

KOM ferencija

O komunikacijama

6.11. - 7.12.2018. ZAGREB,
KAPTOL BOUTIQUE CINEMA

KRATKI PREGLED

KOMferencija 2018 održala se 6. i 7. prosinca 2018. godine u Kaptol Boutique Cinema, Zagreb. Okupila je komunikacijske stručnjake i entuzijaste s ciljem razmjene znanja, iskustava i ideja iz područja odnosa s javnošću, komunikacija, medija i društvenih utjecaja.



Sadržaj

Sadržaj.....	1
1. Kratki pregled	3
O KOMferenciji.....	3
Opis KOMferencije	3
Predavanja	3
Paneli	4
Radionice	4
Cheese & Wine	4
2. Program.....	4
Pregled programa	5
Četvrtak, 06.12. – Dvorana 1	5
Četvrtak, 06.12. – Dvorana 2.....	6
Petak, 07.12. – Dvorana 1	7
Petak, 07.12. – Dvorana 2	8
3. Pregled sadržaja programa	9
Radeći na rubu: People-centered pristup inovativnosti u doba promjena	9
Čarobni štapić ne postoji – zašto ga domaći političari ipak i dalje očekuju?	9
Employer branding: alat za trajno pobjeđivanje u borbi za najbolje	10
Doprinos odnosa s javnošću društvenom i gospodarskom razvoju zemlje	10
Polarni san	10
Tko je kriv kad komunikacija završi loše?	11
Vodstvo u doba disrupcije	11
Cheese & Wine uz Zorana Predina	12
Radionica - "Vještina preživljavanja u (PR)šumi - Šokirati nekoga znači otvoriti mu oči", Veleučilište VERN	12
Radionica - A + agencijska izvrsnost.....	13
Analiza učinka u odnosima s javnošću.....	13



Medijska radionica za učinkovitiji pristup	14
Trebaju li robne marke kreiranje sadržaja za društvene mreže prepustiti digitalnim kreatorima?	15
Etika ili patetika, pitanje je sad?	15
Ciljevi – prvi korak uspješnoga planiranja digitalnih kampanja.....	16
Robna marka i komunikacija u novoj ekonomiji – izvješće s terena	16
Odvjetnici i komunikacijski stručnjaci	16
Može li populacijska politika biti uspješna bez komunikacijske politike?	17
Korporacijski utjecajnici – glas iznutra	18
Customer experience – dizajniranje poslovanja i klijentskoga iskustva u skladu s očekivanjima robne marke	18
Hrabrost ili ludost?	18
Urednici budućnosti	19
Novac, lažne vijesti i populizam – kako centralne banke trebaju komunicirati u 21. stoljeću.....	19
Radionica - Pričanje u gifovima, Sveučilište Sjever	20
Radionica - Kad social diktira PRavila igre	20
Micro-moments.....	21
Radionica - Jezik odnosa s javnošću u praksi	21
Radionica - PechaKucha predstavljanje agencija za odnose s javnošću	21
Dvojica bivših rivala bez dlake na jeziku	22
In(DIREKT)no – Macan i Skoko vs. Šprajc.....	22
Radionica - GDPR – mitovi i stvarnost.....	23
4. O predavačima.....	24
5. Sponzori.....	37



1. Kratki pregled

O KOMferenciji

KOMferencija 2018 održala se 6. i 7. prosinca 2018. godine u Kaptol Boutique Cinema, Zagreb. Okupila je komunikacijske stručnjake i entuzijaste s ciljem razmjene znanja, iskustava i ideja iz područja odnosa s javnošću, komunikacija, medija i društvenih utjecaja.

Opis KOMferencije

Uloga je odnosa s javnošću razvijanje uspješnoga dijaloga između organizacije i njezinih javnosti. Stoga su ove godine na KOMferenciji govorili upravo oni kojima je kvalitetna komunikacija nužna u poslovima kojima se bave i oni koji se na nju oslanjaju; govorili su psiholozi, ekonomisti, antropolozi, odvjetnici, političari, urednici, novinari, menadžeri, avanturisti i umjetnici.

Predavanja

Četiri ključna govornika dolaze iz različitih područja:

Anna Kirah, antropologinja i psihologinja, dolazi iz Norveške, a specijalizacija su joj inovacije i upravljanje promjenama (eng. change management).

Zenel Batagelj, partner i strateg u tvrtki Valicon, istražuje kako tvrtke koje djeluju po modelu lanca blokova (eng. blockchain) iz tradicionalnoga gospodarstva prebaciti u tzv. distribuirano gospodarstvo usklađeno s propisima Europske unije, te koliko je komunikacija važan dio uspjeha novih i tehnološki naprednih tvrtki.

Dr. Jon White britanski je konzultant na području menadžmenta i organizacijskoga razvoja te dugogodišnji savjetnik u području strateškoga komuniciranja.

Davor Rostuhar, fotograf i pisac, autor je putopisnih knjiga i govorit će o tome kakvu ulogu u njegovu poslu ima komunikacija.



Paneli

Četiri ključna panela okupila su profesije kojima su komunikacije i javno mnijenje veoma važni. Pet poznatih hrvatskih odvjetnika govorilo je o tome koliko se njihova posla odvija izvan sudnice i moraju li se boriti s javnim mišljenjem u sudskim postupcima. Pet poznatih političara osvrnulo se na to koliki dio njihova posla čine komunikacije i je li mišljenje javnosti najvažnije za njihov uspjeh. Pet hrvatskih direktora tvrtki (CEO-a) iznijelo je svoja stajališta o tome smatraju li odnose s javnošću važnima za uspjeh organizacije. Pet urednika komentiralo je koliko je njihov posao pod utjecajem odnosa s javnošću i što to znači za budućnost medija.

Radionice

Na KOMferenciji se uči i na interaktivnim radionicama, ove godine posvećenima Općoj uredbi o zaštiti osobnih podataka (GDPR), uporabi digitalnih medija u odnosima s javnošću, jeziku, etici, natjecajima za poslove odnosa s javnošću u javnome sektoru i drugim relevantnim temama za komunikacijske stručnjake.

Cheese & Wine

Prvi KOMferencijski dan završili smo Cheese & Wine druženjem, posebnim projektom Hrvatske udruge za odnose s javnošću koji prvi put postaje i dijelom KOMferencije. U okviru projekta Cheese & Wine ugostili smo Zorana Predina, slovenskog rock glazbenika i tekstopisca, nekadašnjeg vođu skupine Lačni Franz. Uz razgovor, uživali smo u vrhunskom vinu i izboru ponajboljih domaćih i stranih sireva.

2. Program

Program KOMferencije uključivao je predavanja, panel rasprave i radionice koje su se bavile aktualnim temama komunikacije, medijskog utjecaja, brendiranja poslodavaca, društvenih mreža i strategija javnog nastupa.



Pregled programa

Četvrtak, 06.12. – Dvorana 1

Format	Naslov	Sudionici / Moderator
Otvaranje	Otvaranje konferencije	
Predavanje	Radeći na rubu: People-centered pristup inovativnosti u doba promjena	Anna Kirah
Panel	Čarobni štapić ne postoji – zašto ga domaći političari ipak i dalje očekuju?	Anka Mrak Taritaš, Ivana Ninčević Lesandrić, Biljana Borzan, Boris Miletić, Dario Hrebak Moderator: Krešimir Macan
Predavanje	Employer branding: alat za trajno pobjeđivanje u borbi za najbolje	Dejan Verčić
Predavanje	Doprinos odnosa s javnošću društvenom i gospodarskom razvoju zemlje	Jon White
Predavanje	Polarni san	Davor Rostuhar
Pauza		
Panel	Tko je kriv kad komunikacija završi loše?	Fabris Peruško, Dinko Lucić, Viktor Pavlinić, Damir Vandelić, Davor Tremac Moderator: Damir Jugo
Panel	Vodstvo u doba disrupcije	Sugovornik: Boris Drilo
Cheese & Wine	Cheese & Wine uz Zorana Predina	Sugovornik: Zoran Predin



