

KOM ferencija

4.12. - 5.12. 2019. ZAGREB,
KAPTOL BOUTIQUE CINEMA

KRATKI PREGLED

KOMferencija se održala 4. i 5. prosinca 2019. 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.



HRVATSKA UDRUGA ZA
ODNOSE S JAVNOŠĆU



Sadržaj

Sadržaj.....	1
1. Kratki pregled	3
O KOMferenciji.....	3
Opis KOMferencije	3
Program	3
2. Pregled programa.....	4
Srijeda, 04.12. – Dvorana 1	4
Srijeda, 04.12. – Dvorana 2	5
Četvrtak, 05.12. – Dvorana 1	6
Četvrtak, 05.12. – Dvorana 2.....	7
3. Pregled sadržaja programa	9
Public Relations Practitioners as Influencers: Embracing Our Identity as Change Agents in a Changing World	9
Četiri dobre priče: Kako je tech naučio komunicirati?	9
Tko posjeduje budućnost?	10
S Jelenom Veljačom o celebrity aktivizmu	10
Je li SOCIAL dovoljan za BUSINESS, ali i umjetnost?	11
Employer branding - who's in charge?	11
Otkrij ključne komunikacijske izazove s LEGO-om.....	12
Radionica - Kako otkriti EVP i kakve to ima veze s brandom poslodavca?.....	12
Let's talk.....	13
Bez dlake na jeziku: o preživljavanju, konkurenciji i utjecaju u medijskoj industriji	13
Načela osnaživanja žena za postizanje POSLOVNOG USPJEHA i ciljeva održivog razvoja!.....	14
We're here to SOCIALize!	14
Hrvatska i Europa 2020.....	15
How to gain influence?	15



Michelinova zvjezdica – samo vrhunska kuhinja ili nešto više?	15
Bad economics – let's not do that!	16
Hrvatska na čelu druge najjače svjetske ekonomije, što sad utjecaj ima s tim?	16
Uzmi riječ u svoje ruke i pitchaj agilno	17
Breaking news – Kako privući pozornost urednika televizijskih vijesti? Upoznajte urednike koji o tome odlučuju	18
Honesty and purpose are the future of influence	18
Može li javno zagovaranje rodne ravnopravnosti povećati utjecaj PR-a u kompanijama?	18
20 godina mladi	19
Radionica - Medijski nastupi - bez „ammm...” i „ovaaaaj”	20
Radionica - Suraduju li tvrtke s agencijama za odnose s javnošću?	20
Radionica - PechaKucha predstavljanje projekata agencija za odnose s javnošću	21
Radionica - Protokol za neznalice - 7 najčešćih grešaka i kako ih izbjeći	21
Social Media Jungle and the PR Animals	21
4. O predavačima	23
5. Sponzori	34



1. Kratki pregled

O KOMferenciji

KOMferencija 2019 održala se 4. i 5. prosinca 2019. 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.

Govornici i predavači bit će vodeći domaći komunikatori koji će se okupiti na četiri ključna predavanja, četiri panela te na više od dvadeset radionica, debat razgovora i drugih formata. KOMferencija će ugostiti i stručnjake iz Microsofta, komunikacijskih agencija te mnogih drugih velikih tvrtki i agencija.

Dio KOMferencije organizatori su odlučili posvetiti panelu koji ističe važnost i utjecaj komunikacije u procesu predsjedanja Hrvatske Europskom unijom, što je trenutno jedna od gorućih tema u medijima.

Paralelno s panelima i predavanjima, sudionici će se moći prijaviti na radionice koje će biti posvećene temama poput javnog nastupa, uporabi digitalnih medija u odnosima s javnošću i dr.

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.



2. Pregled programa

Srijeda, 04.12. – Dvorana 1

Format	Naslov	Sudionici / Moderator
Otvaranje	Otvaranje konferencije	
Predavanje	Public Relations Practitioners as Influencers: Embracing Our Identity as Change Agents in a Changing World	Bey-Ling Sha
Panel	Četiri dobre priče: Kako je tech naučio komunicirati?	Antonio Šeparović (Oradian), Urška Sršen (Bellabeat), Silvio Kutić (Infobip), Damir Sabol (Microblink) Moderator: Nikola Vrdoljak, 404 agency
Predavanje	Tko posjeduje budućnost?	Korado Korlević
Pauza		
Panel	S Jelenom Veljačom o celebrity aktivizmu	Jelena Veljača Moderator: Violeta Colić, Komunikacijski ured Colić, Laco i partneri
Panel	Je li SOCIAL dovoljan za BUSINESS, ali i umjetnost?	Maja Francuz (Botanike), Ivana Valter Zuban (Studio 7), Domagoj Davidović (Agencija Švicarska), Katarina Radnić Zmazek (Cloud&Co Jewelry), Hrvoje Dumančić



		(akademski kipar)
		Moderator: Elena Wolsperger Dolezil, Dukat
Predavanje	Employer branding - who's in charge?	Nina Pološki Vokić, Dubravka Sinčić Ćorić, Ana Tkalac Verčić

Srijeda, 04.12. – Dvorana 2

Format	Naslov	Sudionici / Moderator
Radionica	Otkrij ključne komunikacijske izazove s LEGO-om	Voditelj radionice: Barbara Krajnc
Radionica	Kako otkriti EVP i kakve to ima veze s brandom poslodavca?	Predavač: Vladimir Benić
Predavanje	Let's talk	Predavač: Esther Vidošević
Panel	Bez dlake na jeziku: o preživljavanju, konkurenciji i utjecaju u medijskoj industriji	Andreja Hudika (index.hr), Goran Gavranović (24 sata) Moderator: Kristina Laco, Komunikacijski ured Colić, Laco i partneri
Radionica	Načela osnaživanja žena za postizanje POSLOVNOG USPJEHA i ciljeva održivog razvoja!	Voditelj radionice: Vali Marszalek
Radionica	We're here to SOCIALize!	Predavač: Vanja Prahić



Panel	Hrvatska i Europa 2020.	Violeta Simeonova Staničić (Ured EP), Sanjin Soldatić (MVEP) Moderator: Mario Aunedi Medek, Media Val
-------	-------------------------	--

Četvrtak, 05.12. – Dvorana 1

Format	Naslov	Sudionici / Moderator
Predavanje	How to gain influence?	Predavač: Carl Graf von Hohenthal
Pauza		
Panel	Michelinova zvjezdica – samo vrhunska kuhinja ili nešto više?	Ana Ugarković, Rudi Štefan, Jure Tomič, Tvrtko Šakota Moderator: Ankica Mamić, Agencija IMC
Pauza		
Predavanje	Bad economics – let's not do that!	Predavač: Ivo Bićanić
Pauza		
Panel	Hrvatska na čelu druge najjače svjetske ekonomije, što sad utjecaj ima s tim?	Andrej Plenković Moderator: Mario Aunedi Medek, Media Val
Radionica	Uzmi riječ u svoje ruke i pitchaj agilno	Voditelj radionice: Ana Šimunović
Ručak		



