

BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC INTRACOM



INTRACOM
UNIVERSITY
UNLOCKING POTENTIAL

BẢN MÔ TẢ
CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO

NGÀNH

Quan hệ công chúng

Mã ngành: 7320108

Trình độ: Đại học

*(Ban hành kèm theo Quyết định số QĐ-ĐHI- /QĐ-INA ngày ... tháng ... năm 2026
của Hiệu trưởng Trường Đại học Intracom)*

Hà Nội, 202

1. MÔ TẢ CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO

1.1 Giới thiệu chương trình đào tạo

Chương trình đào tạo (CTĐT) trình độ Đại học ngành Quan hệ công chúng của Trường Đại học Intracom được xây dựng và phát triển nhằm đáp ứng nhu cầu cấp thiết về nguồn nhân lực truyền thông, quan hệ công chúng chất lượng cao trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế sâu rộng và sự chuyển đổi số mạnh mẽ của nền kinh tế. CTĐT được thiết kế theo hướng ứng dụng, trang bị cho người học tư duy quản trị truyền thông hiện đại, năng lực giải quyết vấn đề và tinh thần khởi nghiệp.

Chương trình được thiết kế theo phương pháp tiếp cận Giáo dục dựa trên chuẩn đầu ra (Outcome-Based Education - OBE), tuân thủ chặt chẽ các quy định của Nhà nước và của Nhà trường, cụ thể bao gồm:

Căn cứ thực tiễn và chuyên môn:

- Tầm nhìn, sứ mạng và triết lý giáo dục của Trường Đại học Intracom. Hướng dẫn xây dựng CTĐT theo chuẩn OBE của Đại học Intracom.
- Kết quả khảo sát nhu cầu của các bên liên quan.
- Tham khảo và đối sánh với CTĐT ngành Quan hệ công chúng của các trường đại học uy tín trong nước và quốc tế.

Vị trí và những điểm nổi bật của chương trình

- **Vị trí:** Ngành Quan hệ công chúng đóng vai trò là một trong những ngành đào tạo mũi nhọn của Viện Truyền thông và Công nghiệp văn hóa INU, đào tạo nguồn nhân lực có đủ kiến thức, kỹ năng, thái độ cần thiết trong lĩnh vực quan hệ công chúng, đáp ứng yêu cầu của nhà tuyển dụng trong các cơ quan, tổ chức, doanh nghiệp, tập đoàn... nhằm góp phần đẩy mạnh sự nghiệp hiện đại hóa đất nước.

- **Điểm nổi bật:** CTĐT chú trọng tính ứng dụng, gắn kết chặt chẽ với thực tiễn doanh nghiệp và các tổ chức xã hội. Tỷ lệ giờ thực hành, thảo luận, thực tập và trải nghiệm thực tế được chú trọng. Phương pháp giảng dạy và đánh giá đa dạng, định hướng thực chiến trong môi trường doanh nghiệp, tập trung phát triển kỹ năng mềm

như giao tiếp, làm việc nhóm, nhấn mạnh tính chuyên nghiệp, trách nhiệm xã hội và đạo đức nghề nghiệp.

Dự kiến thời điểm điều chỉnh bản mô tả CTĐT

Để đảm bảo tính cập nhật và đáp ứng kịp thời sự biến động của thị trường lao động, bản mô tả CTĐT và ma trận chương trình sẽ được định kỳ rà soát, đánh giá và **cập nhật 2 năm/ lần.**

1.2 Thông tin chung

Thông tin	Nội dung
Tên chương trình đào tạo	Quan hệ công chúng
Mã chương trình đào tạo	7320108
Trình độ đào tạo	Đại học
Tổng số tín chỉ	120
Loại hình đào tạo	Chính quy
Thời gian đào tạo	Từ 3 đến 3,5 năm
Tên bằng cấp	Cử nhân
Ngôn ngữ chương trình đào tạo	Tiếng Việt
Khoa/Viện quản lý	Viện Truyền thông và Công nghiệp văn hóa INU
Khóa áp dụng	2026

1.3 Mục tiêu của chương trình đào tạo (PEOs)

1.3.1 Mục tiêu chung

Chương trình đào tạo trình độ Đại học ngành Quan hệ công chúng định hướng ứng dụng của Trường Đại học Intracom nhằm đào tạo ra những cử nhân có phẩm chất chính trị, đạo đức nghề nghiệp và trách nhiệm xã hội vững vàng; làm chủ nền tảng tư duy chiến lược, năng lực công nghệ số và kỹ năng thực chiến đa phương tiện xuyên nền tảng. Người học sau khi tốt nghiệp có năng lực tự chủ, đổi mới sáng tạo và thích ứng linh hoạt trong môi trường truyền thông số đầy biến động; sẵn sàng đảm nhận các vị trí chuyên môn, quản trị dự án tại các tổ chức, doanh nghiệp trong và ngoài nước, góp phần thúc đẩy sự phát triển của nền kinh tế số và công nghiệp sáng tạo tại Việt Nam.

1.3.2 Mục tiêu cụ thể

Sinh viên tốt nghiệp ngành Quan hệ công chúng sau 3 - 5 năm có thể:

- **PEO1:** Trở thành các chuyên gia, nhà quản lý truyền thông chuyên nghiệp và thực chiến, tích hợp và phát huy toàn diện năng lực lập kế hoạch, xử lý khủng hoảng, quản trị sự kiện và điều hành các dự án truyền thông. Sau 3-5 năm, người học có khả năng thăng tiến lên các vị trí quản lý cấp trung hoặc cấp cao trong các doanh nghiệp, agency hoặc cơ quan nhà nước.

- **PEO2:** Làm chủ công nghệ và dẫn dắt xu hướng nội dung số xuyên nền tảng, khẳng định vị thế là những nhân sự số chất lượng cao, có khả năng ứng dụng thành thạo trí tuệ nhân tạo, dữ liệu lớn và các công cụ công nghệ mới để tối ưu hóa quy trình sáng tạo, sản xuất nội dung lan truyền và vận hành hệ sinh thái truyền thông trực tuyến của tổ chức.

- **PEO3:** Phát triển tư duy đổi mới sáng tạo theo chuyên ngành Truyền thông doanh nghiệp hoặc Văn hóa sáng tạo. Có tư duy khởi nghiệp để tự thành lập hoặc vận hành các dự án, công ty truyền thông độc lập.

- **PEO4:** Hành nghề với ý thức chính trị vững vàng, tuân thủ pháp luật truyền thông và giữ gìn các chuẩn mực đạo đức nghề nghiệp. Đồng thời, hình thành năng lực tự học, nghiên cứu khoa học và nâng cao năng lực chuyên môn liên tục để thích ứng với sự thay đổi của kỷ nguyên số.

1.4 Chuẩn đầu ra của chương trình đào tạo (PLOs)

Sinh viên tốt nghiệp ngành Quan hệ công chúng có thể:

a) Kiến thức

- **PLO1:** Vận dụng kiến thức cơ bản về lý luận chính trị, khoa học tự nhiên, xã hội, văn hóa, tâm lý và xã hội học truyền thông, pháp luật và công nghệ vào giải quyết các vấn đề thực tiễn trong ngành Quan hệ công chúng.

+ PPC K1.1: Giải thích được các quy luật tự nhiên, kinh tế, chính trị, xã hội, văn hóa, tâm lý công chúng và pháp luật tác động đến môi trường quan hệ công chúng và truyền thông số.

+ PPC K1.2: Áp dụng kiến thức quản trị và công nghệ cơ bản để nhận diện bối cảnh, công chúng mục tiêu, hành vi tiếp nhận và các vấn đề trong lĩnh vực quan hệ công chúng.

- **PLO2:** Phân tích các nguyên lý, quy luật và kiến thức chuyên môn cốt lõi về quan hệ công chúng, chiến lược truyền thông marketing, phát triển thương hiệu, truyền thông nội bộ, quan hệ truyền thông đại chúng, KOL và cộng đồng số.

+ PPC K2.1: Phân biệt các loại hình, mô hình, công cụ và quy trình trong Quan hệ công chúng, truyền thông doanh nghiệp, truyền thông thương hiệu và truyền thông cộng đồng.

+ PPC K2.2: Liên hệ các kiến thức về tâm lý công chúng, truyền thông thị giác, marketing, thương hiệu, truyền thông nội bộ và quan hệ truyền thông vào thực tiễn xây dựng hình ảnh, thông điệp và uy tín tổ chức.

- **PLO3:** Đánh giá xu hướng chuyển đổi số, dữ liệu truyền thông, trí tuệ nhân tạo, truyền thông sáng tạo, phát triển bền vững và quản trị rủi ro trong hệ sinh thái Quan hệ công chúng hiện đại.

+ PPC K3.1: Phân tích vai trò của công nghệ số, trí tuệ nhân tạo, thuật toán nền tảng và dữ liệu hành vi công chúng trong xây dựng chiến lược truyền thông, quản trị thương hiệu và tương tác công chúng số.

+ PPC K3.2: Thẩm định các giải pháp công nghệ mới, chiến dịch Quan hệ công chúng, dự án truyền thông sáng tạo và phương án quản trị khủng hoảng nhằm tối ưu hóa hiệu quả truyền thông, niềm tin công chúng và uy tín thương hiệu.

b) Kỹ năng

- **PLO4:** Thực hành các nghiệp vụ chuyên môn về viết cho quan hệ công chúng, sáng tạo nội dung số, sản xuất sản phẩm truyền thông và quản trị hình ảnh thương hiệu phù hợp với công chúng, thông điệp và đặc thù từng nền tảng truyền thông.

+ PPC S1.1: Thực hiện các kỹ năng nghiên cứu công chúng, tư duy ý tưởng, viết thông cáo báo chí, bài PR, kịch bản nội dung, sản xuất video, thiết kế hình ảnh và biên tập sản phẩm truyền thông thương hiệu.

+ PPC S1.2: Triển khai biên tập, tối ưu và phân phối nội dung trên website, mạng xã hội, video ngắn, podcast, livestream, kênh thương hiệu và các nền tảng truyền thông số.

- **PLO5:** Thiết kế và triển khai các kế hoạch Quan hệ công chúng, chiến dịch truyền thông, sự kiện, dự án thương hiệu và chương trình truyền thông cộng đồng đáp ứng nhu cầu của cá nhân, tổ chức, doanh nghiệp và xã hội.

+ PPC S2.1: Xây dựng kế hoạch Quan hệ công chúng, mục tiêu, thông điệp, hệ thống kênh, dự toán ngân sách, phương án quan hệ báo chí, KOL, cộng đồng số và quản trị tương tác với công chúng mục tiêu.

+ PPC S2.2: Tổ chức, điều phối và giám sát tiến độ, chất lượng, nguồn lực và hiệu quả của chiến dịch Quan hệ công chúng, sự kiện, dự án truyền thông doanh nghiệp hoặc truyền thông văn hóa sáng tạo.

- **PLO6:** Làm chủ ngoại ngữ, công cụ số, công nghệ AI và phần mềm chuyên dụng trong sáng tạo, quản trị, đánh giá và trình bày chiến dịch, sự kiện, dự án Quan hệ công chúng.

+ PPC S3.1: Sử dụng ngoại ngữ để thuyết trình ý tưởng, làm việc nhóm, giao tiếp với đối tác, công chúng và truyền thông trong môi trường số, đa văn hóa và hội nhập quốc tế.

+ PPC S3.2: Vận hành các phần mềm chuyên dụng, công cụ số và AI phục vụ viết nội dung, quản trị mạng xã hội, quản trị sự kiện, quản lý dự án, theo dõi truyền thông và trực quan hóa dữ liệu công chúng.

c) Mức độ tự chủ và chịu trách nhiệm

- **PLO7:** Phối hợp hiệu quả trong môi trường làm việc nhóm và tự chủ giải quyết các vấn đề thực tiễn của ngành quan hệ công chúng.

+ PPC A1.1: Đóng góp tích cực vào hiệu quả công việc chung của nhóm với vai trò thành viên, người sáng tạo nội dung, phụ trách truyền thông, điều phối sự kiện hoặc quản lý dự án quan hệ công chúng.

+ PPC A1.2: Tự điều chỉnh hành vi, quyết định chuyên môn và kết quả công việc cá nhân trong quá trình lập kế hoạch, triển khai, giám sát và đánh giá hoạt động quan hệ công chúng.

- **PLO8:** Tuân thủ pháp luật, đạo đức nghề nghiệp và chủ động học tập suốt đời trong môi trường truyền thông số và hội nhập toàn cầu.

+ PPC A2.1: Chấp hành các quy định của pháp luật, nội quy của tổ chức và chuẩn mực đạo đức nghề nghiệp và quy tắc ứng xử chuẩn mực trong ngành quan hệ công chúng

+ **PPC A2.2:** Thích nghi với sự thay đổi của công nghệ, xu hướng truyền thông mới và hành vi công chúng, chủ động cập nhật tri thức mới để phát triển chuyên môn, thương hiệu cá nhân và cơ hội khởi nghiệp sáng tạo.

1.5 Mối liên hệ giữa mục tiêu và chuẩn đầu ra CTĐT

Bảng 1. Mối liên hệ giữa mục tiêu và chuẩn đầu ra CTĐT

CĐR (PLOs)	PEO1	PEO2	PEO3	PEO4
PLO1	×			
PLO2	×			
PLO3	×			
PLO4		×		×
PLO5		×		
PLO6		×		
PLO7		×	×	
PLO8			×	×

1.6 Cơ hội việc làm và học tập sau tốt nghiệp

1.6.1 Cơ hội việc làm

Sau khi tốt nghiệp chương trình Cử nhân ngành Quan hệ công chúng, sinh viên có thể đảm nhận các vị trí công việc đa dạng tại nhiều loại hình tổ chức, doanh nghiệp, cụ thể như sau:

Nhóm 1: Vị trí việc làm thuộc chuyên ngành Truyền thông Doanh nghiệp

Sinh viên tốt nghiệp định hướng này được trang bị năng lực quản trị, lập kế hoạch chiến lược và xử lý khủng hoảng. Do đó, người học có khả năng đảm nhiệm các vị trí:

- Chuyên viên Quan hệ công chúng/ Chuyên viên Truyền thông đối ngoại: Đảm nhiệm các công việc xây dựng kế hoạch QHCC, xử lý và quản trị quan hệ với truyền thông đại chúng, tổ chức các chương trình quan hệ cộng đồng và thực hiện trách nhiệm xã hội (CSR) của tổ chức.
- Chuyên viên Truyền thông nội bộ và Quản trị Văn hóa tổ chức: Chịu trách nhiệm thiết kế, vận hành hệ thống thông tin nội bộ, gắn kết nhân sự và xây dựng bản sắc văn hóa doanh nghiệp.
- Chuyên viên Quản trị rủi ro và Khủng hoảng truyền thông: Tham mưu, thiết lập các kịch bản phòng ngừa và trực tiếp điều phối, xử lý các sự cố truyền thông để bảo vệ uy tín, thương hiệu cho tổ chức.

Nhóm 2: Vị trí việc làm thuộc chuyên ngành Truyền thông Văn hóa Sáng tạo

Định hướng này cung cấp nhân sự cho các ngành công nghiệp văn hóa và dịch vụ hiện đại có tốc độ tăng trưởng nhanh. Sinh viên có khả năng đảm nhiệm các vị trí:

- Chuyên viên PR và Tiếp thị điểm đến/Dịch vụ: Xây dựng chiến dịch quảng bá hình ảnh du lịch, bất động sản, dịch vụ nghỉ dưỡng cao cấp hoặc các dự án phát triển đô thị sinh thái.
- Chuyên viên Quản lý và Điều phối dự án giải trí: Tham gia trực tiếp vào việc lập chiến lược PR trong công nghiệp giải trí, điện ảnh, sản xuất âm nhạc, phát hành game và thể thao điện tử (e-sports).
- Chuyên viên Quản trị thương hiệu cá nhân và Đại sứ thương hiệu (KOL/KOC Manager): Định hình phong cách, xây dựng chiến lược truyền thông hình ảnh và quản lý hợp tác thương mại cho các nhân vật công chúng, nghệ sĩ, hoặc chuyên gia.

Nhóm 3: Các vị trí việc làm chung trong hệ sinh thái truyền thông số

Nhờ khối kiến thức tự chọn chuyên sâu đón đầu kỷ nguyên số, sinh viên thuộc cả hai chuyên ngành đều có thể linh hoạt ứng tuyển vào các vị trí:

- Biên kịch nội dung số/ Chuyên viên sáng tạo nội dung (Content Creator): Ứng dụng kỹ năng viết cho QHCC, nghệ thuật kể chuyện số, và ứng dụng AI trong sáng tạo truyền thông để sản xuất các nội dung lan truyền trên không gian mạng.
- Chuyên viên Quản trị và vận hành hệ sinh thái kênh số: Chịu trách nhiệm sản xuất video đa nền tảng, kỹ nghệ livestream, điều phối và tối ưu hóa tương tác của công chúng trên các nền tảng mạng xã hội.
- Chuyên viên Quản trị sự kiện và Dự án sáng tạo: Thiết kế, điều phối và trực tiếp vận hành các sự kiện thương mại, triển lãm, hội nghị hay các chiến dịch truyền thông tích hợp xuyên nền tảng.

1.6.2. Cơ hội học tập, nâng cao trình độ

Sau khi tốt nghiệp Cử nhân ngành Quan hệ công chúng tại Trường Đại học Intracom, người học được trang bị nền tảng kiến thức và kỹ năng vững chắc để tiếp tục phát triển học thuật và nghề nghiệp, cụ thể:

- Học tập ở trình độ cao hơn: Cử nhân hoàn toàn đủ điều kiện để tiếp tục ứng tuyển và theo học các chương trình đào tạo trình độ Thạc sĩ và Tiến sĩ chuyên ngành Quan hệ công chúng, Báo chí học, Truyền thông đại chúng, Quản trị thông tin hoặc các chuyên ngành thuộc khối kinh tế, quản trị tại các cơ sở giáo dục đại học uy tín trong nước và quốc tế.

- Năng lực học tập suốt đời: Tích lũy khả năng tự nghiên cứu, tự cập nhật, nâng cao trình độ quản trị, ứng dụng công nghệ truyền thông mới một cách độc lập để duy trì sức bền và năng lượng phát triển nghề nghiệp lâu dài trong kỷ nguyên số chuyển biến liên tục.

1.7. Các tiêu chí tuyển sinh, quá trình đào tạo và điều kiện tốt nghiệp

1.7.1 Các tiêu chí tuyển sinh

Tuyển sinh theo đề án tuyển sinh của Nhà trường, hiện nay dựa trên 4 phương thức xét tuyển như sau:

- Phương thức 1: Tuyển thẳng và ưu tiên tuyển thẳng
- Phương thức 2: Xét tuyển dựa vào kết quả thi tốt nghiệp THPT
- Phương thức 3: Xét học bạ
- Phương thức 4: Xét tuyển theo kết quả thi ĐGTD của Trường Đại học Bách Khoa Hà Nội

1.7.2 Quá trình đào tạo

Chương trình đào tạo Cử nhân ngành Quan hệ công chúng tại Đại học Intracom được thiết kế theo chuẩn OBE, định hướng ứng dụng, gói gọn trong cấu trúc 120 tín chỉ (không bao gồm Giáo dục thể chất và Giáo dục quốc phòng - an ninh), phân bổ xuyên suốt trong 10 học kỳ. Chương trình tập trung vào hai chuyên ngành sâu là Truyền thông doanh nghiệp và Truyền thông văn hóa sáng tạo, gắn liền với năng lực số, ngoại ngữ và tư duy quản trị, khởi nghiệp.

Tiến trình đào tạo được thiết kế tịnh tiến từ lý thuyết đến thực chiến, tuy nhiên một số học phần kỹ năng chuyên môn đơn giản cũng sẽ được triển khai ngay từ những kỳ đầu tiên để tạo hứng thú nghề nghiệp cho sinh viên. Cụ thể:

- **Học kỳ 1 - 2:** Xây dựng nền tảng đại cương và cơ sở ngành cốt lõi.
- **Học kỳ 3 - 4:** Tập trung kiến thức chuyên sâu và phân nhánh chuyên ngành với các nghiệp vụ trọng tâm.
- **Học kỳ 5 - 8:** Hoàn thiện kỹ năng nghề nghiệp bậc cao; tích hợp mạnh mẽ ứng dụng công nghệ số.
- **Học kỳ 9:** Dành trọn vẹn để trải nghiệm thực tập, thực tế tại doanh nghiệp
- **Học kỳ 10:** Thực hiện Khóa luận tốt nghiệp hoặc Dự án tốt nghiệp

1.7.3 Điều kiện tốt nghiệp

Những sinh viên có đủ các điều kiện sau thì được xét tốt nghiệp:

- Được công nhận là sinh viên hệ chính quy tập trung của Trường theo đúng ngành cấp bằng;
- Cho đến thời điểm xét tốt nghiệp, không bị truy cứu trách nhiệm hình sự, hoặc không đang trong thời gian bị kỷ luật ở mức đình chỉ học tập;
- Tích lũy đủ số học phần và số tín chỉ quy định trong chương trình đào tạo (120 tín chỉ);
- Điểm trung bình chung tích lũy của toàn khóa học đạt từ 2,00 trở lên;
- Có chứng chỉ giáo dục quốc phòng an ninh và giáo dục thể chất;
- Đạt chuẩn đầu ra về ngoại ngữ và tin học;
- Hoàn thành nghĩa vụ tài chính theo quy định của Trường.

1.8. Chiến lược giảng dạy - học tập

Giảng viên chuẩn bị chiến lược và phương pháp dạy học phù hợp theo từng nội dung, từng học phần và từng đối tượng người học. Giảng viên có thể lựa chọn, kết hợp sử dụng các phương pháp dạy học.

