

ЖУРНАЛИСТИКА

Н.Н. Калайтанова

(Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова, Москва, Россия)

Диверсификация и расширение журнального бренда

Результаты маркетинга не всегда интерпретируются в финансовых терминах, но его деятельность ориентирована на достижение определенных показателей коммерческой успешности предприятия. Одним из бизнес-методов, привлекающим новые источники прибыли, является формат «расширения бренда». Рассмотрим аспекты этого направления и доступные для журнала формы его реализации. Сегодня издатели помимо традиционных инструментов маркетинга должны учитывать меняющуюся конъюнктуру рынка и добавлять в бизнес-модель продукта те компоненты, которые позволят удержать и привлечь аудиторию, расширяя форматы присутствия бренда и, как следствие, источники финансирования.

Ключевые слова: диверсификация СМИ, расширение бренда, новые форматы современных медиа.

14 ноября 2014 г.
