

BẢN MÔ TẢ CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO TRÌNH ĐỘ ĐẠI HỌC
NGÀNH QUAN HỆ CÔNG CHÚNG – CHUYÊN NGÀNH TRUYỀN THÔNG MARKETING

(Ban hành theo Quyết định số 3945/QĐ-HVBCTT-ĐT ngày 20/9/2020 của Giám đốc Học viện Báo chí và Tuyên truyền)

Cơ sở giáo dục	: Học viện Báo chí và Tuyên truyền
Tên văn bằng	: Cử nhân Quan hệ công chúng
Trình độ đào tạo	: Đại học
Tên CTĐT	: Chương trình đào tạo cử nhân ngành Truyền thông – marketing
Tên tiếng Anh	: BA program in Professional Public Relations
Mã số	: 7320108
Thời gian đào tạo	: 4 năm
Khoa quản lý	: Khoa Quan hệ công chúng và Quảng cáo

1. Sứ mạng, tầm nhìn, giá trị cốt lõi của Học viện và Khoa Quan hệ công chúng và Quảng cáo

1.1. Sứ mạng

- *Sứ mạng của Học viện*: Là trường Đảng, trường đại học trọng điểm quốc gia, Học viện Báo chí Tuyên truyền thuộc Học viện Chính trị Quốc gia Hồ Chí Minh có sứ mệnh nghiên cứu khoa học, đào tạo, bồi dưỡng nguồn nhân lực chất lượng cao trong các lĩnh vực lý luận chính trị, tư tưởng - văn hóa, báo chí, truyền thông và một số ngành khoa học xã hội và nhân văn khác.

- *Sứ mạng của Khoa*: Khoa Quan hệ công chúng và Quảng cáo ra đời với sứ mệnh đào tạo nguồn nhân lực chất lượng cao trong các lĩnh vực quan hệ công chúng, quảng cáo và truyền thông marketing tại Việt Nam.

1.2. Tầm nhìn

- *Tầm nhìn của Học viện đến năm 2050*: Học viện Báo chí và Tuyên truyền trở thành cơ sở hàng đầu Việt nam trong lĩnh vực lý luận chính trị, tư tưởng - văn hoá, báo chí và truyền thông. Học viện không ngừng phấn đấu trở thành trường đại học có uy tín học thuật trong khu vực và trên thế giới. Cụ thể:

Là lựa chọn số một của sinh viên trong các ngành học thuộc lĩnh vực lý luận chính trị, tư tưởng - văn hoá, báo chí và truyền thông.

Là trung tâm nghiên cứu trong lĩnh vực tư vấn chính sách, công tác tư tưởng - văn hoá, báo chí và truyền thông hàng đầu, nơi tập hợp đội ngũ chuyên gia đầu ngành có tầm ảnh hưởng trong nước và khu vực

Là trường đại học vận hành theo các tiêu chuẩn quốc tế, có tầm ảnh hưởng về báo chí và truyền thông ở khu vực Đông Nam Á trước năm 2035; cơ sở đào tạo và nghiên cứu báo chí và truyền thông có uy tín ở châu Á - Thái Bình Dương trước năm 2050.

- *Tầm nhìn của khoa*: Khoa Quan hệ công chúng và Quảng cáo là đơn vị đi đầu về đào tạo, nghiên cứu khoa học trong lĩnh vực quan hệ công chúng, quảng cáo và truyền thông marketing tại Việt Nam, tiên phong trong xây dựng các chương trình đào tạo theo hướng đổi mới sáng tạo, đáp ứng nhu cầu xã hội, xây dựng môi trường tự do học thuật, hội tụ các nhà khoa học, đội ngũ giảng viên, các chuyên gia đầu ngành, các nhà tuyển dụng hàng đầu về lĩnh vực quan hệ công chúng, quảng cáo và truyền thông marketing.

1.3. Giá trị cốt lõi

- *Giá trị cốt lõi của Học viện*:

- Đoàn kết: là nền tảng để tập trung sức mạnh, thống nhất ý chí và hành động, hướng tới mục tiêu chung và chiến lược phát triển của Học viện.

- Dân chủ: là môi trường cùng tham gia, khơi dậy tinh thần sáng tạo, ý thức trách nhiệm trong mọi hoạt động của Học viện.

- Đổi mới: là phương thức và động lực thúc đẩy sự phát triển toàn diện, không ngừng của Học viện.

PO4. Kiến thức toàn diện về lý luận và thực tiễn liên quan đến quan hệ công chúng và truyền thông - marketing trong bối cảnh công nghệ số

- Kỹ năng:

PO5. Kỹ năng hỗ trợ và kỹ năng mềm liên quan đến phân tích, phản biện, tư duy sáng tạo cũng như kỹ năng về giao tiếp, làm việc nhóm, thuyết trình, truyền đạt vấn đề, giải pháp tới người nghe.

PO6. Kỹ năng chuyên môn cơ bản, cần thiết để thực hành các hoạt động và chiến dịch quan hệ công chúng, truyền thông - marketing trên đa nền tảng và phương tiện truyền thông, đặc biệt trên nền tảng và phương tiện truyền thông số, như: giải quyết vấn đề, lập kế hoạch và tổ chức thực hiện, đánh giá hiệu quả các chiến dịch, dự án, cũng như thiết kế và sản xuất các sản phẩm trong lĩnh vực quan hệ công chúng và truyền thông – marketing.

PO7. Kỹ năng về công nghệ thông tin đáp ứng yêu cầu công việc và có năng lực ngoại ngữ bậc 4/6 Khung năng lực ngoại ngữ của Việt Nam.

PO8. Kỹ năng dẫn dắt khởi nghiệp, phát triển các dự án, mô hình, doanh nghiệp hoặc tổ chức trong lĩnh vực quan hệ công chúng và truyền thông – marketing.

- Mức độ tự chủ và trách nhiệm:

PO9. Khả năng làm việc độc lập hoặc làm việc theo nhóm trong điều kiện làm việc thay đổi, chịu trách nhiệm cá nhân và trách nhiệm trước tổ chức.

PO10. Khả năng lập kế hoạch, điều phối, quản lý các nguồn lực và giám sát các hoạt động trong công việc.

2.3. Vị trí làm việc sau tốt nghiệp

Người được đào tạo có khả năng đảm nhiệm các vị trí việc làm sau đây:

- Nhân viên tại các công ty truyền thông chuyên nghiệp, các công ty tư vấn/cung cấp dịch vụ quan hệ công chúng C và truyền thông marketing trong và ngoài nước.

- Cán bộ truyền thông, quan hệ công chúng, marketing cho các cơ quan Nhà nước, doanh nghiệp, các tổ chức phi chính phủ.

- Cán bộ nghiên cứu khoa học trong các viện, các công ty nghiên cứu trong nước hoặc toàn cầu về quan hệ công chúng và truyền thông marketing.

- Chuyên viên phân tích, dự báo, tham mưu, giúp việc cho lãnh đạo, quản lý công tác báo chí truyền thông.

- Nhà sản xuất sản phẩm truyền thông có công việc tự do (Freelancer), nhà sáng tạo nội dung độc lập trên các nền tảng mạng xã hội (Content Creator), ...

2.4. Khả năng học tập nâng cao trình độ sau khi ra trường

- Khả năng học tập và tích lũy kiến thức thực tiễn liên quan đến ngành, nghề: người học tốt nghiệp có khả năng vận dụng tốt chuyên môn được học trong chương trình vào các vị trí việc làm phù hợp với ngành, nghề, từ đó trau dồi thêm kinh nghiệm thực tế, kiến thức xã hội, kỹ năng mềm để tiếp tục phát triển trong tương lai.

- Khả năng tiếp tục học tập ở các chương trình đào tạo sau đại học: Người học tốt nghiệp có thể tiếp tục nâng cao kiến thức lý thuyết lẫn thực hành thông qua việc học thêm các chương trình đào tạo sau đại học như Thạc sĩ, các chứng chỉ, văn bằng trong nước và quốc tế.

- Kỹ năng nâng cao trình độ tiếng Anh và tin học, đặc biệt liên quan đến lĩnh vực Quan hệ công chúng, truyền thông, marketing nhằm đáp ứng tốt nhất yêu cầu của công việc.

3. Căn cứ xây dựng chương trình

3.1. Căn cứ thực tiễn

3.1.1. Các chương trình đào tạo tham khảo

- Các chương trình đào tạo trình độ đại học theo hệ thống tín chỉ hiện hành tại Học viện Báo chí và Tuyên truyền:

+ Chương trình cử nhân ngành Quan hệ công chúng chuyên nghiệp của Khoa Quan hệ công chúng và Quảng cáo (Khoa QHCC-QC), Học viện Báo chí và Tuyên truyền, cập nhật năm 2022.

- Các chương trình đào tạo cùng ngành hoặc ngành gần của các trường đại học trong nước, các trường đại học nước ngoài:

+ Chương trình đào tạo Cử nhân ngành Truyền thông Đa phương tiện của Đại học Khoa học xã hội và Nhân văn, Đại học Quốc gia Hà Nội, cập nhật năm 2022.

+ Chương trình cử nhân quốc tế Quảng cáo, Quan hệ công chúng và Truyền thông/Thương hiệu của Đại học Middlesex Vương Quốc Anh tại Học viện Báo chí và Tuyên truyền, cập nhật năm 2022.

3.1.2. Kết quả khảo sát

** Khảo sát nhu cầu xã hội*

- Thông qua các cuộc toạ đàm, hội thảo, trao đổi chuyên đề, hội đồng chuyên môn, đặc biệt là các cuộc hội thảo, toạ đàm lấy ý kiến các bên liên quan, bao gồm: chuyên gia, nhà tuyển dụng, giảng viên, cựu người học và người học hiện tại, có thể thấy nhu cầu tuyển dụng, tìm kiếm nhân lực chất lượng cao có kiến thức chuyên sâu về Quan hệ công chúng, truyền thông, marketing hiện nay đang rất lớn. Từ cơ quan, tổ chức nhà nước, cho đến các công ty, doanh nghiệp, cơ sở kinh doanh tư nhân, các tổ chức phi chính phủ,...đều cần nguồn nhân lực không chỉ có kiến thức về chuyên môn đúng ngành, nghề, mà còn có kinh nghiệm thực hành trong lĩnh vực. Có thể thấy, cơ hội việc làm rộng mở cho người học sau tốt nghiệp.

- Kết quả khảo sát các cơ quan, đơn vị, các tổ chức, doanh nghiệp, cựu sinh viên và sinh viên năm thứ 3 (năm học 2022 – 2023) khoa Quan hệ công chúng và Quảng cáo - Học viện Báo chí và Tuyên truyền cho thấy tỷ lệ các cơ quan, đơn vị, các tổ chức, doanh nghiệp hài lòng với năng lực của sinh viên sau tốt nghiệp là trên 93.8%; tỷ lệ cựu sinh viên làm đúng ngành, nghề cũng trên 89%, tỷ lệ sinh viên có việc làm ngay sau tốt nghiệp cũng rất cao.

** Khảo sát chất lượng đào tạo*

- Khảo sát với đối tượng sinh viên trước tốt nghiệp năm 2022, 2023 (theo yêu cầu rà soát, sửa đổi chương trình đào tạo của Trung tâm Khảo thí và Kiểm định chất lượng đào tạo – Học viện Báo chí và Tuyên truyền). Kết quả khảo sát cho thấy trên 80% sinh viên trước tốt nghiệp hài lòng với chương trình học của Khoa, Học viện.