1. Phương pháp thuyết giảng tương tác: Giảng viên trình bày các khái niệm, lý thuyết nền tảng và nguyên lý chuyên ngành thông qua sơ đồ, hình ảnh trực quan và hệ thống trình chiếu. Trong quá trình giảng, giảng viên liên tục đặt các câu hỏi gợi mở, yêu cầu sinh viên tư duy nhanh và phản hồi để duy trì sự tập trung và củng cố nền tảng lý luận.

2. Phương pháp thảo luận nhóm và giải quyết vấn đề: Giảng viên đưa ra một chủ đề hoặc một bài toán chuyên môn tại lớp. Lớp học được chia thành các nhóm nhỏ để cùng động não, tranh luận, thu thập luận điểm và thống nhất câu trả lời. Sau đó, đại diện

nhóm trình bày trước lớp, các nhóm khác tham gia đặt câu hỏi phản biện dưới sự đốc kết của giảng viên.

3. *Phương pháp dạy học qua tình huống thực tiễn*: Giảng viên đưa ra các kịch bản quản trị, sản xuất, kinh doanh thực tế, hoặc các khủng hoảng đã từng xảy ra tại các doanh nghiệp. Sinh viên đóng vai trò nhà quản lý để phân tích dữ liệu, nhận diện vấn đề cốt lõi, đánh giá rủi ro và đề xuất các chiến lược giải quyết tối ưu nhất.

4. *Phương pháp dạy học theo dự án*: Giảng viên chia lớp thành các nhóm và giao nhiệm vụ thực hiện một đề án chuyên môn xuyên suốt học kỳ. Sinh viên phải tự phân công công việc, lập ngân sách, khảo sát thực tế và trình bày sản phẩm cuối cùng trước hội đồng chuyên môn.

5. *Phương pháp đóng vai và mô phỏng nghiệp vụ*: Giảng viên thiết lập các không gian nghề nghiệp giả định như phòng họp báo, hội trường/ không gian tổ chức sự kiện, địa bàn phát sinh vụ việc... Sinh viên sẽ hóa thân thành các chức danh nghề nghiệp để xử lý trực tiếp các tình huống giao tiếp, phát ngôn hoặc giải quyết yêu cầu của các bên liên quan ngay tại lớp học.

6. *Phương pháp quan sát và khảo sát thực địa*: Giảng viên tổ chức cho sinh viên đến trực tiếp các doanh nghiệp, cơ quan, tổ chức, tòa soạn... Sinh viên được nghe chuyên gia báo cáo, tiến hành ghi chép, thu thập thông tin, quan sát quy trình vận hành truyền thông, phân tích đánh giá kịch bản truyền thông cũng như đề xuất giải pháp truyền thông trực tiếp tại thực địa.

7. *Phương pháp hướng dẫn thực hành tại phòng máy và chuyên đề*: Giảng viên hướng dẫn sinh viên thao tác trực tiếp trên các hệ thống phần mềm quản lý và sáng tạo nội dung, biên tập, lắng nghe xã hội, phần mềm thống kê, hoặc thực hành thao tác nghiệp vụ tại các phòng máy tính, studio truyền thông và phòng thực hành đa năng của nhà trường.

8. *Phương pháp cố vấn và giám sát thực hành, thực tế*: Giảng viên đóng vai trò là người huấn luyện, hướng dẫn thao tác chuẩn, định hướng nghiên cứu và trực tiếp giám sát, đánh giá quá trình rèn luyện thể chất, kỷ luật, hoặc quá trình sinh viên thực hiện công việc độc lập tại cơ sở thực tập và làm nghiên cứu.

Bảng 2. Mối liên hệ giữa chiến lược giảng dạy với chuẩn đầu ra CTĐT

TT	Chiến lược giảng dạy	PL O1	PL O2	PL O3	PL O4	PL O5	PL O6	PL O7	PL O8
1	Phương pháp thuyết giảng tương tác	×	×	×					
2	Phương pháp thảo luận nhóm và giải quyết vấn đề	×	×	×			×	×	×
3	Phương pháp dạy học qua tình huống thực tiễn		×	×		×		×	
4	Phương pháp dạy học theo dự án		×	×	×	×	×	×	×
5	Phương pháp đóng vai và mô phỏng nghiệp vụ		×	×	×	×		×	×
6	Phương pháp quan sát và khảo sát thực địa		×	×	×			×	×
7	Phương pháp hướng dẫn thực hành tại phòng máy và chuyên đề		×	×	×	×		×	×
8	Phương pháp cố vấn và giám sát thực hành, thực tế				×	×	×	×	×

1.9 Phương pháp đánh giá và hệ thống tính điểm**1.9.1. Các phương pháp đánh giá**

1. *Đánh giá chuyên cần và thái độ học tập:* Đánh giá mức độ tham gia lớp học, sự chuẩn bị bài trước khi đến lớp, ý thức kỷ luật, thái độ tương tác tích cực với giảng viên và tinh thần hợp tác với các thành viên khác trong hoạt động học tập.

2. *Đánh giá bài tập, thảo luận và thuyết trình nhóm:* Đánh giá năng lực làm việc nhóm, kỹ năng tìm kiếm tài liệu, giải quyết một vấn đề lý luận hoặc thực tiễn của ngành Quan hệ công chúng và khả năng trình bày, bảo vệ quan điểm trước tập thể.

3. *Đánh giá thực hành, mô phỏng và xử lý tình huống:* Đánh giá kỹ năng thao tác trên phần mềm chuyên dụng, hoặc khả năng đóng vai xử lý các tình huống giao tiếp,

giải quyết sự cố phát sinh trong lập kế hoạch, sản xuất, phân phối sản phẩm truyền thông và tổ chức sự kiện.

4. *Thi tự luận/ Trắc nghiệm cuối kỳ*: Đánh giá tổng kết mức độ ghi nhớ, thông hiểu và vận dụng các kiến thức nền tảng, nguyên lý lý thuyết cốt lõi của học phần thông qua bài thi viết (tự luận, trắc nghiệm hoặc kết hợp).

5. *Đánh giá Tiểu luận/ Báo cáo chuyên đề cuối kỳ*: Đánh giá khả năng tổng hợp tài liệu, phân tích chuyên sâu và tư duy phản biện của sinh viên về một chủ đề/hiện tượng cụ thể trong ngành quan hệ công chúng thông qua một bài tiểu luận hoặc báo cáo học thuật.

6. *Đánh giá Bảo vệ Đồ án / Dự án thực tế*: Đánh giá toàn diện năng lực thiết kế, lập kế hoạch, dự toán ngân sách và tính khả thi của một dự án ứng dụng (ví dụ: thiết kế hệ thống sản phẩm truyền thông doanh nghiệp, kịch bản sự kiện, chiến dịch truyền thông...) thông qua hồ sơ dự án và hội đồng bảo vệ.

7. *Thi vấn đáp và Thực hành nghiệp vụ cuối kỳ*: Đánh giá trực tiếp năng lực phản xạ, kỹ năng giao tiếp ngoại ngữ, kỹ năng dẫn chương trình, livestream, hoạt náo, phản hồi tương tác với công chúng, hoặc thao tác thành thạo trên phần mềm máy tính theo các kịch bản do giảng viên đưa ra.

8. *Đánh giá Thực tập tốt nghiệp*: Đánh giá mức độ thích ứng môi trường doanh nghiệp/ cơ quan/ tổ chức, tính kỷ luật, năng lực vận dụng tổng hợp lý thuyết vào xử lý công việc thực tiễn và chất lượng báo cáo đúc kết kinh nghiệm sau kỳ thực tập.

9. *Đánh giá Khóa luận*: Đánh giá năng lực nghiên cứu độc lập, phân tích dữ liệu chuyên sâu và đưa ra các đề xuất/giải pháp mang tính đột phá cho các vấn đề quản trị, kinh doanh thực tiễn trong ngành trước hội đồng đánh giá.

10. *Đánh giá của doanh nghiệp tại nơi kiến tập, thực tập*: Doanh nghiệp đánh giá trực tiếp thái độ, kỷ luật và năng lực làm việc thực tế của sinh viên.

11. *Khóa luận tốt nghiệp/ Dự án tốt nghiệp*: Đánh giá toàn diện năng lực nghiên cứu, tính ứng dụng thực tiễn và kỹ năng bảo vệ trước hội đồng chuyên môn.

1.9.2 Hệ thống tính điểm

Thang điểm: thang điểm 10 và quy đổi theo hệ A, B, C, D, F

- Điểm đánh giá bộ phận và điểm thi kết thúc học phần được chấm theo thang điểm 10, làm tròn đến một chữ số thập phân.

- Điểm học phần là tổng điểm của tất cả các điểm đánh giá bộ phận của học phần nhân với trọng số tương ứng. Điểm học phần làm tròn đến một chữ số thập phân, sau đó được chuyển thành điểm chữ.

Bảng quy đổi điểm

Loại	Thang điểm 10	Thang điểm chữ	Thang điểm 4
Đạt	9,0 – 10,0	A+	4
	8,5 – 8,9	A	3,7
	8,0 – 8,4	B+	3,5
	7,0 – 7,9	B	3,0
	6,5 – 6,9	C+	2,5
	5,5 – 6,4	C	2,0
	5,0 – 5,4	D+	1,5
	4,0 – 4,9	D	1
Không đạt	0,0 - 3,9	F	0

Công thức tính điểm học phần:

Điểm học phần (Z) bao gồm các thành phần:

+ Điểm chuyên cần (X): đi học đầy đủ, tham gia thảo luận trên lớp, chuẩn bị bài tập đầy đủ, tham gia bài tập nhóm.

+ Điểm tham gia giữa kỳ (Y1)

+ Điểm thi hết môn học (Y2)

Công thức: $Z = 0,1 \cdot X + 0,3 \cdot Y1 + 0,6 \cdot Y2$

Ghi chú về các điểm thành phần:

+ Điểm tham gia giữa kỳ: Kiểm tra, đánh giá thường xuyên được thực hiện theo hình thức trực tiếp hoặc trực tuyến thông qua: hỏi - đáp, viết, thuyết trình, thực hành, thí nghiệm, sản phẩm học tập.

+ Điểm thi hết môn: sinh viên tham gia hình thức thi cuối kỳ trực tiếp tại trường thông qua bài viết và vấn đáp, hoặc làm tiểu luận môn học.

1.9.3 Mối liên hệ giữa phương pháp đánh giá với chuẩn đầu ra

Bảng 3. Mối liên hệ giữa phương pháp đánh giá với chuẩn đầu ra CTĐT

TT	Phương pháp đánh giá	PL O1	PL O2	PL O3	PL O4	PL O5	PL O6	PL O7	PL O8
1	Đánh giá chuyên cần và thái độ học tập	×	×	×					
2	Đánh giá bài tập, thảo luận và thuyết trình nhóm		×		×		×	×	×
3	Đánh giá thực hành, mô phỏng và xử lý tình huống	×	×	×			×	×	×
4	Thi tự luận/ Trắc nghiệm cuối kỳ		×	×	×	×	×	×	×
5	Đánh giá Tiểu luận/ Báo cáo chuyên đề cuối kỳ		×	×	×	×		×	×
6	Đánh giá Bảo vệ Đồ án/ Dự án thực tế		×	×	×	×	×	×	×
7	Thi vấn đáp và Thực hành nghiệp vụ cuối kỳ				×	×	×	×	×
8	Đánh giá Thực tập tốt nghiệp		×	×	×	×	×	×	
9	Đánh giá Khóa luận/ Chuyên đề tốt nghiệp						×	×	×
10	Đánh giá của doanh nghiệp tại nơi kiến tập, thực tập		×	×	×	×	×	×	×
11	Khóa luận tốt nghiệp/ dự án tốt nghiệp	×	×	×	×	×	×	×	×

2. MÔ TẢ CHƯƠNG TRÌNH GIẢNG DẠY

2.1 Tóm tắt cấu trúc chương trình giảng dạy

- Kiến thức toàn khóa học: 120 tín chỉ (chưa bao gồm giáo dục thể chất và Giáo dục Quốc phòng)
- Các khối kiến thức trong chương trình đào tạo được thể hiện ở Bảng 4.

Bảng 4. Các khối kiến thức và tín chỉ

TT	Khối kiến thức	Số tín chỉ	Giờ lý thuyết	Giờ thực hành
1	KIẾN THỨC ĐẠI CƯƠNG	31	31	320
2	KIẾN THỨC CƠ SỞ NGÀNH	27	27	270
3	KIẾN THỨC CHUYÊN NGÀNH	48	48	360
4	TỐT NGHIỆP	14	14	0
	Tổng cộng	120	950	1.858
	Tỷ lệ giờ lý thuyết / thực hành	0.51		

Chương trình định hướng ứng dụng, gồm **101 tín chỉ bắt buộc**, chiếm **84,17%**, và **19 tín chỉ tự chọn**, chiếm **15,83 %**. Cấu trúc này bảo đảm chương trình có nền tảng bắt buộc vững chắc, đồng thời người học vẫn có không gian lựa chọn thông qua các học phần tự chọn và một trong hai định hướng chuyên ngành.

Các khối kiến thức được thiết kế đáp ứng chuẩn đầu ra của chương trình đào tạo, thể hiện ở Bảng 5.

Bảng 5. Ma trận kết nối giữa các khối kiến thức với chuẩn đầu ra

Khối kiến thức	Tỷ lệ (%)	PL O1	PL O2	PL O3	PL O4	PL O5	PL O6	PL O7	PL O8
Kiến thức giáo dục đại cương	25,83%	×					×	×	×
Kiến thức cơ sở ngành	22,50%	×	×	×				×	
Kiến thức chuyên ngành	40,00%		×	×	×	×	×	×	×

Thực tập và Tốt nghiệp	11,67%	×	×	×	×	×	×	×	×
------------------------	--------	---	---	---	---	---	---	---	---

2.2 Khung chương trình đào tạo

Bảng 6. Danh sách các học phần thuộc CTĐT ngành Quan hệ công chúng

TT	Mã học phần	Tên học phần	TC	Số giờ LT	Số giờ TH	Số giờ tự học	Mã HP học trước
I. KIẾN THỨC ĐẠI CƯƠNG (31 tín chỉ: 27 tín chỉ bắt buộc, 4 tín chỉ tự chọn)							
Bắt buộc: 27 TC							
1	10500001	Triết học Mác - Lênin	3	31	28	91	
2	10500003	Chủ nghĩa xã hội khoa học	2	21	18	61	10500002
3	10500002	Kinh tế chính trị Mác - Lênin	2	21	18	61	10500001
4	10500005	Tư tưởng Hồ Chí Minh	2	21	18	61	10500004
5	10500004	Lịch sử Đảng cộng sản Việt Nam	2	21	18	61	10500003
6	10100001	Pháp luật đại cương	2	20	20	60	
7	10300001	Ứng dụng công nghệ số và trí tuệ nhân tạo	2	15	30	55	
8	10200001	Đổi mới sáng tạo và khởi nghiệp	2	18	24	58	
9	10406001	Tiếng Anh 1	3	20	50	80	
10	10406002	Tiếng Anh 2	3	30	30	90	10406001
11	10100002	Đạo đức nghề nghiệp và Pháp luật về phòng chống tham nhũng	2	20	20	60	

12	10500006	Phương pháp nghiên cứu khoa học	2	15	30	55	
13	GDTC	Giáo dục thể chất	3	5	80	65	
14	GDQPAN	Giáo dục quốc phòng - An ninh	8	60	120	220	
Tự chọn: 2HP/ 4 tín chỉ							
15	10300002	Năng lực số và khai thác tài nguyên giáo dục mở	2	15	30	55	
16	10500007	Nhập môn phát triển bền vững	2	20	20	60	
17	10200008	Kỹ năng mềm trong kỷ nguyên số	2	15	30	55	
II. KIẾN THỨC CƠ SỞ NGÀNH (27 tín chỉ: 21 tín chỉ bắt buộc, 6 tín chỉ tự chọn)							
Bắt buộc: 7HP/ 21TC							
18	10500009	Cơ sở văn hóa Việt Nam	3	30	30	90	
19	10917101	Truyền thông trong bối cảnh số	3	30	30	90	
20	10917102	Xã hội học truyền thông	3	30	30	90	
21	10918103	Quan hệ công chúng đại cương	3	30	30	90	
22	10917104	Tâm lý học truyền thông	3	30	30	90	
23	10918104	Quản trị marketing	3	30	30	90	
24	10917106	Pháp luật và đạo đức truyền thông	3	30	30	90	

Tự chọn: 2HP/ 6TC							
25	10917107	Quản trị dữ liệu truyền thông số	3	30	30	90	
26	10917301	Nhập môn truyền thông đa phương tiện	3	30	30	90	
27	10918105	Truyền thông liên văn hoá	3	30	30	90	
28	10232002	Quản trị học	3	30	30	90	
III. KIẾN THỨC CHUYÊN NGÀNH (48 tín chỉ: 39 tín chỉ bắt buộc, 9 tín chỉ tự chọn, trong đó bắt buộc chung 7HP/ 21TC, bắt buộc chuyên ngành 6HP/18 TC, tự chọn 3HP/ 9TC)							
Kiến thức chuyên ngành chung: 7 HP/ 21 TC							
29	10918301	Giải mã nguyên lý Quan hệ công chúng	3	30	30	90	10918103
30	10918302	Xây dựng kế hoạch Quan hệ công chúng	3	15	60	90	10918103
31	10918303	Kỹ năng viết cho Quan hệ công chúng	3	15	60	90	
32	10917303	Chiến lược nội dung xuyên nền tảng	3	30	30	90	
33	10917304	Kỹ năng sản xuất video đa nền tảng	3	15	60	90	
34	10918306	Quản trị sự kiện và dự án sáng tạo	3	15	60	90	
35	10917315	Truyền thông thị giác cho thương hiệu	3	15	60	90	
Sinh viên được chọn 1 trong 2 chuyên ngành: Truyền thông Doanh nghiệp hoặc Truyền thông văn hóa sáng tạo							
Chuyên ngành 1: Truyền thông doanh nghiệp - 18 tín chỉ/ 6 học phần bắt buộc							

36	10918308	Xây dựng và phát triển thương hiệu	3	30	30	90	
37	10918309	Văn hóa tổ chức và truyền thông nội bộ	3	30	30	90	
38	10918310	Quản trị khủng hoảng	3	30	30	90	
39	10918311	Sáng tạo nội dung lan truyền	3	15	60	90	
40	10918312	Quản trị quan hệ truyền thông đại chúng	3	30	30	90	
41	10918313	Quan hệ cộng đồng và trách nhiệm xã hội	3	30	30	90	
Chuyên ngành 2: Truyền thông văn hóa sáng tạo - 18 tín chỉ/ 6 học phần bắt buộc							
42	10918314	Quản trị truyền thông sức khỏe và lối sống	3	30	30	90	
43	10918315	PR và tiếp thị điểm đến, dịch vụ hiện đại	3	30	30	90	
44	10918316	Chiến lược PR trong công nghiệp giải trí và điện ảnh	3	30	30	90	
45	10918317	PR âm nhạc và tiếp thị đa nền tảng	3	30	30	90	
46	10918318	Chiến lược PR trong sản xuất game và thể thao điện tử	3	30	30	90	
47	10918319	Quản trị thương hiệu cá nhân và đại sứ thương hiệu	3	30	30	90	
Học phần tự chọn dành cho cả hai chuyên ngành, SV chọn 9 tín chỉ/ 3 học phần							

48	10918320	Kỹ nghệ livestream và phát triển kênh cá nhân	3	15	60	75	
49	10917314	Ứng dụng AI trong sáng tạo truyền thông	3	15	60	75	
50	10918322	Nghệ thuật kể chuyện số	3	15	60	75	
51	10918323	Quản trị trải nghiệm và tương tác số	3	30	30	90	
52	10918324	Quản trị và vận hành hệ sinh thái kênh số	3	30	30	90	
53	10918325	Quản trị năng lượng và sức bền trong nghề truyền thông	3	15	60	75	
IV. TỐT NGHIỆP (14 tín chỉ)							
<i>Bắt buộc: 2 HP/ 9 TC</i>							
54	10918601	Dự án trải nghiệm thực chiến nghề nghiệp	3	0	90	45	
55	10918602	Học kỳ doanh nghiệp và quản trị dự án tốt nghiệp	6	0	180	120	
<i>Tự chọn: Sinh viên chọn 1 HP/ 5TC</i>							
56	10918603	Khóa luận tốt nghiệp ngành Quan hệ công chúng	5	0	150	100	
57	10918604	Dự án truyền thông ứng dụng chuyên ngành	5	0	150	100	

TT	Mã học phần	Tên học phần	TC	Số giờ LT	Số giờ TH	Số giờ tự học	Mã HP học trước	PP giảng dạy	PP đánh giá
I. KIẾN THỨC ĐẠI CƯƠNG (31 tín chỉ: 27 tín chỉ bắt buộc, 4 tín chỉ tự chọn)									
Bắt buộc (tổng 27 tín chỉ)									
1	1050001	Triết học Mác - Lênin	3	31	28	91		Phương pháp giảng dạy: - Phương pháp thuyết giảng tương tác - Phương pháp thảo luận nhóm và giải quyết vấn đề Phương pháp học tập: - Học tập qua việc tự nghiên cứu tài liệu - Học tập hợp tác qua làm việc nhóm	Đánh giá thường kỳ: - Đánh giá chuyên cần và thái độ học tập - Đánh giá bài tập, thảo luận và thuyết trình nhóm Đánh giá cuối kỳ: - Thi tự luận / Trắc nghiệm cuối kỳ

