

Program XIX Kongresu Badaczy			
dzień 1, czwartek, 25 października 2018 r.			
9.30 - 10.00	rejestracja uczestników, kawa powitalna		
10.00 - 10.30	Przebudzenie mocy. Trzy rzeczy, które Kongres zmieni w Twoim życiu Katarzyna Gawlik (przewodnicząca Rady Programowej), Mateusz Galica (prezes PTBRIO), Agnieszka Sora (prezes OFBOR), Michał Lutostański (członek zarządu PTBRIO)		
10.30 - 11.00	Cyfrowy minimalizm. Zdrowa relacja z technologią nowym trendem Michał Kiciński, Łukasz Anwajler (Mudita)		
11.00 - 11.30	przerwa na kawę		
11.30 - 13.10	Społeczeństwo moderuje Ola Trojanowska sale D+E+F (II piętro) sesja I	Narzędzia moderuje Michał Zajdel sale A+B+C (III piętro) sesja II	Shopper moderuje Sebastian Starzyński Congres Hall (III piętro) sesja III
11:40 - 12.10	Koniec wstydu i co dalej Marcin Hinz, ABM	Jak mówić, żeby respondenci nas rozumieli? Czy w kwestionariuszach jest miejsce dla prostej polszczyzny? Anna Martenka, Anna Kwiatkowska, Play	Jeśli nie w niedzielę, to ...? - czyli jak Polacy radzą sobie z ograniczeniami handlu Michał Maksymiec, Rafał Dobrowolski, GfK Polonia
12.10-12.40	„Normal is new super” - pokolenie Dziewuch Marta Byrska, Kantar Polska Izabela Kiwak, RAS Polska	Mascara, kłamstwa i kasety wideo. Brakujące ogniwo między ilościowym pomiarem a jakościowym wglądem Anna Górecka, Monika Kwiecień, Ipsos	Powrót do przeszłości użytkowników e-commerce, czyli jak modelować zachowania zakupowe w oparciu o historię długą historię przeglądania po internecie Albert Hupa, IRCenter
12.40-13.10	Ukraińcy w Polsce: epizod czy początek wieloetnicznego państwa? Krzysztof Szczerbacz, ARC Rynek i Opinia	Is this the real life? Is this just fantasy? - czyli krótka historia o tym, czy warto stosować Virtual Reality w badaniach Karol Rubinkiewicz, Orange Polska, Michał Gmurek, Brainlab	Biedronka, a może Lacoste - w jakim stopniu potrafimy przewidzieć potrzeby konsumentów? Przemysław Huk, MANDS Badania Rynku i Opinii, Dominik Karbowski, Selectiv Data Tank
13.10 - 14.10	przerwa na lunch		
14.10 - 14.20	Społeczeństwo moderuje Grzegorz Markowski sale D+E+F (II piętro) sesja I	Narzędzia moderuje Piotr Idzik sale A+B+C (III piętro) sesja II	Projektowanie przyszłości moderuje Weronika Rochacka Gagliardi Congres Hall (III piętro) sesja IV
14.20-14.50	Seksmisja, czyli jak na planetę kobiet ściągnąć młodych facetów? Małgorzata Zajac, Muzeum Historii Żydów Polskich POLIN, Róża Dominiak, Kantar Polska	Trać punkty, zdobywaj wiedzę – czyli jak skorzystać z mocy gier symulacyjnych? Barbara Zajaczkowska, ABM, Igor Widawski, Iggames	Przyszłość zaprojektowana. Design spekulatywny jako metoda prognozowania przyszłości Natalia Hatałska, infuture hatałska foresight institute
14.50-15.20	Biznes w otoczeniu niepewności – case study polskiego e-sportu Piotr Bombol, Gameset, Adam Ciotek, ARC Rynek i Opinia	Świat po CAWI. Czy stoimy u progu nowej ery realizacji badań? Boty jako narzędzie do zbierania danych. Anna Martenka, Salomea Świerkowska, Play, Tomasz Dulinić, Smartscope	Food design i projektowanie przyszłości polskiego jedzenia Mateusz Halawa, Instytut Filozofii i Socjologii Polskiej Akademii Nauk, Paweł Ciacek, Kantar Polska, Fabio Parasecoli, New York University
15.20 - 15.50	przerwa na kawę		
15.50 - 17.30	Czy marketing wzmacnia podziały społeczne w Polsce? Debata.		
20.00	RESEARCH MIX PARTY		

Program XIX Kongresu Badaczy

dzień 2, piątek, 26 października 2018 r.