3.2 Căn cứ pháp lý

Luật Giáo dục đại học số 08/2012/QH13 ngày 18/06/2012 và Luật số 34/2018/QH14 ngày 19/11/2018 của Quốc hội ban hành Sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật Giáo dục đại học;

Luật Giáo dục số 43/2019/QH 14 ngày 14/6/2019 của Quốc hội ban hành

Quyết định số 9019/QĐ-HVCTQG ngày 29/04/2022 của Giám đốc Học viện Chính trị quốc gia Hồ Chí Minh về chức năng, nhiệm vụ, quyền hạn, tổ chức bộ máy của Học viện Báo chí và Tuyên truyền;

Quyết định số 1982/QĐ-TTg ngày 18/10/2016 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Khung trình độ quốc gia Việt Nam;

Thông tư số 04/2016/TT-BGDĐT ngày 14/3/2016 của Bộ trưởng Bộ Giáo dục và Đào tạo ban hành Quy định về tiêu chuẩn đánh giá chất lượng chương trình đào tạo các trình độ của giáo dục đại học;

Quyết định số 1111/QĐ-HVBC TT-ĐT ngày 12/03/2022 của Giám đốc Học viện Báo chí và Tuyên truyền ban hành Quy định đào tạo đại học hệ chính quy theo hệ thống tín chỉ của Học viện Báo chí và Tuyên truyền;

Công văn số 1669/QLCL-KĐCLGD ngày 31/12/2019 Về việc thay thế tài liệu đánh giá chất lượng CTĐT các trình độ của GDDH của Bộ Giáo dục và Đào tạo;

Thông tư số 05/2020/TT-BGDĐT ngày 18 tháng 3 năm 2020 của Bộ trưởng Bộ Giáo dục và Đào tạo ban hành Chương trình giáo dục quốc phòng và an ninh trong trường trung cấp sư phạm, cao đẳng sư phạm và cơ sở giáo dục đại học;

Thông tư 08/2021/TT-BGDĐT ngày 18/3/2021 của Bộ trưởng Bộ Giáo dục và Đào tạo ban hành Quy chế đào tạo trình độ đại học;

Thông tư số 17/2021/TT-BGDĐT ngày 22/6/2021 của Bộ trưởng Bộ Giáo dục và Đào tạo Quy định về chuẩn chương trình đào tạo; xây dựng, thẩm định và ban hành chương trình đào tạo các trình độ của giáo dục đại học;

Thông tư số 02/2022/TT-BGDĐT ngày 18/01/2022 của Bộ trưởng Bộ Giáo dục và Đào tạo Quy định điều kiện, trình tự, thủ tục mở ngành đào tạo, đình chỉ hoạt động của ngành đào tạo trình độ đại học, thạc sĩ, tiến sĩ;

Thông tư số 09/2022/TT-BGDĐT ngày 6/6/2022 của Bộ trưởng Bộ Giáo dục và Đào tạo ban hành Quy định Danh mục thống kê ngành đào tạo của giáo dục đại học.

4. Chuẩn đầu ra của chương trình đào tạo (Program Learning Outcomes - PLOs)

STT	Nội dung
-----	----------

4.1. Kiến thức

4.1.1. Kiến thức chung

PLO1	Hiểu các kiến thức cơ bản về chủ nghĩa Mác - Lênin, tư tưởng Hồ Chí Minh, quan điểm, đường lối của ĐCS Việt Nam.
------	--

PLO2	Hiểu và vận dụng các kiến thức về các lĩnh vực khoa học xã hội nhân văn có liên quan đến ngành học như chính trị, kinh tế, văn hóa, xã hội, pháp luật, ngôn ngữ, tâm lý, văn học và tin học cơ bản.
------	---

4.1.2. Kiến thức ngành

- PLO3 Vận dụng kiến thức cơ bản về truyền thông marketing và QHCC bao gồm: lý luận, mô hình, phương tiện, ngôn ngữ, đối tượng, loại hình, luật pháp và đạo đức nhằm phát hiện, phân tích và giải quyết những vấn đề lý luận và thực tiễn trong truyền thông marketing, QHCC.
- PLO4 Vận dụng các kiến thức lý luận và thực tiễn về truyền thông marketing trong lĩnh vực chính trị, văn hoá, kinh tế, xã hội, môi trường, giáo dục và các lĩnh vực khác.
- PLO5 Vận dụng kiến thức cơ bản về một số ngành học liên quan bao gồm: báo chí, quan hệ công chúng vào hoạt động nghiên cứu và thực hành truyền thông marketing, QHCC.

4.1.3. Kiến thức chuyên ngành

- PLO6 Vận dụng các kiến thức về lập kế hoạch, quy trình và các hoạt động, công cụ, chiến lược vào nghiên cứu, phát triển, vận hành và đánh giá các chiến dịch, dự án truyền thông marketing, QHCC.
- PLO7 Vận dụng kiến thức truyền thông marketing, QHCC chuyên sâu vào quản lý vấn đề, quản lý danh tiếng, quản lý mối quan hệ với các nhóm công chúng của tổ chức và đánh giá thực trạng, dự báo xu hướng, đề xuất giải pháp kiến nghị trong lĩnh vực truyền thông.

4.2. Kỹ năng

4.2.1. Kỹ năng chung

- PLO8 Kỹ năng phân tích, phản biện, giải quyết vấn đề và tư duy sáng tạo.
- PLO9 Kỹ năng phát ngôn, giao tiếp, đàm phán và thuyết trình các ý tưởng.
- PLO10 Kỹ năng sử dụng ngoại ngữ bậc 4/6 theo yêu cầu trong thông tư số 01/2014/TT-BGDĐT về Khung năng lực ngoại ngữ 6 bậc sử dụng cho Việt Nam.
- PLO11 Kỹ năng sử dụng công nghệ thông tin và truyền thông ở trình độ cơ bản theo thông tư số 03/2014/TT-BTTTT theo mô tả trong chuẩn kỹ năng sử dụng công nghệ thông tin.

4.2.2. Kỹ năng chuyên ngành

- PLO12 Kỹ năng lập kế hoạch truyền thông marketing: nghiên cứu, phân tích và giải quyết vấn đề; tổ chức thực hiện, đánh giá hiệu quả các chiến dịch, các dự án truyền thông marketing, QHCC.
- PLO13 Kỹ năng thiết kế, sáng tạo và sản xuất các sản phẩm trong lĩnh vực truyền thông marketing, QHCC.

PLO14 Kỹ năng quản lý mối quan hệ với các nhóm công chúng, quản lý các hoạt động, chiến dịch, dự án truyền thông marketing, QHCC.

4.3. Năng lực tự chủ và trách nhiệm

PLO15 Năng lực làm việc độc lập và làm việc nhóm trong điều kiện làm việc thay đổi, chịu trách nhiệm cá nhân và trách nhiệm với nhóm, có khả năng thích nghi với các môi trường làm việc khác nhau.

PLO16 Có thái độ tích cực, tinh thần trách nhiệm trong công việc, có đạo đức nghề nghiệp, năng lực tự chủ, có năng lực tự học tập, nghiên cứu, tích lũy kiến thức và kinh nghiệm để nâng cao trình độ chuyên môn nghiệp vụ.

PLO17 Năng lực lãnh đạo, điều phối, quản lý các nguồn lực, dẫn dắt khởi nghiệp các dự án, mô hình, doanh nghiệp hoặc tổ chức trong lĩnh vực truyền thông marketing, QHCC.

5. Thời gian đào tạo: 4 năm.

Tuỳ theo năng lực và điều kiện cụ thể mà sinh viên có thể sắp xếp để rút ngắn tối đa 2 học kỳ chính hoặc kéo dài tối đa 4 học kỳ chính so với thời gian đào tạo quy định trên. Các đối tượng được hưởng chính sách ưu tiên theo quy định tại Quy chế tuyển sinh đại học, cao đẳng hệ chính quy hiện hành không bị hạn chế về thời gian tối đa để hoàn thành chương trình.

6. Khối lượng kiến thức toàn khoá: 130 tín chỉ (chưa bao gồm Giáo dục thể chất và Giáo dục quốc phòng)

7. Đối tượng, tiêu chí tuyển sinh

Mọi công dân Việt Nam không phân biệt dân tộc, tôn giáo, giới tính, nguồn gốc gia đình, hoàn cảnh kinh tế đều có thể dự thi vào ngành quảng cáo nếu có đủ các điều kiện sau:

- Có kết quả xếp loại học lực từng năm học trong 3 năm THPT đạt 6,0 trở lên;
- Hạnh kiểm 3 năm THPT xếp loại Khá trở lên.
- Có đủ sức khỏe để học tập và lao động theo các quy định hiện hành của Nhà nước;
- Đạt điểm xét tuyển theo quy định của Học viện Báo chí và Tuyên truyền.
- Đối tượng là người nước ngoài được tuyển sinh theo quy định hiện hành của Bộ Giáo dục và Đào tạo.

8. Quy trình đào tạo, điều kiện tốt nghiệp

Quy trình đào tạo thực hiện theo học chế tín chỉ theo Quy định đào tạo đại học chính quy theo hệ thống tín chỉ, được ban hành

kèm theo Quyết định số 3777/QĐ-HVBCTT-ĐT ngày 18/10/2017 của Giám đốc Học viện Báo chí và Tuyên truyền.

Điều kiện xét tốt nghiệp và công nhận tốt nghiệp được thực hiện theo Điều 27 Quy định nêu trên.

9. Cách thức đánh giá

9.1. Hình thức, phương pháp kiểm tra đánh giá

Căn cứ quy định đào tạo theo học chế tín chỉ, việc đánh giá đảm bảo tính giá trị, tin tưởng và công bằng. Hình thức đánh giá sinh viên bao gồm: đánh giá môn học và đánh giá cuối khóa. Bên cạnh đó, đánh giá theo hình thức trực tuyến (thi và nộp bài thi trực tuyến) cũng có thể được áp dụng trong những trường hợp đánh giá theo hình thức trực tiếp (thi và nộp bài thi tại phòng) không thực hiện được.

Các phương pháp đánh giá bao gồm: trắc nghiệm khách quan đa lựa chọn, bài kiểm tra ngắn, bài luận, bài thi thực hành, thực tế, thực tập, bài trình bày, thuyết trình ý tưởng.

9.2. Hệ thống tính điểm

Điểm đánh giá bộ phận và điểm thi kết thúc học phần được chấm theo thang điểm 10 (từ 0 đến 10), làm tròn đến một chữ số thập phân. Điểm học phần được làm tròn đến một chữ số thập phân, được chuyển thành thang điểm 4 và điểm chữ theo quy định tại điều 23; điểm trung bình chung học kỳ và điểm trung bình chung tích lũy được tính theo công thức và cách thức quy định tại Điều 24 Quy định đào tạo đại học chính quy theo hệ thống tín chỉ, được ban hành kèm theo Quyết định số 3777/QĐ-HVBCTT-ĐT ngày 18/10/2017 của Giám đốc Học viện Báo chí và Tuyên truyền.

10. Nội dung chương trình

10.1. Cấu trúc chương trình

Tổng số tín chỉ phải tích lũy: 130 tín chỉ (chưa bao gồm 12 tín chỉ Giáo dục thể chất và Giáo dục quốc phòng) trong đó:

Khối kiến thức giáo dục đại cương	44
- Khoa học Mác - Lênin và Tư tưởng Hồ Chí Minh	11
- Khoa học xã hội và nhân văn	15
<i>Bắt buộc</i>	9

<i>Tự chọn</i>	6
- Tin học	3
- Ngoại ngữ	15/30
Khối kiến thức giáo dục chuyên nghiệp	86
- Kiến thức cơ sở ngành	18
<i>Bắt buộc</i>	12
<i>Tự chọn</i>	6
- Kiến thức ngành	26
<i>Bắt buộc</i>	17
Kiến tập	3
<i>Tự chọn</i>	6/12
- Kiến thức bổ trợ	12
<i>Bắt buộc</i>	9
<i>Tự chọn</i>	3/9
- Kiến thức chuyên ngành	30
<i>Bắt buộc</i>	17
Thực tập nghề nghiệp	4
Khóa luận/các học phần thay thế khóa luận tốt nghiệp	6
<i>Tự chọn</i>	3/9

