

PRELEGENCI FESTIWALU PROMOCJI WARMII I MAZUR 2012



ADAM MIKOŁAJCZYK

Prezes Zarządu BEST PLACE - Europejskiego Instytutu Marketingu Miejsc. Międzynarodowy ekspert marketingu terytorialnego, pasjonat branding, dziennikarz. Absolwent Uniwersytetu Łódzkiego na kierunku Gospodarka Przestrzenna – Zarządzanie Miastem i Regionem, student The Chartered Institute of Marketing (Londyn/Warszawa) oraz Stonebridge Associated College. Jako konsultant w Polskiej Agencji Rozwoju Turystyki w latach 2001-2003 był współtwórcą pierwszych strategii marketingowych dla miast i regionów w Polsce. Przez ostatnie lata pełnił funkcję Redaktora Prowadzącego i Dyrektora Zarządzającego „Brief for Poland” – pierwszej w Polsce, specjalnej platformy medialno-consultingowej z zakresu marketingu miejsc. W ramach tej działalności pomysłodawca wielu nowatorskich przedsięwzięć edukacyjnych dla branży. Współorganizator Festiwalu Reklamy ‘Ad Days’ w Łodzi. Autor licznych publikacji dot. marketingu terytorialnego. Wykładowca studiów podyplomowych Uniwersytetu Warszawskiego „Marketing Terytorialny – promocja rozwoju regionów i miast”. Członek Jury wielu konkursów, m.in. Konkursu KTR, na najlepszy produkt turystyczny (Konkurs Polskiej Organizacji Turystycznej) i najlepsze wydawnictwo promocyjne (Konkurs ‘Złote Formaty’). Prelegent na kilkudziesięciu konferencjach w Polsce i za granicą. Zaangażowany przez British Council do międzynarodowego grona ekspertów ‘City Idea Bakers’. Dwukrotny laureat wyróżnienia w konkursie im. Mieczysława Orłowicza na najlepsze materiały prasowe i telewizyjne promujące polską turystykę.



JAROSŁAW GÓRSKI

Członek Zarządu BEST PLACE - Europejskiego Instytutu Marketingu Miejsc. Doktorant na Wydziale Nauk Ekonomicznych Uniwersytetu Warszawskiego; absolwent studiów ekonomicznych oraz menedżerskich na UW. Doradca prezesa Fundacji Polskiego Godła Promocyjnego, ekspert gospodarczy Instytutu Sobieskiego, członek Towarzystwa Ekonomistów Polskich. Specjalizuje się w marketingu terytorialnym: prowadzi badania naukowe w tym obszarze (przygotowuje rozprawę doktorską na temat znaczenia marketingu narodowego dla gospodarczej konkurencyjności kraju); wykłada przedmioty związane z ekonomią i marketingiem. Inicjator i wykładowca pierwszych w Polsce studiów podyplomowych nt. marketingu terytorialnego (WNE UW) oraz Konkursu „Teraz Polska Promocja” na najlepszą pracę magisterską dotyczącą promocji Polski. Trener i konsultant, doradca i szkoli pracowników jednostek samorządu terytorialnego w tematyce marketingu miejsc. Autor licznych publikacji naukowych, ekspertyz, wystąpień na konferencjach i komentarzy eksperckich dla mediów, członek gremiów konkursowych i komisji oceny projektów (m.in. Ministerstwo Gospodarki, Klub Twórców Reklamy) w obszarze marketingu terytorialnego.



dr MAGDALENA FLOREK

Wykładowca na Uniwersytecie Ekonomicznym w Poznaniu. Współzałożyciel i członek zarządu Fundacji Best Place - Europejski Instytut Marketingu Miejsc. W latach 2006-2007 wykładowca na University of Otago w Nowej Zelandii. Prowadziła wykłady gościnne na Universidade do Algarve w Portugalii oraz IE Business School w Madrycie. Stypendystka Polsko-Amerykańskiej Fundacji Fulbrighta na Northwestern University i Kellogg School of Management w USA. Wykładowca studiów podyplomowych Uniwersytetu Warszawskiego „Marketing Terytorialny – promocja rozwoju regionów i miast”. Autorka pierwszego w Polsce podręcznika na temat marketingu terytorialnego. Autorka i współautorka książek oraz kilkudziesięciu publikacji polsko- i anglojęzycznych z zakresu marketingu terytorialnego, marki terytorialnej, promocji i wizerunku regionów. Prelegent na wielu krajowych i zagranicznych konferencjach. Członek The Institute of Place Management w Londynie oraz zespołu Place-Based Marketing w The Marketing in Asia Group oraz Place Branding Group w Nowej Zelandii. Konsultant z zakresu strategii marki i promocji miast i regionów. Członek Jury wielu konkursów na najlepsze projekty promocyjne dla miast i regionów.



