

«Не рисковать — самый большой риск»

24 мая 2012 года в рамках студенческого праздника «Универсинале» прошла серия публичных лекций, объединённых общей темой: «Три кита успешного бренда: стратегия, айдентика, коммуникация».

С лекциями выступили ведущие специалисты по брендингу и digital-промо:

- Юрий Михальченко, арт-директор агентства «SmartHeart» (г. Москва);
- Станислав Окрух, креативный директор агентства «SmartHeart» (г. Москва);
- Иван Крюков, креативный директор агентства «Iscrew» (г. Красноярск).

Все лекторы имеют свой собственный опыт успешных стартапов и продвижения бизнеса: полученным опытом они охотно делились со студентами. По мнению лекторов, серьезным ограничением для развития любого бизнеса или идеи является конкуренция, поэтому жизненно важно отличаться от конкурентов — необходимо найти свою рыночную нишу. *«Не копировать их, не подражать им, а проявлять свою креативность с умом. Безусловно, нужно рисковать. Не рисковать — самый большой риск!»*, — прозвучало с кафедры.

Публичные лекции заинтересовали не только студентов-маркетологов, но и представителей самых разных институтов СФУ. После лекций и просмотра презентаций состоялось обсуждение успешных кейсов в формате свободной дискуссии. Слушатели отмечали, что сегодня они узнали самое важное: успешность заключена, главным образом, в интеллекте, а не в высоком бюджете.

Надежда Беспалова, студенческое информационное бюро, 24 мая 2012 г.

© Сибирский федеральный университет. Редакция сайта: +7 (391) 246-98-60, info@sfu-kras.ru.

Адрес страницы: <https://news.sfu-kras.ru/node/10396>