

HỌC VIỆN BÁO CHÍ VÀ TUYÊN TRUYỀN
KHOA QUAN HỆ CÔNG CHÚNG VÀ QUẢNG CÁO

ĐỀ CƯƠNG CHI TIẾT HỌC PHẦN

1. Thông tin chung về học phần

Tên học phần bằng tiếng Việt: Quan hệ công chúng và Quảng cáo

Tên học phần bằng tiếng Anh: Public Relations and Advertising

Mã học phần: QQ02101

Loại môn học: Cơ sở ngành

Số tín chỉ: 03 tín chỉ (trong đó 1.5 tín chỉ lý thuyết, 1.25 tín chỉ thực hành, 0.25 tín chỉ tự học).

Số tiết học: 82.5 tiết (trong đó 22.5 tiết lý thuyết, 37.5 tiết thực hành, 22.5 tiết tự học).

Số tiết học cá nhân: 67.5 tiết (trải nghiệm thực tế, nghiên cứu, dự kiểm tra, đánh giá...)

Loại học phần: bắt buộc

Nơi tiến hành môn học: Học viện Báo chí và Tuyên truyền

Thời gian học: Học kỳ 6

Môn học tiên quyết: Không

Các yêu cầu khác đối với học phần: Không

Bộ môn/Khoa phụ trách: Khoa Quan hệ công chúng và Quảng cáo

Văn phòng khoa: Quan hệ công chúng và Quảng cáo

Người phụ trách: TS. Nguyễn Thị Minh Hiền

Điện thoại, email:

Các giảng viên tham gia giảng dạy:

1. TS. Nguyễn Thị Minh Hiền, số điện thoại: 0986770383,

Email: nguyentminhhien2016@gmail.com

2. ThS. Vũ Hạnh Ngân, số điện thoại: 0339001830,

Email: vungan1102@gmail.com

2. Mục tiêu của học phần

2.1. Mục tiêu chung:

Sau khi kết thúc học phần, người học sẽ hiểu được cơ sở lý luận, các mô hình truyền thông được sử dụng trong hai lĩnh vực này, phân biệt được các hoạt động quan hệ công chúng và các loại hình quảng cáo...; hình thành được kỹ năng phân tích và đánh giá một số hoạt động quan hệ công chúng, quảng cáo như: quan hệ với báo chí, chiến dịch quan hệ công chúng và quảng cáo,...; từ đó có thái độ đúng đắn, khách quan, khoa học khi tham gia nghiên cứu và thực hiện các hoạt động quan hệ công chúng và quảng cáo.

2.2. Mục tiêu cụ thể

- *Kiến thức*: Hiểu biết về hệ thống khái niệm, cơ sở lý thuyết của quan hệ công chúng và quảng cáo; phân biệt được quan hệ công chúng và quảng cáo với một số hoạt động truyền thông khác. Nắm được vai trò, chức năng, nhiệm vụ của quan hệ công chúng, quảng cáo; các hoạt động quan hệ công chúng và các loại hình quảng cáo cơ bản.

- *Kỹ năng*:

- + Phân tích, phản biện các sản phẩm, chiến dịch quan hệ công chúng và quảng cáo.
- + Có khả năng đánh giá các hoạt động, công cụ của quan hệ công chúng và quảng cáo được sử dụng trên các loại hình, phương tiện truyền thông khác nhau.
- + Sáng tạo sản phẩm hoặc lập kế hoạch quan hệ công chúng và quảng cáo.
- + Có kỹ năng giao tiếp, thuyết trình, làm việc nhóm.

- *Mức tự chủ và trách nhiệm*: Có thái độ tích cực, chủ động đối với môn học cũng như việc rèn luyện những kỹ năng, phương pháp cơ bản phục vụ cho các hoạt động thực tiễn nghề nghiệp; có ý thức tự nghiên cứu và tìm tài liệu; có trách nhiệm và trung thực, hợp tác trong lớp.