RADOSŁAW ZAWADZKI

Dyrektor Departamentu Koordynacji Promocji Urzędu Marszałkowskiego Województwa Warmińsko-Mazurskiego. Absolwent Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego na kierunku Administracja, Podyplomowych Studiów Menedżerskich Szkoły Głównej Handlowej oraz Podyplomowych Studiów Marketing Terytorialny – Promocja Rozwoju Regionów i Miast Uniwersytetu Warszawskiego.

Odpowiedzialny za realizację kampanii promocyjnej „Mazury Cud Natury”, związanej z udziałem polskiego kandydata w światowym konkursie Fundacji New7Wonders na Siedem Nowych Cudów Natury. Kampania otrzymała liczne wyróżnienia w ramach: KTR (2010), Złotych Formatów (2010, 2011), Złotych Spinaczy (2011) i innych. Marka Mazury Cud Natury zdominowała w ostatnim czasie promocję regionu, stając się jego znakiem rozpoznawczym.



dr hab. ANDRZEJ BUSZKO, prof. UWM

Doktor habilitowany nauk ekonomicznych, profesor nadzwyczajny zatrudniony na Wydziale Nauk Ekonomicznych Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego w Olsztynie. Jest kierownikiem katedry Finansów i Bankowości. Ukończył studia w zakresie ekonomiki i organizacji handlu zagranicznego na Uniwersytecie Gdańskim oraz podyplomowe studia w Szkole Głównej Handlowej w dziedzinie eksportu budownictwa. Posiada długoletnią praktykę w kierowaniu krajowymi i zagranicznymi przedsiębiorstwami. Pracował m.in. w Budimexie, w ramach zadań Polimex-Cekopu był kierownikiem ds. finansowo-handlowych budowy w Iraku. W koncernie międzynarodowym Uponsor Oy pełnił funkcję prokurenta i dyrektora ds. handlowych. Odpowiadał za rozwój kontaktów m.in. na rynkach wschodnich (Rosja, Ukraina), w Europie Środkowo-wschodniej oraz państwach półwyspu Iberyjskiego. W latach 1992-1996 był konsulem handlowym RP w Hongkongu. Zainteresowania naukowe dotyczą głównie strategii zarządzania, analizy strategicznej, zasobów niematerialnych, rynków finansowych, uwarunkowań funkcjonowania międzynarodowego biznesu. Opublikował w czasopiśmie krajowych oraz zagranicznych 230 artykułów naukowych. Jest także autorem 6 książek.



TOMASZ SADZYŃSKI

Ukończył Wydział Prawa i Administracji Uniwersytetu Łódzkiego - pracę magisterską obronił w Katedrze Prawa Finansowego. W latach 1997-2000 pomagał rodzinie w prowadzeniu działalności gospodarczej. Pracował także w firmie marketingowej. Od 2003 roku zaczął pracę w Urzędzie Marszałkowskim w Łodzi, gdzie przeszedł wszystkie stopnie: od młodszego referenta aż po Sekretarza Województwa Łódzkiego. W Urzędzie Marszałkowskim był odpowiedzialny m.in. za wdrażanie systemu zarządzania jakością ISO 9001:2009, zarządzanie zespołem i ryzykiem oraz wprowadzenie podejścia procesowego w pracy instytucji. Był radnym Rady Miejskiej w Łodzi (2006-2010). W 2010 po raz drugi uzyskał mandat, tym razem z najlepszym wynikiem w Łodzi. Po nominacji premiera RP Donalda Tuska od lutego do grudnia 2010 pełnił funkcję Prezydenta Miasta Łodzi. Od 1 kwietnia 2011 roku do dziś jest prezesem Łódzkiej Specjalnej Strefy Ekonomicznej.



