

Số 3945-QĐ/HVBCTT-ĐT

Hà Nội, ngày 20 tháng 9 năm 2020

QUYẾT ĐỊNH

**Ban hành chương trình đào tạo trình độ đại học theo hệ thống tín chỉ
ngành Quan hệ công chúng, chuyên ngành Truyền thông marketing**

Căn cứ Quyết định số 6591-QĐ/HVCTQG ngày 01/11/2018 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;

Căn cứ Quyết định số 17/VBHN-BGDĐT ngày 15/5/2014 của Bộ trưởng Bộ Giáo dục và Đào tạo ban hành Quy chế đào tạo đại học và cao đẳng hệ chính quy theo hệ thống tín chỉ;

Căn cứ Thông tư số 07/2015/TT-BGDĐT ngày 16/4/2015 của Bộ trưởng Bộ Giáo dục và Đào tạo Quy định Về khối lượng kiến thức tối thiểu, yêu cầu về năng lực mà người học đạt được sau khi tốt nghiệp đối với mỗi trình độ đào tạo của giáo dục đại học và quy trình xây dựng, thẩm định, ban hành chương trình đào tạo trình độ đại học, thạc sĩ, tiến sĩ;

Căn cứ Quyết định số 2873-QĐ/HVBCTT-ĐT ngày 25 tháng 8 năm 2017 của Giám đốc Học viện Báo chí và Tuyên truyền về việc ban hành chương trình đào tạo trình độ đại học theo hệ thống tín chỉ ngành Quan hệ công chúng, chuyên ngành Truyền thông marketing;

Căn cứ biên bản họp Hội đồng thẩm định chương trình khung đào tạo đại học theo hệ thống tín chỉ ngành Quan hệ công chúng, chuyên ngành Truyền thông marketing;

Xét đề nghị của Trưởng ban Quản lý Đào tạo và Trưởng khoa Quan hệ công chúng - Quảng cáo,

GIÁM ĐỐC HỌC VIỆN QUYẾT ĐỊNH:

Điều 1. Ban hành Chương trình đào tạo trình độ đại học theo hệ thống tín chỉ ngành Quan hệ công chúng, chuyên ngành Truyền thông marketing.

Điều 2. Chương trình được thực hiện từ khóa tuyển sinh năm học 2020 - 2021.

Điều 3. Trưởng ban Quản lý Đào tạo, Trưởng khoa Quan hệ công chúng và Quảng cáo và các đơn vị có liên quan chịu trách nhiệm thi hành Quyết định này.

Nơi nhận:

- Bộ Giáo dục và Đào tạo,
- Học viện CTQG HCM,
- Ban Giám đốc Học viện,
- Như điều 3,
- Lưu VT, ĐT.

**KT. GIÁM ĐỐC
PHÓ GIÁM ĐỐC**



Phạm Minh Sơn

CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO

*(Ban hành kèm theo Quyết định số 3945/QĐ-HVBC TT-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**
Chứng nhận kiểm định chất lượng giáo dục:
Tên văn bằng : **Cử nhân Truyền thông Marketing**
Tên chương trình : **Quan hệ công chúng**
Trình độ đào tạo : **Đại học**
Ngành đào tạo : **Truyền thông Marketing**
Mã số : **7320108**

1. Mục tiêu

1.1. Mục tiêu chung

Đào tạo, bồi dưỡng cử nhân ngành truyền thông marketing hàng đầu có năng lực phát hiện, phân tích, giải quyết vấn đề trong lĩnh vực truyền thông và marketing; có kiến thức chuyên môn sâu, rộng; có kỹ năng nghiệp vụ, có tư duy sáng tạo, phản biện, có khả năng thích ứng với hoàn cảnh, làm việc trong môi trường công nghệ cao và hội nhập quốc tế; có bản lĩnh chính trị vững vàng, kiên định với chủ nghĩa Mác-Lênin và tư tưởng HCM, yêu nước, trung thành với mục tiêu và lý tưởng của Đảng; có năng lực tự chủ và khả năng học tập suốt đời.

1.2. Mục tiêu cụ thể

PO1. Kiến thức cơ bản, hệ thống về chủ nghĩa Mác-Lênin, tư tưởng Hồ Chí Minh, đường lối quan điểm của Đảng, chính sách, pháp luật của Nhà nước.

PO2. Kiến thức nền tảng về các lĩnh vực khoa học xã hội nhân văn có liên quan như chính trị, kinh tế, văn hóa, xã hội, pháp luật, ngôn ngữ, tâm lý, văn học và tin học cơ bản.

