

Marketing v době krize

Author: SF / zs | Published: 15.04.2009

Letošní - již desátý - ročník konference Marketing Management se bude věnovat marketingu v období současné globální krize, trendům marketingu a komunikace v této nelehké době. Klíčovým řečníkem bude Andreas Steinle z prestižního německého Zukunftsinstitutu (Institutu pro budoucnost), odborník na budoucí trendy marketingu, který se také angažuje v diskusi o tom, jak úspěšně reagovat na současnou globální krizi. Mezi oblíbená témata jeho přednášek patří Životní styl roku 2020 (společenské změny a nové cílové skupiny), Chytrá média (budoucnost komunikace) či Síla spotřebitelů (konec klasického marketingu).

Na konferenci vystoupí i mnozí další fundovaní řečníci, mj. Simon Silvester ředitel strategického plánování společnosti Young and Rubicam EMEA, jehož poslední kniha „AAAGHI! Hluboká recese mění všechno“ se zabývá konkrétními dopady recese v osmi zemích, či Petr Dvořák, generální ředitel, TV Nova, který se zaměří na blízkou i vzdálenější budoucnost marketingu z pohledu klíčového média. Své názory na to, kde hledat nové cesty a inspiraci, svěří účastníkům i další přední marketingoví experti jak z firem, tak z výzkumných, reklamních a PR agentur.

Konference vyvrcholí velkou panelovou diskusí českých top managerů reprezentujících různé sektory ekonomiky, kteří budou obhajovat ústřední téma kongresu „Marketing v době krize? ANO! Krize v marketingu? NE!“

Konference se koná 20.5.2009 v Praze. Podrobnější informace: www.marketingmanagement.cz

15.04.2009 14:39, SF / zs