



Медіабрендинг та ефективна бренд-комунікація

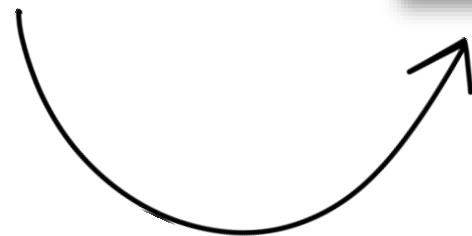
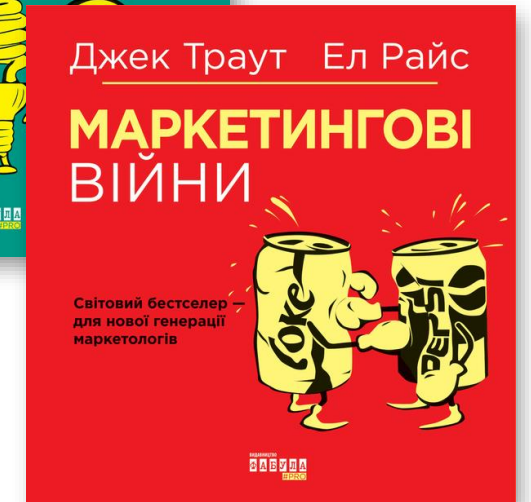
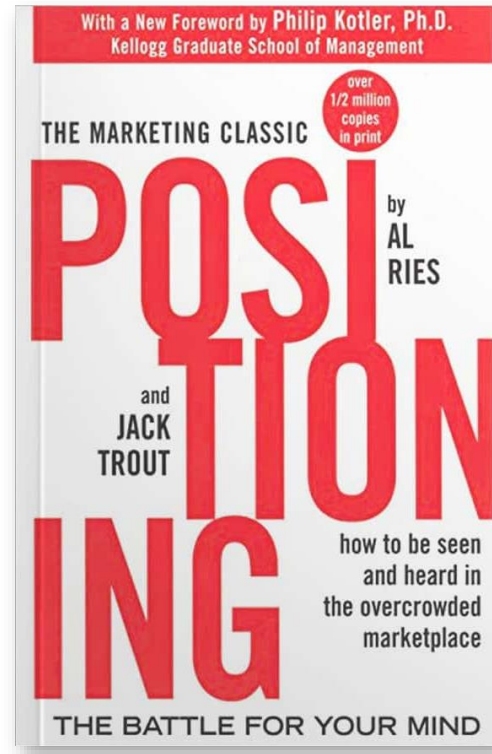
Єжижанська Тетяна Сергіївна —
старший викладач кафедри медіапродюсування та видавничої справи
Факультету журналістики

Позиціювання – запорука виживання

“

Єдиний шанс бути помітним в комунікативних джунглях — позиціювання”

Джек Траут та Ел Райс



Світові медіабренди

Це медіабренди зі столітньою історією, що мають давні традиції та напрацьовану репутацію, наприклад, заснований 1843р. «The Economist», 1851р. – «The New York Times», 1922р. – «BBC» та ін.



The Economist



The New York Times



BBC



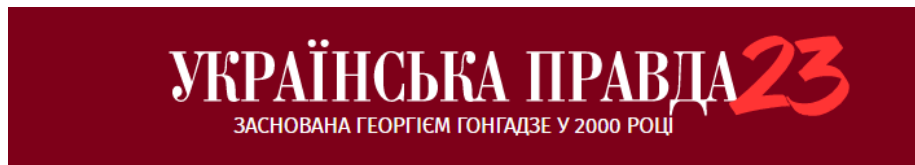
Deutsche Welle

Український медіаринок

Почав формуватися 30 років тому: zn.ua – «Не підводимо з 1994 року»; focus.ua; lb.ua – «Дорослий погляд на світ»; radio.nv.ua – «Кажемо те, що знаємо»



УП – бренд-парасолька



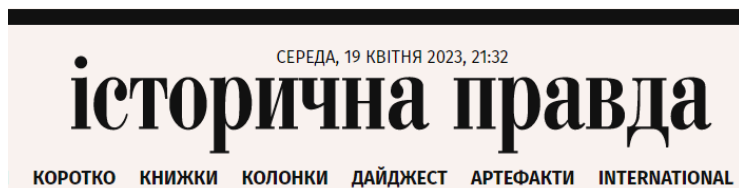
БЛІКАЦІЇ КОЛОНКИ ІНТЕРВ'Ю РЕПОРТАЖ БЛОГИ ПОДКАСТИ



ЗЕМЕЛЬНИЙ ГІД БО Є РОБОТА БІЗНЕС ПОПРИ ВІЙНУ ПЛЕЧЕ



ЗЕРНОВА КРИЗА ВІЙНА З РФ ВСТУП ДО ЄС ТАЄМНІ ДОКУМЕНТИ



ТАБЛОІД

СКАНДАЛ ФОКУС ЛАУНЖ БРЕНД ПЕРСОНА HOT ZONE