

Datum	Naam	College
1 juni 2022	Jos van Hillegersberg , Hoogleraar Business Information Systems, Universiteit Twente	• De mondiale strijd om de digitale data • Consumentenvoorkeuren voor logistiek • Architecturen voor digitale dienstverlening •
15 juni 2022	Cor Molenaar , Hoogleraar Marketing, Erasmus Universiteit	• Consumentengedrag in een virtuele wereld • De gevolgen van individualisering voor de maatschappij en het bedrijfsleven • De kracht van de platformstrategie
22 juni 2022	Hans Borgman Hoogleraar Digital Business, Universiteit van Amsterdam	• Wat zijn big data? • Hoe kan uw organisatie meerwaarde creëren met big data? Implementatie van een big data strategie
29 juni 2022	Kitty Koelemeijer , Hoogleraar Marketing & Retailing, Nyenrode Business University	• Groeistrategieën in de digitale wereld • Omni-channel retailing • Inzet van digitale technologieën • Ketensamenwerking
28 september 2022	Lotte Willemsen , Lector Hogeschool Rotterdam	• Het bouwen van een menselijk merk • De rol van mens & machine in klantbeleving en klantinteractie • Case: waarde van virtual humans voor klantcontact
5 oktober 2022	Tibor Bosse Hoogleraar Communicatie en AI Radboud Universiteit	• Sociale Kunstmatige Intelligentie • Chatbots, virtual agents en robots • Natuurlijke interactie met machines
12 oktober 2022	Wolfgang Ebbers Hoogleraar Bestuurskunde, Erasmus Universiteit	• 'Computer says no': inspelen op klanten met weinig tot geen digitale vaardigheden • Inclusieve digitale dienstverlening • Mediakeuzes vanuit gebruikersperspectief
19 oktober 2022	Peter Kerkhof , Hoogleraar Social Media. Vrije Universiteit Amsterdam	• De reactie van merken op sociale media • Het effect van sociale media op merkbeleving • Interactie klant - organisatie in sociale media: • Van social media naar big data