

Konferencja na temat najnowszych trendów w marketingu internetowym będzie poświęcona najbardziej rozrywkowej formie reklamy - grom internetowym.

Podczas kilku godzin specjaliści w temacie gier reklamowych (advergaming) opowiedzą o tym do kogo można dotrzeć, w jaki sposób produkować gry aby były efektywne, w jaki sposób kierować ich dystrybucją i reklamą.

Na wykładach wystąpią praktycy w tej atrakcyjnej dla odbiorców dziedzinie, pojawią się osoby ze strony producentów gier (nobagames.com, AdAction) oraz przedstawiciele serwisów społecznościowych (Nasza-klasa, poszkole.pl).

Wydarzenie posiadać będzie formę wykładów połączoną z dyskusją panelową dotyczącą teraźniejszości i przyszłości tej formy reklamy, zastosowania gier w promocjach, ich integracji z serwisami społecznościowymi.

Celem konferencji jest dostarczenie wiedzy teoretycznej (prawo dotyczące gier, statystyk dotyczących graczy, typów gier i form reklamowych) jak i praktycznej (opartej na konkretnych case study, rzeczowej dyskusji praktyków tego rynku).

Prowadzenie obrad: Jacek Jankowski (Redefine Sp. z o.o. / nobagames.com)

PROGRAM

10:00	Wykład: Gry internetowe i komputerowe jako narzędzie promocji - możliwości i przykłady ich wykorzystania Czyli słów kilka o grach jako narzędziu promocji, podstawowych możliwościach wykorzystania na bazie zrealizowanych kampanii Polskich i Zagranicznych. Jakie są możliwości, korzyści, wymagania, niebezpieczeństwa tej formy reklamy i promocji. <i>Jacek Jankowski (Redefine Sp. z o.o. / nobagames.com)</i>
10:45	Wykład: Czego oczekują od gier internetowych ich użytkownicy i jak to się może przełożyć na skuteczność Reklamy w grach? Jak projektować gry internetowe aby były one efektywne, na co zwracać szczególnie uwagę a czego unikać, aby gracze chcieli spędzać więcej czasu na grze a przekaz reklamowy dotarł efektywnie do gracza. <i>Jacek Jankowski (Redefine Sp. z o.o. / nobagames.com)</i>
11:30	Merytoryczna prezentacja firmy-sponsora
12:00	Przerwa na lunch
12:30	Wykład: Zagadnienia prawne reklamy elektronicznej <ul style="list-style-type: none"> ocena prawna internetowych technik marketingowych linki marketing "szepczany". Czy to wystarczy na tym etapie <i>prof. dr hab. Ewa Nowińska (Kierownik Zakładu Prawa Środków Masowego Komunikowania, kierownik podyplomowego studium prawa autorskiego, wydawniczego i konkurencji w Instytucie Prawa Własności Intelektualnej)</i>
13:40	Wykład: Rynek reklam w grach komputerowych i telefonach komórkowych <i>Adam Dyba (Prezes AdAction)</i>
14:10	Wykład: Magia Alternate Reality Game <ul style="list-style-type: none"> czym są Alternate Reality Games? ARG jako alternatywa dla standardowych form reklamy jak za pomocą ARG zaktywizować społeczność skupioną wokół serwisu informatycznego? przykłady "gier" <i>Piotr Konieczny (Specjalista ds. Bezpieczeństwa, niebezpiecznik.pl)</i>
14:40	Przerwa na kawę
15:00	Wykład: Advergaming - warunki skutecznego dotarcia do grupy docelowej <ul style="list-style-type: none"> potrzeby i motywacje nowego konsumenta segmentacja - kto i dlaczego gra? skuteczne planowanie działań skierowanych do konsumentów z wykorzystaniem advergamingu <i>Dominik Kaznowski (Nasza-Klasa.pl)</i>
15:30	Panel dyskusyjny: Teraźniejszość i przyszłość gier reklamowych w Polsce - okiem praktyków <i>Jacek Jankowski (Redefine Sp. z o.o. / nobagames.com)</i> <i>Tomasz Glinka (Redefine Sp. z o.o. / nobagames.com)</i> <i>Adam Dyba (Prezes AdAction)</i> <i>Dominik Kaznowski (Nasza-Klasa.pl)</i> <i>Daniel Walendziak (poszkolne.pl)</i>
16:00	Zakończenie programu. Wręczenie certyfikatów

