

BẢN MÔ TẢ CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO NGÀNH QUAN HỆ CÔNG CHÚNG

Tên chương trình : Chương trình đào tạo cử nhân Quan hệ công chúng

Trình độ đào tạo : Đại học hệ chính quy

Ngành đào tạo : Quan hệ công chúng

Mã ngành : 7320108

Loại hình đào tạo : Chính quy tập trung

1. Mô tả chương trình đào tạo

1.1. Giới thiệu về chương trình đào tạo

Chương trình đào tạo ngành Quan hệ công chúng đào tạo Cử nhân Quan hệ công chúng có đủ kiến thức, kỹ năng, phẩm chất chính trị, đạo đức, tác phong nghề nghiệp và sức khỏe tốt để có thể làm việc hiệu quả ở các lĩnh vực liên quan đến quan hệ công chúng.

1.2. Thông tin chung về chương trình đào tạo

Tên chương trình (Tiếng Việt)	Quan hệ công chúng
Tên chương trình (Tiếng Anh)	Public relations
Mã ngành đào tạo	7320108
Trường cấp bằng	Trường Đại học Nam Cần Thơ
Tên gọi văn bằng	Cử nhân Quan hệ công chúng
Trình độ đào tạo	Đại học
Số tín chỉ yêu cầu	125
Hình thức đào tạo	Chính quy
Thời gian đào tạo	4 năm
Đối tượng tuyển sinh	Học sinh tốt nghiệp THPT
Thang điểm đánh giá	4
Điều kiện tốt nghiệp	- Tích lũy đủ số học phần và khối lượng của chương trình đào tạo đạt 125 tín chỉ; - Điểm trung bình chung tích lũy của toàn khóa học đạt từ 5.0 trở lên; - Đạt chuẩn đầu ra về trình độ tiếng Anh B2 và tin học theo quy định chung của Nhà trường; - Đạt chuẩn đầu ra Kỹ năng mềm và Kỹ năng nghề nghiệp; - Có chứng chỉ Giáo dục Quốc phòng – An ninh và hoàn thành các học phần điều kiện.
Vị trí việc làm	- Cán bộ tác nghiệp, xây dựng chính sách PR, tiến hành tổ chức sự kiện...tại các phòng PR của các cơ quan,

	doanh nghiệp; - Vị trí nhà truyền thông làm việc tại các tổ chức truyền thông, báo đài; - Cán bộ nghiên cứu, cán bộ giảng dạy tại các cơ quan nghiên cứu, các trường Đại học và Cao đẳng
Học tập nâng cao trình độ	Có thể tiếp tục học thạc sĩ trong và ngoài nước.
Chương trình tham khảo	Chương trình đào tạo đại học ngành Quan hệ công chúng của Đại học Kinh tế Quốc dân, Đại học Quốc gia Hà Nội; Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, và Đại học Boston.
Thời gian cập nhật	08/2023

1.3. Mục tiêu đào tạo

Mục tiêu tổng quát

Đào tạo cử nhân quan hệ công chúng có phẩm chất chính trị, tác phong nghề nghiệp, có sức khỏe và năng lực giải quyết các công việc thuộc lĩnh vực truyền thông quan hệ công chúng trong các tổ chức, doanh nghiệp. Cử nhân ngành quan hệ công chúng có thể tác nghiệp tại các doanh nghiệp, cơ quan báo chí, tạp chí, đài phát thanh, truyền hình, nghiên cứu, giảng dạy về quan hệ công chúng tại các cơ sở đào tạo hoặc học lên học vị cao hơn trong lĩnh vực quan hệ công chúng.

Mục tiêu cụ thể

M1: Kiến thức cơ bản về lĩnh vực quản trị kinh doanh, marketing, quan hệ công chúng, kiến thức liên ngành và mối liên hệ giữa bối cảnh kinh tế, chính trị, xã hội với ngành quan hệ công chúng.

M2: Kiến thức về truyền thông, các phương tiện truyền thông và cách sử dụng các phương tiện này trong hoạt động quan hệ công chúng.

M3: Kỹ năng xây dựng, duy trì, phát triển quan hệ giữa tổ chức với các nhóm công chúng; tổ chức và lập kế hoạch truyền thông, quản lý khủng hoảng.

M4: Kỹ năng viết, biên tập và xuất bản các sản phẩm truyền thông dưới các loại hình in ấn, phát thanh, truyền hình, mạng điện tử và kỹ năng quan hệ với báo chí.

M5: Kỹ năng giao tiếp, đàm phán, thuyết trình, đánh giá hiệu quả các hoạt động và kỹ năng quản lý và tư vấn xây dựng chiến lược quan hệ công chúng.

M6: Khả năng tư duy chiến lược và tiếp thu kiến thức mới, cập nhật; có khả năng sáng tạo, năng động và dễ dàng thích nghi với môi trường làm việc khác nhau; có khả năng giao tiếp, và làm việc độc lập hoặc theo nhóm.

M7: Tác phong làm việc, thái độ đúng đắn đối với ngành học cũng như việc rèn luyện những kỹ năng phục vụ cho hoạt động chuyên môn trong tương lai cũng như có thái độ đúng đắn về QHCC và nguyên tắc hành nghề QHCC.

1.4. Chuẩn đầu ra chương trình đào tạo

Về kiến thức

Kiến thức chung

PO1 Hiểu biết các chức năng cơ bản marketing, kế toán, tài chính, nhân sự của một tổ chức/doanh nghiệp và nguyên lý hoạt động của cơ quan/doanh nghiệp/tổ chức.

PO2 Hiểu biết về lịch sử văn minh thế giới, văn hóa Việt nam, môi trường kinh doanh và môi trường quan hệ công chúng/marketing trong nước và quốc tế.

Kiến thức chuyên môn

PO3 Kiến thức cơ bản về marketing, quản trị marketing, nghiên cứu marketing, marketing xã hội và các khía cạnh khác thuộc chức năng marketing trong cơ quan/doanh nghiệp/tổ chức.

PO4 Phân tích được ảnh hưởng của đa văn hóa, toàn cầu hóa tới hoạt động quan hệ công chúng của tổ chức/doanh nghiệp.

PO5 Nắm vững các nguyên tắc và quy trình xây dựng chiến lược, kế hoạch quan hệ công chúng và vận dụng vào các hoạt động của tổ chức/doanh nghiệp.

Kỹ năng

Kỹ năng chuyên môn

PO6 Vận dụng kỹ thuật công nghệ cần thiết để phân tích diễn giải, khai thác dữ liệu môi trường bên trong và bên ngoài tổ chức/doanh nghiệp để đưa ra định hướng, giải pháp nhằm cải thiện kết quả hoạt động quan hệ công chúng.

PO7 Kỹ năng vận dụng kiến thức để phân tích hiện tượng, phát hiện vấn đề hay cơ hội thuộc về quan hệ công chúng để giải quyết vấn đề quan hệ công chúng trong những tình huống cụ thể.

Kỹ năng mềm

PO8 Giao tiếp hiệu quả thông qua các việc thuyết trình, báo cáo, thảo luận, lắng nghe và làm chủ tình huống. Hợp tác, làm việc nhóm, tổ chức và sắp xếp công việc hiệu quả.

Năng lực tự chủ và trách nhiệm

PO9 Thể hiện được trách nhiệm công dân, phẩm chất chính trị, yêu nước và yêu nghề; ý thức được trách nhiệm trong việc tuân thủ đạo đức nghề báo, các quy tắc ứng xử của cá nhân trong công tác truyền thông.

PO10 Nhận thức được sự cần thiết và khả năng tham gia việc học tập suốt đời. Chia sẻ và lan truyền năng lực đến cộng đồng và xã hội.

1.5 Môi quan hệ giữa Mục tiêu với Chuẩn đầu ra của CTĐT

Mục tiêu CTĐT	Chuẩn đầu ra của chương trình đào tạo									
	PO1	PO2	PO3	PO4	PO5	PO6	PO7	PO8	PO9	PO10
M1	x	x	x							
M2	x	x	x	x	x	x				
M3			x		x	x	x	x		
M4							x	x	x	x
M5							x	x	x	x
M6								x	x	x
M7									x	x

1.6 Phương pháp/chiến lược dạy- học và phương pháp kiểm tra đánh giá

1.6.1. Phương pháp/chiến lược dạy – học

Các phương pháp dạy học được trình bày trong bảng sau:

Phương pháp, hình thức tổ chức dạy học	Mục đích
Thuyết trình	Cung cấp cho sinh viên hệ thống kiến thức nền tảng của môn học một cách khoa học, logic.
Thảo luận	Thông qua việc hỏi đáp giữa giảng viên và sinh viên để làm rõ các nội dung kiến thức trong môn học.
Bài tập	Giúp sinh viên hiểu rõ và biết vận dụng các nội dung môn học vào các vấn đề thực tiễn.
Nghiên cứu bài học, đọc tài liệu tham khảo	Giúp người học tăng cường năng lực tự học, tự nghiên cứu

Cải tiến, nâng cao chất lượng dạy học

Chương trình đào tạo được rà soát định kỳ 2 năm một lần với phương hướng điều chỉnh đáp ứng yêu cầu của các bên liên quan (sinh viên, cựu sinh viên, đơn vị sử dụng lao động, chuyên gia,...) về chất lượng chương trình đào tạo.

