

POLISH PR&MARKETING NAJLEPSI Z NAJLEPSZYCH DAYS



Wszystko czego potrzebujesz się dowiedzieć, najlepiej dowiedzieć się od najlepszych.
Dzięki ich wiedzy zaczniesz konstruować najlepsze strategie w firmie.

NIE MOŻE CIEBIE ZABRAKNAĆ!

CZOŁOWI SPECJALIŚCI - PRAKTYCY



Jacek Kotarbiński
kotarbinski.com



**Zofia Bugajna-
-Kasdepke**
MSL Central and Eastern Europe



Michał Szudrzyński
Dziennik Rzeczpospolita



Paweł Modzelewski
24/7 Communication



Sebastian Bykowski
PRESS-SERVICE
Monitoring Mediów



Jakub Józwicki
Leo Burnett Group



Anna Miotk
Polskie Badania Internetu



Mateusz Czech
Brand24



Tomasz Kaczyński
Domański Zakrzewski Palinka



Szymon Słowik
TAKAOTO



Paweł Bylicki
Public Dialog



Kamil Bolek
LifeTube



Technologia

Wizerunek

Praktyka

Pomysły

Trendy

PR

Fake newsy

Digitalizacja

Komunikacja kryzysowa

Social media

Marketing

**Marketing się zmienił.
I już nie będzie taki sam.**

Jeśli tkwisz w mentalnym,
analogowym rozumieniu jego zasad
– nie masz szans przetrwania.
Fale dynamicznych, rewolucyjnych procesów
zaleją Cię, porwą i wyrzucą gdzieś
na zarośnięty brzeg. Jeśli rzeczywiście
chcesz być konkurencyjny na rynku,
nie możesz opierać się
zachodzącym zmianom.

Jacek Kotarbiński

Zaprezentowane rozwiązania można będzie zacząć praktykować
już tego samego dnia!

Serdecznie zapraszamy do udziału!

Kierownik projektu – Agnieszka Spychała, tel. 22 4630528, agnieszka.spychala@rp.pl

Kierownik sprzedaży – Agnieszka Działalek, tel. 224630458, agnieszka.dziamalek@rp.pl

8:30

Rejestracja uczestników. Poranna kawa i networking



9:00

Radykalna redefinicja mediów oraz jej wpływ na budowanie relacji MEDIA-PR

Michał Szułdryński – zastępca redaktora naczelnego, dziennik „Rzeczpospolita”

- Jak rewolucja technologiczna wpływa na pracę mediów?
- Jak zmienia się dziś praca dziennikarza?
- Jak zmieniają się oczekiwania dziennikarzy od PR?

9:30

Przyszłość kreatywności i dlaczego nie jest nią AI (do 2029 roku)

Paweł Merez – Dyrektor Kreatywny, Agencja Reklamowa Publicis

10:30

Przerwa na kawę i herbatę



10:45

Jakie są dzisiaj różnice między PR'em a marketingiem?

I dlaczego digitalizacja nie ułatwia znalezienia odpowiedzi na to pytanie

Paweł Modzelewski – head of strategy, 24/7 Communication

- Co to jest nowy PR? I czemu „nowym” określamy coś, co trwa dekadę?
- Jak PR może wyróżnić się od marketingu i czemu jest to bardzo istotne, żeby dostrzec te elementy (wiarygodność, long term vs szybkie efekty, zarządzanie reputacją vs bezpośredni wpływ)?
- Jakie są cechy wspólne PR z marketingiem i jak te dwie kwestie się uzupełniają?
- Jak możemy zwiększyć efektywność działań PR wykorzystując wiele obecnych narzędzi (video, precyzyjniejsza mierzalność, nowa konsumpcja mediów, szybkość informacji)?

11:30

Komunikacja w erze algorytmów

Zofia Bugajna-Kasdepke – członkini zarządu ds. rozwoju biznesu w Europie Środkowo-Wschodniej, MSL GROUP

- Jak przygotować się do zmian i zostać liderem innowacji?
- Które rozwiązania AI można wdrożyć już teraz?
- Czy jesteśmy gotowi na rzecznika prasowego AI?
- Jakie nowe wyzwania przyniesie algorytmizacja działań PR?

12:30

Przerwa na lunch



13:15

Dynamiczny monitoring jako narzędzie antykryzysowe. Jak monitorować media i media społecznościowe, by przeciwdziałać kryzysom i reagować na czas?

