

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ В. Н. КАРАЗІНА

О. В. ХИЖНЯК

**КУЛЬТУРА ДОВІРИ В РЕКЛАМІ
ТА PR-ТЕХНОЛОГІЯХ : ПРАКТИКУМ**

Харків 2017

УДК 316.77:[659.1+659.4](075.8)

ББК 60.56я73

X 43

Рецензенти:

Н. М. Лисиця – доктор соціологічних наук, професор (Харківський національний університет імені Саймона Кузнеця);

К. Г. Михайлова – доктор соціологічних наук, професор (Харківський гуманітарний університет «Народна українська академія»)

*Затверджено до друку рішенням Вченої ради
Харківського національного університету імені В.Н.Каразіна
(протокол № 12 від 27 вересня 2016 р.)*

Хижняк О. В.

X 43 Культура довіри в рекламі та PR технологіях: практикум. – Х. : Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна, 2017. – 96 с.

ISBN 978-966-285-369-8

Навчальний посібник містить теоретичний огляд і методичні напрацювання, що пройшли апробацію в процесі викладання автором курсу «Культура довіри в рекламі та PR» для студентів, які навчаються за освітньою програмою бакалавріату спеціальності «реклама та зв'язки з громадськістю». Наведено розроблені автором практикуми, які дозволяють виробити у студентів професійні компетентності з розробки рекламних та PR-проектів, що спрямовані на формування культури довіри в різних сферах суспільного життя. У посібник включено також завдання до самостійної роботи студентів, теми рефератів, есе, питання до контролю знань, тести.

Рекомендовано для викладачів і студентів факультетів соціології і журналістики вищих навчальних закладів, які здійснюють підготовку студентів зі спеціальностей «медіа комунікації та зв'язки з громадськістю», «соціальні комунікації, реклама і PR».

УДК 316.77:[659.1+659.4](075.8)

ББК 60.56я73

ISBN 978-966-285-369-8

© Харківський національний університет
імені В. Н. Каразіна, 2017

© Хижняк О. В., 2017

© Дончик І. М., макет обкладинки, 2017

ЗМІСТ

ПЕРЕДМОВА	4
1. ВСТУП ДО ПРАКТИКУМУ: ТЕОРЕТИЧНИЙ ОГЛЯД	6
1.1. Проблема формування, аналізу і вимірювання довіри та фактори її актуалізації в рекламі та PR	6
1.2. Концепції довіри і теоретична модель довіри в рекламі та PR-технологіях	12
1.3. Типологія довіри та її врахування в рекламі та PR технологіях	22
1.4. Функції довіри і недовіри в суспільстві	35
2. ТЕМИ ПРАКТИКУМУ	43
<i>Практикум 1. Типи довіри і проблема формування культури довіри засобами реклами і PR</i>	43
<i>Практикум 2. Культура політичної та електоральної довіри в рекламі та PR.....</i>	47
<i>Практикум 3. Довіра населення до науки і вчених та розробка PR-технологій її підвищення</i>	52
<i>Практикум 4. Фактор релігійності у формуванні культури довіри</i>	56
<i>Практикум 5. Культура довіри до інституту освіти і технологій електронного навчання: роль реклами і PR.....</i>	58
<i>Практикум 6. Культура довіри до інституту охорони здоров'я</i>	60
<i>Практикум 7. Соціальний проект... «Телефон довіри в українському мегаполісі» та його рекламний і PR-супровід</i>	62
<i>Практикум 8. Рекламний і PR-супровід акції «Тиждень довіри в Харкові»</i>	64
<i>Практикум 9. Довірчий маркетинг</i>	65
<i>Практикум 10. Медіа-ресурси формування культури довіри: рекламний і PR-супровід</i>	68
3. САМОСТІЙНА РОБОТА СТУДЕНТІВ.....	71
3.1. Завдання	71
3.1. Теми рефератів	73
3.2. Теми есе	75
4. КОНТРОЛЬ ЗНАНЬ	78
4.1. Питання до підсумкового контролю знань	78
4.2. Тестові завдання	80
5. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА	84