

Program PR FORUM 2011*

Konferencja PR FORUM 2011
Warszawa, 25 października 2011 roku
Hotel InterContinental

8.00 - 9.00

Rejestracja gości

Śniadanie

Konferencję prowadzi: Mariusz Pleban, Wiceprezes ZFPR

9.00 - 9.15

Powitanie i wprowadzenie

Otwarcie konferencji

Paweł Trochimiuk

Prezes ZFPR

9.15-9.50

Top 10 najważniejszych wydarzeń w komunikacji i PR na świecie

Wydarzenia, które wstrząsnęły branżą PR na świecie w 2011 r. Jakie wnioski należy wyciągnąć z nich na przyszłość?

WYKŁAD

Nick Andrews

Senior Vice President & Senior Partner, Fleishman-Hillard, Bruksela

9.50-10.20

Wielki rebranding – zmiana barw i zmiana frontu?

Jak zmienić błękit w magente, front zewnętrzny i wewnętrzny, rebranding z Księgi Guinnessa?

WYKŁAD

Zbigniew Lazar

Dyrektor Departamentu Komunikacji Korporacyjnej, Polska Telefonia Cyfrowa

10.20-10.50

Liderzy opinii – trendsetterzy czy spamerzy?

Jak zwiększać potencjał komunikacyjny w serwisie społecznościowym dzięki użyciu danych.

WYKŁAD

Krzysztof Sobieszek

Pełnomocnik Zarządu ds. Badań, Portal NK.pl

10.50-11.20

Przerwa kawowa

11.20-12.00

Nowoczesny sponsoring – światowe standardy

Najlepsze praktyki w sponsoringu – jak to się robi na świecie?

WYKŁAD

Anthony Scammell

Associate Director, Sport Marketing & Sponsorship, Hill & Knowlton, Wielka Brytania

12.00-12.30

Rewolucja w mediach – dokąd zmierzamy?

Jak zmieniły się media w ciągu ostatniej dekady i w jakim kierunku zmierzają?

WYKŁAD

Jarosław Gugąła, Dyrektor Pionu Informacji i Publicystyki, Telewizja Polsat

12.30-13.00

Modelki i „modele” – Lotnisko Chopina jako miejsce prezentacji najnowszych trendów

WYKŁAD

Sylwester Puczen, specjalista ds. PR, P.P. Porty Lotnicze, Aneta Winnicka - specjalista ds. PR, P.P. Porty Lotnicze

13.00-14.00

Lunch

POPOŁUDNIOWE MODUŁY TEMATYCZNE ODBYWAJĄ SIĘ POD PATRONATEM LONDON SCHOOL OF PUBLIC RELATIONS



Wszystkie moduły będą podzielone na dwie części:

14.00-15.20

Część pierwsza

15.20-15.40

Przerwa kawowa

15.40-17.00

Część druga

MODUŁ I

Sportowe „case study feast”

moderator: Jerzy Ciszewski, Prezes Ciszewski Public Relations

14:00-14:40

Verva Street Racing Team na torach Formuły 1, czyli jak powstała nowatorska platforma komunikacji wspomagającej wizerunek oraz sprzedaż paliw VERVA (prezentacja połączona z dyskusją)

Krzysztof Langer, Dyrektor Biura Polityki Marketingowej, PKN ORLEN S.A

14:40-15:20

Co zobaczy, usłyszysz, poczuje gość zagraniczny w trakcie EURO 2012?

Jak budować wizerunek Polski poprzez zarządzanie wrażeniami? Strategia budowania wizerunku przez doświadczenie. Komunikacja przez budowę infrastruktury. Czego może nauczyć się bussines i instytucje z doświadczeń pl2012?