Sebastian Bykowski – wiceprezes zarządu, dyrektor generalny, PRESS-SERVICE Monitoring Mediów



14:00

Boty kochają Instagram. Instagram kocha boty? Bot influencerzy w kulturze obrazkowej czyli Instagramowicze a efektywność kampanii

Jakub Józwicki – influencers relationship manager, Leo Burnett Group

- Na co zwracać uwagę przy wyborze influencera?
- Jak rozpoznać fałszywych "wpływow" oraz jakich "sztuczek" używają instagramowicze, by zyskać miano popularnych?
- O potencjale kultury obrazkowej w ujęciu marketingowym i o zagrożeniach wynikających z angażowania fake influencerów

14:45

Przerwa na kawę i herbatę



15:00

Komunikacja w social media przy udziale botów. Czy powinniśmy się bać?

Mateusz Czech – marketing manager, Brand24

- Na co zwrócić uwagę planując komunikację przy udziale botów?
- Jak wygląda komunikacja przy udziale botów?
- Co boty mogą zrobić dla Twoich social media?

15:45

Wizerunek ekspercki w pozycjonowaniu stron internetowych. Jak sprawić, aby poziom ruchu z Google był adekwatny do autorytetu w Twojej dziedzinie

Szymon Słowik – inbound marketer/management, TAKAOTO

- Tradycyjne elementy optymalizacji i pozycjonowania
- Nowe czynniki w SEO i spekulacje związane z przyszłością algorytmów
- Jak Google w praktyce mierzy „ekspersckość”?
- Jak przekonać Google, że jesteśmy ekspertami i zasługujemy na topowe pozycje?
- Jakie są tradycyjne elementy optymalizacji i pozycjonowania?
- Jak może kształtować się przyszłość algorytmu Google?

16:30

Zakończenie I dnia wydarzenia



8:30	Rejestracja uczestników. Poranna kawa i networking	
9:00	<p>Hejtem w twarz, prawda w epoce postprawdy</p> <p>Jacek Kotarbiński – ekspert w zakresie marketingu, kotarbinski.com</p> <ul style="list-style-type: none"> • Komu dziś wierzysz? Kto wpływa na Twoje opinie? • Czy żyjesz w świecie stereotypów? • Czy nasze postawy, wybory i obraz świata kształtowane są w oparciu o to, co przeczytamy w Internecie? • Ile w internecie jest prawdy, manipulacji, faktu czy niewinnego wywierania wpływu? • Czy stajemy się tym, co czytamy, co oglądamy, czego słuchamy? 	
10:00	<p>Personal branding na LinkedIn. Jak robić to dobrze?</p> <p>Jacek Kotarbiński – ekspert w zakresie marketingu, kotarbinski.com</p> <ul style="list-style-type: none"> • Jak budować markę osobistą w tym medium za pomocą narzędzi natywnych serwisu? • Jak ściągać uwagę użytkowników i prowadzić dyskusję na LinkedIn? 	
10:45	Przerwa na kawę i herbatę	
11:00	<p>Jak szukać nowych przestrzeni i form wyrazu przy (pozornie) ograniczonych możliwościach prawnych?</p> <p>Tomasz Kaczyński – partner, Domański Zakrzewski Palinka</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kiedy kancelaria prawna może stać się sprzymierzeńcem działu komunikacji? Case studies. 	
12:00	<p>PR jako strategiczna funkcja rozwoju biznesu na przykładzie działań Grupy Żywiec</p> <p>Magdalena Brzezińska – Grupa Żywiec</p>	
12:45	Przerwa na lunch	
13:15	<p>Co jest wyzwaniem w kontekście marki korporacyjnej w erze natychmiastowej weryfikacji?</p> <p>Paweł Bylicki – CEO, Public Dialog</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dlaczego marki bez strategicznie zarządzanej komunikacji korporacyjnej nie nawiązują relacji ze wszystkimi interesariuszami? • Jak planować komunikację korporacyjną i jak układać strategię? 	
14:15	<p>Tworząc portfolio produktów poznaj ich odbiorcę, czyli od Konsumenta Obojętnego do Podejmującego Decyzje</p> <p>Anna Miotk – dyrektor ds. komunikacji, Polskie Badania Internetu</p> <ul style="list-style-type: none"> • Jakie trudności napotykasz w pomiarze efektywności działań marketingowych i PR? • Czy możliwe są wspólnie mierniki efektywności? 	
15:00	Przerwa na kawę i herbatę	
15:15	<p>Fake Influencers</p> <p>Kamil Bolek – dyrektor marketingu, LifeTube</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kiedy klient przepala swój budżet, a kiedy dobrze inwestuje każdą złotówkę? • Na co zwracać uwagę przy wyborze influencera do współpracy? 	
16:00	Zakończenie wydarzenia, wręczenie certyfikatów	