10.2. Nội dung chương trình chi tiết

TT	Mã học phần	Học phần	Nội dung cần đạt được của từng học phần	Khối lượng kiến thức (LT/TH)	Ghi chú
1	Kiến thức giáo dục đại cương (44 tín chỉ)				
	1.1. Khoa học Mác - Lênin, Tư tưởng Hồ Chí Minh			11	
1	TM01012	Triết học Mác – Lênin	Cung cấp những kiến thức cơ bản, tổng hợp, có hệ thống những vấn đề về của triết học Mác – Lênin (chủ nghĩa duy vật biện chứng và chủ nghĩa duy vật lịch sử); từ đó, người học có cơ sở và phương pháp nghiên cứu, học tập hợp lý, vận dụng vào quá trình đánh giá các hiện tượng đời sống.	3 (2,5:0,5)	
2	KT01011	Kinh tế chính trị Mác – Lênin	Nội dung học phần gồm kiến thức về các phạm trù kinh tế cơ bản: hàng hóa, tiền tệ, giá trị, giá cả, cạnh tranh, cung cầu, giá trị thặng dư, tư bản, tích lũy, tuần hoàn, chu chuyển của tư bản, tư bản thương nghiệp, tư bản cho vay, tư bản nông nghiệp, địa tô tư bản, chủ nghĩa tư bản độc quyền, sở hữu, thành phần kinh tế, công nghiệp hóa, hiện đại hóa, sản xuất hàng hóa, kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa, ...	2 (1,5:0,5)	
3	CN01002	Chủ nghĩa xã hội khoa học	Trang bị những kiến thức cơ bản và hệ thống về các nguyên lý của CNXHKKH: quy luật ra đời và phát triển của hình thái kinh tế - xã hội Cộng sản chủ nghĩa; sứ mệnh lịch sử của giai cấp công nhân; các vấn đề chính trị - xã hội có tính quy luật trong tiến trình xây dựng xã hội xã hội chủ nghĩa.	2 (1,5:0,5)	
4	LS01001	Đường lối cách mạng của Đảng Cộng sản Việt Nam	Nội dung học phần gồm: đối tượng, mục đích, nhiệm vụ, phương pháp nghiên cứu, học tập môn học; sự ra đời của Đảng CSVN (1920-1930), sự lãnh đạo của	2 (1,5:0,5)	

			Đảng đối với cuộc đấu tranh giành chính quyền (1930-1945), đối với các cuộc kháng chiến chống thực dân Pháp và đế quốc Mỹ xâm lược (1945-1975) và đối với công cuộc xây dựng, bảo vệ Tổ quốc thời kỳ cả nước quá độ lên CNXH (1975-2018); và những bài học về sự lãnh đạo của Đảng đối với cách mạng Việt Nam (1930-2018).		
5	TH01001	Tư tưởng Hồ Chí Minh	Học phân cung cấp kiến thức cơ bản về Khái niệm, đối tượng, phương pháp nghiên cứu và ý nghĩa học tập môn học; về nguồn gốc, quá trình hình thành và phát triển tư tưởng Hồ Chí Minh; về vấn đề dân tộc và cách mạng giải phóng dân tộc; về CNXH và thời kỳ quá độ lên CNXH ở Việt Nam; về Đảng Cộng sản Việt Nam; về nhà nước của dân, do dân, vì dân; về đại đoàn kết dân tộc và đoàn kết quốc tế; về nhân văn, đạo đức và văn hóa.	2 (1,5:0,5)	
1.2. Khoa học xã hội và nhân văn				15	
Bắt buộc				9	
6	NP01001	Pháp luật đại cương	Bao gồm những vấn đề lý luận cơ bản về nhà nước nói chung và Nhà nước CHXHCN Việt Nam nói riêng; Những kiến thức cơ bản về pháp luật và hệ thống pháp luật XHCN; Những kiến thức cơ bản về phòng, chống tham nhũng và pháp luật về phòng chống tham nhũng ở Việt Nam.	3 (2,0:1,0)	
7	CT01001	Chính trị học	Trang bị những vấn đề lý luận chung nhất của lĩnh vực chính trị, từ việc làm rõ khái niệm chính trị, chính trị học, đối tượng, phương pháp nghiên cứu chính trị học, khái lược lịch sử tư tưởng chính trị đến việc làm rõ các phạm trù: quyền lực chính trị, chủ thể quyền lực chính	2 (1,5:0,5)	

			trị, cơ chế thực thi quyền lực chính trị, quan hệ chính trị với kinh tế, văn hoá chính trị và đặc biệt làm rõ xu hướng chính trị của thế giới và định		
8	QQ56011	Viết luận Tiếng Anh (Academic Writing)	Nội dung học phần nhằm trang bị kỹ năng viết luận Tiếng Anh, phương pháp tư duy và diễn giải trong ngôn ngữ viết Tiếng Anh; các kỹ năng xử lý ngôn từ, kỹ năng sáng tạo ngôn từ trong mối quan hệ với đối tượng tiếp nhận.	2(1,5:0,5)	
9	TG01004	Phương pháp nghiên cứu khoa học xã hội và nhân văn	Nội dung học phần gồm: nhập môn phương pháp nghiên cứu khoa học; vấn đề nghiên cứu, xây dựng và kiểm chứng giả thuyết nghiên cứu; đề tài nghiên cứu khoa học: căn cứ lựa chọn đề tài khoa học; xây dựng cơ sở lý thuyết cho một đề tài khoa học; xây dựng đề cương nghiên cứu một đề tài khoa học. Phương pháp luận nghiên cứu khoa học; phương pháp và phân loại phương pháp nghiên cứu; một số phương pháp nghiên cứu khoa học xã hội và nhân văn.	2 (1,5:0,5)	
Tự chọn (chọn 3 trong 7 học phần)				6	
10	TT51002	Lịch sử văn minh thế giới	Môn học gồm những nội dung cơ bản về vị trí chiến lược của địa lý các khu vực và châu lục trên thế giới: các đặc điểm địa - chính trị; sự vận động - địa chính trị các châu lục, khu vực trên thế giới qua từ chiến tranh thế giới lần hai nhất đến nay; Địa - chính trị Việt Nam; địa - chính trị của biển và địa - chính trị biển Đông.	2(1,5:0,5)	
11	TT51002	Cơ sở văn hoá Việt Nam	Cung cấp những kiến thức nền tảng, chung nhất về văn hóa Việt Nam trên các mặt: những vấn đề lý luận cơ bản về văn hóa; diễn trình lịch sử văn hóa Việt Nam; vấn đề giao lưu tiếp biến trong văn hóa Việt Nam; mối quan hệ giữa văn hóa với môi trường...	2(1,5:0,5)	

12	NN51015	Bồi dưỡng kỹ năng tiếng Anh	Trang bị cho sinh viên những hiểu biết cơ bản và khái quát về vấn đề ngôn ngữ học đại cương và trong báo chí – truyền thông; các kỹ năng xử lý ngôn ngữ trong mối quan hệ với đối tượng tiếp nhận.	2(1,5:0,5)	
13	QT51001	Quan hệ quốc tế đại cương	Trang bị các nội dung cơ bản và hệ thống về quan hệ quốc tế như khái niệm, đặc trưng của quan hệ quốc tế; chủ thể và các mối quan hệ giữa các chủ thể trong quan hệ quốc tế, đặc biệt nhấn mạnh đến quốc gia độc lập có chủ quyền và tổ chức quốc tế; các quy luật trong quan hệ quốc tế; xung đột và hợp tác trong quan hệ quốc tế; các vấn đề toàn cầu; đường lối, chính sách đối ngoại của Đảng và Nhà nước Việt Nam trong giai đoạn hiện nay.	2(1,5:0,5)	
1.3. Tin học				3	
14	ĐC01005	Tin học ứng dụng	Trang bị các kiến thức cơ bản về CNTT; sử dụng máy tính và mạng; sử dụng các phần mềm xử lý văn bản (Microsoft Word,...), xử lý bảng tính (Microsoft Excel,...), thiết kế trình chiếu (Microsoft PowerPoint,...) và yêu cầu sinh viên làm bài tập ứng dụng.	3 (2,0:1,0)	
1.4. Ngoại ngữ (chọn học tiếng Anh hoặc tiếng Trung)				15/30	
15	NN01015	Tiếng Anh học phần 1	Môn học cung cấp cho sinh viên những kiến thức cơ bản về: Các thời thể ngữ pháp tiếng Anh dành cho sinh viên trình độ tiền trung cấp (Pre-intermediate); từ vựng được sử dụng trong các tình huống hàng ngày; các kỹ năng ngôn ngữ đọc, nghe, nói, viết ở mức độ tiền trung cấp. Bước đầu sinh viên tập nghe giảng bằng tiếng Anh trong các bài học tiếng Anh.	4 (2,0:2,0)	
16	NN01016	Tiếng Anh học	Môn học cung cấp cho sinh viên những kiến thức cơ	4 (2,0:2,0)	

		phần 2	bản về: Các thời thể ngữ pháp tiếng Anh ở mức độ nâng cao hơn so với học phần Tiếng Anh 1. So sánh đối chiếu sự khác nhau giữa các hành động lời nói. Cung cấp từ vựng để nói về các chủ điểm quen thuộc như gia đình, sở thích, công việc.... Cách cấu tạo, kết hợp và sử dụng các loại từ vựng. Rèn luyện các kỹ năng ngôn ngữ đọc, nghe, nói, viết ở mức độ giữa tiền trung cấp và trung cấp.		
17	NN01017	Tiếng Anh học phần 3	Học phần này giúp sinh viên ôn tập và củng cố những kiến thức cơ bản về: các hiện tượng ngữ pháp ở mức phức tạp như so sánh, bị động, câu điều kiện...Cung cấp từ vựng ở hầu hết các chủ điểm quen thuộc trong cuộc sống hàng ngày. Rèn luyện các kỹ năng Nghe Nói Đọc Viết thông qua các dạng bài tập đa dạng: kỹ năng đọc hiểu, nghe hiểu, viết thư/viết đoạn văn, trao đổi về một số chủ đề quen thuộc.	4 (2,0:2,0)	
18	NN01023	Tiếng Anh học phần 4	Học phần ôn tập và củng cố những kiến thức cơ bản về các bình diện ngôn ngữ, kỹ năng thực hành tiếng. Từng bước trang bị một số lượng từ vựng liên quan đến các lĩnh vực học tập chuyên môn thuộc các ngành khoa học xã hội và nhân văn. Rèn luyện các kỹ năng ngôn ngữ đọc, nghe, nói, viết ở mức độ trung cấp (Intermediate). Học phần cũng cung cấp một số kiến thức và kỹ thuật làm bài thi tiếng Anh theo các dạng thức đề thi hiện đang được sử dụng tại Việt Nam.	3 (1,5:1,5)	
2	Kiến thức giáo dục chuyên nghiệp (86 tín chỉ)				
	2.1. Kiến thức cơ sở ngành (18 tín chỉ)				
	Bắt buộc			12	
19	BC02801	Lý thuyết truyền	Kiến thức chung về mô hình và lý thuyết truyền thông;	3 (1,5:1,5)	

		thông và quan hệ công chúng	truyền thông liên cá nhân, truyền thông đại chúng và mạng xã hội; truyền thông trong khủng hoảng; chu trình truyền thông, lập kế hoạch truyền thông; giám sát, đánh giá và duy trì hoạt động truyền thông. Những kỹ năng và nguyên lý truyền thông thông qua phân tích các chiến dịch, kế hoạch truyền thông trong thực tế và thực hành lập kế hoạch chương trình/ chiến dịch truyền thông nhằm thay đổi nhận thức, truyền thông vận động và truyền thông thay đổi hành vi.		
20	QQ02101	Nhập môn quan hệ công chúng và quảng cáo	Trang bị cho người học hệ thống lý thuyết cơ bản về quan hệ công chúng và quảng cáo và các mô hình truyền thông được sử dụng trong lĩnh vực này. Người học có thể phân biệt rõ được sự khác nhau giữa khái niệm, vai trò và chức năng của quan hệ công chúng và quảng cáo; làm rõ mối quan hệ của các ngành nghề này với các ngành nghề khác trong lĩnh vực truyền thông. Người học sẽ được trang bị các kỹ năng phân tích và đánh giá các sản phẩm hoặc các chiến dịch truyền thông; kỹ năng lập kế hoạch truyền thông trong hoạt động PR và quảng cáo.	3 (1,5:1,5)	
21	QQ02453	Nhập môn Marketing	Trang bị những kiến thức cơ bản về lý thuyết Marketing, những quy trình nghiên cứu trong marketing, lý thuyết về thương hiệu, chiến lược, 4P trong marketing và định vị thương hiệu. Trên cơ sở đó, người học có khả năng và kỹ năng vận dụng lý thuyết vào các tình huống thực tiễn kinh doanh trên thương trường, biết cách lập một chiến lược marketing căn bản.	3 (2,0:1,0)	
22	QQ02607	Truyền thông tiếp thị tích hợp (IMC)	Trang bị kiến thức cơ bản về mục tiêu, đối tượng, đưa ra thông điệp/ý tưởng sáng tạo và chọn kênh phù hợp trong một chiến dịch truyền thông tiếp thị tích hợp;	3 (1,5:1,5)	