PO3. Kiến thức cơ bản về một số ngành học liên quan bao gồm: báo chí, quảng cáo, marketing.

PO4. Kiến thức thực tế vững chắc, kiến thức lý thuyết sâu, rộng về truyền thông marketing và QHCC.

PO5. Kỹ năng phân tích, phản biện, phê phán và tư duy sáng tạo.

PO6. Kỹ năng giao tiếp, thuyết trình, truyền đạt vấn đề và giải pháp tới người nghe trong môi trường công việc.

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 cần thiết để giải quyết các vấn đề trong lĩnh vực truyền thông marketing và QHCC.

PO9. Kỹ năng lập kế hoạch và tổ chức thực hiện, đánh giá hiệu quả các chiến dịch, các dự án, xây dựng và quảng bá thương hiệu, sử dụng công cụ, trang thiết bị, phần mềm trong sáng tạo, thiết kế và sản xuất các sản phẩm trong lĩnh vực truyền thông marketing và QHCC.

PO10. Kỹ năng dẫn dắt khởi nghiệp, phát triển các dự án, mô hình, doanh nghiệp hoặc tổ chức trong lĩnh vực truyền thông marketing và QHCC.

PO11. 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.

PO12. Khả năng lập kế hoạch, điều phối, quản lý các nguồn lực và giám sát các hoạt động trong công việc.

1.3. Vị trí công tác 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 quảng cáo, truyền thông chuyên nghiệp trong và ngoài nước.
- Cán bộ truyền thông, QHCC, marketing cho các tổ chức của Nhà nước, doanh nghiệp, các tổ chức phi chính phủ.
- Cán bộ nghiên cứu khoa học, truyền thông marketing và hoạt động thực tiễn.
- Cán bộ tham mưu, giúp việc cho lãnh đạo, quản lý công tác báo chí truyền thông.

1.4. Trình độ ngoại ngữ

Người học khi tốt nghiệp đạt trình độ ngoại ngữ B2 khung châu Âu (tương đương 600 điểm TOEIC hoặc 550 điểm TOEFL hoặc 5.5 điểm IELTS).

1.5. Trình độ Tin học

Người học sau khi tốt nghiệp có kiến thức tin học ứng dụng trình độ B, có khả năng ứng dụng công nghệ thông tin trong thực tiễn công tác.

2. Căn cứ xây dựng chương trình

2.1. Căn cứ thực tiễn

2.1.1. Các chương trình đào tạo tham khảo

Chương trình đào tạo trong nước:

- Chương trình cử nhân ngành Quan hệ công chúng của Khoa Quan hệ công chúng và Quảng cáo (Khoa QHCC-QC), Học viện Báo chí và Tuyên truyền, năm 2020.

- Chương trình đào tạo Cử nhân ngành Truyền thông quốc tế của Học viện Ngoại giao, năm 2020.

Chương trình đào tạo quốc tế:

- Chương trình cử nhân quốc tế Quảng cáo, QHCC và truyền thông của Đại học Middlesex Vương Quốc Anh tại Học viện Báo chí và Tuyên truyền, năm 2018.

2.1.2. Kết quả khảo sát nhu cầu xã hội

** Khảo sát nhu cầu xã hội*

Nhu cầu làm việc tại các công ty truyền thông chuyên nghiệp trong và ngoài nước, các tổ chức của Nhà nước, doanh nghiệp, công ty báo chí truyền thông, các tổ chức phi chính phủ tại Việt Nam.

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 2019 – 2020) khoa Quan hệ công chúng và Quảng cáo - Học viện Báo chí và Tuyên truyền.

Kết quả phỏng vấn lấy ý kiến giảng viên.

** Khảo sát chất lượng đào tạo*

Với đối tượng sinh viên trước tốt nghiệp năm 2017, 2018, 2019 (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).

2.2. Các căn cứ pháp lý

- Luật Giáo dục đại học số 08/2012/QH13 ngày 18/06/2012 của Quốc hội ban hành;

- Quyết định số 2956/QĐ-HVCTQG ngày 27/06/2014 của Giám đốc Học viện Chính trị quốc gia Hồ Chí Minh về chức năng, nhiệm vụ và cơ cấu tổ chức của Học viện Báo chí và Tuyên truyền;

- Quyết định số 17/VBHN-BGDĐT ngày 15/5/2014 của Bộ trưởng Bộ Giáo dục và Đào tạo ban hành Quy chế đào tạo đại học và cao đẳng hệ chính quy theo hệ thống tín chỉ;