Firmy zainteresowane udziałem w programie

- proszę o kontakt - **Agata Soboń**

**GŁÓWNY PATRON
MEDIALNY**



**PATRONI MEDIALNI
BRANŻOWI**

PLAY



PC Centre
reference point

PATRONI MEDIALNI

agencje-reklamowe.com

NEWSLINE.PL



H R K .PL
PORTAL RYNKU PRACY

Prokreacja

**Adam Dyba**

Rocznik 73 (jak wino). Absolwent Wydziału Zarządzania i Marketingu Politechniki Lubelskiej, członek IAB Polska. Na studiach obok nauki robił różne rzeczy, zakładał radio wycieczkowe, nagrywał komiksy radiowe, rozdawał bilety do teatru, organizował sympozja i był ankierem. Wakacje zwykle spędza w górach, ma na swoim koncie: Rysy (Tatry, Polska), Mitikas (Olimp, Grecja), Mulhacen (Sierra Nevada, Hiszpania), Mount Blanc (Alpy, Francja), Jabal Toubkal (Atlas, Maroko), Kilimajaro (Afryka, Tanzania). Na rynku reklamy internetowej od 1997 roku, czyli od samego komercyjnego początku. Twórca i założyciel IDMnet pierwszej w Polsce agencji mediowej zajmującej się tylko reklamą internetową, która przekształciła się w internetową sieć reklamową. Autor wielu publikacji na temat reklamy webowej. Budował strategię promowania się w internecie dla takich klientów jak Jobpilot.pl, Trader.pl, LUKAS Bank. Prowadzi także szkolenia i zajęcia ze studentami z marketingu interaktywnego. Obecnie prezes dwóch spółek Afilo, która zajmuje się marketingiem afiliacyjnym oraz AdAction, pioniera na rynku reklamy w grach komputerowych i aplikacjach mobilnych. Zainteresowania: reklama, turystyka górską, wycieczki rowerowe, dobre wina, smooth jazz. Największe marzenie: zdobyć świata szczyt (dosłownie)

**Jacek Jankowski**

Jest osobą związaną z marketingiem internetowym od lat 90tych. Jego doświadczenie obejmuje działania zarówno po stronie agencji interaktywnych (Max Weber, OS3 multimedia, Ostryga e-ntertainment, AdAction, Pro-Creation, InDesigns, Maxus Net Communications), po stronie klienta (Centrum Podróży Air Club, Getz International Travel), jak i jako niezależny konsultant działań marketingowych w Internecie (Piękne Oczy - Polskie Salony Optyczne, fundacja Amnesty International, Wspólna Droga, Progress Domus, agencje HR). Obecnie prowadzi Dział Gier Internetowych w spółce Redefine, gdzie pod marką nobagames.com rozwija narzędzia związane z reklamą wykorzystującą gry internetowe. Swoje działania prowadzi na pograniczu gier flash oraz serwisów społecznościowych (m.in. facebook.com, poszkole.pl). Jest fanem nowych mediów, śledzi bieżące trendy w Internecie, ale nie daje się zwariować chwilowym modom. Planowane strategie ustala na lata, nie na miesiące, biorąc pod uwagę nie tylko specyfikę Internetu, ale także specyfikę i stopnie cyfryzacji swoich klientów. Wolne chwile lubi spędzać z rodziną i przyjaciółmi, głównie nad polskim morzem lub na Mazurach. Nie stroni od wycieczek po świecie (najdalej na zachód - USA, na wschód Korea, na północ Norwegia, południe czeka na szersze zbadanie), lecz łączy je z odwiedzinami u swoich przyjaciół i znajomych.