			truyền thông tiếp thị tích hợp (những khái niệm, quy trình trong một chiến dịch IMC, các case studies...) bước đầu có thể vận dụng trong hoạt động Truyền thông marketing, Truyền thông marketing, Marketing phù hợp với sự phát triển của nền kinh tế xã hội và yêu cầu của nghề nghiệp. Trang bị kỹ năng phân tích, đánh giá trong việc ứng dụng và tích hợp các công cụ truyền thông và marketing.		
Tự chọn (Chọn 2 trong 6)				6	
23	QQ02456	Ngôn ngữ truyền thông	Trang bị những kiến thức về đặc điểm ngôn ngữ truyền thông đại chúng nhằm vận dụng đúng đặc trưng ngôn ngữ của từng loại hình, phương tiện truyền thông là báo in, báo ảnh, báo phát thanh, truyền hình, báo điện tử, ngôn ngữ quảng cáo. Trang bị kỹ năng xác định hành vi ngôn ngữ đúng đắn, sử dụng ngôn ngữ phù hợp với hoàn cảnh, thể loại báo chí và đối tượng truyền thông.	3 (2,0:1,0)	
24	QQ02504	Truyền thông mạng xã hội	Trang bị cho người học kiến thức cơ bản về truyền thông và các phương tiện truyền thông mới, đặc biệt là các phương tiện trên Internet – mạng xã hội. Bên cạnh đó, cập nhật những xu hướng sử dụng phương tiện truyền thông mới hiện nay, những nguyên tắc, kinh nghiệm và bài học để người học rèn luyện kỹ năng truyền thông mạng xã hội một cách hiệu quả.	3 (1,5:1,5)	
25	QQ52002	Luật và đạo đức báo chí truyền thông	Trang bị những kiến thức căn bản về luật pháp, báo chí, luật pháp liên quan đến hoạt động truyền thông; các văn bản quy phạm pháp luật. Quan niệm về đạo đức nghề nghiệp báo chí truyền thông; cơ sở quy định đạo đức nghề nghiệp, các quy ước, tiêu chí đánh giá về đạo đức nghề nghiệp,...	3 (2,0:1,0)	

26	QQ52005	Truyền thông trong lãnh đạo, quản lý	Trang bị cho sinh viên những kiến thức, kỹ năng cơ bản về truyền thông trong lãnh đạo quản lý. Môn học giúp sinh viên có được khái niệm về công cụ báo chí và dư luận xã hội; hiểu được vị trí, vai trò và đồng thời có kỹ năng cơ bản để thực thi các hoạt động truyền thông trong công tác quản lý, lãnh đạo.	3 (2,0:1,0)	
27	QQ02609	Truyền thông quốc tế	Trang bị các nội dung cơ bản và hệ thống về quan hệ quốc tế như khái niệm, đặc trưng của quan hệ quốc tế; chủ thể và các mối quan hệ giữa các chủ thể trong quan hệ quốc tế, đặc biệt nhấn mạnh đến quốc gia độc lập có chủ quyền và tổ chức quốc tế;...	3 (2,0:1,0)	
2.2. Kiến thức ngành				26	
Bắt buộc				20	
28	QQ03482	Xây dựng và quản trị thương hiệu	Trang bị những kiến thức cơ bản về nghiên cứu quá trình xây dựng và quản trị thương hiệu bao gồm: tạo dựng hình ảnh thương hiệu, phân tích thị trường; phân tích tình trạng của thương hiệu; định vị thương hiệu; kiểm nghiệm phương án mới; lập kế hoạch và đánh giá sự thực hiện. Môn học cũng giới thiệu các kiểu loại chiến lược thương hiệu điển hình và các hình thức tổ chức bộ phận quản lý thương hiệu. Hiểu được những công việc cụ thể của người làm marketing, xây dựng thương hiệu và vận dụng những kỹ năng để quản trị thương hiệu đó một cách hiệu quả.	3 (1,5:1,5)	
29	QQ03505	Thiết kế trình bày các sản phẩm truyền thông	Trang bị kiến thức về hệ thống lý thuyết và kỹ năng thiết kế, trình bày các sản phẩm in và mạng điện tử. Từ đó, người học được rèn luyện khả năng sắp xếp, thiết	3 (0,5:2,5)	

			kế, trình bày để vận dụng vào việc tổ chức xuất bản các sản phẩm truyền thông, phục vụ cho quá trình Truyền thông marketing.		
30	QQ03506	Nghiên cứu và đánh giá trong truyền thông	Trang bị những kiến thức, kỹ năng chuyên môn cốt lõi về quy trình, các phương pháp và công cụ hỗ trợ nghiên cứu quảng cáo, marketing. Quy trình thực hiện dự án nghiên cứu bao gồm: phát hiện vấn đề và xác định mục tiêu nghiên cứu; lập kế hoạch nghiên cứu, thu thập thông tin, phân tích xử lý dữ liệu, báo cáo và trình bày kết quả nghiên cứu. Các phương pháp nghiên cứu bao gồm thu thập dữ liệu sơ cấp và thứ cấp, nghiên cứu định tính, định lượng, phân tích nội dung, lập sơ đồ nhận thức, phương pháp Q, các phương pháp phân tích giải thích dữ liệu. Học phần cũng đề cập đến các khả năng ứng dụng nghiên cứu quảng cáo, marketing trong thực tiễn.	3 (1,5:1,5)	
Tự chọn				6/18	
31	QQ02605	Quan hệ báo chí	Trang bị kiến thức đặc thù về hoạt động báo chí tại Việt Nam hiện nay. Môn học cũng đề cập đến mối quan hệ giữa PR và báo chí; cũng các nguyên tắc cần thiết trong quan hệ báo chí. Trang bị kiến thức tổng quan về hoạt động báo chí tại Việt Nam hiện nay và mối quan hệ qua lại giữa báo chí và PR. Trên cơ sở kiến thức nền tảng, người học được trang bị những kỹ năng cơ bản về hoạt động quan hệ với báo chí của một người làm PR, truyền thông tại Việt Nam.	3 (1,5:1,5)	
32	QQ02618	Chiến dịch truyền thông	Trang bị những kiến thức về quy trình nghiên cứu, lập kế hoạch, cũng như phân tích đánh giá một chiến lược Truyền thông marketing, Truyền thông marketing. Từ	3 (1,0:2,0)	

			việc xây dựng triển khai các dự án sáng tạo, cho đến đẩy mạnh chiến dịch truyền thông trên mạng xã hội, người học dần dần sẽ tiếp thu được kỹ năng từ nghiên cứu cho đến lên ý tưởng sáng tạo và sẽ hiểu được tầm quan trọng của việc lên kế hoạch cho Truyền thông marketing và Truyền thông marketing.		
2.3	Kiến thức chuyên ngành			30	
	Bắt buộc			17	
33	QQ03476	Chiến lược Marketing	Trang bị những kiến thức cơ bản về Chiến lược marketing: hoạch định chiến lược marketing trong các tổ chức. Môn học giúp người học hiểu được những công việc cụ thể của người làm marketing và vận dụng những kỹ năng để quản lý các công việc đó một cách hiệu quả. Môn học giúp sinh viên có được khung cơ bản về quá trình quản trị hoạt động marketing và có khả năng vận dụng kiến thức đó để có kỹ năng xây dựng được một Bản Kế hoạch Chiến lược Marketing cho một tổ chức.	3 (1,5:1,5)	
34	QQ53010	Sáng tạo nội dung	Trang bị những kiến thức, kỹ năng, phong cách và nguyên tắc sản xuất nội dung các sản phẩm truyền thông. Môn học sẽ cung cấp những kiến thức về tầm quan trọng của sáng tạo nội dung trong truyền thông. Sinh viên sẽ được ứng dụng những kiến thức về nguyên tắc, mô hình, trình bày và quá trình lao động sáng tạo để sản xuất nội dung trên các nền tảng.	3 (1,5:1,5)	
35	QQ53009	Sản xuất sản phẩm truyền thông	Trang bị kiến thức chung về nguyên tắc và phong cách sản xuất các sản phẩm truyền thông. Môn học sẽ trang bị những kiến thức về tầm quan trọng của truyền thông hình ảnh, nghệ thuật âm thanh và màu sắc trong truyền	3 (1,5:1,5)	

			thông. Sinh viên sẽ được ứng dụng những kiến thức về thiết kế và sản xuất vào thực tế thực hành nghề nghiệp.		
36	QQ56008	Hành vi khách hàng	Trang bị những kiến thức cơ bản về hành vi khách hàng, quy trình ra quyết định mua, tâm lý học ảnh hưởng đến quyết định mua và lựa chọn thương hiệu/sản phẩm, các yếu tố ảnh hưởng đến hành vi, khả năng nghiên cứu hành vi khách hàng để phục vụ cho việc ra các quyết định marketing. Người học có khả năng và kỹ năng vận dụng lý thuyết vào các tình huống thực tiễn kinh doanh trên thương trường.	3 (1,5:1,5)	
37	QQ03466	Tổ chức sự kiện	Trang bị những kiến thức cơ bản nhất về sự kiện và tổ chức sự kiện, về nghề tổ chức sự kiện, nắm vững các nguyên tắc tổ chức sự kiện chuyên nghiệp để truyền đạt có hiệu quả thông điệp của tổ chức, doanh nghiệp đến công chúng. Đồng thời, người học cũng được biết về quy trình quản lý rủi ro trong sự kiện và được học các kỹ năng phân tích, đánh giá, kỹ năng xử lý tình huống,...	3 (1,0:2,0)	
38	QQ053001	Các chuyên đề truyền thông	Trang bị những kiến thức về 10 nội dung chính gồm: tính sáng tạo trong quảng cáo, phát triển ý tưởng quảng cáo, marketing nội dung (content marketing), yếu tố hình ảnh và âm nhạc trong quảng cáo truyền hình, thẩm mỹ thiết kế trong Truyền thông marketing in ấn, quảng cáo trên mạng xã hội, quảng cáo trên nền tảng di động, quảng cáo sắp đặt (product placement), quảng cáo lan truyền (viral advertising), tối đa hóa công cụ tìm kiếm (SEO) và các dạng Truyền thông marketing từ khóa.	3 (1,5:1,5)	