Moderator: Lana
Rosandić

Četvrtak, 06.12. – Dvorana 2

Format	Naslov	Sudionici / Moderator
Radionica	Vještina preživljavanja u (PR)šumi	Mirela Holy, Borna Kos, Laura Rakuljić, Emili Sedlar
Radionica	A + agencijska izvrsnost	Nana Nadarević
Radionica	Analiza učinka u odnosima s javnošću	Martina Mikrut
Radionica	Medijska radionica za učinkovitiji pristup	Gabrijela Kišiček
Panel	Trebaju li robne marke kreiranje sadržaja prepustiti digitalnim kreatorima?	Irena Kurtanjek, Albert Gajšak, Marija Nikšić, Lidija Tomas Matijević Moderator: Mia Biberović
Panel	Etika ili patetika, pitanje je sad?	Mirela Holy, Ilko Ćimić, Zoran Pucarić, Martina Mihordin, Maro Alavanja Moderator: Drenislav Žekić
Radionica	Ciljevi – prvi korak uspješnoga planiranja digitalnih kampanja	Domagoj Davidović



Petak, 07.12. – Dvorana 1

Format	Naslov	Sudionici / Moderator
Predavanje	Robna marka i komunikacija u novoj ekonomiji	Zenel Batagelj
Panel	Odvjetnici i komunikacijski stručnjaci	Jadranka Sloković, Čedo Prodanović, Ljubo Pavasović Visković, Mako Kallay, Ivo Farčić Moderator: Ankica Mamić
Predavanje	Može li populacijska politika biti uspješna bez komunikacijske politike?	Marin Strmota
Predavanje	Korporacijski utjecajnici – glas iznutra	Christina Doris Steiner
Predavanje	Customer experience i brend	Luka Baranović
Panel	Hrabrost ili ludost?	Ivana Mićin, Jakov Vilović, Ivana Miljan Tremac Moderator: Martina Pintarić
Panel	Urednici budućnosti	Boris Trupčević, Miran Pavić, Silvija Londero, Tihomir Ladišić, Marko Matijević Moderator: Mario Aunedi Medek
Razgovor	Novac, lažne vijesti i populizam – kako centralne banke trebaju komunicirati	Sugovornik: Boris Vujčić



Moderator: Davor
Huić

Petak, 07.12. – Dvorana 2

Format	Naslov	Sudionici / Moderator
Radionica	Pričanje u gifovima	Nikola Jozić, Višeslav Kirinić
Radionica	Kad social diktira PRavila igre	Ivana Jeleč, Maja Samardžić Gašpar
Radionica	Micro-moments	Nikola Jellačić
Radionica	Jezik odnosa s javnošću u praksi	Igor Ćutuk, Lana Hudeček
Radionica	PechaKucha predstavljanje agencija	Manuela Šola
Panel	Dvojica bivših rivala bez dlake na jeziku	Ivica Mudrinić, Boris Nemšić Moderator: Kristina Laco
Panel	In(DIREKT)no – Macan i Skoko vs. Šprajc	
Radionica	GDPR – mitovi i stvarnost	Tea Radmilo



3. Pregled sadržaja programa

Radeći na rubu: People-centered pristup inovativnosti u doba promjena

Živimo u vremenu brzih promjena. Tehnologija napreduje brže nego što ljudi to mogu shvatiti, a pogotovo analizirati njezine učinke. Kao antropologinja i psihologinja proučavam tehnologiju i promatram njezin napredak sagledavajući je iznutra i izvana. Tehnologija je i blagoslov i prokletstvo.

U okviru predavanja analizirat ćemo ključne elemente i aktivnosti koji u ovim turbulentnim vremenima mogu pomoći da se smanje negativni učinci tehnologije, a pritom istovremeno povećaju njezini pozitivni učinci. Težište je na stvaranju relevantnih, korisnih i poželjnih rješenja za organizaciju putem stvaranja novih proizvoda, usluga i organizacijskih promjena.

Predavačica: Anna Kirah

Čarobni štapić ne postoji – zašto ga domaći političari ipak i dalje očekuju?

Domaći se političari komunikacijskih stručnjaka nerijetko sjete tek u kriznim situacijama ili neposredno prije izbora kao svojevrsnoga čarobnog štapića koji će im pomoći nositi se s izazovima, i to ne samo komunikacijskima.

A znamo da čarolije u odnosima s javnošću ne postoje, nego su važni isključivo strateško promišljanje i sustavan rad. Mnoge su političke ideje pa i reforme, i one kvalitetne, pale upravo na komunikaciji. Zbog čega je tomu tako? Kako unaprijediti razumijevanje važnosti i primjenu sustavno planirane političke komunikacije? Kako građane iz pasivnih promatrača pretvoriti u aktivnu potporu i glasove koji razumiju i podržavaju nužne, a nepopularne mjere i reforme? To su samo neka od pitanja i tema o kojima ćemo razgovarati s vodećim hrvatskim političarima.

Panelisti: Anka Mrak Taritaš, Ivana Ninčević Lesandrić, Biljana Borzan, Boris Miletić, Dario Hrebak

Moderator: Krešimir Macan



Employer branding: alat za trajno pobjeđivanje u borbi za najbolje

Treći svjetski rat počeo je, no ne vodi se ni za kolonije, ni za naftu, ni za hranu, ni za vodu. Treći svjetski rat vodi se za ljude, talente, radnike, zaposlenike.

Employer branding alat je koji su ponajbolje svjetske organizacije razvile za trajno pobjeđivanje u borbi za najbolje. A kako je nestašica ljudskoga kapitala sve veća, employer branding postaje pitanje preživljavanja. Vrijednost marke poslodavca moguće je mjeriti, pa tako i njome upravljati. Istraživanja su pokazala da približno polovica dimenzije marke poslodavca pripada ljudskim potencijalima, a polovica odnosima s javnošću. Odnosi s javnošću, dakle, tvore samu suštinu procesa employer brandinga i predstavljaju ga kao marku koja mora biti prepoznatljiva, privlačna i usklađena sa strateškom vizijom poslodavca.

Predavač: Dejan Verčič

Doprinos odnosa s javnošću društvenom i gospodarskom razvoju zemlje

Odnosi s javnošću često se susreću s pitanjem kako oni doprinose širem društvu u okolini u kojoj se nalaze.

Ovo predavanje potvrdit će da odnosi s javnošću daju doprinos društvenoj dobrobiti, društvenomu i gospodarskomu razvoju. Oslanjanjem na istraživanja, studije slučaja i konkretne dokaze pokazat će se da odnosi s javnošću poboljšavaju donošenje odluka, dostavu i preuzimanje javnih usluga i komercijalne performanse.

Predavač: Jon White

Polarni san

Što čovjek treba učiniti da bi ostvario svoj san? Da bi odgovorio na to pitanje, Davor Rostuhar postavio si je cilj daleko izvan svoje komforne zone, točnije – najdalje moguće, na sam kraj svijeta, na Južni pol.



HRVATSKA UDRUGA ZA
ODNOSE S JAVNOŠĆU



Prehodao je 1200 kilometara od obale Antarktike do Južnoga pola kroz najekstremniji teren na svijetu na jedan od najtežih načina - samostalno i bez potpore (eng. solo, unsupported & unassisted). Davor Rostuhar na svojem nesvakidašnjemu primjeru pokazat će kako uz dobru pripremu, pažljivo učenje, posvećenost pojedinostima, rad na sebi, ustrajnost, pravilnu motivaciju i usklađivanje s vrijednostima čak i vrlo ambiciozni ciljevi mogu postati dohvatljivi. Četrdeset sedam je dana koračao prema jugu kroz najekstremniji okoliš na planetu, okružen posve ravnim bijelim horizontom lišenim bilo kakve pojedinosti, sve dok na njemu naposljetku nije ugledao cilj – Južni pol. S tim pokrićem danas posve legitimno tvrdi da nijedan horizont nije predaleko.

Predavač: Davor Rostuhar

Tko je kriv kad komunikacija završi loše?

U upravama hrvatskih tvrtki danas nema stručnjaka za odnose s javnošću, a direktorima komunikacija najčešće su izravno nadređeni direktori tvrtki, koji imaju zadnju riječ kad su u pitanju komunikacije. Dovoljno je to da bi se zaključilo da su upravo oni prava adresa za postavljanje pitanja o viziji, mjestu i ulozi odnosa s javnošću u tvrtkama koje vode.

Što misle o stvarnoj vrijednosti odnosa s javnošću? Kakvu su ulogu namijenili odnosima s javnošću u svojim tvrtkama? U vezi s čim se konzultiraju sa svojim stručnjacima za komunikacije? Koliko im slobode daju u radu? Kakva očekivanja od njih imaju? Zašto u upravama tvrtki nema stručnjaka za odnose s javnošću? I konačno, tko je kriv kad komunikacija završi loše?