Panel	Breaking news – Kako privući pozornost urednika televizijskih vijesti?	Borna Keserović (RTL), Katarina Periša Čakarun (HTV), Ksenija Kardum (Nova TV) Moderator: Krešimir Macan, Manjgura
Pauza		
Predavanje	Honesty and purpose are the future of influence	Predavač: Theo Moore
Zatvaranje	Zatvaranje konferencije Cheese & Wine u WOW baru	

Četvrtak, 05.12. – Dvorana 2

Format	Naslov	Sudionici / Moderator
Panel	Može li javno zagovaranje rodne ravnopravnosti povećati utjecaj PR-a u kompanijama?	Ana Stojić Deban, Nataša Novaković, Ivana Radačić, Ana Gruden Moderator: Nina Išek Međugorac, HT
Pauza		
Panel	20 godina mladi	Vlatka Škorić, Sandro Baričević, Daria Mateljak, Boris Hajoš Moderator: Drenislav Žekić
Pauza		



HRVATSKA UDRUGA ZA
ODNOSE S JAVNOŠĆU



Radionica	Medijski nastupi - bez „ammm...” i „ovaaaaj”	Enea Hasukić, Maja Vratarić
Radionica	Suraduju li tvrtke s agencijama za odnose s javnošću?	Voditelj radionice: Davor Huić, Briefing komunikacije
Radionica	PechaKucha predstavljanje projekata agencija za odnose s javnošću	Voditelj radionice: Marina Čulić Fischer, Dialog komunikacije
Ručak		
Radionica	Protokol za neznalice - 7 najčešćih grešaka i kako ih izbjeći	Voditelj radionice: Senka Bilać
Panel	Social Media Jungle and the PR Animals	Predavač: Maxim Behar
Zatvaranje	Zatvaranje konferencije Cheese & Wine u WOW baru	



3. Pregled sadržaja programa

Public Relations Practitioners as Influencers: Embracing Our Identity as Change Agents in a Changing World

Kako stručnjaci za odnose s javnošću vide sebe i kako ih drugi vide, djeluje na njihovu sposobnost utjecaja na promjene u njihovim organizacijama te u društvu u cjelini.

Povijesno je utjecaj profesionalaca za odnose s javnošću usredotočen na promjenu znanja, stajališta i ponašanja novinskih medija, kupaca i dioničara.

Utjecaj odnosa s javnošću, strateški i odgovorno, može se proširiti i na donositelje organizacijskih odluka i na one koji su pod utjecajem organizacijskih odluka.

Konačno, ako se provodi profesionalno i etički, najvažniji utjecaj koji odnosi s javnošću mogu ponuditi jest dugoročna promjena koja koristi društvu i svijetu.

Predavačica: Bey-Ling Sha

Četiri dobre priče: Kako je tech naučio komunicirati?

Iako tech ljude uglavnom percipiramo kao nekomunikativne i zatvorene njihovi poslovi i okruženje često su zahtijevali jako puno komunikacije. I to dobre komunikacije. Posao svakog foundera i CEO-a sastoji se od puno svakodnevnog komuniciranja.

Iako ni sami to nisu očekivali kad su započinjali karijere top ljudi hrvatskih startupa i tech kompanija prošli su kroz niz komunikacijski izazovnih situacija i naučili svoje lekcije koje su sada spremni podijeliti s vama.

Panelisti: Antonio Šeparović (Oradian), Urška Sršen (Bellabeat), Silvio Kutić (Infobip), Damir Sabol (Microblink)

Moderator: Nikola Vrdoljak, 404 agency



Tko posjeduje budućnost?

U prošlih nekoliko godina svjedočili smo brzom razvoju inovacija i promjena u društvu, malo vjerojatnih, „kaosnih ključanica“. Nakon njih mnoštvo budućnosti koje su opisivali pisci znanstvene fantastike postale su nemoguće.

Idućih će 30 godina biti najvažnije u povijesti Homo sapiensa jer se s izazovom te kompleksnosti nismo sretali već 40 000 godina.

Neplanirano nam je civilizacija s tehnološke ekonomije „skliznula“ u onu doživljajne ekonomije. Jesmo li kao pojedinci i zajednica spremni za taj izazov? Imamo li znanja, strasti, nove alate i motivaciju kormilariti u tome dolazećem svijetu ili smo zaključili da je to tamo negdje daleko?

Zajednica sigurno ne, ona nam i dalje živi u iluzijama postinformatičkog društva snova. Školstvo nam živi u vrijeme standardizacije vijaka i standardnih znanja, kojima se treba koristiti standardni radnik za standardne poslove u tvornicama industrijske revolucije, kakve više ne postoje. Djecu se ne svrstava prema interesima, strasti i sposobnostima, nego i dalje prema „godini proizvodnje“.

Živimo u najizazovnijem vremenu, učimo, razmišljajmo, djelujmo... Budućnost pripada onima koji su spremni „zavrnuti rukave“.

Predavač: Korado Korlević

S Jelenom Veljačom o celebrity aktivizmu

S padom povjerenja u institucije i politiku te s pojavom društvenih mreža i novih generacija utjecajnih osoba celebrity aktivizam dobiva novi zamah. Poznate su osobe i prije iskoristavale to što su poznate, omiljene mnogim ljudima i imaju lakši pristup medijima od drugih ljudi kako bi upozorile na neke društvene probleme ili se borile „za pravu stvar“. S padom povjerenja u institucije i politiku te s pojavom društvenih mreža i novih generacija utjecajnih osoba celebrity aktivizam dobiva novi zamah. Jelena Veljača, glumica, scenaristica i producentica nekih od najgledanijih televizijskih serijala u regiji s 40-ak tisuća pratitelja na Instagramu svoj je utjecaj i



HRVATSKA UDRUGA ZA
ODNOSE S JAVNOŠĆU



„medijski kapital“ odlučila iskoristiti u borbi protiv nasilja nad ženama i djecom. S Jelenom Veljačom na KOMferenciji razgovaramo o tome kako je već dva puta izvela tisuće ljudi na ulice i Vladu potaknula na rijetko viđenu otvorenost prema zahtjevima i primjedbama civilnog sektora te učinkovitost u ispunjavanju danih obećanja, o tome kako doživljava sumnjičavost i kritike onih koji nisu uvjereni u čistoću njezinih motiva, o tome što ona misli o celebrity aktivizmu općenito, kako se koristi društvenim i klasičnim medijima u svojim aktivističkim kampanjama, zašto javno ističe da je feministica i zašto smo još daleko od potpune ravnopravnosti žena i muškaraca...

Predavačica: Jelena Veljača

Moderatorica: Violeta Colić, Komunikacijski ured Colić, Laco i partneri

Je li SOCIAL dovoljan za BUSINESS, ali i umjetnost?