39	QQ53004	Kỹ năng xã hội 2 – Tranh biện	Trang bị những kiến thức cơ bản về tranh biện, quy trình tranh biện, tâm lý học ảnh hưởng đến quá trình tranh biện. Người học có khả năng và kỹ năng vận dụng lý thuyết vào các tình huống thực tiễn tranh biện trên thương trường.		
Tự chọn					
40	QQ53014	Văn hoá doanh nghiệp	Trang bị kiến thức cơ bản về sự vận hành và các quy luật của kinh tế thị trường, khái quát cách tiếp cận về văn hóa, các loại hình đạo đức, nắm vững kiến thức chuyên ngành về đạo đức kinh doanh và văn hóa doanh nghiệp (VHDN). Trên cơ sở nghiên cứu quá trình hình thành, phát triển của lý luận về đạo đức kinh doanh và VHDN, sinh viên sẽ rèn luyện kỹ năng nghiên cứu đặc thù của việc xây dựng và phát triển VHDN tại Việt Nam, trong các cơ quan báo chí – truyền thông và kinh doanh truyền thông. Môn học cũng đề cập đến mối quan hệ giữa QHCC, QC và VHDN.	3 (1,5:1,5)	
41	QQ53013	Vận động hành lang trong quan hệ công chúng	Trang bị những kiến thức cơ bản nhất về vận động hành lang trong quan hệ công chúng, về nghề vận động hành lang ở một số quốc gia, nắm vững các nguyên tắc và pháp luật trong vận động hành lang. Đồng thời, học được về quy trình quản lý vận động hành lang.	3 (1,5:1,5)	
2.4. Kiến thức bổ trợ (nếu có)				12	
Bắt buộc				9	
42	QQ53003	Kĩ năng bán hàng	Trang bị những kiến thức cơ bản về bán hàng và mối quan hệ khách hàng. Môn học giúp người học hiểu được những công việc cụ thể của người phụ trách bán hàng	3 (1,5:1,5)	

			và xây dựng mối quan hệ với khách hàng và vận dụng những kỹ năng để quản lý các công việc đó một cách hiệu quả.		
43	QQ53008	Quản lý vấn đề và xử lý khủng hoảng	Trang bị cho sinh viên những kiến thức, kỹ năng cần thiết trong hoạt động quản lý vấn đề và quản lý khủng hoảng. Cụ thể, sinh viên được cung cấp các kiến thức về các vấn đề văn hóa, chính trị, xã hội đang ảnh hưởng tới tổ chức, các lý thuyết về quản lý vấn đề và khủng hoảng, các quy trình xử lý khủng hoảng và phục hồi sau khủng hoảng.	3 (1,5:1,5)	
44	QQ53005	Kỹ năng xã hội 3 – Lễ tân ngoại giao và Hồ sơ xin việc	Trang bị cho sinh viên những kiến thức, kỹ năng cần thiết trong hoạt động lễ tân ngoại giao, chuẩn bị cho ứng tuyển vào các công việc của thị trường lao động như chuẩn bị hồ sơ xin việc, phỏng vấn với nhà tuyển dụng.	3 (1,5:1,5)	
Tự chọn				3/9	
45	QQ56006	Gây quỹ	Trang bị cho sinh viên những kiến thức, kỹ năng cần thiết trong hoạt động gây quỹ. Cụ thể, sinh viên được cung cấp kiến thức về các vấn đề văn hoá, chính trị, xã hội đang ảnh hưởng tới tổ chức, các lý thuyết về quản lý các hoạt động gây quỹ. Quy trình xây dựng kế hoạch gây quỹ, thực thi và đánh giá.	3 (1,5:1,5)	
46	QQ56009	Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp – CSR	Trang bị kiến thức cơ bản về các vấn đề liên quan đến đạo đức kinh doanh, các vấn đề về việc thực hiện trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp. Từng chủ đề của môn học bao gồm mối quan hệ giữa doanh nghiệp và xã hội, tìm hiểu mối quan hệ giữa các nhóm công chúng cùng	3 (1,5:1,5)	

			những vấn đề phát sinh có liên quan, cơ sở lý thuyết về đạo đức doanh nghiệp, đạo đức kinh doanh trong quản lý và lãnh đạo, cơ sở lý thuyết về trách nhiệm xã hội, mối quan hệ giữa môi trường và doanh nghiệp, các vấn đề của toàn cầu hóa và trách nhiệm của doanh nghiệp. Trang bị kỹ năng thực hành tìm hiểu và nghiên cứu các nhóm công chúng, so sánh sự khác biệt giữa việc xây dựng trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp với các nhóm này.		
47	QQ56010	Truyền thông quảng bá ngôi sao	Trang bị cho sinh viên những kiến thức, kỹ năng cần thiết cho hoạt động truyền thông quảng bá ngôi sao. Cụ thể, sinh viên được cung cấp các kiến thức về các vấn đề văn hoá, chính trị, xã hội đang ảnh hưởng tới hoạt động truyền thông, quảng bá ngôi sao, các lý thuyết về quản lý hoạt động này.		
Kiến tập, thực tập, khoá luận tốt nghiệp					
48	QQ02802	Thực tế kinh tế - xã hội	Học phần nhằm giúp sinh viên thâm nhập, nắm bắt và nghiên cứu thực tế; vận dụng những kiến thức đã học để thực hành kỹ năng và hoạt động nghề nghiệp. Trang bị kỹ năng trải nghiệm công việc và học hỏi thêm những điều mới chưa được học trên lớp: trải nghiệm văn hóa làm việc, rèn luyện đạo đức nghề nghiệp, phát hiện điểm mạnh điểm yếu của bản thân, xây dựng các mối quan hệ...	2 (0,5;1,5)	
49	QQ54015	Thực tập nghề nghiệp	Trang bị lý thuyết: củng cố tất cả những kiến thức lý thuyết đã học trong chương trình đào tạo ngành Truyền thông marketing-QHCC, có cơ hội áp dụng những lý	10 (0,5;9,5)	

			thuyết đã học trên lớp vào thực tế công việc. Rèn luyện thực hành: Sinh viên có cơ hội trải nghiệm công việc và học hỏi thêm những điều mới chưa được học trên lớp.		
50	QQ04025	SP tốt nghiệp/ Khóa luận tốt nghiệp/ Dự án tốt nghiệp	Hướng dẫn và định hướng cách nghiên cứu, đánh giá, phân tích và trình bày để có được kỹ năng hoàn thiện sản phẩm tốt nghiệp/ Khóa luận tốt nghiệp/Dự án tốt nghiệp tốt.	6 (0,5:5,5)	

11. Ma trận liên kết giữa các học phần với CĐR của CTĐT

STT	Mã học phần	Tên học phần	CHUẨN ĐẦU RA PLOs																
			Kiến thức							Kỹ năng						Năng lực tự chủ			
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
1	TM01012	Triết học Mác – Lênin	H	M						L	L						L	L	
2	KT01011	Kinh tế chính trị Mác – Lênin	H	M						L	L						L	L	
3	CN01002	Chủ nghĩa xã hội khoa học	H	M						L	L						L	L	
4	LS01002	Đường lối cách mạng	H	M						L	L						L	L	

		của Đảng Cộng sản Việt Nam																	
5	TH01001	Tư tưởng Hồ Chí Minh	H	M						L	L						L	L	
6	NP01001	Pháp luật đại cương	M	H						L	L						L	L	
7	CT01001	Chính trị học	M	H						L	L						L	L	
8	QQ56011	Viết luận Tiếng Anh (Academic Writing)	M	H						L	L						L	L	
9	TG01004	Phương pháp nghiên cứu khoa học xã hội và nhân văn	M	H						L	L						L	L	
10	TT51002	Lịch sử văn minh thế giới	M	H						L	L						L	L	
11	TT51002	Cơ sở văn hoá Việt Nam	M	H						L	L						L	L	
12	NN51015	Bồi dưỡng kỹ năng tiếng Anh	M	H						L	L						L	L	
13	QT51001	Quan hệ quốc tế đại cương	M	H						L	L						L	L	
14	ĐC01005	Tin học ứng dụng		H						L	L		M				L	L	

15	NN01015	Tiếng Anh học phần 1		L						L	L	M					L	L	
16	NN01016	Tiếng Anh học phần 2		L						L	L	M					L	L	
17	NN01017	Tiếng Anh học phần 3		M						L	L	M					L	L	
18	NN01023	Tiếng Anh học phần 4		H						L	L	M					L	L	
19	BC02801	Lý thuyết truyền thông và quan hệ công chúng		H	M		M			M							H	H	
20	QQ02101	Nhập môn quan hệ công chúng và quảng cáo		H	M		M			M							H	H	
21	QQ02453	Nhập môn Marketing		H	M		M			M							H	H	
22	QQ02607	Truyền thông tiếp thị tích hợp (IMC)		M	H	M	L			L	L		-	L			-	M	M
23	QQ02456	Ngôn ngữ truyền thông			H		M			L	L						L	M	
24	QQ02504	Truyền thông mạng xã hội			H		M	-	-	M	L						M	M	
25	QQ52002	Luật và đạo đức		M	L	M		-	-	L	L			-			L	M	L

		báo chí truyền thông																	
26	QQ52005	Truyền thông trong lãnh đạo, quản lý		M	L	M	-	-	-	L	L						L	M	L
27	QQ02609	Truyền thông quốc tế																	
28	QQ03482	Xây dựng và quản trị thương hiệu			M	M	M			H	H						M	M	M
29	QQ03505	Thiết kế trình bày các sản phẩm truyền thông			H	M	M			M	M	-					M	M	
30	QQ03506	Nghiên cứu và đánh giá trong truyền thông		H	M		H			M	M						M	H	
31	QQ02605	Quan hệ báo chí			H	M	M			M	M	-					M	H	
32	QQ02618	Chiến dịch truyền thông				M	M	M	M	M	L			-		M	L	M	
33	QQ03476	Chiến lược Marketing		M	H	H	H	M	M	H	L			M			M	M	
34	QQ53010	Sáng tạo nội dung		H	-	M				M	L	-					M	H	M
35	QQ53009	Sản xuất sản phẩm truyền thông			M	M	M	M	M	M	M	M		M	M	M	H	H	M

36	QQ56008	Hành vi khách hàng			M	M	M	H		M	M			M		-	M	H	
37	QQ03466	Tổ chức sự kiện		M		M	H	M	M	M				-	H		M	M	
38	QQ053001	Các chuyên đề truyền thông		M	M	H			M				-		M		H	H	
39	QQ53004	Kỹ năng xã hội 2 – Tranh biện			H		M	H		H	H		-		H		M	M	M
40	QQ53014	Văn hoá doanh nghiệp		M	M	H	M	M	M	M	M					M	M	H	
41	QQ53013	Vận động hành lang trong quan hệ công chúng		L	M	M			M	M	H			-		M	M	M	
42	QQ53003	Kĩ năng bán hàng			M		M	M	-	L	L			L			L	M	
43	QQ53008	Quản lý vấn đề và xử lý khủng hoảng		M			H		M	M	M						M	M	
44	QQ53005	Kỹ năng xã hội 3 – Lễ tân ngoại giao và Hồ sơ xin việc		M	M	H	M		H	H	H			H		H	H	H	M
45	QQ56006	Gây quỹ			H	H	H		M	M	M		-	-		M	L	M	
46	QQ56009	Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp – CSR			M	M	M	H	H	M	M						M	M	M

47	QQ56010	Truyền thông quảng bá ngôi sao		M	H		M			H	M				M	-	M	M	
48	QQ02802	Thực tế kinh tế - xã hội		-	M	M	H			H			H		H		H	M	
49	QQ54015	Thực tập nghề nghiệp			H	H	M	M	H	H	H	H		H	H	M	H	H	H
50	QQ04025	SP tốt nghiệp/ Khóa luận tốt nghiệp/ Dự án tốt nghiệp	M	M	H	H	H	H	H	H		M	M				H	H	H

Mức độ đóng góp của khối kiến thức với CĐR chương trình

H – mức độ đóng góp cao (Trong đó các CĐR của học phần gần trùng với CĐR của chương trình)

M – mức độ đóng góp trung bình (Học phần góp phần phát triển một vài khía cạnh của CĐR chương trình thông qua các hoạt động thực hành)

L – mức độ đóng góp thấp (Học phần giới thiệu các kiến thức nền tảng nhưng người học chưa được thực hành các kỹ năng)

12. Hướng dẫn thực hiện:

12.1. Kế hoạch đào tạo dự kiến:

TT	Học phần	Số TC	Phân bổ theo học kỳ							
			HK 1	HK 2	HK 3	HK 4	HK 5	HK 6	HK 7	HK8
1.	TM01012	3		x						
2.	KT01011	2		x						
3.	CN01002	2	x							
4.	LS01002	2				x				
5.	TH01001	2	x							
6.	NP01001	3					x			
7.	CT01001	2	x							
8.	QQ56011	2							x	
9.	TG01004	2	x							
10.	TT51002	2			x					
11.	TT51002	2				x				
12.	NN51015	2			x					
13.	QT51001	2						x		
14.	ĐC01005	2					x			
15.	NN01015	2				x				
16.	NN01016	2	x							
17.	NN01017	2			x					

18.	NN01023	2				x				
19.	BC02801	3		x						
20.	QQ02101	4	x							
21.	QQ02453	4		x						
22.	QQ02607	4				x				
23.	QQ02456	3						x		
24.	QQ02504	4	x							
25.	QQ52002	4		x						
26.	QQ52005	4				x				
27.	QQ02609	3						x		
28.	QQ03482	3	x							
29.	QQ03505	3		x						
30.	QQ03506	3			x					
31.	QQ02605	3			x					
32.	QQ02618	3				x				
33.	QQ03476	3				x				
34.	QQ53010	3				x				
35.	QQ53009	3				x				
36.	QQ56008	3				x				

37.	QQ03466	3				x				
38.	QQ053001	3				x				
39.	QQ53004	3				x				
40.	QQ53014	3				x				
41.	QQ53013	3				x				
42.	QQ53003	3				x				
43.	QQ53008	2				x				
44.	QQ53005	3					x			
45.	QQ56006	3					x			
46.	QQ56009	3					x			
47.	QQ56010	3					x			
48.	QQ02802	3						x		
49.	QQ54015	3								x
50.	QQ04025	3								x

12.2. Các điều kiện đảm bảo thực hiện chương trình:

- Về cơ sở vật chất, phòng học, trang thiết bị đào tạo

Học viện Báo chí và Tuyên truyền có trụ sở tại số 36, đường Xuân Thủy, quận Cầu Giấy, Thành phố Hà Nội với tổng diện tích đất 80.464m² và diện tích sử dụng là 57.310 m².