Panelisti: Fabris Peruško (Agrokor), Dinko Lucić (PBZ), Viktor Pavlinić (Tele2), Damir Vandelić (Croatia Osiguranje), Davor Tremac (Uber)

Moderator: Damir Jugo

Vodstvo u doba disrupcije

Tehnologija iz temelja mijenja način na koji radimo i živimo. Ulazak tehnologije u sve pore društva mijenja način razmišljanja i očekivanja novih generacija.



HRVATSKA UDRUGA ZA
ODNOSE S JAVNOŠĆU



Svjedoci smo početka sveobuhvatne digitalne transformacije društva. Takvo okruženje tvrtkama stvara brojne izazove, ali otvara i nove, velike prilike koje prije samo nekoliko godina nisu postojale.

Disrupcija je postala odrednica poslovnoga okruženja. Tvrtke koje ne prate razvoj tehnologija i ne razvijaju poslovne modele i način rada postaju mete novih, brzih i agilnih disruptora. Ostati tržišni predvodnik u takvome okruženju zahtjevnije je nego ikad prije. Uspijevaju tvrtke koje se transformiraju iznutra te postanu agilne i spremne na promjene. Zbog toga raste važnost korporacijskih komunikacija koje na svim razinama moraju promicati takvu kulturu i vrijednosti.

Boris Drilo iz Hrvatskoga Telekoma otkrit će kako u toj tvrtki upravljaju promjenama i uspijevaju zadržati predvodnički položaj te koja su očekivanja menadžmenta od korporacijskih komunikacija.

Predavač: Boris Drilo

Cheese & Wine uz Zorana Predina

Novinari Zorana Predina najavljuju kao "barda diskretnog šarma koji zna kako se to radi". Nama se pak čini kao odličan gost uz čašu vina, i pokoji zalogaj sira.

Ne samo da njegova glazba traje desetljećima, već je uspio svoju glazbu i karizmu prenijeti na razne jezike i različita tržišta. Kažu da kod njega i tisuću puta ispričana priča zvuči zanimljivo. Zagreb ga svakako voli, a koliko on voli Zagreb, a i neke druge stvari, pitat ćemo ga tijekom jednosatnoga druženja u okviru Cheese & Wine sata na KOMferenciji. A možda će nas počastiti i kojim poznatim taktom uz akustičnu gitaru!

Radionica - "Vještina preživljavanja u (PR)šumi - Šokirati nekoga znači otvoriti mu oči", Veleučilište VERN

Glavno obilježje suvremenih komunikacija je stalna, ubrzana promjena, a jedina postojana činjenica suvremenih komunikacija je sve veća žeđ za publicitetom i medijskom prisutnošću.



HRVATSKA UDRUGA ZA
ODNOSE S JAVNOŠĆU



Reklame, oglasi i informacije o aktivnostima tvrtki okružuju nas svugdje, a posljedice su prezasićenost, umor, gnjev, ravnodušnost ili ignoriranje. Upravo zbog toga konvencionalna komunikacijska rješenja više nisu dovoljna za privlačenje publike. Komunikacijske taktike čiji je glavni modus operandi izazivanje iznenađenja, pa čak i šoka su tzv. gerilske komunikacijske taktike. Gerilske komunikacijske taktike mogu biti marketinške, odnosno oglasne, ili pak one čija je svrha informativna ili izazivanje publiciteta, odnosno spada u okrilje područja odnosa s javnošću. Iako se gerilske metode komuniciranja provode već desetljećima, možda i stoljećima, činjenica jest da se o njima malo zna, a još manje uči na fakultetima. Veleučilište VERN' je jedini fakultet u Hrvatskoj na kojem se izvodi predmet "Gerilska komunikacija" pa će studenti na KOMferenciji pokazati zašto se isplati slušati "gerilska" predavanja.

Voditelji radionice: Mirela Holy, Borna Kos, Laura Rakuljić, Emili Sedlar

Radionica - A + agencijska izvrsnost

A+ agencijska izvrsnost naziv je dinamičnoga i po mjeri kreirana projekta namijenjena predstavljanju agencija za odnose s javnošću, koji će prvi put biti predstavljen na KOMferenciji o komunikacijama.

Mlađi predstavnici pet agencija za odnose s javnošću u 60 će minuta predstaviti komunikacijske trendove i izazove, važnost njihova predviđanja te okolnosti na tržištu koje mijenjaju dinamiku odnosa između klijenata i agencija.

Svaka će prezentacija trajati osam minuta, a program će završiti dvadesetominutnom raspravom sudionika i publike.

Voditeljica radionice: Nana Nadarević

Analiza učinka u odnosima s javnošću

Analiza medijskoga prikaza, analiza sadržaja, istraživanje tržišta, istraživanje društvenih medija, analiza broja korisnika koji su vidjeli objavu na društvenim



HRVATSKA UDRUGA ZA
ODNOSE S JAVNOŠĆU



mrežama itd. samo su neka od dostupnih mjerenja koja se primjenjuju u odnosima s javnošću.

Različite metodologije, različiti izvori, različiti mediji... Uzimamo li sve te podatke kao mjeru uspjeha, pomoć pri radu ili kao alat za nadzor našega rada? Kako dostupne podatke pretvoriti u korisne informacije, kako ih pravilno tumačiti, kontekstualizirati, nešto iz njih naučiti, izmjeriti uspjeh i staviti ih u funkciju budućih aktivnosti u odnosima s javnošću? Na radionici ćemo imati prigodu dobiti kvalitativan pogled na kvantitativne podatke.

Predavačica: Martina Mikrut

Medijska radionica za učinkovitiji pristup

Vještina javnoga nastupa uvježbava se i usavršava. Iako javni govor nerijetko izaziva nelagodu, on se uz vježbu i trud može pretvoriti u samo jedan od lako savladivih zadataka.

Radionica će istaknuti osnove za bolju pripremu nastupa (inventio, dispositio, elocutio, memoria i actio) koje su jednake neovisno o vrsti i trajanju javnoga govora. Uz savjete za bolje prikupljanje, raspoređivanje, stil, upamćivanje i izvedbu, na radionici će se najveća pozornost posvetiti posljednjoj od navedenih faza – boljoj, uspješnijoj i učinkovitijoj govornoj izvedbi i svim elementima koji je čine. Često se zaboravlja da slušatelji o nama donose dojam već nakon prvih 20-ak sekundi slušanja, a u idućim minutama to mišljenje ili potvrđuju ili ga opovrgavaju (vrlo se često tada stvoreno mišljenje ne mijenja). Zbog toga je važno da izvedbeno govornik bude siguran, samopouzdan (ili barem da stvara takav dojam) te da svojim nastupom već u prvim minutama impresionira.

Voditeljica radionice: Gabrijela Kišiček



Trebaju li robne marke kreiranje sadržaja za društvene mreže prepustiti digitalnim kreatorima?

Imaju li digitalni kreatori, digitalni utjecajnici, kreatori sadržaja ili najpoznatije influenceri slobodne ruke u stvaranju sadržaja za robne marke na društvenim mrežama?

Trebaju li imati slobodne ruke? Koji sadržaji stvaraju veću interakciju na društvenim profilima robnih marki – oni pripremljeni prema agencijskome briefu ili pak sadržaj koji su osmislili i proizveli digitalni kreatori? Kolika je cijena kreiranja sadržaja za društvene mreže i tko daje bolju vrijednost za uloženi novac? Agencije ili digitalni kreatori? Na ta i mnoga druga pitanja pokušat će odgovoriti Irena Kurtanjek (Nestle), Albert Gajšak (CircuitMess), Marija Nikšić (@ormarija) i Lidija Tomas Matijević (@lilihalodecoration) tijekom jednoga KOMferencijskoga sata.

Panelisti: Irena Kurtanjek (Nestle), Albert Gajšak (CircuitMess), Marija Nikšić (@ormarija), Lidija Tomas Matijević (@lilihalodecoration)

Moderator: Mia Biberović

Etika ili patetika, pitanje je sad?

„Ma pusti, to je samo PR“ – često se koristi kao nešto pogrdno. Jesu li odnosi s javnošću etični ili su rasadnik „prodavača magle“? Je li istina uvijek negdje u sredini i vrijedi li to i za etiku? Jesu li patetični oni koji se zalažu za profesionalnu etiku u okruženju koje podcjenjuje etičko ponašanje?