NAJLEPSI Z NAJLEPSZYCH

**Kamil Bolek – dyrektor marketingu, LifeTube**

Dyrektor marketingu w LifeTube, największej w Polsce agencji realizującej kampanie z youtuberami. Po kilkunastu konferencjach, na których występował i kilkuset godzinach szkoleń, które poprowadził, Kamil doszedł do wniosku, że pisanie własnego bio (i do tego w trzeciej osobie!) jest nieco dziwne i chyba czas z tym coś zrobić. Całe swoje doświadczenie postanowił więc skrócić do „Dzielię się wiedzą o YouTube, youtuberach i influencer marketingu. Chętnie podzielę się również z Tobą :)”.

**Zofia Bugajna-Kasdepke – członkini zarządu ds. rozwoju biznesu w Europie Środkowo-Wschodniej, MSL GROUP**

Ekspertka z 15-letnim doświadczeniem w komunikacji marketingowej i mediach. Jej prognozy i rekomendacje dla rynku Europy Środkowo-Wschodniej cenią największe światowe marki. Jest prelegentem na wielu polskich i zagranicznych konferencjach, jurorem konkursów branżowych między innymi Golden Drum w Słowenii, Cristal Festival we Francji, Pravda Festival na Ukrainie, Mi:t&Links, Baltic Communication Awards na Łotwie. Prowadzi wykłady na Uniwersytecie Warszawskim, Uczelni Łazarskiego, Uniwersytecie SWPS. Zdobyła kilkadziesiąt polskich i międzynarodowych nagród i wyróżnień, między innymi SABRE Award, European Excellence Award, IPRA Golden World Award, Golden Drum, Złote Spinacze, Kampania Społeczna Roku, Creative for Good by the World Economic Forum's Global Agenda Council. Doradzała lub tworzyła strategie komunikacji polskich i globalnych marek w wielu sektorach i rynkach, zarządzała projektami o milionowych budżetach. Współpracowała m.in. z największymi firmami z branży FMCG, takimi jak P&G, Coca-Cola, LVMH, Pernod Ricard, Carlsberg, Unilever, Reckitt Benckiser i Nivea Beiersdorf. Do jej klientów należą między innymi Netflix, Amazon, Volvo, Adidas, UEFA, Discovery, GSK, Sanofi. Z obecną firmą związana jest od 2010 r., przeszła szczyble kariery od szefowej działu do dyrektor zarządzającej MSL. Członkini zarządu, od września 2015 r. pracuje w europejskich strukturach MSLGROUP, gdzie odpowiada za rozwój biznesu w regionie Europy Środkowo-Wschodniej.

**Sebastian Bykowski – wiceprezes zarządu, dyrektor generalny, PRESS-SERVICE Monitoring Mediów**

Zarządza największą w Polsce firmą zajmującą się kompleksowym monitoringiem mediów i analizami medialnymi, jedną z największych firm w Europie w tej branży, nagrodzoną tytułem Gazeli Biznesu 2011 i 2015. Współtwórca i przewodniczący rady nadzorczej CafeNews S.A., doradca i konsultant. Absolwent Politechniki Poznańskiej na kierunku Zarządzanie i Marketing oraz Akademii Ekonomicznej w Poznaniu na kierunku Prawo Gospodarcze. Budował pierwszą w Polsce firmę analityczną Media Navigator, zajmującą się nowoczesnym podejściem do raportowania w media relations. Stale uczestniczy w tworzeniu i rozwijaniu analiz oraz metod pomiaru efektów działań media relations. Prowadzi prezentacje na kongresach, konferencjach i warsztatach związanych z tematyką PR, zarządzania, mediów, sportu, marketingu. Uhonorowany przez organizatorów Kongresu PR w Rzeszowie wyróżnieniem za zasługi na rzecz rozwoju nauki i praktyki public relations. Z pasją i zaangażowaniem wykladał tematy związane z monitoringiem mediów, zarządzaniem informacją oraz zmianami na rynku mediów na wielu uniwersytetach i uczelniach niepublicznych w całej Polsce. Współautor opracowań i publikacji naukowych z dziedziny marketingu sportowego, public relations, zarządzania, w tym m.in. „Leksykonu Public Relations”, „Badania i pomiar efektów w public relations”, „Organizacje i idee – komunikowanie się w przestrzeni tradycyjnych i nowych mediów” oraz „Pierwsze ćwierćwiecze. 25 lat public relations w Polsce”.

