

7. ŠTUDENTSKA MARKETINŠKA MARKETINŠKA KONFERENCA FANFARA

Ljubljana, 9. april 2014 – Danes je v Festivalni dvorani v Ljubljani potekala Študentska marketinška konferenca Fanfara, ki so jo že sedmo leto zapored organizirali člani Študentske sekcije Društva za marketing Slovenije (ŠSDMS). Največjega študentskega marketinškega dogodka pri nas se je udeležilo kar 460 mladih marketinških navdušencev, ki so dogodek izkoristili tako za izobraževanje kot spoznavanje novih ljudi. Domači in tuji govorniki so pripravili odlična predavanja, navdušili publiko in dokazali, da bi bil svet brez marketinga popolnoma brezvezen.

Organizatorji so za rekordno število udeležencev (konferenca je bila razprodana že en teden pred dogodkom) v Festivalni dvorani v Ljubljani pripravili pester program predavanj in delavnic. O svojih izkušnjah so na odru govorili **James Whatley** (Ogilvy & Mather Advertising), **Nikola Vojnov** (New Moment), **Gorazd Prah** (Ustvarjalnik), **Tomaž Stritar** (samostojni podjetnik), **Sebastjan Jeretič** (Neuroagencija), **Tomaž Žontar** (Europlakat), **Aljoša Bagola** (Pristop), **Maja Hawlina** (Studio Poper) in **Til Pleterski** (HOOD Burger). Delavnice so vodili **Zoran Bosančić** in **Nejc Slovnik** (Point Out) ter **Sara Šoukal** in **Matic Bitenc** (Improliga), ki so na interaktiven način raziskovali pomen digitalnega komuniciranja in se preizkusili v simulaciji razgovora za službo. **James Whatley:** *“Dogodki, kot je Fanfara, so zelo pomembni, saj truda, da bi navdihnili mlade za ustvarjanje jutrišnjega sveta ni nikoli dovolj. Fanfara je eden izmed mnogih marketinških dogodkov po svetu, ki želijo pomagati mladim, da bi se naučili več, delali bolje in se izobrazili za odlično delo v svetu marketinga.”* Mladi, ki jih zanima svet marketinga, so danes dobili vpogled v področja **kreativnosti, družbenih medijev, načrtovanja marketinških kampanj, (socialnega) podjetništva in psihologije v marketingu.**

Fanfaro je pol leta pripravljala ekipa 31 študentov prostovoljcev, ki so si zadali visoke cilje in jih na koncu po besedah **Mojce Bricelj, vodje Fanfare 2014**, celo presegli: *“Današnja Fanfara je spet dokazala, da v ŠSDMS znamo narediti vrhunski dogodek. S programom in dobro organizacijo nam je uspelo navdušiti več kot 460*

udeležencev konference! Poskrbeli smo, da so dobili to, po kar so prišli: nova znanja, izkušnje in poznanstva. Dokazali smo, da se lahko kosamo s profesionalci in zelo vesela sem, da je ekipi s timskim delom uspelo ustvariti nepozabno izkušnjo tako za goste kot za govorce.”

Fanfara je brez dvoma potrdila svoj letošnji provokativen slogan “Brez marketinga? Brezveze.” ter mlade udeležence opremila z znanji za dobro orientacijo v marketinškem okolju.

Več informacij o konferenci: <http://fanfara.net/>

Kontakt:

Ana Gabršček, vodja odnosov z javnostmi.

e-mail: ana.gabrscek@ssdms.si

telefon: 041 505 559