

\*

## **CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO**

*(Ban hành kèm theo Quyết định số 4972-QĐ/HVBCTT-ĐT ngày 26 tháng 10 năm 2018 của Giám đốc Học viện Báo chí và Tuyên truyền)*

Cơ sở giáo dục : **Học viện Báo chí và Tuyên truyền**

Chứng nhận kiểm định chất lượng giáo dục:

Tên văn bằng : **Cử nhân Quảng cáo**

Tên chương trình: **Quảng cáo - Marketing**

Trình độ đào tạo : **Đại học**

Ngành đào tạo : **Quảng cáo** Mã số : **7320110**

### **1. Mục tiêu**

#### **1.1. Mục tiêu chung**

Đào tạo đội ngũ chuyên nghiệp có trình độ chuyên môn bậc đại học về chuyên ngành Quảng cáo, khả năng thực hiện công tác Quảng cáo và quản lý Quảng cáo trong các cơ quan, đoàn thể chính trị - xã hội và doanh nghiệp; đồng thời có thể tự học để nâng cao trình độ hoặc tiếp tục được đào tạo ở trình độ sau đại học.

#### **1.2. Mục tiêu cụ thể**

##### **1.2.1. Về kiến thức:**

- Người học được trang bị kiến thức chung, cơ bản về khoa học tự nhiên, khoa học xã hội và nhân văn, về ngôn ngữ, văn hóa, đất nước, con người Việt Nam và thế giới. Sau khi hoàn thành chương trình đào tạo cử nhân ngành Quảng cáo - marketing, người học được trang bị những kiến thức chuyên ngành như sau:

- Nắm vững bản chất của quảng cáo và marketing: Khái niệm, sự hình thành và phát triển của quảng cáo-marketing trên thế giới và tại Việt Nam, vai trò của nó trong đời sống xã hội, các nguyên tắc hoạt động của quảng cáo- marketing;

- Hiểu rõ chức năng, nhiệm vụ của cán bộ quảng cáo và marketing trong doanh nghiệp; lập kế hoạch và triển khai kế hoạch quảng bá sản phẩm tới đông đảo khách hàng, thay đổi nhận thức và hành vi của khách hàng, nhằm đem lại lợi nhuận cao cho doanh nghiệp;

- Có tri thức vững vàng về các phương tiện truyền thông đại chúng, biết cách tận dụng các phương tiện này để quảng cáo và hoạch định chiến lược marketing, có tri thức cơ bản về quản trị tài chính và nhân lực trong hoạt động marketing, quảng cáo và phân tích nhu cầu thị trường.

##### **1.2.2. Về kỹ năng:**

- Kỹ năng cứng:

+ Có các kỹ năng nghiên cứu ở mức độ cơ sở trong lĩnh vực khoa học xã hội và nhân văn.

+ Có khả năng lập kế hoạch marketing, thực hiện các ý tưởng quảng bá sản phẩm bằng cách viết quảng cáo trên báo in, báo điện tử, sản xuất chương trình quảng cáo phát thanh, truyền hình và trên các loại hình truyền thông đa phương tiện để đưa sản phẩm quảng cáo tới khách hàng.

- Kỹ năng mềm:

+ Có kỹ năng giao tiếp, thuyết trình, thảo luận, làm việc nhóm;

+ Có kỹ năng tổng hợp, phân tích và xử lý tình huống trong tác nghiệp báo chí;

+ Có kỹ năng sử dụng ngoại ngữ, tin học trong công việc chuyên môn.

*1.2.3. Về phẩm chất chính trị, đạo đức:*

- Có bản lĩnh chính trị vững vàng, yêu nước, trung thành với mục tiêu, lý tưởng độc lập dân tộc và chủ nghĩa xã hội; nắm vững chủ nghĩa Mác - Lênin, tư tưởng Hồ Chí Minh, đường lối, quan điểm của Đảng, chính sách, pháp luật của Nhà nước; Có đạo đức tác phong của người cán bộ cách mạng, ý thức kỷ luật tốt, tinh thần trách nhiệm cao, say mê nghề nghiệp và có mối quan hệ chặt chẽ gắn bó mật thiết với quần chúng nhân dân.

- Được đào tạo cơ bản, hệ thống về Quảng cáo trên nền tảng chủ nghĩa Mác - Lênin, tư tưởng Hồ Chí Minh, đường lối quan điểm của Đảng, chính sách, pháp luật của Nhà nước.

- Có tri thức khoa học, đặc biệt là tri thức chuyên sâu về Quảng cáo, đồng thời am hiểu rộng các khoa học có liên quan, đủ khả năng hoàn thành tốt nhiệm vụ theo mục tiêu tổng quát đã nêu.

**1.3. Vị trí công tác sau tốt nghiệp**

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

- Làm việc tại các công ty quảng cáo, truyền thông chuyên nghiệp trong và ngoài nước.

- Làm quảng cáo, truyền thông, PR, Marketing cho tất cả các tổ chức của Nhà nước, doanh nghiệp, các tổ chức phi chính phủ.