Để phục vụ việc giảng dạy và nghiên cứu, Học viện có một hệ thống giảng đường với 1 hội trường lớn (800 chỗ); 1 giảng đường trên 200 chỗ; 8 phòng học từ 100 - 200 chỗ, 56 phòng học cho 50 - 100 học viên và 29 phòng học dưới 50 chỗ. Hầu hết các giảng đường và phòng học của Học viện đều được lắp đặt máy chiếu Projector để giảng viên sử dụng vào quá trình giảng dạy. Tất cả các giảng đường và phòng học đều được lắp đặt hệ thống âm thanh. Hơn 100 phòng học đã được trang bị điều hòa. Học viện có 3 phòng học ngoại ngữ, 5 phòng giảng dạy và thực hành máy vi tính. Trung tâm Thông tin Tư liệu - Thư viện với các phòng: phòng đọc sách, phòng đọc tạp chí, phòng mượn, phòng ngoại văn, sẵn sàng đáp ứng các nhu cầu đa dạng của cán bộ công nhân viên chức và sinh viên trong trường. Ngoài ra, Học viện có phòng dựng phim, phòng máy photocopy, máy in siêu tốc, máy Fax.

Học viện có trang Web được đưa lên mạng Internet và sử dụng các phần mềm tin học ứng dụng trong quản lý, khai thác các dữ liệu, tư liệu, tài liệu đào tạo. Khoa QHCC và QC có hệ thống mạng internet wifi và các thiết bị hiện đại phục vụ công tác giảng dạy và học tập. Đặc biệt, Khoa còn xây dựng riêng một tủ sách chuyên ngành PR, quảng cáo, truyền thông - marketing gồm cả tiếng Việt và tiếng Anh, tổ chức phục vụ sinh viên ngay tại văn phòng khoa.

- Về đội ngũ giảng viên

Đội ngũ giảng viên giảng dạy ngành Truyền thông - Marketing của Học viện Báo chí và Tuyên truyền có: 01 Nghiên cứu sinh, 06 Thạc sĩ cùng một số lượng đông đảo các tiến sĩ, giáo sư, phó giáo sư, chuyên gia ngành Báo chí, truyền thông đảm nhận chức danh giảng viên kiêm nhiệm tại khoa.

Giảng viên giảng dạy chương trình đào tạo cử nhân ngành Quảng cáo – Marketing được tuyển chọn từ đội ngũ những giảng viên có năng lực và nhiệt huyết với nghề, có kiến thức nền tảng vững chắc, trình độ ngoại ngữ khá và thành thạo trong công nghệ phục vụ ngành học. Được đào tạo cơ bản từ các trường có uy tín trong và ngoài nước như Học viện Báo chí và Tuyên truyền, Trường đại học Sư phạm ngoại ngữ Đại học - Đại học Quốc gia Hà Nội, Đại học Ngoại thương, Đại học Tổng Hợp Công nghệ Sydney (UTS, Úc), Đại học Queensland (Úc), Đại học Nottingham Trent (Anh Quốc), Đại học Murray State (Mỹ). Tham gia giảng dạy chương trình có nhiều giảng viên, chuyên gia ở các trường đại học ở khu vực phía Bắc, nhiều chuyên gia trong lĩnh vực quan hệ công chúng, truyền thông, marketing và giảng viên mời đến từ một số tổ chức, trường đại học đối tác ở nước ngoài của Học viện.

- Về Thư viện

Hiện nay, Trung tâm Thông tin Khoa học trực thuộc Học viện Báo chí và Tuyên truyền là cơ sở thông tin quan trọng, hỗ trợ giáo dục đào tạo và nghiên cứu khoa học trong toàn Học viện. Tổng diện tích sử dụng của Trung tâm là 3419m² trong đó có 2 phòng đọc diện tích 100m², số lượng chỗ ngồi là 200 người, phòng bổ sung kỹ thuật, phòng hội thảo khoa học, phòng Internet với trên 20 máy tính phục vụ tra cứu, 4 kho để sách cùng các trang thiết bị phục vụ tương đối hiện đại. Trung tâm Thông tin Khoa học thường xuyên cập nhật các tài liệu mới, tổ chức biên tập, in ấn và phát hành giáo trình, tài liệu học tập phục vụ công tác nghiên cứu khoa học và đào tạo, bồi dưỡng cán bộ công chức và sinh viên của Học viện. Đặc biệt, hệ thống thư viện đáp ứng nhu cầu đa dạng của người đọc với các phòng: phòng đọc sách, phòng đọc báo, tạp chí, phòng mượn tổng hợp, phòng ngoại văn... Hoạt động nghiệp vụ của thư viện được tin học hoá giúp cho việc mượn, trả và quản lý, khai thác có hiệu quả các tài liệu của thư viện. Các sách liên quan đến lĩnh vực chính trị, xã hội, ngoại giao nói chung và công tác tư tưởng nói riêng rất phong phú, là nguồn tư liệu quý giá để tra cứu tài liệu cho hoạt động đào tạo và học tập.

Nhà trường cũng có Thư viện điện tử hiện đại trang bị hệ thống sách, giáo trình tài liệu tham khảo phong phú đa dạng với 3608 tài liệu, có thể đọc toàn văn tài liệu số theo địa chỉ: thuvien.ajc.edu.vn:8080/dspace.

12.3. Kế hoạch điều chỉnh chương trình:

Chương trình được đánh giá định kỳ 2 năm/lần, được đổi mới, hoàn thiện theo định kỳ 4 năm/lần hoặc khi có sự thay đổi về chức năng, nhiệm vụ và nhu cầu xã hội đối với ngành nghề đào tạo, những yêu cầu mới về phẩm chất, năng lực lao động của cơ quan sử dụng nguồn lực đào tạo.

- Việc điều chỉnh chương trình đào tạo được thực hiện theo các bước:

(1) Tổ chức thu thập thông tin, minh chứng liên quan đến sự cần thiết phải cập nhật chương trình đào tạo (những thay đổi trong quy định của nhà nước, của Học viện Báo chí và Tuyên truyền về chương trình đào tạo; những tiến bộ mới trong lĩnh vực khoa học thuộc ngành, chuyên ngành truyền thông; các vấn đề kinh tế xã hội, kết quả nghiên cứu liên quan đến chương trình đào tạo; phản hồi của các bên liên quan; những thay đổi học phần, môn học hoặc nội dung chuyên môn...).

(2) Dự thảo những nội dung cần sửa đổi, cập nhật chương trình đào tạo và tổ chức lấy ý kiến của giảng viên trong Khoa về các nội dung điều chỉnh.

(3) Trình Hội đồng khoa học Khoa xem xét thông qua các nội dung điều chỉnh.

(4) Khoa nộp cho Học viện bản đề xuất các nội dung điều chỉnh chương trình đào tạo, các tài liệu và biên bản theo quy định.

- Việc điều chỉnh chương trình đào tạo phải tuân thủ theo nguyên tắc:

(1) Thời lượng của chương trình đào tạo gồm 130 tín chỉ. Chương trình phải đảm bảo tính khoa học và hội nhập; cấu trúc, khối lượng kiến thức cần thiết của chương trình đảm bảo mục tiêu đào tạo và chuẩn đầu ra.

(2) Các học phần mới bổ sung vào chương trình đào tạo hoặc các học phần thuộc chương trình đào tạo có nội dung được điều chỉnh phải có đề cương chi tiết học phần theo mẫu quy định, được Bộ môn thông qua.

(3) Việc đưa môn học mới, bổ sung và điều chỉnh nội dung học phần phải được Hội đồng Khoa học của Khoa thông qua.

13. Mô tả các học phần (Đính kèm đcct)

STT	Mã học phần	Tên học phần	Mô tả học phần (Tóm tắt)	Ghi chú
1	TM01012	Triết học Mác-Lênin	Cung cấp những kiến thức cơ bản, tổng hợp, có hệ thống những vấn đề về của triết học Mác – Lênin (chủ nghĩa duy vật biện chứng và chủ nghĩa duy vật lịch sử); từ đó, người học có cơ sở và phương pháp nghiên cứu, học tập hợp lý, vận dụng vào quá trình đánh giá các hiện tượng đời sống.	
2	KT01011	Kinh tế chính trị Mác - Lênin	Nội dung học phần gồm kiến thức về các phạm trù kinh tế cơ bản: hàng hóa, tiền tệ, giá trị, giá cả, cạnh tranh, cung cầu, giá trị thặng dư, tư bản, tích lũy, tuần hoàn, chu chuyển của	

			tư bản, tư bản thương nghiệp, tư bản cho vay, tư bản nông nghiệp, địa tô tư bản, chủ nghĩa tư bản độc quyền, sở hữu, thành phần kinh tế, công nghiệp hóa, hiện đại hóa, sản xuất hàng hóa, kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa, ...	
3	CN01002	Chủ nghĩa xã hội khoa học	Trang bị những kiến thức cơ bản và hệ thống về các nguyên lý của CNXHKKH: quy luật ra đời và phát triển của hình thái kinh tế - xã hội Cộng sản chủ nghĩa; sứ mệnh lịch sử của giai cấp công nhân; các vấn đề chính trị - xã hội có tính quy luật trong tiến trình xây dựng xã hội xã hội chủ nghĩa.	
4	LS01001	Đường lối cách mạng của Đảng Cộng sản Việt Nam	Nội dung học phần gồm: đối tượng, mục đích, nhiệm vụ, phương pháp nghiên cứu, học tập môn học; sự ra đời của Đảng CSVN (1920-1930), sự lãnh đạo của Đảng đối với cuộc đấu tranh giành chính quyền (1930-1945), đối với các cuộc kháng chiến chống thực dân Pháp và đế quốc Mỹ xâm lược (1945-1975) và đối với công cuộc xây dựng, bảo vệ Tổ quốc thời kỳ cả nước quá độ lên CNXH (1975-2018); và những bài học về sự lãnh đạo của Đảng đối với cách mạng Việt Nam (1930-2018).	
5	TH01001	Tư tưởng Hồ Chí Minh	Học phần cung cấp kiến thức cơ bản về Khái niệm, đối tượng, phương pháp nghiên cứu và ý nghĩa học tập môn học;	

			về nguồn gốc, quá trình hình thành và phát triển tư tưởng Hồ Chí Minh; về vấn đề dân tộc và cách mạng giải phóng dân tộc; về CNXH và thời kỳ quá độ lên CNXH ở Việt Nam; về Đảng Cộng sản Việt Nam; về nhà nước của dân, do dân, vì dân; về đại đoàn kết dân tộc và đoàn kết quốc tế; về nhân văn, đạo đức và văn hóa.	
6	NP01001	Pháp luật đại cương	Bao gồm những vấn đề lý luận cơ bản về nhà nước nói chung và Nhà nước CHXHCN Việt Nam nói riêng; Những kiến thức cơ bản về pháp luật và hệ thống pháp luật XHCN; Những kiến thức cơ bản về phòng, chống tham nhũng và pháp luật về phòng chống tham nhũng ở Việt Nam.	
7	CT01001	Chính trị học	Học phần trang bị những vấn đề lý luận chung nhất của lĩnh vực chính trị, từ việc làm rõ khái niệm chính trị, chính trị học, đối tượng, phương pháp nghiên cứu chính trị học, khái lược lịch sử tư tưởng chính trị đến việc làm rõ các phạm trù: quyền lực chính trị, chủ thể quyền lực chính trị, cơ chế thực thi quyền lực chính trị, quan hệ chính trị với kinh tế, văn hoá chính trị và đặc biệt làm rõ xu hướng chính trị của thế giới và định	
8	QQ56011	Viết luận Tiếng Anh	Nội dung học phần nhằm trang bị kỹ năng viết luận Tiếng	