Rezultate istraživanja o zastupljenosti etike na različitim studijima odnosa s javnošću u Hrvatskoj i kakve stručnjake možemo očekivati nakon završetka studija te koji su najvažniji etički izazovi odnosa s javnošću do 2020. godine predstaviti će Andreja Pavlović, predsjednica Suda časti HUOJ-a, a komentirati će ih Mirela Holy (VERN), Ilko Ćimić (Indeks.hr), Zoran Pucarić (ViBe savjetovanje), Martina Mihordin (DORH) i Maro Alavanja (Ministarstvo znanosti i obrazovanja).



HRVATSKA UDRUGA ZA
ODNOSE S JAVNOŠĆU



Panelisti: Mirela Holy (VERN), Ilko Ćimić (Indeks.hr), Zoran Pucarić (ViBe savjetovanje), Martina Mihordin (DORH), Maro Alavanja (Ministarstvo znanosti i obrazovanja).

Moderator: Drenislav Žekić

Ciljevi – prvi korak uspješnoga planiranja digitalnih kampanja

U vremenu sve bržega načina poslovanja, novih tehnologija i rješenja, stvaranja kampanja i njihova provođenja nerijetko se zaboravlja ili s nerazumijevanjem provodi ključan korak planiranja kampanja – postavljanje ciljeva.

Postavljanje ciljeva, koji kampanju mogu učiniti uspješnom ili neuspješnom, zahtijeva razumijevanje i zajednički rad klijenata i agencije.

Predavač: Domagoj Davidović

Robna marka i komunikacija u novoj ekonomiji – izvješće s terena

Početkom stoljeća mnoge su, pretežito američke tvrtke, na krilima obećanja da će internet promijeniti svijet, prikupile velik početni kapital.

Slično tomu, ali ipak uz postojanje određenih razlika, revolucionarna nadogradnja interneta – tzv. tehnologija podatkovnih lanaca blokova (eng. blockchain) – danas je podloga za nicanje niza razvojnih tvrtki koje zbog decentralizacije tehnologije sada dolaze iz cijeloga svijeta. Kako se razvija, kako djeluje i što u svjetskim razmjerima danas treba jedna nova i tehnološki napredna tvrtka za svoj uspjeh te koliko je komunikacija bitna za njezin uspjeh?

Predavač: Zenel Batagelj

Odvjetnici i komunikacijski stručnjaci

Riječ je o dvama zanimanjima koja na prvi pogled nemaju mnogo toga zajedničkoga, ali kad se malo zagrebe ispod površine, otkrivaju se mnoge sličnosti i izazovi s kojima se osobe koje se obama navedenim zanimanjima svakodnevno susreću.



HRVATSKA UDRUGA ZA
ODNOSE S JAVNOŠĆU



U usporedbi s odnosima s javnošću, odvjetništvo je u Republici Hrvatskoj već staro zanimanje, tj. vrlo normirano zanimanje u kojemu su pravila postupanja jasna. Odnosi s javnošću upravo su suprotno od toga – još uvijek vrlo mlado zanimanje u kojemu pravila postupanja nisu svima poznata.

Ipak, odvjetnicima i PR-ovcima zajedničko je da brane interese svojih klijenata – odvjetnici pred različitim sudovima, a PR-ovci pred sudom javnosti, po nekima i najvažnijim sudom. Usto, uz oba zanimanja nerijetko se veže negativna predodžba da su osobe koje se njima bave manipulatori i lažljivci.

Kako se nose sa svakodnevnim izazovima? Sudi li se danas zaista po pravdi ili po stečenoj predodžbi? Postoji li svijest o potrebi zajedničkoga rada komunikacijskih i pravnih stručnjaka na procesima? Navedene teme razmatrat ćemo tijekom panela na kojemu smo okupili vodeće hrvatske odvjetnike.

Panelisti: Jadranka Sloković, Čedo Prodanović, Ljubo Pavasović Visković, Mako Kallay, Ivo Farčić

Moderatorica: Ankica Mamić

Može li populacijska politika biti uspješna bez komunikacijske politike?

Društveno-gospodarski razvoj neke zemlje određen je veličinom i strukturom njezina stanovništva. Opće je poznata činjenica da Republika Hrvatska već niz godina bilježi veoma nepovoljne demografske trendove.

Provođenje sustavne i cjelovite populacijske politike preduvjet je opstanka jednoga naroda, ali i bilo koje druge razvojne politike koja se odnosi na život stanovništva i njegovu budućnost. Demografske će promjene kreatorima javnih politika i društvu općenito značiti velik izazov u desetljećima koja predstoje i zahtijevati oblikovanje nove ekonomske, porezne, zdravstvene, mirovinske, obrazovne, socijalne i obiteljske politike te drugih razvojnih politika. Takve promjene nisu moguće bez promišljenoga strateškog komuniciranja i kvalitetnih odnosa s javnošću.

Predavač: Marin Strmota

Hrvatska udruga za odnose s javnošću | Ilica 5 | 10 000 Zagreb | OIB: 84996804446 | IBAN: HR2123600001102172386

I e - pošta: info@huoj.hr | www.huoj.hr | facebook.com/HUOJHR |



Korporacijski utjecajnici – glas iznutra

Nakon brzoga rasta broja utjecajnika (engl. influencers) pitanje autentičnosti otvoreno je mnogo puta.

Tko je najbolji zagovornik vaše marke? Angažman zaposlenika daje glas onima koji najbolje poznaju kako vaša robna marka može zasjati u društvenim medijima.

Predavačica: Christina Doris Steiner

Customer experience – dizajniranje poslovanja i klijentskoga iskustva u skladu s očekivanjima robne marke

U današnje vrijeme poslovni modeli postaju sve kompleksniji, a istodobno očekivanja kupaca i klijenata rastu.

U takvu poslovnome okružju poduzeća imaju izazove u upravljanju s iskustvom koje pružaju i održavanjem konzistentnosti. Tradicionalne metode upravljanja poslovanjem ne rješavaju taj izazov. Ovim ćemo predavanjem proučiti problematiku dizajna poslovnoga okružja i iskustva klijenata; integracije robne marke, poslovanja i iskustva; promjene uloge vlasnika robne marke u poduzećima i kako uspješno propagirati robnu marku u svim dijelovima poslovanja.

Predavač: Luka Baranović

Hrabrost ili ludost?

Često se pozivamo na inovativnost ali koliko zapravo imamo prilike sudjelovati u kreiranju inovativnih rješenja?

Usudimo li se raditi hrabre komunikacijske kampanje, kako probiti interne otpore drugačijem pristupu i kako uspjeti s "hrabrijim" rješenjima? O dobrim i lošim primjerima, najvećim uspjesima ali i najvećim promašajima govore:

Panelisti: Ivana Mićin (brad manager Adidas Hrvatska), Jakov Vilović (UTORAK), Ivana Miljan Tremac (BAT)



Moderator: Martina Pintarić

Urednici budućnosti

Koliko se urednički posao promijenio u posljednjih pet godina i kakve promjene urednici očekuju u sljedeće tri do četiri godine? Očekuju li dodatnu automatizaciju uredničkih poslova i mogu li algoritmi zamijeniti uredničke vještine?

Je li potrebno korisnika medijskoga sadržaja tretirati kao kralja i podilaziti mu sadržajima ili urednici trebaju hrabrije upravljati temama od društveno-političke važnosti? Kako surađuju s komunikacijskim stručnjacima, što bi komunikacijski stručnjaci mogli naučiti od urednika, dijele li i komunikacijski stručnjaci odgovornost tzv. četvrtoga stupa demokracije s urednicima i novinarima te što bi prvo napravili kad bi postali osoba odgovorna za komunikaciju u nekome poduzeću, javnoj upravi ili agenciji? Na ta i brojna druga pitanja odgovore će dati urednici vodećih hrvatskih medijskih kuća.

Panelisti: Boris Trupčević (Styria), Miran Pavić (Telegram grupa), Silvija Londero (Media servis), Tihomir Ladišić (N1), Marko Matijević (srednja.hr)

Moderator: Mario Aunedi Medek

Novac, lažne vijesti i populizam – kako centralne banke trebaju komunicirati u 21. stoljeću

Rad središnje banke pod posebnim je povećalom javnosti, jer se tiče krvotoka svakog gospodarstva – novca.