Hàng năm Khoa xây dựng kế hoạch dự giờ của GV, đặc biệt là GV trẻ để trao đổi và chia sẻ kiến thức, phương pháp giảng dạy nhằm nâng cao năng lực GV. Thường xuyên lấy ý kiến phản hồi của sinh viên về phẩm chất, tài năng, trách nhiệm của giảng viên.

1.6.2. Thang điểm, hình thức, tiêu chí đánh giá và trọng số điểm

TT	Hình thức	Trọng số (%)	Tiêu chí đánh giá	Điểm tối đa
1	Chuyên cần	20	Tính chủ động, mức độ tích cực chuẩn bị bài và tham gia các hoạt động trong giờ học.	5
			Thời gian tham dự buổi học bắt buộc.	5
2	Bài kiểm tra định kỳ Bài báo cáo nhóm	30	Theo đáp án, thang điểm của GV. Chất lượng của sản phẩm nộp	10
3	Thi kết thúc HP	50	Theo đáp án, thang điểm của GV.	10

2. MÔ TẢ CHƯƠNG TRÌNH DẠY HỌC

2.1 Khối lượng kiến thức toàn khoá: 125 TC (chưa bao gồm môn giáo dục thể chất và giáo dục Quốc phòng – An ninh)

STT	Khối kiến thức	Số TC
I	Kiến thức giáo dục đại cương	44
1	Lý luận chính trị	11
2	Khoa học xã hội và nhân văn	12
3	Toán – Tin học – Khoa học tự nhiên	6
4	Ngoại ngữ (tiếng Anh)	15

5	Giáo dục thể chất	(3)
6	Giáo dục quốc phòng – An ninh	(8)
II	Kiến thức giáo dục chuyên nghiệp	81
1	Kiến thức cơ sở ngành	18
2	Kiến thức chuyên ngành	53
3	Thực tập, khoá luận hoặc học thay thế	10
	Tổng số	125

2.2 Danh sách các học phần

Khối lượng kiến thức toàn khoa: **125 TC** (không tính GDTC và GDQP-An ninh)

Kiến thức giáo dục đại cương: 44 TC

Lý luận chính trị: 11 TC

STT	Mã học phần	Tên học phần	Số TC	LT	TH BT
1	0101000889	Triết học	3	45	
2	0101000641	Kinh tế chính trị	2	30	
3	0101000890	Chủ nghĩa xã hội khoa học	2	30	
4	0101000900	Tư tưởng Hồ Chí Minh	2	30	
5	0101000869	Lịch sử Đảng CSVN	2	30	

Khoa học xã hội và nhân văn: 12 TC

STT	Mã học phần	Tên học phần	Số TC	LT	TH BT
1	0101000891	Pháp luật đại cương	2	30	
2	0101000903	Xã hội học đại cương	2	30	
3	0101000881	Logic đại cương	2	30	
4	0101000894	Tâm lý học đại cương	2	30	
		Tự chọn: (Chọn 2 trong 4 môn)	4		
5	0101000	Truyền thông và phát triển	2	30	
6	0101000595	Cơ sở văn hóa Việt Nam	2	30	
7	0101000671	Lịch sử văn minh thế giới	2	30	
8	0101000855	Truyền thông Quốc tế	2	30	

Ngoại ngữ (Tiếng Anh): 15 TC

STT	Mã học phần	Tên học phần	Số TC	LT	TH BT
1	0101000861	Anh văn căn bản 1	3	45	
2	0101000862	Anh văn căn bản 2	3	45	
3	0101000863	Anh văn căn bản 3	3	45	
4	0101000165	Anh văn trung cấp I	3	45	
5	0101001546	Anh văn trung cấp II	3	45	

Toán – Tin học – Khoa học tự nhiên: 6 TC

STT	Mã học phần	Tên học phần	Số TC	LT	TH BT
1	0101000869	Tin học căn bản	3	30	30
2	0101000883	Lý thuyết xác suất và thống kê toán	3	45	

Giáo dục thể chất (học phần điều kiện, không tính điểm trung bình chung tích lũy): 3 TC

Giáo dục Quốc phòng – An ninh (học phần điều kiện, không tính điểm trung bình chung tích lũy): 8 TC

Kiến thức chuyên nghiệp: 81 TC

Kiến thức cơ sở ngành: 18 TC

STT	Mã học phần	Tên học phần	Số TC	LT	TH BT
		Bắt buộc	9		
1	0101000714	Lý thuyết truyền thông	3	45	
2	0101000588	Các phương tiện báo chí truyền thông	3	45	
3	0101000589	Marketing căn bản	3	45	
		Tự chọn: (Chọn 9 TC)	9		
4	0101000734	Ngôn ngữ truyền thông đại chúng	3	45	
5	0101000743	Pháp luật và đạo đức truyền thông	3	45	
6	0101000857	Văn hóa Doanh nghiệp	3	45	
7	0101000644	Kinh tế học	3	45	
8	0101000714	Công chúng truyền thông	3	45	

Kiến thức chuyên ngành: 53 TC

STT	Mã học phần	Tên học phần	Số TC	LT	TH BT
		Bắt buộc	41		
1	0101000757	Quan hệ công chúng đại cương	3	45	
2	0101000763	Quan hệ công chúng ứng dụng	3	45	
3	0101000725	Nghiên cứu marketing	3	45	
4	0101000806	Tổ chức sự kiện	3		90
5	0101000589	Công cụ Quan hệ công chúng	3	45	
6	0101000788	Quản trị marketing	3	45	
7	0101000769	Quản lý khủng hoảng	3	45	
8	0101000793	Quản trị thương hiệu	3	45	
9	0101000764	Quảng cáo đại cương	3	45	
10	0101000724	Nghiên cứu đánh giá quan hệ công chúng	3	45	
11	0101000759	Các chuyên đề quan hệ công chúng	3	45	
12	0101000165	Anh văn chuyên ngành (QHCC)	3	45	
13	0101001587	Marketing kỹ thuật số	3	45	
14	0101000843	Khởi nghiệp và đổi mới sáng tạo	2	30	
		Tự chọn	12		
15	0101000397	Thiết kế trình bày quan hệ công chúng	3	45	
16	0101001331	Nghệ thuật nói trước công chúng	3	45	
17	0101000569	Chiến lược chiến thuật quan hệ công chúng	3	45	
18	0101000849	Truyền thông môi trường	3	45	
19	0101000610	Kỹ năng giao tiếp – đàm phán	3	45	

Thực tập, khoá luận tốt nghiệp (hoặc học phần thay thế): 10 TC

STT	Mã học phần	Tên học phần	Số TC	LT	TH BT
1	0101000844	Thực tập tốt nghiệp	4		120
2	0101000665	Khóa luận tốt nghiệp hoặc học phần thay thế	6		180
2.1	0101000852	Truyền thông tiếp thị tích hợp	4	60	
2.2	0101000855	Truyền thông và toàn cầu hoá	2	30	

