

Program XVII Kongresu Badaczy			
dzień 1, czwartek, 13 października 2016 r.			
9.30 - 10.00	rejestracja uczestników, kawa powitalna		
10.00 - 10.15	Otwarcie Kongresu Przewodnicząca Rady Programowej Kongresu Prezes Zarządu OFBOR, Prezes Zarządu PTBRiO Sale C+D+E+F (II piętro)		
	Sesja plenarna		
10.15 - 10.45	Akceleracja - ucieczka do przodu Aleksandra Przegalińska		
10.45 - 11.15	Is Europe facing a continental shift? Edouard Lecerf, Global Director, Political and Opinion Research, Kantar Public		
11.15 - 11.45	Miasto Archipelag - opowieść na styku Filip Springer		
11:45 - 12.15	wystąpienie sponsora głównego Ariadna		
12.15 - 13.30	przerwa na lunch		
	Styl życia Na sesję zaprasza Marja Olcoń-Kubicka sale A+B+C (II piętro) sesja I	Demo/Gender Na sesję zaprasza Justyna Drożdżikowska sale D+E+F (II piętro) sesja II	Młodzi i media Na sesję zaprasza Stanisław Mencwel Congres Hall (III piętro) sesja III
13.30 - 14.00	Jestem dresiarzem Barłomiej Brach, Królicza Nora Dominika Sitnicka, Agora/Królicza Nora	Dzieci zanurzone w technologii Edyta Czarnoła, Zymetria Tomasz Bruss, MEDIAFARM	Hajsy, zasięgi i let's playerzy - nowi bogowie gimnazy i ich potencjał marketingowy Anna Mazerant, 4P Research Mix
14.00 - 14.30	Ja lubię muzykę i Ty lubisz muzykę czy w związku z tym więcej nas łączy czy dzieli? Rodzaje zaangażowania w muzykę i segmentacja fanów Anna Kuropatwa, Havas Media	Nie łatwo być dorosłym!... A trzeba? Barbara Frątczak-Rudnicka, 4P research mix	Storyofmajlajf poznasz tylko na grupie Anna Rzeźnik, CPC/Królicza Nora Maciej Kosiorek, VML/Królicza Nora
14.30-15.00	WEEKEND – megatrendy i konteksty Jacek Pogorzelski, Tomek Jakubowski, BlueFox	Dlaczego dziadkowie są mega czyli niespodziewana świeżość przeszłości Marcin Klaus, Insight Shot Marcin Ejsmont, Lemon Sky J. Walter Thompson	Failcore: o tym, w jaki sposób porażka styka się z sukcesem i uznaniem Paweł Pawiński, Cięty Język/UWr. Łukasz Tarnowski, Królicza Nora
15.00-15.30	przerwa na kawę		
	Marka Na sesję zaprasza Iza Rudak sale A+B+C (II piętro) sesja IV	Demo/Gender Na sesję zaprasza Michał Kociankowski sale D+E+F (II piętro) sesja II	Młodzi i media Na sesję zaprasza Tomasz Jędrkiewicz Congres Hall (III piętro) sesja III
15.30-16.00	Lepiej budować marki wyraziste a nie wyróżnialne. Skoro marki to twór kulturowy dlaczego nie uwzględniamy tego w badaniach konsumenckich? Jacek Wasilewski, Narrative Impact, UW Tomasz Bartnik, Strategia 011E One Eleven	Co „nie styka” w mężczyznach i dzisiejszej rzeczywistości? Julia Izmałkova, Izmałkova Ewa Górska, MullenLowe MediaHub	Hieroglify XXI wieku – czyli o tym, jak Social Media rozwijają nowe pismo obrazkowe i zmieniają sposób komunikacji międzyludzkiej Marcin Samek, Małgorzata Dajczer McCann & MRM
16.00-16.30	Manifest kulturowy marki - jak stworzyć markę ważną dla Millennialsów Paulina Goch-Kenawy, Semiosfera, Heuristica Anna Niewiadomy, Spark Strategy Maciej Biedziński, Touchideas	Halo! To ja, tata! Czy można sięgnąć do kieszeni ojca bez pośrednictwa matki? Marek Grabowski, Iwona Wilmowska, Ipsos	Krytyczne podejście do roli mediów społecznościowych w budowaniu marki: czy dzięki Facebookowi Twoja marka staje się unikalna czy upodabnia się do konkurencji? Andrzej Ołkiewicz, TNS Polska Przemysław Rosa, SalesTube
16.30-17.00	Marketingowe narracje Krzysztof Sobieszek, ZenithOptimedia	Kobieta na zakręcie. Partner (nie)potrzebny od zaraz Monika Kwiecień, Joanna Kiernicka, Ipsos	POPkulturowy Monster, czyli o rozdźwięku między treściami konsumowanymi przez pokolenie youtube, insta i snapa, a tym jak wygląda komunikacja marek skierowana do nich Michał Lutostański, Tomasz Użarowski, 4P Research Mix

Program XVII Kongresu Badaczy			
dzień 2, piątek, 14 października 2016 r.			
