

<b>HARMONOGRAM</b> <b>Marketing Beyond Tomorrow - Ludzki wymiar technologii w epoce cyfrowej</b> <b>21 listopada 2024 r.</b>	
<b>ŚCIEŻKA 1</b> <b>Praktyka i nauka w marketingu</b>	<b>ŚCIEŻKA 2</b> <b>Dydaktyka i praktyka w marketingu</b>
<b>REJESTRACJA</b> 9:30-10:00 Budynek W	
<b>OTWARCIE</b> 10:00-10:30 Budynek W   sala 4 Marketing Beyond Tomorrow - Ludzki wymiar technologii w epoce cyfrowej	
10:45-11:45 Budynek W   sala 4a <b>Warsztat 1: Badania Action Research w nauce</b> dr hab. Beata Jałocha, prof. UJ <i>Uniwersytet Jagielloński</i>	10:45-11:45 Budynek D   sala 206 <b>Warsztat 4: Supermoce kompetencji miękkich w erze sztucznej inteligencji</b> dr Agnieszka Połomska-Jasienowska <i>Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu</i>
<b>PRZERWA KAWOWA</b> 11:45-12:00 Budynek W   sala 3	
12:00-13:00 Budynek D   sala 210 <b>Warsztat 2: Jak planować, organizować i kontrolować proces pisania artykułu naukowego z AI?</b> dr Przemysław Tomczyk <i>Akademia Leona Koźmińskiego</i>	12:00-13:00 Budynek Centrum Symulacji Procesów Biznesowych (CSPB) <b>Warsztat 5: Wykorzystanie symulacji zdarzeń w dydaktyce (FlexSim)</b> dr hab. Anetta Pukas, prof. UEW <i>Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu</i>
<b>LUNCH</b> 13:00-13:45 Budynek W   sala 3	
13:45-14:45 Budynek W   sala 4a <b>Warsztat 3: Supermoce kompetencji miękkich w erze sztucznej inteligencji</b> dr Agnieszka Połomska-Jasienowska <i>Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu</i>	13:45-14:45 Budynek D   sala 210 <b>Warsztat 6: Interpretacja wyników analiz statystycznych z wykorzystaniem sztucznej inteligencji</b> dr Przemysław Tomczyk <i>Akademia Leona Koźmińskiego</i>
<b>PODSUMOWANIE</b> <b>WORLD CAFE &amp; DEBATA</b> 15:00 - 15:30 Budynek W   sala 4	

Komentarze:

1. Zapisy na poszczególne warsztaty będą prowadzone podczas rejestracji w dniu wydarzenia.
2. Zakładamy, że w wydarzeniu naukowym weźmie udział 50 osób, reprezentujących zarówno środowisko akademickie (uczelnie wyższe w Polsce), jak i praktyków. Uczestnicy będą pracować w zespołach mieszanych podczas warsztatów.