

Program XVIII Konferencji
Stowarzyszenia PR i Promocji Uczelni Polskich
organizowanej wspólnie z Uniwersytetem im. Adama Mickiewicza w Poznaniu
„Marketing uczelni w otoczeniu biznesowym”
Warsztaty dla służb prasowych i promocyjnych
Opalenica, 15-18 stycznia 2012 r.

Tematy proponowane uczestnikom warsztatów:

- 1. EUPRIO –great oppoportunity for sharing experience. Paolo Pomati, President.** Kierujący stowarzyszeniem rzeczników i szefów promocji uczelni europejskich przedstawi korzyści, jakie dla polskich specjalistów mogą wynikać z uczestniczenia w pracach w tej organizacji. Jak do tej pory z członkostwa korzysta zaledwie sześć uczelni – UW, UAM, SGH, SWPS, UE Poznań i UE Wrocław.
- 2. Zamówienia publiczne w zakupie mediów. Patrycja Kańduła, Kancelaria Adwokacka sp. k. Wojcieszak, Basiński i Wspólnicy, Poznań.** Zakup mediów dla potrzeb marketingowych podlega na uczelniach publicznych ustawie o zamówienia publicznych, generując równocześnie wiele nieporozumień. Warsztat pozwoli ustalić podstawowe zasady.
- 3. Lobbying jako wywieranie wpływu na proces decyzyjny oraz trwały i istotny element każdej demokracji. Jerzy M. Majewski, adwokat i lobbysta, Poznań.** Jeden z najlepszych w kraju specjalistów spróbuje rozwiązać nieporozumienia wokół istoty lobbyngu i przybliżyć uczestnikom pewne fundamentalne techniki.
- 4. Media relations - prasa, radio i telewizja. Dr Beata Czechowska-Derkacz, rzecznik prasowy Uniwersytetu Gdańskiego.** W dobie tabloidydujących się mediów uczelnie coraz częściej stają w obliczu populistycznych i „podkręconych” materiałów dziennikarskich. Jak utrzymać korzystny wizerunek u opinii publicznej w takiej rzeczywistości?
- 5. Media relations w nowych mediach. Michał Bonarowski, dziennikarz i blogger, Warszawa.** Nowe media to już nie tylko duże portale informacyjne, to także blogi, informacja dystrybuowana w mediach społecznościowych i w mobilnym internecie. Czy uczelnia może/powinna/musi posługiwać się tymi narzędziami?
- 6. Uczelniany savoir-vivre a protokół dyplomatyczny. Dr Magdalena Lorenc, Zakład Stosunków Międzynarodowych Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu.** Coraz szersze międzynarodowe relacje naszych uczelni wymagają upowszechnienia – zwłaszcza wśród służb prasowych i promocyjnych – wiedzy i umiejętności związanych z protokołem dyplomatycznym.
- 7. Podstawowe zadania Corporate Identity uczelni. Anna Worosz, Stowarzyszenie PRom Rzeszów.** Zdecydowana większość uczelni w kraju posiada już i stosuje systemy identyfikacji wizualnej. Czy wykorzystują wszystkie wynikające z tego faktu możliwości i jakie korzyści płyną z posiadania wyrazistego logo.
- 8. Naukowiec-ekspert jako kluczowa postać przekazu medialnego. Dr Katarzyna Kuźniar-Żyłka, Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu.** W celu zinterpretowania otaczającej nas rzeczywistości oraz skomentowania bieżących wydarzeń media nagminnie już korzystają z fachowej wiedzy, ale i autorytetu pracowników naukowo-dydaktycznych uczelni. Czy jest możliwe świadome wykreowanie przez uczelnię z grona naukowców-ekspertów tzw. postaci medialnych, o które środki masowego przekazu będą zabiegać, a których wizerunek będzie działać także na korzyść uczelni?
- 9. Materiały marketingowe w zamówieniach publicznych okiem praktyka. Robert Wawrzeń, Osrodek Edukacyjny FORUM, Szczecin.** Uczelnie często borykają się z problemami przy tworzeniu charakterystyk i opisów wieloelementowych kampanii informacyjno-promocyjnych. Czy działy zamówień publicznych mogą stać się naszym sprzymierzeńcem przy zamawianiu np. publikacji drukowanych, fotografii, materiałów o nietypowej formie, reklamy wielkoformatowej, czy usług związanych z reklamą w Internecie, portalami i pocztą elektroniczną?