3. Chuẩn đầu ra học phần:

STT	Chuẩn đầu ra học phần (CLOs)	Phương pháp dạy – học	Hình thức KTĐG

CLO1	Phân biệt được khái niệm quan hệ công chúng với quảng cáo, phân biệt quan hệ công chúng và quảng cáo với các loại hình khác như báo chí, xuất bản và quan hệ quốc tế. Hiểu biết cơ bản về vai trò, chức năng và nhiệm vụ của quan hệ công chúng và quảng cáo.	-Giảng lý thuyết -Nghiên cứu trường hợp -Thảo luận nhóm	-Kiểm tra chuyên cần -Bài tập về nhà -Hỏi - đáp
CLO2	Hiểu biết cơ bản về cơ sở lý thuyết và mô hình truyền thông được áp dụng trong lĩnh vực quan hệ công chúng và quảng cáo, các lý thuyết và mô hình quan hệ công chúng và quảng cáo.	-Giảng lý thuyết -Thảo luận nhóm	-Thuyết trình -Quan sát làm việc nhóm
CLO3	Phân biệt được các hoạt động quan hệ công chúng và quảng cáo trên các loại hình, phương tiện truyền thông khác nhau.	-Giảng lý thuyết -Thảo luận nhóm	-Thuyết trình -Quan sát làm việc nhóm -Hỏi - đáp
CLO4	Có kỹ năng lập kế hoạch và đánh giá các hoạt động, chiến dịch quan hệ công chúng và quảng cáo	-Giảng lý thuyết -Thảo luận nhóm -Nghiên cứu trường hợp -Bài tập	-Thuyết trình -Quan sát làm việc nhóm

		thực hành	
CLO5	Có kỹ năng giao tiếp như: làm việc nhóm, thuyết trình, tự nghiên cứu, tư duy chiến lược, tư duy hệ thống và tư duy phản biện. Có thái độ đúng đắn, tích cực trong tham gia các hoạt động quan hệ công chúng và quảng cáo.	-Thảo luận nhóm -Nghiên cứu trường hợp -Bài tập thực hành	-Kiểm tra chuyên cần -Thuyết trình -Quan sát làm việc nhóm

4. Nội dung học phần và lịch trình giảng dạy

TT	Tuần	Nội dung	Số tiết					Tự học	CDR học phần (CLOs)
			Lý thuyết		Thực hành				
			Trực tiếp	Trực tuyến	Tại phòng lý thuyết	Tại phòng thực hành	Thực địa/ trực tuyến		
1		Chương 1. Cơ sở lý luận về truyền thông, quan hệ công chúng và quảng cáo							
	1	1.1 Các khái niệm	5		0			0	1, 5
	2	1.2 Phân biệt	5		0			0	1, 3, 5
	3	quan hệ công chúng, quảng cáo với các hoạt động truyền thông khác	0		0			2.5	

	4	1.3 Các lý thuyết		5	0			0	
	5	về quan hệ công chúng và quảng cáo	0		0			5	2, 5
2		Chương 2. Tổng quan về quan hệ công chúng							
	6	2.1 Vị trí, vai	0		5			0	
	7	trò, chức năng, nhiệm vụ của quan hệ công chúng	0		0			5	1, 5
	8	2.2 Các hoạt	0				5	0	
	9	động của quan hệ công chúng	0		0			5	3, 4, 5
3		Chương 3. Tổng quan về quảng cáo							
	10	3.1 Vị trí, vai	0		5			0	
	11	trò, chức năng, nhiệm vụ của quảng cáo	0		0			5	1, 5
	12	3.2 Các loại hình	0				5	0	
	13	quảng cáo	0				5	0	3, 4, 5
4		Chương 4. Lập kế hoạch quan hệ công chúng và quảng cáo							
	14	4.1. Các bước		5	0			0	4, 5

		lập kế hoạch quan hệ công chúng và quảng cáo							
	15	4.2 Phân tích một số chiến dịch quan hệ công chúng và quảng cáo điển hình	0				5	0	4, 5
	16		0		5			0	
5	17	Chương 5. Luật và đạo đức quan hệ công chúng và quảng cáo tại Việt Nam	2.5		0		2.5	0	2, 5

5. Ma trận liên kết giữa nội dung chuẩn đầu ra học phần với chuẩn đầu ra chương trình đào tạo

CLOs	PLOs														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
CLO1					5			4	4	4			4	3	3
CLO2					5			4	4	4			4	3	3
CLO3					5			4	4	4			4	3	3
CLO4					5			4	4	4			4	3	3
CLO5					5			4	4	4			4	3	3
Tổng hợp học phần					5			4	4	4			4	3	3

6. Phương pháp giảng dạy

Ma trận giữa phương pháp dạy với chuẩn đầu ra của học phần

Phương pháp dạy	CLOs				
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Thuyết giảng tương tác	x	x	x	x	x
Thảo luận nhóm	x	x	x	x	x
Nghiên cứu trường hợp		x	x	x	x
Thuyết trình	x		x	x	x
Tình huống thực hành				x	x