		(Academic Writing)	Anh, phương pháp tư duy và diễn giải trong ngôn ngữ viết Tiếng Anh; các kỹ năng xử lý ngôn từ, kỹ năng sáng tạo ngôn từ trong mối quan hệ với đối tượng tiếp nhận.	
9	TG01004	Phương pháp nghiên cứu khoa học xã hội và nhân văn	Học phần trang bị các kiến thức cơ bản về phương pháp nghiên cứu khoa học; vấn đề nghiên cứu, xây dựng và kiểm chứng giả thuyết nghiên cứu; đề tài nghiên cứu khoa học: Căn cứ lựa chọn đề tài khoa học; xây dựng cơ sở lý thuyết cho một đề tài khoa học; xây dựng đề cương nghiên cứu một đề tài khoa học. Phương pháp luận nghiên cứu khoa học; phương pháp và phân loại phương pháp nghiên cứu; một số phương pháp nghiên cứu khoa học xã hội và nhân văn.	
10	TT51002	Lịch sử văn minh thế giới	Môn học gồm những nội dung cơ bản về vị trí chiến lược của địa lý các khu vực và châu lục trên thế giới: các đặc điểm địa - chính trị; sự vận động - địa chính trị các châu lục, khu vực trên thế giới qua từ chiến tranh thế giới lần hai nhất đến nay; Địa - chính trị Việt Nam; địa - chính trị của biển và địa - chính trị biển Đông.	
11	TT51002	Cơ sở văn hóa Việt Nam	Học phần trang bị những nhất về văn hóa Việt Nam trên các mặt: những vấn đề lý luận cơ bản về văn hóa; diễn trình lịch sử văn hóa Việt Nam; vấn đề giao lưu tiếp biến trong văn hóa	

			Việt Nam; mối quan hệ giữa văn hóa với môi trường...	
12	NN51015	Bồi dưỡng kỹ năng tiếng Anh	Trang bị cho sinh viên những hiểu biết cơ bản và khái quát về vấn đề ngôn ngữ học đại cương và trong báo chí – truyền thông; các kỹ năng xử lý ngôn ngữ trong mối quan hệ với đối tượng tiếp nhận.	
13	QT51001	Quan hệ quốc tế đại cương	Trang bị các nội dung cơ bản và hệ thống về quan hệ quốc tế như khái niệm, đặc trưng của quan hệ quốc tế; chủ thể và các mối quan hệ giữa các chủ thể trong quan hệ quốc tế, đặc biệt nhấn mạnh đến quốc gia độc lập có chủ quyền và tổ chức quốc tế; các quy luật trong quan hệ quốc tế; xung đột và hợp tác trong quan hệ quốc tế; các vấn đề toàn cầu; đường lối, chính sách đối ngoại của Đảng và Nhà nước Việt Nam trong giai đoạn hiện nay.	
14	ĐC01005	Tin học ứng dụng	Trang bị các kiến thức cơ bản về CNTT; sử dụng máy tính và mạng; sử dụng các phần mềm xử lý văn bản (Microsoft Word,...), xử lý bảng tính (Microsoft Excel,...), thiết kế trình chiếu (Microsoft PowerPoint,...) và yêu cầu sinh viên làm bài tập ứng dụng.	
15	NN01015	Tiếng Anh học phần 1	Học phần trang bị cho sinh viên những kiến thức cơ bản về:	

			Các thời thể ngữ pháp tiếng Anh dành cho sinh viên trình độ tiền trung cấp (Pre-intermediate); từ vựng được sử dụng trong các tình huống hàng ngày; các kỹ năng ngôn ngữ đọc, nghe, nói, viết ở mức độ tiền trung cấp. Bước đầu sinh viên tập nghe giảng bằng tiếng Anh trong các bài học tiếng Anh.	
16	NN01016	Tiếng Anh học phần 2	Học phần trang bị cho sinh viên những kiến thức cơ bản về: Các thời thể ngữ pháp tiếng Anh ở mức độ nâng cao hơn so với học phần Tiếng Anh 1. So sánh đối chiếu sự khác nhau giữa các hành động lời nói. Cung cấp từ vựng để nói về các chủ điểm quen thuộc như gia đình, sở thích, công việc.... Cách cấu tạo, kết hợp và sử dụng các loại từ vựng. Rèn luyện các kỹ năng ngôn ngữ đọc, nghe, nói, viết ở mức độ giữa tiền trung cấp và trung cấp.	
17	NN01017	Tiếng Anh học phần 3	Học phần trang bị cho sinh viên những kiến thức cơ bản về: các hiện tượng ngữ pháp ở mức phức tạp như so sánh, bị động, câu điều kiện...Cung cấp từ vựng ở hầu hết các chủ điểm quen thuộc trong cuộc sống hàng ngày. Rèn luyện các kỹ năng Nghe Nói Đọc Viết thông qua các dạng bài tập đa dạng: kỹ năng đọc hiểu, nghe hiểu, viết thư/viết đoạn văn, trao đổi về một số chủ đề quen thuộc.	

18	NN01023	Tiếng Anh học phần 4	Học phần trang bị cho sinh viên những kiến thức cơ bản về các bình diện ngôn ngữ, kỹ năng thực hành tiếng. Từng bước trang bị một số lượng từ vựng liên quan đến các lĩnh vực học tập chuyên môn thuộc các ngành khoa học xã hội và nhân văn. Rèn luyện các kỹ năng ngôn ngữ đọc, nghe, nói, viết ở mức độ trung cấp (Intermediate). Học phần cũng cung cấp một số kiến thức và kỹ thuật làm bài thi tiếng Anh theo các dạng thức đề thi hiện đang được sử dụng tại Việt Nam.	
19	BC02801	Lý thuyết truyền thông và quan hệ công chúng	Học phần trang bị cho sinh viên kiến thức chung về mô hình và lý thuyết truyền thông; truyền thông liên cá nhân, truyền thông đại chúng và mạng xã hội; truyền thông trong khủng hoảng; chu trình truyền thông, lập kế hoạch truyền thông; giám sát, đánh giá và duy trì hoạt động truyền thông. Những kỹ năng và nguyên lý truyền thông thông qua phân tích các chiến dịch, kế hoạch truyền thông trong thực tế và thực hành lập kế hoạch chương trình/ chiến dịch truyền thông nhằm thay đổi nhận thức, truyền thông vận động và truyền thông thay đổi hành vi.	
20	QQ02101	Nhập môn quan hệ công chúng và quảng cáo	Trang bị cho người học hệ thống lý thuyết cơ bản về quan hệ công chúng và quảng cáo và các mô hình truyền thông được	

			sử dụng trong lĩnh vực này. Người học có thể phân biệt rõ được sự khác nhau giữa khái niệm, vai trò và chức năng của quan hệ công chúng và quảng cáo; làm rõ mối quan hệ của các ngành nghề này với các ngành nghề khác trong lĩnh vực truyền thông. Người học sẽ được trang bị các kỹ năng phân tích và đánh giá các sản phẩm hoặc các chiến dịch truyền thông; kỹ năng lập kế hoạch truyền thông trong hoạt động PR và quảng cáo.	
21	QQ02453	Nhập môn Marketing	Trang bị những kiến thức cơ bản về lý thuyết Marketing, những quy trình nghiên cứu trong marketing, lý thuyết về thương hiệu, chiến lược, 4P trong marketing và định vị thương hiệu. Trên cơ sở đó, người học có khả năng và kỹ năng vận dụng lý thuyết vào các tình huống thực tiễn kinh doanh trên thương trường, biết cách lập một chiến lược marketing căn bản.	
22	QQ02607	Truyền thông tiếp thị tích hợp (IMC)	Trang bị kiến thức cơ bản về mục tiêu, đối tượng, đưa ra thông điệp/ý tưởng sáng tạo và chọn kênh phù hợp trong một chiến dịch truyền thông tiếp thị tích hợp; truyền thông tiếp thị tích hợp (những khái niệm, quy trình trong một chiến dịch IMC, các case studies...) bước đầu có thể vận dụng trong	

			hoạt động Truyền thông marketing, Truyền thông marketing, Marketing phù hợp với sự phát triển của nền kinh tế xã hội và yêu cầu của nghề nghiệp. Trang bị kỹ năng phân tích, đánh giá trong việc ứng dụng và tích hợp các công cụ truyền thông và marketing.	
23	QQ42026	Ngôn ngữ truyền thông	Sau khi học xong môn học này sinh viên nắm được kiến thức cơ bản ngôn ngữ truyền thông hiện đại; có thể sử dụng ngôn ngữ truyền thông hiện đại sáng tạo sản phẩm truyền thông; xác lập cách thức sử dụng ngôn ngữ truyền thông phù hợp với nhu cầu của công chúng hiện đại; có ý thức sử dụng hiệu quả, tích cực và sáng tạo ngôn ngữ truyền thông trong các tác phẩm truyền thông; có ý thức bảo vệ và giữ gìn sự trong sáng của tiếng Việt	
24	QQ02504	Truyền thông mạng xã hội	Trang bị cho người học kiến thức cơ bản về truyền thông và các phương tiện truyền thông mới, đặc biệt là các phương tiện trên Internet – mạng xã hội. Bên cạnh đó, cập nhật những xu hướng sử dụng phương tiện truyền thông mới hiện nay, những nguyên tắc, kinh nghiệm và bài học để người học rèn luyện kỹ năng truyền thông mạng xã hội một cách hiệu quả.	

25	QQ52002	Luật và đạo đức báo chí truyền thông	Trang bị những kiến thức căn bản về luật pháp, báo chí, luật pháp liên quan đến hoạt động truyền thông; các văn bản quy phạm pháp luật. Quan niệm về đạo đức nghề nghiệp báo chí truyền thông; cơ sở quy định đạo đức nghề nghiệp, các quy ước, tiêu chí đánh giá về đạo đức nghề nghiệp,...	
26	QQ52005	Truyền thông trong lãnh đạo, quản lý	Trang bị cho sinh viên những kiến thức, kỹ năng cơ bản về truyền thông trong lãnh đạo quản lý. Môn học giúp sinh viên có được khái niệm về công cụ báo chí và dư luận xã hội; hiểu được vị trí, vai trò và đồng thời có kỹ năng cơ bản để thực thi các hoạt động truyền thông trong công tác quản lý, lãnh đạo.	
27	QQ02609	Truyền thông quốc tế	Trang bị các nội dung cơ bản và hệ thống về quan hệ quốc tế như khái niệm, đặc trưng của quan hệ quốc tế; chủ thể và các mối quan hệ giữa các chủ thể trong quan hệ quốc tế, đặc biệt nhấn mạnh đến quốc gia độc lập có chủ quyền và tổ chức quốc tế;...	
28	QQ03482	Xây dựng và quản trị thương hiệu	Học phần cung cấp cho người học những kiến thức cơ bản về nghiên cứu quá trình xây dựng và quản trị thương hiệu bao gồm: tạo dựng hình ảnh thương hiệu, phân tích thị trường; phân tích tình trạng của thương hiệu; định vị thương hiệu;	

