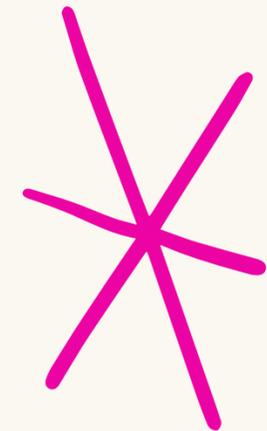
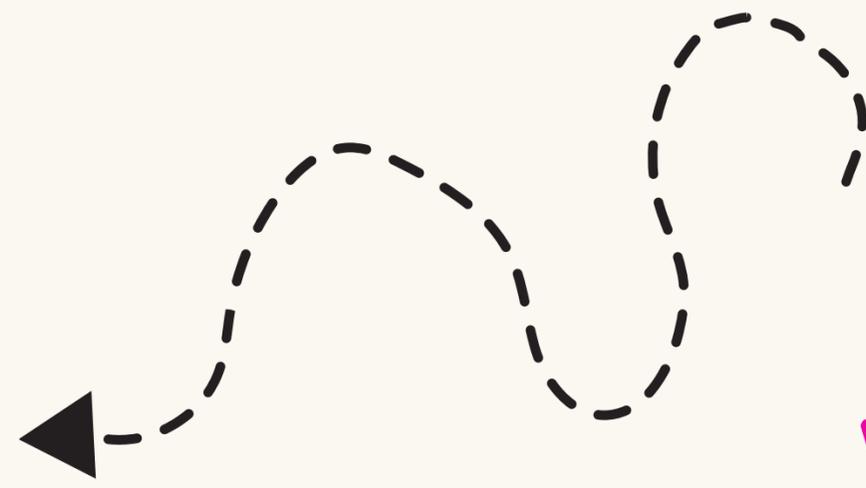




