

Måndag 1 juli

8-10

Framtiden 2030 – om generation Z får bestämma

11-12

Forskningen är tydlig - ledarskap är kommunikation

Smygreklamen exploderar i sociala medier - men vem bär ansvaret?

12-13

Hur skapas hållbara och effektiva marknads- och kommunikationsavdelningar i det digitala landskapet?

Visioner och strategier för hållbar digitalisering, håller de måtten?
Vems är ansvaret? Är alla med?

14-15

Är ni redo för morgondagens digitala medborgare?

15-16

Ungas åsikter - en röst från framtiden eller utbildade gaphalsar?

Vart tar kunderna vägen när missnöjet för de finansiella aktörerna växer?

Mediekartan ritas om – hur påverkar ägandet journalistiken?

Nyindustrialisering av Sverige? – 5G och den fjärde industriella revolutionen

16-19

Digitaliseringen tar över – vem vinner, vem förlorar?

Tisdag 2 juli

8-10

Sverige är beroende av innovativa verksamhetskulturer
- hur skapar vi det?

Etik i butik – vad händer när handlaren vet allt om kunden?

11-12

Vem vinner på framtidens handel?

PK – tänka fritt eller tänka på andra

Den nya konsumenten - grunden för innovation och transformation

12-13

Små och medelstora företag behöver öka digitaliseringstakten
- så kan de få kunskap och inspiration

13-14

Tar nätjättarna sitt ansvar?

Värderingsdriven kommunikation- hur speglar vi mångfald och gör skillnad på riktigt?

14-15

TV i en ny tid – håller branschen på att tappa greppet om tittarna?

Mediebild, opinion och faktakoll i klimatfrågan

Transformationsekonomin - konsumtion som förändrar världen

Hur vinns kampen om medborgarnas tid?

Vilka varumärken överlever när framtidens generation tar över?

15-16

Ungas åsikter - en röst från framtiden eller utbildade gaphalsar?

Mångfald boostar varumärke och försäljning – och engagemang

16-19

Blockchain på riktigt - värdet bortom hypen

Medborgare och konsumentmakt

En mediestjärnas uppgång och fall

Blod, svett och rock'n roll – hur bygger man ett hållbart hotellimperium?

AMEC-i Almedalen

Onsdag 3 juli

8-10

Från stuprör till ekosystem – vilka affärsmodeller formar framtidens detaljhandel?

Digital marknadsföring - det nya sättet att nå genom det digitala bruset

10-11

Medier har makt – varför ska man lita på dem?

11-12

Hållbara samarbeten - roligare, snabbare och mer framgångsrikt

13-14

Hållbarhet – en överlevnadsfråga

Offentlig upphandling av kommunikationstjänster– haveri eller en väl fungerande marknad?

Hur möter vi framtidens konsument, skapar minnesvärda kundupplevelser & främjar hållbar konsumtion?

14-15

Mediebild, opinion och faktakoll i klimatfrågan

Ett ökat behov av kreativa lösningar i samhället - vad krävs för att lyckas?

Hur vi förenar hållbarhet med ökad konsumtion

15-16

Ungas åsikter - en röst från framtiden eller utbildade gaphalsar?

Hållbar kommunikation – är samhällsansvar också affärsnytta?

Framtidens mötesplatser.

16-19

Framtidens B2B-affär år 2030 - hur kommer företag att göra affärer med varandra i framtiden?

Handelns digitala transformation - från medlemskort till Facebook-tribe

Kraften av fysiska event på en digital arena

Vad blir det av människan i den digitala världen?

Sveriges roll i kampen för klimatet – hur stor skillnad kan vi göra?

Torsdag 4 juli

8-10

Vilka är näringslivets nya hållbarhetsutmaningar?

Morgondagens förändringsledare - där kultur och tech möter
entreprenörskap

10-11

Artificiell intelligens, algoritmer och automatisering – bortom hypen
och dystopin

11-12

Det nya ledarskapet

12-13

Hur kan vi underlätta för konsumenter att göra hållbara val?

15-16

AI och fake news – vad kan vi vänta och vad kan vi göra?