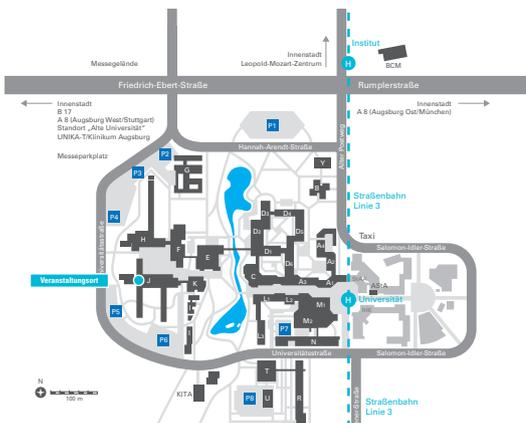


Veranstaltungsort:

Universität Augsburg
Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät (Gebäude J +K)
Universitätsstraße 16
86159 Augsburg

Parkmöglichkeiten auf den Parkplätzen 5+6



2. Augsburger Marketing Tag

„Künstliche Intelligenz und Emotionen im Marketing“
am Donnerstag, 26. September 2019
an der Universität Augsburg



Prof. Dr. Michael Paul
Lehrstuhl für Value Based Marketing
Universität Augsburg

Kontakt:
Janina Kleine
janina.kleine@wiwi.uni-augsburg.de
Tel.: 0821 598 4249

Weitere Informationen:
<http://uni-a.de/to/auxmarketing>


MARKETING CLUB
AUGSBURG


Universität
Augsburg
University

2. Augsburger Marketing Tag

Wir laden herzlich zum 2. Augsburger Marketing Tag an der Wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät der Universität Augsburg ein. Ziel der Tagung ist es, am Marketing interessierte Personen aus Praxis und Wissenschaft zusammen zu bringen, um miteinander ins Gespräch über zukunftsweisende Themen zu kommen und sich gegenseitig wichtige Impulse und neue Ideen für ein erfolgreiches Marketing zu geben.

Das Thema des Tages ist „Künstliche Intelligenz und Emotionen im Marketing“, eines der großen Zukunftsthemen. Was wissen wir in der Marketingforschung über Künstliche Intelligenz (KI)? Wie funktioniert KI? Wie kann KI Emotionen erkennen und welche Anwendungsmöglichkeiten ergeben sich daraus? Was sind B2B Use Cases für KI? Kann KI auch menschliche Kreativität in der Werbung ersetzen? Wo liegen die Herausforderungen und Grenzen von KI? Diese und weitere Fragen möchten wir aus Perspektive von Wissenschaft und Unternehmenspraxis durch Vorträge, eine Keynote und eine Q&A Session näher beleuchten.

Wir würden uns sehr freuen, Sie zu diesem Anlass an der Universität Augsburg begrüßen zu dürfen!

Anmeldung:

Für alle Gäste und MCA-Mitglieder: über <https://bookingplace.de/?vid=1950C7D6-6A66-E911-A95C-000D3AB6413D&cid=mca>

Für alle Studierenden und Promovierenden: per Email mit Name, Universität/ Fachhochschule und Studiengang an janina.kleine@wiwi.uni-augsburg.de.

Anmeldung möglich bis Montag, 16. September 2019

Eintritt:

Gäste: 99,- € / MCA-Mitglieder: 69,- €
Studierende und Promovierende: freier Eintritt

Ablauf

12.30 Uhr – 13.00 Uhr

Willkommenskaffee mit Imbiss und Registrierung

13.00 Uhr – 13.10 Uhr

Begrüßung

Prof. Dr. Robert Klein (Dekan der Wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät, Universität Augsburg),

Prof. Dr. Michael Paul (Universität Augsburg)

13.10 Uhr – 13.30 Uhr

Vortrag, Prof. Dr. Michael Paul (Universität Augsburg)

„KI in der Marketingforschung: Aktueller Stand und Ausblick“

13.30 Uhr – 14.00 Uhr

Vortrag, Prof. Dr. Björn Schuller (Universität Augsburg, Imperial College London)

„Maschinelle Lernmethoden im Marketing: Die Tiefen, die Klassischen und die Elementaren“

14.00 Uhr – 14.30 Uhr

Vortrag, Dr. Anja Dieckmann,

Dr. Matthias Unfried (Nürnberg Institut für Marktentscheidungen)

„Wie Affective Computing dabei helfen kann, Konsumenten besser zu verstehen“

14.30 Uhr – 14.50 Uhr

Kaffeepause

14.50 Uhr – 15.20 Uhr

Vortrag, Dr. Andreas Bauer (KUKA),

Jürgen Schuster (MAN Energy Solutions)

„Mögliche Use Cases von KI im B2B Marketing und Vertrieb“

15.20 Uhr – 15.50 Uhr

Vortrag, Dr. Holger Kömm (adidas)

„The Challenge of Using AI in Business“

15.50 Uhr – 16.20 Uhr

Vortrag, Jens Lappoehn (Telefónica NEXT)

„Big Data und Künstliche Intelligenz in der Anwendung mit Mobilfunkdaten“

16.20 Uhr – 16.45 Uhr

Kaffeepause

16.45 Uhr – 17.30 Uhr

Keynote, Klaus Schwab (Plan.Net Gruppe)

„Artificial Creativity: Einsatzbereiche von Künstlicher Intelligenz im Marketing, heute und morgen“

17.30 Uhr – 18.00 Uhr

Q&A mit allen referierenden Personen und

Florian Möckel (Präsident Marketing Club Augsburg)

Ab 18.00 Uhr

Schlussworte von Prof. Dr. Michael Paul (Universität Augsburg),

Ausklang und Networking mit Snacks