9.30 - 10.00	kawa powitalna		
	Przyszłość Na sesję zaprasza Sebastian Starzyński sale A+B+C (II piętro) sesja V	Warsztat badacza Na sesję zaprasza Elżbieta Gorajewska sale D+E+F (II piętro) sesja VI	Design as research... Na sesję zaprasza Marcin Piotrowski Congres Hall (III piętro) sesja VII
10.00 - 10.20	"Jeśli nie wiemy, jakie będą konsekwencje naszych wyborów, nasz wolny wybór to iluzja." Czyli o tym, czy i jak można badać przyszłość Natalia Hatałska, hatałska.com	Od Tintina przez Thorgala do badania marketingowego. O badaniu w formie komiksu oraz innych niestandardowych pomysłach na ankietowanie Tomasz Dulnicz, Smartscope	Map of design research, czyli o badaniach, które badaniami nie są, ale jednak są i dlaczego są one ważne Aga Szóstek, UX Plus
10.20 - 10.40	Świat digital a świat polityki - jak jeden wpływa na drugi Albert Hupa, IRCenter	7 grzechów głównych badacza Michał Protaśki, Kompania Piwowarska Anna Gorączka, Żabka Polska	Dalej niż UX, czyli o korzyściach ze współpracy projektanta i badacza przy projektowaniu produktów i usług Paulina Rzymaska, La Wonderlab
10.40 - 11.00	Rocky Road to eMobility Monika Jaskulska, Inny Format Justyna Czapiewska, Enspiron	Kukurydziane chrupki w służbie innowacji – o łączeniu kreatywności z dyscypliną badawczą Katarzyna Sobolewska, Monika Mostowska -Żybura Beeline Research&Consulting	O pięknie codziennej kreatywności: przypowieść o technikach generatywnych Joanna Rutkowska, Senfino
11.00 - 11.30	przerwa na kawę		
	Procesy Na sesję zaprasza Łukasz Mazurkiewicz sale A+B+C (II piętro) sesja VIII	Warsztat badacza Na sesję zaprasza Agnieszka Owsianko sale D+E+F (II piętro) sesja VI	...research as design Na sesję zaprasza Anna Wozniowska Congres Hall (III piętro) sesja VII
11.30 - 11.50	Polacy nie lubią czytać. Jak zmienić niepokojący trend? Nowe podejście do roli komunikacji w procesie zarządzania doświadczeniem klienta Anna Talarczyk, BZ WBK	Connected Intelligence Tomasz Lechowicz, ZenithOptimedia Group	Problemy z socjologami, czyli o partycypacyjnym projektowaniu przestrzeni miejskiej - w poszukiwaniu idealnego badacza Anna Karłowska, Napraw Sobie Miasto
11.50 - 12.10	Ognisty romans czy małżeństwo z rozsądku? – czy skala NPS faktycznie odzwierciedla emocje związane z doświadczeniem klienta dostarczanym przez markę. Agnieszka Balcer, P4 i Aga Szóstek, UX Plus	Contact Center oczami pracowników. Łącząc praktykę z emocjami Natalia Suska, NEUROHM Marcin Sosnowski, Stowarzyszenie Marketingu SMB	Od idei po ikony – dlaczego warto badać różne obszary systemów i aplikacji w obszarze user experience Tomasz Opalski, ING Bank Śląski Hubert Turaj, EDISONDA
12.10 - 12.30	Start-up w muzeum, czyli nieznanne technologie w ujęciu etnograficznym Anna Kiedrowska, Daria Plutecka, EDISONDA	Przy okazji wyciśniemy z nich co się da! Anna Jaglarska, PBS Krzysztof Przybylski, Gamfi	Projektowanie innowacji napędzanej wiatrem Wojciech Ciemniewski, Combine Marcin Ślęzak, sailing.org.pl Kaja Baszkiewicz, CODE Design
12.30 - 13.30	przerwa na lunch		
13.30-16.15	Behavioural change zaprasza Agata Grabowska sale A+B+C (II piętro) warsztat I	Consumer trends zaprasza Katarzyna Gawlik sale D+E+F (II piętro) warsztat II	Design research zaprasza Marcin Piotrowski Congres Hall (III piętro) warsztat III
16.15-16.30	przerwa na kawę		
16.30-17.00	Stykówka. O street photography z Jackiem Szlakiem rozmawia Iza Rudak. Zakończenie		