2	1050003	Chủ nghĩa xã hội khoa học	2	21	18	61	1050002	Phương pháp giảng dạy: - Phương pháp thuyết giảng tương tác - Phương pháp thảo luận nhóm và giải quyết vấn đề Phương pháp học tập: - Học tập qua việc tự nghiên cứu tài liệu - Học tập hợp tác qua làm việc nhóm	Đánh giá thường kỳ: - Đánh giá chuyên cần và thái độ học tập - Đánh giá bài tập, thảo luận và thuyết trình nhóm Đánh giá cuối kỳ: - Thi tự luận / Trắc nghiệm cuối kỳ
3	1050002	Kinh tế chính trị Mác - Lênin	2	21	18	61	1050001	Phương pháp giảng dạy: - Phương pháp thuyết giảng tương tác - Phương pháp thảo luận nhóm và giải quyết vấn đề	Đánh giá thường kỳ: - Đánh giá chuyên cần và thái độ học tập - Đánh giá bài tập, thảo luận và thuyết trình nhóm

								Phương pháp học tập: - Học tập qua việc tự nghiên cứu tài liệu - Học tập hợp tác qua làm việc nhóm	Đánh giá cuối kỳ: - Thi tự luận / Trắc nghiệm cuối kỳ
4	1050005	Tư tưởng Hồ Chí Minh	2	21	18	61	1050004	Phương pháp giảng dạy: - Phương pháp thuyết giảng tương tác - Phương pháp thảo luận nhóm và giải quyết vấn đề Phương pháp học tập: - Học tập qua việc tự nghiên cứu tài liệu - Học tập hợp tác qua làm việc nhóm	Đánh giá thường kỳ: - Đánh giá chuyên cần và thái độ học tập - Đánh giá bài tập, thảo luận và thuyết trình nhóm Đánh giá cuối kỳ: - Thi tự luận / Trắc nghiệm cuối kỳ

5	1050004	Lịch sử Đảng cộng sản Việt Nam	2	21	18	61	1050003	Phương pháp giảng dạy: - Phương pháp thuyết giảng tương tác - Phương pháp thảo luận nhóm và giải quyết vấn đề Phương pháp học tập: - Học tập qua việc tự nghiên cứu tài liệu - Học tập hợp tác qua làm việc nhóm	Đánh giá thường kỳ: - Đánh giá chuyên cần và thái độ học tập - Đánh giá bài tập, thảo luận và thuyết trình nhóm Đánh giá cuối kỳ: - Thi tự luận / Trắc nghiệm cuối kỳ
6	10100001	Pháp luật đại cương	2	20	20	60		Phương pháp giảng dạy: - Phương pháp thuyết giảng tương tác - Phương pháp thảo luận nhóm và giải quyết vấn đề	Đánh giá thường kỳ: - Đánh giá chuyên cần và thái độ học tập - Đánh giá bài tập, thảo luận và thuyết trình nhóm

								Phương pháp học tập: - Học tập qua việc tự nghiên cứu tài liệu - Học tập hợp tác qua làm việc nhóm	Đánh giá cuối kỳ: - Thi tự luận / Trắc nghiệm cuối kỳ
7	1030001	Ứng dụng công nghệ số và trí tuệ nhân tạo	2	15	30	55		Phương pháp giảng dạy: - Phương pháp thuyết giảng tương tác - Phương pháp hướng dẫn thực hành tại phòng máy và chuyên đề Phương pháp học tập: - Học tập qua việc tự nghiên cứu tài liệu - Học tập qua rèn luyện thao tác trên phần mềm và thiết bị	Đánh giá thường kỳ: - Đánh giá chuyên cần và thái độ học tập - Đánh giá thực hành, mô phỏng và xử lý tình huống Đánh giá cuối kỳ: - Thi vấn đáp và Thực hành nghiệp vụ cuối kỳ

8	10200001	Đổi mới sáng tạo và khởi nghiệp	2	18	24	58		Phương pháp giảng dạy: - Phương pháp thuyết giảng tương tác - Phương pháp thảo luận nhóm và giải quyết vấn đề Phương pháp học tập: - Học tập qua việc tự nghiên cứu tài liệu - Học tập hợp tác qua làm việc nhóm	Đánh giá thường kỳ: - Đánh giá chuyên cần và thái độ học tập - Đánh giá bài tập, thảo luận và thuyết trình nhóm Đánh giá cuối kỳ: - Đánh giá Bảo vệ Đồ án / Dự án thực tế
9	10406001	Tiếng Anh 1	3	20	50	80		Phương pháp giảng dạy: - Phương pháp thuyết giảng tương tác - Phương pháp thảo luận nhóm và giải quyết vấn đề	Đánh giá thường kỳ: - Đánh giá chuyên cần và thái độ học tập - Đánh giá thực hành, mô phỏng và xử lý tình huống

								Phương pháp học tập: - Học tập qua việc tự nghiên cứu tài liệu - Học tập hợp tác qua làm việc nhóm	Đánh giá cuối kỳ: - Thi vấn đáp và Thực hành nghiệp vụ cuối kỳ
10	10406002	Tiếng Anh 2	3	30	30	90	10400001	Phương pháp giảng dạy: - Phương pháp thuyết giảng tương tác - Phương pháp thảo luận nhóm và giải quyết vấn đề Phương pháp học tập: - Học tập qua việc tự nghiên cứu tài liệu - Học tập hợp tác qua làm việc nhóm	Đánh giá thường kỳ: - Đánh giá chuyên cần và thái độ học tập - Đánh giá thực hành, mô phỏng và xử lý tình huống Đánh giá cuối kỳ: - Thi vấn đáp và Thực hành nghiệp vụ cuối kỳ

11	10100002	Đạo đức nghề nghiệp và Pháp luật về phòng chống tham nhũng	2	20	20	60		Phương pháp giảng dạy: - Phương pháp thuyết giảng tương tác - Phương pháp thảo luận nhóm và giải quyết vấn đề Phương pháp học tập: - Học tập qua việc tự nghiên cứu tài liệu - Học tập hợp tác qua làm việc nhóm - Học tập qua phân tích và giải quyết tình huống	Đánh giá thường kỳ: - Đánh giá chuyên cần và thái độ học tập - Đánh giá bài tập, thảo luận và thuyết trình nhóm Đánh giá cuối kỳ: - Thi tự luận / Trắc nghiệm cuối kỳ
12	10500006	Phương pháp nghiên cứu khoa học	2	15	30	55		Phương pháp giảng dạy: - Phương pháp thuyết giảng tương tác - Phương pháp thảo luận nhóm và giải quyết vấn đề	Đánh giá thường kỳ: - Đánh giá chuyên cần và thái độ học tập

								Phương pháp học tập: - Học tập qua việc tự nghiên cứu tài liệu - Học tập hợp tác qua làm việc nhóm - Học tập qua thực tập và nghiên cứu độc lập	- Đánh giá bài tập, thảo luận và thuyết trình nhóm Đánh giá cuối kỳ: - Đánh giá Tiểu luận / Báo cáo chuyên đề cuối kỳ
13	GDTC	Giáo dục thể chất	3	5	80	65		Phương pháp giảng dạy: - Phương pháp thuyết giảng tương tác - Phương pháp cố vấn và giám sát thực hành, thực tế Phương pháp học tập: - Học tập qua việc tự nghiên cứu tài liệu	Đánh giá thường kỳ: - Đánh giá chuyên cần và thái độ học tập - Đánh giá thực hành, mô phỏng và xử lý tình huống Đánh giá cuối kỳ: - Thi vấn đáp và Thực hành nghiệp vụ cuối kỳ

								- Học tập qua trải nghiệm thực tế và khảo sát	
14	GDAN QP	Giáo dục quốc phòng - An ninh	8	60	120	220		Phương pháp giảng dạy: - Phương pháp thuyết giảng tương tác - Phương pháp cố vấn và giám sát thực hành, thực tế Phương pháp học tập: - Học tập qua việc tự nghiên cứu tài liệu - Học tập qua rèn luyện thao tác trên phần mềm và thiết bị	Đánh giá thường kỳ: - Đánh giá chuyên cần và thái độ học tập - Đánh giá thực hành, mô phỏng và xử lý tình huống Đánh giá cuối kỳ: - Thi vấn đáp và Thực hành nghiệp vụ cuối kỳ
<i>(Tự chọn) Kiến thức Đại cương - 4 tín chỉ</i>									
15	10300002	Năng lực số và khai thác tài	2	15	30	55		Phương pháp giảng dạy: - Phương pháp thuyết giảng tương tác	Đánh giá thường kỳ: - Đánh giá chuyên cần và thái độ học tập

		nguyên giáo dục mở						- Phương pháp hướng dẫn thực hành tại phòng máy và chuyên đề Phương pháp học tập: - Học tập qua việc tự nghiên cứu tài liệu - Học tập hợp tác qua làm việc nhóm - Học tập qua rèn luyện thao tác trên phần mềm và thiết bị	- Đánh giá thực hành, mô phỏng và xử lý tình huống Đánh giá cuối kỳ: - Đánh giá Tiểu luận / Báo cáo chuyên đề cuối kỳ
16	10500007	Nhập môn phát triển bền vững	2	20	20	60		Phương pháp giảng dạy: - Phương pháp thuyết giảng tương tác - Phương pháp thảo luận nhóm và giải quyết vấn đề Phương pháp học tập:	Đánh giá thường kỳ: - Đánh giá chuyên cần và thái độ học tập - Đánh giá bài tập, thảo luận và thuyết trình nhóm Đánh giá cuối kỳ:

								- Học tập qua việc tự nghiên cứu tài liệu - Học tập hợp tác qua làm việc nhóm	- Thi tự luận / Trắc nghiệm cuối kỳ
17	10200008	Kỹ năng mềm trong kỷ nguyên số	2	15	30	55		Phương pháp giảng dạy: - Phương pháp thuyết giảng tương tác - Phương pháp thảo luận nhóm và giải quyết vấn đề Phương pháp học tập: - Học tập qua việc tự nghiên cứu tài liệu - Học tập hợp tác qua làm việc nhóm	Đánh giá thường kỳ: - Đánh giá chuyên cần và thái độ học tập - Đánh giá bài tập, thảo luận và thuyết trình nhóm Đánh giá cuối kỳ: - Đánh giá Tiểu luận / Báo cáo chuyên đề cuối kỳ

II. KIẾN THỨC CƠ SỞ NGÀNH (27 tín chỉ: 21 tín chỉ bắt buộc, 6 tín chỉ tự chọn)

Bắt buộc (tổng 21 tín chỉ)

18	10500009	Cơ sở văn hóa Việt Nam	3	30	30	90		Phương pháp giảng dạy: - Phương pháp thuyết giảng tương tác - Phương pháp dạy học qua tình huống thực tiễn, thảo luận nhóm, dạy học trải nghiệm. Phương pháp học tập: - Học tập qua việc tự nghiên cứu tài liệu, học tập phản tư. - Học tập hợp tác qua làm việc nhóm, trải nghiệm - Học tập qua trải nghiệm thực tế và khảo sát	Đánh giá thường kỳ: - Đánh giá chuyên cần và thái độ học tập - Đánh giá bài tập, thảo luận và thuyết trình nhóm Đánh giá cuối kỳ: - Thi tự luận / Trắc nghiệm cuối kỳ
19	10917101	Truyền thông trong bối cảnh số	3	30	30	90		Phương pháp giảng dạy: - Phương pháp thuyết giảng tương tác	Đánh giá thường kỳ: - Đánh giá chuyên cần và thái độ học tập

								- Phương pháp dạy học qua tình huống thực tiễn, thảo luận nhóm, dạy học trải nghiệm. Phương pháp học tập: - Học tập qua việc tự nghiên cứu tài liệu, học tập phản tư. - Học tập hợp tác qua làm việc nhóm, trải nghiệm - Học tập qua trải nghiệm thực tế và khảo sát	- Đánh giá bài tập, thảo luận và thuyết trình nhóm Đánh giá cuối kỳ: - Thi tự luận / Tiểu luận/ Thuyết trình nhóm
20	10917102	Xã hội học truyền thông	3	30	30	90		Phương pháp giảng dạy: - Phương pháp thuyết giảng tương tác - Phương pháp dạy học qua tình huống thực tiễn, thảo luận nhóm, dạy học trải nghiệm.	Đánh giá thường kỳ: - Đánh giá chuyên cần và thái độ học tập - Đánh giá bài tập, thảo luận và thuyết trình nhóm

								Phương pháp học tập: - Học tập qua việc tự nghiên cứu tài liệu, học tập phản tư. - Học tập hợp tác qua làm việc nhóm, trải nghiệm - Học tập qua trải nghiệm thực tế và khảo sát	Đánh giá cuối kỳ: - Thi tự luận / Tiểu luận/ Thuyết trình nhóm
21	10918103	Quan hệ công chúng đại cương	3	30	30	90		Phương pháp giảng dạy: - Phương pháp thuyết giảng tương tác - Phương pháp dạy học qua tình huống thực tiễn, thảo luận nhóm, dạy học trải nghiệm. Phương pháp học tập: - Học tập qua việc tự nghiên cứu tài liệu, học tập phản tư.	Đánh giá thường kỳ: - Đánh giá chuyên cần và thái độ học tập - Đánh giá bài tập, thảo luận và thuyết trình nhóm Đánh giá cuối kỳ: - Thi tự luận / Tiểu luận/ Thuyết trình nhóm

								- Học tập hợp tác qua làm việc nhóm, trải nghiệm - Học tập qua trải nghiệm thực tế và khảo sát	
22	10917104	Tâm lý học truyền thông	3	30	30	90		Phương pháp giảng dạy: - Phương pháp thuyết giảng tương tác, tình huống, mô phỏng và nhập vai. - Phương pháp thảo luận nhóm và giải quyết vấn đề Phương pháp học tập: - Học tập qua việc tự nghiên cứu tài liệu, trải nghiệm và phản tư. - Học tập hợp tác qua làm việc nhóm	Đánh giá thường kỳ: - Đánh giá chuyên cần và thái độ học tập - Đánh giá bài tập, thảo luận và thuyết trình nhóm Đánh giá cuối kỳ: - Thi tự luận / Trắc nghiệm cuối kỳ/ Tiểu luận/ Thuyết trình nhóm
23	10918104	Quản trị marketing	3	30	30	90		Phương pháp giảng dạy:	Đánh giá thường kỳ:

								- Phương pháp thuyết giảng định hướng ứng dụng. - Phương pháp học theo dự án. - Phương pháp dạy học qua tình huống thực tiễn, mô phỏng và thực hành Marketing. Phương pháp học tập: - Học tập qua việc tự nghiên cứu tài liệu, trải nghiệm. - Học tập hợp tác qua làm việc nhóm - Học tập qua phân tích và giải quyết tình huống	- Đánh giá chuyên cần và thái độ học tập - Đánh giá thực hành, mô phỏng và xử lý tình huống Đánh giá cuối kỳ: - Thi tự luận / Trắc nghiệm cuối kỳ/ Tiểu luận/ Thuyết trình nhóm
24	10917106	Pháp luật và đạo đức truyền thông	3	30	30	90		Phương pháp giảng dạy: - Phương pháp thuyết giảng tương tác, tình huống, mô phỏng quản trị.	Đánh giá thường kỳ: - Đánh giá chuyên cần và thái độ học tập

								- Phương pháp thảo luận nhóm và giải quyết vấn đề Phương pháp học tập: - Học tập qua việc tự nghiên cứu tài liệu, trải nghiệm và phản tư. - Học tập hợp tác qua làm việc nhóm	- Đánh giá bài tập, thảo luận và thuyết trình nhóm Đánh giá cuối kỳ: - Thi tự luận / Trắc nghiệm cuối kỳ/ Tiểu luận/ Thuyết trình nhóm
(Tự chọn) Kiến thức Cơ sở ngành - 6 tín chỉ									
25	10917107	Quản trị dữ liệu truyền thông số	3	30	30	90		Phương pháp giảng dạy: - Phương pháp thuyết giảng tương tác, tình huống, mô phỏng quản trị. - Phương pháp thảo luận nhóm và giải quyết vấn đề Phương pháp học tập:	Đánh giá thường kỳ: - Đánh giá chuyên cần và thái độ học tập - Đánh giá bài tập, thảo luận và thuyết trình nhóm Đánh giá cuối kỳ:

								- Học tập qua việc tự nghiên cứu tài liệu, trải nghiệm và phản tư. - Học tập hợp tác qua làm việc nhóm	- Thi tự luận / Trắc nghiệm cuối kỳ/ Tiểu luận/ Thuyết trình nhóm
26	10917301	Nhập môn truyền thông đa phương tiện	3	30	30	90		Phương pháp giảng dạy: - Phương pháp thuyết giảng tương tác, tình huống, mô phỏng quản trị. - Phương pháp thảo luận nhóm và giải quyết vấn đề Phương pháp học tập: - Học tập qua việc tự nghiên cứu tài liệu, trải nghiệm và phản tư. - Học tập hợp tác qua làm việc nhóm	Đánh giá thường kỳ: - Đánh giá chuyên cần và thái độ học tập - Đánh giá bài tập, thảo luận và thuyết trình nhóm Đánh giá cuối kỳ: - Thi tự luận / Trắc nghiệm cuối kỳ/ Tiểu luận/ Thuyết trình nhóm
27	10918105	Truyền thông liên văn hoá	3	30	30	90		Phương pháp giảng dạy:	Đánh giá thường kỳ:

								- Phương pháp thuyết giảng tương tác, tình huống, mô phỏng quản trị. - Phương pháp thảo luận nhóm và giải quyết vấn đề Phương pháp học tập: - Học tập qua việc tự nghiên cứu tài liệu, trải nghiệm và phản tư. - Học tập hợp tác qua làm việc nhóm	- Đánh giá chuyên cần và thái độ học tập - Đánh giá bài tập, thảo luận và thuyết trình nhóm Đánh giá cuối kỳ: - Thi tự luận / Trắc nghiệm cuối kỳ/ Tiểu luận/ Thuyết trình nhóm
28	10232002	Quản trị học	3	30	30	90		Phương pháp giảng dạy: - Phương pháp thuyết giảng tương tác, tình huống, mô phỏng quản trị. - Phương pháp thảo luận nhóm và giải quyết vấn đề	Đánh giá thường kỳ: - Đánh giá chuyên cần và thái độ học tập - Đánh giá bài tập, thảo luận và thuyết trình nhóm

								Phương pháp học tập: - Học tập qua việc tự nghiên cứu tài liệu, trải nghiệm và phản tư. - Học tập hợp tác qua làm việc nhóm	Đánh giá cuối kỳ: - Thi tự luận / Trắc nghiệm cuối kỳ/ Tiểu luận/ Thuyết trình nhóm
III. KIẾN THỨC CHUYÊN NGÀNH (48 tín chỉ: 39 tín chỉ bắt buộc, 9 tín chỉ tự chọn, trong đó bắt buộc chung 7HP/ 21TC, bắt buộc chuyên ngành 6HP/18 TC, tự chọn 3HP/ 9TC)									
<i>Kiến thức chuyên ngành chung: 7 HP/ 21 TC</i>									
29	10918301	Giải mã nguyên lý Quan hệ công chúng	3	30	30	90	10918103	Phương pháp giảng dạy: - Phương pháp thuyết giảng tương tác, tình huống, mô phỏng quản trị. - Phương pháp thảo luận nhóm và giải quyết vấn đề Phương pháp học tập:	Đánh giá thường kỳ: - Đánh giá chuyên cần và thái độ học tập - Đánh giá bài tập, thảo luận và thuyết trình nhóm Đánh giá cuối kỳ:

								- Học tập qua việc tự nghiên cứu tài liệu, trải nghiệm và phản tư. - Học tập hợp tác qua làm việc nhóm	- Thi tự luận / Trắc nghiệm cuối kỳ/ Tiểu luận/ Thuyết trình nhóm
30	10918302	Xây dựng kế hoạch Quan hệ công chúng	3	15	60	90	10918103	Phương pháp giảng dạy: - Phương pháp thuyết giảng tương tác - Phương pháp thảo luận nhóm và giải quyết vấn đề - Phương pháp dạy học qua tình huống thực tiễn, mô phỏng thực địa. - Phương pháp dạy học theo dự án Phương pháp học tập: - Học tập qua việc tự nghiên cứu tài liệu	Đánh giá thường kỳ: - Đánh giá chuyên cần và thái độ học tập - Đánh giá bài tập, thảo luận và thuyết trình nhóm Đánh giá cuối kỳ: - Tiểu luận / Dự án thực tế/ Thuyết trình bài tập lớn

								- Học tập hợp tác qua làm việc nhóm - Học tập phản biện - Học tập trải nghiệm.	
31	10918303	Kỹ năng viết cho Quan hệ công chúng	3	15	60	90		Phương pháp giảng dạy: - Thuyết trình kết hợp minh họa thực tiễn - Dạy học theo tình huống - Học tập theo dự án - Thảo luận và phản biện Phương pháp học tập: - Học tập qua việc tự nghiên cứu tài liệu, tự học có hướng dẫn. - Học tập hợp tác qua làm việc nhóm - Học tập phản biện	Đánh giá thường kỳ: - Đánh giá chuyên cần và thái độ học tập - Đánh giá bài tập, thảo luận và thuyết trình nhóm Đánh giá cuối kỳ: - Đánh giá Tiểu luận / Báo cáo sản phẩm hoặc chuyên đề cuối kỳ