**Paweł Bylicki – CEO, Public Dialog**

Absolwent Wydziału Dziennikarstwa i Nauk Politycznych Uniwersytetu Warszawskiego na specjalizacji Marketing Polityczny i Public Relations. Członek Polskiego Stowarzyszenia Public Relations. Członek International Branding Association (IBA). Posiada kilkunastoletnie doświadczenie w PR. Specjalizuje się w komunikacji korporacyjnej oraz pozycjonowania firm na rynku. Autor książki: „Marka korporacyjna i jej komunikacja. Przewodnik po teorii i praktyce” (2018). Teoretyk i praktyk, prowadzi szkolenia w zakresie zasad współpracy z mediami i wystąpień publicznych, wykładowca na Uniwersytecie Warszawskim, w Szkole Strategii Marki oraz Collegium Civitas. Juror w międzynarodowym konkursie POTY (Project of the year by IPRN), Stevie Awards (2016), a także Złotych Spinaczy (Związek Firm Public Relations). Od 2010 r. CEO w agencji Public Dialog, gdzie współtworzył i zarządzał ponad 100 projektami z zakresu PR. Doradzał Zarządom polskich oddziałów 5 firm z listy FORTUNE 500. Współtwórca pierwszego w Polsce badania na temat „Roli komunikacji korporacyjnej”, przeprowadzonego wśród największych polskich i międzynarodowych firm (250+), jak również „Fake news z perspektywy polskich dziennikarzy”. Nadzorowane projekty zdobywały liczne polskie i międzynarodowe nagrody w tym: Złote Spinacze, Magellan Awards, Mercure Excellence Awards, POTY, Stevie Awards, SABRE i IPRA (finalists).

NAJLEPSI Z NAJLEPSZYCH

**Mateusz Czech – marketing manager, Brand24**

Autor bloga mateuszczech.pl, gdzie dzieli się swoją wiedzą z zakresu social media. Zawodowo związany z Brand24. Praktyk, który pracował w e-commerce, startupach technologicznych. Obecnie współpracuje z klientami z różnego segmentu wspierając ich działania marketingowe. Od ponad 5 miesięcy rozwija kanał komunikacji z wykorzystaniem chatbota – Prasówkę zSieci, która dostarcza codzienne wiadomości z zakresu marketingu. Tworzy cykl o chatbotach dla Marketer+. Prywatnie zagorzały fan marki Apple.

**Jakub Józwicki – influencers relationship manager, Leo Burnett Group**

Dziennikarz, bloger, ekspert w dziedzinie komunikacji i content marketingu. Posiada kilkunastoletnie doświadczenie w Public Relations i budowaniu komunikacji internetowej dla marek z segmentu fashion & beauty oraz dla firm budujących komunikację w obszarach lifestyle. Przez wiele lat pracownik czołowych wydawnictw w Polsce, gdzie odpowiadał za działania redakcyjne i komunikację marketingową. Ekspert ds. content marketingu i relacji z influencerami w tytułach wydawnictwa Burda oraz serwisów internetowych wchodzących w skład grupy Infor. Twórca i redaktor jednego z najpopularniejszych blogów o warszawie: WaszaWawa.pl. Absolwent nauk politycznych w Wyższej Szkole Zarządzania i Finansów we Wrocławiu oraz Wyższej Szkoły Oficerskiej w Dęblinie.