ANNA PROSZOWSKA-SALA

Dyrektor Zarządzająca Citybell Consulting, firmy specjalizującej się w doradztwie i realizacji projektów z zakresu zintegrowanej komunikacji on-line i off-line, w tym public relations i public affairs. Ceniony ekspert w zakresie promocji miast w kraju. Pomysłodawczyni i od 2007 roku Dyr. Programowym Festiwalu Promocji Miast i Regionów - największego i uznanego za najbardziej opiniotwórcze i prestiżowe wydarzenia dedykowanego promocji miejsc w Polsce. Wcześniej pełniła funkcję m.in. Public Affairs Director w Grupie Ströer oraz Account Director Działu Corporate and Public Affairs w Agencji Sigma International Poland. Posiada 12 - letnie doświadczenie w doradztwie komunikacyjnym. Doradzała i realizowała projekty komunikacyjne dla takich klientów, jak: ABB, PTE PZU SA, Kompania Piwowarska, Ströer Group, T-mobile, Polish Association of Branded Goods Manufacturers, Urząd Miasta w Gdańsku, Urząd Miasta Toruń, Miasto Poznań, Urząd Miasta Szczecina, Urząd Marszałkowski Woj. Warmińsko-Mazurskiego, Urząd Marszałkowski Woj. Lubuskiego, Realizowane przez nią projekty zostały uhonorowane podczas

branżowych konkursów: Złoty Spinacz 2005 – Kategoria Brand PR Category, Złoty Spinacz 2005 – Kategoria Corporate PR, Złoty Spinacz 2008 – Kategoria Public Affairs/Lobbying, Złoty Spinacz-Nominacja 2011 – Kategoria PR miast i regionów. Wykładowca zagadnień PR na Uniwersytecie Jagiellońskim, Polish Open University oraz Wyższej Szkole Bankowej w Toruniu, Wyższej Szkole Finansów i Zarządzania w Warszawie. Juror w konkursie Złote Spinacze - na najlepsze kampanie PR w Polsce. Współautorka książki Promocja Miast - Nowa Perspektywa.



KACPER OSIECKI

Z wykształcenia psycholog, a zawodowo general manager w agencji badawczej labIOMETRICS, która jest liderem badań biometrycznych w Polsce. Bezpośrednio zaangażowany w rozwój metod badawczych opartych na najnowszych odkryciach z dziedziny psychologii, neurobiologii i neurokognitywistyki. W latach 2005 - 2007 współtworzył pierwszy w Centralnej Europie projekt neuromarketingowy ECM (Exploring Consumer Mind). Mówca na wielu konferencjach poświęconych nowoczesnym metodom badawczym mierzącym efektywność komunikacji marketingowej. W 2007 otrzymał nagrodę publiczności na corocznym kongresie PTBRiO, za wystąpienie o nowej generacji materiałów reklamowych w miejscu sprzedaży. Członek Neuromarketing Science & Business Association (NMSBA), ESOMAR and European Advertising Academy (EAA).



DYMITR ROMANOWSKI

CEO i współwłaściciel agencji digital brandingowej TheStory. Od 8 lat w branży marketingowej. Wraz z BNA pracował nad rebrandingiem BRE Banku, Sygma Banku. Był współodpowiedzialny za wdrożenie marki Floating Garden 2050 w Szczecinie. Promował w Internecie polsko-ukraińską kandydaturę UEFA EURO 2012 od 2005 do maja 2007 roku, za co został wyróżniony w konkursie Złote Spinacze i dostał nominację w „Oskarach” branży PR - IPRA Golden World Awards 2007. Przez 6 lat pracował w agencji PR Profile, gdzie budował portfolio agencji na rynkach wschodnich, zajmował się projektami z obszaru Digital PR i marketingu miejsc. Absolwent nauk politycznych na UAM w Poznaniu.



ARTUR OSIECKI

Dziennikarz działu ekonomicznego „Rzeczpospolitej”, w której pisze o funduszach unijnych. W latach 2006-2009 r. kierownik działu gospodarka i finanse w tygodniku samorządowym „Wspólnota”. Wcześniej (2004-2005) redaktor naczelny i zastępca redaktora naczelnego miesięcznika „Inwestycje Komunalne - Przegląd Zamówień Publicznych”. Autor kilkuset artykułów o funduszach unijnych, zamówieniach publicznych i finansach samorządów, w tym opracowania pod tytułem „Rola dotacji unijnych pod nazwą Paszport do eksportu we wspieraniu eksportu małych i średnich przedsiębiorstw”. Absolwent Wydziału Dziennikarstwa i Nauk Politycznych Uniwersytetu Warszawskiego oraz studiów podyplomowych z zakresu marketingu terytorialnego na Wydziale Nauk Ekonomicznych UW.