32	10917303	Chiến lược nội dung xuyên nền tảng	3	30	30	90		Phương pháp giảng dạy: - Phương pháp thuyết giảng tương tác, tình huống. - Học tập theo dự án. - Phương pháp hướng dẫn thực hành tại phòng máy và chuyên đề Phương pháp học tập: - Học tập qua việc tự nghiên cứu tài liệu, học tập phản biện. - Học tập thông qua thực hiện dự án, học tập cộng tác. - Học tập qua rèn luyện thao tác trên phần mềm và thiết bị	Đánh giá thường kỳ: - Đánh giá chuyên cần và thái độ học tập - Đánh giá thực hành, mô phỏng và xử lý tình huống Đánh giá cuối kỳ: - Tiểu luận/ Sản phẩm thực hành nghiệp vụ/ Báo cáo cuối kỳ
33	10917304	Kỹ năng sản xuất video đa nền tảng	3	15	60	90		Phương pháp giảng dạy:	Đánh giá thường kỳ:

								- Phương pháp thuyết giảng tương tác, tình huống. - Học tập theo dự án. - Phương pháp hướng dẫn thực hành tại phòng máy và chuyên đề Phương pháp học tập: - Học tập qua việc tự nghiên cứu tài liệu, học tập phản biện. - Học tập thông qua thực hiện dự án, học tập cộng tác. - Học tập qua rèn luyện thao tác trên phần mềm và thiết bị	- Đánh giá chuyên cần và thái độ học tập - Đánh giá thực hành, mô phỏng và xử lý tình huống Đánh giá cuối kỳ: - Tiểu luận/ Sản phẩm thực hành nghiệp vụ/ Báo cáo dự án cuối kỳ
34	10918306	Quản trị sự kiện và dự án sáng tạo	3	15	60	90		Phương pháp giảng dạy: - Phương pháp thuyết giảng tương tác, tình huống. - Học tập theo dự án.	Đánh giá thường kỳ: - Đánh giá chuyên cần và thái độ học tập

								- Phương pháp hướng dẫn thực hành tại phòng máy và chuyên đề Phương pháp học tập: - Học tập qua việc tự nghiên cứu tài liệu, học tập phản biện. - Học tập thông qua thực hiện dự án, học tập cộng tác. - Học tập qua rèn luyện thao tác trên phần mềm và thiết bị	- Đánh giá thực hành, mô phỏng và xử lý tình huống Đánh giá cuối kỳ: - Tiểu luận/ Sản phẩm thực hành nghiệp vụ/ Báo cáo dự án cuối kỳ
35	10917315	Truyền thông thị giác cho thương hiệu	3	15	60	90		Phương pháp giảng dạy: - Phương pháp thuyết giảng tương tác, tình huống. - Học tập theo dự án. - Phương pháp hướng dẫn thực hành tại phòng máy và chuyên đề	Đánh giá thường kỳ: - Đánh giá chuyên cần và thái độ học tập - Đánh giá thực hành, mô phỏng và xử lý tình huống Đánh giá cuối kỳ:

								Phương pháp học tập: - Học tập qua việc tự nghiên cứu tài liệu, học tập phản biện. - Học tập thông qua thực hiện dự án, học tập cộng tác. - Học tập qua rèn luyện thao tác trên phần mềm và thiết bị	- Tiểu luận/ Sản phẩm thực hành nghiệp vụ/ Báo cáo dự án cuối kỳ
Sinh viên được chọn 1 trong 2 chuyên ngành: Truyền thông Doanh nghiệp hoặc Truyền thông Sáng tạo									
Chuyên ngành 1: Truyền thông doanh nghiệp - 18 tín chỉ/ 6 học phần bắt buộc									
36	10918308	Xây dựng và phát triển thương hiệu	3	30	30	90		Phương pháp giảng dạy: - Thuyết trình kết hợp minh họa thực tiễn - Dạy học theo tình huống - Học tập theo dự án - Thảo luận và phản biện	Đánh giá thường kỳ: - Đánh giá chuyên cần và thái độ học tập - Đánh giá bài tập, thảo luận và thuyết trình nhóm Đánh giá cuối kỳ:

								Phương pháp học tập: - Học tập qua việc tự nghiên cứu tài liệu, tự học có hướng dẫn. - Học tập hợp tác qua làm việc nhóm - Học tập phản biện	- Đánh giá Tiểu luận / Báo cáo sản phẩm hoặc chuyên đề cuối kỳ
37	10918309	Văn hóa tổ chức và truyền thông nội bộ	3	30	30	90		Phương pháp giảng dạy: - Thuyết trình kết hợp minh họa thực tiễn - Dạy học theo tình huống - Học tập theo dự án - Thảo luận và phản biện Phương pháp học tập: - Học tập qua việc tự nghiên cứu tài liệu, tự học có hướng dẫn.	Đánh giá thường kỳ: - Đánh giá chuyên cần và thái độ học tập - Đánh giá bài tập, thảo luận và thuyết trình nhóm Đánh giá cuối kỳ: - Đánh giá Tiểu luận / Báo cáo sản phẩm hoặc chuyên đề cuối kỳ

								- Học tập hợp tác qua làm việc nhóm - Học tập phản biện	
38	10918310	Quản trị khủng hoảng	3	30	30	90		Phương pháp giảng dạy: - Thuyết trình kết hợp minh họa thực tiễn - Dạy học theo tình huống - Học tập theo dự án - Thảo luận và phản biện Phương pháp học tập: - Học tập qua việc tự nghiên cứu tài liệu, tự học có hướng dẫn. - Học tập hợp tác qua làm việc nhóm - Học tập phản biện	Đánh giá thường kỳ: - Đánh giá chuyên cần và thái độ học tập - Đánh giá bài tập, thảo luận và thuyết trình nhóm Đánh giá cuối kỳ: - Đánh giá Tiểu luận / Báo cáo sản phẩm hoặc chuyên đề cuối kỳ

39	10918311	Sáng tạo nội dung lan truyền	3	15	60	90		Phương pháp giảng dạy: - Phương pháp thuyết giảng tương tác, tình huống. - Học tập theo dự án. - Phương pháp hướng dẫn thực hành tại phòng máy và chuyên đề Phương pháp học tập: - Học tập qua việc tự nghiên cứu tài liệu, học tập phân biện. - Học tập thông qua thực hiện dự án, học tập cộng tác. - Học tập qua rèn luyện thao tác trên phần mềm và thiết bị	Đánh giá thường kỳ: - Đánh giá chuyên cần và thái độ học tập - Đánh giá thực hành, mô phỏng và xử lý tình huống Đánh giá cuối kỳ: - Tiểu luận/ Sản phẩm thực hành nghiệp vụ/ Báo cáo dự án cuối kỳ
40	10918312	Quản trị quan hệ truyền thông đại chúng	3	30	30	90		Phương pháp giảng dạy: - Thuyết trình kết hợp minh họa thực tiễn	Đánh giá thường kỳ: - Đánh giá chuyên cần và thái độ học tập

								- Dạy học theo tình huống - Học tập theo dự án - Thảo luận và phản biện Phương pháp học tập: - Học tập qua việc tự nghiên cứu tài liệu, tự học có hướng dẫn. - Học tập hợp tác qua làm việc nhóm - Học tập phản biện	- Đánh giá bài tập, thảo luận và thuyết trình nhóm Đánh giá cuối kỳ: - Đánh giá Tiểu luận / Báo cáo sản phẩm hoặc chuyên đề cuối kỳ
41	10918313	Quan hệ cộng đồng và trách nhiệm xã hội	3	30	30	90		Phương pháp giảng dạy: - Thuyết trình kết hợp minh họa thực tiễn - Dạy học theo tình huống - Học tập theo dự án - Thảo luận và phản biện	Đánh giá thường kỳ: - Đánh giá chuyên cần và thái độ học tập - Đánh giá bài tập, thảo luận và thuyết trình nhóm

								Phương pháp học tập: - Học tập qua việc tự nghiên cứu tài liệu, tự học có hướng dẫn. - Học tập hợp tác qua làm việc nhóm - Học tập phản biện	Đánh giá cuối kỳ: - Đánh giá Tiểu luận / Báo cáo sản phẩm hoặc chuyên đề cuối kỳ
Chuyên ngành 2: Truyền thông văn hóa sáng tạo - 18 tín chỉ/ 6 học phần bắt buộc									
42	10918314	Quản trị truyền thông sức khỏe và lối sống	3	30	30	90		Phương pháp giảng dạy: - Thuyết trình kết hợp minh họa thực tiễn - Dạy học theo tình huống - Học tập theo dự án - Thảo luận và phản biện Phương pháp học tập: - Học tập qua việc tự nghiên cứu tài liệu, tự học có hướng dẫn.	Đánh giá thường kỳ: - Đánh giá chuyên cần và thái độ học tập - Đánh giá bài tập, thảo luận và thuyết trình nhóm Đánh giá cuối kỳ:

								- Học tập hợp tác qua làm việc nhóm - Học tập phản biện	- Đánh giá Tiểu luận / Báo cáo sản phẩm hoặc chuyên đề cuối kỳ
43	10918315	PR và tiếp thị điểm đến, dịch vụ hiện đại	3	30	30	90		Phương pháp giảng dạy: - Thuyết trình kết hợp minh họa thực tiễn - Dạy học theo tình huống - Học tập theo dự án - Thảo luận và phản biện Phương pháp học tập: - Học tập qua việc tự nghiên cứu tài liệu, tự học có hướng dẫn. - Học tập hợp tác qua làm việc nhóm - Học tập phản biện	Đánh giá thường kỳ: - Đánh giá chuyên cần và thái độ học tập - Đánh giá bài tập, thảo luận và thuyết trình nhóm Đánh giá cuối kỳ: - Đánh giá Tiểu luận / Báo cáo sản phẩm hoặc chuyên đề cuối kỳ

44	10918316	Chiến lược PR trong công nghiệp giải trí và điện ảnh	3	30	30	90	Phương pháp giảng dạy: - Thuyết trình kết hợp minh họa thực tiễn - Dạy học theo tình huống - Học tập theo dự án - Thảo luận và phản biện Phương pháp học tập: - Học tập qua việc tự nghiên cứu tài liệu, tự học có hướng dẫn. - Học tập hợp tác qua làm việc nhóm - Học tập phản biện	Đánh giá thường kỳ: - Đánh giá chuyên cần và thái độ học tập - Đánh giá bài tập, thảo luận và thuyết trình nhóm Đánh giá cuối kỳ: - Đánh giá Tiểu luận / Báo cáo sản phẩm hoặc chuyên đề cuối kỳ
45	10918317	PR âm nhạc và tiếp thị đa nền tảng	3	30	30	90	Phương pháp giảng dạy: - Thuyết trình kết hợp minh họa thực tiễn - Dạy học theo tình huống	Đánh giá thường kỳ: - Đánh giá chuyên cần và thái độ học tập

								- Học tập theo dự án - Thảo luận và phản biện Phương pháp học tập: - Học tập qua việc tự nghiên cứu tài liệu, tự học có hướng dẫn. - Học tập hợp tác qua làm việc nhóm - Học tập phản biện	- Đánh giá bài tập, thảo luận và thuyết trình nhóm Đánh giá cuối kỳ: - Đánh giá Tiểu luận / Báo cáo sản phẩm hoặc chuyên đề cuối kỳ
46	10918318	Chiến lược PR trong sản xuất game và thể thao điện tử	3	30	30	90		Phương pháp giảng dạy: - Thuyết trình kết hợp minh họa thực tiễn - Dạy học theo tình huống - Học tập theo dự án - Thảo luận và phản biện Phương pháp học tập:	Đánh giá thường kỳ: - Đánh giá chuyên cần và thái độ học tập - Đánh giá bài tập, thảo luận và thuyết trình nhóm Đánh giá cuối kỳ:

								- Học tập qua việc tự nghiên cứu tài liệu, tự học có hướng dẫn. - Học tập hợp tác qua làm việc nhóm - Học tập phản biện	- Đánh giá Tiểu luận / Báo cáo sản phẩm hoặc chuyên đề cuối kỳ
47	10918319	Quản trị thương hiệu cá nhân và đại sứ thương hiệu	3	30	30	90		Phương pháp giảng dạy: - Thuyết trình kết hợp minh họa thực tiễn - Dạy học theo tình huống - Học tập theo dự án - Thảo luận và phản biện Phương pháp học tập: - Học tập qua việc tự nghiên cứu tài liệu, tự học có hướng dẫn. - Học tập hợp tác qua làm việc nhóm	Đánh giá thường kỳ: - Đánh giá chuyên cần và thái độ học tập - Đánh giá bài tập, thảo luận và thuyết trình nhóm Đánh giá cuối kỳ: - Đánh giá Tiểu luận / Báo cáo sản phẩm hoặc chuyên đề cuối kỳ

								- Học tập phản biện	
Học phần tự chọn dành cho cả hai chuyên ngành, SV chọn 9 tín chỉ/ 3 học phần									
48	10918320	Kỹ nghệ livestream và phát triển kênh cá nhân	3	15	60	75		Phương pháp giảng dạy: - Phương pháp thuyết giảng tương tác, tình huống. - Học tập theo dự án. - Phương pháp hướng dẫn thực hành tại phòng máy và chuyên đề Phương pháp học tập: - Học tập qua việc tự nghiên cứu tài liệu, học tập phản biện. - Học tập thông qua thực hiện dự án, học tập cộng tác. - Học tập qua rèn luyện thao tác trên phần mềm và thiết bị	Đánh giá thường kỳ: - Đánh giá chuyên cần và thái độ học tập - Đánh giá thực hành, mô phỏng và xử lý tình huống Đánh giá cuối kỳ: - Tiểu luận/ Sản phẩm thực hành nghiệp vụ/ Báo cáo dự án cuối kỳ

49	10917314	Ứng dụng AI trong sáng tạo truyền thông	3	15	60	75		Phương pháp giảng dạy: - Phương pháp thuyết giảng tương tác, tình huống. - Học tập theo dự án. - Phương pháp hướng dẫn thực hành tại phòng máy và chuyên đề Phương pháp học tập: - Học tập qua việc tự nghiên cứu tài liệu, học tập phân biện. - Học tập thông qua thực hiện dự án, học tập cộng tác. - Học tập qua rèn luyện thao tác trên phần mềm và thiết bị	Đánh giá thường kỳ: - Đánh giá chuyên cần và thái độ học tập - Đánh giá thực hành, mô phỏng và xử lý tình huống Đánh giá cuối kỳ: - Tiểu luận/ Sản phẩm thực hành nghiệp vụ/ Báo cáo dự án cuối kỳ
50	10918322	Nghệ thuật kể chuyện số	3	15	60	75		Phương pháp giảng dạy: - Phương pháp thuyết giảng tương tác, tình huống.	Đánh giá thường kỳ: - Đánh giá chuyên cần và thái độ học tập

								- Học tập theo dự án. - Phương pháp hướng dẫn thực hành tại phòng máy và chuyên đề Phương pháp học tập: - Học tập qua việc tự nghiên cứu tài liệu, học tập phản biện. - Học tập thông qua thực hiện dự án, học tập cộng tác. - Học tập qua rèn luyện thao tác trên phần mềm và thiết bị	- Đánh giá thực hành, mô phỏng và xử lý tình huống Đánh giá cuối kỳ: - Tiểu luận/ Sản phẩm thực hành nghiệp vụ/ Báo cáo dự án cuối kỳ
51	10918323	Quản trị trải nghiệm và tương tác số	3	30	30	90		Phương pháp giảng dạy: - Phương pháp thuyết giảng tương tác, tình huống. - Học tập theo dự án. - Phương pháp hướng dẫn thực hành tại phòng máy và chuyên đề	Đánh giá thường kỳ: - Đánh giá chuyên cần và thái độ học tập - Đánh giá thực hành, mô phỏng và xử lý tình huống

								Phương pháp học tập: - Học tập qua việc tự nghiên cứu tài liệu, học tập phản biện. - Học tập thông qua thực hiện dự án, học tập cộng tác. - Học tập qua rèn luyện thao tác trên phần mềm và thiết bị	Đánh giá cuối kỳ: - Tiểu luận/ Sản phẩm thực hành nghiệp vụ/ Báo cáo dự án cuối kỳ
52	10918324	Quản trị và vận hành hệ sinh thái kênh số	3	30	30	90		Phương pháp giảng dạy: - Phương pháp thuyết giảng tương tác, tình huống. - Học tập theo dự án. - Phương pháp hướng dẫn thực hành tại phòng máy và chuyên đề Phương pháp học tập:	Đánh giá thường kỳ: - Đánh giá chuyên cần và thái độ học tập - Đánh giá thực hành, mô phỏng và xử lý tình huống Đánh giá cuối kỳ:

								- Học tập qua việc tự nghiên cứu tài liệu, học tập phản biện. - Học tập thông qua thực hiện dự án, học tập cộng tác. - Học tập qua rèn luyện thao tác trên phần mềm và thiết bị	- Tiểu luận/ Sản phẩm thực hành nghiệp vụ/ Báo cáo dự án cuối kỳ
53	10918325	Quản trị năng lượng và sức bền trong nghề truyền thông	3	15	60	75		Phương pháp giảng dạy: - Thuyết trình kết hợp minh họa thực tiễn - Dạy học theo tình huống Phương pháp học tập: - Học tập qua việc tự nghiên cứu tài liệu - Học tập hợp tác qua làm việc nhóm, cộng tác thảo luận. - Học tập qua phân tích và giải quyết tình huống	Đánh giá thường kỳ: - Đánh giá chuyên cần và thái độ học tập - Đánh giá thực hành, mô phỏng và xử lý tình huống Đánh giá cuối kỳ: - Tiểu luận/ Thuyết trình/ Vấn đáp

								- Học tập phản biện	
IV. TỐT NGHIỆP (14 tín chỉ)									
<i>Bắt buộc: 2 HP/ 9 TC</i>									
54	10918601	Dự án trải nghiệm thực chiến nghề nghiệp	3	0	90	45		Phương pháp giảng dạy: - Hướng dẫn kiến tập thực tế, trải nghiệm tại doanh nghiệp - Học tập trải nghiệm nghề nghiệp - Hướng dẫn cá nhân - Đánh giá thực tiễn tại doanh nghiệp. Phương pháp học tập: - Học tập trải nghiệm tại doanh nghiệp - Học tập phản tư - Học tập cộng tác	Đánh giá thường kỳ: - Đánh giá của doanh nghiệp hoặc giảng viên dẫn đoàn tại nơi kiến tập, thực tập thực tế Đánh giá cuối kỳ: - Đánh giá báo cáo kết quả đợt thực tập thực tế

56	10918603	Khóa luận tốt nghiệp ngành Quan hệ công chúng	5	0	150	100	Phương pháp giảng dạy: - Phương pháp dạy học theo dự án - Phương pháp cố vấn và giám sát, thẩm định và duyệt kết quả nghiên cứu Phương pháp học tập: - Học tập qua việc tự nghiên cứu tài liệu - Học tập thông qua thực hiện dự án khảo sát thực tế - Học tập qua nghiên cứu độc lập bằng PPNCKH	Đánh giá cuối kỳ: - Đánh giá văn bản Khóa luận tốt nghiệp - Đánh giá việc trình bày và bảo vệ Khóa luận tốt nghiệp
57	10918604	Dự án truyền thông ứng dụng chuyên ngành	5	0	150	100	Phương pháp giảng dạy: - Phương pháp dạy học theo dự án - Phương pháp cố vấn và giám sát, thẩm định và duyệt kết quả nghiên cứu, thực nghiệm	Đánh giá cuối kỳ: - Đánh giá văn bản báo cáo dự án, thuyết minh giải pháp và minh

								Phương pháp học tập: - Học tập qua việc tự nghiên cứu tài liệu - Học tập thông qua xây dựng, triển khai dự án trong thực tế hoặc đề xuất giải pháp - Học tập qua việc sử dụng các kỹ thuật, ứng dụng công nghệ AI để sáng tạo ra sản phẩm	chứng sản phẩm của dự án. - Đánh giá qua việc trình bày và bảo vệ kết quả dự án
--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

2.3 Ma trận thể hiện sự đóng góp của các học phần vào chuẩn đầu ra của chương trình đào tạo

I (Introduce): học phần dạy kiến thức và/hay kỹ năng cho người học ở mức đơn giản làm cơ sở cho việc đạt được chuẩn đầu ra của chương trình đào tạo;

P (Practice): học phần dạy kiến thức và/hay kỹ năng cho người học ở mức cơ bản hay nâng cao;

M (Master): học phần dạy kiến thức và/hay kỹ năng cho người học ở mức nâng cao, đóng góp quan trọng cho việc đạt được chuẩn đầu ra của chương trình đào tạo.