2.3 Trình tự nội dung chương trình dạy học

HỌC KỲ I: 16 TC					
STT	Học phần	Tổng cộng		Lý thuyết	Thực hành
		TC	Tiết		
1	Triết học	3	45	45	
2	Pháp luật đại cương	2	30	30	
3	Anh văn căn bản 1	3	45	45	
4	Logic học đại cương	2	30	30	
5	Kinh tế học	3	45	45	
6	Tin học căn bản	3	60	30	30
7	<i>Giáo dục quốc phòng – an ninh (*)</i>	8	165	75	90
8	<i>Giáo dục thể chất 1 (*)</i>	1			30
HỌC KỲ II: 17 TC					
STT	Học phần	Tổng cộng		Lý thuyết	Thực hành
		TC	Tiết		
1	Kinh tế chính trị	2	30	30	
2	CNXH khoa học	2	30	30	
3	Anh văn căn bản 2	3	45	45	
4	Tư tưởng HCM	2	30	30	
5	Lý thuyết truyền thông	3	45	45	
6	Lý thuyết xác suất và thống kê toán	3	45	45	
7	Cơ sở văn hóa Việt Nam	2	30	30	
8	<i>Giáo dục thể chất 2 (*)</i>	1			30
HỌC KỲ III: 15 TC					
STT	Học phần	Tổng cộng		Lý thuyết	Thực hành
		TC	Tiết		
1	Đường lối CM của Đảng CSVN	2	30	30	
2	Tâm lý học đại cương	2	30	30	
3	Quan hệ công chúng đại cương	3	45	45	
4	Anh văn căn bản 3	3	45	45	
5	<i>Giáo dục thể chất 3</i>	1			30
6	Lịch sử văn minh thế giới	2	30	30	
7	Marketing căn bản	3	45	45	

HỌC KỲ IV: 17 TC					
STT	Học phần	Tổng cộng		Lý thuyết	Thực hành
		TC	Tiết		
1	Xã hội học đại cương	2	30	30	
2	Công cụ quan hệ công chúng	3	45	45	
3	Quan hệ công chúng ứng dụng	3	45	45	
4	Quảng cáo đại cương	3	45	45	
5	Anh văn trung cấp I	3	45	45	
6	Văn hóa doanh nghiệp	3	45	45	
HỌC KỲ V: 15 TC					
STT	Học phần	Tổng cộng		Lý thuyết	Thực hành
		TC	Tiết		
1	Nghiên cứu và đánh giá QHCC	3	45	45	
2	Các phương tiện báo chí truyền thông	3	45	45	
3	Tổ chức sự kiện	3	90		90
4	Nghiên cứu marketing	3	45	45	
5	Anh văn trung cấp II	3	45	45	
HỌC KỲ VI: 15 TC					
STT	Học phần	Tổng cộng		Lý thuyết	Thực hành
		TC	Tiết		
1	Quản trị marketing	3	45	45	
2	Quản lý khủng hoảng	3	45	45	
3	Anh văn chuyên ngành (QHCC)	3	45	45	
4	Chiến lược và chiến thuật QHCC	3	45	45	
5	Thiết kế và trình bày QHCC	3	45	45	
HỌC KỲ VII: 17 TC					
STT	Học phần	Tổng cộng		Lý thuyết	Thực hành
		TC	Tiết		
1	Quản trị thương hiệu	3	45	45	
2	Các chuyên đề QHCC	3	45	45	
3	Truyền thông môi trường	3	45	45	
4	Pháp luật và đạo đức truyền thông	3	45	45	
5	Marketing kỹ thuật số	3	45	45	
6	Khởi nghiệp và đổi mới sáng tạo	2	30	30	
HỌC KỲ VIII: 13 TC					
STT	Học phần	Tổng cộng		Lý thuyết	Thực hành
		TC	Tiết		
1	Kỹ năng giao tiếp – đàm phán	3	45	45	
2	Thực tập tốt nghiệp	4	120		120
3	Khoá luận tốt nghiệp	6	180		180

Học phần thay thế khoá luận tốt nghiệp					
1	Truyền thông tiếp thị tích hợp	4	60	60	
2	Truyền thông và toàn cầu hóa	2	30	30	

Ghi chú: GDTC và GDQP - An ninh không tính trong khối lượng thời gian đào tạo.

3. Ma trận đóng góp của các khối kiến thức vào mức độ đạt được chuẩn đầu ra

(0: không đóng góp; 1: đóng góp thấp; 2: đóng góp trung bình; 3: đóng góp cao)

Khối kiến thức	Chuẩn đầu ra của CTĐT (PO)									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Đại cương	3	2	1	1	1	1	1	1	3	3
Cơ sở ngành	1	3	3	2	2	2	2	2	1	1
Chuyên ngành	1	2	2	3	3	3	3	3	3	3
Thực tập và khóa luận tốt nghiệp	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3

4. Ma trận đáp ứng giữa các học phần và chuẩn đầu ra CTĐT

(0: không đóng góp; 1: đóng góp thấp; 2: đóng góp trung bình; 3: đóng góp cao)

CHUẨN ĐẦU RA CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO (PO)										
HỌC PHẦN	Kiến thức					Kỹ năng			Năng lực tự chủ và trách nhiệm	
	PO1	PO2	PO3	PO4	PO5	PO6	PO7	PO8	PO9	PO10
Triết học	0	2	0	0	0	0	0	0	1	0
Kinh tế chính trị	0	2	0	0	0	0	0	0	1	0
Chủ nghĩa xã hội khoa học	0	2	0	0	0	0	0	0	1	0
Tư tưởng Hồ Chí Minh	0	1	0	0	0	0	0	0	2	0
Lịch sử Đảng Cộng sản Việt Nam	0	2	0	0	0	0	0	0	1	0
Pháp luật đại cương	2	0	0	0	0	0	0	2	1	2
Logic học đại cương	2	0	0	0	0	0	1	0	1	0
Xã hội học đại cương	3	0	0	0	0	0	0	3	2	0
Tâm lý học đại cương	2	0	2	0	0	0	0	2	0	0
Anh văn căn bản 1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Anh văn căn bản 2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	2
Anh văn căn bản 3	3	0	0	0	0	0	0	3	0	3
Anh văn trung cấp 1	0	0	0	0	0	0	0	2	1	1
Anh văn trung cấp 2	0	0	0	0	0	0	0	3	1	1
Tin học căn bản	1	0	0	0	0	3	0	1	0	0
Lý thuyết Lý thuyết xác suất và thống kê toán	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0
Giáo dục thể chất 1	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0
Giáo dục thể chất 2	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0
Giáo dục thể chất 3	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0
Giáo dục Quốc phòng – An ninh	1	0	0	0	0	0	0	0	3	0
Kinh tế học	3	0	0	0	0	0	1	1	1	2
Truyền thông và phát triển	0	3	0	3	0	0	1	2	2	0
Cơ sở văn hóa Việt Nam	0	3	0	3	0	0	1	1	1	0
Lịch sử văn minh thế giới	0	3	0	0	0	0	0	0	1	0
Truyền thông Quốc tế	0	0	2	3	3	1	0	0	2	0
Lý thuyết truyền thông	0	0	0	0	0	2	3	1	3	1

CHUẨN ĐẦU RA CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO (PO)										
HỌC PHẦN	Kiến thức					Kỹ năng			Năng lực tự chủ và trách nhiệm	
	PO1	PO2	PO3	PO4	PO5	PO6	PO7	PO8	PO9	PO10
Các phương tiện báo chí truyền thông	0	0	1	0	3	2	0	1	1	1
Marketing căn bản	3	0	3	0	0	0	0	1	2	2
Ngôn ngữ truyền thông đại chúng	0	0	1	0	3	2	0	1	1	1
Pháp luật và đạo đức truyền thông	0	0	0	0	0	2	0	0	3	0
Văn hóa Doanh nghiệp	0	3	0	3	2	0	0	0	3	0
Công chúng truyền thông	0	0	1	0	3	2	0	1	1	1
Quan hệ công chúng đại cương	0	0	3	0	0	3	0	0	1	1
Quan hệ công chúng ứng dụng	0	0	3	0	0	3	3	3	1	1
Nghiên cứu marketing	3	0	3	0	0	2	2	0	1	1
Tổ chức sự kiện	0	0	3	0	3	3	2	0	1	1
Công cụ Quan hệ công chúng	0	3	0	1	0	3	2	2	1	1
Quản trị marketing	3	2	3	0	0	3	3	2	2	2
Quản lý khủng hoảng	0	0	0	0	1	2	3	2	1	1
Quản trị thương hiệu	0	0	0	0	3	3	3	0	1	1
Quảng cáo đại cương	1	0	3	0	2	2	0	1	1	1
Nghiên cứu đánh giá QHCC	2	0	3	0	0	3	0	3	1	1
Các chuyên đề quan hệ công chúng	0	0	0	0	3	0	3	1	1	1
Anh văn chuyên ngành (QHCC)	3	0	3	0	0	0	0	2	2	2
Marketing kỹ thuật số	2	0	3	0	2	2	2	0	1	1
Thiết kế trình bày QHCC	0	0	3	0	0	3	2	0	1	1
Nghệ thuật nói trước công chúng	0	0	3	0	0	0	0	3	1	1
Chiến lược chiến thuật QHCC	0	3	0	3	0	0	3	0	1	1
Truyền thông môi trường	0	3	0	0	0	0	3	0	1	1
Kỹ năng giao tiếp – đàm phán	3	0	0	0	0	0	0	3	1	1
Truyền thông tiếp thị tích hợp	0	0	2	0	0	3	3	0	1	0
Truyền thông và toàn cầu hoá	0	0	2	3	0	3	0	0	1	1
Khởi nghiệp và đổi mới sáng tạo	0	3	0	1	0	3	2	2	1	1
Thực tập tốt nghiệp	2	0	3	3	2	2	2	2	2	2
Khóa luận tốt nghiệp	0	0	0	0	0	3	3	2	2	3

5. Mô tả tóm tắt các học phần

TRIẾT HỌC

3 (3, 0)

Nội dung của học phần bao gồm 4 chương, nghiên cứu những quy luật vận động, phát triển chung nhất của tự nhiên, xã hội và tư duy; xây dựng thế giới quan, phương pháp luận khoa học, cách mạng, vận dụng vào hoạt động nhận thức khoa học và thực tiễn

cách mạng.