Panel se odmiče od „klasičnih“ influencera čiji je poslovni model promicanje robnih marki koje se uklapaju (a katkad i ne) u njihov životni stil i izričaj na društvenim mrežama.

Ovaj panel okuplja mlade poslovne ljude koje mudro koriste društvene mreže i njihov utjecaj za razvoj i promociju vlastitih biznisa te stručnjake u digitalnom marketingu - s kojima ćemo razgovarati kako i kojim sadržajima pratitelje na društvenim mrežama konvertirati u kupce i podršku vlastitim poslovnim inicijativama.

Panelisti: Maja Francuz (Botanike), Ivana Valter Zuban (Studio 7), Domagoj Davidović (Agencija Švicarska), Katarina Radnić Zmazek (Cloud&Co Jewelry), Hrvoje Dumančić (akademski kipar)

Moderatorica: Elena Wolsperger Dolezil, Dukat

Employer branding - who's in charge?

Danas se svi bave employer brandingom. No, „pravim“ employer brandingom se zapravo ne bavi gotovo nitko.



Privlačenje i zadržavanje najboljih zaposlenika sve je teže. Uspješne organizacije znaju da je ulaganje u marku poslodavca nužno. No često je to ulaganje samo deklarativno.

Marka poslodavca dio je interne kulture organizacije i ovisi o tome na koji način zaposlenici doživljavaju i prenose vrijednost marke unutar i van organizacije. Upravljanje ljudskim potencijalima, marketing i korporativne komunikacije svojataju područje.

Tri profesorice (upravljanja ljudskim potencijalima, marketinga i korporativnih komunikacija) govorit će o tome što je employer branding i kome zapravo pripada. I kako s riječi prijeći na djela.

Predavačice: Nina Pološki Vokić, Dubravka Sinčić Ćorić, Ana Tkalac Verčić

Otkrij ključne komunikacijske izazove s LEGO-om

Upravo ste dobili poziv za sastanak projektnog tima, seansu brainstorminga, sastanak usmjeren na traženje rješenja za poslovne, komunikacijske ili izazove brenda. Od vas se očekuje da preuzmete aktivnu ulogu na tim sastancima, ali stvarnost je često znatno drukčija. Svojim smo mislima samo djelomično prisutni, oslanjamo se na druge u timu, no vrijeme je da budemo učinkovitiji u zajedničkom radu.

Pridružite nam se u otkrivanju LEGO® SERIOUS PLAY® metode (LSP). Pokušat ćemo riješiti izazove koje kao komunikatori imamo u svakodnevnom radu. Zaronite u svoj um i vjerujte svojim kreativnim rukama jer je to lako s 3D LEGO modelima! I kao što je George Bernard Shaw rekao: »Ne prestajemo se igrati jer ostarimo. Starimo jer se prestajemo igrati.« Dakle, idemo se igrati zajedno!

Predavačica: Barbara Krajnc

Radionica - Kako otkriti EVP i kakve to ima veze s brandom poslodavca?

U ovoj radionici predstavljamo skraćenu verziju našeg EVP-BASE modela – strukturiranog pristupa definiranju EVP-a.



HRVATSKA UDRUGA ZA
ODNOSE S JAVNOŠĆU



Sudjelovat ćete u vježbi i skupnom istraživanju koje će dovesti do analize svih podataka i inputa koje ćemo zajedno izraditi tijekom ove radionice.

Cilj nam je osnažiti što veći broj ljudi kako bi postali stručnjaci o brendiranju poslodavaca. Brendiranje poslodavaca je osnovna aktivnost prema strateškom pristupu doživljaju rada zaposlenika (employee experienceu) i stvarnom upravljanju privlačnošću poslodavaca na tržištu.

Voditelj radionice: Vladimir Benić

Let's talk

Od bez komentara do imamo nešto za reći. Zašto bi ih se trebalo čuti i koja je njihova priča?

Kako odgovorno komunicirati? Što općenito kao komunikatori trebamo znati o zakonima i koja je uloga pravnika u komunikacijama reći će nam pravna savjetnica za globalne komunikacije društva Philip Morris International Inc. - Esther Vidošević.

Voditeljica radionice: Esther Vidošević

Bez dlake na jeziku: o preživljavanju, konkurenciji i utjecaju u medijskoj industriji

Glavna urednica Indexa Andreja Hudika i glavni urednik 24sata Goran Gavranović bit će gosti drugog po redu KOMferencijinog razgovora "bez dlake na jeziku", serije koju smo započeli prošle godine gostovanjem Ivica Mudrinića i Borisa Nemšića, dva dugogodišnja rivala iz telekomunikacijske industrije.

Iako smo u proteklih gotovo 20 godina na HUOJ-evim konferencijama ugostili desetke novinara i urednika, ove godine nam po prvi puta ikad u goste dolaze prva žena Indexa i prvi muškarac 24sata.

Zajedno imaju preko četrdeset godina medijskog staža i u svojim su karijerama preživjeli i doživjeli više nego što bi ikada moglo stati u sat vremena razgovora. Kako se ova dva vrlo specifična medija bore u žestokoj



HRVATSKA UDRUGA ZA
ODNOSE S JAVNOŠĆU



konkurentskoj utakmici koja se igra u medijskoj industriji, kakvim su utjecajima izloženi i kako oni vide svoj utjecaj samo su neke od tema kojih ćemo se dotaknuti prije nego što širom otvorimo prostor publici za pitanja.

Panelisti: Andreja Hudika (index.hr), Goran Gavranović (24 sata)

Moderatorica: Kristina Laco, Komunikacijski ured Colić, Laco i partneri
Predavačica: Martina Mikrut

Načela osnaživanja žena za postizanje POSLOVNOG USPJEHA i ciljeva održivog razvoja!

Čelnici iz političkog i poslovnog svijeta na Generalnoj su skupštini Ujedinjenih Naroda 25. rujna 2019. godine pozvali na veće mjere uklanjanja prepreka ekonomskom osnaživanju žena i istaknuli važnost djelovanja na području ravnopravnosti spolova na radnom mjestu, tržištu i u zajednici kako bi se ubrzale promjene i napredak prema Agendi 2030.

Na seminaru ćemo prikazati kako proći procjenu trenutnih politika i programa organizacije, definirati područja za poboljšanje i identificirati mogućnosti za postavljanje budućih korporativnih ciljeva. Cilj je prikazati stvarni mjerljivi napredak ka ravnopravnosti spolova koji vodi boljim poslovnim rezultatima i održivosti.

Jer održivo i uključivo poslovanje je PAMETNO POSLOVANJE!

Voditeljica: Vali Marszalek

We're here to SOCIALize!

Edukacija koja se ne propušta! Pod vodstvom Vanje Prahića, Head of Sociala u agenciji 404, proširit ćete svoje znanje kako postaviti strategiju brenda i kako kvalitetno voditi komunikaciju o proizvodu na društvenim mrežama. Neke od tema koje ćemo otvoriti: Facebook – zašto inzistira na grupama, kako funkcionira za brand awareness?

