



Program Ogólnopolskiej konferencji naukowej „Obszary reklamy”. Edycja IV.

Dziecko w reklamie. Reklama a dziecko, Koszalin, 10.02.2025 r.

8:30-9:00 – rejestracja uczestników (logowanie do platformy Zoom)

9:00-9:10 – powitanie gości i oficjalne otwarcie konferencji – dr hab. Danuta Zawadzka, prof. PK, rektor Politechniki Koszalińskiej / dr hab. Krzysztof Wasilewski, prof. PK, prorektor ds. kształcenia Politechniki Koszalińskiej / dr hab. Michał Polak, prof. PK, dziekan Wydziału Humanistycznego Politechniki Koszalińskiej

Blok wprowadzający

9:10-9:30 – *Dziecko jako Inne i nierozpoznana wartość. Uwagi z obszaru historii idei* – dr hab. Zbigniew Danielewicz, prof. PK (Politechnika Koszalińska)

9:30-9:50 – *Reklama kierowana do dzieci: oblicza społecznie odpowiedzialnej komunikacji marketingowej* – dr Anna Kozłowska (Szkoła Główna Handlowa w Warszawie)

9:50-10:10 – *Wpływ reklamy na rozwój wiedzy i kompetencji dzieci. Edukacyjna funkcja reklamy* – dr inż. Joanna Nowicka (Akademia Nauk Stosowanych Angelusa Silesiusa w Wałbrzychu)

10:10-10:30 – dyskusja (moderator: dr hab. Brygida Pawłowska-Jądrzyk, prof. UKSW)

10:30-10:50 – przerwa na kawę

Blok I. Dziecko w reklamie – perspektywa kulturoznawcza i socjologiczna

10:50-11:10 – *O wykorzystaniu motywów dziecięcych w reklamie wizualnej. Reklama i kwestia infantylnizmu* – dr hab. Brygida Pawłowska-Jądrzyk, prof. UKSW (Uniwersytet Kardynała Stefana Wyszyńskiego w Warszawie)

11:10-11:30 – *Dziecko w reklamie. Kontrowersje i błędy w komunikacji międzykulturowej* – dr Magdalena Mikrut-Majeranek (Uniwersytet Śląski w Katowicach)

11:30-11:50 – *Archetyp dziecka w reklamie: analiza narracji i emocji na przykładzie kampanii marki Allegro i IKEA* – mgr Anna Grabowska (Uniwersytet Jagielloński)

11:50-12:10 – *Pomiędzy dzieciństwem a dorosłością. Dlaczego dziewczęta są postarzane w przekazach reklamowych?* – lic. Nikola Moskal (Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu)

12:10-12:30 – *Zabawki dla dzieci w świecie reklamy* – Aleksandra Stec, Jakub Baran (Politechnika Rzeszowska im. Ignacego Łukasiewicza)

12:30-12:50 – dyskusja (moderator: dr hab. Zbigniew Danielewicz, prof. PK)

12:50-13:20 – przerwa na obiad

Blok III. Dziecko w reklamie w świetle prawa i etyki

13:20-13:40 – *Dziecko jako element przekazu reklamowego – aspekty prawne i etyczne w świetle polskich i europejskich regulacji* – dr Paweł Drembkowski (Centralny Instytut Analiz Polityczno-Prawnych)

13:40-14:00 – *Wykonywanie pracy w działalności reklamowej przez dziecko – rozważania na gruncie Kodeksu pracy i dyrektywy 94/33/WE w sprawie ochrony pracy osób młodych* – dr Grażyna Zboralska (Sąd Najwyższy – Izba Pracy i Ubezpieczeń Społecznych)

14:00-14:20 – *Sharenting i dzieci w reklamach influencerów – wyzwania prawne i etyczne* – Aleksandra Kumorek (Uniwersytet Jagielloński)

14:20-14:40 – dyskusja (moderator: dr Dorota Michalska-Sieniawska)

14:40-14:50 – przerwa na kawę i ciastko ☺

Blok IV. Dziecko a reklama żywności i leków

14:50-15:10 – *Rola przekazów reklamowych w kształtowaniu nawyków żywieniowych dzieci* – mgr Astrid Brojanowska (Collegium Witelona Uczelnia Państwowa)

15:10-15:30 – *Reklama niezdrowej żywności i napojów skierowana do dzieci w mediach społecznościowych. Casus Polski i Norwegii* – dr Monika Markiewicz (Politechnika Koszalińska)

15:30-15:50 – *Reklama a rzeczywista jakość produktów spożywczych dla dzieci* – inż. Julita Józefczyk (Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie)

15:50-16:10 – *Dziecko jako element strategii marketingowych w promocji leków OTC – aspekty prawne i etyczne* – dr Dorota Michalska-Sieniawska (Politechnika Koszalińska)

16:10-16:30 – *Reklama farmaceutyczna w telewizji dziecięcej – problem lokalny czy międzynarodowy?* – Marta Kończak (Scientific Society of Poznan University of Medical Sciences)

16:30-16:50 – dyskusja (moderator: dr Anna Kozłowska)

16:50-17:10 – dłuższa przerwa na kawę i pewnie na coś do zjedzenia ☺

Blok zamykający konferencję

17:10-17:30 – *Obraz dziecka w reklamie prasowej od połowy XIX wieku po czasy najnowsze na podstawie wybranych ogłoszeń* – lic. Krzysztof Brończyk (Uniwersytet Jagielloński)

17:30-17:50 – *Ikony dzieci w reklamach – przypadki, które zapisały się w historii reklamy* – Oliwia Kusz (Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie)

17:50-18:10 – *Potwory, moda i reklama. Seria Monster High w kontekście kindermarketingu* – lic. Alicja Pulikowska (Uniwersytet Warszawski)

18:10-18:30 – *Wpływ reklam z udziałem dzieci na wizerunek marki* – lic. Aleksandra Oślizło (Politechnika Rzeszowska im. Ignacego Łukasiewicza)

18:30-18:50 – dyskusja (moderator: dr Piotr Szarszewski)

18:50 – podsumowanie i oficjalne zamknięcie konferencji – dr Piotr Szarszewski