Xây dựng cho sinh viên phương pháp luận khoa học, tư duy khoa học, nền tảng của nhận thức về tự nhiên, xã hội và con người của Đảng Cộng sản Việt Nam.

KINH TẾ CHÍNH TRỊ

2 (2, 0)

Môn học này nghiên cứu về học thuyết kinh tế của chủ nghĩa Mác – Lênin về phương thức sản xuất tư bản chủ nghĩa không chỉ bao gồm học thuyết của Mác về giá trị và giá trị thặng dư mà còn bao gồm học thuyết kinh tế của Lênin về chủ nghĩa tư bản độc quyền và chủ nghĩa tư bản độc quyền nhà nước. Nội dung các học thuyết này bao quát những nguyên lý cơ bản nhất của chủ nghĩa Mác – Lênin về phương thức sản xuất tư bản chủ nghĩa.

CNXH KHOA HỌC

2 (2, 0)

Học phần trang bị cho sinh viên các kiến thức về khoa học chủ nghĩa xã hội, nhận thức tổng hợp, toàn diện về chủ nghĩa xã hội, về nội dung, đặc điểm tư tưởng xã hội chủ nghĩa qua từng giai đoạn phát triển và con đường quá độ lên chủ nghĩa xã hội ở Việt Nam, đặc biệt là các nguyên lý cơ bản của chủ nghĩa Mác - Lênin, tư tưởng Hồ Chí Minh.

TƯ TƯỞNG HỒ CHÍ MINH

2 (2, 0)

Môn học có 08 chương, bao gồm những nội dung cơ bản của Tư tưởng Hồ Chí Minh. Cung cấp cho sinh viên những hiểu biết cơ bản về:

- Tư tưởng Hồ Chí Minh;
- Những cơ sở của đường lối xây dựng đất nước ở Việt Nam;
- Vận dụng kiến thức vào việc lý giải và có thái độ đúng đắn về con đường đi lên chủ nghĩa xã hội của nước ta.

LỊCH SỬ ĐẢNG CỘNG SẢN VIỆT NAM

3 (3, 0)

Trang bị cho sinh viên những kiến thức, giúp sinh viên phân tích được những vấn đề cơ bản về sự ra đời của Đảng Cộng sản Việt Nam, đường lối cách mạng của Đảng Cộng sản Việt Nam, bao gồm hệ thống quan điểm, chủ trương về mục tiêu, phương hướng, nhiệm vụ và giải pháp của cách mạng Việt Nam, thể hiện qua Cương lĩnh, Nghị quyết của Đảng trong tiến trình lãnh đạo cách mạng Việt Nam, từ cách mạng dân tộc dân chủ nhân dân đến cách mạng xã hội chủ nghĩa, đặc biệt là đường lối của Đảng trong thời kỳ đổi mới trên một số lĩnh vực cơ bản của đời sống xã hội.

PHÁP LUẬT ĐẠI CƯƠNG

2 (2, 0)

Học phần Pháp luật đại cương cung cấp các kiến thức cơ bản về nhà nước và pháp luật, giới thiệu một số chế định pháp luật cơ bản của các ngành luật trong Hệ thống pháp luật Việt Nam.

XÃ HỘI HỌC ĐẠI CƯƠNG

2 (2, 0)

Môn học nghiên cứu các quy luật, tính quy luật của sự hình thành, vận động của biến đổi mối quan hệ, tương tác qua lại giữa con người và xã hội. Đối tượng nghiên cứu của xã hội là các quan hệ xã hội, tương tác biểu hiện qua các hành vi giữa người với người trong các nhóm, các tổ chức, các hệ thống xã hội.

LOGIC HỌC ĐẠI CƯƠNG

2 (2, 0)

Học phần cung cấp kiến thức về các quy luật cơ bản, giúp người học hiểu thấu đáo cách suy nghĩ, lập luận của mình và đối phương; qua đó trang bị kỹ năng phát hiện, phân biệt những lập luận sai trái, kịp thời đấu tranh, góp phần bảo vệ công lý, chân lý.

TÂM LÝ HỌC ĐẠI CƯƠNG

2 (2, 0)

Môn học Tâm lý học ứng dụng trong kinh doanh là môn Khoa học kinh tế- xã hội, môn học nghiên cứu những kiến thức về tâm lý người lao động, tâm lý người mua, kỹ năng giao tiếp trong điều kiện thực tế kinh doanh hiện nay.

TRUYỀN THÔNG VÀ PHÁT TRIỂN

2 (2, 0)

Học phần cung cấp cho sinh viên những tiền đề lý luận chung về khái niệm văn hóa học và văn hoá Việt Nam, làm nền tảng cho việc xem xét các đặc trưng văn hoá Việt Nam, nhận diện được quy luật hình thành và phát triển, nắm vững tiến trình văn hóa Việt Nam; các thành tố, cấu trúc hệ thống, văn hóa nhận thức, văn hoá tổ chức và văn hoá ứng xử, giao lưu cho-nhận trong quá khứ và những vấn đề hiện tại của văn hoá bản địa Việt Nam với văn hoá phương Đông và văn minh phương Tây.

CƠ SỞ VĂN HÓA VIỆT NAM

2 (2, 0)

Học phần cung cấp cho sinh viên những tiền đề lý luận chung về khái niệm văn hóa học và văn hoá Việt Nam, làm nền tảng cho việc xem xét các đặc trưng văn hoá Việt Nam, nhận diện được quy luật hình thành và phát triển, nắm vững tiến trình văn hóa Việt Nam; các thành tố, cấu trúc hệ thống, văn hóa nhận thức, văn hoá tổ chức và văn hoá ứng xử, giao lưu cho-nhận trong quá khứ và những vấn đề hiện tại của văn hoá bản địa Việt Nam với văn hoá phương Đông và văn minh phương Tây.

LỊCH SỬ VĂN MINH THẾ GIỚI

2 (2, 0)

Lịch sử văn minh thế giới bao gồm hệ thống kiến thức về quá trình hình thành, phát triển của các nền văn minh tiêu biểu trong lịch sử nhân loại: văn minh phương Đông (Ai cập, Lưỡng hà, Trung hoa, Ấn độ, Á rập), văn minh phương Tây (Hy lạp, La Mã, Tây Âu) và nền văn minh cận - hiện đại.

TRUYỀN THÔNG VÀ QUỐC TẾ

2 (2, 0)

Lịch sử văn minh thế giới bao gồm hệ thống kiến thức về quá trình hình thành, phát triển của các nền văn minh tiêu biểu trong lịch sử nhân loại: văn minh phương Đông (Ai cập, Lưỡng hà, Trung hoa, Ấn độ, Á rập), văn minh phương Tây (Hy lạp, La Mã, Tây Âu) và nền văn minh cận - hiện đại

ANH VĂN CĂN BẢN 1

3 (3, 0)

Học phần Anh Văn Căn Bản 1 (AVCB1) là học phần đầu tiên trong các học phần Anh văn căn bản Tiếng Anh không chuyên bậc Đại học. Giáo trình được sử dụng là American English File (2nd edition) của NXB Oxford. Học phần gồm 06 Unit, trong đó 4 đơn vị bài học chính trên lớp và 2 đơn vị bài học tự học và 2 đơn vị bài ôn. Mỗi đơn vị bài học được phân chia thành các bài học nhỏ hơn với mục đích giúp sinh viên tiếp cận nội dung một cách tự nhiên và hiệu quả nhất. Nội dung của học phần tập trung vào các chủ đề: thông tin cá nhân, hoạt động hằng ngày, gia đình, công việc, ngày tháng, các mùa trong năm, cảm xúc, ngôn ngữ sử dụng trong lớp học.