Instagram bez lajkova – kako dalje? Snapchat i TikTok – kome se okreću generacija Z i oglašivači? te mnoge druge teme.



Predavačica: Vanja Prahić

Hrvatska i Europa 2020.

Što je to Europski zeleni plan i klimatska neutralnost? Kako izgleda Europa spremna za digitalno doba?

Koja je veza između demokracije i demografije? Kakva je budućnost Europe? I koja je u svemu tome uloga Europskog parlamenta? Na ovom panelu saznat ćete sve o ambicioznijoj Europskoj uniji u idućih 5 godina – ali i što će se naći na europskoj i hrvatskoj agendi u 2020.

Panelisti: Violeta Simeonova Staničić (Ured Europskog parlamenta u Hrvatskoj), Sanjin Soldatić (komunikacije hrvatskog predsjedanja Vijećem EU-a 2020., MVEP)

Moderator: Mario Aunedi Medek, Media Val

How to gain influence?

Kako steći utjecaj? Svijet postaje sve bučniji, količina dostupnih informacija i broj komunikatora stalno se povećavaju. Istodobno, postoji pojačana svijest o tome da je puno informacija zapravo pogrešno i da su lažne vijesti posvuda, zbog čega je tvrtkama i udrugama sve teže pronaći one koji su voljni slušati. Što onda mogu učiniti kako bi stekli utjecaj? Koncept „Jedanaest razgovora” može biti od pomoći. Carl Hohenthal osnivač je Berlinskog ureda Brunswick Grupe i vršitelj dužnosti višeg savjetnika te tvrtke za strateško savjetovanje. Ima veliko iskustvo iz područja javnih poslova i kriznih komunikacija.

Predavač: Carl Graf von Hohenthal

Michelinova zvjezdica – samo vrhunska kuhinja ili nešto više?

Komunikacija je uspješna kada je usklađena. Sve odnose i uspjehe, privatno i poslovno, gradimo na komunikaciji. Vrhunski chef, naravno, najprije mora znati kuhati. Međutim, jednako je važno znati i ispričati priču o sebi samome. Je li Michelinova zvjezdica priznanje samo za kulinarsko umijeće ili je, uz



HRVATSKA UDRUGA ZA
ODNOSE S JAVNOŠĆU



strast i ljubav prema kuhanju, potrebno nešto više? Koliko je našim panelistima chefovima važna komunikacija u poslu i koliko je pridonijela njihovoj uspješnosti?

Panelisti: Ana Ugarković (Mali Bar), Rudi Štefan (Pelegri), Jure Tomić (Ošterija Debeluh), Tvrtko Šakota (NAV)

Moderatorica: Ankica Mamić, Agencija IMC

Bad economics – let's not do that!

Polazište mnogih komercijalnih, nekomercijalnih, komunikacijskih, društvenih i drugih projekata gotovo je uvijek analiza; interna, eksterna, ekonomska i mnoge druge.

Analize, a za ovo je predavanje posebice važna upravo ekonomska analiza, zahtijevaju primjenu općeprihvaćenih analitičkih metoda. Nije sve relativno i stvar pristupa nego se jasno može prepoznati kada se ekonomski zanati ne koriste i kada je riječ o tzv. bad economics, ili pojednostavnjeno o pogrešnoj interpretaciji ekonomskih pokazatelja.

Motivi i posljedice za „bad economics” mogu biti raznoliki, no činjenica jest da je ta pojava danas prisutna u mnogim dijelovima društva, a njezin je utjecaj raširen.

Zato će se na ovom predavanju pokušati pokazati primjeri „bad economicsa” poput brkanja dokaza i primjera te nedopuštenih usporedbi koje navode na greške, a sve kako bih sudionike KOMferencije uputio na mogućnosti smanjenja raširenosti takvog pristupa i ograničenja njegovih posljedica.

Predavač: Ivo Bićanić

Hrvatska na čelu druge najjače svjetske ekonomije, što sad utjecaj ima s tim?

O utjecaju kojega će Republika Hrvatska imati tijekom predsjedanja Europskom Unijom, izazovima vođenja najveće ekonomske i političke



HRVATSKA UDRUGA ZA
ODNOSE S JAVNOŠĆU



zajednice suverenih država na svijetu te koristima/posljedicama za Hrvatsku i njezine građane razgovaramo s predsjednikom Vlade Republike Hrvatske Andrejom Plenkovićem.

Što zapravo znači predsjedanje za međunarodni položaj Hrvatske u EU i svijetu? Može li Hrvatska za vrijeme predsjedanja ubrzati proces ulaska u Schengen? Koliko nedavna imenovanja hrvatskih političara na visoke europske dužnosti imaju veze s tim? Može li predsjedanje utjecati na hrvatsko gospodarstvo, i najvažnije, što građani imaju od toga? U kratkom polusatnom panelu nastojat ćemo se dotaknuti najvažnijih tema predsjedanja te odgovoriti na pitanja utjecaja kojeg Hrvatska može ostvariti.

Panelisti: Andrej Plenković, predsjednik Vlade Republike Hrvatske

Moderator: Mario Aunedi Medek, Media Val

Uzmi riječ u svoje ruke i pitchaj agilno

Sve je više poslovnih prilika, a sve manje fokusa u poslovnom svijetu. Danas, više nego ikad, događa se nemilosrdna borba za pozornošću u konverzaciji. Dobiti priliku iznijeti svoje ideje, prijedloge ili rezultate radi brzine promjena i složenosti interakcija poslovnog okruženja te imperativa vremena svakodnevni je izazov.

Često imamo samo jednu priliku, i to kratku, kako bismo zainteresirali sugovornike za sebe i za svoje poslovanje. Ako tada uspješno ne zaokupimo njihovu pozornost, ne ostavimo moćan dojam i ne uvjerimo ih da tu ima nešto za njih, drugu priliku nećemo niti dobiti. Takvi izazovi zahtijevaju inovativni komunikacijski pristup. Na ovoj ćete radionici dobiti konkretne smjernice iz autorske metodologije „Konverzacijska agilnost“ o tome kako brzo i učinkovito sugovornika zainteresirati za sebe i svoju temu, stvoriti inicijalno povjerenje i oblikovati priču koja će biti usklađena rezonirati sa sugovornikom i zaokupiti njegovu pozornost. Brusit ćemo vaše umijeće pitchanja kako biste bili poduzetni u konverzaciji te spremni pitchati bilo kada, bilo gdje i bilo kome.



Predavačica: Ana Šimunović

Breaking news – Kako privući pozornost urednika televizijskih vijesti? Upoznajte urednike koji o tome odlučuju.