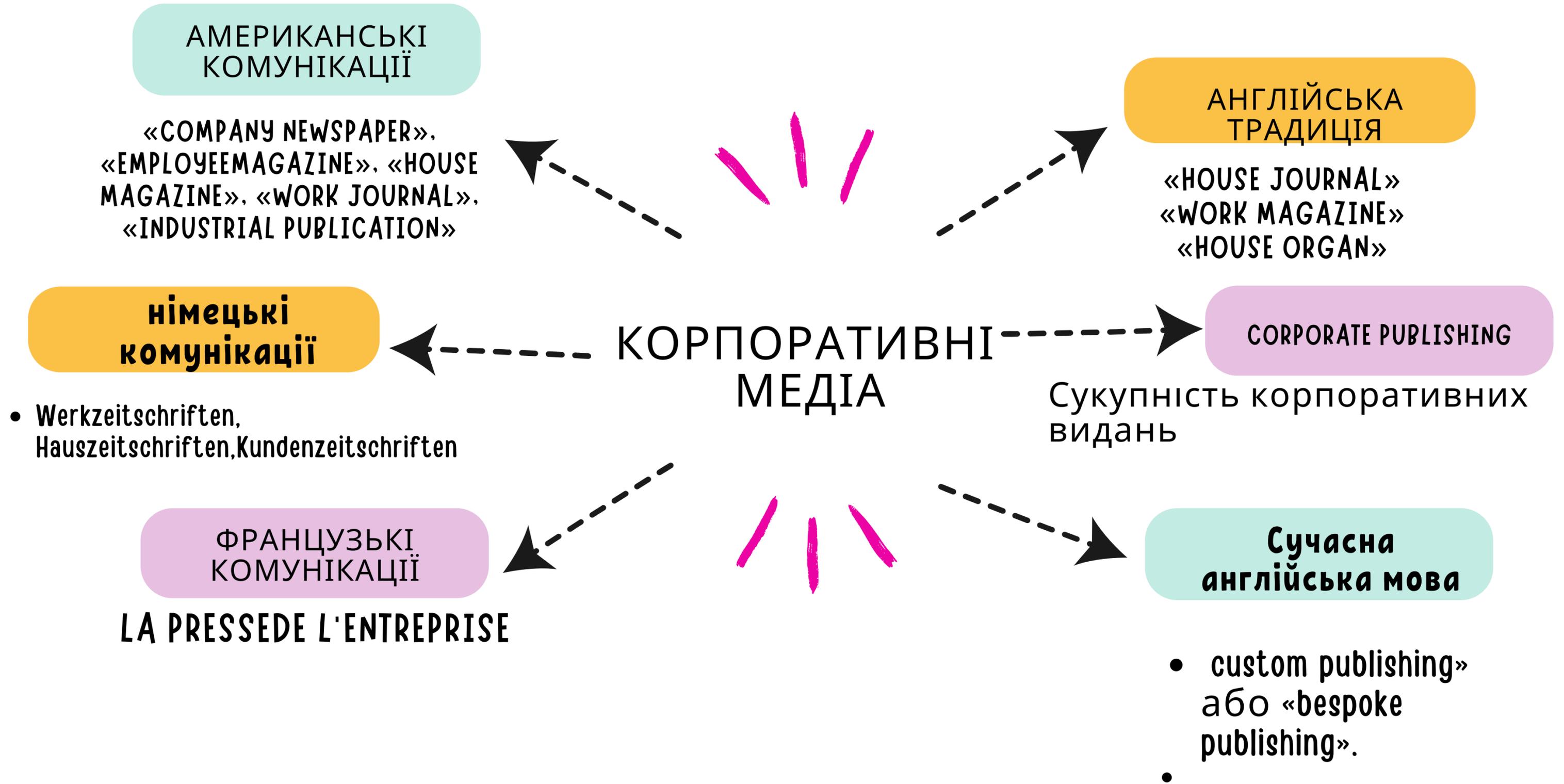
Корпоративні цінності



Основні цінності
Бажані цінності

Цінності для входу в кампанію

Другорядні цінності





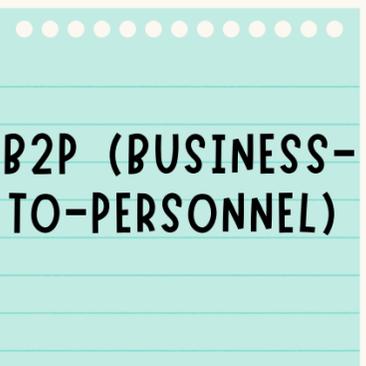
ВИДИ КОРПОРАТИВНИХ МЕДІА



B2B (BUSINESS-
TO-BUSINESS)



B2C
(BUSINESS-TO-
CLIENT)



B2P (BUSINESS-
TO-PERSONNEL)

ФУНКЦІЇ КОРПОРАТИВНОЇ ПЕРІОДИКИ

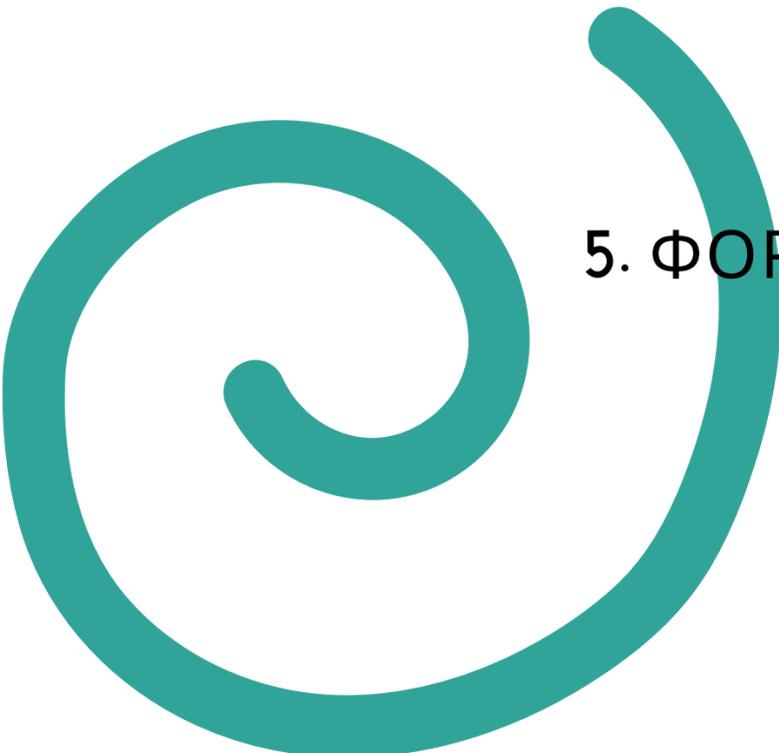
1. ІНФОРМУВАННЯ.