**Tomasz Kaczyński – partner w praktyce Life Sciences, kancelaria Domański Zakrzewski Palinka**

Specjalizuje się w zakresie prawa farmaceutycznego – od rejestracji produktów, przez kwestie refundacyjne, zagadnienia wytwarzania i dystrybucji, po prawo reklamy i regulacje badań klinicznych – w szczególności koncentruje się na tworzeniu struktur dystrybucyjnych na rynku farmaceutycznym. Świadczy doradztwo ponad 40 przedsiębiorcom funkcjonującym na rynku farmaceutycznym oraz kosmetycznym, w tym producentom, dystrybutorom i sieciom aptek. Doradza w zakresie przeciwdziałania porozumieniom antykonkurencyjnym i nadużyciu pozycji dominującej, prawa ochrony konsumentów, a także zwalczania nieuczciwej konkurencji, zarówno na etapie przedsądowym, jak i sądowym. Specjalizuje się w prawie żywnościowym, w szczególności regulacji dotyczących FSMP oraz suplementów diety. Jego doświadczenie obejmuje również doradztwo z zakresu regulacji rynku paszowego oraz żywności genetycznie modyfikowanej, a także udział w postępowaniach kontrolnych na rynku rolno-spożywczym. Przed dołączeniem do DZP zajmował się zagadnieniami ochrony zdrowia publicznego w organach administracji terytorialnej, gdzie odpowiadał m.in. za restrukturyzację publicznych zakładów opieki zdrowotnej na terenie Województwa Mazowieckiego.

**Jacek Kotarbiński – ekspert w zakresie marketingu, kotarbinski.com**

Ekonomista, uznany autorytet i międzynarodowy ekspert w zakresie marketingu, rozwoju innowacji i zarządzania sprzedażą. Od 1990 r. skutecznie i praktycznie wspiera przedsiębiorstwa w zakresie rozwoju ich konkurencyjności. Autor bestsellerowej Sztuki Rynkologii. Keynote konferencji branżowych, trener biznesu, doradca i mentor innowacyjnych firm oraz startupów. Międzynarodowy ekspert shopper marketingu. Felietonista „Forbes Polska”, członek Rady Programowej Forum IAB Poland, członek jury Superbrands Poland, PRCH Retail Awards, POPAI Poland Awards. Laureat konkursu Blog Roku 2012 Onet.pl, w kategorii „Blogi profesjonalne i firmowe”. Bloger „Harvard Business Review Polska”. Konsultant zarządów wielu przedsiębiorstw. General Manager POPAI Poland The Global Association for Marketing at-Retail. Jego e-book „Sztuka marketingu” stał się bestsellerem iTunes w kategorii „Biznes”, podobnie jak „Druga Sztuka Marketingu” i „Trzecia Sztuka Marketingu”. Studiował ekonomię i zarządzanie w Niemczech, Austrii i Polsce. Wykładowca Questus/Chartered Institute of Marketing, Akademii Leona Koźmińskiego, Wyższej Szkoły Bankowej, Uniwersytetu Gdańskiego. Autor publikacji w „Marketingu w Praktyce” i „Marketer Plus”. Pomysłodawca i twórca fanpage „Bareizmy Wiecznie Żywe”. Autor Bloga o Sztuce Marketingu kotarbinski.com

Paweł Mercz – Dyrektor Kreatywny, Agencja Reklamowa Publicis

Od niemal 20 lat związany z agencją reklamową Publicis, najpierw jako junior copywriter, później copywriter pełną gębą i szeroko otwartymi oczami, gdy obserwował, jak jego pomysły dla Coca-Coli, British Airways, HP, Renault, TP S.A. czy Winiar nie dość, że w ogóle powstały, to jeszcze znajdują uznanie wśród kolegów z branży (nagrody i wyróżnienia KTR x 5, Effie x 6, Golden Drum x 3). Na krótko wpadł do Ogilvy & Mather (m.in. Canal+, Cyfra+, Ford, Millennium, Bank BZ WBK, Biedronka, Greenpeace), ale wrócił do macierzy i od 2012 roku szefuje Działowi Kreatywności Publicis. Seryjny ojciec. Daleki znajomy żony Chucka Norrisa. Ulubione serie w tym sezonie: „Homecoming”, „Better Call Saul” i „Narcos Mexico”.

NAJLEPSI Z NAJLEPSZYCH

**Anna Miotk – dyrektor ds. komunikacji, Polskie Badania Internetu**

Od 2014 r. jest dyrektorem ds. komunikacji w firmie Polskie Badania Internetu. Równocześnie pracuje jako nauczyciel akademicki w Instytucie Dziennikarstwa i Edukacji Medialnej UKSW. Jej doświadczenia zawodowe obejmują też kierowanie rozwojem systemu monitoringu mediów oraz konsulting PR. Doktor nauk humanistycznych w zakresie nauki o polityce, wcześniej ukończyła studia magisterskie z socjologii na Uniwersytecie Gdańskim. Trenerka biznesu, prowadzi szkolenia z zakresu marketingu i PR. Autorka książek „Badania w public relations”, „Skuteczne social media”, „Nowy PR”, licznych publikacji w mediach branżowych oraz bloga www.annamiotk.pl.