No, upravo u tom interesu leži i jedan paradoks. Operacije monetarnih vlasti na novčanim tržištima tehnički su kompleksne i malo ih tko stvarno razumije, a istovremeno – one se tiču svih građana. I sve to u svijetu u kojem sve više dominiraju populist, fake news i alternativne činjenice. O tome s guvernerom Hrvatske narodne banke razgovara Davor Huić. Razgovarati će o brojnim pitanjima je li kuna prejaka; je li se slučaj „franak“ mogao izbjeći; zašto je HNB prodala zlato; što je hrvatska središnja banka napravila



u slučaju Agrokor i je li napravila dovoljno, i napokon, što će Hrvatskoj donijeti ulazak u eurozonu i zašto se za to zalaže?

Boris Vujčić

Moderator: Davor Huić

Radionica - Pričanje u gifovima, Sveučilište Sjever

Radionica će, na oglednim primjerima iz svjetske i domaće prakse, pružiti pregled najvažnijih alata i formata digitalne komunikacije.

Za one bez širokog iskustva u digitalnim komunikacijskim formama bit će kvalitetan uvod u različite digitalne formate i alate za njihovu izradu, a za one s iskustvom prilika da nauče nove trikove u oblikovanju multimedijских formata.

Voditelji radionice: Nikola Jozić, Višeslav Kirinić

Radionica - Kad social diktira PPravila igre

Hrvatska ima social media managera koliko i hrvatska reprezentacija izbornika. Svi znamo što je, a što nije dopušteno činiti na društvenim mrežama.

Naravno, zlatnog pravila komunikacije nema iako su odgovarajuće fotografije, hashtagovi i tagovi sveprisutna kombinacija gotovo svih društvenih mreža. No, što se dogodi s komunikacijom kad se bijesna virtualna zajednica obruši na sve naše stranice na društvenim mrežama? Kako komunicirati kad gnjevni sudionici nagradnog natječaja zahtijevaju svoju nagradu iako na nju nemaju pravo ili kad nestane avion vaše kompanije iznad Sredozemlja? Odgovore na pitanja kao upravljati krizom i je li to uopće moguće dat će vam Maja Samardžić Gašpar, predavačica na Edward Bernays University Collegeu i izvršna direktorica agencije za digitalni marketing mDIGITAL, te Ivana Jeleč, predavačica i voditeljica Centra za odnose s javnošću Edward Bernays University Collegea.

Voditeljice radionice: Ivana Jeleč, Maja Samardžić Gašpar



Micro-moments

Život se ne živi u godinama, ni u danima, pa čak ni u satima. Život se živi u trenutcima, u mikrotrenutcima. Saznajte kako Google gleda na mikrotrenutke i kako potrebe korisnika pretvoriti u prednost u komunikaciji.

Predavač: Nikola Jellačić

Radionica - Jezik odnosa s javnošću u praksi

Stručnjaci za odnose s javnošću u praksi se nerijetko susreću s nerazumljivim nazivima iz svoje struke i drugih struka, ponajviše iz engleskoga jezika, nepreciznim prijevodima, nejasnim izrazima te, na kraju, nerijetko i s porukama koje nisu razumljive svima.

Kako je poruka (informacija) temeljni alat odnosa s javnošću, ona mora biti precizna, jasna i općerazumljiva. Upravo će se stoga na radionici analizirati jezik odnosa s javnošću u različitim stručnim područjima, istaknuti najčešći problemi u poslovnoj komunikaciji i svakodnevnome komuniciranju te ponuditi kvalitetna rješenja za uspješnu i besprijekornu komunikaciju u svakodnevnome radu stručnjaka za odnose s javnošću.

Voditelji radionice: dr. sc. Lana Hudeček i Igor Ćutuk, mag. nov. et rel. publ.

Radionica - PechaKucha predstavljanje agencija za odnose s javnošću

Poznato je da komunikacijski stručnjaci barataju riječima, a kad imaju mnogo vremena na raspolaganju, nema im premca. No, najteža je i najizazovnija priprema upravo za kratke i zadane komunikacijske oblike, u kojima poruka mora biti jasno priopćena, bez mogućnosti naknadnih popravaka.

Jedan je od takvih oblika PechaKucha – jednostavan i brz prezentacijski okvir „20 x 20“, u kojemu se predstavlja 20 sličica, svaka u trajanju 20 sekundi. Sličice se automatski izmjenjuju dok predstavljač komunikacijskim umijećem i pomno oblikovanim porukama zadržava pozornost publike.



HRVATSKA UDRUGA ZA
ODNOSE S JAVNOŠĆU



Upravo će agencije za odnose s javnošću pokazati prezentacijsko umijeće svojih starijih predstavnika – kroz predstavljanje svojih agencije ili ponajboljih agencijskih projekata.

Voditeljica radionice: Manuela Šola

Dvojica bivših rivala bez dlake na jeziku

U razgovoru bez dlake na jeziku dvojica će bivših ljutih rivala – Boris Nemšić i Ivica Mudrinić – govoriti o vremenima kada su ukrštali koplja na hrvatskome telekomunikacijskom tržištu. Boris Nemšić vodio je Vipnet, tada žestokoga izazivača koji je započeo pohod na razbijanje monopola, a Ivica Mudrinić bio je na čelu Hrvatskoga telekoma, državnoga mastodonta koji je hitno trebao privatizaciju i pretvorbu u modernu telekomunikacijsku kompaniju.

Razdoblje u kojemu su se ti izrazito uspješni menadžeri s međunarodnim karijerama preklopili kao predsjednici uprava izazivača i inkumbenta bio je relativno kratak, no dobro ga pamte. Na KOMferenciji će govoriti o oružju kojim su se obojica tada često koristili. Unutrašnja, vanjska, krizna, regulatorna i politička komunikacija, branding i rebranding, reputacijska i mnoge druge vrste komunikacije u njihovim su rukama stvarale i pobjede i poraze. Sada kada su ih karijere i životi usmjerili prema nekim drugim izazovima, očekujemo da ćemo bez dlake na jeziku od naših sugovornika čuti mnogo zanimljivih priča i komunikatorima poučnih lekcija.

Panelisti: Ivica Mudrinić, Boris Nemšić

Moderatorica: Kristina Laco

In(DIREKT)no – Macan i Skoko vs. Šprajc

Samo za KOMferenciju pristali su zamijeniti uloge. Oni ga pitaju, a on bez zadržke odgovara. Jedno od najpoznatijih televizijskih lica, Zoran Šprajc, urednik RTL-ova Direkta, naći će se u unakrsnoj vatri dvojca kojega inače on propituje – Bože Skoke i Krešimira Macana.



HRVATSKA UDRUGA ZA
ODNOSE S JAVNOŠĆU



Kako bira teme i goste? Koja priopćenja i medijske događaje ignorira, a koje pretvara u televizijske priče? Kako donosi odluke kad se treba počesti za dobru stvar, a kako kad nekoga treba izroštiljati? Kako se koristi društvenim mrežama? Kako se informira? Što može preporučiti osobama koje se bave odnosima s javnošću da naprave prije nego okrenu njegov broj i pokušaju ga zainteresirati za neku temu? I što napraviti kad vam je klijent tema njegova posljednjeg komentara koji gori na društvenim mrežama? Očekujte odgovore na ta i druga zanimljiva pitanja. Bit će brzo i dinamično, kao što je to i svaku večer sa Šprajcom na malim ekranima.

Moderatori: Dr.sc. Božo Skoko, profesor odnosa s javnošću na Fakultetu političkih znanosti Sveučilišta u Zagrebu i suvlasnik agencije za odnose s javnošću Millenium promocija te Krešimir Macan, komunikacijski savjetnik i vlasnik agencije za odnose s javnošću Manjgura

Radionica - GDPR – mitovi i stvarnost

Prošlo je šest mjeseci od stupanja na snagu Opće uredbe o zaštiti podataka i nove ere privatnosti. Što se promijenilo?

Krenulo je polako, ali sigurno – Europski parlament 2016. godine donio je novu Uredbu o zaštiti podataka (GDPR), 2017. godine britanski The Economist proglasio je podatke svjetskim resursom važnijim od nafte, a do 25. svibnja 2018. godine svaki je kutak Europske unije čuo za ovu četveroslovnu englesku pokratu. Najavljeni je datum došao, a Uredba o zaštiti podataka je stupila na snagu. Što se promijenilo u ovih šest mjeseci? Jesu li se ispunila očekivanja i je li se uistinu zaštitila privatnost? Jesu li se ostvarili strahovi i usporili poslovni procesi? Kako su nova pravila o zaštiti podataka utjecala na naše poslovanje, a kako na način na koji komuniciramo s javnosti? Jesu li se povećala prava korisnika? Je li nam privatnost postala važnija nego prije?