- Thông tư số 07/2015/TT-BGDĐT ngày 16/4/2015 của Bộ trưởng Bộ Giáo dục và Đào tạo quy định về khối lượng kiến thức tối thiểu, yêu cầu về năng lực mà người học đạt được sau khi tốt nghiệp đối với mỗi trình độ đào tạo của giáo dục đại học và quy trình xây dựng, thẩm định, ban hành chương trình đào tạo trình độ đại học, thạc sĩ, tiến sĩ;

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

- Thông tư số 22/2017/TT-BGDĐT ngày 06/9/2017 của Bộ trưởng Bộ Giáo dục và Đào tạo quy định điều kiện, trình tự, thủ tục mở ngành đào tạo và đình chỉ tuyển sinh, thu hồi quyết định mở ngành đào tạo trình độ đại học;

- Thông tư số 24/2017/TT-BGDĐT ngày 10/10/2017 của Bộ trưởng Bộ Giáo dục và Đào tạo ban hành Danh mục giáo dục, đào tạo cấp IV trình độ đại học;

- Quyết định số 3777/QĐ-HVBC TT-ĐT ngày 18/10/2017 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 769/QLCL-KĐCLGD ngày 20/4/2018 Về việc sử dụng tài liệu hướng dẫn đánh giá theo tiêu chuẩn đánh giá chất lượng CTĐT các trình độ của GDĐH của Bộ Giáo dục và Đào tạo;

- 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.

3. Chuẩn đầu ra

STT Nội dung

Kiến thức

3.1. 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.

3.2. 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.

3.3. 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.

Kỹ năng

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.

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.

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.

4. 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.

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

6. 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.

7. 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.

8. Cách thức đánh giá

8.1. 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.

8.2. 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.

9. Nội dung chương trình

9.1. 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

9.2. 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	TM0101 2	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	2 (1,5:0,5)	

			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 CNXHKH: 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 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).	2 (1,5:0,5)	
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.	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	3 (2,0:1,0)	

			tham nhũng ở Việt Nam.		
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 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	2 (1,5:0,5)	
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	2(1,5:0,5)	

			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.	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 phần 2	Môn học cung cấp 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	4 (2,0:2,0)	

			định, 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 tiên 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 đề 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 thông và quan hệ công chúng	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.	3 (1,5:1,5)	

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; 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.	3 (1,5:1,5)	
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	3 (2,0:1,0)	

			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.		
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	Trang bị những kiến thức cơ bản về nghiên cứu quá trình xây dựng và quản trị thương hiệu bao gồm: tạo dựng hình	3 (1,5:1,5)	

		hiệu	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.		
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.	3 (0,5:2,5)	
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	3 (1,5:1,5)	

			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.	3 (1,0:2,0)	
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	3 (1,5:1,5)	

			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.	3 (1,5:1,5)	
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 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.	3 (1,5:1,5)	
43	QQ53008	Quản lý vấn đề và	Trang bị cho sinh viên những kiến thức, kỹ năng cần thiết trong hoạt động quản	3 (1,5:1,5)	

		xử lý khủng hoảng	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 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 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.	3 (1,5:1,5)	
47	QQ56010	Truyền thông quảng bá	Trang bị cho sinh viên những kiến thức, kỹ năng cần thiết cho hoạt động truyền		

		ngôi sao	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.		
Kiên 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 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.	10 (0,5:9,5)	
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)	

10. Ma trận chuẩn đầu ra chương trình đào tạo

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 của Đảng Cộng sản Việt Nam	H	M						L	L						L	L		
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	M	H						L	L						L	L		

		giới																
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 báo chí truyền thông		M	L	M		-	-	L	L			-			L	M	L
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		M	H	H	H	M	M	H	L			M			M	M	

		Marketing																	
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)

10. Hướng dẫn thực hiện:

10.1. Kế hoạch đào tạo dự kiến:

TT	Học phần	Số TC	Phân bổ theo học kỳ							
			HK 1	HK2	HK3	HK4	HK5	HK6	HK7	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

10.2. 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.

10.3. 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.

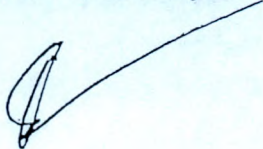
(3) Việc đưa môn học mới, bổ sung và điều chỉnh nội dung học phần phải được Hội đồng Khoa học của Khoa thông qua.

GIÁM ĐỐC



PGS, TS. Phạm Minh Sơn

**TRƯỞNG BAN
QUẢN LÝ ĐÀO TẠO**



TS. Trần Văn Thư

TRƯỞNG KHOA



TS. Nguyễn Thị Minh Hiền