**Piotr Konieczny**

Przygodę z branżą IT rozpoczął w brytyjskim oddziale Philips Electronics, obecnie specjalista ds. bezpieczeństwa w Compendium CE. Organizator krakowskiego akademickiego cyklu wykładów LUMD (Linux -- U mnie działa!), absolwent Glasgow Caledonian University. Po godzinach, dziennikarz techniczny, współpracujący z portalami i wydawnictwami informatycznymi. Właściciel największego w polskiej sieci serwisu o tematyce bezpieczeństwa komputerowego <http://niebezpiecznik.pl>.

**Dominik Kaznowski**

Pełnomocnik Zarządu ds. Marketingu i PR Nasza-Klasa Sp. z o.o.

Od lat związany z branżą internetową. W 2000 roku nawiązał współpracę z założonym przez amerykańskich analityków inkubatorem internetowym e-Katalyst SA (m.in. ekatalyst.pl, e-learning.pl pracuj.pl). W latach 2002-2006 odpowiadał za obszar komunikacji korporacyjnej w Grupie PZU, w tym za public relations, komunikację wewnętrzną, sponsoring, działania prewencyjne, projekty internetowe, intranet, extranet, kanały direct oraz e-commerce. W 2005 roku kampanie realizowane przez Dominika otrzymały nagrody Golden Arrow (kategoria non-profit), Kreatury (kategoria reklama społeczna) i Fryderyka (sponsor zwycięskiego albumu w kategorii muzyka dawna). Pomysłodawca największej w Polsce kampanii promującej internet "Internet też medium". Jego zaangażowanie w kreowanie wzrostu rynku reklamy internetowej zostało docenione w 2004 roku przez ekspertów w plebiscycie "Człowiek roku polskiego internetu" wydawnictwa IDG. Od sierpnia 2006 do października 2008 rok pełnił funkcję dyrektora marketingu w Pionier Internet Agora SA. W 2007 roku otrzymał nagrodę Webstar Creative za najlepszą zintegrowaną kampanię marketingową 2007 oraz nominację do tytułu człowieka roku polskiego internetu. Od listopada 2008 do listopada 2009 zajmował się doradztwem oraz tworzeniem strategii w nowych mediach jako prezes spółki doradczej Xevin Consulting. Od grudnia 2008 roku odpowiadał za rozwój biznesowy portalu Nasza-Klasa.pl, a od kwietnia 2009 za obszar marketingu, badań i analiz i public relations. Od stycznia 2009 roku jest udziałowcem i prezesem zarządu spółki Interaktywnie.com, wydawcy popularnego serwisu branży marketingu online w Polsce. W grudniu 2008 roku podczas gali Webstarfestiwal otrzymał nagrodę Grand Webstar i tytuł człowieka roku polskiego internetu 2008. Przez ostatnie 6 lat związany ze Związkiem Pracodawców Branży Internetowej IAB Polska, najpierw jako wiceprezes, a następnie przewodniczący rady nadzorczej. Zasiadał w radzie nadzorczej Polskich Badań Internetu – spółki realizującej standard badań internetu w Polsce. Jest członkiem Komisji Etyki Reklamy przy Związku Stowarzyszeń Rada Reklamy. Autor dwóch książek o marketingu w internecie, wielu raportów, felietonów i publikacji w prasie branżowej oraz wpływowego bloga kaznowski.blox.pl. Pomysłodawca i organizator konkursu na najlepszy blog firmowy w Polsce (blogifirmowe.wordpress.com).

Dr hab. Ewa Nowińska, prof. Uniwersytetu Jagiellońskiego

Specjalista prawa konkurencji i prawa mediów. Autorka 120 prac naukowych z tego zakresu, recenzent projektów legislacyjnych (prawo prasowe, prawo konkurencji, ustawa o radiofonii i telewizji), uczestnik szeregu badań naukowych z tego zakresu wykonywanych w ramach projektu PHARE. Do najważniejszych publikacji należą monografie: Prawo prasowe dla dziennikarzy prasy lokalnej, 1998, Prawo dla dziennikarzy. Poradnik kieszonkowy, Warszawa 1998, Komentarz do ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji, (Prawo Handlowe t. 5), 2000, współaut. M. du Vall, Komentarz do ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji 2001, (wyd. popr. i uzupełn.) współaut. M. du Vall, Zwalczanie nieuczciwej reklamy. Zagadnienia cywilnoprawne, 2002. Kierownik Zakładu Prawa Środków Masowego Komunikowania, kierownik podyplomowego studium prawa autorskiego, wydawniczego i konkurencji w Instytucie Prawa Własności Intelektualnej. Laureatka nagrody Prezesa Urzędu Patentowego za rozprawę doktorską, odznaczona medalem Komisji Edukacji Narodowej.