Televizijske vijesti su i dalje jedan od najgledanijih i najcitiranijih medijskih sadržaja. Svatko se u odnosima s javnošću bori za svoj položaj u taj najgledaniji sat na dan. Što vam može pomoći da dobijete svoju minutu pod reflektorima, kako to rade najuspješniji i najutjecajniji doznajte na ovom panelu. Sudjeluju Ksenija Kardum, direktorica informativnog programa Nove TV, Katarina Periša Čakarun, urednica Odjela Informativni medijski servis HTV-a i Borna Keserović, urednik RTL Danas, RTL Hrvatska.

Panelisti: Borna Keserović, (RTL Hrvatska), Katarina Periša Čakarun (HTV), Ksenija Kardum (Nova TV)

Moderator: Krešimir Macan, Manjgura

Honesty and purpose are the future of influence

Iako nam pouzdano kažu da živimo u neizvjesnim vremenima, dok se tlo miče pod nogama, postoje neke stvari koje su uvijek bile kritične i koje su i dalje kritične: integritet i autentičnost, iskrenost i svrha.

Kako multidisciplinarne kampanje postaju sve češće središnje uporište za klijente, izgradnja utjecaja postaje istovremeno složenija i usredotočenija. Uzimajući primjere iz različitih tržišta, sektora i disciplina, sagledat ćemo velike nade i okrutnu stvarnost iskrene i svrhovite komunikacije.

Predavač: Theo Moore

Može li javno zagovaranje rodne ravnopravnosti povećati utjecaj PR-a u kompanijama?

Jedno od ključnih pitanja stručnjaka za odnose s javnošću je pitanje koliki utjecaj zapravo imaju kod donošenja ključnih operativnih i strateških odluka u organizacijama. To bi se pitanje moglo promatrati i kroz kontekst rodne



ravnopravnosti, budući da brojna istraživanja ukazuju da muškarci imaju nadvladavajući utjecaj, posljedično i veću moć kada je riječ o upravljanju u organizacijama. U skladu s tom tezom na ovom panelu otvaramo diskusiju o rodnoj ravnopravnosti kao strateški važnom pitanju industrije OSJ u kojoj žene predstavljaju više od 70 posto svih stručnjaka.

Panelisti: Ana Stojić Deban (Zagrebački Holding), Nataša Novaković (Povjerenstvo za odlučivanje o sukobu interesa), Ivana Radačić (Institut društvenih znanosti Ivo Pilar), Ana Gruden (časopis Zaposlena)

Moderatorica: Nina Išek Međugorac, HT

20 godina mladi

Uvijek smo bili napredni – i u temama i u tulumima! Slušali smo najuglednije svjetske stručnjake za odnose s javnošću, obradili najaktualnije teme, ugoštili oca suvremenog PR-a, glasnogovornika State Departmenta, predsjednike britanskog i američkog PR udruženja, dvojicu hrvatskih predsjednika, najpoznatije hrvatske gospodarstvenike, svjetske znanstvenike, pjevače, sportaše, PR-ovce iz regije...

Organizirali smo i sučeljavanja predsjedničkih kandidata... Vozili smo se autobusom, karakom po jakom jugu, nagibnim vlakom koji nije kasnio i zrakoplovom koji je kasnio... Jednu konferenciju održali smo i u samostanu! Hranili smo brijunske slonove, osluškivali ptice u Kopačkom ritu, kuhali u PR-kuhinji, pripremali PR-koktele, plesali s balerinama... I tako smo pekli PR-gibanicu: red predavanja, red panela, red radionica, red izleta, red tuma, red pelina...

Kroz povijest konferencija će nas provesti Sandro koji je bio predsjednik HUOJ-a kad je organizirana 1. konferencija, Drenislav koji je moderirao panele na 1. konferenciji, Boris, glavni tajnik i predsjednik HUOJ-a i sudjelovao u organizaciji niza konferencija, a Vlatka i Daria koje su bile na svim konferencijama. Stara je 20 godina i nije se pokvarila!



HRVATSKA UDRUGA ZA
ODNOSE S JAVNOŠĆU



Što je starija – to je bolja! PR-gibanicu o 19 naših konferencija pripremile su kuharice Daria i Vlatka, koje su proteklih godina skupljale najbolje recepte sa svih konferencija... A dalje... kuhati neka nastave generacije Y i Z!

Panelisti: Vlatka Škorić, Sandro Baričević, Daria Mateljak, Boris Hajoš

Moderator: Drenislav Žekić

Radionica - Medijski nastupi - bez „ammm...” i „ovaaaj”

Odlični ste u komunikaciji uživo i možete govoriti tri sata bez zastajkivanja, ali čim se upali kamera ne znate više ni svoje ime? Nema problema – i odličan istup u medijima može se uvježbati. Medijski trening sredstvo je s pomoću kojeg ćete svladati pravilnu pripremu za davanje izjava, intervjua, govora i drugih oblika prenošenja poruka javnosti s pomoću medija.

Ova radionica sadržava male trikove za vježbu nastupa, tako da više nećete bježati ni od TV anketa na gradskim ulicama nego ćete moći s osmijehom na licu odgovoriti kako vam se sviđa u javnom prijevozu ili koji vam predsjednički kandidat najljepše pjeva.

Ne bojte se, svi pravila vrijede i kad su teme ozbiljne, a trema nestaje uz šalu. Čak i ona od kamera.

Voditeljice radionice: Enea Hasukić, Maja Vratarić

Radionica - Surađuju li tvrtke s agencijama za odnose s javnošću?

Hrvatska udruga za odnose s javnošću je u suradnji s agencijom Briefing komunikacije provela istraživanje o suradnji komunikacijskih agencija i odjela korporativnih komunikacija najvećih hrvatskih tvrtki. Zanimalo nas je kako direktori i voditelji korporativnih komunikacija biraju agencije koje će ih poduprijeti u njihovim aktivnostima, što traže od njih i u kojim područjima. Istraživanje je prvi korak u poboljšanju kvalitete suradnje agencija i tvrtki, te u povećanju transparentnosti tržišta komunikacijskih usluga. Predstaviti ćemo rezultate istraživanja i preporuke za daljnje postupke.

Voditelj radionice: Davor Huić, Briefing komunikacije



HRVATSKA UDRUGA ZA
ODNOSE S JAVNOŠĆU



Radionica - PechaKucha predstavljanje projekata agencija za odnose s javnošću

Predstavljanje agencija za odnose s javnošću u Pecha Kucha formatu na prošlogodišnjoj je KOMferenciji bio jedan od najposjećenijih formata. Stoga će ove godine, ponovno u izazovnom Pecha Kucha formatu, agencije predstaviti svoje najbolje projekte koje su provele u 2019. godini! Predstavljanje agencijskih projekata u Pecha Kucha formatu „začinit ćemo“ rezultatima istraživanja koje je provela agencija Briefing, na temu suradnje komunikacijskih agencija i odjela korporativnih komunikacija. Rezultate istraživanja i preporuke predstaviti će Davor Huić, direktor Briefinga.