Bảng 7. Ma trận thể hiện sự đóng góp của các học phần vào chuẩn đầu ra của chương trình đào tạo

TT	Mã học phần	Tên học phần	T C	H K	PLO1		PLO2		PLO3		PLO4		PLO5		PLO6		PLO7		PLO8	
					K1 .1	K1 .2	K2 .1	K2 .2	K3 .1	K3 .2	S1. 1	S1. 2	S2. 1	S2. 2	S3. 1	S3. 2	A1. 1	A1. 2	A2. 1	A2. 2
1	10500001	Triết học Mác - Lênin	3	1	I													I	I	
2	10300001	Ứng dụng công nghệ số và trí tuệ nhân tạo	2	1		I										I				I
3	10406001	Tiếng Anh 1	3	1											I					I
4	10500003	Chủ nghĩa xã hội khoa học	2	1		P										P				P
5	10917101	Truyền thông trong bối cảnh số	3	1				I			I								I	
6	10918103	Quan hệ công chúng đại cương	3	1	I														I	
7	10500002	Kinh tế chính trị Mác - Lênin	2	2														I	I	
8	10406002	Tiếng Anh 2	3	2	I												I			

TT	Mã học phần	Tên học phần	T C	H K	PLO1		PLO2		PLO3		PLO4		PLO5		PLO6		PLO7		PLO8	
					K1 .1	K1 .2	K2 .1	K2 .2	K3 .1	K3 .2	S1. 1	S1. 2	S2. 1	S2. 2	S3. 1	S3. 2	A1. 1	A1. 2	A2. 1	A2. 2
17	10500007	Nhập môn phát triển bền vững	2	3	P														P	
18	10200008	Kĩ năng mềm trong kỷ nguyên số	2	3		P				P										P
19	10500004	Lịch sử Đảng Cộng sản Việt Nam	2	4		P							P							P
20	10100001	Pháp luật đại cương	2	4			I		I											I
21	10918302	Xây dựng kế hoạch Quan hệ công chúng	3	4						P									P	
22	10918303	Kỹ năng viết cho Quan hệ công chúng	3	4				I					P	I						P
23	10917303	Chiến lược nội dung xuyên nền tảng	3	4							P			P	P					P

TT	Mã học phần	Tên học phần	T C	H K	PLO1		PLO2		PLO3		PLO4		PLO5		PLO6		PLO7		PLO8	
					K1	K1	K2	K2	K3	K3	S1.	S1.	S2.	S2.	S3.	S3.	A1.	A1.	A2.	A2.
					.1	.2	.1	.2	.1	.2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2
24	10917304	Kỹ năng sản xuất video đa nền tảng	3	5											M				M	
25	10918308	Xây dựng và phát triển thương hiệu	3	5		I		P			P				P					P
26	10918315	PR và tiếp thị điểm đến, dịch vụ hiện đại	3	5							M					M				M
27	10917107	Quản trị dữ liệu truyền thông số	3	5		I		P			P				P					P
28	10917301	Nhập môn truyền thông đa phương tiện	3	5						I		I								I
29	10918105	Truyền thông liên văn hoá	3	5					P							P				
30	10232002	Quản trị học	3	5		I		I					P						I	
31	10500005	Tư tưởng Hồ Chí Minh	2	6				I		I				I						I

TT	Mã học phần	Tên học phần	T C	H K	PLO1		PLO2		PLO3		PLO4		PLO5		PLO6		PLO7		PLO8	
					K1 .1	K1 .2	K2 .1	K2 .2	K3 .1	K3 .2	S1. 1	S1. 2	S2. 1	S2. 2	S3. 1	S3. 2	A1. 1	A1. 2	A2. 1	A2. 2
32	10100002	Đạo đức nghề nghiệp và Pháp luật về phòng chống tham nhũng	2	6							M					M				M
33	10917315	Truyền thông thị giác cho thương hiệu	3	6		I							I				I			
34	10918320	Kỹ nghệ livestream và phát triển kênh cá nhân	3	6						M					M				M	
35	10917314	Ứng dụng AI trong sáng tạo truyền thông	3	6								M	M					M	M	
36	10918322	Nghệ thuật kể chuyện số	3	6				M			M					M				M

TT	Mã học phần	Tên học phần	T C	H K	PLO1		PLO2		PLO3		PLO4		PLO5		PLO6		PLO7		PLO8	
					K1 .1	K1 .2	K2 .1	K2 .2	K3 .1	K3 .2	S1. 1	S1. 2	S2. 1	S2. 2	S3. 1	S3. 2	A1. 1	A1. 2	A2. 1	A2. 2
37	10918323	Quản trị trải nghiệm và tương tác số	3	6							M					M				M
38	10918306	Quản trị sự kiện và dự án sáng tạo	3	7				M			M					M	M			M
39	10918309	Văn hóa tổ chức và truyền thông nội bộ	3	7		M					M					M				M
40	10918310	Quản trị khủng hoảng	3	7									M	M			M			M
41	10918314	Quản trị truyền thông sức khỏe và lối sống	3	7			P			P		P		P		P				P
42	10918316	Chiến lược PR trong công nghiệp giải trí và điện ảnh	3	7							M					M				M

TT	Mã học phần	Tên học phần	T C	H K	PLO1		PLO2		PLO3		PLO4		PLO5		PLO6		PLO7		PLO8	
					K1 .1	K1 .2	K2 .1	K2 .2	K3 .1	K3 .2	S1. 1	S1. 2	S2. 1	S2. 2	S3. 1	S3. 2	A1. 1	A1. 2	A2. 1	A2. 2
43	10918324	Quản trị và vận hành hệ sinh thái kênh số	3	7														M	M	
44	10918325	Quản trị năng lượng và sức bền trong nghề truyền thông	3	7													M		M	
45	10500006	Phương pháp nghiên cứu khoa học	2	8	P														P	
46	10918312	Quản trị quan hệ truyền thông đại chúng	3	8							M					M				M
47	10918313	Quan hệ cộng đồng và trách nhiệm xã hội	3	8							M					M				M

TT	Mã học phần	Tên học phần	T C	H K	PLO1		PLO2		PLO3		PLO4		PLO5		PLO6		PLO7		PLO8	
					K1	K1	K2	K2	K3	K3	S1.	S1.	S2.	S2.	S3.	S3.	A1.	A1.	A2.	A2.
					.1	.2	.1	.2	.1	.2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2
48	10918311	Sáng tạo nội dung lan truyền	3	8				M			M					M	M			M
49	10918317	PR âm nhạc và tiếp thị đa nền tảng	3	8							M					M				M
50	10918318	Chiến lược PR trong sản xuất game và thể thao điện tử	3	8									M	M					M	M
51	10918319	Quản trị thương hiệu cá nhân và đại sứ thương hiệu	3	8									M	M					M	M
52	10918601	Dự án trải nghiệm thực chiến nghề nghiệp	3	9									M	M					M	M

[illegible]

2.4 Kế hoạch giảng dạy (dự kiến)

Thời gian, địa điểm học	Năm 1			Năm 2			Năm 3			Năm 4
Dự kiến học kỳ 10 (bố trí 03 học kỳ/năm)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Tổng số tín chỉ: 120 tín chỉ	16	16	13	13	12	13	12	11	9	5
Các môn học dưới đây không tính điểm vào điểm trung bình trung tích lũy nhưng được tính làm điều kiện tốt nghiệp, cấp bằng cuối khóa (trừ kỹ năng bổ trợ). 1. Môn học Giáo dục thể chất: 03 tín chỉ, sinh viên đăng ký học: 01 tín chỉ học kỳ 1, 01 tín chỉ học kỳ 2 và 01 tín chỉ học kỳ 3. 2. Môn học Giáo dục Quốc phòng: 08 tín chỉ, học 01 tháng, tại trường hoặc đơn vị quân đội										

Bảng 8. Kế hoạch giảng dạy

TT	Mã học phần	Tên học phần (HP)	Tín chỉ	Mã HP học trước (a), song hành (c), tiên quyết (b)
HỌC KỲ 1 (16 tín chỉ: 16 tín chỉ bắt buộc, 0 tín chỉ tự chọn)				
1	10500001	Triết học Mác - Lênin	3	
2	10300001	Ứng dụng công nghệ số và trí tuệ nhân tạo	2	
3	10406001	Tiếng Anh 1	3	
4	10500003	Chủ nghĩa xã hội khoa học	2	10500002
5	10917101	Truyền thông trong bối cảnh số	3	
6	10918103	Quan hệ công chúng đại cương	3	

7	GDQPAN	Giáo dục quốc phòng - An ninh	8*	
8	GDTC	Giáo dục thể chất	3*	
HỌC KỲ 2 (16 tín chỉ: 16 tín chỉ bắt buộc, 0 tín chỉ tự chọn)				
9	10500002	Kinh tế chính trị Mác - Lênin	2	10500001
10	10406002	Tiếng Anh 2	3	10406001
11	10917102	Xã hội học truyền thông	3	
12	10200001	Đổi mới sáng tạo và khởi nghiệp	2	
13	10918104	Quản trị Marketing	3	
14	10918301	Giải mã nguyên lý quan hệ công chúng	3	10917301
HỌC KỲ 3 (13 tín chỉ: 9 tín chỉ bắt buộc, 4 tín chỉ tự chọn)				
15	10500009	Cơ sở văn hóa Việt Nam	3	
16	10917104	Tâm lý học truyền thông	3	
17	10917106	Pháp luật và đạo đức truyền thông	3	
(Đại cương) - 4 tín chỉ				
18	10300002	Năng lực số và khai thác tài nguyên giáo dục mở	2	Tự chọn đại cương
19	10500007	Nhập môn phát triển bền vững	2	Tự chọn đại cương
20	10200008	Kỹ năng mềm trong kỷ nguyên số	2	Tự chọn đại cương
HỌC KỲ 4 (13 tín chỉ: 13 tín chỉ bắt buộc, 0 tín chỉ tự chọn)				

21	10500004	Lịch sử Đảng Cộng sản Việt Nam	2	10500003
22	10100001	Pháp luật đại cương	2	
23	10918302	Xây dựng kế hoạch quan hệ công chúng	3	10918103
24	10918303	Kỹ năng viết cho quan hệ công chúng	3	10918103
25	10917303	Chiến lược nội dung xuyên nền tảng	3	10917101
HỌC KỲ 5 (12 tín chỉ: 6 tín chỉ bắt buộc, 6 tín chỉ tự chọn)				
26	10917304	Kỹ năng sản xuất video đa nền tảng	3	10918103
Chuyên ngành Truyền thông doanh nghiệp (bắt buộc) – 3 tín chỉ				
27	10918308	Xây dựng và phát triển thương hiệu	3	
Chuyên ngành Truyền thông văn hóa sáng tạo (bắt buộc) – 3 tín chỉ				
28	10918315	PR và tiếp thị điểm đến, dịch vụ hiện đại	3	
(Cơ sở ngành) - 6 tín chỉ (sinh viên chọn 2/4 học phần)				
29	10917107	Quản trị dữ liệu truyền thông số	3	Tự chọn cơ sở ngành
30	10917301	Nhập môn truyền thông đa phương tiện	3	Tự chọn cơ sở ngành
31	10918105	Truyền thông liên văn hóa	3	Tự chọn cơ sở ngành
32	10232002	Quản trị học	3	Tự chọn cơ sở ngành
HỌC KỲ 6 (13 tín chỉ: 7 tín chỉ bắt buộc, 6 tín chỉ tự chọn)				
33	10500005	Tư tưởng Hồ Chí Minh	2	10500004

34	10100002	Đạo đức nghề nghiệp và Pháp luật về phòng chống tham nhũng	2	
35	10917315	Truyền thông thị giác cho thương hiệu	3	10918103
Các học phần tự chọn chuyên ngành - 6 tín chỉ				
36	10918320	Kỹ nghệ livestream và phát triển kênh cá nhân	3	Tự chọn chuyên ngành
37	10917314	Ứng dụng AI trong sáng tạo truyền thông	3	Tự chọn chuyên ngành
38	10918322	Nghệ thuật kể chuyện số	3	Tự chọn chuyên ngành
39	10918323	Quản trị trải nghiệm và tương tác số	3	Tự chọn chuyên ngành
HỌC KỲ 7 (12 tín chỉ: 9 tín chỉ bắt buộc, 3 tín chỉ tự chọn)				
40	10918306	Quản trị sự kiện và dự án sáng tạo	3	10918103
Chuyên ngành Truyền thông doanh nghiệp (bắt buộc) – 6 tín chỉ				
41	10918309	Văn hóa tổ chức và truyền thông nội bộ	3	10918103
42	10918310	Quản trị khủng hoảng	3	10918103
Chuyên ngành Truyền thông văn hóa sáng tạo (bắt buộc) – 6 tín chỉ				
43	10918314	Quản trị truyền thông sức khỏe và lối sống	3	10918103
44	10918316	Chiến lược PR trong công nghiệp giải trí và điện ảnh	3	10918103
Các học phần tự chọn chuyên ngành - 3 tín chỉ				
45	10918324	Quản trị và vận hành hệ sinh thái kênh	3	Tự chọn chuyên

		số		ngành
46	10918325	Quản trị năng lượng và sức bền trong nghề truyền thống	3	Tự chọn chuyên ngành
HỌC KỲ 8 (11 tín chỉ: 11 tín chỉ bắt buộc, 0 tín chỉ tự chọn)				
47	10500006	Phương pháp nghiên cứu khoa học	2	
<i>Chuyên ngành Truyền thông doanh nghiệp (bắt buộc) – 6 tín chỉ</i>				
48	10918312	Quản trị quan hệ truyền thông đại chúng	3	10918103
49	10918313	Quan hệ cộng đồng và trách nhiệm xã hội	3	10918103
50	10918311	Sáng tạo nội dung lan truyền	3	
<i>Chuyên ngành Truyền thông văn hóa sáng tạo (bắt buộc) – 6 tín chỉ</i>				
51	10918317	PR âm nhạc và tiếp thị đa nền tảng	3	10918103
52	10918318	Chiến lược PR trong sản xuất game và thể thao điện tử	3	10918103
53	10918319	Quản trị thương hiệu cá nhân và đại sứ thương hiệu	3	
HỌC KỲ 9 (9 tín chỉ bắt buộc) - Học kỳ thực tập, trải nghiệm doanh nghiệp				
54	10918601	Dự án trải nghiệm thực chiến nghề nghiệp	3	
55	10918602	Học kỳ doanh nghiệp và quản trị dự án tốt nghiệp	6	10918601
HỌC KỲ 10 (5 tín chỉ - Tốt nghiệp) – Sinh viên chọn 1/2 học phần tốt nghiệp				

56	10918603	Khóa luận tốt nghiệp ngành Quan hệ công chúng	5	Tự chọn tốt nghiệp
57	10918604	Dự án truyền thông ứng dụng chuyên ngành	5	Tự chọn tốt nghiệp

Lưu ý: - Tiến độ học tập theo phân bổ này có định hướng để sinh viên lập kế hoạch học tập. Thực tế sinh viên có thể lựa chọn đăng ký học phần học tập theo nhu cầu cá nhân trên cơ sở đáp ứng các điều kiện học phần theo quy định.

** Học phần không tích lũy tín chỉ.*

2.6 Mô tả tóm tắt nội dung các học phần/môn học

2.6.1 Các học phần thuộc khối kiến thức kiến thức đại cương

(1) Triết học Mác - Lênin (3 tín chỉ)

Học phần cung cấp những kiến thức cơ bản về triết học Mác - Lênin, bao gồm chủ nghĩa duy vật biện chứng và chủ nghĩa duy vật lịch sử. Qua đó, sinh viên hình thành thế giới quan khoa học, phương pháp luận biện chứng để nhận thức, phân tích các vấn đề kinh tế - xã hội. Việc nắm vững các nguyên lý, quy luật và phạm trù triết học giúp người học đánh giá khách quan các hiện tượng trong tự nhiên và xã hội. Đối với sinh viên ngành du lịch, tư duy triết học tạo nền tảng để nhận thức sâu sắc về mối quan hệ giữa con người với môi trường tự nhiên, bản sắc văn hóa và sự phát triển bền vững của các điểm đến du lịch.

(2) Chủ nghĩa xã hội khoa học (2 tín chỉ)

Học phần giới thiệu quá trình hình thành, phát triển của chủ nghĩa xã hội khoa học và những nguyên lý cơ bản của quá trình cải tạo xã hội tư bản chủ nghĩa, xây dựng chủ nghĩa xã hội. Nội dung môn học phân tích các vấn đề về giai cấp công nhân, nền dân chủ xã hội chủ nghĩa, nhà nước, văn hóa, gia đình và vấn đề dân tộc, tôn giáo. Qua đó, sinh viên được củng cố niềm tin vào định hướng xã hội chủ nghĩa và đường lối đổi mới của đất nước. Trong ngành du lịch, học phần cung cấp góc nhìn đúng đắn về việc tôn trọng và bảo tồn giá trị văn hóa, giải quyết hài hòa quan hệ dân tộc, tôn giáo khi khai thác các sản phẩm du lịch.

(3) Kinh tế chính trị Mác - Lênin (2 tín chỉ)

Học phần trang bị kiến thức nền tảng về các quy luật kinh tế cơ bản của nền sản xuất hàng hóa, quá trình hình thành và phát triển của phương thức sản xuất tư bản chủ nghĩa. Môn học đi sâu phân tích các vấn đề kinh tế chính trị trong thời kỳ quá độ lên chủ nghĩa xã hội tại Việt Nam. Thông qua đó, sinh viên hiểu rõ đường lối, chính sách phát triển kinh tế

của Đảng và Nhà nước trong bối cảnh hội nhập quốc tế. Kiến thức này giúp người học có cái nhìn tổng quan về sự vận hành của thị trường dịch vụ du lịch, cơ chế cạnh tranh, và các yếu tố vĩ mô tác động trực tiếp đến môi trường kinh doanh lữ hành và sự kiện.

(4) Tư tưởng Hồ Chí Minh (2 tín chỉ)

Học phần tập trung nghiên cứu hệ thống quan điểm toàn diện và sâu sắc của Chủ tịch Hồ Chí Minh về những vấn đề cơ bản của cách mạng Việt Nam. Nội dung bao gồm tư tưởng về độc lập dân tộc gắn liền với chủ nghĩa xã hội, về Đảng Cộng sản, về đại đoàn kết toàn dân tộc, đạo đức cách mạng và xây dựng nền văn hóa mới. Học phần giúp sinh viên hiểu rõ nguồn gốc, quá trình hình thành và giá trị thời đại của tư tưởng Hồ Chí Minh. Từ đó, sinh viên ngành QHCC không chỉ rèn luyện đạo đức, tác phong chuyên nghiệp mà còn có khả năng lan tỏa, giới thiệu những giá trị văn hóa, tư tưởng và cuộc đời hoạt động của Bác tại các điểm tham quan mang dấu ấn của Người.

(5) Lịch sử Đảng cộng sản Việt Nam (2 tín chỉ)

Học phần trình bày một cách hệ thống quá trình ra đời, lãnh đạo đấu tranh giành độc lập dân tộc và xây dựng chủ nghĩa xã hội của Đảng Cộng sản Việt Nam từ năm 1930 đến nay. Sinh viên sẽ tìm hiểu các cương lĩnh, đường lối, nghị quyết của Đảng qua các thời kỳ lịch sử, từ đó hiểu rõ vai trò lãnh đạo và những bài học kinh nghiệm quý báu của Đảng. Việc nghiên cứu lịch sử Đảng giúp sinh viên nâng cao lòng tự hào dân tộc, ý thức trách nhiệm công dân. Kiến thức này đồng thời hỗ trợ sinh viên QHCC trong việc thuyết minh, giới thiệu các di tích lịch sử cách mạng một cách chính xác, hấp dẫn và tự hào đến với du khách trong và ngoài nước.

(6) Pháp luật đại cương (2 tín chỉ)

Học phần cung cấp những kiến thức lý luận cơ bản nhất về Nhà nước và pháp luật, bao gồm nguồn gốc, bản chất, chức năng và bộ máy nhà nước. Môn học giới thiệu tổng quan về hệ thống pháp luật Việt Nam, các ngành luật cơ bản như Luật Hiến pháp, Luật Hành chính, Luật Dân sự, Luật Hình sự và Luật Lao động. Sinh viên được trang bị kỹ năng đọc hiểu văn bản quy phạm pháp luật, nhận diện và phân tích các hành vi vi phạm pháp luật phổ biến. Đối với sinh viên QHCC, đây là nền tảng cốt lõi để tiếp tục nghiên cứu chuyên sâu về văn bản quy phạm pháp luật liên quan, giúp họ hành nghề đúng quy định, bảo vệ quyền lợi hợp pháp của doanh nghiệp, khách hàng và bản thân trong môi trường kinh doanh dịch vụ chuyên nghiệp.

(7) Năng lực số và khai thác tài nguyên giáo dục mở (2 tín chỉ)

Học phần hướng dẫn sinh viên cách thức tìm kiếm, đánh giá, chọn lọc và sử dụng hiệu quả các nguồn thông tin trên nền tảng kỹ thuật số. Môn học tập trung rèn luyện kỹ

năng khai thác các thư viện điện tử, cơ sở dữ liệu học thuật, học liệu mở (OER) và các khóa học trực tuyến đại chúng (MOOCs). Sinh viên học được cách tôn trọng bản quyền, trích dẫn tài liệu đúng chuẩn học thuật và bảo mật thông tin cá nhân trên mạng internet. Kỹ năng này giúp sinh viên QHCC có năng lực tự chủ cập nhật xu hướng thị trường, nghiên cứu tài nguyên nội dung liên tục và ứng dụng các kho dữ liệu số vào việc thiết kế bài thuyết minh hoặc phát triển sản phẩm truyền thông một cách chuyên nghiệp và mang tính khoa học cao.

(8) Nhập môn phát triển bền vững (2 tín chỉ)

Học phần cung cấp nền tảng lý luận về phát triển bền vững, bao quát sự cân bằng hài hòa giữa tăng trưởng kinh tế, bảo vệ môi trường sinh thái và thúc đẩy công bằng xã hội. Sinh viên được tìm hiểu về 17 Mục tiêu Phát triển Bền vững của Liên Hiệp Quốc (SDGs), hiện tượng biến đổi khí hậu và xu hướng kinh tế tuần hoàn. Học phần trang bị tư duy trách nhiệm, nhận diện những tác động tiêu cực của quá trình đô thị hóa và khai thác tài nguyên quá mức. Trong lĩnh vực truyền thông, kiến thức này giúp sinh viên hiểu rõ tầm quan trọng thiết yếu của việc phát triển kinh tế xanh, du lịch cộng đồng có trách nhiệm, qua đó giảm thiểu rác thải, bảo tồn di sản văn hóa và cảnh quan thiên nhiên cho tương lai. Từ đó tư vấn các giải pháp truyền thông cộng đồng hiệu quả cho doanh nghiệp.

