

BIG DATA Revolution?

6.2.2014 Sanomatalo, Helsinki

“Mikä ihmeen BIG DATA? Mistä oikein on kyse?”

Jaakko Hollmén, Aalto yliopisto

"Maailman suurin kuluttajabarometri hyppysissäsi"

Anni Ronkainen, Google

”Big data, dataismi ja kulutustutkimus”

Minna Ruckenstein, Kuluttajatutkimuskeskus

“Customer Intelligence ja Big Data ”

Kimmo Valtonen, M-Brain Oy / Digile

“Big Data vie markkinatutkijoilta työt.... vai viekö? ”

Jukka Saarenpää, Atria



Suomen Markkinointitutkimusseura

Suomen Markkinointitutkimusseuran vuoden päätapahtuma

BIG DATA – Revolution? –seminaari

6.2.2014 klo 8.30-13.00

Sanomatalon auditoriossa (Töölönlahdenkatu 2, Helsinki)

Aamiainen 8.30-

Ohjelma 9.00-

Tervetuloa!

SMTS:n hallituksen jäsenet Pirjo Ekman ja Jukka Saarenpää

Mikä ihmeen BIG DATA? Mistä oikein on kyse?

Jaakko Hollmén, Chief Research Scientist, Aalto yliopisto

Maailman suurin kuluttajabarometri hyppysissäsi

Anni Ronkainen, Suomen maajohtaja, Google

Big data, dataismi ja kulutustutkimus

Minna Ruckenstein, Senior Researcher, Kuluttajatutkimuskeskus

Customer Intelligence ja Big Data

Kimmo Valtonen, CTO, M-Brain Oy / Digile, Data to Intelligence - tutkimusohjelma

Big Data vie markkinatutkijoilta työt.... vai viekö?

Jukka Saarenpää, puheenjohtaja, SMTS / markkinatutkimuspäällikkö, Atria Suomi Oy

Ilmoittautuminen **31.1.2014** mennessä toimisto@tutkimusseura.org

Seminaarin hinta **330 euroa** sisältää Suomen Markkinointitutkimusseuran vuoden 2014 jäsenmaksun. Jäsenille järjestetään lisäksi vuodessa 5-7 maksutonta asiantuntijatapahtumaa. Tutustu aikaisempaan tarjontaan osoitteessa www.tutkimusseura.org.

Suomen Markkinointitutkimusseura (SMTS) on yli 50 vuotta vanha yhteisö, joka on perustettu kehittämään markkinointitutkimusalalla työskentelevien ihmisten ammatillista osaamista. Tällä hetkellä seurassa vaikuttaa yli 250 alan ammattilaista.

Oikeudet muutoksiin pidätetään. Peruutuksista 31.1. jälkeen tai no-showsta veloitetaan puolet seminaarin hinnasta.

