

<b>Datum</b>	<b>Naam</b>	<b>College</b>
<b>21 maart 2024</b>	<b>Cor Molenaar,</b> Hoogleraar Marketing, <b>Erasmus Universiteit</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Consumentengedrag in een virtuele wereld</li> <li>• De gevolgen van individualisering voor maatschappij en bedrijfsleven</li> <li>• Nieuw leiderschap nodig</li> <li>• Hoe kan MKB en retail zich aanpassen?</li> </ul>
<b>28 maart 2024</b>	<b>Jos van Hillegersberg,</b> Hoogleraar Business Information Systems, <b>Universiteit Twente</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• De mondiale strijd om de digitale data</li> <li>• Klantgerichte keten met data science en AI</li> <li>• Architecturen voor digitale dienstverlening</li> </ul>
<b>4 april 2024</b>	<b>Ciano Aydin,</b> Hoogleraar Filosofie van Mens en Techniek, <b>Universiteit Twente</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hoe data-technologie menselijk gedrag beïnvloedt</li> <li>• Verlangen als de 'motor' van menselijk gedrag en subjectiviteit</li> <li>• Interactie met data-technologie als zelf-vorming</li> </ul>
<b>11 april 2024</b>	<b>Hans Borgman</b> Hoogleraar Digital Business, <b>Universiteit van Amsterdam</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hoe kan uw organisatie meerwaarde creëren met big data en AI?</li> <li>• IT aansturen vanuit klantperspectief</li> <li>• Implementatie van een big data en AI-strategie</li> </ul>
<b>18 april 2024</b>	<b>Tibor Bosse</b> Hoogleraar Communicatie en AI, <b>Radboud Universiteit</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sociale Kunstmatige Intelligentie</li> <li>• Chatbots, virtual agents en robots</li> <li>• Natuurlijke interactie met machines</li> </ul>
<b>25 april 2024</b>	<b>Kitty Koelemeijer,</b> Hoogleraar Marketing & Retailing, <b>Nyenrode</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Groeistrategieën in de digitale wereld</li> <li>• Omni-channel retailingen ketensamenwerking</li> <li>• Inzet van digitale technologieën</li> </ul>
<b>16 mei 2024</b>	<b>Peter Kerkhof,</b> Hoogleraar Social Media, <b>Vrije Universiteit</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• De reactie van merken op sociale media</li> <li>• Het effect van sociale media op merkbeleving</li> <li>• Interactie klant - organisatie in sociale media:</li> <li>• Van social media naar big data</li> </ul>
<b>23 mei 2024</b>	<b>Lotte Willemsen,</b> Lector <b>Hogeschool Rotterdam</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Het bouwen van een menselijk merk</li> <li>• De rol van mens &amp; machine in klantbeleving</li> <li>• Chatbots en virtual humans in klantcontact</li> </ul>
<b>23 mei 2024</b>	<b>Reservedatum</b>	