

2. Passauer Digital-Marketing-Konferenz

Personalisierung im Digital Marketing



11. März 2016, 9:00 Uhr - 16:30 Uhr
IT-Zentrum, Innstraße 43

Wir laden Sie herzlich zur 2. Passauer Digital-Marketing-Konferenz ein.

Unser Ziel ist es, den Dialog zwischen Wissenschaft und Praxis im digitalen Marketing anzuregen. Neben wissenschaftlichen Vorträgen zum aktuellen Stand der Forschung und Berichten aus der Praxis haben wir daher auch ausreichend Zeit für Diskussion und Austausch eingeplant. Schwerpunktthema der Konferenz ist die Personalisierung im Digital Marketing. Eine Auswahl der erwarteten Referenten finden Sie auf der folgenden Seite.

Die Registrierung zur Konferenz ist bis zum 04. März 2016 möglich. Da die Teilnehmerplätze jeweils aus Kapazitätsgründen begrenzt sind, empfiehlt sich eine frühzeitige Anmeldung. Zur Registrierung können Sie die angegebenen Webadresse oder den QR-Code verwenden.

Wir freuen uns auf Sie!



Unter anderem erwarten Sie folgende Vorträge:

Ausgewählte wissenschaftliche Beiträge:

Mobile Marketing und Location-Based Services

Prof. Dr. Martin Spann, Institut für Electronic Commerce und Digitale Märkte, LMU München

Eine Cross-Channel Analyse personalisierter Facebook-Werbung

Prof. Dr. Alexander Bleier, Carroll School of Management, Boston College/USA

Wieso der Akquisitionskanal Kundenwert und -verhalten beeinflusst

Prof. Dr. Christian Schulze, Professor für Marketing, Frankfurt School of Finance & Management

Die Wahl des Werbemediums in der Online Display-Werbung

Prof. Dr. Nadia Abou Nabout, Professor of Interactive Marketing & Social Media, WU Wien

Personalisierte Empfehlungen mit präferenzbasierten Erklärungen

Prof. Dr. Paul Marx, Juniorprofessur für Marketing, Universität Siegen

Personalisierte Onlinewerbung und das Online Shopping Momentum

Isabelle Kes, Lehrstuhl für Dienstleistungsmanagement, Technische Universität Braunschweig

Die Analyse von verhaltensbasierter Onlinewerbung, Tracking und Opt-out im Kontext von Retargeting

Alexander Eiting, Lehrstuhl für Dienstleistungsmanagement, Technische Universität Braunschweig

Einheitliches Recht für Personalisierungen – Die neue EU-Datenschutz-Grundverordnung und Digital Marketing

Prof. Dr. Kai von Lewinski, Lehrstuhl für Öffentliches Recht, Medien- und Informationsrecht, Universität Passau

Ausgewählte Praxisbeiträge:

It's about the user (and automation!) – Der Handel von heute, kundenzentriertes Einkaufserlebnis und Automatisierung als kritische Wettbewerbsfaktoren

Matthias Cada, Retail Attribution Expert, Google Deutschland

Holistisches Datenmanagement in Echtzeit

Christoph Klemann, Director Content Solutions, nugg.ad AG