Voditeljica radionice: Tea Radmilo



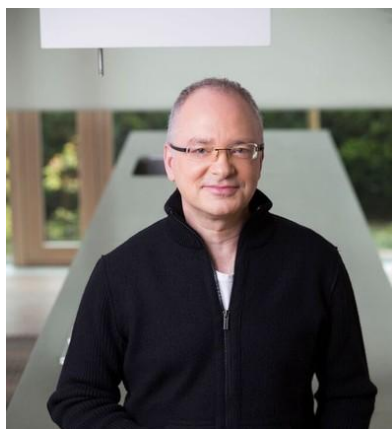
4. O predavačima



Anna Kirah

Anna Kirah međunarodno je cijenjena antropologinja i psihologinja dizajna poznata po uvođenju pristupa inovativnosti i upravljanju promjenama usmjerenima na čovjeka.

Radila je za tvrtke Microsoft i Boeing te brojne druge multinacionalne korporacije te vlade i nevladine organizacije. Njezine su strasti sudjelovanje u stvaranju i rad s tzv. transdisciplinarnošću. Anna, naime, vjeruje da se stvaranje smislenih, relevantno poželjnih i održivih proizvoda, usluga i organizacijskih promjena može ostvariti samo razumijevanjem ljudskih motiva i težnja te upotrebom toga znanja za rješavanje izazova. Anna se 2010. godine vratila u Norvešku, u kojoj ima svoju konzultantsku tvrtku i predaje na Sveučilištu Metropolitán u Oslu. Članica je udruge Dizajn bez granica te svjetske ekološke organizacije Greenpeace. Trenutačno je angažirana i kao direktorica u jednoj velikoj nordijskoj softverskoj tvrtki.



Dejan Verčič

Dejan Verčič profesor je i pročelnik Odjela za komunikologiju i Centra za marketing i odnose s javnošću Fakulteta za društvene znanosti Sveučilišta u Ljubljani te partner i direktor za znanje u društvu Stratkom d.o.o.

Doktorirao je na London School of Economics, objavio je 14 knjiga te više od 300 članaka i poglavlja u knjigama. Godine 2001. Britanska udruga za odnose s javnošću (CIPR) dodijelila mu je priznanje The Alan Campbell-Johnson Medal za doprinos međunarodnim odnosima s javnošću, 2015. godine proglašen je počasnim članom Hrvatske udruge za



HRVATSKA UDRUGA ZA
ODNOSE S JAVNOŠĆU



odnose s javnošću, a 2016. godine američki Institut za odnose s javnošću (IPR) dodijelio mu je najviše akademsko priznanje The Pathfinder Award. Dosad je predavao u 36 država na 5 kontinenata.



Jon White

Jon White konzultant je za upravljanje i razvoj organizacija te upravljanje javnim poslovima, odnosima s javnošću i korporacijskom komunikacijom, a radio je u javnim i privatnim organizacijama u Europi, Sjedinjenim Američkim Državama, Južnoafričkoj Republici, Australiji i Kanadi. Radio je za tvrtke Shell, Motorola i British Airways, te za vlade u Ujedinjenome Kraljevstvu, Kanadi i Norveškoj. Suradivao je s britanskim uredom Foreign And Commonwealth na programima povezanim s komunikacijskim vještinama za diplomate te s Europskom komisijom, agencijama Europske komisije i Europskoga parlamenta na različitim područjima unutrašnje i vanjske komunikacije.

Gostujući je profesor na više sveučilišta i poslovnih škola, a napisao je knjige i članke o javnim poslovima, odnosima s javnošću i korporacijskoj komunikaciji. Znanstveni je suradnik i stručnjak s diplomom Britanskoga instituta za odnose s javnošću te psiholog s doktoratom iz psihologije Londonske škole ekonomije i političkih znanosti, na kojoj drži kolegije iz korporacijske komunikacije.



Davor Rostuhar

Od 2001. godine profesionalno se bavi fotografijom i pisanjem. Godine 2008. dobiva status slobodnoga umjetnika književnika, a do danas je objavio sedam knjiga te više od 200 reportaža i 10 000 fotografija u različitim tiskovinama. Knjige koje je napisao su Polarni san, U zemlji zmaja, National Geographic – Hrvatska iz zraka –



HRVATSKA UDRUGA ZA
ODNOSE S JAVNOŠĆU



fotomonografija, Degustacija slobode, Džungla, Na putu u skrivenu dolinu, Samo nek' se kreće.

Od 2001. godine profesionalno se bavi fotografijom i pisanjem. Godine 2008. dobiva status slobodnoga umjetnika književnika, a do danas je objavio sedam knjiga (Polarni san, U zemlji zmaja, National Geographic – Hrvatska iz zraka – fotomonografija, Degustacija slobode, Džungla, Na putu u skrivenu dolinu, Samo nek' se kreće) te više od 200 reportaža i 10 000 fotografija u različitim tiskovinama. U 2018. godini s dvojicom kolega 2002. godine osnovao je Klub za ekspedicionizam i kulturu, koji se bavi organiziranjem ekspedicija u najzabačenije zakutke svijeta te predstavljanjem svjetskih kultura u Republici Hrvatskoj. Voditelj je i organizator niza kulturnih edukativnih programa: obrazovne izložbe plakata Hrvatska iz zraka, putujuće izložbe na solarni pogon National Geographic – Hrvatska iz zraka, Put oko svijeta u pola sata, Papua Nova Gvineja, Tjedan tibetanske kulture i dr.



Boris Drilo

Boris Drilo završio je Fakultet elektrotehnike i računarstva Sveučilišta u Zagrebu, na kojemu je proveo godinu dana kao znanstveni suradnik u području bežičnih podatkovnih komunikacija. Magistar je znanosti (područje elektrotehnike), a završio je i Program izvršnoga upravljanja Sveučilišta u Bostonu te studij izvršnoga poslovnog upravljanja Poslovne škole Cotrugli u Zagrebu.

Hrvatskomu Telekomu pridružio se 2012. godine došavši iz Ericsson Grupe, u kojoj je proveo 12 godina na projektnim i rukovoditeljskim poslovima vezanima uz razvoj i primjenu telekomunikacijskih mreža i novih tehnologija. U Upravu Hrvatskoga Telekoma imenovan je s mjesta direktora Sektora upravljanja tehnikom i informacijskom tehnologijom. Prije toga obavljao je poslove člana Uprave za tehniku i informacijske tehnologije Iskon Interneta d.d., društva u stopostotnom vlasništvu Hrvatskoga Telekoma.



Zoran Predin

Novinari Zorana Predina najavljuju kao "barda diskretnog šarma koji zna kako se to radi". Nama se pak čini kao odličan gost uz čašu vina, i pokoji zalogaj sira. Ne samo da njegova glazba traje desetljećima, već je uspio svoju glazbu i karizmu prenijeti na razne jezike i različita tržišta. Kažu da kod njega i tisuću puta ispričana priča zvuči zanimljivo. Zagreb ga svakako voli, a koliko on voli

Zagreb, a i neke druge stvari, pitat ćemo ga tijekom jednosatnoga druženja u okviru Cheese & Wine sata na KOMferenciji. A možda će nas počastiti i kojim poznatim taktom uz akustičnu gitaru!



Mirela Holy

Doktorica humanističkih znanosti koja vodi diplomski studij Upravljanje poslovnim komunikacijama na Veleučilištu VERN. Bila je saborska zastupnica u dva mandata (VI i VII), ministrica zaštite okoliša i prirode (1/2 2012), izvršna direktorica u agenciji za odnose s javnošću Maksima komunikacije, stručna suradnica u Ministarstvu zaštite okoliša, prostornog uređenja i graditeljstva, šefica

Kabineta ministra zaštite okoliša i prostornog uređenja i voditeljica manifestacija u Narodnom sveučilištu Dubrava. Autorica je pet knjiga, između ostalih i koautorica priručnika Komunikacijske (strategije) magije koje je 2012. objavila sa Sonjom Hodak. Članica je Hrvatske udruge za odnose s javnošću (HUOJ) i European Public Relations Education and Research Association (EUPRERA).



HRVATSKA UDRUGA ZA
ODNOSE S JAVNOŠĆU



Borna Kos

prvostupnik novinarstva i student diplomskog studija Upravljanja poslovnim komunikacijama na Veleučilištu Vern.

