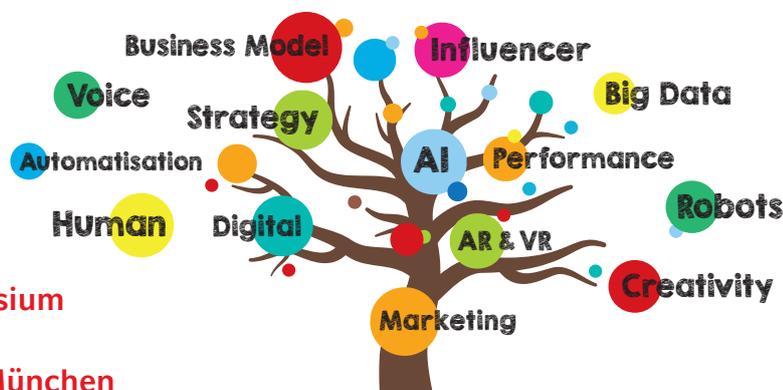


MIT TECH UND TOUCH DIE ZUKUNFT GESTALTEN

#ai #human #whatsnext



45. Münchener Marketing-Symposium
Freitag, 12. Juli 2019
Ludwig-Maximilians-Universität München

Künstliche Intelligenz, Robotics, Voice, Big Data. Neue Technologien eröffnen neue Potenziale. Doch wer versteht schon genau, was Künstliche Intelligenz und andere Technologien für Geschäftsmodelle und das Marketing bedeuten? Erfolgt die Differenzierung nicht mehr über die Marke, sondern über den Algorithmus? Wie passen Tech und Touch zusammen und v.a. zur eigenen Marke? Welche Rolle spielen Emotion, Intuition und Mut in der Zukunft? Gemeinsam mit unseren hochkarätigen Referenten aus Wissenschaft und Praxis möchten wir auf diese Fragen eingehen und Ihnen **Impulse und Denkanstöße** geben. Zudem ist das Symposium die ideale Plattform für **Networking mit Gleichgesinnten und Querdenkern**.

Wir freuen uns auf Ihren Besuch am 12. Juli 2019 an der LMU München!

SCIENCE MEETS BUSINESS je 2 Sessions zur Auswahl (begrenzte Teilnehmerzahl)

jeweils 10:00 - 11:00

Session 1A: #VR #AR – Mixed Reality verstehen und erfolgreich einsetzen

Daniel Zimmermann, MBR, Institut für Marketing
Praxispartner: Microsoft Deutschland GmbH, Martin Dobes (Technology Evangelist)

Session 1B: #Sponsored – Erfolgreiches Gestalten von Influencer Relations auch abseits von Fashion, Beauty & Co

Katharina Schlomann, B.Sc., Institut für Marketing
Praxispartner: L'Osteria GmbH, Sarah Sunderbrink (Senior Social Media Manager)

jeweils 11:00 - 12:00

Session 2A: #AI – Künstliche Intelligenz zwischen Analyse und Kreativität: Perspektiven und Anwendungsbeispiele

Dr. Christine Auer, Institut für Marketing
Praxispartner: Siemens AI Lab, Bernd Blumoser (Innovation Head of AI Lab)

Session 2B: #Voice Assistants – Aktuelle Insights über die am schnellsten wachsende Technologie aller Zeiten

Caroline Tran, MLitt, Institut für Marketing
Praxispartner: VUI.agency, Dr. Christoph Esslinger (Founder & Managing Director), Patrick Esslinger (Founder & Managing Director)

HAUPTVERANSTALTUNG

12:00

Get Together

Empfang mit Erfrischungen und Speisen im Lichthof

13:00

Begrüßung und Einführung

Prof. Dr. Anton Meyer & Dr. Silke Bartsch
Institut für Marketing, Vorstand FGM e.V., LMU München

13:15

KI als Game Changer?

Potenziale und Grenzen der „neuen“ Technologie

Prof. Dr. Thomas Hess
Institut für Wirtschaftsinformatik und Neue Medien, LMU München

13:45

Marke braucht mehr als Daten.

Haltung, Differenzierung, Konsequenz!

Karsten Kühn
Mitglied des Vorstands & CMO, Hornbach Baumarkt AG

14:15

Delivering positive value exchanges through empathy, marketing intelligence and creativity

Alexander Schlaubit
Vice President Marketing, Deutsche Lufthansa AG

14:45

Top-Executive-Interview: Mit „SIXT ONE“ in die Zukunft

Alexander Sixt
Vorstandsmitglied und CAO, SIXT SE

15:15

Verleihung der 24. FGM Awards

Auszeichnung der besten Abschlussarbeiten
Lothar Behrens | Sprecher des Vorstands, Augsburger Aktienbank AG

15:30 - 16:30

Coffee Break & Networking

im Lichthof

16:30

Persönlich und digital: beraten, begeistern, verkaufen

Moritz Schnippe
Verkauf Neue Automobile, BMW AG

17:00

Experiences in the Future: Robot or Human, Human or Robot?

Prof. Bernd Schmitt PhD
Columbia Business School, New York

17:30

On the Way to new Work – 10 Learnings von einer Reise, die gerade erst begonnen hat

Dr. Michael Trautmann
Gründer & Chairman der thnk AG, Gründer der Agentur upsolut sports

18:00

Schlussworte

Prof. Dr. Anton Meyer | Sprecher des Vorstands der FGM e.V.
& Vorstand des Instituts für Marketing, LMU München

ABENDVERANSTALTUNG ab 19:00 Get Connected

Zeit zum Netzwerken in der Primo Cafebar, Ludwigstraße 28/Rückgebäude, LMU München
(bei gutem Wetter auch im Außenbereich)



Weitere Informationen zum Programm und zur Anmeldung auf www.marketingworld.de

Oder scannen Sie einfach diesen Code ein, um direkt zur Anmeldung zu gelangen!