**Paweł Modzelewski – head of strategy, 24/7 Communication**

Kieruje działem Strategy & Creative, którego celem jest dostarczanie skutecznych rozwiązań komunikacyjnych. Odpowiada za tworzenie strategii dla obecnych klientów oraz przy procesach nowobiznesowych. Wspiera zespoły w wykorzystaniu nowych narzędzi oraz kanałów opartych o rozwiązania cyfrowe. Ma za sobą 9 lat doświadczenia przy tworzeniu innowacyjnych rozwiązań komunikacyjnych – głównie opartych o kanały cyfrowe. Współtworzył strategię dla takich marek jak: Wedel, McDonald's, Orange, Coca-Cola, Milka, T-Mobile, Samsung, Crunchips. Wiele z nich nagrodzonych zostało w konkursach branżowych. Autor licznych publikacji na temat zintegrowanej komunikacji marketingowej oraz roli public relations w strategii firm. Prywatnie mąż, ojciec, czytelnik i podróżnik. Entuzjasta dziwnej muzyki, snowboardu, deskorolki oraz jazdy po lesie na rowerze (przy dźwiękach dziwnej muzyki).

**Szymon Słowik – inbound marketer/management, TAKAOTO**

Marketer specjalizujący się w dziedzinie optymalizacji i pozycjonowania stron w Google. Bloger piszący na takaoto.pro, szymonslowik.pl, a także autor publikacji w wiodących tytułach branżowych. Współautor książki „Projektowanie strategii marki” pod red. Macieja Testawskiego. Wykładowca dwóch kierunków studiów podyplomowych na AGH w Krakowie. Trener, prelegent, konsultant. Współzałożyciel butikowej agencji Takaoto specjalizującej się w tematyce audytów SEO i UX oraz pozycjonowania serwisów internetowych.

**Michał Szuldrzyński – zastępca redaktora naczelnego, dziennik „Rzeczpospolita”**

Dziennikarz i publicysta. Absolwent filozofii na Uniwersytecie Jagiellońskim. I zastępca redaktora naczelnego dziennika „Rzeczpospolita”, szef weekendowego magazynu „Plus Minus”. W „Rzeczpospolitej” pracuje od 2008 r., najpierw jako zastępca, a potem szef działu krajowego. Prowadził programy publicystyczne w TVP Info oraz Polsat News. W latach 2006–2008 był redaktorem naczelnym „Nowego Państwa”. Wcześniej Był w gronie założycieli kwartalnika Klubu Jagiellońskiego „Pressje”. Zdobywca nagrody Grand Press 2016 w kategorii publicystyka. W 2016 nominowany również do nagrody Radia Żeł im. Andrzeja Woyciechowskiego, oraz do nagrody Kisiela. Ojciec czterech córek.

TERMIN I MIEJSCE WYDARZENIA:

**29–30 listopada 2018 r., siedziba Dziennika „Rzeczpospolita”,
Prosta Office Center, ul. Prosta 51, Warszawa**

Nazwa Firmy / Osoba fizyczna: NIP:.....

ulica, nr domu, nr lokalu: Miejscowość / Kod pocztowy:

Telefon: Faks: e-mail:.....

- Wyrażam zgodę na przesyłanie przez Gremi Media SA z siedzibą w Warszawie, ul. Prosta 51, na udostępniony przeze mnie adres poczty elektronicznej i numer telefonu informacji handlowych w rozumieniu ustawy z dnia 18 lipca 2002 r. o świadczeniu usług drogą elektroniczną. W każdym momencie przysługuje mi prawo do odwołania powyższej zgody.
- Wyrażam zgodę na przekazanie moich danych osobowych, w tym adresu poczty elektronicznej i telefonu spółkom powiązanim z Gremi Media SA z siedzibą w Warszawie, ul. Prosta 51, oraz partnerom wydarzeń na przetwarzanie ich przez w/w podmioty w celu marketingu bezpośredniego ich produktów lub usług oraz w celu przesyłania informacji handlowych w rozumieniu ustawy z dnia 18 lipca 2002 r. o świadczeniu usług drogą elektroniczną. W każdym momencie przysługuje mi prawo do odwołania powyższej zgody.
- Przyjmuję do wiadomości, że moje dane osobowe umieszczone zostają w bazie danych administratora danych tj. Gremi Media SA z siedzibą w Warszawie, ul. Prosta 51, i mogą być przetwarzane w celu wykonania zawartej ze mną umowy oraz w celu marketingu bezpośredniego własnych produktów lub usług administratora danych. Jednocześnie przyjmuję do wiadomości, że podanie przeze mnie danych jest dobrowolne i przysługuje mi prawo wglądu do swoich danych, ich poprawiania oraz usunięcia z bazy.
- Akceptuję regulamin wydarzenia.

