

UDC: 33

Discursive mission of the corporate style of the service company

L.A. Minasyan, V. Boroday

The conception of “company style” is examined. It is shown that the company style is a set of rules compulsory to using in business activity, it means that it acts as a communicative technology and functional resource of service enterprise. The importance of style formation by professional design meanings and resources of image effect achieving are underlined.

Keywords: *company style, brand, communication, consumer design*

References

1. Бородай В.А. Преимущества нелинейных стратегий эффективных коммуникаторов в сервисной деятельности // Наука сегодня: постулаты прошлого и современные теории. Саратов: Академия бизнеса, 2016.
2. Бородай В.А. Стратегия и тактика современных предприятий в условиях сжимающихся рынков // Бизнес технологии в России: теория и практика: Материалы II международной научнопрактической конференции. Саратов: Издательский дом «Академия бизнеса», 2015.

**Донской государственный технический университет,
г. Ростов-на-Дону**

April, 13 2017
