

A MESTERKÉLT CIVILIZÁCIÓ FORRADALMA

Vizsgált területek dimenziói: Ember – Társadalom – Kereskedelem – Versenypiac – Gazdaság – Marketing – Média
– HR/Cégvezetés – Ember – Társadalom – Gazdaság – Kultúra – Civilizáció – Filozófia – Társadalomtudományok

A Digital-Media Hungary konferencia programtükre. 2024. április 23., kedd

Plenáris: Amire az ember csak érett korban jöhet rá: „Csak egy dologban lehetsz biztos. Csak az nem igaz amit látsz, de minden más elképzelhető”.

Önöknél van kreativitás? Nincs, de vóna rá igény.

A Z generáció adásai (Összesen 12 tükröt tartanak a világnak és élénk).

Meddig lehet a tartalom- és reklámfogyasztó csak egy statisztikai szám?

Research Hungary! Összesen 18 darab, erre az alkalomra készített kutatás bemutatója a két nap folyamán.

Business Intelligence

Miért van szüksége a társadalomnak és a gazdaságnak a filozófiára?

Egymásba szorulva:

A kultúra és a gazdaság kapcsolata

Amerikából jöttem:

A New Age gazdasági és üzleti filozófiája

A következmény látók dilemmája

Őszintén, hittel hazudni!

Nem CSAK az állam dolga

Versenypiaci dilemmák

Marketing az egész világ

Merre lesz majd piacterünk?

Zaj van, babám!!!

A marketingtudomány elfeledett természeti törvényei

Képzeld meg el egy reklámmentes világot!

A jövő reklámfogyasztói már köztünk élnek

Kire lesz ideje a médiafogyasztónak?

Mindennek ára: elkésett lépések?

Hogyan változott meg a világ a lineáris műsorszolgáltatók számára?

A nagy kavalkád: médiatervezés 2024

Hogyan legyünk futurológusok?

A mesterséges intelligencia elmúlt 30 éve

Mit jelent a promtolás?
Bemutatjuk a gyakorlatban

Prezentációk a mesterséges intelligencia gyakorlati használatáról (esettanulmányok)

Hogyan legyünk jövőbe látók?
Bemutatjuk, megtanítjuk

A jövő reklámfogyasztói.
A jövő vásárlói

Színre lép a Retailmédia

Content & Communication Hungary

A tartalom keresi médiumát

Elérés mellett tényleges befolyásolás

Az unalom TikTokon érkezik.
A hír is TikTokon érkezik?

Ki ne szeretne reklámzajban élni?

Szilánkosodó médiától
a szilánkosodó krízisig

A kultúra megjelenése a hagyományos és az újmédiában

Felkészülni egy reklámmentes világra
Mielőtt megvennéd, gondold át,
hogyan valóban szükséged van-e rá?

SportMarketing Hungary

Hol helyezkedik el a figyelemgazdaságban a sport?

Sporttartalmak a lineáris médiában és streamingen

Mit ajánlhat a média a hirdetőknél a sporttartalmak esetében?

Hány kampányt bír el egy EB és egy olimpia?

Potenciál az online videóhirdetéseken

A kreativitás helye a futószalagos marketingben

A kreatívmentes hirdetések pokoljárása

Bemutatkozik a Connected TV
– Kinek éri meg használni?

Miért legyek áldás, ha lehetek átok is! Vágyom a tilosba! Színes éjszakai buli hölgyeknek, uraknak, hercegnőknek, kentauroknak, nárciszoknak és félnéken szemlélődőknek.

Fellép: Zenevonat Superprodukción az LGT sztárjaival és Horváth Charlie koncertje • Videod!sco by DJS Pozsi & Medgya Éjfélkor pedig az elmaradhatatlan Tunki Party. Pörkölt, fehér kenyér és savanya.

2024. április 24., szerda

Plenáris: – Hazudj, hazudj, és hazudj akár magadnak is, és ma még ithatsz egy pohár bort.

– A digitális kor reneszánszemebere.

– A bunyó folytatódik: A dolgok valódi természete és a szubjektív valóság.

Commerce Hungary

Amikor a botok elvernek

Reggeli felkavaró:

B2B-B2C= D2C de ha D2C-H2H=A2A

Algoritmus simogató

Embertelen kereskedelem

Kitörés a globálisok halálos öleléséből!

Hogyan néz ki a TikTok adatbánya?

Miért kell beszélnünk a digitális identitásról?

Az eltűnt adatok nyomában.
GA! tapasztalatok

Human Hungary

Emberi kapcsolatok a munkahelyeken

Érzelemkereslek 2024

Miért kell megértenem a kor hangulatát?

Hogyan kezeljük a Z generációt, valamint a külföldről hazánkba látogató, más szocializációs alapokkal rendelkező munkavállalókat?

Banánhéjak a csoportban

Krízisek a csoportban (by machiavelli)

Miért dönt az ember csipőből érzelmi alapon?

PodcastFesztivál!

A podcast világ számai

... És a hagyományos média belép egy valós versenypiacra

Embernek maradni.

A megmondóemberek 10 parancsolata

Tartalomhoz a célcsoportot

A podcastok monetizációs lehetőségei

Mesterséges intelligencia találkozása a podcastokkal

Hányan legyenek egy követői csoportban?

Influencer marketing

Dávidok és góliátok

Bárki megcsinálhatja saját magát

A TikTokolás 10 parancsolata

Szex, szerelem, szellemiség és szellentés

Mire adott választ az influencer marketing?

A befolyásoló influencerek hatása

Influencer kampányok (esettanulmányok)

Miért kellene az influencer marketinget önszabályozni?

Car marketing

Nem csak autók kereskedőknek, de mindenkinek, aki nagyértékű vagyontárgyat marketingel

Nagyértékű vagyontárgyak vásárlóinak köre és szokásai

Mennyit ér egy autó (nagy értékű termék) márkája és használhatósága?

A tervezett terelő marketing

Mennyire érdekli a fiatalokat a tulajdonlás öröme?

Meddig tartható fent az autók kereskedelme

Retail Média

Definíciók.

Kitől veszik el a piacot? (esettanulmányok)