			kiểm nghiệm phương án mới; lập kế hoạch và đánh giá sự thực hiện. Môn học cũng giới thiệu các kiểu loại chiến lược thương hiệu điển hình và các hình thức tổ chức bộ phận quản lý thương hiệu. Môn học giúp người học hiểu được những công việc cụ thể của người làm marketing, xây dựng thương hiệu và vận dụng những kỹ năng để quản trị thương hiệu đó một cách hiệu quả	
29	QQ03505	Thiết kế trình bày các sản phẩm truyền thông	Trang bị kiến thức về hệ thống lý thuyết và kỹ năng thiết kế, trình bày các sản phẩm in và mạng điện tử. Từ đó, người học được rèn luyện khả năng sắp xếp, thiết kế, trình bày để vận dụng vào việc tổ chức xuất bản các sản phẩm truyền thông, phục vụ cho quá trình Truyền thông marketing.	
30	QQ03506	Nghiên cứu và đánh giá trong truyền thông	Trang bị những kiến thức, kỹ năng chuyên môn cốt lõi về quy trình, các phương pháp và công cụ hỗ trợ nghiên cứu quảng cáo, marketing. Quy trình thực hiện dự án nghiên cứu bao gồm: phát hiện vấn đề và xác định mục tiêu nghiên cứu; lập kế hoạch nghiên cứu, thu thập thông tin, phân tích xử lý dữ liệu, báo cáo và trình bày kết quả nghiên cứu. Các phương pháp nghiên cứu bao gồm thu thập dữ liệu sơ cấp và thứ cấp,	

			nghiên cứu định tính, định lượng, phân tích nội dung, lập sơ đồ nhận thức, phương pháp Q, các phương pháp phân tích giải thích dữ liệu. Học phần cũng đề cập đến các khả năng ứng dụng nghiên cứu quảng cáo, marketing trong thực tiễn.	
31	QQ02605	Quan hệ báo chí	Trang bị kiến thức đặc thù về hoạt động báo chí tại Việt Nam hiện nay. Môn học cũng đề cập đến mối quan hệ giữa PR và báo chí; cũng các nguyên tắc cần thiết trong quan hệ báo chí. Trang bị kiến thức tổng quan về hoạt động báo chí tại Việt Nam hiện nay và mối quan hệ qua lại giữa báo chí và PR. Trên cơ sở kiến thức nền tảng, người học được trang bị những kỹ năng cơ bản về hoạt động quan hệ với báo chí của một người làm PR, truyền thông tại Việt Nam.	
32	QQ02618	Chiến dịch truyền thông	Trang bị những kiến thức về quy trình nghiên cứu, lập kế hoạch, cũng như phân tích đánh giá một chiến lược Truyền thông marketing, Truyền thông marketing. Từ việc xây dựng triển khai các dự án sáng tạo, cho đến đẩy mạnh chiến dịch truyền thông trên mạng xã hội, người học dần dần sẽ tiếp thu được kỹ năng từ nghiên cứu cho đến lên ý tưởng sáng tạo và sẽ hiểu được tầm quan trọng của việc lên kế hoạch cho	

			Truyền thông marketing và Truyền thông marketing.	
33	QQ03476	Chiến lược Marketing	Trang bị những kiến thức cơ bản về Chiến lược marketing: hoạch định chiến lược marketing trong các tổ chức. Môn học giúp người học hiểu được những công việc cụ thể của người làm marketing và vận dụng những kỹ năng để quản lý các công việc đó một cách hiệu quả. Môn học giúp sinh viên có được khung cơ bản về quá trình quản trị hoạt động marketing và có khả năng vận dụng kiến thức đó để có kỹ năng xây dựng được một Bản Kế hoạch Chiến lược Marketing cho một tổ chức.	
34	QQ53010	Sáng tạo nội dung	Trang bị những kiến thức, kỹ năng, phong cách và nguyên tắc sản xuất nội dung các sản phẩm truyền thông. Môn học sẽ cung cấp những kiến thức về tầm quan trọng của sáng tạo nội dung trong truyền thông. Sinh viên sẽ được ứng dụng những kiến thức về nguyên tắc, mô hình, trình bày và quá trình lao động sáng tạo để sản xuất nội dung trên các nền tảng.	
35	QQ53009	Sản xuất sản phẩm truyền thông	Trang bị kiến thức chung về nguyên tắc và phong cách sản xuất các sản phẩm truyền thông. Môn học sẽ trang bị những kiến thức về tầm quan trọng của truyền thông hình ảnh, nghệ	

			thuật âm thanh và màu sắc trong truyền thông. Sinh viên sẽ được ứng dụng những kiến thức về thiết kế và sản xuất vào thực tế thực hành nghề nghiệp.	
36	QQ56008	Hành vi khách hàng	Học phần nhằm trang bị cho sinh viên các kiến thức cơ bản về hành vi khách hàng bao gồm: khái niệm, quy trình ra quyết định mua, tâm lý học ảnh hưởng đến quyết định mua và lựa chọn thương hiệu/sản phẩm, các yếu tố ảnh hưởng đến hành vi, khả năng nghiên cứu hành vi khách hàng để phục vụ cho việc ra các quyết định marketing... Học phần cũng hình thành cho sinh viên kỹ năng phân tích, phản biện và đánh giá các hành vi mua của khách hàng trong thực tế.	
37	QQ03466	Tổ chức sự kiện	Trang bị những kiến thức cơ bản nhất về sự kiện và tổ chức sự kiện, về nghề tổ chức sự kiện, nắm vững các nguyên tắc tổ chức sự kiện chuyên nghiệp để truyền đạt có hiệu quả thông điệp của tổ chức, doanh nghiệp đến công chúng. Đồng thời, người học cũng được biết về quy trình quản lý rủi ro trong sự kiện và được học các kỹ năng phân tích, đánh giá, kỹ năng xử lý tình huống,...	
38	QQ053001	Các chuyên đề truyền thông	Trang bị những kiến thức về 10 nội dung chính gồm: tính sáng tạo trong quảng cáo, phát triển ý tưởng quảng cáo,	

			marketing nội dung (content marketing), yếu tố hình ảnh và âm nhạc trong quảng cáo truyền hình, thẩm mỹ thiết kế trong Truyền thông marketing in ấn, quảng cáo trên mạng xã hội, quảng cáo trên nền tảng di động, quảng cáo sắp đặt (product placement), quảng cáo lan truyền (viral advertising), tối đa hóa công cụ tìm kiếm (SEO) và các dạng Truyền thông marketing từ khóa.	
39	QQ53004	Kỹ năng xã hội 2 – Tranh biện	Trang bị những kiến thức cơ bản về tranh biện, quy trình tranh biện, tâm lý học ảnh hưởng đến quá trình tranh biện. Người học có khả năng và kỹ năng vận dụng lý thuyết vào các tình huống thực tiễn tranh biện trên thương trường.	
40	QQ53014	Văn hoá doanh nghiệp	Trang bị kiến thức cơ bản về sự vận hành và các quy luật của kinh tế thị trường, khái quát cách tiếp cận về văn hóa, các loại hình đạo đức, nắm vững kiến thức chuyên ngành về đạo đức kinh doanh và văn hóa doanh nghiệp (VHDN). Trên cơ sở nghiên cứu quá trình hình thành, phát triển của lý luận về đạo đức kinh doanh và VHDN, sinh viên sẽ rèn luyện kỹ năng nghiên cứu đặc thù của việc xây dựng và phát triển VHDN tại Việt Nam, trong các cơ quan báo chí – truyền thông và kinh doanh truyền thông. Môn học cũng đề cập đến	

			mối quan hệ giữa QHCC, QC và VHDN.	
41	QQ53013	Vận động hành lang trong quan hệ công chúng	Trang bị những kiến thức cơ bản nhất về vận động hành lang trong quan hệ công chúng, về nghề vận động hành lang ở một số quốc gia, nắm vững các nguyên tắc và pháp luật trong vận động hành lang. Đồng thời, học được về quy trình quản lý vận động hành lang.	
42	QQ53003	Kỹ năng bán hàng	Trang bị những kiến thức cơ bản về bán hàng và mối quan hệ khách hàng. Môn học giúp người học hiểu được những công việc cụ thể của người phụ trách bán hàng và xây dựng mối quan hệ với khách hàng và vận dụng những kỹ năng để quản lý các công việc đó một cách hiệu quả.	
43	QQ53008	Quản lý vấn đề và xử lý khủng hoảng	Trang bị cho sinh viên những kiến thức, kỹ năng cần thiết trong hoạt động quản lý vấn đề và quản lý khủng hoảng. Cụ thể, sinh viên được cung cấp các kiến thức về các vấn đề văn hóa, chính trị, xã hội đang ảnh hưởng tới tổ chức, các lý thuyết về quản lý vấn đề và khủng hoảng, các quy trình xử lý khủng hoảng và phục hồi sau khủng hoảng.	
44	QQ53005	Kỹ năng xã hội 3 – Lễ tân ngoại giao và Hồ sơ xin	Trang bị cho sinh viên những kiến thức, kỹ năng cần thiết trong hoạt động lễ tân ngoại giao, chuẩn bị cho ứng tuyển vào	

		việc	các công việc của thị trường lao động như chuẩn bị hồ sơ xin việc, phỏng vấn với nhà tuyển dụng.	
40	QQ56006	Gây quỹ	Môn học này được thiết kế nhằm cung cấp cho sinh viên những kiến thức thực tế hiểu biết về các khái niệm, kỹ thuật cũng như các lý thuyết mới và tiên tiến về gây quỹ, đặc biệt là trong thời đại truyền thông xã hội. Trong suốt khóa học này, sinh viên sẽ có thể phát triển các kỹ năng quản lý và lãnh đạo, học cách phân tích và đánh giá quy trình và phương pháp gây quỹ.	
46	QQ56009	Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp - CSR	Học phần trang bị kiến thức cơ bản về các vấn đề liên quan đến đạo đức kinh doanh, các vấn đề về việc thực hiện trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp. Từng chủ đề của môn học bao gồm mối quan hệ giữa doanh nghiệp và xã hội, tìm hiểu mối quan hệ giữa các nhóm công chúng cùng những vấn đề phát sinh có liên quan, cơ sở lý thuyết về đạo đức doanh nghiệp, đạo đức kinh doanh trong quản lý và lãnh đạo, cơ sở lý thuyết về trách nhiệm xã hội, mối quan hệ giữa môi trường và doanh nghiệp, các vấn đề của toàn cầu hóa và trách nhiệm của doanh nghiệp. Trang bị kỹ năng thực hành tìm hiểu và	

			nghiên cứu các nhóm công chúng, so sánh sự khác biệt giữa việc xây dựng trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp với các nhóm này.	
47	QQ56010	Truyền thông quảng bá ngôi sao	Trang bị cho sinh viên những kiến thức, kỹ năng cần thiết cho hoạt động truyền thông quảng bá ngôi sao. Cụ thể, sinh viên được cung cấp các kiến thức về các vấn đề văn hoá, chính trị, xã hội đang ảnh hưởng tới hoạt động truyền thông, quảng bá ngôi sao, các lý thuyết về quản lý hoạt động này.	
48	QQ02802	Thực tế kinh tế - xã hội	Học phần nhằm giúp sinh viên thâm nhập, nắm bắt và nghiên cứu thực tế; vận dụng những kiến thức đã học để thực hành kỹ năng và hoạt động nghề nghiệp. Trang bị kỹ năng trải nghiệm công việc và học hỏi thêm những điều mới chưa được học trên lớp: trải nghiệm văn hóa làm việc, rèn luyện đạo đức nghề nghiệp, phát hiện điểm mạnh điểm yếu của bản thân, xây dựng các mối quan hệ...	
49	QQ54015	Thực tập nghề nghiệp	Trang bị lý thuyết: củng cố tất cả những kiến thức lý thuyết đã học trong chương trình đào tạo ngành Truyền thông marketing-QHCC, có cơ hội áp dụng những lý thuyết đã học trên lớp vào thực tế công việc.	

			Rèn luyện thực hành: Sinh viên có cơ hội trải nghiệm công việc và học hỏi thêm những điều mới chưa được học trên lớp.	
50	QQ04025	SP tốt nghiệp/ Khóa luận tốt nghiệp/ Dự án tốt nghiệp	Hướng dẫn và định hướng cách nghiên cứu, đánh giá, phân tích và trình bày để có được kỹ năng hoàn thiện sản phẩm tốt nghiệp/ Khóa luận tốt nghiệp/Dự án tốt nghiệp tốt.	

GIÁM ĐỐC



PGS, TS. Phạm Minh Sơn

TRƯỞNG BAN
QUẢN LÝ ĐÀO TẠO

TS. Trần Văn Thư

TRƯỞNG KHOA

TS. Nguyễn Thị Minh Hiền