ANH VĂN CĂN BẢN 2

3 (3, 0)

Học phần Anh Văn Căn Bản 2 (AVCB2) là học phần thứ hai trong hệ thống các học phần Anh văn căn bản dành cho các lớp Tiếng Anh không chuyên bậc Đại học. Giáo trình của học phần này là *American English File 1 (2nd edition)* của NXB Oxford. Học phần này bắt đầu từ Unit 7 cho tới Unit 12, trong đó bao gồm 6 đơn vị bài học (6 Units) và 2 đơn vị bài ôn (2 Reviews). Mỗi đơn vị bài học được phân chia thành các bài học nhỏ hơn với mục đích giúp các bạn sinh viên tiếp cận nội dung một cách tự nhiên và hiệu quả nhất.

ANH VĂN CĂN BẢN 3

3 (3, 0)

Học phần Anh Văn Căn Bản 3 (AVCB 3) là học phần thứ ba trong hệ thống các học phần Anh văn căn bản (AVCB) dành cho các lớp tiếng Anh không chuyên bậc Đại học và Cao đẳng chính quy, hệ vừa học vừa làm. Giáo trình được sử dụng trong suốt học phần này là *American English File 2 (second edition)* của NXB Oxford. Học phần này bắt đầu từ Unit 1 cho tới Unit 4, trong đó bao gồm 4 đơn vị bài học (4 Units) và 2 đơn vị bài ôn (2 Reviews). Mỗi đơn vị bài học được phân chia thành các bài học nhỏ hơn với mục đích giúp các bạn sinh viên tiếp cận nội dung một cách tự nhiên và hiệu quả nhất.

ANH VĂN TRUNG CẤP 1

3 (3, 0)

Học phần Anh Văn Trung Cấp 1 dành cho các lớp tiếng Anh không chuyên bậc Đại học, Cao đẳng chính quy, và hệ vừa học vừa làm. Giáo trình được sử dụng trong suốt học phần này là *International Express (Pre-intermediate)* của NXB Oxford. Học phần này bắt đầu từ Unit 1 cho tới Unit 6. Mỗi đơn vị bài học được phân chia thành các bài học nhỏ hơn liên quan đến ngữ pháp, từ vựng, ngữ âm và các kỹ năng tiếng Anh với mục đích giúp các sinh viên tiếp cận nội dung một cách tự nhiên và hiệu quả nhất.

ANH VĂN TRUNG CẤP 2

3 (3, 0)

Học phần Anh Văn Trung Cấp 2 dành cho các lớp tiếng Anh không chuyên bậc Đại học, Cao đẳng chính quy, và hệ vừa học vừa làm. Giáo trình được sử dụng trong suốt học phần này là *International Express (Intermediate)* của NXB Oxford. Học phần này bắt đầu từ Unit 7 cho tới Unit 12, tiếp theo chương trình của Anh Văn Trung Cấp 1. Mỗi đơn vị bài học được phân chia thành các bài học nhỏ hơn liên quan đến ngữ pháp, từ vựng, ngữ âm và các kỹ năng tiếng Anh với mục đích giúp các sinh viên tiếp cận nội dung một cách tự nhiên và hiệu quả nhất.

TIN HỌC CĂN BẢN

3 (2, 1)

Môn học trang bị cho sinh viên kiến thức cơ bản về hệ điều hành Windows 7, công cụ quản lý Windows Explorer, các công cụ hỗ trợ đánh tiếng Việt trong Windows, công cụ soạn thảo Microsoft Word (MS Word), các thao cơ bản trong MS Word, định dạng văn bản, một số thao tác trên các đối tượng hình ảnh, thao tác trên bảng biểu, định dạng và in ấn trong Word, một số tính năng nâng cao của MS Word. Tổng quan về Microsoft Excel (MS Excel), các thao tác cơ bản trên Excel, một số hàm cơ bản trong Excel, thao tác cơ bản trên cơ sở dữ liệu dùng Excel, tạo biểu đồ trong Excel, định dạng và in ấn trong Excel, một số khái niệm và thao tác trên MS Power Point, các kiến thức sử dụng

Internet và Email..

LÝ THUYẾT XÁC SUẤT VÀ THỐNG KÊ TOÁN

3 (3, 0)

Nội dung môn học gồm hai phần là Xác suất và Thống kê:

- Phần xác suất cung cấp cho sinh viên các kiến thức về phép thử ngẫu nhiên, biến cố, xác suất của biến cố, các phương pháp tính xác suất, đại lượng ngẫu nhiên và các phân phối xác suất, các đặc trưng của đại lượng ngẫu nhiên, một số phân phối thường gặp trong thực tế.

- Phần thống kê giới thiệu cho sinh viên các bài toán cơ bản của thống kê và cách giải quyết bài toán ước lượng, bài toán kiểm định giả thiết và hồi quy tuyến tính.

GIÁO DỤC THỂ CHẤT 1

1 (0, 1)

Học phần bóng chuyền trang bị cho sinh viên:

- Những kiến thức về lịch sử hình thành và phát triển môn bóng chuyền trên thế giới và Việt Nam;

- Đặc điểm, tính chất và tác dụng trong tập luyện môn bóng chuyền;

- Xu thế phát triển của bóng chuyền hiện đại;

- Đặc điểm của bóng chuyền đỉnh cao ở Việt Nam;

- Kỹ năng cơ bản về các kỹ thuật của môn bóng chuyền;

- Một số quy định về sân bãi, dụng cụ và luật trong môn bóng chuyền.

GIÁO DỤC THỂ CHẤT 2

1 (0, 1)

Học phần Quần vợt trang bị cho sinh viên:

- Những kiến thức về lịch sử hình thành và phát triển môn quần vợt trên thế giới và Việt Nam;

- Ý nghĩa và lợi ích của người chơi môn quần vợt;

- Các nguyên lý kỹ thuật cơ bản của môn quần vợt;

- Các kỹ thuật đánh bóng (kỹ thuật cầm vợt, kỹ thuật đánh bóng xoáy lên bên phải, kỹ thuật đánh bóng 1 tay xoáy lên bên trái, kỹ thuật giao bóng);

- Một số quy định trong quần vợt, hệ thống tính điểm và một số sửa đổi trong quần vợt.

GIÁO DỤC THỂ CHẤT 3

1 (0, 1)

Học phần bóng đá trang bị cho sinh viên:

- Những kiến thức về lịch sử phát triển môn bóng đá trên thế giới và Việt Nam

- Đặc điểm và tác dụng của môn bóng đá;

- Kiến thức cơ bản về các yếu lĩnh kỹ thuật của môn bóng đá như: tâng bóng, dẫn bóng, nhận bóng và đá bóng, luật bóng đá 5 người.

GIÁO DỤC QUỐC PHÒNG – AN NINH

8 (5, 3)

Giáo dục cho sinh viên những kiến thức cơ bản về đường lối quốc phòng, an ninh của Đảng và công tác quản lý nhà nước về quốc phòng, an ninh; về truyền thống đấu tranh chống ngoại xâm của dân tộc. Rèn luyện cho sinh viên những kỹ năng quân sự, an ninh cần thiết đáp ứng yêu cầu xây dựng, củng cố nền quốc phòng toàn dân, an ninh nhân dân, sẵn sàng bảo vệ Tổ quốc Việt Nam xã hội chủ nghĩa.

LÝ THUYẾT TRUYỀN THÔNG

3 (3, 0)

Lý thuyết truyền thông là môn học trang bị cho sinh viên những vấn đề cơ bản về lý luận và thực tiễn của hoạt động báo chí, tạo cơ sở giúp sinh viên tiếp thu tốt các học phần khác thuộc khối kiến thức chuyên ngành báo chí truyền thông. Trên cơ sở trang bị cho sinh viên những vấn đề cơ bản nhất của lý luận báo chí, học phần giúp sinh viên xác lập quan điểm, nhận thức đúng đắn về nghề nghiệp, trách nhiệm xã hội của nhà báo, giúp hình thành phương pháp luận khoa học cho hoạt động báo chí.

