

- 9:00–9:30** Poranna kawa i herbata
- 9:30–9:50** Oficjalne otwarcie konferencji
- 9:55–10:40** The small data in television. The tiny clues that uncover huge trends in television
Martin Lindstrom/Martin Lindstrom Company LTD.
- 10:45–11:10** The power of authentic storytelling: from script to screen
Wendy West/American tv producer and writer
- 11:15–11:35** Co telewizja ma wspólnego z telewizorem?
Jacek Balicki, Marta Szwakopf/platforma nc+
- 11:35–11:55** Przerwa kawowa
- 12:00–12:40** The truth about effectiveness in a changing media landscape **Peter Field**/Peter Field Consulting
- 12:45–13:05** Measuring audiences and transacting in the new media landscape **Jorge Papanicolau**/Nielsen
- 13:10–13:40** Making TV great again
Craig Macdonald/Accenture Strategy
- 13:40–14:30** Lunch
- 14:35–14:55** Budowanie marek w nowej erze komunikacji: inne czy nie?
Małgorzata Rokita/Procter & Gamble
- 15:00–15:30** Czy tylko przekaz ma znaczenie, czy też otoczenie, w którym pojawia się reklama? Rola kontekstu w reklamie.
Maciej Ziąbrowski/TVN Media, **Edyta Czarnota**/Zymetria
- 15:35–16:05** Get with the programmes – sponsorship effects
Matt Hill/Think Box UK
- 16:15** Oficjalne zamknięcie konferencji