MATEUSZ OBAREK

Właściciel olsztyńskiego Studia Graficznego Gravite, dyrektor artystyczny warszawskiej agencji Redcomm. Absolwent studiów artystycznych (dyplom w Pracowni Projektowania Graficznego), należy do Stowarzyszenia Twórców Grafiki Użytkowej. Jego prace doceniły takie marki, jak: Carlsberg, Danone, Olympus i wiele innych. Laureat licznych nagród, spośród których najbardziej ceni sobie tytuł „Talent Roku 2010”, przyznany przez olsztyńską Fundację Środowisk Twórczych. Pasjonat marketingu miejsca, ma na koncie realizacje wizualne dla samorządów Olsztyna i województwa warmińsko-mazurskiego. Pracując dla miasta i regionu, inspirował się atrybutami szeroko pojętej tożsamości miejsca.



DARIUSZ MORSZTYN

Noszący indiańskie imię Biegnący Wilk. Jest on przede wszystkim ekologiem i propagatorem zdrowego stylu życia. Swoją działalność w tej dziedzinie rozpoczął przed 20 laty, kiedy założył Harcerski Ruch Ochrony Środowiska im. św. Franciszka z Asyżu. Zorganizował i uczestniczył w wielu krajowych akcjach ekologicznych, mających na celu ratowanie ginącego i niszczonego przez człowieka dziedzictwa przyrodniczego i kulturowego. To także wieloletni maszer, czyli człowiek powożący psimi zaprzęgami oraz biegacz długodystansowy. Twórca położonej w najbliższym rejonie Mazur „Republiki Ściborskiej”, w której znajduje się m.in. jedyne stałe muzeum północnych ludów tubylczych (muzeum „eskimoskie”) oraz propagator inicjatywy Dziki Mazury.



JOANNA WOLFF

Wicedyrektor Departamentu Rozwoju Regionalnego w Polskiej Agencji Informacji i Inwestycji Zagranicznych S.A.; wykładowca na licznych szkoleniach dla JST dotyczących zagadnień pozyskiwania i obsługi inwestorów zagranicznych; prelegent na wielu konferencjach międzynarodowych w kraju i za granicą, uczestnik rządowych delegacji i zagranicznych misji gospodarczych; uczestnik specjalistycznych szkoleń w zakresie promocji BIZ - w Hiszpanii, Irlandii, Wlk. Brytanii; ekspert UE w projekcie „Twinning Project with Ukraine” w latach 2009 – 2011; autorka artykułów dotyczących tematyki BIZ w prasie ogólnej i fachowej.



AGNIESZKA NOWAK

Właściciel agencji 2ba. Dla miast, powiatów, województw i regionów transgranicznych przygotowywała m.in.: strategie marki (Ustka, Szklarska Poręba, Bory Dolnośląskie, Ziemia Kłodzka), promocji (powiat nyski, Ziemia Kłodzka), turystyki (Racibórz, powiat ząbkowicki, nyski, Szklarska Poręba, LGD Qwsi), produktu turystycznego (Ziemia Kłodzka, powiat nyski, Racibórz, LGD Qwsi), sektorowe programy operacyjne (województwo zachodniopomorskie), badania turystów (województwo zachodniopomorskie, Szklarska Poręba, powiat nyski, Szczecin, Ziemia Kłodzka) i szkolenia wraz z podręcznikami obsługi turysty dla informacji turystycznej (województwo małopolskie).



LESZEK NOWAK (2ba)

Łączy wieloletnie doświadczenie pracy w samorządzie, stowarzyszeniach i biznesie turystycznym. Pierwsza w Polsce miejska karta rabatowa - 1996, samorządowa kampania promocyjna ziemi kłodzkiej, organizacja pierwszego forum promocji samorządu 2002-2003, dyrektor Dolnośląskiej Regionalnej Organizacji Turystycznej, strategia marketingu turystycznego Sopotu, szkolenia turystyczne i hotelarskie. Obecnie zaangażowany jest jako konsultant – ekspert w projekcie ZnaneNieznane, który polega na sieciowaniu branży turystycznej, tworzeniu i wprowadzaniu do sprzedaży pakietów usług turystycznych.