

PROGRAM OGÓLNOPOLSKIEJ KONFERENCJI

9:00-9:15 – uroczyste rozpoczęcie konferencji

9:15-9:30 – ks. dr Zenon Hanas, UKSW
Specyficzne wyróżniki organizacji non profit i ich implikacje dla działań PR

9:30-9:45– ks. dr Wojciech Sadłoń, ISKK
Funkcje społeczne instytucji i organizacji trzeciego sektora w Polsce na podstawie badań statystycznych

9:45-10:00 – dr Ewa Jaska, dr Agnieszka Werenowska, SGGW
Determinanty skutecznych działań PR w kreowaniu wizerunku organizacji pozarządowej

10:00-10:15 – dr Anna Miotk, UW
Nowoczesne narzędzia analityczne wspierające działania PR w instytucjach niekomercyjnych

10:15-10:30 – dr Marek Robak, UKSW
Szybko - mądrze - trafnie. Jak analityka internetowa usprawnia komunikację

10:30-10:45 – mgr Paweł Poleński – Oxford University
Bezpieczeństwo informacji w sieci

10:45-11.00 - dr Tomasz Płonkowski, KPSW
Ocena skuteczności działań public relations instytucji niekomercyjnych – ujęcie modelowe

11.00-11.15 - prof. dr hab. UKSW Monika Przybysz, Aleksandra Karpińska, UKSW
Strategia komunikacyjna Fundacji Misericors jako przykład nowoczesnej komunikacji w internecie

Przerwa na kawę 11:15-11:45

11:45-12:00 dr Victor Khroul – Uniwersytet im. Łomonosowa w Moskwie
Catholic Presence in Russian Public Sphere: Self-silencing and PR Consequences

12:00-12.15 – Tomasz Machałowski, Anna Ostrowska, Newton Media
Monitoring mediów dla instytucji niekomercyjnych w świetle nowelizacji ustawy o prawie autorskim

12:15-12:30 – mgr Małgorzata Posyłek, UP w Krakowie
Polityczny wymiar dyskursu medialnego stowarzyszenia i fundacji „Rzecznik praw rodziców”

12:30-12:45 – mgr Danuta Kalinowska, UWM
Public relations w kształtowaniu wizerunku publicznego szkolnictwa na poziomie szkół średnich i gimnazjów

12:45-13:00 – lic. Natalia Grodecka, UW
Analiza światowego sukcesu bezbudżetowej kampanii społecznej "Po psu ta moda" opartej na polskojęzycznej komunikacji marketingowej

13:00-13.15 – dr Klaudia Cymanow-Sosin, UPJPiI
Wykorzystanie narzędzi public relations w budowaniu wizerunku instytucji niekomercyjnej na przykładzie uczelni kościelnej

13:15-13:30 – dr Karolina Świrska-Czałbowska, Wszechnica Polska
Wizerunek Polski i Polaków w krajach Europy na tle uwarunkowań wschodniego rozszerzenia

13.30-13.45 – Agata Paluch, UP; Mateusz Jaguś, UMCS
Public relations a tworzenie wizerunku uczelni publicznej

Przerwa na obiad 13:45-14:15

14:15-14:30 – mgr Małgorzata Górecka, UW
Rola public relations w społecznych organizacjach non-profit na przykładzie fundacji Krewniacy

14:30-14.45 – lic. Hanna Łozowska, UWM
Społeczność i działanie – przyszłość public relations w nowych mediach na przykładzie inicjatywy „Don't Tell Him”

14:45-15:00 – mgr Agnieszka Siarkiewicz, UKSW
Milestone Marketing, czyli o komunikacji rocznic

15.00-15:15 – mgr Anna Gawrońska-Piotrowska, UKSW
Public relations w mediach akademickich w Polsce na przykładzie rozgłośni uczelnianych

15:15-15:30 – mgr Tomasz Knecht, UKSW
„Stowarzyszenie Radzyńskie Forum” -
strategia otwartości komunikowania z grupami
otoczenia

**15:30-15:45 – mgr Mateusz Kot, UKSW
w Warszawie**

Postrzeganie przez Polaków finansowania
organizacji pozarządowych oraz ewentualnego
pobierania wynagrodzenia przez ich członków

Przerwa na kawę 15:45-16:00

16:00-16:15 - mgr Ewelina Dogońska, UKSW

Komunikacja z (nie)pełnosprawnym odbiorcą
na przykładzie wybranych kampanii
społecznych „Integracji”

16:15-16:30 – Katarzyna Miętus, UKSW

Innowacyjne mechanizmy pomocowe budujące
wizerunek instytucji na przykładzie
Stowarzyszenia Wiosna – Szlachetna Paczka
oraz Akademia Przyszłości

16.30-16:45 - lic. Karolina Słojewska, UKSW

Kampania społeczna „Cała Polska Myje Ręce”
jako przykład niekomercyjnego projektu w
mediach społecznościowych

16.45-17:00 – lic. Ewa Smerecka, UKSW

Fundraising w public relations instytucji
niekomercyjnych

17:00-17:15 – mgr Izabela Bogdanowicz, UW

Public relations w NGO z Nowej Zelandii –
koncepcja działań w Polsce (refleksje praktyka)

**17:15-17:30 – mgr lic. Marta Brzezińska-
Waleszczyk, UKSW**

Jak zwiększyć skuteczność organizacji non
profit, korzystając z narzędzi social media?
Case studies na podstawie wybranych fundacji
katolickich

**17:30-17.45 – mgr Karolina Podlewska,
UKSW**

Copywriter w służbie Słowa. Teksty PR jako
narzędzie kształtowania wizerunku fundacji
popularyzujących wiarę i wartości
chrześcijańskie w Polsce

Zakończenie konferencji 17:45

kontakt:

prof. UKSW dr hab. Monika Przybysz
uksw@op.pl
+503 858 468



**PROGRAM
OGÓLNOPOLSKIEJ KONFERENCJI**

**„PUBLIC RELATIONS W
INSTYTUCJACH
NIEKOMERCYJNYCH”**

organizowanej przez

**Katedrę Public Relations
i Komunikacji Marketingowej
w Instytucie Edukacji Medialnej
pui Dziennikarstwa UKSW w Warszawie**

oraz

**Koło Naukowe
Public Relations w Social Media**

w ramach cyklu

„Warszawskie Dni Medialne”

**12 LISTOPADA 2015 r.
AULA JANA PAWŁA II**

**nowy budynek (poziom 0)
Uniwersytet Kardynała Stefana
Wyszyńskiego w Warszawie**