2. ОБ'ЄДНАННЯ

3. ФОРМУВАННЯ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ

4. ЗАПОБІГАННЯ І ПОДОЛАННЯ КРИЗОВИХ СИТУАЦІЙ ВСЕРЕДИНІ КОМПАНІЇ.

5. ФОРМУВАННЯ І ЗМІЦНЕННЯ ДОЛУЧЕНОСТІ ПЕРСОНАЛУ.



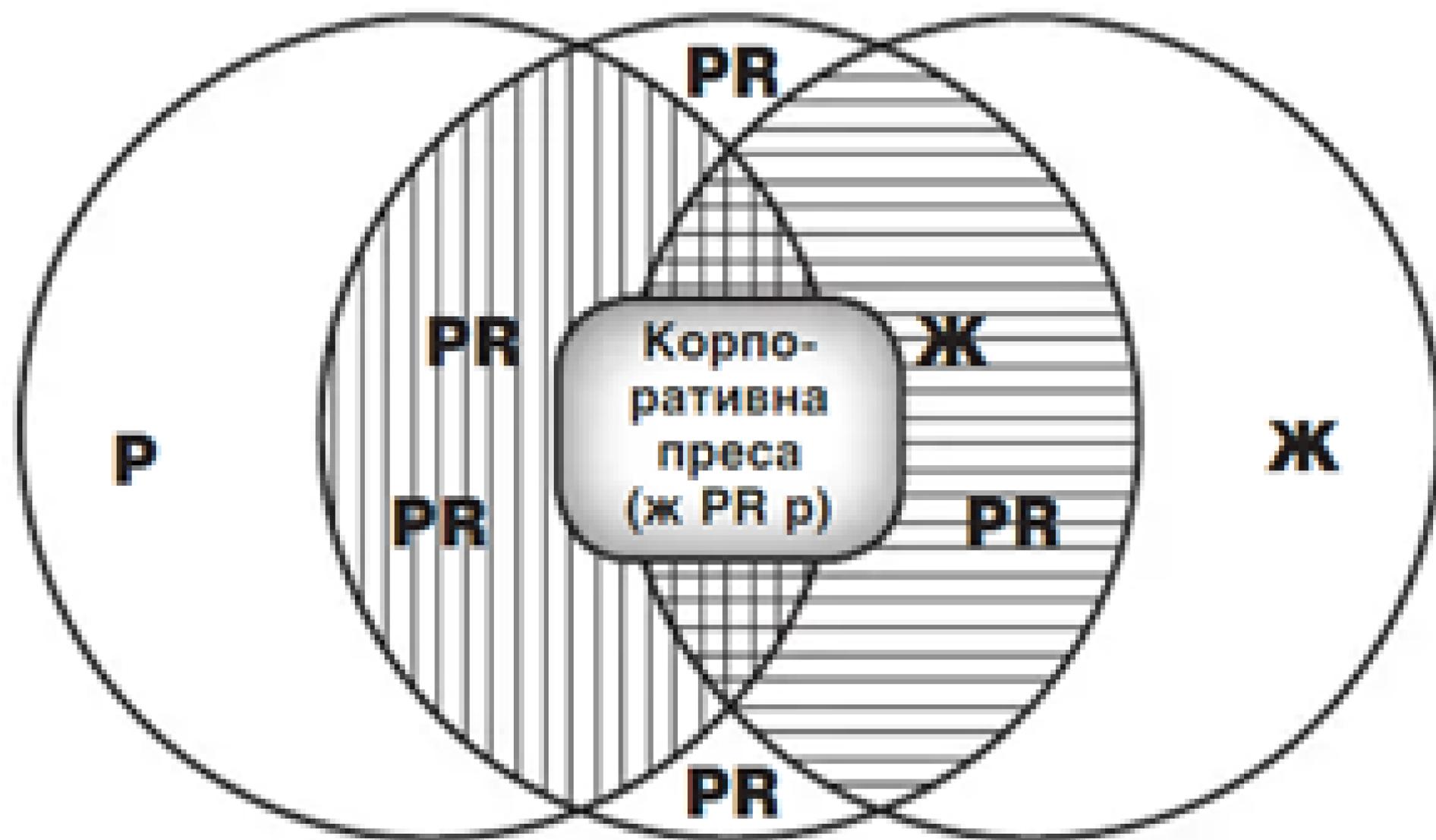


Рис. 3. Визначення корпоративних медіа як наслідок конвергенції трьох комунікативних практик за В. Штепою