7. Phương pháp học

Ma trận giữa phương pháp học với chuẩn đầu ra của học phần

Phương pháp học	CLOs				
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Đặt câu hỏi	x	x	x	x	x
Đọc/nghiên cứu tài liệu	x	x	x	x	x
Học thuộc	x	x		x	
Thảo luận nhóm	x	x	x	x	x
Suy ngẫm	x	x	x	x	x
Đánh giá	x	x	x	x	x
Lập sơ đồ tư duy	x	x	x	x	x
Học qua dự án				x	x

8. Phương pháp kiểm tra, đánh giá

- Quy định về kiểm tra, đánh giá/ thi kết thúc học phần

T T	Tên học phần	Trực tiếp							Trực tuyến (tối đa 30%)								
		Tự luận	Trắc nghiệm	Tự luận + Trắc nghiệm	Tự luận, trắc nghiệm, vấn đáp	Vấn đáp	Tiểu luận	Bài tập lớn	Tác phẩm	Tự luận	Trắc nghiệm	Tự luận + Trắc nghiệm	Tự luận, trắc nghiệm, vấn đáp	Vấn đáp	Tiểu luận	Bài tập lớn	Tác phẩm
1	Qua hệ công cụ							X	X							X	X

T T	Tên học phâ n	Trực tiếp							Trực tuyến (tối đa 30%)									
		Tự luậ n	Trắc nghiệ m	Tự luậ n + Trắc nghiệ m	Tự luậ n, trắc nghiệ m, vấn đáp	Vấ n đá p	Tiể u luậ n	B à i tậ p lớ n	Tác phẩ m	Tự luậ n	Trắc nghiệ m	Tự luậ n + Trắc nghiệ m	Tự luậ n, trắc nghiệ m, vấn đáp	Vấ n đá p	Tiể u luậ n	B à i tậ p lớ n	Tác phẩ m	
	và quá ng cáo																	

- Quy định về trọng số điểm

Thành phần đánh giá	Phương pháp kiểm tra, đánh giá	Trọng số	CLOs
Đánh giá quá trình, giờ tự học	Điểm danh chuyên cần, kiểm tra bài tập về nhà, hỏi - đáp, quan sát các hoạt động học tập của sinh viên, kết quả tự học	20%	1,3,5
Đánh giá giữa kỳ	Viết bài luận, thuyết trình, kết quả tự học	30%	2,3,5
Đánh giá cuối kỳ	Dự án	50%	2,3,4,5

9. Nhiệm vụ của sinh viên

- Tham dự đầy đủ các buổi học. Sinh viên nghỉ học quá 25% thời lượng các tiết học lý thuyết, vắng các tiết học thực hành; điểm đánh giá ý thức học tập, điểm kiểm tra giữa học phần đạt dưới 4 điểm sẽ không được phép tham dự thi/kiểm tra hết môn học.
- Tích cực tham gia chuẩn bị bài, tham gia thảo luận trên lớp.
- Nộp bài theo đúng thời hạn quy định, nếu nộp muộn phải xin phép giảng viên và phải có lý do chính đáng. Sinh viên nộp bài muộn không có lý do sẽ bị trừ 5% điểm/ngày nộp muộn.
- Không vi phạm quy tắc về đạo văn.
- Tuân thủ theo đúng các quy định trong Quy chế đào tạo của Học viện Báo chí và Tuyên truyền.

10. Học liệu

10.1. Học liệu bắt buộc

1. Đinh Thị Thúy Hằng (chủ biên), *PR lý luận và ứng dụng*, NXB Lao động xã hội, Hà Nội, 2015.

2. Đinh Thị Thuý Hằng (chủ biên), *Quảng cáo: Lý luận và thực tiễn – Nhìn từ góc độ truyền thông*, NXB Thông tấn, Hà Nội, 2018.

10.2. Học liệu tham khảo

1. Đinh Thị Thuý Hằng (chủ biên), *Ngành PR tại Việt Nam*, NXB Lao động xã hội, Hà Nội, 2010.

2. Alison Theaker, Heather Yaxley (Biên dịch: Vũ Thanh Vân và Hà Mai Thùy Giang), *Bộ công cụ chiến lược Quan hệ công chúng*, NXB Chính trị Quốc gia sự thật, Hà Nội, 2018.

GIÁM ĐỐC

TRƯỞNG KHOA

GIẢNG VIÊN BIÊN SOẠN



PGS, TS Phạm Minh Sơn

TS Nguyễn Thị Minh Hiền

TS Nguyễn Thị Minh Hiền