INFORMACJE ORGANIZACYJNE

Warunkiem udziału jest przesłanie wypełnionego formularza zgłoszeniowego faksem (strona 3) lub elektronicznie:

www.cpi.com.pl/imprezy/2010/fmi/formularz_pr.php

!!!UWAGA!!! Prosimy o skorzystanie z powyższego linku lub poniższego formularza zgłoszeniowego – celem mierzenia skuteczności przekazu tej informacji :)

Przyjęte zgłoszenie zostanie potwierdzone faksem i e-mailem - zawierającym szczegółowe informacje organizacyjne oraz sposób płatności i numer konta. Potwierdzenia udziału przesyłamy na 10 dni przed rozpoczęciem konferencji.

O przyjęciu zgłoszenia decyduje kolejność zgłoszeń. **Ilość miejsc ograniczona.**

FORMULARZ ZGŁOSZENIOWY

IV FORUM MARKETINGU INTERNETOWEGO

"REKLAMA I MARKETING W GRACH INTERNETOWYCH I KOMPUTEROWYCH"

11 marca 2010 roku, Warszawa

DANE UCZESTNIKÓW* (*PROSIMY O WYPEŁNIENIE DRUKOWANYMI LITERAMI)

1 osoba

Imię i nazwisko	
Stanowisko	
Faks	
Telefon	
GSM	
e-mail	

2 osoba

Imię i nazwisko	
Stanowisko	
Faks	
Telefon	
GSM	
e-mail	

DANE FIRMY*

Nazwa Płatnika	
NIP	
Adres (ulica, kod, miasto)	
Województwo	
Telefon Ogólny	
Fax Ogólny	
e-mail ogólny	

Zobowiązujemy się uregulować koszt udziału w forum jednej osoby

- **500 zł + 22% VAT** - przy nadesłanym zgłoszeniu do 24 lutego 2010 roku
- **650 zł + 22% VAT** - przy nadesłanym zgłoszeniu od 25 lutego 2010 roku

Powyższy koszt obejmuje: udział w obradach, materiały konferencyjne, poczęstunek w przerwie w obradach.

Koszt udziału jest płatny na konto CPI, na podstawie potwierdzenia udziału. Faktury będą do odbioru podczas konferencji.

Rezygnacja z udziału po 4 marca 2010 r. powoduje powstanie zobowiązania pokrycia pełnych kosztów udziału na podstawie faktury Centrum Promocji Informatyki.

Wyrażam zgodę na przetwarzanie przez Centrum Promocji Informatyki Sp. z o.o., Warszawa, ul. Międzyborska 50, dotyczącego mnie adresu poczty elektronicznej, w myśl przepisów ustawy z dnia 29 sierpnia 1997r. o ochronie danych osobowych (Dz. U. z 2002r. Nr 101, poz. 926 z późn. zm.) w zakresie prowadzonej przez CPI działalności gospodarczej (marketingowej) oraz zgodnie z Ustawą z dnia 18.07.2002 r. (Dz. U. nr 144, poz.1204) o świadczeniu usług drogą elektroniczną, która weszła w życie 10.03.2003 r., wyrażam zgodę na otrzymywanie poczty drogą elektroniczną. Wyrażamy zgodę na umieszczenie naszych danych w bazie adresowej CPI, zachowując prawo do ich wglądu, poprawiania lub usunięcia oraz na przekazanie danych firmom uczestniczącym w programie.

(podpis i pieczęć)

Organizator: Centrum Promocji Informatyki Sp. z o.o.

ul. Międzyborska 50, 04-041 Warszawa, Tel. (022) 871 85 51, 870 69 10 (78)

fax (022) 870 69 95, 871 85 56, e-mail: pr@cpi.com.pl