Patronat honorowy

Minister
Nauki i Szkolnictwa Wyższego
prof. dr hab. Barbara Kudrycka



Przewodnicząca KRASP
Prof. dr hab. Katarzyna
Chałasińska-Macukow



Partnerzy
Stowarzyszenia



Partnerzy
konferencji



XVIII Konferencja Stowarzyszenia PR i Promocji Uczelni Polskich „PRom” „Marketing uczelni w otoczeniu biznesowym”

Warsztaty dla służb prasowych i promocyjnych

Patronat honorowy

Minister
Nauki i Szkolnictwa Wyższego
prof. dr hab. Barbara Kudrycka



Przewodnicząca KRASP
Prof. dr hab. Katarzyna
Chałasińska-Macukow



Partnerzy Stowarzyszenia



Partnerzy konferencji



Biogramy prelegentów



Henryk Mruk

jest profesorem zwyczajnym w Katedrze Handlu Międzynarodowego na Wydziale Gospodarki Międzynarodowej Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu. Zainteresowania badawcze to marketing, badania zachowań konsumentów oraz ekonomia behawioralna i przywództwo. Od 1994 roku swoje zainteresowania badawcze koncentruje także na rynku farmaceutycznym. Opublikował ponad 900 pozycji zwartych i artykułowych. Wypromował ponad 400 magistrów oraz 26 doktorów.



Paolo Pomati

Dyrektor Biura Prasowego i Public Relations Uniwersytetu w Pemoncie. Od 2008 roku jest prezydentem European Universities Public Relations & Information Officers Association – stowarzyszenia rzeczników prasowych uniwersytetów europejskich, utworzonego w Brukseli w 1986 roku. Studiował na Uniwersytecie w Cambridge anglistykę i uzyskał dyplom ukończenia studiów public relations na Uniwersytecie w Nowym Jorku. Dziennikarz, nauczyciel akademicki i mistrz ceremonii wielu międzynarodowych wydarzeń.



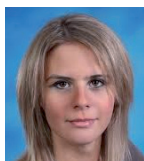
Beata Czechowska-Derkacz

Absolwentka Wydziału Humanistycznego Uniwersytetu Gdańskiego. Doktor nauk humanistycznych w zakresie literaturoznawstwa (praca doktorska dotycząca kreowania wizerunku w mediach). Autorka publikacji o rosnącej roli mediów w komunikacji społecznej. Wcześniej pracowała jako nauczyciel w szkole i redaktor naczelny wydawnictwa edukacyjnego oraz redaktor prowadzący serii książek edukacyjnych. Dziennikarz z wieloletnim doświadczeniem. Od 2003 roku rzecznik prasowy Uniwersytetu Gdańskiego. Nauczyciel akademicki, prowadzący zajęcia z zakresu public relations, polskiego systemu medialnego, źródeł informacji dziennikarskich oraz szkolenia i warsztaty dotyczące PR i pracy rzecznika prasowego.



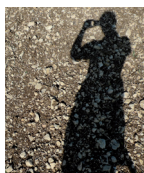
Patrycja Kańduła

aplikant adwokacki reprezentujący Kancelarię Wojcieszak, Basiński i Wspólnicy Kancelaria Adwokacka Sp. k.



Katarzyna Kuźniar-Żyłka

doktor nauk ekonomicznych, wykładowca makroekonomii, gospodarowania kapitałem ludzkim oraz media-relations, autorka kilkudziesięciu artykułów naukowych, a ponadto dziennikarz radiowy i wiceprzewodnicząca Rady Nadzorczej Radia Wrocław S.A.



Magdalena Lorenc

Adiunkt na Wydziale Nauk Politycznych i Dziennikarstwa UAM w Poznaniu, ekspert i organizatorka szkoleń z dziedziny protokołu dyplomatycznego, autorka tekstów publicystycznych poświęconych etykietce.