Mikołaj Piotrowski, Dyrektor ds. Komunikacji PL.2012, **Mariusz Pleban**, Wiceprezes ZFPR

15.20-15.40

Przerwa kawowa

15:40-16:20

Wykorzystanie EURO 2012 i Programu Corporate Hospitality w komunikacji korporacyjnej (prezentacja)

Robert Korzeniowski, medalista olimpijski, doradca UEFA

16:20-17:00

Sponsoring – podstawowy instrument marketingu sportowego.

Charakterystyka i zalety sponsoringu sportowego. Jak skutecznie prowadzić działania sponsoringowe – przykłady takich działań w polskim sporcie.

Jacek Bochenek, Dyrektor Grupy Sportowej Deloitte i Projektu Euro 2012

MODUŁ II

Social media - jak rozmawiać ze społecznościami i jej liderami?

moderator: Katarzyna Przewuska, Wiceprezes ZFPR

14:00-14:30

Porozmawiamy o seksie ... w gronie 250 000 osób, czyli jak powstawała strona na Facebooku "Seks to zdrowie" i z jakimi wyzwaniem komunikacyjnymi jej twórcy musieli sobie poradzić? (case study)

Monika Jasłowska, Kierownik Działu Brand PR, Polpharma

14:30-15:20

Ja bloger. Dlaczego w relacjach z blogerami tak ważne są emocje i jak sprawić, aby otworzyli przed marką drzwi do swojej społeczności? (prezentacja połączona z dyskusją)

Tomek Tomczyk, kominek.tv

15:20-15:40

Przerwa kawowa

15:40-16:15

Czy relacjami ze społecznościami można zarządzać ... systemowo? Community management na poziomie całego serwisu społecznościowego (prezentacja połączona z dyskusją)

Dominik Czarnota, prezes NK.pl

16:15-17:00

"Wszystko co chcielibyście wiedzieć o Twitterze, a boicie się zapytać", czyli jak założyć, prowadzić i budować relacje z użytkownikami serwisu mikroblogowego wraz z polskimi przykładami marek, którym się powiodło.

WARSZTAT (zalecane posiadanie smartphone'a lub laptopa)
Katarzyna Przewuska, Bartosz Szymeczko, Zofia Górską, Euro RSCG Sensors

MODUŁ III

Bliżej interesariusza

moderator: Adam Łaszyn – Przewodniczący Rady ZFPR, Prezes Alert Media Communications

14.00-14.30

Marka rozmawia ze społecznością - zróżnicowanie sposobów i kanałów komunikacji w zależności od grupy docelowej

Magdalena Grabarczyk-Tokaj, Kierownik ds. Rozwoju Badań, Instytut Monitorowania Mediów

14.30-14.55

Komunikacja wokół gazu łupkowego w Polsce – od euforii po zmagania z codziennością

Jarosław Bańda, Business Development Director, Lighthouse Consultants

14.55-15.20

Dialog Społeczny Grupy Żywiec

Jarosław Herrmann, Kierownik ds. Społecznej Odpowiedzialności Biznesu, Grupa Żywiec

15:20-15:40

Przerwa kawowa

15.40-16.05

Projekt edukacyjny „Internetowa Rewolucja” – Google Polska, PKPP Lewiatan, Home.pl i Ministerstwo Gospodarki dla sektora MSP

Karolina Kowalczyk, Director, Head of New Technology Practice, Grayling Polska

16.05-16.30

Doświadczenia w komunikowaniu do osób zarządzających w publicznej ochronie zdrowia na przykładzie Konsorcjum Dolnośląskich Szpitali Powiatowych

Ewelina Nazarko-Ludwiczak, Healthcare&Life Director, Headlines Porter Novelli

16.30-17.00

Case study budowania reputacji firmy wśród jej pracowników poprzez działania CSR i wolontariat pracowniczy

Dominika Bandurska, Kierownik ds. PR, Polpharma

19.30 - 23.00

UROCZYSTA GALA KONKURSU ZŁOTE SPINACZE 2011

* Organizator zastrzega możliwość wprowadzenia zmian w programie do dnia konferencji.