CÁC PHƯƠNG TIỆN BÁO CHÍ TRUYỀN THÔNG

3 (3, 0)

Những kiến thức cơ bản về các phương tiện truyền thông nói chung, truyền thông đại chúng nói riêng, như khái niệm, đặc điểm, bản chất và chức năng xã hội, thế mạnh và hạn chế cũng như cách thức tiếp cận, khai thác các kênh truyền thông này cho hoạt động nghề nghiệp, mô hình nhân cách chủ thể truyền thông, những khuyến nghị về cách thức giao tiếp, ứng xử.

MARKETING CĂN BẢN

3 (3, 0)

Marketing căn bản cung cấp những kiến thức cơ bản nhất về marketing, tầm quan trọng của Marketing trong doanh nghiệp, xu hướng của tiếp thị trong xu thế toàn cầu, môi trường và thông tin về Marketing, nắm được kiến thức môn Marketing, sinh viên có thể phân khúc thị trường, xác định thị trường mục tiêu và định vị sản phẩm, phân tích hành vi khách hàng. Môn học còn giúp cho người học nắm bắt được 4 phối thức quan trọng trong việc phân tích, xây dựng chiến lược Marketing mix bao gồm sản phẩm, giá, phân phối, chiêu thị.

NGÔN NGỮ TRUYỀN THÔNG ĐẠI CHỨNG

3 (3, 0)

Học Phần trình bày những đặc điểm của ngôn ngữ báo chí trên thế giới và tại Việt Nam, giúp sv tìm hiểu sự thể hiện của ngôn ngữ qua từng thể loại. Sv thực hành viết, phân tích nhận xét, đánh giá ngôn ngữ tác phẩm báo chí.

PHÁP LUẬT VÀ ĐẠO ĐỨC TRUYỀN THÔNG

3 (3, 0)

Hướng dẫn người học tìm hiểu những kiến thức cơ bản về pháp luật đạo đức truyền thông, quản lý Nhà nước đối với hoạt động truyền thông, các khái niệm và quy định pháp luật về hoạt động truyền thông; trách nhiệm của cơ quan báo chí, nhà báo, độc giả, khán thính giả, nhà xuất bản, . . . trong lĩnh vực truyền thông.

Hướng cho người học tìm hiểu kiến thức cơ bản về đạo đức nghề báo, các quy tắc ứng xử của cá nhân, tổ chức làm truyền thông.

VĂN HÓA DOANH NGHIỆP

3 (3, 0)

Dựa trên nền tảng kiến thức về kinh tế (kinh tế vi mô, kinh tế vĩ mô), người học được trang bị thêm kiến thức về văn hóa doanh nghiệp và đạo đức kinh doanh để có thêm cái nhìn khái quát, bản chất hoạt động kinh doanh. Đây là cơ sở vừa để đánh giá, vừa để ứng dụng hiệu quả vào hoạt động điều hành sản xuất, kinh doanh.

KINH TẾ HỌC

3 (3, 0)

Môn học trang bị cho sinh viên kiến thức cơ bản về quyết định của người tiêu dùng và doanh nghiệp sử dụng tài nguyên khan hiếm, luật cầu và cung và hoạt động của thị

trường trong việc cân bằng cung cầu, tính co giãn của tiêu dùng hàng hóa và dịch vụ, đặc điểm của phí sản xuất của doanh nghiệp, và quyết định của doanh nghiệp trong thị trường cạnh tranh và thị trường độc quyền.

CÔNG CHỨNG TRUYỀN THÔNG

3 (3, 0)

Trang bị cho sinh viên những hiểu biết về công chúng báo chí, hoạt động tiếp nhận sản phẩm, tác phẩm báo chí của công chúng, công việc nghiên cứu công chúng và tác động của công việc này với báo chí hiện đại; rèn luyện các kỹ năng nghiên cứu công chúng; sử dụng các kết quả nghiên cứu công chúng để lập kế hoạch truyền thông, sử dụng các phương tiện truyền thông đại chúng cho hoạt động truyền thông phù hợp với các nhóm công chúng cụ thể.

Học phần cung cấp các kiến thức về khái niệm, phân loại công chúng báo chí, các kỹ năng nghiên cứu công chúng báo chí, hoạt động tiếp nhận của công chúng báo chí. Cung cấp các kiến thức về cơ chế, thuộc tính, các yếu tố tâm lý xã hội,... ảnh hưởng đến hoạt động tiếp nhận sản phẩm báo chí của công chúng. Rèn luyện các kỹ năng tiếp cận với công chúng báo chí bằng các tác phẩm công chúng báo chí và sản phẩm báo chí.

QUAN HỆ CÔNG CHỨNG ĐẠI CƯƠNG

3 (3, 0)

Học phần đề cập tới những kiến thức về lịch sử hình thành và phát triển của quan hệ công chúng trên thế giới và tại Việt Nam. Học phần giới thiệu những khái niệm, mô hình và những tập đoàn quan hệ công chúng, làm rõ chức năng và vai trò của quan hệ công chúng cũng như quy trình thực hiện và các công việc của quan hệ công chúng và thông tin đại chúng; những vấn đề về đạo đức và pháp lý của người làm quan hệ công chúng đang gặp phải hiện nay.

QUAN HỆ CÔNG CHỨNG ỨNG DỤNG

3 (3, 0)

Quan hệ công chúng ứng dụng là học phần bắt buộc trong khối kiến thức Giáo dục chuyên nghiệp của chương trình đào tạo ngành Quan hệ công chúng. Học phần trang bị cho sinh viên những kiến thức cơ bản về Quan hệ công chúng doanh nghiệp để từ đó tạo dựng cho sinh viên những kỹ năng thực hiện PR ở các doanh nghiệp.

NGHIÊN CỨU MARKETING

3 (3, 0)

Nghiên cứu Marketing là môn học cung cấp những kiến thức về tiến trình của một dự án nghiên cứu marketing: xác định vấn đề nghiên cứu và thiết kế nghiên cứu; Chọn mẫu và các vấn đề liên quan, tiến trình thu thập dữ liệu, thiết kế bản câu hỏi, chuẩn bị dữ liệu và phân tích dữ liệu, một số tình huống thực hành nghiên cứu marketing, viết báo cáo kết quả nghiên cứu.

TỔ CHỨC SỰ KIỆN

3 (3, 0)

Học phần giới thiệu một trong những nhiệm vụ quan trọng của người phụ trách quan hệ công chúng là tổ chức các sự kiện, nhằm đạt tới những mục tiêu truyền thông của các cơ quan, tổ chức và doanh nghiệp. Học phần cung cấp lý thuyết và những trường hợp từ thực tiễn liên quan đến kỹ năng tổ chức như lập kế hoạch, thực hiện và đánh giá sự kiện, quản lý ngân sách, nhân sự, thời gian, quảng bá, xử lý các tình huống nảy sinh trong quá trình tổ chức họp báo, sự kiện thể thao, lễ hội, hội thảo ở các cấp độ, quy mô khác nhau.

CÔNG CỤ QUAN HỆ CÔNG CHÚNG

3 (3, 0)

Học phần tập trung vào việc học các kỹ năng thực hành và văn cảnh của thực hành nghề nghiệp của QHCC hiện nay, liên hệ với các trường hợp cụ thể từ ngành nghề này của các cơ quan, văn phòng

Trong thực hành QHCC, hiểu biết báo chí, các công việc của cơ quan báo chí, quan hệ với báo chí và các kỹ năng báo chí là những công việc và hoạt động cơ bản. Quan hệ với báo chí cũng có thể hiểu là quảng bá – một chức năng quan trọng của QHCC. Báo chí là một công cụ uy quyền của QHCC bởi vì báo chí truyền tải thông tin và tác động đến cho mọi người trong xã hội

Học xong học phần công cụ QHCC 1, sv cần phải nắm được bản chất của thông tin báo chí, quan hệ giữa báo chí và QHCC, hiểu và viết được thông cáo báo chí, các bài chuyên đề, thông tin hợp báo, kỹ năng trả lời phỏng vấn báo chí và kỹ năng thiết kế trình bày in ấn.

QUẢN TRỊ MARKETING

3 (3, 0)

Quản trị Marketing là môn học cung cấp những kiến thức về tiến trình phân tích chiến lược marketing: phân tích môi trường marketing; Phân tích đối thủ cạnh tranh, phân đoạn thị trường, để đưa ra các chiến lược phát triển sản phẩm, định vị sản phẩm, và quản trị sản phẩm. Các phương pháp quản trị kênh phân phối, kênh truyền thông marketing tích hợp. Các phương pháp đánh giá, kiểm soát và điều chỉnh hoạt động marketing.