(9) Kỹ năng mềm trong kỷ nguyên số (2 tín chỉ)

Học phần chú trọng đào tạo các nhóm kỹ năng thiết yếu giúp sinh viên làm chủ môi trường học thuật và làm việc hiện đại, kết nối liên tục. Các chủ đề cốt lõi bao gồm kỹ năng giao tiếp đa phương tiện, thuyết trình trước đám đông tạo ấn tượng, quản lý quỹ thời gian, tư duy phản biện, và kỹ năng làm việc nhóm hiệu quả thông qua các nền tảng trực tuyến. Môn học cũng rèn luyện trí tuệ cảm xúc (EQ) và khả năng thích ứng linh hoạt với những thay đổi công nghệ. Đối với người làm QHCC, kỹ năng mềm không chỉ giúp giải quyết khéo léo các xung đột, xử lý phàn nàn của khách hàng mà còn nâng cao hiệu suất đàm phán, kết nối đối tác chặt chẽ trong môi trường làm việc đa văn hóa.

(10) Ứng dụng công nghệ số và trí tuệ nhân tạo (2 tín chỉ)

Môn học nhằm phát triển năng lực ứng dụng công nghệ thông tin tiên tiến, trí tuệ nhân tạo (AI) và chuyển đổi số vào học tập cũng như công việc chuyên môn. Sinh viên được tìm hiểu về dữ liệu lớn (Big Data), điện toán đám mây, các công cụ AI tạo sinh (Generative AI) và tự động hóa quy trình. Học phần nhấn mạnh kỹ năng sử dụng phần mềm phân tích, công cụ thiết kế và quản lý thông tin trong thời đại 4.0. Thông qua môn học, sinh viên ngành QHCC có thể ứng dụng công nghệ số để nghiên cứu thị trường, thiết kế sản phẩm, cải thiện trải nghiệm khách hàng, và tự động hóa các khâu chăm sóc, tư vấn khách hàng trong môi trường kinh doanh trực tuyến đang biến đổi không ngừng.

(11) Đổi mới sáng tạo và khởi nghiệp (2 tín chỉ)

Học phần cung cấp tri thức nền tảng và phương pháp luận về tư duy đổi mới sáng tạo, quy trình thiết kế ý tưởng và các bước khởi tạo một dự án kinh doanh (startup). Nội dung môn học hướng dẫn sinh viên áp dụng các mô hình kinh doanh hiện đại, quy trình gọi vốn, lập kế hoạch tài chính và quản trị rủi ro trong giai đoạn đầu khởi nghiệp. Thông qua phương pháp học theo dự án, sinh viên được thực hành làm việc nhóm để giải quyết một bài toán thực tiễn, từ khâu tìm kiếm nhu cầu của khách hàng đến thiết kế giải pháp đột phá. Đối với sinh viên QHCC, môn học bồi dưỡng tinh thần dám nghĩ dám làm, khuyến khích sáng tạo ra các mô hình dịch vụ mới lạ, thông minh gắn với công nghệ.

(12) Tiếng Anh 1 (3 tín chỉ)

Học phần Tiếng Anh 1 được thiết kế nhằm xây dựng nền tảng tiếng Anh giao tiếp tổng quát cho sinh viên ở mức độ sơ cấp đến trung bình. Nội dung tập trung vào việc củng cố vốn từ vựng cơ bản, hệ thống ngữ pháp cốt lõi và phát triển đồng đều bốn kỹ năng Nghe, Nói, Đọc, Viết. Thông qua các chủ đề giao tiếp thường nhật như giới thiệu bản thân, gia đình, sở thích, mua sắm và đi lại, sinh viên hình thành phản xạ ngôn ngữ tự nhiên. Học phần tạo bước đệm vững chắc giúp sinh viên vượt qua rào cản tâm lý khi sử dụng ngoại ngữ, chuẩn bị sẵn sàng cho việc tiếp thu các kiến thức tiếng Anh học thuật và tiếng Anh chuyên ngành ở các giai đoạn đào tạo tiếp theo trong chương trình.

(13) Tiếng Anh 2 (3 tín chỉ)

Nối tiếp Tiếng Anh 1, học phần Tiếng Anh 2 nâng cao năng lực sử dụng ngôn ngữ của sinh viên lên mức độ trung cấp vững chắc. Môn học mở rộng vốn từ vựng và cấu trúc ngữ pháp phức tạp hơn, áp dụng vào các ngữ cảnh giao tiếp mang tính xã hội và công sở chuyên nghiệp. Sinh viên rèn luyện kỹ năng nghe hiểu các đoạn hội thoại dài, đọc hiểu các văn bản thông tin đa dạng, viết email hoặc thư tín thương mại cơ bản, và thực hành nói qua các bài thuyết trình, thảo luận nhóm nhỏ. Đối với ngành QHCC, học phần này giúp sinh viên tự tin giao tiếp, trao đổi thông tin cơ bản với khách quốc tế, sử dụng hiệu quả ngoại ngữ để giải quyết vấn đề của chuyên ngành.

(14) Đạo đức nghề nghiệp và Pháp luật về phòng chống tham nhũng (2 tín chỉ)

Học phần cung cấp nhận thức chuẩn mực về đạo đức nghề nghiệp và trách nhiệm xã hội của người lao động trong môi trường doanh nghiệp hiện đại. Môn học phân tích sâu về các quy định pháp luật liên quan đến phòng chống tham nhũng, nhận diện các hành vi vi phạm, xung đột lợi ích và hậu quả pháp lý đi kèm. Thông qua các tình huống thực tiễn, sinh viên ngành QHCC rèn luyện ý thức liêm chính, minh bạch trong các giao dịch với đối tác, khách hàng và cơ quan quản lý nhà nước. Từ đó, học phần góp phần định hình thể hệ nhân

lực QHCC có bản lĩnh vững vàng, có khả năng xây dựng môi trường kinh doanh dịch vụ văn minh, tuân thủ pháp luật và nâng cao uy tín cho doanh nghiệp.

(15) Phương pháp nghiên cứu khoa học (2 tín chỉ)

Học phần trang bị cho sinh viên phương pháp luận và kỹ năng thiết yếu để thực hiện một công trình nghiên cứu khoa học độc lập trong lĩnh vực kinh tế và quản trị. Nội dung tập trung vào cách thức xác định vấn đề nghiên cứu, tổng quan tài liệu, xây dựng khung lý thuyết, thiết kế bảng hỏi và phương pháp chọn mẫu. Sinh viên được hướng dẫn chi tiết quy trình thu thập dữ liệu sơ cấp và thứ cấp, cùng kỹ năng viết báo cáo học thuật chuẩn mực, không vi phạm đạo đức nghiên cứu. Môn học rèn luyện tư duy phản biện, logic chặt chẽ, tạo tiền đề vững chắc giúp sinh viên ngành QHCC thực hiện thành công dự án, khóa luận tốt nghiệp và áp dụng vào việc nghiên cứu thị trường, giải quyết các bài toán kinh doanh thực tế.

(16) Giáo dục thể chất (3 tín chỉ)

(17) Giáo dục quốc phòng - An ninh (8 tín chỉ)

2.6.2 Các học phần thuộc khối kiến thức kiến thức cơ sở ngành

(18) Cơ sở văn hóa Việt Nam (3 tín chỉ)

Cơ sở văn hóa Việt Nam là học phần cơ sở ngành cung cấp kiến thức nền tảng về văn hóa Việt Nam và mối quan hệ giữa văn hóa với các hoạt động du lịch, khách sạn, nhà hàng và tổ chức sự kiện. Nội dung học phần bao gồm: khái niệm và cấu trúc văn hóa; tiến trình hình thành và phát triển văn hóa Việt Nam; đặc trưng văn hóa vùng miền; tín ngưỡng, tôn giáo và phong tục tập quán Việt Nam; văn hóa giao tiếp và ứng xử; văn hóa ẩm thực, lễ hội và nghệ thuật truyền thống; vai trò của văn hóa trong phát triển kinh tế số, phát triển nội dung phù hợp với thói quen, văn hóa của công chúng. Học phần tích hợp hoạt động thảo luận, phân tích tình huống và nghiên cứu thực tiễn nhằm giúp sinh viên hình thành tư duy nghề nghiệp và khả năng vận dụng các giá trị văn hóa Việt Nam trong truyền thông chuyên nghiệp.

(19) Truyền thông trong bối cảnh số (3 tín chỉ)

Học phần cung cấp những kiến thức nền tảng về truyền thông trong bối cảnh chuyển đổi số, bao gồm sự phát triển của truyền thông số, hệ sinh thái truyền thông, các nền tảng số, công nghệ truyền thông và xu hướng phát triển của ngành truyền thông hiện đại. Học phần giúp sinh viên nhận diện sự thay đổi trong hành vi tiếp nhận thông tin của công chúng, tác động của chuyển đổi số đến hoạt động truyền thông và hình thành tư duy thích ứng với môi

trường truyền thông số, làm nền tảng cho các học phần chuyên ngành về quan hệ công chúng, truyền thông số và xây dựng thương hiệu.

(20) Xã hội học truyền thông (3 tín chỉ)

Học phần trang bị cho sinh viên những kiến thức nền tảng về xã hội học truyền thông, các lý thuyết cơ bản về mối quan hệ giữa truyền thông, xã hội và công chúng. Học phần giúp sinh viên hình thành tư duy phân tích các hiện tượng truyền thông dưới góc nhìn xã hội học, nhận diện tác động của truyền thông đối với cá nhân, nhóm xã hội và cộng đồng; đồng thời vận dụng kiến thức vào học tập và định hướng nghề nghiệp trong lĩnh vực truyền thông và quan hệ công chúng.

(21) Quan hệ công chúng đại cương (3 tín chỉ)

Học phần cung cấp những kiến thức nền tảng về quan hệ công chúng, bao gồm khái niệm, lịch sử phát triển, vai trò, chức năng, nguyên tắc và các lĩnh vực hoạt động của PR trong tổ chức, doanh nghiệp và cơ quan công quyền. Học phần giúp sinh viên hiểu mối quan hệ giữa PR với truyền thông, marketing và báo chí; nhận diện quy trình cơ bản của hoạt động quan hệ công chúng, xu hướng phát triển nghề PR trong bối cảnh chuyển đổi số và hình thành định hướng học tập các học phần chuyên ngành.

(22) Tâm lý học truyền thông (3 tín chỉ)

Học phần cung cấp những kiến thức nền tảng về tâm lý học truyền thông, bao gồm các quy luật tâm lý trong hoạt động giao tiếp và truyền thông; quá trình nhận thức, cảm xúc, thái độ và hành vi của cá nhân và công chúng trong tiếp nhận thông tin; các yếu tố ảnh hưởng đến hiệu quả truyền thông và sự hình thành dư luận xã hội. Học phần giúp sinh viên phát triển tư duy phân tích các hiện tượng tâm lý trong môi trường truyền thông, làm nền tảng cho việc nghiên cứu hành vi công chúng, quan hệ công chúng và các hoạt động truyền thông ứng dụng.

(23) Quản trị marketing (3 tín chỉ)

Học phần cung cấp những kiến thức nền tảng về marketing và phát triển thương hiệu trong hoạt động của tổ chức, doanh nghiệp và cơ quan công quyền. Nội dung học phần tập trung vào bản chất của marketing, giá trị khách hàng, hành vi khách hàng, quá trình tạo lập và phát triển thương hiệu, mối quan hệ giữa marketing, truyền thông và quan hệ công chúng; đồng thời giúp sinh viên bước đầu phân tích các hoạt động marketing và thương hiệu trong

thực tiễn, tạo nền tảng cho các học phần chuyên sâu về xây dựng thương hiệu, truyền thông marketing tích hợp và quan hệ công chúng.

(24) Pháp luật và đạo đức truyền thông (3 tín chỉ)

Học phần cung cấp các kiến thức cơ bản về pháp luật và đạo đức truyền thông, bao gồm hệ thống pháp luật điều chỉnh hoạt động báo chí, quảng cáo, quan hệ công chúng, truyền thông số; quyền và nghĩa vụ của chủ thể truyền thông; các vấn đề về sở hữu trí tuệ, quyền riêng tư, bảo vệ dữ liệu cá nhân, an ninh mạng và trách nhiệm xã hội. Học phần rèn luyện cho sinh viên kỹ năng phân tích, đánh giá và xử lý các tình huống pháp lý, đạo đức trong hoạt động truyền thông, đồng thời hình thành ý thức tuân thủ pháp luật và chuẩn mực nghề nghiệp.

(25) Quản trị dữ liệu truyền thông số (3 tín chỉ)

Học phần gồm các nội dung về vai trò của dữ liệu trong truyền thông số; quy trình thu thập, lưu trữ và quản trị dữ liệu; các nguồn dữ liệu trong truyền thông và quan hệ công chúng; phương pháp làm sạch và trực quan hóa dữ liệu; các chỉ số đo lường hiệu quả truyền thông số; phân tích dữ liệu mạng xã hội, dữ liệu công chúng và dữ liệu truyền thông đa nền tảng; ứng dụng trí tuệ nhân tạo trong quản trị dữ liệu; các nguyên tắc bảo mật, đạo đức và bảo vệ dữ liệu trong môi trường số. Học phần đồng thời tích hợp rèn luyện kỹ năng tư duy phân tích, giải quyết vấn đề, làm việc nhóm và sử dụng các công cụ phân tích dữ liệu phục vụ hoạt động truyền thông và quan hệ công chúng.

(26) Nhập môn truyền thông đa phương tiện (3 tín chỉ)

Học phần gồm các nội dung về tổng quan truyền thông đa phương tiện; lịch sử hình thành và phát triển; hệ sinh thái truyền thông số; các loại hình sản phẩm truyền thông đa phương tiện; quy trình sản xuất nội dung đa phương tiện; các nền tảng truyền thông số; ứng dụng công nghệ số và trí tuệ nhân tạo trong truyền thông; các xu hướng truyền thông đa phương tiện hiện đại; các lĩnh vực nghề nghiệp trong ngành truyền thông đa phương tiện. Học phần đồng thời tích hợp rèn luyện kỹ năng tư duy sáng tạo, tư duy phản biện, làm việc nhóm, giao tiếp và định hướng nghề nghiệp.

(27) Truyền thông liên văn hoá (3 tín chỉ)

Học phần cung cấp các kiến thức nền tảng về văn hóa, giao tiếp liên văn hóa và các lý thuyết giao tiếp trong môi trường đa văn hóa; các yếu tố ảnh hưởng đến giao tiếp giữa các cá nhân, tổ chức và cộng đồng thuộc các nền văn hóa khác nhau; ứng dụng giao tiếp liên văn hóa trong truyền thông, quan hệ công chúng, marketing và môi trường doanh

nghiệp quốc tế; các kỹ năng thích ứng văn hóa, giải quyết xung đột văn hóa và xây dựng thông điệp truyền thông phù hợp với công chúng đa văn hóa. Học phần đồng thời tích hợp rèn luyện kỹ năng giao tiếp, tư duy phản biện, làm việc nhóm, giải quyết vấn đề và năng lực hội nhập quốc tế.

(28) Quản trị học (3 tín chỉ)

Quản trị học là học phần cơ sở ngành cung cấp kiến thức nền tảng về khoa học quản trị và hoạt động quản lý trong tổ chức hiện đại. Nội dung học phần bao gồm: khái niệm và vai trò của quản trị; các học thuyết quản trị; môi trường quản trị; chức năng hoạch định, tổ chức, lãnh đạo và kiểm soát; quản trị nguồn nhân lực và thông tin; kỹ năng ra quyết định và giải quyết vấn đề; xu hướng quản trị hiện đại trong doanh nghiệp du lịch, khách sạn, nhà hàng và tổ chức sự kiện. Học phần tích hợp hoạt động thảo luận, phân tích tình huống, mô phỏng quản trị và làm việc nhóm nhằm giúp sinh viên hình thành tư duy quản lý và năng lực vận hành trong môi trường dịch vụ chuyên nghiệp.

2.6.3 Các học phần thuộc khối kiến thức kiến thức chuyên ngành

(29) Giải mã nguyên lý Quan hệ công chúng (3 tín chỉ)

Học phần trình bày các kiến thức về bản chất và sự phát triển của quan hệ công chúng; các nguyên lý, mô hình và lý thuyết quan hệ công chúng; công chúng và truyền thông trong hoạt động quan hệ công chúng; đạo đức nghề nghiệp và trách nhiệm xã hội; xu hướng phát triển của quan hệ công chúng trong bối cảnh chuyển đổi số và trí tuệ nhân tạo. Bên cạnh đó, học phần rèn luyện cho sinh viên các kỹ năng phân tích tình huống, nhận diện vấn đề truyền thông, đánh giá hoạt động quan hệ công chúng và vận dụng các nguyên lý cơ bản vào thực tiễn nghề nghiệp.

(30) Xây dựng kế hoạch Quan hệ công chúng (3 tín chỉ)

Học phần gồm 06 nội dung chính giới thiệu quy trình lập kế hoạch quan hệ công chúng theo chuẩn quốc tế gồm: nghiên cứu bối cảnh, phân tích vấn đề truyền thông, xác định mục tiêu SMART, phân tích công chúng mục tiêu, xây dựng thông điệp, lựa chọn chiến lược và chiến thuật, lập kế hoạch ngân sách, lịch trình triển khai, quản trị rủi ro, đo lường và đánh giá hiệu quả chiến dịch. Trong quá trình học, sinh viên thực hành xây dựng kế hoạch PR cho doanh nghiệp, tổ chức hoặc thương hiệu, đồng thời ứng dụng AI và các công cụ số để hỗ trợ nghiên cứu, lập kế hoạch và trình bày dự án.

(31) Kỹ năng viết cho Quan hệ công chúng (3 tín chỉ)

Học phần trang bị cho người học kiến thức và kỹ năng viết trong lĩnh vực quan hệ công chúng, bao gồm nguyên tắc xây dựng thông điệp, kỹ thuật viết cho các nhóm công chúng và các loại hình văn bản PR. Người học được thực hành viết thông cáo báo chí, bài PR, phát biểu, thư ngỏ, nội dung truyền thông trên nền tảng số và các tài liệu phục vụ hoạt động truyền thông của tổ chức. Học phần đồng thời phát triển kỹ năng biên tập, hiệu đính, lựa chọn ngôn ngữ phù hợp với từng đối tượng công chúng và từng kênh truyền thông, góp phần nâng cao năng lực sáng tạo nội dung và triển khai các hoạt động quan hệ công chúng trong môi trường truyền thông hiện đại.

(32) Chiến lược nội dung xuyên nền tảng (3 tín chỉ)

Học phần trình bày các kiến thức về tổng quan chiến lược nội dung xuyên nền tảng; nghiên cứu công chúng và hành trình trải nghiệm; xây dựng chiến lược và kế hoạch nội dung; sản xuất, phân phối và tối ưu nội dung trên các nền tảng truyền thông số; đo lường và đánh giá hiệu quả chiến lược nội dung. Học phần rèn luyện cho sinh viên các kỹ năng nghề nghiệp như xây dựng Content Strategy, Content Pillar, Content Calendar, sáng tạo nội dung đa nền tảng, quản trị hệ thống nội dung và phân tích hiệu quả truyền thông. Bên cạnh đó, học phần tích hợp giảng dạy các kỹ năng tư duy chiến lược, tư duy sáng tạo, giải quyết vấn đề cùng các kỹ năng giao tiếp, làm việc nhóm và thuyết trình.

(33) Kỹ năng sản xuất video đa nền tảng (3 tín chỉ)

Học phần trình bày các kiến thức về tổng quan sản xuất video truyền thông đa nền tảng; xây dựng ý tưởng và kịch bản; kỹ thuật quay phim và ghi âm; dựng phim, hậu kỳ và tối ưu hóa video; quản lý, phân phối và đánh giá hiệu quả video trên các nền tảng truyền thông số. Học phần rèn luyện cho sinh viên các kỹ năng nghề nghiệp như xây dựng kịch bản video, quay phim, dựng phim, thiết kế video ngắn, tối ưu hóa nội dung theo từng nền tảng và quản trị quy trình sản xuất video. Bên cạnh đó, học phần tích hợp giảng dạy các kỹ năng tư duy sáng tạo, tư duy phản biện, giải quyết vấn đề cùng các kỹ năng giao tiếp, làm việc nhóm và quản lý dự án.

(34) Quản trị sự kiện và dự án sáng tạo (3 tín chỉ)

Học phần trình bày các kiến thức về tổng quan quản trị sự kiện và dự án sáng tạo; lập kế hoạch và thiết kế sự kiện; quản lý nguồn lực, ngân sách và rủi ro; tổ chức, điều hành và truyền thông sự kiện; đánh giá hiệu quả và tổng kết dự án. Học phần rèn luyện cho sinh viên các kỹ năng nghề nghiệp như xây dựng proposal sự kiện, lập kế hoạch dự án, quản lý tiến độ, điều phối nhân sự, kiểm soát ngân sách, xử lý tình huống và đánh giá hiệu quả sự kiện. Bên cạnh đó, học phần tích hợp giảng dạy các kỹ năng tư duy sáng tạo, tư duy phản biện, giải quyết vấn đề cùng các kỹ năng giao tiếp, làm việc nhóm, lãnh đạo và quản lý thời gian.

(35) Truyền thông thị giác cho thương hiệu (3 tín chỉ)

Học phần bao gồm các kiến thức về cơ sở truyền thông thị giác và thương hiệu; nguyên lý thiết kế và ngôn ngữ hình ảnh; hệ thống nhận diện thương hiệu; thiết kế các sản phẩm truyền thông thị giác trên nền tảng số; đánh giá và quản trị hình ảnh thương hiệu. Học phần rèn luyện cho sinh viên các kỹ năng nghề nghiệp như xây dựng hệ thống nhận diện thương hiệu, thiết kế poster, banner, infographic, nội dung truyền thông trên mạng xã hội và các sản phẩm truyền thông thị giác khác.