Što je Pecha Kucha? Pecha Kucha je jednostavan i brz prezentacijski format kojim se tema predstavlja kroz 20 slika, svaka u trajanju 20 sekundi. Slike, bez ijednog slova ili brojke, automatski se izmjenjuju dok prezenter svojim komunikacijskim umijećem i pomno oblikovanim porukama zadržava pozornost publike.

Voditeljica radionice: Marina Čulić Fischer, Dialog komunikacije

Radionica - Protokol za neznalice - 7 najčešćih grešaka i kako ih izbjeći

Na radionici ćemo saznati zašto je važna uloga protokola i ceremonijala u poslovnom svijetu i zašto protokol mora besprijekorno funkcionirati. Osnovna protokolarna pravila, osobni stav i nastup u protokolu, poslovna i osobna korespondencija, poslovno i protokolarno odijevanje teme su koje će nam najbolje ilustrirati kako protokolarnim ponašanjem, poznavanjem i primjenom pravila protokolarnog ponašanja komuniciramo s različitim javnostima.

Voditeljica radionice: Senka Bilac

Social Media Jungle and the PR Animals

Mogu li i na koji način odnosi s javnošću zloupotrijebiti mogućnosti koje nudi svijet potpune transparentnosti nastao na valu eksplozivnog razvoja društvenih mreža. To je pitanje na koje Behar nudi nedvosmislen odgovor:

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 |



HRVATSKA UDRUGA ZA
ODNOSE S JAVNOŠĆU



može, i te kako, a svaki stručnjak za odnose s javnošću mora biti svjestan svoje goleme odgovornosti.

Nedavno upozorenje Rogera McNameea, jednog od prvih Zuckerbergovih savjetnika o štetnim posljedicama Facebookova poslovnog modela, dovoljno govori o razmjerima problema. Njegova je ocjena da Zuckerberg i Sandberg ne razumiju da su ih izazvali upravo oni, svojim poslovnim odlukama. Analogijom, Behar će potaknuti kritičko propitivanje uloge odnosa s javnošću u svijetu potpune transparentnosti.

Predavač: Maxim Behar



4. O predavačima



Bey-Ling Sha

Voditeljica je visokog obrazovanja čiji je rad utjecao na znanost, obrazovanje i praksu odnosa s javnošću. U istraživanjima se ponajprije bavi povezanošću identiteta i odnosa s javnošću. Dobitnica je nagrade Instituta za odnose s javnošću „Pathfinder Award“ za 2018. godinu, nagrade za životno djelo koja prepoznaje izvorni program znanstvenih istraživanja, te je glavna urednica znanstvenog časopisa Journal of Public Relations Research.

Američko društvo za odnose s javnošću (PRSA) imenovalo je 2012. godine dr. Sha obrazovnom stručnjakinjom godine, a osvojila je i izvanredne nagrade Sveučilišta San Diego (2007.) i Sveučilišta Maryland (2004). Koautorica je jedanaestog izdanja knjige Cutlip and Center's Effective Public Relations, jednog od vodećih svjetskih udžbenika na području odnosa s javnošću, autora Scotta Cutlipa i Allena Centera.

Dr. Sha predsjedala je Vijećem za univerzalnu akreditaciju Universal Accreditation Board, koje nadzire najveći svjetski program stručnog certificiranja za stručnjake za odnose s javnošću, te Nacionalnim odborom za rad, život i spol PRSA-e. Doktorirala je masovnu komunikaciju na Sveučilištu Maryland, College Park. Trenutačno je dekanica College of Communications na Kalifornijskom državnom sveučilištu u Fullertonu.



Korado Korlević

Nemirni duh kojeg na Wikipediji klasificiraju kao astronoma, učenici ga doživljavaju kao učitelja, kolege kao čudnog, supruga ga smatra odsutnim, mačke kao mjesto za spavanje.

Nakon godina provedenih u školskom sustavu, otkriva sva ograničenja javnih struktura i sa skupinom istomišljenika stvara grozd nevladinih organizacija kojima je zadaća pridonijeti razvoju zajednice u područjima u kojima je država zakazala: u edukaciji, u znanosti, u zaštiti prirode, u stvaralaštvu...u dobroti.



Jelena Veljača

Jelena Veljača završila glumu je na Akademiji dramske umjetnosti i glumila je u prvim hrvatskim sapunicama, a od 2006. radi kao autorica i producentica televizijskih serija u regiji.

Od 2008. godine piše kolumne u kojima obrađuje ženske teme među kojima je, nažalost, i obiteljsko i rodno uvjetovano nasilje. Nakon pročitanoog teksta o još jednom slučaju propusta socijalne države, 1. ožujka 2019. piše kolegicama Anici i Jeleni, producentici Nermi, prijateljicama Ani i Uni: „Trebam vas, moramo promijeniti Hrvatsku.” Dubokog je uvjerenja da se medijski kapital javnih osoba mora koristiti za osvještavanje socijalnih problema s kojima se naše društvo bori, a ne za vlastitu korist.



Nina Pološki Vokić

Redovita je profesorica menadžmenta, menadžerskih vještina i upravljanja ljudskim potencijalima na Ekonomskom fakultetu u Zagrebu.

Od 2011. godine na Ekonomskom sveučilištu u Beču (WU-Wien) predaje kolegij International human resource management. Koautorica je sveučilišnih udžbenika Temelji menadžmenta i Suvremeni menadžment, sveučilišnog priručnika Priručnik za metodologiju istraživačkog rada i zbirne autorske knjige Koraci uspješnog organiziranja, suurednica triju znanstvenih publikacija te autorica više od 20 poglavlja u knjigama i više od 60 znanstvenih radova.

Sudjelovala je na više domaćih i međunarodnih znanstvenih projekata, od kojih se ističe projekt Međunarodno komparativno istraživanje organizacijskih politika i praksi upravljanja ljudskim potencijalima, međunarodne mreže istraživača CRANET. Suvoditeljica je interdisciplinarnoga sveučilišnoga poslijediplomskog studija Upravljanje ljudskim potencijalima.



Ana Tkalac Verčić

Redovita je profesorica u trajnom zvanju na Ekonomskom fakultetu u Zagrebu. Bivša je Fulbrightova stipendistica. Nositeljica je kolegija Marketinška komunikacija, Odnosi s javnošću i Oglašavanje.

Dobitnica je raznih nagrada i priznanja poput nagrade „Mijo Mirković”, PRIDE, ProPR i GrandPrixa za razvoj struke odnosa s javnošću. Članica je programskih odbora (BledCom), znanstvenih odbora (International Conference on Contemporary Marketing Issues) i uredništava međunarodnih znanstvenih časopisa (Public Relations Review,



Journal of Public Relations Research, International Journal of Strategic Communications).

Koautorica je i urednica nekoliko knjiga poput Odnosa s medijima, Public relations metrics: research and evaluation i sveučilišnoga udžbenika Odnosi s javnošću. Autorica je više od 50 znanstvenih članaka. Predsjednica je Hrvatske udruge za odnose s javnošću.