QUẢN LÝ KHỦNG HOẢNG

3 (3, 0)

Môn học cung cấp cho sinh viên kiến thức nền tảng về quản lý khủng hoảng, bao gồm các loại khủng hoảng, nguyên nhân khủng hoảng, phòng tránh và xử lý khi khủng hoảng xảy ra. Trên cơ sở nắm bắt lý thuyết, học phần trang bị cho người học các phương pháp để lên kế hoạch xử lý khủng hoảng, giúp sinh viên có khả năng phân tích và đề ra được chiến lược thực hiện các bước xử lý khủng hoảng trong thực tế.

QUẢN TRỊ THƯƠNG HIỆU

3 (3,0)

Kiến thức cơ bản về xây dựng hình ảnh thương hiệu của cá nhân, tổ chức kinh tế, chính trị-xã hội và của quốc gia; hiểu được tầm quan trọng của việc xây dựng thương hiệu để từ đó sinh viên hình thành và nhận thức những chiến lược và kỹ năng xây dựng, phát triển và duy trì thương hiệu.

Học phần giới thiệu khái niệm về thương hiệu và xây dựng thương hiệu – tầm quan trọng của thương hiệu, chiến lược xây dựng thương hiệu, chiến lược phát triển và duy trì thương hiệu và những bài học kinh nghiệm trong xây dựng và phát triển thương hiệu.

QUẢNG CÁO ĐẠI CƯƠNG

3 (3, 0)

Học phần đem lại cho người học tri thức cơ bản về các hình thức quảng cáo, quy trình lập kế hoạch quảng cáo, giúp người học rèn luyện những kỹ năng sản xuất và đánh giá các sản phẩm quảng cáo trong quá trình thực hiện nhiệm vụ về quan hệ công chúng.

NGHIÊN CỨU ĐÁNH GIÁ QUAN HỆ CÔNG CHÚNG

3 (3, 0)

Học phần nhằm giúp cho sinh viên có hiểu biết về việc thực hiện một nghiên cứu khoa học. Phần đầu của học phần trình bày những kiến thức tổng quan về nghiên cứu

khoa học, cách hình thành vấn đề nghiên cứu và thiết kế nghiên cứu trong quản trị kinh doanh. Phần tiếp theo sẽ tập trung vào các đo lường trong nghiên cứu, phương pháp chọn mẫu, thu thập dữ liệu và phân tích dữ liệu. Cuối cùng, học phần giới thiệu về cách xây dựng một đề cương nghiên cứu cách viết và trình bày một báo cáo nghiên cứu khoa học trong lĩnh vực quản trị kinh doanh.

CÁC CHUYÊN ĐỀ QUAN HỆ CÔNG CHÚNG 3 (3, 0)

Trang bị cho người học tiếp cận với thực tiễn cuộc sống và kiến thức có chiều sâu về hoạt động quan hệ công chúng trong một số lĩnh vực chuyên biệt và thấy được xu thế phát triển của PR trong tương lai.

ANH VĂN CHUYÊN NGÀNH (QUAN HỆ CÔNG CHÚNG) 3 (3, 0)

Học phần Anh Văn Chuyên Ngành là học phần dành cho các lớp Tiếng Anh không chuyên bậc Đại học và Cao đẳng chính quy. Giáo trình được sử dụng trong suốt học phần này là English for Business Studies Student's Book: A Course for Business Studies and Economics Students (third edition) của NXB Đại học Cambridge. Học phần này bắt đầu từ Unit 1 cho tới Unit 10, trong đó bao gồm 10 đơn vị bài học (10 Units) và 2 đơn vị bài ôn (2 Reviews). Mỗi đơn vị bài học được phân chia thành các bài học nhỏ hơn với mục đích giúp các bạn sinh viên tiếp cận nội dung một cách tự nhiên và hiệu quả nhất.

MARKETING KỸ THUẬT SỐ 3 (3, 0)

Môn Marketing kỹ thuật số nhằm trang bị cho học viên những kiến thức và kỹ năng cần thiết để xây dựng, phân tích, đánh giá các vấn đề truyền thông của doanh nghiệp trên Internet hoặc các phương tiện điện tử phát sóng. Học viên sẽ có khả năng tự thiết kế và tổ chức thành công các dự án marketing trực tuyến, phát triển mối quan hệ bền vững với khách hàng và góp phần nâng cao hiệu quả của chiến lược marketing chung của doanh nghiệp. Bên cạnh đó, học viên cũng được giới thiệu các phương pháp hiện đại trong việc đánh giá hiệu quả marketing trực tuyến, marketing qua điện thoại di động và các chiến thuật xây dựng mạng xã hội.

THIẾT KẾ TRÌNH BÀY QUAN HỆ CÔNG CHÚNG 3 (3, 0)

Học phần cung cấp cho sinh viên kiến thức nền tảng lý luận về thiết kế, trình bày các sản phẩm quan hệ công chúng. Từ những kiến thức được trang bị, sinh viên có thể thực hành, đánh giá được các sản phẩm quan hệ công chúng trong công việc. Học phần trang bị những kỹ năng thiết kế và trình bày sản phẩm quan hệ công chúng.

NGHỆ THUẬT NÓI TRƯỚC CÔNG CHÚNG 3 (3, 0)

Học phần nâng cao kỹ năng nói thông qua thực hiện một bài nói trước công chúng. Cách chuẩn bị dàn ý, ngữ cảnh, lời nói, ngôn ngữ hình thể để đạt hiệu quả cao nhất, hoặc thuyết phục chia sẻ thông tin.

CHIẾN LƯỢC CHIẾN THUẬT QUAN HỆ CÔNG CHÚNG 3 (3, 0)

Nghiên cứu các nguyên tắc hoạt động của báo chí, vai trò ảnh hưởng của báo chí, truyền thông và dư luận xã hội; nghiên cứu các chiến lược quan hệ công chúng ở các cơ quan, tổ chức, doanh nghiệp. Học viên cũng được thực hành các kỹ năng lập, thực hiện và đánh giá những kế hoạch QHCC mang tính chiến lược, cũng như các kỹ năng cần thiết

khác như giao tiếp, ứng xử với công chúng, với báo chí, quản lý truyền thông nội bộ và quản lý khủng hoảng.

TRUYỀN THÔNG MÔI TRƯỜNG

3 (3, 0)

Học phần trang bị cho sinh viên những kiến thức cơ bản về môi trường và các vấn đề về môi trường nhằm quản lý, khai thác tốt môi trường phù hợp với sự phát triển ngày nay của thế giới. Trên cơ sở đó vận dụng để thực hiện có hiệu quả trong lĩnh vực truyền thông về môi trường. Nội dung lý thuyết của học phần trình bày những vấn đề cơ bản về PR và môi trường, truyền thông môi trường và hoạt động PR trong quản lý môi trường hiện nay. Nội dung thực hành gồm vận dụng những hiểu biết về môi trường, thiết kế xây dựng một kế hoạch cụ thể về vấn đề PR với một môi trường tự chọn xác định.

KỸ NĂNG GIAO TIẾP – ĐÀM PHÁN

3 (3, 0)

Học phần trình bày tri thức cơ bản về giao tiếp, bao gồm kiến thức về cơ sở lý thuyết của giao tiếp, các phương tiện và phong cách giao tiếp, các hình thức và kỹ năng giao tiếp cơ bản; kiến thức về nghệ thuật đàm phán. Học phần nhấn mạnh những đặc trưng văn hoá có khả năng gây ảnh hưởng đến phong cách giao tiếp của người Việt Nam và người nước ngoài, và nghiên cứu những tình huống cụ thể, ví dụ tiêu biểu của việc ứng dụng văn hoá giao tiếp trong quá trình quan hệ công chúng.

THỰC TẬP TỐT NGHIỆP

4 (0, 4)

Học phần nâng cao kỹ năng nói thông qua thực hiện một bài nói trước công chúng. Cách chuẩn bị dàn ý, ngữ cảnh, lời nói, ngôn ngữ hình thể để đạt hiệu quả cao nhất, hoặc thuyết phục chia sẻ thông tin.