DANE UCZESTNIKA/UCZESTNIKÓW:

Imię i nazwisko: Stanowisko:

e-mail: Telefon:

Imię i nazwisko: Stanowisko:

e-mail: Telefon:

CENA:

1950 zł/os + 23% VAT przy zgłoszeniu do 13 listopada 2018 r.

2350 zł/os + 23% VAT przy zgłoszeniu od 14 listopada 2018 r.

Cena obejmuje: udział w dwudniowym forum, materiały, lunch, przerwy kawowe.

UWAGI:

WARUNKI ZGŁOSZENIA:

- Warunkiem zgłoszenia udziału w usłudze edukacyjnej jest przesłanie wypełnionego formularza rejestracyjnego na stronie www.konferencje.rp.pl, e-mailem pod adres agnieszka.dziamalek@rp.pl (dalej „Zgłoszenie”) oraz otrzymanie e-mailowego potwierdzenia o uczestnictwie w usłudze edukacyjnej.
- Przesłane Uczestnikowi przez Organizatora potwierdzenie Zgłoszenia równoznaczne jest z zawarciem umowy o świadczenie usługi edukacyjnej, stanowi warunek dopuszczenia do usługi edukacyjnej oraz podstawę do obciążenia Uczestnika opłatą za usługę.
- Wpłaty należy dokonać w terminie 14 (czternastu) dni od daty otrzymania wezwania do dokonania płatności za udział w usłudze edukacyjnej, nie później jednak niż 2 (dwa) dni przed jej rozpoczęciem. Wpłaty należy dokonać na rachunek:
Gremi Media S.A. ul. Prosta 51, 00-838 Warszawa
Ing Bank Śląski S.A. 14 1050 1025 1000 0090 3096 4259
Niedokonanie wpłaty we wskazanym terminie nie jest jednoznaczne z rezygnacją Uczestnika z udziału w usłudze edukacyjnej.
- Uczestnik jest uprawniony do rezygnacji z usługi edukacyjnej na następujących zasadach:
 - rezygnacja winna zostać złożona na piśmie i przesłana Organizatorowi w trybie wskazanym w ust. 1;
 - w przypadku doręczenia rezygnacji w terminie co najmniej 21 (dwudziestu jeden) dni przed jej rozpoczęciem Organizator obciąża Uczestnika opłatą administracyjną w wysokości 400 zł +23% VAT;
 - w przypadku doręczenia rezygnacji w terminie krótszym niż 21 (dwadzieścia jeden) dni przed jej rozpoczęciem, Uczestnik zobowiązany jest do zapłaty pełnych kosztów uczestnictwa w usłudze edukacyjnej (100% ceny) wynikających z zawartej umowy.
- W przypadku nieodwołania zgłoszenia uczestnictwa oraz niewzięcia udziału w wydarzeniu, zgłaszający Uczestnik zobowiązany jest do zapłaty pełnych kosztów uczestnictwa w usłudze edukacyjnej (100% ceny) wynikających z zawartej umowy.
- W przypadku gdyby usługa edukacyjna nie odbyła się z powodów niezależnych od Organizatora, Uczestnikowi zostanie zaproponowany, według uznania Organizatora, udział w usłudze edukacyjnej w innym terminie lub w ciągu 14 dni roboczych zostanie zwrócona pełna kwota wpłaty.
- Dokonanie Zgłoszenia jest równoznaczne z akceptacją niniejszych warunków oraz akceptacją warunków Regulaminu i upoważnieniem Organizatora do wystawienia faktury VAT bez składania podpisu przez Uczestnika albo osobę upoważnioną ze strony zgłaszającego Uczestnika.
- Organizator zastrzega sobie prawo do wprowadzania zmian dot. programu, prelegentów oraz do odwołania wydarzenia.

miejscowość, data i podpis	pieczęć firmy