(36) Xây dựng và phát triển thương hiệu (3 tín chỉ)

Học phần bao gồm các kiến thức về tổng quan thương hiệu; quản trị thương hiệu; chiến lược xây dựng thương hiệu; phát triển, duy trì và bảo vệ thương hiệu; các bài học kinh nghiệm trong xây dựng và phát triển thương hiệu. Bên cạnh việc trang bị nền tảng lý luận và phương pháp xây dựng thương hiệu trong bối cảnh truyền thông số, học phần còn rèn luyện cho sinh viên các kỹ năng phân tích thương hiệu, xây dựng chiến lược thương hiệu, thiết kế hệ thống nhận diện thương hiệu, lập kế hoạch truyền thông thương hiệu và đánh giá hiệu quả hoạt động phát triển thương hiệu. Đồng thời, học phần tích hợp giảng dạy các kỹ năng tư duy phản biện, tư duy chiến lược, giải quyết vấn đề, làm việc nhóm, thuyết trình và ứng dụng công nghệ số trong quản trị thương hiệu.

(37) Văn hóa tổ chức và truyền thông nội bộ (3 tín chỉ)

Học phần trình bày các kiến thức về tổng quan văn hóa tổ chức; xây dựng và phát triển văn hóa doanh nghiệp; đạo đức kinh doanh và trách nhiệm xã hội; truyền thông nội bộ; xây dựng chiến lược và tổ chức các chương trình truyền thông nội bộ. Bên cạnh đó, học phần rèn luyện cho sinh viên các kỹ năng phân tích văn hóa tổ chức, lập kế hoạch truyền thông nội bộ, tổ chức sự kiện nội bộ, xây dựng thông điệp truyền thông, đánh giá hiệu quả truyền thông và ứng dụng công nghệ số trong quản trị văn hóa doanh nghiệp. Đồng thời, học phần tích hợp giảng dạy các kỹ năng tư duy phản biện, giải quyết vấn đề, giao tiếp, làm việc nhóm và thuyết trình.

(38) Quản trị khủng hoảng (3 tín chỉ)

Học phần bao gồm các kiến thức về tổng quan quản trị rủi ro và khủng hoảng; nhận diện, đánh giá và kiểm soát rủi ro; quy trình quản trị khủng hoảng; truyền thông khủng hoảng; phục hồi hình ảnh và quản trị danh tiếng sau khủng hoảng. Bên cạnh đó, học phần rèn luyện cho sinh viên các kỹ năng phân tích tình huống, xây dựng kế hoạch quản trị rủi ro, thiết lập kịch bản ứng phó khủng hoảng, phát ngôn trước công chúng và báo chí, quản lý truyền thông trên nền tảng số. Đồng thời, học phần tích hợp giảng dạy các kỹ năng tư

duy phản biện, giải quyết vấn đề, giao tiếp, làm việc nhóm và ra quyết định trong môi trường áp lực cao.

(39) Sáng tạo nội dung lan truyền (3 tín chỉ)

Học phần bao gồm kiến thức về tổng quan sáng tạo nội dung; hành vi công chúng và cơ chế lan truyền; xây dựng chiến lược nội dung; sản xuất nội dung trên các nền tảng truyền thông số; đo lường, tối ưu hóa và quản trị nội dung lan truyền. Bên cạnh đó, học phần rèn luyện cho sinh viên các kỹ năng nghiên cứu công chúng, sáng tạo ý tưởng, viết nội dung, thiết kế nội dung đa phương tiện, ứng dụng AI trong sáng tạo nội dung và đánh giá hiệu quả chiến dịch truyền thông. Đồng thời, học phần tích hợp giảng dạy các kỹ năng tư duy sáng tạo, tư duy phản biện, làm việc nhóm, thuyết trình và quản lý dự án truyền thông.

(40) Quản trị quan hệ truyền thông đại chúng (3 tín chỉ)

Học phần trình bày các kiến thức về tổng quan quản trị quan hệ truyền thông đại chúng; xây dựng và duy trì quan hệ với báo chí; tổ chức hoạt động truyền thông báo chí; phát ngôn và xử lý thông tin với truyền thông; quản trị quan hệ truyền thông trong môi trường số. Bên cạnh đó, học phần rèn luyện cho sinh viên các kỹ năng xây dựng media list, viết thông cáo báo chí, chuẩn bị media kit, tổ chức họp báo, trả lời phỏng vấn, phát ngôn trước công chúng, quản lý quan hệ với nhà báo và đánh giá hiệu quả hoạt động media relations. Đồng thời, học phần tích hợp giảng dạy các kỹ năng tư duy phản biện, giao tiếp, đàm phán, xử lý tình huống, làm việc nhóm và ứng dụng AI trong quản trị truyền thông.

(41) Quan hệ cộng đồng và trách nhiệm xã hội (3 tín chỉ)

Học phần trình bày các kiến thức về tổng quan quan hệ cộng đồng và trách nhiệm xã hội; quản trị các bên liên quan; xây dựng và triển khai chương trình quan hệ cộng đồng; truyền thông trách nhiệm xã hội; đánh giá hiệu quả các hoạt động cộng đồng và phát triển bền vững. Bên cạnh đó, học phần rèn luyện cho sinh viên các kỹ năng nghiên cứu cộng đồng, xây dựng kế hoạch CSR, tổ chức hoạt động cộng đồng, đánh giá tác động xã hội, quản trị quan hệ với các bên liên quan và ứng dụng công nghệ số trong truyền thông cộng đồng. Đồng thời, học phần tích hợp giảng dạy các kỹ năng tư duy phản biện, giải quyết vấn đề, giao tiếp, làm việc nhóm và quản lý dự án.

(42) Quản trị truyền thông sức khỏe và lối sống (3 tín chỉ)

Học phần bao gồm các kiến thức về tổng quan truyền thông sức khỏe; truyền thông thay đổi hành vi; xây dựng chiến lược truyền thông sức khỏe và lối sống; truyền thông số

trong lĩnh vực y tế; quản trị khủng hoảng truyền thông và đánh giá hiệu quả các chương trình truyền thông sức khỏe. Bên cạnh đó, học phần rèn luyện cho sinh viên các kỹ năng nghiên cứu công chúng, xây dựng thông điệp, thiết kế chiến dịch truyền thông, quản trị truyền thông trên nền tảng số, xử lý khủng hoảng thông tin và đánh giá tác động truyền thông. Đồng thời, học phần tích hợp giảng dạy các kỹ năng tư duy phản biện, giải quyết vấn đề, giao tiếp, làm việc nhóm và quản lý dự án truyền thông.

(43) PR và tiếp thị điểm đến, dịch vụ hiện đại (3 tín chỉ)

Học phần trình bày các kiến thức về tổng quan PR và tiếp thị điểm đến, dịch vụ; nghiên cứu thị trường và hành vi khách hàng; xây dựng thương hiệu điểm đến và thương hiệu dịch vụ du lịch, nghỉ dưỡng, chăm sóc sức khỏe, spa...; truyền thông tích hợp và tiếp thị số; quản trị trải nghiệm khách hàng và đánh giá hiệu quả các chương trình truyền thông. Bên cạnh đó, học phần rèn luyện cho sinh viên các kỹ năng xây dựng chiến lược PR, lập kế hoạch truyền thông, tổ chức sự kiện quảng bá, hợp tác với các bên liên quan, quản trị truyền thông số và đánh giá hiệu quả hoạt động tiếp thị điểm đến và dịch vụ. Đồng thời, học phần tích hợp giảng dạy các kỹ năng tư duy phản biện, sáng tạo, giao tiếp, làm việc nhóm và quản lý dự án.

(44) Chiến lược PR trong công nghiệp giải trí và điện ảnh (3 tín chỉ)

Học phần bao gồm các kiến thức về tổng quan PR trong công nghiệp giải trí và điện ảnh; xây dựng thương hiệu nghệ sĩ và sản phẩm giải trí; chiến lược truyền thông cho phim, chương trình và sự kiện; quản trị truyền thông số và truyền thông đa nền tảng; quản trị danh tiếng, xử lý khủng hoảng và đánh giá hiệu quả các chiến dịch PR. Bên cạnh đó, học phần rèn luyện cho sinh viên các kỹ năng lập kế hoạch PR, tổ chức họp báo, sự kiện công chiếu, hợp tác với báo chí, KOL/KOC, quản trị mạng xã hội và đánh giá hiệu quả truyền thông. Đồng thời, học phần tích hợp giảng dạy các kỹ năng tư duy sáng tạo, phản biện, giao tiếp, làm việc nhóm và quản lý dự án truyền thông.

(45) PR âm nhạc và tiếp thị đa nền tảng (3 tín chỉ)

Học phần trình bày các kiến thức về tổng quan PR trong công nghiệp âm nhạc; xây dựng thương hiệu nghệ sĩ và sản phẩm âm nhạc; chiến lược tiếp thị đa nền tảng; quản trị truyền thông số và cộng đồng người hâm mộ; quản trị danh tiếng, xử lý khủng hoảng và đánh giá hiệu quả các chiến dịch truyền thông. Bên cạnh đó, học phần rèn luyện cho sinh viên các kỹ năng xây dựng chiến lược PR, lập kế hoạch truyền thông tích hợp, sản xuất nội dung đa nền tảng, quản trị fanpage, kênh phát nhạc trực tuyến, hợp tác với báo chí,

KOL/KOC và đánh giá hiệu quả chiến dịch. Đồng thời, học phần tích hợp giảng dạy các kỹ năng tư duy sáng tạo, phản biện, giao tiếp, làm việc nhóm và quản lý dự án truyền thông.

(46) Chiến lược PR trong sản xuất game và thể thao điện tử (3 tín chỉ)

Học phần bao gồm các kiến thức về tổng quan công nghiệp game và thể thao điện tử; xây dựng thương hiệu và chiến lược PR cho sản phẩm game; truyền thông đa nền tảng trong Esports; quản trị cộng đồng người chơi và người hâm mộ; quản trị danh tiếng, xử lý khủng hoảng và đánh giá hiệu quả các chiến dịch truyền thông. Bên cạnh đó, học phần rèn luyện cho sinh viên các kỹ năng lập kế hoạch PR, xây dựng nội dung truyền thông, tổ chức sự kiện Esports, hợp tác với streamer, KOL/KOC, quản trị cộng đồng trực tuyến và đánh giá hiệu quả truyền thông. Đồng thời, học phần tích hợp giảng dạy các kỹ năng tư duy sáng tạo, phản biện, giải quyết vấn đề, làm việc nhóm và quản lý dự án truyền thông.

(47) Quản trị thương hiệu cá nhân và đại sứ thương hiệu (3 tín chỉ)

Học phần bao gồm các kiến thức về tổng quan công nghiệp game và thể thao điện tử; xây dựng thương hiệu và chiến lược PR cho sản phẩm game; truyền thông đa nền tảng trong Esports; quản trị cộng đồng người chơi và người hâm mộ; quản trị danh tiếng, xử lý khủng hoảng và đánh giá hiệu quả các chiến dịch truyền thông. Bên cạnh đó, học phần rèn luyện cho sinh viên các kỹ năng lập kế hoạch PR, xây dựng nội dung truyền thông, tổ chức sự kiện Esports, hợp tác với streamer, KOL/KOC, quản trị cộng đồng trực tuyến và đánh giá hiệu quả truyền thông. Đồng thời, học phần tích hợp giảng dạy các kỹ năng tư duy sáng tạo, phản biện, giải quyết vấn đề, làm việc nhóm và quản lý dự án truyền thông.

(48) Kỹ nghệ livestream và phát triển kênh cá nhân(3 tín chỉ)

Học phần trình bày các kiến thức về tổng quan livestream và phát triển kênh cá nhân; xây dựng thương hiệu cá nhân và chiến lược nội dung; kỹ thuật sản xuất và vận hành livestream; phát triển cộng đồng và tối ưu hóa hiệu quả kênh; quản trị thương hiệu, quản lý rủi ro và khai thác AI trong sáng tạo nội dung. Bên cạnh đó, học phần rèn luyện cho sinh viên các kỹ năng xây dựng kịch bản livestream, dẫn chương trình trực tuyến, quản trị cộng đồng, phân tích dữ liệu nền tảng, phát triển nội dung đa nền tảng và đánh giá hiệu quả hoạt động truyền thông. Đồng thời, học phần tích hợp giảng dạy các kỹ năng tư duy sáng tạo, giao tiếp, làm việc nhóm, quản lý dự án truyền thông và khởi nghiệp trong lĩnh vực nội dung số.

(49) Ứng dụng AI trong sáng tạo truyền thông (3 tín chỉ)

Học phần trình bày các kiến thức về tổng quan trí tuệ nhân tạo và AI tạo sinh; kỹ thuật xây dựng câu lệnh (prompt engineering); ứng dụng AI trong sáng tạo nội dung truyền thông; AI trong thiết kế, sản xuất đa phương tiện và phân tích dữ liệu; các vấn đề đạo đức,

pháp lý và xu hướng phát triển AI trong ngành truyền thông. Bên cạnh đó, học phần rèn luyện cho sinh viên các kỹ năng khai thác công cụ AI để sáng tạo nội dung văn bản, hình ảnh, video, âm thanh, phân tích dữ liệu truyền thông, xây dựng chatbot và tối ưu hóa chiến dịch truyền thông. Đồng thời, học phần tích hợp giảng dạy các kỹ năng tư duy phản biện, sáng tạo, giải quyết vấn đề, làm việc nhóm và quản trị dự án truyền thông trong môi trường AI giao tiếp, xử lý tình huống và mô phỏng hoạt động chăm sóc khách hàng trong môi trường nghề nghiệp thực tế.

(50) Nghệ thuật kể chuyện số (3 tín chỉ)

Học phần Nghệ thuật kể chuyện số cung cấp cho sinh viên hệ thống kiến thức và kỹ năng về thiết kế, xây dựng và triển khai câu chuyện trong môi trường truyền thông số. Sinh viên được trang bị kiến thức về các mô hình kể chuyện hiện đại, phương pháp phát triển thông điệp, xây dựng nhân vật, thiết kế trải nghiệm công chúng, chuyển thể câu chuyện sang các định dạng truyền thông số như video, podcast, infographic, mạng xã hội, website và các nền tảng tương tác. Đồng thời, học phần hướng dẫn sinh viên ứng dụng dữ liệu và trí tuệ nhân tạo (AI) trong sáng tạo nội dung kể chuyện, đánh giá hiệu quả truyền thông và tối ưu hóa trải nghiệm người dùng.

(51) Quản trị trải nghiệm và tương tác số (3 tín chỉ)

Học phần bao gồm các kiến thức về tổng quan quản trị tác nghiệp truyền thông số; quản trị nội dung và cộng đồng trực tuyến; quản trị tương tác với công chúng trên các nền tảng số; phân tích dữ liệu và tối ưu hóa hiệu quả truyền thông; quản trị rủi ro, khủng hoảng và ứng dụng AI trong vận hành truyền thông số. Bên cạnh đó, học phần rèn luyện cho sinh viên các kỹ năng lập kế hoạch tác nghiệp, điều phối hoạt động truyền thông, quản trị mạng xã hội, giám sát phản hồi của công chúng, phân tích dữ liệu tương tác và đánh giá hiệu quả hoạt động truyền thông. Đồng thời, học phần tích hợp giảng dạy các kỹ năng tư duy phản biện, giải quyết vấn đề, làm việc nhóm, quản lý dự án và ra quyết định trong môi trường truyền thông số.

(52) Quản trị và vận hành hệ sinh thái kênh số (3 tín chỉ)

Học phần bao gồm các kiến thức về tổng quan hệ sinh thái kênh số; xây dựng chiến lược truyền thông đa kênh; quản trị và vận hành các nền tảng số; phân tích dữ liệu và tối ưu hóa hiệu quả truyền thông; quản trị rủi ro và ứng dụng AI trong vận hành hệ sinh thái số. Bên cạnh đó, học phần rèn luyện cho sinh viên các kỹ năng thiết kế hệ sinh thái truyền thông, quản trị website, mạng xã hội, email marketing, nền tảng nội dung, phân tích dữ liệu, tối ưu hóa trải nghiệm người dùng và đánh giá hiệu quả hoạt động truyền thông. Đồng thời,

học phân tích hợp giảng dạy các kỹ năng tư duy phản biện, giải quyết vấn đề, quản lý dự án, làm việc nhóm và chuyển đổi số trong truyền thông.

(53) Quản trị năng lượng và sức bền trong nghề truyền thông (3 tín chỉ)

Quản trị năng lượng và sức bền trong nghề truyền thông là học phần ứng dụng liên ngành giữa khoa học hành vi, tâm lý học và quản trị nhân sự truyền thông. Học phần cung cấp cái nhìn trực diện vào những mặt tối của nghề truyền thông (áp lực 24/7, khủng hoảng truyền thông, bạo lực mạng). Điểm đặc biệt của môn học là tinh thần thực hành rất cao (60 tiết thực hành), sinh viên không chỉ học lý thuyết mà trực tiếp trải nghiệm các kỹ thuật thở, thiền chánh niệm ứng dụng, quản trị tư duy, và kỹ năng xây dựng bộ lọc thông tin độc hại. Học phần là bệ đỡ giúp sinh viên xây dựng kháng thể tâm lý vững vàng, bảo vệ đam mê và duy trì năng lượng bền bỉ để phát triển sự nghiệp lâu dài trong hệ sinh thái truyền thông số đầy khắc nghiệt.

2.6.4. Các học phần thuộc khối kiến thức tốt nghiệp

(54) Dự án trải nghiệm thực chiến nghề nghiệp (3 tín chỉ)

Học phần tích hợp hoạt động trải nghiệm nghề nghiệp thông qua dự án hoặc tham quan hoạt động truyền thông trong thực tế của doanh nghiệp. Sinh viên làm việc theo nhóm để tiếp nhận yêu cầu từ doanh nghiệp hoặc tổ chức, tiến hành nghiên cứu, xây dựng kế hoạch, triển khai các hoạt động truyền thông, quan hệ công chúng hoặc xây dựng thương hiệu, theo dõi tiến độ, đánh giá kết quả và báo cáo sản phẩm cuối kỳ. Trong quá trình thực hiện, sinh viên được rèn luyện kỹ năng quản lý dự án, giao tiếp với đối tác, làm việc nhóm, ứng dụng công nghệ số và AI hỗ trợ tác nghiệp, đồng thời hình thành tác phong nghề nghiệp và năng lực giải quyết các tình huống phát sinh trong môi trường làm việc thực tế.

(55) Học kỳ doanh nghiệp và quản trị dự án tốt nghiệp (3 tín chỉ)

Học phần là chuỗi hoạt động thực tập tốt nghiệp định hướng học kỳ doanh nghiệp; khảo sát và phân tích bối cảnh nghề nghiệp; xây dựng, triển khai và quản trị dự án tốt nghiệp; đánh giá hiệu quả dự án; hoàn thiện hồ sơ nghề nghiệp và báo cáo kết quả dự án. Học phần rèn luyện cho sinh viên các kỹ năng nghề nghiệp về nghiên cứu thực tiễn, quản trị dự án, giao tiếp với doanh nghiệp, làm việc nhóm, thuyết trình, ứng dụng công nghệ số và AI trong quản trị truyền thông. Bên cạnh đó, học phần tích hợp giảng dạy các kỹ năng tư duy phản biện, giải quyết vấn đề, sáng tạo, quản lý thời gian và thích ứng với môi trường nghề nghiệp.

(56) Khóa luận tốt nghiệp ngành Quan hệ công chúng (5 tín chỉ)

Học phần bao gồm lựa chọn và xây dựng đề tài nghiên cứu; thiết kế nghiên cứu và phương pháp nghiên cứu; thu thập, xử lý và phân tích dữ liệu; hoàn thiện khóa luận và bảo vệ kết quả nghiên cứu. Học phần rèn luyện cho sinh viên các kỹ năng nghiên cứu khoa học, phân tích dữ liệu, viết báo cáo khoa học, trình bày và bảo vệ khóa luận tốt nghiệp. Bên cạnh đó, học phần tích hợp phát triển các kỹ năng tư duy phản biện, giải quyết vấn đề, tư duy sáng tạo, giao tiếp học thuật và quản lý thời gian trong quá trình thực hiện nghiên cứu.

(57) Dự án truyền thông ứng dụng chuyên ngành (5 tín chỉ)

Học phần bao gồm việc trình bày các nội dung về nghiên cứu và xác định vấn đề truyền thông; thiết kế dự án truyền thông ứng dụng; tổ chức triển khai và quản trị dự án; đánh giá hiệu quả truyền thông; hoàn thiện sản phẩm và báo cáo dự án. Học phần rèn luyện cho sinh viên các kỹ năng nghề nghiệp về nghiên cứu công chúng, lập kế hoạch truyền thông, quản trị dự án, sáng tạo nội dung, tổ chức thực hiện, đo lường hiệu quả và ứng dụng công nghệ số, AI trong triển khai các dự án truyền thông. Bên cạnh đó, học phần tích hợp phát triển các kỹ năng tư duy phản biện, giải quyết vấn đề, sáng tạo, giao tiếp, làm việc nhóm và quản lý thời gian.

