu Oddechtozycie.pl. Była również współwłaścicielką wydawnictwa Kurhaus Publishing. Współpracuje z Fundacją Climate Earth, Prawnicy dla Ziemi.

Piotr Siergiej

rzecznik Polskiego Alarmu Smogowego

Od 2006 roku publikuje artykuły w Tygodniku Powszechnym i Gazecie Wyborczej. W latach 2011-2012 redaktor prowadzący działu ekologicznego w portalu wyborcza.pl. Pracował jako rzecznik prasowy Koalicji Klimatycznej. W latach 2014-2015 redaktor prowadzący portalu ChronmyKlimat.pl. Obecnie rzecznik Polskiego Alarmu Smogowego.

Sebastian Stępak

Managing Director, MSL

Pracuje w branży od ponad 15 lat, od zawsze w agencji. Zaczynał w Ciszewski PR w 2001 roku – potem pracował między innymi w Sigmie i Graylingu. W 2011 roku wrócił do swojej pierwszej agencji, która została przejęta przez markę grupy Publicis – MSL. Od 2013 roku zarządzał MSL WARSAW – drugą marką PR w grupie. Pod koniec 2015 roku powrócił do MSL i objął stanowisko dyrektora zarządzającego i szefa praktyki Consumer. Jego kampanie zdobyły wiele nagród w polskich i międzynarodowych konkursach – Złoty Spinacz, Sabre Awards, Stevie's Awards i wielu innych. Pełnił funkcję jurora w Cannes Lions i Sabre Awards. W swojej pracy skupia się przede wszystkim na kreacji - łączy tradycyjny PR z marketingiem i digitaliem, tworząc zaangażowanie na nowym poziomie, choć jego pierwotną specjalizacją zawsze pozostanie komunikacja korporacyjna i zarządzanie kryzysowe. Wierzy w łączenie strategii, kreacji i egzekucji w kompetencjach jednej osoby – od lat niezmiennie uważa, że ludzie renesansu to przyszłość komunikacji. Ma 9 letnią córkę, jest miłośnikiem żeglarstwa, a każdą wolną chwilę spędza przy zabytkowych samochodach. Jeden z jego projektów to obecnie najmocniejszy Saab 99 w Polsce.

Martyna Węgrzyn

Kierownik działu Komunikacji Zewnętrznej, Wizerunku i Eventów na Polskę i Kraje Bałtyckie w DANONE

Z grupą spółek DANONE związana początkowo jako Rzecznik Prasowy Żywiec Zdrój. Pierwsze doświadczenie zawodowe zdobywała w agencjach PR i jako PR Manager w jednej z największych firm farmaceutycznych. Prowadziła projekty nagrodzone podczas ważnych konkursów branżowych, jak SABRE, European Excellence Award czy Impactor. W codziennej pracy, stawia na niestandardowe pomysły na działania PR i ich rzetelną realizację oraz konsekwentnie budowane, stałe relacje z interesariuszami. Z relacjami zewnętrznymi związana jest od początku swojej ścieżki zawodowej. Absolwentka ekonomii oraz podyplomowych studiów public relations w Szkole Głównej Handlowej i na Uniwersytecie Warszawskim. Po pracy, zaczytuje się w literaturze współczesnej, uważnie śledzi popkulturowe trendy i stawia na aktywny styl podróżowania, którego kierunek zawsze wyznaczają warunki do surfingu.

dr Adrian Wójcik

psycholog społeczny, UMK

Psycholog społeczny zajmujący się psychologią postaw prośrodowiskowych (conservation psychology), w tym zwłaszcza powiązaniem postaw i zachowań proekologicznych z bardziej ogólnymi zestawami przekonań (ideologią polityczną, religijnością, wartościami). Kierownik Pracowni Badań Społecznych i Środowiskowych na Uniwersytecie Mikołaja Kopernika w Toruniu. Organizator warsztatów dla organizacji ekologicznych z komunikacji postaw prośrodowiskowych. Członek sekcji „Environmental, Population & Conservation Psychology” Amerykańskiego Towarzystwa Psychologicznego.



FORMULARZ ZGŁOSZENIOWY



Tak chcę wziąć udział w **13. Kongresie Public Relations i Komunikacji**,

Termin: 24 października 2017 r.

Cena: 1695 PLN netto



Tak chcę wziąć udział w **13. Kongresie Public Relations i Komunikacji i Warsztatach Budowanie oraz wdrażanie kompetencji PR w firmie oraz korzystanie z konsultingu PRowego**

Termin: 24-25 października 2017 r.

Cena: 2495 PLN netto

1. Imię i nazwisko:

Stanowisko:

Departament:

E-mail:

Tel. kom.:

2. Imię i nazwisko:

Stanowisko:

Departament:

E-mail:

Tel. kom.:

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:

1. Koszt uczestnictwa jednej osoby w kongres wynosi: 1695 PLN netto w kongresie i warsztatach: 2495 PLN netto
2. Cena obejmuje prelekcje, materiały szkoleniowe, przerwy kawowe, lunch.
3. 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.
4. Prosimy o dokonanie wpłaty w terminie 14 dni od wystawienia zgłoszenia, ale nie później niż przed rozpoczęciem kongresu. Wpłaty należy dokonać na konto:
5. 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
6. Rezygnację z udziału należy przesyłać listem poleconym na adres organizatora.
7. W przypadku rezygnacji nie później niż 21 dni przed rozpoczęciem kongresu obciążymy Państwa opłatą administracyjną w wysokości 20% opłaty za udział.
8. W przypadku rezygnacji w terminie późniejszym niż 21 dni przed rozpoczęciem kongresu pobierane jest 100% opłaty za udział.
9. Nieodwołanie zgłoszenia i niewzięcie udziału w kongres powoduje obciążenie pełnymi kosztami udziału.
10. Niedokonanie wpłaty nie jest jednoznaczne z rezygnacją z udziału.
11. Zamiast zgłoszonej osoby w kongres może wziąć udział inny pracownik firmy.
12. Organizator zastrzega sobie prawo do zmian w programie oraz do odwołania kongresu.
13. Wszystkie treści zawarte w programie kongresu stanowią własność Bonnier Business (Polska) Sp. z o.o. oraz powiązanych z nią podmiotów. O ile Organizator nie postanowi inaczej, nie wolno żadnych materiałów stanowiących własność Bonnier Business (Polska) odtwarzać, wykorzystywać, tworzyć pochodnych prac na bazie materiałów umieszczonych w programie, ani też ponownie ich publikować, zamieszczać w innych materiałach czy też w jakikolwiek inny sposób rozpowszechniać bez uprzedniej pisemnej zgody Bonnier Business (Polska).

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 ich klientów. 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.

tel 22 333 9777 fax 22 333 9778
e-mail szkolenia@pb.pl www.konferencje.pb.pl