TRUYỀN THÔNG TIẾP THỊ TÍCH HỢP

4 (4, 0)

Học phần giới thiệu vai trò và chức năng của truyền thông marketing. Tiến trình doanh nghiệp thiết lập và duy trì các đối thoại liên tục với các đối tượng công chúng quan trọng nhằm đạt được các mục tiêu marketing đề ra. Truyền thông marketing tích hợp (IMC) là quá trình liên quản trị thương hiệu dựa trên marketing quan hệ hiệu quả, IMC tập trung vào truyền thông tổng hợp và đồng bộ cho khách hàng cá nhân và tổ chức nhằm duy trì sự nhất quán trong chiến lược truyền thông thương hiệu, tạo điều kiện phát triển các kênh giao tiếp với khách hàng và giúp DN nâng cao giá trị của thương hiệu”. Vai trò của IMC là một công cụ truyền thông hỗn hợp nhằm mục đích đáp ứng nhu cầu của khách hàng, đạt được mục đích marketing bằng cách phối hợp các công cụ (quảng cáo, marketing trực tiếp, khuyến mãi, quan hệ công chúng, bán hàng cá nhân) lại với nhau. IMC thành công sẽ giúp khách hàng nhận thức về sp, nhãn hiệu, nâng cao uy tín và duy trì niềm tin và lòng trung thành của khách hàng với nhãn hiệu.

TRUYỀN THÔNG VÀ TOÀN CẦU HÓA

2 (2, 0)

Môn học giới thiệu quá trình hình thành và phát triển của toàn cầu hóa trong các lĩnh vực chính trị, kinh tế, văn hóa, xã hội. Cung cấp cho người học những kiến thức cơ bản về các khái niệm, đặc điểm và chức năng của từng lĩnh vực chính trị, kinh tế, văn hóa, xã hội, các vấn đề đương đại để có thể vận dụng gắn kết với công cụ truyền thông vào các kế hoạch quan hệ công chúng.

Thông qua phân tích các tình huống thực tế (case study), các chiến lược truyền thông trong thời đại toàn cầu hóa để người học nắm được xu thế, tầm ảnh hưởng, vai trò của truyền thông trong toàn cầu hóa hiện nay.

KHỞI NGHIỆP VÀ ĐỔI MỚI SÁNG TẠO

2 (2, 0)

Khởi nghiệp và đổi mới sáng tạo là quá trình tạo lập doanh nghiệp mới và ứng dụng cái mới vào thực tiễn để giải quyết các vấn đề, đáp ứng nhu cầu của xã hội. Khởi nghiệp và đổi mới sáng tạo có vai trò quan trọng trong việc thúc đẩy tăng trưởng kinh tế, nâng cao năng suất lao động, cải thiện chất lượng cuộc sống. Nó cũng giúp các doanh nghiệp nâng cao khả năng cạnh tranh, phát triển thị trường mới, tạo ra nhiều việc làm và thu nhập cho người lao động. Ngoài ra, khởi nghiệp và đổi mới sáng tạo còn góp phần giải quyết các vấn đề xã hội, môi trường, mang lại cuộc sống tốt đẹp hơn cho con người.

Học xong học phần Khởi nghiệp và đổi mới sáng tạo nhằm trang bị cho sinh viên những kiến thức, kỹ năng và thái độ cần thiết để có thể khởi nghiệp thành công.

KHOÁ LUẬN TỐT NGHIỆP (QHCC)

6 (0, 6)

Khóa luận tốt nghiệp chuyên ngành Quan hệ công chúng là một công trình nghiên cứu khoa học được thực hiện nhằm chứng minh người học đã hội đủ kiến thức và khả năng giải quyết một vấn đề khoa học thuộc chuyên ngành để hoàn thành chương trình đào tạo. Khóa luận được hoàn thành đúng quy định của quy chế đào tạo sẽ cho thấy những tri thức khoa học chuyên ngành liên quan đến vấn đề nghiên cứu mà những tri thức này được người học lĩnh hội qua quá trình đào tạo, khả năng vận dụng tri thức khoa học, những hiểu biết thực tiễn có liên quan, các kỹ năng thực hành nghề nghiệp chuyên sâu để giải quyết vấn đề nghiên cứu đã lựa chọn. Bên cạnh đó, quá trình thực hiện khóa luận cũng phản ánh tinh thần trách nhiệm, tính khoa học, tính tự chủ, tính sáng tạo và sự tự tin đối với chuyên môn ngành nghề của người học.

Sinh viên sẽ đi thực tập tại các doanh nghiệp hoặc đơn vị hành chính sự nghiệp trong khoảng thời gian theo qui định của trường. Với sự hướng dẫn của giáo viên, sinh viên sẽ viết khóa luận tốt nghiệp liên quan đến chuyên ngành. Sinh viên nộp khóa luận tốt nghiệp về khoa sau khi kết thúc thời gian thực tập.

6. Hướng dẫn thực hiện chương trình

6.1. Đối với các đơn vị đào tạo

- Phân công giảng viên phụ trách từng học phần và cung cấp chương trình chi tiết cho giảng viên để đảm bảo ổn định kế hoạch giảng dạy.
- Đội ngũ cố vấn học tập phải hiểu cặn kẽ toàn bộ chương trình đào tạo theo học chế tín chỉ để hướng dẫn sinh viên đăng ký các học phần.
- Có đủ giáo trình, tài liệu tham khảo, cơ sở vật chất, để đảm bảo thực hiện tốt chương trình.

6.2. Đối với giảng viên

- Khi giảng viên được phân công giảng dạy một hoặc nhiều học phần cần phải nghiên cứu kỹ nội dung đề cương chi tiết từng học phần để chuẩn bị bài giảng và các phương tiện đồ dùng dạy học phù hợp.

- Giảng viên phải chuẩn bị đầy đủ giáo trình, tài liệu học tập cung cấp cho sinh viên trước một tuần để sinh viên chuẩn bị trước khi lên lớp.

6.3. Đối với sinh viên

- Phải tham khảo ý kiến tư vấn của cố vấn học tập để lựa chọn học phần cho phù hợp với tiến độ. Phải tự nghiên cứu bài học trước khi lên lớp để dễ tiếp thu bài giảng. Phải đảm bảo đầy đủ thời gian lên lớp để nghe hướng dẫn bài giảng của giảng viên. Tự giác trong việc tự học và tự nghiên cứu, đồng thời tích cực tham gia học tập theo nhóm, tham dự đầy đủ các buổi Seminar.

- Chủ động, tích cực khai thác các tài nguyên trên mạng và trong thư viện của trường để phục vụ cho việc tự học, tự nghiên cứu và làm đồ án tốt nghiệp. Thực hiện nghiêm túc quy chế thi cử, kiểm tra, đánh giá.

- Thường xuyên tham gia các hoạt động đoàn thể, văn-thể-mỹ để rèn luyện kỹ năng giao tiếp, hiểu biết về xã hội và con người.

6.4. Cơ sở vật chất, trang thiết bị phục vụ giảng dạy và thực hành, thực tập.

- Hệ thống phòng học lý thuyết với trang thiết bị truyền thông, có trang bị công cụ hỗ trợ giảng dạy (projector), tăng âm.

- Phòng thực hành máy tính được cài đặt các phần mềm phục vụ đào tạo tin học căn bản, tin học ứng dụng thiết kế, mô phỏng các quá trình.

- Chương trình ngành Quan hệ công chúng được thiết kế đơn ngành.

7. Đối sánh với bản mô tả CTĐT năm 2022

7.1. Điểm giống nhau:

- Cung cấp đầy đủ các thông tin chung: tên ngành (tiếng Việt, tiếng Anh), mã ngành, trình độ, loại hình và hình thức, thời gian đào tạo, tên trường cấp bằng, số tín chỉ, đối tượng tuyển sinh, điều kiện tốt nghiệp, vị trí việc làm, thời điểm cập nhật bản mô tả.

- Trình bày rõ các nội dung mục tiêu và chuẩn đầu ra của CTĐT, phương pháp/chiến lược giảng dạy, học tập và đánh giá.

- Mô tả chương trình dạy học về khối lượng kiến thức toàn khóa, danh sách các học phần trong CTĐT và tóm tắt nội dung các học phần.

7.2. Điểm khác nhau:

- Cập nhật chuẩn đầu ra (PO) mới thay cho chuẩn đầu ra cũ

- Cập nhật thêm môn Khởi nghiệp và đổi mới sáng tạo

- Cập nhật lại Trình tự dạy học, Ma trận mối quan hệ giữa Mục tiêu với Chuẩn đầu ra của CTĐT, Ma trận đóng góp của các khối kiến thức vào mức độ đạt được chuẩn đầu ra, Ma trận đáp ứng giữa các học phần và chuẩn đầu ra CTĐT

Cần Thơ, ngày 07 tháng 08 năm 2023

Hiệu trưởng

Phòng Quản lý Đào tạo

Khoa Kinh tế



TS. Nguyễn Văn Quang

ThS. Lý Mên Tẹn

PGS.TS Nguyễn Tri Khiêm