Barbara Krajnc

Barbara Krajnc je certificirana moderatorica LEGO® SERIOUS PLAY® metode i materijala. Barbara Krajnc je iskusna savjetnica za odnose s javnošću s više od 25 godina radnog iskustva u područjima javnog sektora, korporativnim poslovima u međunarodnoj korporaciji, općem menadžmentu tvrtke za vanjsko oglašavanje, a značajan rad ostvarila je i u strukovnoj udruzi u kojoj je bila izvršna

direktorica Zlatnog bubnja, međunarodnog oglašivačkog festivala, jedne od najvećih kreativnih nagrada u Europi.

Aurora Borealis Consultancy tvrtka je u kojoj radi kao neovisna savjetnica i stručnjakinja za domaće i međunarodne klijente, specijalizirana za područja javnih poslova, zagovaranja, upravljanja regulatornim pitanjima i usklađenosti te korporativne komunikacije. Upravljanje projektima i događajima njezina je strast.

Barbara je i certificirana voditeljica LEGO® SERIOUS PLAY® metoda i materijala, te sa sobom donosi veliko znanje o karijeri i iskustvo.



Vladimir Benić

Osnivač i direktor tvrtke Posao na dlanu d. o. o., prve regionalne platforme za online i videotestiranje kandidata za posao, a u posljednje četiri godine utjecao je na manje troškove zapošljavanja u iznosu većem od pet milijuna kuna.

Isto tako, gotovo 30 000 kandidata za posao testirano je preko njegove platforme koja je od 2017. ponovno brendirana kao CareerCentar. Konzultantski se bavi strateškim upravljanjem brendom poslodavca ili employer brendom. Autor je mnogih članaka i modela optimizacije u tom području te osnivač prve nagrade za poslodavce – Croatia's Best Employer Brand Awards, koja će prve nagrade podijeliti potkraj 2019. godine. Vladimir sudjeluje na mnogim konferencijama kao predavač i programski partner na Innovation islandu, Global Management Leaders Summitu, HR people analytics forumu, Hacking HR-u, odražava mnogobrojna predavanja i treninge u Zagrebu, Beču i Londonu o employer brendingu te aktivno pokušava unaprijediti područje upravljanja ljudskim resursima, kvalitetom radnog iskustva i stvaranja organizacija kojima su na prvome mjestu njihovi zaposlenici.



Esther Vidošević

Pravna je savjetnica i dio tima koji pruža podršku odjelu globalnih komunikacija društva Philip Morris International Inc. (PMI).

Njene odgovornosti sežu od savjetovanja po pitanjima svakodnevne komunikacije na društvenim mrežama, odnosa sa globalnim medijima, reaktivnih komunikacija, do strateških komunikacija i kampanja. Radom u PM Zagrebu započinje 2006. godine kao pravni analitičar, a po povratku sa privremenog upućivanja u operativni centar PMI-a u Švicarskoj, gdje savjetuje globalni odjel zadužen za istraživanje tržišta, 2009. godine



preuzima ulogu upravljanja pravnom službom za regiju Središnja Europa – Jug.

Kao dio globalnog PMI odjela za pravo i usklađenost, radi na brojnim projektima za obrazovanje pravника. S promjenom fokusa kompanije na inovativne alternative pušenju, 2016. godine, pridružuje se globalnom tima koji kreira znanstveni kurikulum za pravnike te predvodi istraživanja i komunikacijske inicijative vezane uz prava potrošača i regulativu inovacija. Neposredno prije prelaska na poziciju savjetnika za globalne komunikacije, kao Direktor za Regulatorne Strategije razvija ključne pozicije kompanije na području inovativnih proizvoda. Prije dolaska u PMI, Esther je radila u odjelu za porezne i regulatorne usluge u društvu PricewaterhouseCoopers u Zagrebu.



Vali Marszalek

Obnaša funkciju izvršne direktorice Global Compact mreže Hrvatska i savjetnice za održivi razvoj i društveno odgovorno poslovanje Hrvatske udruge poslodavaca.

UN Global Compact inicijativa je Ujedinjenih Naroda za održivi razvoj i korporativnu održivost, najveća takva inicijativa u svijetu, brojeći preko 13000 članica, kako iz poslovnog sektora (njih 10000), tako i iz civilnog sektora, akademske zajednice, udruga, gradova i drugih ključnih dionika društva. Kao izvršna direktorica lokalne mreže inicijative, Global Compact mreže Hrvatska (Global Compact Croatia Executive Director), Vali se bavi pitanjima održivosti i Ciljeva održivog razvoja, posebno vezano za poslovni sektor, te svim temama iz domene održivog i društveno odgovornog poslovanja. Široki raspon tema kojima se Vali bavi uključuju: Razumijevanje i integriranje ciljeva održivog razvoja u korporativne strategije, SDG Leadership, Ljudska prava, Žene u businessu, te Korporativno izvješćivanje prema ciljevima održivog razvoja, u svrhu kojeg je ove godine sudjelovala u izradi Nacionalne studije o nefinancijskom izvješćivanju u Hrvatskoj za 2017. i 2018.



godinu, te krenula s intenzivnim radionicama s članicama Hrvatske udruge poslodavaca na temu izvješća o održivosti.

Na temu Žena u businessu Vali je uključena u sve aktivnosti HUPa i UN Global Compacta koje su orijentirane na postizanje bolje zastupljenosti i liderstvo žena u poslovnom svijetu, kao što su HUPova Inicijativa 30%, HUP Baza poslovnih žena, Načela osnaživanja žena UN Global Compacta i dr.



Vanja Prahić

Društvene mreže izazvale su revoluciju u načinu kako prenosimo poruke. Biti dio tog svijeta veliki je izazov, ali i prilika. Social svijet počeo je otkrivati 2012. godine u korisničkoj podršci Hrvatskog Telekomu. Nakon diplome na FPZG-u, gotovo šest godina proveo je u medijima brinući o prisutnosti brendova 24 sata na društvenim mrežama.

Novi izazov pronašao je u agencijskom svijetu, gdje je trenutačno Head of Social u agenciji 404. Društvene mreže izazvale su revoluciju u načinu kako prenosimo poruke. Biti dio tog svijeta veliki je izazov, ali i prilika.



Carl Graf von Hohenthal

Carl Graf von Hohenthal viši je savjetnik u berlinskom uredu agencije Brunswick. Radi kao savjetnik za strateško komuniciranje tvrtki.

Iako se profesionalno bavio svim vrstama komunikacija, posebice se ističu krizno komuniciranje i issue management (upravljanje problemima). Carl se pridružio Brunswicku kao partner 2006. godine, nakon

25 godina rada u novinarstvu. Od 1984. godine radio je u Frankfurter Allgemeine Zeitungu (FAZ), vodećemu njemačkom dnevniku, kao



parlamentarni dopisnik u Bonnu i Berlinu, a 2001. postao je zamjenik glavnog urednika glavnoga dnevnog lista Die Welta.