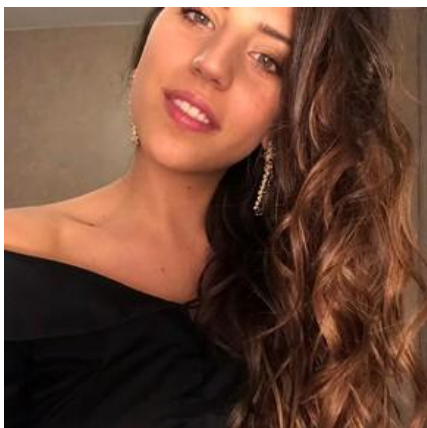
Trenutno radi na portalu Zagreb.info, a zanima se za teme kulture, zagrebačkog društvenog života, lokalnih problema i tehnologije.



Laura Rakuljić

Sveučilišna prvostupnica novinarstva i odnosa s javnošću Sveučilišta u Dubrovniku te studentica diplomskog studija Upravljanje poslovnim komunikacijama na Veleučilištu Vern. Radila je kao radijska voditeljica jutarnjeg i zabavnog programa na studentskom radiju Unidu i na HRT Radio Dubrovnik te pisala za dubrovački tjednik DuList. Vodila je Ured za odnose s javnošću i

marketing Studentskog zbora Sveučilišta u Dubrovniku te je bila dio marketing tima Poslovne inteligencije, vodeće tvrtke za dizajn i implementaciju inteligentnih informacijskih sustava.



Emili Sedlar

Prvostupnica novinarstva te studentica druge godine diplomskog studija upravljanja poslovnim komunikacijama na Veleučilištu VERN.

Godinama se bavi temama ljudskih prava, utjecaja kulture i umjetnosti na društvo, te u zadnje vrijeme i fenomenom lažnih vijesti u demokratskim sustavima. Piše za studentski



list "Global", LGBT aktivistički portal CroL te za američki HIV i AIDS aktivistički portal Positive Women's Network-USA.



Martina Mikrut

Doc. dr. sc. Martina Mikrut docentica je na Pravnome fakultetu Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku na kojemu u okviru Katedre za metodološke i informacijske znanosti predaje niz predmeta povezanih s područjem metodologije društvenih istraživanja, statistike, komunikacije i menadžmenta na nekoliko obrazovnih razina: preddiplomski, diplomski, integrirani, specijalistički i doktorski studij. Prije nego što se počela baviti znanosti, osam je godina radila u nekoliko istraživačkih agencija (CATI centar, Gallup, Stratego, Prizma, VALICON), gdje je kao voditeljica projekata imala priliku sudjelovati u nizu konkretnih problemskih situacija za srednje i velike klijente. Posljednjih deset godina, uz rad u znanosti, savjetnica je Nove TV d.d. za područje strateških i operativnih istraživanja.



Gabrijela Kišiček

Doc. dr. sc. Gabrijela Kišiček zaposlena je na Odsjeku za fonetiku Filozofskoga fakulteta Sveučilišta u Zagrebu, gdje predaje kolegije Govornička argumentacija i Povijest govornišva, a surađuje na kolegijima Govornništvo, Govorničke vještine, Kultura javnoga govora, Komunikacija u nastavi te Neverbalna komunikacija.

Posljednjih deset godina kao vanjski suradnik radi na Novoj TV na pripremi novinarâ i voditeljâ za govor u elektroničkim medijima. Suautorica je knjige Retorika i društvo te autorica knjige Retorika i politika, u kojima obrađuje retoričke aspekte javnoga govora političarâ, ali i drugih govornih profesionalaca. Objavila je više od 30 znanstvenih i stručnih radova iz



HRVATSKA UDRUGA ZA
ODNOSE S JAVNOŠĆU



područja retorike i javnoga govora, izlagala na međunarodnim konferencijama te održala desetak pozvanih predavanja na uglednim međunarodnim institucijama.

Članica je nadzornoga odbora međunarodnoga udruženja Association for Informal Logic and Critical Thinking. Također je članica znanstvenoga odbora European Conference for Argumentation te upravljačkoga odbora međunarodne akcije European Network for Argumentation and Public Policy Analysis.



Zenel Batagelj

Zenel Batagelj partner je i strateg u tvrtki Valicon. Radi pretežito s Valiconovim velikim klijentima i specijaliziran je ponajprije za poslovna rješenja za disruptivne modele poslovanja, za strateško pozicioniranje i markiranje (eng. branding) te poticanje rasta i međunarodnoga širenja poslovanja. Zenel uspješno upravlja skupinom marketinških stručnjaka u jugoistočnoj Europi okupljenih u Valiconov Think Tank. Istinski vjeruje u razornu silu podatkovnoga lanca blokova (eng. blockchain), a uključen je i u dva priznata europska projekta lanca blokova – Iconomi i Cofound.it. Od 2017. godine istražuje kako tvrtke koje djeluju po modelu lanca blokova iz tradicionalnoga gospodarstva prebaciti u tzv. distribuirano gospodarstvo usklađeno s propisima Europske unije.



Marin Strmota

Dr. sc. Marin Strmota docent je na Katedri za demografiju Ekonomskoga fakulteta Sveučilišta u Zagrebu, u okviru koje sudjeluje u izvođenju nastave na preddiplomskome i diplomskome studiju iz kolegijâ Demografija, Ekonomika rada i Demografsko-socijalni razvoj.



HRVATSKA UDRUGA ZA
ODNOSE S JAVNOŠĆU



Autor je više znanstvenih i stručnih radova te dobitnik nagrade Mijo Mirković Ekonomskoga fakulteta Sveučilišta u Zagrebu, koja mu je dodijeljena 2011. godine za znanstveni rad monografskoga sadržaja na temu Fertilitet i zaposlenost žena. Znanstveno se usavršavao na području statističkih metoda i tehnika u društvenim znanostima u inozemstvu, i to na Sveučilištu Essex u Colchesteru u Ujedinjenome Kraljevstvu. U razdoblju od studenoga 2016. do veljače 2018. godine obnašao je dužnost državnoga tajnika za demografiju pri Ministarstvu za demografiju, obitelj, mlade i socijalnu politiku.



Christina Doris Steiner

Christina Doris Steiner direktorica je digitalnih komunikacija u tvrtki Ketchum Publico Vienna te pomaže uglednim svjetskim robnim markama, tvrtkama i institucijama u svim aspektima digitalne komunikacije. Osvojila je nekoliko nacionalnih i međunarodnih nagrada, među kojima je i nagrada PR Young Cannes Lions.

Na međunarodnoj je razini veoma tražen govornik kad je riječ o angažiranju utjecajnih osoba (engl. engaging influencers) u digitalnim kampanjama. Članica je austrijskoga Vijeća za odnose s javnošću, a nedavno je objavila Kodeks za digitalne komunikacije. Suosnivačica je Digitalista, mreže za žene u austrijskoj digitalnoj industriji.



Luka Baranović

Luka Baranović upravitelj je konzultantske tvrtke koja se bavi dizajnom usluga i iskustva (eng. service and experience design) te pomaže poduzećima u aspektima strategije, dizajna, upravljanja i isporuke iskustava, usluga i poslovnih modela. Svoje iskustvo gradio je ponajprije u telekomunikacijskoj industriji te izazovnim angažmanima tijekom



rada u cijenjenoj svjetskoj konzultantskoj kući Deloitte Consulting, a vrlo aktivno sudjeluje i na svjetskoj sceni razvoja dizajna usluga kao predavač i autor. Luka svoju pozornost posebno usmjerava na održivi dizajn iskustva i integraciju dizajna u poslovanje.



Boris Vujčić

Boris Vujčić, Guverner Hrvatske narodne banke član je Upravljačkog odbora ESRB-a (European Systemic Risk Board) i predsjedatelj Upravljačkog odbora Vienna Initiative. Izvanredni je profesor na Ekonomskom fakultetu u Zagrebu od 2003., a od 2004. predaje kao vanjski suradnik – izvanredni profesor na Prirodoslovno-matematičkom fakultetu u Zagrebu. Autor je niza znanstvenih i stručnih radova.

Tijekom karijere bio je gost istraživač ili predavač na više sveučilišta, primjerice University of Sussex, University of Freiburg, University of Kentucky, vanjski suradnik Međunarodne organizacije rada (ILO), član uređivačkog odbora više časopisa, poput Comparative Economic Studies, član savjetodavnog vijeća Center for Financial Innovation and Financial Stability, Federal Reserve Bank of Atlanta, član Upravnog vijeća Global Development Network te je obnašao niz drugih funkcija.