Patronat honorowy

Minister
Nauki i Szkolnictwa Wyższego
prof. dr hab. Barbara Kudrycka



Przewodnicząca KRASP
Prof. dr hab. Katarzyna
Chałasińska-Macukow



Partnerzy Stowarzyszenia



Partnerzy konferencji



Agnieszka Świątkowska

konsultant ds. klientów reprezentujący firmę AGORA S.A. w Warszawie, Oddział w Poznaniu. Odpowiedzialna za współpracę z klientami branży edukacja w zakresie kampanii reklamowych.



Anna Worosz

Starszy redaktor Oficyny Wydawniczej Politechniki Rzeszowskiej, redaktor „Gazety Politechniki” oraz materiałów informacyjnych i promocyjnych uczelni. Do 2010 roku rzecznik prasowy uczelni oraz współtwórca strategii kreowania wizerunku uczelni, koordynator akcji informacyjno- promocyjnych, targów edukacyjnych oraz imprez uczelnianych. Członek zespołu opracowującego System Identyfikacji Wizualnej PRz.

Pomysłodawca i inicjator szkoleń dla pracowników uczelni z zakresu sposobu prezentacji oraz stoisk wystawienniczych, a także wielu corocznych imprez współorganizowanych, m.in. z Urzędem Miasta Rzeszowa.



Michał Bonarowski

Wcześniej dziennikarz, obecnie specjalista komunikowania w Internecie. Pracował od początku lat 90 w mediach tradycyjnych, a następnie w elektronicznych, szczególnie wykorzystujących internet jako platformę dotarcia do odbiorców. Współtwórca pierwszych wydań prasy papierowej w Internecie i pierwszych serwisów informacyjnych. Pracował m.in. dla mediów i wydawców, takich jak: Gazeta Bankowa, Businessman Magazine,

Tygodnik Polityka, TVP2, Infor, Onet.pl, IDG, Presspublica, Polska Agencja Prasowa. Współtworzył linię programową mediów interaktywnych; aktywnie uczestniczył w tworzeniu serwisów internetowych na pograniczu informacji, rozrywki i mediów społecznościowych. Obecnie doradza funduszom inwestującym w start-upy oraz zajmuje się komunikacją zintegrowaną poza branżą medialną. Członek ISOC oraz Polskiego Stowarzyszenia Public Relations.



Jerzy M. Majewski

Ukończył studia na Wydziale Prawa Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu. Po studiach podjął pracę asystenta w Zakładzie Teorii Państwa i Prawa UAM. Pracując pod naukowym kierunkiem profesorów Janusza Romuła i Zygmunta Ziemińskiego zajmował się teorią norm prawnych i teorią wykładni. Jednocześnie od roku 1976 związał się z praktyką odbywając aplikację sądową i arbitrażową w Sądzie Wojewódzkim

w Poznaniu oraz w Państwowym Arbitrażu Gospodarczym w Poznaniu; uzyskując uprawnienia do bycia sędzią i radcą prawnym. W roku 2007 Jerzy M. Majewski zaprzestał osobistego wykonywania zawodu adwokata, (pozostając jednak adwokatem i członkiem Wielkopolskiej Izby Adwokackiej). W tym czasie rozpoczął prowadzenie portalu internetowego o charakterze polityczno-prawnym MacLawyer. Sukces portalu przyczynił się do decyzji o wznowieniu działalności prawniczej w formie kancelarii zajmującej się lobbingiem i analizami legislacyjnymi.



Robert Wawrzeń

Absolwent Uniwersytetu Jagiellońskiego w Krakowie. Redaktor i szkoleniowiec, przez wiele lat związany z rynkiem poligrafii reklamowej. W przeszłości menedżer projektu i członek zarządu usługowej firmy poligraficzno-reklamowej we Wrocławiu. Organizuje i koordynuje projekty reklamowe związane z poligrafią. Z zamiłowania trener – szkoli osoby zatrudnione w działach marketingu i promocji w zakresie prawa autorskiego

w reklamie oraz w dziedzinie projektowania, redagowania i produkcji publikacji promocyjnych. Publikował artykuły merytoryczne w prasie branżowej.