3. ĐỐI SÁNH CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO

3.1 Đối sánh chuẩn đầu ra (Bảng 9)

T T	Chuẩn đầu ra CTĐT ngành QHCC (Trường ĐH Intracom)	Chuẩn đầu ra CTĐT ngành QHCC (ĐH KHXH và NV)	Chuẩn đầu ra CTĐT ngành QHCC (ĐH Đại Nam)	Chuẩn đầu ra CTĐT ngành QHCC (ĐH RMIT)	Chuẩn đầu ra CTĐT ngành QHCC (ĐH Nam California, USC)	Nhận xét
1	PLO1: Vận dụng kiến thức lý luận chính trị, khoa học tự nhiên, xã hội, văn hóa, tâm lý, xã hội học truyền thông, pháp luật và công nghệ vào giải quyết vấn đề thực tiễn.	Tương đương (nhấn mạnh hệ thống lý luận KHXH&NV, tư duy nền tảng khoa học giao tiếp).	Tương đương (trang bị khối kiến thức cơ sở ngành kinh tế, quản trị và khoa học hành vi).	Tương đương nhưng tích hợp trong các module liên ngành (Kinh doanh, Xã hội, Sáng tạo toàn cầu).	Tương đương (nhấn mạnh nền tảng giáo dục đại chúng - Liberal Arts, văn hóa truyền thông đại chúng).	Tương thích cao (100%): Đạt chuẩn Bậc 6 Khung trình độ quốc gia. Intracom có điểm nhấn hiện đại khi đưa cấu trúc pháp luật và công nghệ số vào khối đại cương.
2	PLO2: Phân tích các nguyên lý, kiến	Tương đương (tập trung mạnh vào	Tương đương (hướng ứng dụng	Tương đương (tiếp cận theo mô	Tương đương (tập trung chiến lược	Tương thích toàn diện: Giữ vững giá

	thức chuyên môn cốt lõi về QHCC, chiến lược truyền thông marketing, phát triển thương hiệu, truyền thông nội bộ, quan hệ báo chí, KOL và công chúng số.	quản trị thông tin, quan hệ báo chí và nghiên cứu dư luận xã hội).	vào truyền thông doanh nghiệp, marketing thương mại và tổ chức sự kiện).	hình Quản trị Truyền thông tích hợp - IMC, Chiến lược PR quốc tế).	PR toàn cầu, quản trị thương hiệu cao cấp, phân tích dữ liệu truyền thông).	trị chuyên môn cốt lõi của ngành QHCC. Intracom cập nhật kịp thời xu hướng theo dõi công chúng trực tuyến và tiếp thị tầm ảnh hưởng (KOLs).
3	PLO3: Đánh giá xu hướng chuyển đổi số, dữ liệu truyền thông, trí tuệ nhân tạo (AI), truyền thông sáng tạo, phát triển bền vững và quản trị rủi ro khủng hoảng.	Tương đương một phần (đang tích hợp dần ở các học phần báo chí số, quản trị rủi ro khủng hoảng).	Tương đương một phần (có học phần xử lý khủng hoảng và ứng dụng truyền thông số).	Tương đương cao (đào tạo sâu về Công nghệ truyền thông mới, Digital PR, đo lường dữ liệu lớn).	Tương đương cao (tiên phong về Data-driven PR, ứng dụng AI thể hệ mới trong định hình dư luận).	Đột phá và đón đầu: PLO3 của Intracom thể hiện tính hiện đại, bắt kịp cấu trúc của các trường quốc tế như RMIT, USC khi đưa AI và dữ liệu số thành năng lực đánh giá bắt buộc.

4	PLO4: Thực hành nghiệp vụ viết cho QHCC, sáng tạo nội dung số, sản xuất sản phẩm truyền thông và hình ảnh thương hiệu xuyên nền tảng.	Tương đương (rất mạnh về kỹ nghệ viết báo, thông cáo báo chí, kịch bản, biên tập nội dung).	Tương đương (mạnh về viết bài PR, sản xuất ấn phẩm truyền thông, thiết kế đồ họa cơ bản).	Tương đương (Sáng tạo nội dung đa phương tiện, kể chuyện kỹ thuật số - Digital Storytelling).	Tương đương (Kỹ nghệ viết chiến lược bậc cao cho các tập đoàn toàn cầu, Multimedia PR).	Tương thích thực chiến: Đảm bảo sinh viên Intracom thành thạo bộ kỹ năng "kể chuyện số" và sản xuất sản phẩm thương hiệu xuyên nền tảng (Omnichannel) tương đương trường quốc tế
5	PLO5: Thiết kế và triển khai các kế hoạch QHCC, chiến dịch truyền thông, sự kiện, dự án thương hiệu và chương trình truyền thông cộng đồng.	Tương đương (thiết kế chiến dịch PR, tổ chức sự kiện truyền thông, xây dựng thương hiệu).	Tương đương (lập kế hoạch PR, quản trị dự án sự kiện, activation, marketing doanh nghiệp).	Tương đương (Quản trị dự án truyền thông thực tế với các doanh nghiệp đối tác - Client projects).	Tương đương (Lập chiến lược PR quy mô quốc tế, chiến dịch vận động chính sách và cộng đồng).	Tương thích cao: Đảm bảo năng lực điều phối và làm chủ dự án. Điểm mạnh của Intracom là phân hóa rõ hai nhánh ứng dụng: Doanh nghiệp và Văn hóa sáng tạo.

6	PLO6: Làm chủ ngoại ngữ, công cụ số, công nghệ AI và phần mềm chuyên dụng trong sáng tạo, quản trị, đánh giá chiến dịch QHCC.	Tương đương về chuẩn ngoại ngữ đầu ra (B2); kỹ năng công nghệ đang được tích hợp dần.	Tương đương về ngoại ngữ và tin học ứng dụng trong văn phòng, truyền thông.	Tương đương cao (100% chương trình bằng tiếng Anh, làm chủ toàn bộ hệ thống phần mềm chuyên ngành).	Tương đương cao (Ngoại ngữ toàn cầu, thành thạo các công cụ AI analytics, social listening chuyên sâu).	Tiềm cận quốc tế: Intracom vượt trội so với các trường ứng dụng trong nước nhờ năng lực công nghệ AI và các phần mềm đo lường trực quan hóa dữ liệu vào chuẩn đầu ra.
7	PLO7: Phối hợp hiệu quả trong môi trường làm việc nhóm và tự chủ giải quyết các vấn đề thực tiễn của ngành QHCC.	Tương đương (năng lực dẫn dắt chuyên môn, làm việc nhóm, thích ứng môi trường thay đổi).	Tương đương (năng lực làm việc nhóm, kỹ năng giao tiếp, quản lý nhân sự sự kiện).	Tương đương (Lãnh đạo nhóm, làm việc trong môi trường đa văn hóa và áp lực cao).	Tương đương (Kỹ năng lãnh đạo chiến lược, điều hành agency, quản trị nhân sự liên quốc gia).	Tương thích hoàn toàn: Đáp ứng chuẩn kỹ năng thế kỷ XXI và năng lực tự chủ điều chỉnh hành vi chuyên môn, xử lý xung đột dự án theo quy định Bộ GD&ĐT
8	PLO8: Tuân thủ pháp luật, đạo đức	Tương đương cao (đặc biệt nhấn	Tương đương (tuân thủ pháp luật đại	Tương đương (Đạo đức truyền	Tương đương (Luật truyền thông	Tương thích tuyệt đối: Đảm bảo tính

	ngành nghiệp và chủ động học tập suốt đời trong môi trường truyền thông số và hội nhập toàn cầu.	ạnh Luật Báo chí, Luật Xuất bản, đạo đức nghề nghiệp truyền thông).	cương, đạo đức nghề nghiệp, trách nhiệm công dân).	thông quốc tế, sở hữu trí tuệ toàn cầu, học tập trọn đời).	quốc tế, bản quyền, đạo đức PR theo chuẩn PRSA).	hành nghề hợp pháp. Intracom bổ sung xuất sắc việc tích hợp các luật chuyên ngành trong môi trường số (Luật An ninh mạng, Sở hữu trí tuệ...).
--	--	---	--	--	--	---

3.2 Đối sánh chương trình đào tạo (Bảng 10)

Nội dung đối sánh	CTĐT ngành QHCC (Trường ĐH Intracom)	CTĐT ngành QHCC (ĐH KHXH và NV, ĐH QG Hà Nội)	CTĐT ngành QHCC (ĐH Đại Nam)	ĐH RMIT (Úc) - BA in Communication	ĐH Nam California (USC - Mỹ) - BA in Public Relations	Nhận xét
Tổng số tín chỉ và Thời gian đào tạo	120 tín chỉ (Chưa tính GDTC, GDQP). Thời gian đào tạo chuẩn là 3,0 đến 3,5	125 tín chỉ (Chưa tính GDTC, GDQP). Thời gian đào tạo chuẩn là 4 năm.	120 tín chỉ (Chưa tính GDTC, GDQP). Thời gian đào tạo trong 3 năm (9 kỳ).	Quy đổi tương đương khoảng 120 tín chỉ theo hệ thống Việt Nam. Thời gian đào tạo tiêu chuẩn là	Quy đổi tương đương khoảng 120 tín chỉ Việt Nam. Thời gian đào tạo là 4 năm (8 học kỳ).	Cấu trúc tín chỉ của Đại học Intracom (120 TC) rất tinh gọn, tiệm cận hoàn hảo với tiêu chuẩn quốc tế và tối ưu hơn so với Trường ĐH KHXH và NV

	năm (gồm 8 – 10 học kỳ chính thức).			3 năm (do đặc thù hệ thống giáo dục Úc giảm bớt các môn đại cương nền tảng quốc gia).		(125 TC). Việc tinh gọn này tạo điều kiện cho sinh viên Intracom đẩy nhanh tiến độ ra trường (3 - 3.5 năm), giảm tải áp lực hàn lâm và tăng thời gian cho tự học, thực hành thực tế.
Khối kiến thức Giáo dục đại cương	Chiếm 31 tín chỉ. Bao gồm các môn Lý luận chính trị, Pháp luật, Ngoại ngữ và nhóm môn kỹ năng số thế hệ mới như: <i>Ứng dụng công nghệ số và trí tuệ nhân tạo, Kỹ năng mềm trong kỷ nguyên số.</i>	Chiếm 34 tín chỉ. Rất nặng về khối kiến thức nền tảng mang tính hàn lâm, khoa học xã hội và nhân văn của khối ĐHQG (như Cơ sở văn hóa, Lịch sử văn minh...).	Chiếm 26 tín chỉ. Cắt giảm tối đa các môn phụ, tập trung lồng ghép kỹ năng mềm và kỹ năng bổ trợ từ sớm cho sinh viên.	Chiếm khoảng 25% tổng thời lượng chương trình. Tập trung mạnh vào tư duy phản biện, kỹ năng viết học thuật và cơ sở truyền thông đại chúng đại cương.	Chiếm khoảng 30% chương trình (năm trong khối General Education). Họ tập trung chuẩn bị cho sinh viên nền tảng cực tốt về khoa học hành vi, nhân văn, tâm lý học đám đông và tư duy viết luận chuyên sâu trước khi vào chuyên ngành.	Intracom và 2 trường trong nước tuân thủ quy định khung của Bộ GD và ĐT về các môn lý luận bắt buộc. Sự khác biệt mang tính đột phá của Intracom nằm ở việc loại bỏ Tin học văn phòng truyền thống, thay bằng <i>Ứng dụng công nghệ số và trí tuệ nhân tạo, Kỹ năng mềm trong kỷ nguyên số.</i>
Khối kiến thức Cơ sở ngành	Chiếm 24 tín chỉ. Tập trung vào nhóm môn bản lề rất hấp dẫn như: <i>Quan hệ</i>	Chiếm 28 tín chỉ. Thế mạnh rất sâu về lý thuyết truyền thông đại chúng, cơ	Chiếm 20 tín chỉ. Thiết kế các môn cơ sở mang tính bao quát thương mại và	Chú trọng trang bị nền tảng về lý thuyết truyền thông, xã hội học truyền thông và	Rất mạnh về nghiên cứu dữ liệu. Khối cơ sở ngành của họ xoay quanh nguyên	Trong khi ĐH KHXH và NV thiết kế khối cơ sở ngành thiên về nghiên cứu hàn lâm, Đại Nam thiên hoàn toàn về Quản trị

	<i>công chúng đại chúng, Quản trị Marketing, Tâm lý học truyền thông, Mỹ học và truyền thông thị giác, Truyền thông trong bối cảnh số.</i>	sở lý luận báo chí, xã hội học và phương pháp nghiên cứu khoa học. Thiết kế các môn cơ sở mang tính bao quát thương mại và quản trị kinh doanh để hỗ trợ cho kỹ năng PR.	quản trị kinh doanh để hỗ trợ cho kỹ năng PR.	các phương pháp nghiên cứu, phân tích công chúng (Audience Research).	lý PR, quản trị thương hiệu, nghiên cứu thị trường số và đo lường các chỉ số truyền thông (Analytics).	Kinh doanh, Intracom thể hiện sự cân bằng giữa chương trình trong nước và quốc tế: Sinh viên vừa có nền tảng bản sắc (Cơ sở văn hóa, Mỹ học), phương pháp nghiên cứu, vừa có tư duy vận hành doanh nghiệp (Quản trị học, Truyền thông trong bối cảnh số), giúp đáp ứng tốt yêu cầu quản lý cũng như hoạt động thực hành.
Khối kiến thức Chuyên ngành	Chiếm trọng số lớn với 51 tín chỉ. Chương trình tạo điểm nhấn bằng việc chia rõ 2 nhánh chuyên ngành từ năm thứ 3 (<i>Truyền thông doanh nghiệp</i> và <i>Truyền thông văn hóa sáng tạo</i>), tích hợp các môn tự chọn	Chiếm 50 tín chỉ. Tập trung mạnh vào PR chính sách, quan hệ báo chí, quản trị khủng hoảng, viết cho PR theo lối báo chí truyền thống và tổ chức sự kiện cơ bản.	Chiếm 60 tín chỉ. Đào tạo theo hướng "cầm tay chỉ việc", tập trung mạnh vào kỹ năng thực hành sự kiện, PR thương mại, và các công cụ thực thi chiến thuật.	Mang tính thực hành cực cao. Sinh viên được học cách tự tay thiết kế một chiến dịch PR hoàn chỉnh, quản trị khủng hoảng truyền thông, kỹ năng xử lý quan hệ báo chí và sản xuất các ấn phẩm	Có sự phân hóa hướng nghiệp rất rõ nét giữa PR Doanh nghiệp (Corporate PR) và PR Giải trí/Phong cách sống (Lifestyle & Entertainment PR) - tương đồng với hướng Truyền thông văn hóa sáng tạo của	Chương trình của ĐH Intracom dung hợp được cả tư duy quản trị chiến lược cấp cao (thế mạnh của ĐH KHXH&NV) lẫn năng lực thực chiến công nghệ (thế mạnh của Đại Nam) nhờ hệ thống môn chuyên ngành hướng tới nền kinh tế số và công nghiệp giải trí/sáng tạo. Chương trình của ĐH Intracom cũng hoàn toàn đồng điệu về

	thời thượng phù hợp với bối cảnh truyền thông sáng tạo như AI, Livestream, Kể chuyện số.			truyền thông đa phương tiện số.	trường mình. Họ đẩy mạnh chiến lược nội dung số và quản trị trải nghiệm khách hàng xuyên nền tảng.	triết lý đào tạo thực hành ứng dụng. Cách chia 2 nhánh chuyên ngành sâu của trường tiệm cận với mô hình phân hóa hướng nghiệp của USC, đồng thời các môn tự chọn công cụ số cũng bắt kịp tính thực chiến của RMIT.
Thực tập và Tốt nghiệp	Chiếm 14 tín chỉ, được dồn toàn lực vào học kỳ cuối (Học kỳ 8) với các học phần hoàn toàn mang tính thực chiến: <i>Dự án trải nghiệm thực chiến nghề nghiệp, Học kỳ doanh nghiệp và quản trị dự án tốt nghiệp</i> , kết hợp lựa chọn làm <i>Khóa luận tốt nghiệp</i> hoặc <i>Dự</i>	Chiếm 14 tín chỉ. Sinh viên thực hiện các đợt kiến tập, thực tập tại cơ quan báo chí/bộ ban ngành và làm Khóa luận tốt nghiệp (yêu cầu học thuật rất cao).	Chiếm 14 tín chỉ. Đẩy mạnh việc đưa sinh viên đi thực tập tại các doanh nghiệp đối tác ngay từ năm 2 và năm 3, làm đồ án tốt nghiệp hướng ứng dụng.	Yêu cầu bắt buộc sinh viên phải hoàn thành một học kỳ thực tập tại các tập đoàn/agency lớn (Internship) và thực hiện một đồ án tốt nghiệp thực tế (Capstone Project) giải quyết bài toán cụ thể cho một khách hàng có thật.	Buộc sinh viên phải có số giờ thực tập thực tế tối thiểu tại các đơn vị truyền thông đối tác và hoàn thành một chiến dịch PR tốt nghiệp có sự chăm điểm, đánh giá trực tiếp từ các chuyên gia trong ngành.	So với chương trình trong nước, ĐH Intracom hoàn toàn tương thích về mặt thời lượng. Tuy nhiên, việc Trường thiết kế linh hoạt cho sinh viên lựa chọn giữa "Khóa luận" (hướng nghiên cứu sâu) và "Dự án ứng dụng" (hướng sản xuất thực tế) giúp đáp ứng trọn vẹn năng lực phân hóa của người học, đồng thời mô hình "Học kỳ doanh nghiệp" ở kỳ cuối giúp tối ưu hóa cơ hội việc làm ngay lập tức.

	<i>án truyền thông ứng dụng chuyên ngành.</i>					So với CTĐT quốc tế, điểm tương thích thể hiện ở việc trường Intracom dành trọn vẹn học kỳ cuối cho "Dự án thực chiến" và "Học kỳ doanh nghiệp" là sự học tập có chọn lọc mô hình thực tập bắt buộc và đồ án Capstone Project từ RMIT và USC.
--	---	--	--	--	--	---

4. ĐỀ CƯƠNG HỌC PHẦN CỦA CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO

Bộ đề cương học phần của chương trình đào tạo ngành Quan hệ công chúng được ban hành kèm theo chương trình đào tạo này.

5. TÀI LIỆU THAM KHẢO XÂY DỰNG CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO

Việc xây dựng, ban hành và vận hành Chương trình đào tạo ngành Quan hệ công chúng tại Trường Đại học Intracom được căn cứ vào các hệ thống văn bản sau:

A. Văn bản quy phạm pháp luật của Nhà nước và Bộ Giáo dục và Đào tạo

Luật Giáo dục Đại học số 08/2012/QH13 ngày 18/06/2012 và Luật sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật Giáo dục đại học số 34/2018/QH14 ngày 19/11/2018.

Quyết định số 1982/QĐ-TTg ngày 18/10/2016 của Thủ tướng Chính phủ về việc Phê duyệt Khung trình độ Quốc gia Việt Nam.

Thông tư số 17/2021/TT-BGDĐT ngày 22/06/2021 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 08/2021/TT-BGDĐT ngày 18/03/2021 của Bộ trưởng Bộ Giáo dục và Đào tạo ban hành Quy chế đào tạo trình độ đại học.

Thông tư số 04/2025/TT-BGDĐT ngày 17/02/2025 của Bộ trưởng Bộ Giáo dục và Đào tạo quy định về kiểm định chất lượng chương trình đào tạo các trình độ của giáo dục đại học.

B. Văn bản quy phạm pháp luật liên quan đến ngành Quan hệ công chúng

Luật Báo chí năm 2016; Luật Quảng cáo năm 2012; Luật Sở hữu trí tuệ năm 2005 (Sửa đổi, bổ sung năm 2009, 2019, 2022); Luật An ninh mạng năm 2018.

Nghị định số 72/2013/NĐ-CP và Nghị định số 27/2018/NĐ-CP (Sửa đổi, bổ sung) quy định về quản lý, cung cấp, sử dụng dịch vụ internet và thông tin trên mạng.

Nghị định số 13/2023/NĐ-CP của Chính phủ về bảo vệ dữ liệu cá nhân.

Nghị định số 09/2017/NĐ-CP của Chính phủ quy định chi tiết việc phát ngôn và cung cấp thông tin cho báo chí của các cơ quan hành chính nhà nước.

Bộ Quy tắc ứng xử trên mạng xã hội ban hành kèm theo Quyết định số 874/QĐ-BTTTT của Bộ Thông tin và Truyền thông.

Quy định đạo đức nghề nghiệp người làm báo Việt Nam do Hội Nhà báo Việt Nam ban hành.

C. Văn bản quy định nội bộ của Trường Đại học Intracom

Quyết định số 44/QĐ-Intracom ngày 06/01/2026 của Hiệu trưởng Trường Đại học Intracom về việc ban hành Chương trình đào tạo trình độ đại học ngành Quan hệ công chúng.

Tài liệu "Hướng dẫn xây dựng Chương trình đào tạo tại Đại học Intracom theo định hướng Outcome-based Education (OBE)" ban hành ngày 22/01/2026.

Quy chế tổ chức, quản lý đào tạo tín chỉ, Quy định về phương pháp giảng dạy và kiểm tra đánh giá hiện hành của Trường Đại học Intracom.

D. Các tài liệu khoa học và tài liệu tham khảo đối sánh

Spady, W. G. (1994). Outcome-Based Education: Critical Issues and Answers. American Association of School Administrators.

Anderson, L. W., & Krathwohl, D. R. (2001). A Taxonomy for Learning, Teaching, and Assessing: A Revision of Bloom's Taxonomy of Educational Objectives.

HIỆU TRƯỞNG

(Ký tên, đóng dấu)

VIỆN TRƯỞNG

(Ký tên)

TS. Trần Ái Cẩm

PGS.TS. Nguyễn Thị Thanh Huyền