Nikola Jozić

Diplomirani magistar odnosa s javnostima i prvostupnik multimedije i grafičkih tehnologija zaposlen je kao vanjski suradnik i predavač na Sveučilištu Sjever na studijima Multimedije, Odnosa s javnostima, Medijskom dizajnu i Novinarstvu.

Poslovna karijera obilježena mu je radom u digitalnim medijima, digitalnom oglašavanju i komunikacijama. Kao student radio je na mnogim agencijskim projektima



kao specijalist za digitalne komunikacije, a u znanstvenim i stručnim radovima bavi se temama digitalnog marketinga i upravljanja društvenim mrežama. Uz sve spomenuto je i doktorand na doktorskom studiju Mediji i komunikacije na Sveučilištu Sjever.



Višeslav Kirinić

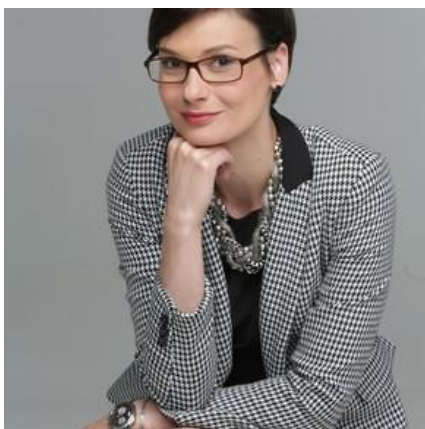
Dugogodišnji praktičar korporativnih komunikacija i odnosa s javnostima (Siemens, Novomatic...).

Po završetku srednje škole, obrazovanje nastavlja na Filozofskom fakultetu Sveučilišta u Zagrebu, studijem filozofije. Usavršava se na Poslovnoj školi Zagreb, na studiju Marketinga i komunikacija, a titulu magistra odnosa s javnostima stječe na Sveučilištu Sjever. Trenutno radi kao asistent na Sveučilištu Sjever i doktorand je na studiju Medija i komunikacije te član Savjeta Sveučilišta Sjever. Autor je i priređivač niza knjiga s područja suvremene teorije i suradnik brojnih časopisa za kulturu i društvena zbivanja.



Ivana Jeleč

Voditeljica Centra za odnose s javnošću i predavačica na Edward Bernays University Collegeu gdje predaje na kolegijima iz odnosa s javnošću te španjolskog i talijanskog jezika. Bavljenje odnosima s javnošću započela je 2013. u agenciji za odnose s javnošću Millenium promociji. Osim na matičnoj instituciji, predaje i na Hrvatskim studijima Sveučilišta u Zagrebu te Poslovnom veleučilištu Zagreb. Diplomirala je Novinarstvo na Fakultetu političkih znanosti te Španjolski jezik i književnost i Talijanski jezik i književnost na Filozofskom fakultetu Sveučilišta u Zagrebu. Autorica je i suautorica više znanstvenih radova. Članica je Hrvatske udruge za odnose s javnošću.



Maja Samardžić Gašpar

Voditeljica odjela digitalnih komunikacija u MPR+ te partner u agenciji mDigital. Svoj poslovni razvoj započela je u generalnom zastupništvu sportskog brenda Nike, a karijeru je nastavila u MPR+ u komunikacijskom menadžmentu. Unatrag nekoliko godina je u odjelu digitalnih komunikacija koji danas i vodi. Sudjelovala je i vodila mnogobrojne projekta s oba područja. Predavač je na

Edward Bernays University Collegeu te autor i suautor više znanstvenih radova.



Nikola Jelačić

Nikola je 2002. godine završio Empire State College / State University of New York, smjer Poslovno upravljanje.

Karijeru započinje u tvrtki T-Com, u odjelu internet promocije gdje je odgovoran za izradu marketinške strategije T-Portal-a i druge razvojne projekte.

Početak 2008. godine karijeru nastavlja u tvrtki Studio Moderna, na poziciji Voditelja internet prodaje za Hrvatsku a potom u Valamaru, na poziciju Voditelja direktne prodaje i marketinga. Od 2011. radi za Google Adriatics, trenutno na poziciji Industry Head-a.



Igor Ćutuk

Igor Ćutuk magistar je novinarstva i odnosa s javnošću. Pored uspješne karijere radijskoga novinara i inozemnoga dopisnika, svojim se djelovanjem i znanstvenim radom zalaže za podizanje razine poslovne komunikacije u Republici Hrvatskoj.

O tomu svjedoči i 2011. godine objavljeni Jezični priručnik Coca-Cole HBC Hrvatska (prirucnik.hr) kojemu je jedan od autora. Tijekom godina stekao je veliko iskustvo u komunikacijama i odnosima s javnošću, ponajviše u tvrtki Coca-Cola HBC Hrvatska, a potom i na Hrvatskoj radioteleviziji, te ostvario brojne međunarodno prepoznate, priznate i nagrađene komunikacijske projekte. Veliko iskustvo stekao je i u kriznome komuniciranju. Na Filozofskome fakultetu Sveučilišta u Zagrebu pohađa doktorski studij informacijskih i komunikacijskih znanosti. U siječnju 2018. godine izabran je u naslovno suradničko zvanje asistenta u području društvenih znanosti, polju informacijskih i komunikacijskih znanosti. Asistent je na predmetima iz područja odnosa s javnošću i poslovnoga komuniciranja na Hrvatskim studijima Sveučilišta u Zagrebu te predavač na Veleučilištu VERN i na nekoliko drugih veleučilišta.



Lana Hudeček

Lana Hudeček znanstvena je savjetnica u trajnome zvanju zaposlena u Institutu za hrvatski jezik i jezikoslovlje.

U svojem znanstvenom radu bavi se u prvome redu suvremenom jezičnom normom, terminologijom, leksikologijom i leksikografijom, sintaksom, jezikom u poslovnoj komunikaciji i odnosima s javnošću, jezikom medija te poviješću jezika. Voditeljica je istraživačkoga projekta Hrvatske zaklade za znanost Hrvatski mrežni rječnik – Mrežnik te institutskih



HRVATSKA UDRUGA ZA
ODNOSE S JAVNOŠĆU



projekata Religijski pravopis i Muško i žensko u hrvatskome jeziku. Autorica je velikoga broja knjiga (uključujući temeljne normativne priručnike) i radova iz tih područja. Urednica je portala Jezični savjetnik (jezicni-savjetnik.hr) i Bolje je hrvatski (bolje.hr) te znanstveno-popularnoga časopisa Hrvatski jezik. Članica je više uredništava domaćih i svjetskih časopisa, uključujući časopis Rasprave: Časopis Instituta za hrvatski jezik i jezikoslovlje te Bulletin of the Terminological Commission under the ICSS. Članica je International Committee of Slavonic Scholars, Terminology Commission, predsjednica organizacijskoga odbora skupa E-rječnici i e-likikografija, članica organizacijskoga odbora skupa Hrvatski sintaktički dani te Savjeta za jezik i govor HRT-a. Predaje jezične kolegije na Veleučilištu Vern', sudjelovala je predavanjima u mnogim kolegijima na diplomskom i doktorskom studiju na hrvatskim sveučilištima te održala niz pozvanih predavanja u Hrvatskoj i inozemstvu.



Tea Radmilo

Tea Radmilo odvjetnica je u Odvjetničkom društvu Bekina, Škurla, Durmiš i Spajić. Bavi se pitanjima pravne usklađenosti poslovanja (engl. compliance), osobito u području zaštite podataka te pravnim aspektima informacijske sigurnosti. Savjetuje domaće i strane klijente u svakodnevnome poslovanju te održava radioničke programe i izobrazbe s temama pravne usklađenosti poslovanja.



HRVATSKA UDRUGA ZA
ODNOSE S JAVNOŠĆU



5. Sponzori

Glavni partner KOMferencije



Partneri KOMferencije



Prijatelji KOMferencije





HRVATSKA UDRUGA ZA
ODNOSE S JAVNOŠĆU



British Embassy
Zagreb

CROATIA AIRLINES

A STAR ALLIANCE MEMBER

MZLZ

M međunarodna zračna luka Zagreb
Zagreb International Airport



CROATIA[®]
OSIGURANJE

Medijski pokrovitelji KOMferencije

JutarnjiLIST

Večernji
list

Poslovni dnevnik

tportal.hr