Ivo Bićanić

Prof. dr. sc. Ivo Bićanić hrvatski je ekonomist, profesor makroekonomike i teorije rasta.

Mediji i opća javnost također ga poznaju i kao vrlo aktivnog kolumnista koji se kritički osvrće na političke, ekonomske i društvene događaje u Hrvatskoj. Diplomirao je i doktorirao na Ekonomskom fakultetu u Zagrebu, gdje je od 1976. do umirovljenja

2016. radio kao redoviti profesor makroekonomije. Magistrirao je na Sveučilištu u Oxfordu. Bio je suradnik na St. Anthony's College u Oxfordu (1985.) i na Woodrow Wilson International Center for Scholars u Washingtonu (1993. – 1994.) te gostujući profesor na Srednjoeuropskom sveučilištu u Budimpešti (1996. – 2010.) i na Sveučilištu u Zürichu (od 2012.).

Objavljuje radove u inozemnim časopisima i knjigama. Na hrvatski je jezik s engleskog preveo više klasičnih i suvremenih ekonomskih djela (J.M. Keynes, A. K. Sen i dr.), a od važnijih djela posebno se ističe Makroekonomika I za ekonomiste i neekonomiste s hrvatskim primjerima (koautor Milan Deskar-Škrbić, 2018.).



Ana Šimunović

Ujedno je certificirani Conversational Intelligence Coach te jedina certificirana edukatorica Situational Leadershipa II u Hrvatskoj.

Edukacijama, radionicama i ostalim komunikacijskim oblicima, na hrvatskom ili engleskom jeziku, te svojom strašću prema poslu Ana pomaže poslovnim ljudima i



HRVATSKA UDRUGA ZA
ODNOSE S JAVNOŠĆU



organizacijama usavršiti javne i medijske nastupe, vještine uvjerljivog komuniciranja, uspješnog prodavanja i učinkovitog vođenja ljudi u svim organizacijskim procesima. Do sada je održala stotine edukacija, radionica, treninga, predavanja i individualnih savjetovanja za predsjednike i članove uprava, srednji menadžment i razne timove vodećih hrvatskih te stranih tvrtki i organizacija. Uspješna je poduzetnica koja vodi svoju tvrtku već devet godina. Predaje i na prvoj hrvatskoj visokoj školi za komunikacijski menadžment Edward Bernays te na veleučilištu VERN. Uz to, istupa u medijima u kojima komunikacijski analizira nastupe javnih osoba i aktualne društvene događaje.



Theo Moore

Generalni je direktor ureda tvrtke APCO Worldwide u Bruxellesu i šef financijske prakse APCO-a u Europi, specijaliziran za političku komunikaciju i kampanje temeljene na problemima, uključujući angažiranje politike, krizno komuniciranje, upravljanje dionicima i odnose s medijima. Radio je u Bruxellesu i Londonu više od dvadeset godina, sudjelujući u vodećim i vodećim uspješnim kampanjama u rasponu od nacionalnih javnih poslova i globalnih projekata korporativne reputacije, pa sve do podrške protiv povjerenja, konkurencije, M&A i sudskih sporova. Njegovi klijenti su globalne korporacije blue-chip, mala i srednja poduzeća i nevladine organizacije iz tehnološkog, industrijskog, financijskog i poljoprivredno-znanstvenog sektora. Trenutni i noviji klijenti uključuju Microsoft, MedTech Europe, Bombardier Transportation, Corteva, American Express i DTCC. Prije nego što se pridružio APCO-u, radio je za Brunswick, Royal parkove i Text 100.



Enea Hasukić

Završila je studij komunikologije i sociologije, a komunikacijskim vodama plovi posljednjih šest godina. U agenciji Grizli komunikacije obnaša dužnost PR & Strategic Communications Directora, a njezin glavni interes su strateško i krizno komuniciranje. Trenutačno završava Executive MBA studij na Zagrebačkoj školi ekonomije i menadžmenta. U slobodno vrijeme rado

planinari, posjećuje koncerte i planira daleka putovanja.



Maja Vratarić

Maja Vratarić završila je studij komunikologije, a u agenciji Grizli komunikacije zaposlena je posljednjih šest godina. Trenutačno obnaša dužnost Chief of Account Managementa i završava Executive MBA studij na Zagrebačkoj školi ekonomije i menadžmenta. Njezini su glavni zadaci upravljanje i vođenje projektima, izrada poslovnih planova i provedba marketinških kampanja. U

slobodno vrijeme Maja rado uči strane jezike, putuje i bavi se sportom.



Senka Bilać

Diplomirana je ekonomistica zaposlena u Uredu župana Šibensko-kninske županije radi od 1994. godine najprije kao poslovna tajnica, zatim kao viša savjetnica za protokol, od svibnja 2016. godine vršiteljica je dužnosti pročelnice Ureda župana Šibensko-kninske županije. Dugogodišnjim radom na poslovima odnosa s javnošću i protokola u jedinicama lokalne (regionalne)



samouprave stekla je dobre organizacijske i komunikacijske vještine. Kao tajnica Županijske koordinacije za ljudska prava organizira brojne tribine, okrugle stolove i radionice na temu ljudskih prava i suzbijanja diskriminacije na području Šibensko-kninske županije. Voditeljica je Radne skupine za odnose s javnošću pri Hrvatskoj zajednici županija. Vodi Školu protokola, edukacijski program koji je pokrenula Hrvatska zajednica županija. U HUOJ se uključila 2013. godine te sudjelovala na edukacijama i predavanjima. Tajnica je Dalmatinske podružnice HUOJ-a.



Maxim Behar

Maxim Behar vodeći je stručnjak za odnose s javnošću, osnivač i predsjednik Upravnog odbora M3 Communications Group, Inc.—vodeće tvrtke u području odnosa s javnošću i medija u Bugarskoj. Bivši je predsjednik ICCO-a (Međunarodne organizacije za savjetovanje o komunikacijama), a 2016. imenovan je u Savjetodavno vijeće prvog Muzeja za odnose s javnošću u New Yorku. Trenutačno je predsjednik Udruženja svjetskih komunikacijskih foruma u Švicarskoj, potpredsjednik Atlantic Clubina Bugarske, predsjednik Odbora za odnose s javnošću i medije Svjetske federacije konzula (FICAC), predsjednik Nadzornog odbora Međunarodnog centra za mirovne studije i diplomaciju Sir Jamesa Manchama, član Izvršnog odbora Fondacije James Michel na Sejšelima i mnogih drugih. Tijekom godina primio je i nagradu komunikator desetljeća, Udruženja poslovnih komunikatora Indije (ABCI), izabran je za menadžera godine u Bugarskoj te za globalnog predsjednika godine (Stevie Awards, NYC). Rad Maxima Behara proteže se izvan korporativnih odnosa. Uvelike sudjeluje u svim vrstama odnosa s javnošću, medijima i međunarodnim odnosima, turizmu, novinarstvu, diplomaciji i filantropiji.



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