9.30 - 10.00	kawa powitalna		
10.00 - 10.10	Impact wewnątrz organizacji moderuje Katarzyna Haczewska-Wierzbicka sale D+E+F (II piętro) sesja V	Marka Moderuje Anna Koszur sale A+B+C (II piętro) sesja VI	Analizy moderuje Dominik Batorski Congres Hall (III piętro) sesja VII
10.10 - 10.40	Wiedza bezużyteczna, czyli produkt, którego sami nie potrafimy sobie sprzedać Bartosz Brennek, Zenith	Pięte P Agata Romaniuk, Blink	Czy światem rządzą częstości? O zastosowaniu analiz korelacyjnych w badaniach marketingowych Marta Marchlewska, Dominika Maison, Maison&Partners
10.40 - 11.10	Małe badanie, które rozpoczęło dużą zmianę w banku. Bartłomiej Serafiński, Maciej Biedziński, Touchideas, Anna Wenstlaw, Santander Bank Polska	Ile „prawdy” o marce w internecie? Bartek Osiński, Paulina Ptak, IQS	Bounce rate to kłamstwo, czyli jak prawidłowo analizować content Damian Rams, damianrams.pl
11.10-11.40	Po co HRowcom marka konsumencka? Rola współpracy HRowców i marketerów w sektorze B2C - na bazie wyników badania Premium Employer Brand Kinga Makowska, Barbara Zych Employer Branding Institute	Czy efektywność zabija marki? Bartosz Gąsiorowski, oS3	Mniej badań, więcej modelowania. Machine Learning w badaniu mediów Waldemar Izdebski, Bartłomiej Klimowski, Polskie Badania Czytelnictwa
11.40 - 12.10	przerwa na kawę		
12.10 - 12.20	Dane w biznesie moderuje Sebastian Szade sale D+E+F (II piętro) sesja VIII	Design moderuje Barbara Rogoś-Turek sale A+B+C (II piętro) sesja IX	Odpowiedzialność moderuje Vadim Makarenko Congres Hall (III piętro) sesja X
12.20 - 12.50	Dojrzałe dziecko marketingu – wnioski z 10 lat analityki biznesowej Małgorzata Maciąg – Publicis Media Michał Pyc – Blue 449 (Publicis Media)	Stół z powyłamywanymi nogami - o tym jak projektowaliśmy aplikacje dla seniorów Maria Wiśnicka, Fundacja Pracownia Badań i Innowacji Społecznych "Stocznia" Maja Durlik, TechSoup Global	Afera Cambridge Analytica - czyli jak wpływać na losy świata dzięki dostępowi do danych Przemysław Rosa, SalesTube
12.50 - 13.20	Test pomarańczy Gabriel Małwiejczyk, Facebook, Tadeusz Kuchta, Philips	Jak cię widzą, tak cię piszą. O badaniu dostępności serwisów internetowych, czyli jak w Allegro przydaje się empatia Małgorzata Rychel, Allegro	#Fake prawdziwszy od prawdy Agnieszka Anteckka, Marta Krasowska Ipsos Polska
13.20 - 13.50	Przytul problem – jak badania pomogły w stworzeniu nowego doświadczenia dla Klientów zgłaszających problemy do banku Justyna Marcinczak, Renata Ostrzyniewska, Bank Millennium	Wirtualna lekcja empatii wobec psa. Design research w projektowaniu wirtualnej rzeczywistości Joanna Rutkowska, Olga Bańka, Senfino	Hej! na K2, czyli co tak naprawdę zadziało się w social mediach w czasie polskiej zimowej wyprawy na K2 Anna Kuropatwa, Havas Media, Wiola Łada-Szewczenko, DBI
13.50- 14.50	przerwa na lunch		
14.50 - 15.35	Zrównoważony rozwój w praktyce. Obserwacje projektanta z czasu rewolucji. Maciej Konopka, Brandy Desingn		
15.35 - 16.20	Kiedy statystyki kłamią? Czyli o wszystkich błędach, które popełniasz w badaniach rynku i opinii. Janina Bąk, janinadaily.com		
16.20 - 16.30	zakończenie		