**1.4. Trình độ ngoại ngữ**

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

**1.5. Trình độ Tin học**

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

**2. Căn cứ xây dựng chương trình**

**2.1. Căn cứ thực tiễn**

*2.1.1. Các chương trình đào tạo tham khảo*

- Chương trình đào tạo trong nước: Chương trình cử nhân chất lượng cao ngành Truyền thông Marketing của Khoa Quan hệ công chúng và Quảng cáo, Học viện Báo chí và Tuyên truyền, năm 2017

- Chương trình quốc tế: Chương trình cử nhân quốc tế Quảng cáo, PR và truyền thông của Đại học Middlesex Vương Quốc Anh tại Học viện Báo chí và Tuyên truyền, năm 2016

### 2.1.2. Kết quả khảo sát

#### \* Khảo sát nhu cầu xã hội

Hình thức khảo sát bằng phiếu điều tra và phỏng vấn vào tháng 6/2017 với đối tượng khảo sát gồm: (1) Đơn vị sử dụng lao động (05): Các đơn vị tuyển dụng có sử dụng lao động là sinh viên tốt nghiệp ngành Quảng cáo của Khoa QHCC và QC bao gồm 4 doanh nghiệp và 1 cơ quan nhà nước. (2) Chuyên gia (trên 20): Các giám đốc truyền thông của các tập đoàn đầu ngành, các học giả, nhà khoa học nghiên cứu truyền thông nói chung và chuyên ngành quảng cáo nói riêng, các chuyên gia đầu ngành trong lĩnh vực quảng cáo. (3) Cựu sinh viên, người học (trên 30): thuộc 7 khoá học, đảm nhiệm các công việc liên quan đến chuyên ngành quảng cáo của tại các doanh nghiệp và các cơ quan truyền thông.

Kết quả khảo sát liên quan đến nhu cầu nhân lực như sau: (1) Kết quả khảo sát ý kiến của các doanh nghiệp, nhà tuyển dụng chương trình cử nhân Quảng cáo, đa số ý kiến các chuyên gia cho rằng chương trình đã trang bị những kiến thức tổng quát về quảng cáo cho người học. Tuy nhiên cần bổ sung khối kiến thức hỗ trợ về marketing, thương hiệu và chú trọng các môn học mang tính thực hành cao. (2) Theo ý kiến của các chuyên gia trong ngành nhìn chung chương trình đào tạo chương trình cử nhân chuyên ngành Quảng cáo đã đáp ứng được những yêu cầu cơ bản của thị trường lao động. Tuy nhiên, để cập nhật kịp thời với thực tiễn Khoa cần xem xét và điều chỉnh một số vấn đề cụ thể như: tăng cường khối kiến thức giảng dạy về marketing, quản trị kinh doanh, sáng tạo nội dung, các môn thực hành, nghiên cứu các xu hướng phát triển công nghệ... (3) Hầu hết các sinh viên tốt nghiệp ra trường đều làm việc toàn thời gian: 67.3%, làm việc bán thời gian là 12.7%. Tuy nhiên vẫn có 10.9% lựa chọn học tiếp hoặc không làm việc. Có tới 53% sinh viên ra trường làm việc trong công ty liên quan tới quảng cáo và 34% sinh viên ra trường làm các công việc không liên quan tới quảng cáo. Chỉ có 13% sinh viên ra trường làm công việc trong các công ty chuyên quảng cáo.

\* *Khảo sát chất lượng đào tạo* với đối tượng sinh viên trước tốt nghiệp năm 2017, 2018 (báo cáo kết quả khảo sát lưu tại Trung tâm Khảo thí và Đảm bảo chất lượng đào tạo).

### 2.2. Các căn cứ pháp lý

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

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

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

trình độ của giáo dục đại học;

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

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

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

- Quyết định số 3777/QĐ-HVBCCT-ĐT ngày 18/10/2017 của Giám đốc Học viện Báo chí và Tuyên truyền ban hành Quy định đào tạo đại học hệ chính quy theo hệ thống tín chỉ của Học viện Báo chí và Tuyên truyền;

- Công văn số 769/QLCL-KĐCLGD ngày 20/4/2018 của Bộ trưởng Bộ Giáo dục và Đào tạo Về việc sử dụng tài liệu hướng dẫn đánh giá theo tiêu chuẩn đánh giá chất lượng chương trình đào tạo các trình độ của giáo dục đại học.

### **3. Chuẩn đầu ra**

#### **3.1. Kiến thức**

##### *Kiến thức đại cương*

**CDR 1.** Xác định được các nguyên lý cơ bản của chủ nghĩa Mác - Lênin, tư tưởng Hồ Chí Minh, quan điểm, đường lối của ĐCS Việt Nam.

**CDR 2.** Hiểu được một cách hệ thống kiến thức các lĩnh vực khoa học xã hội nhân văn có liên quan đến ngành học, như chính trị, pháp luật, văn hóa, xã hội, văn hóa, ngôn ngữ, tâm lý, văn học...

**CDR 3.** Vận dụng được phương pháp nghiên cứu khoa học xã hội nhân văn trong nghiên cứu.

##### *Kiến thức cơ sở ngành*

**CDR 4.** Phân tích được các lý thuyết, mô hình truyền thông, các loại hình truyền thông đại chúng; đặc điểm, xu hướng báo chí truyền thông thế giới và Việt Nam.

**CDR 5.** Phân tích được vấn đề trong lý luận và thực tiễn truyền thông, bao gồm lịch sử, văn hóa, tâm lý và mạng xã hội.

**CDR 6.** Vận dụng được pháp luật và đạo đức báo chí - truyền thông trong các hoạt động tác nghiệp.

**CDR 7.** Xác định được đặc điểm ngôn ngữ truyền thông, bao gồm ngôn ngữ viết, nói và hình ảnh.

**CDR 8.** Xác định được các đối tượng công chúng truyền thông và phương pháp nghiên cứu công chúng.

##### *Kiến thức ngành*

**CDR 9.** Phân tích được cơ sở lý luận quảng cáo, bao gồm các khái niệm, đặc điểm, đối tượng, nguyên tắc và cách tiếp cận trong lĩnh vực truyền thông.

**CDR 10.** Xác định được các công việc, yêu cầu trong lao động, nguyên tắc hoạt động của người làm quảng cáo chuyên nghiệp.

**CDR 11.** Phân biệt được các loại hình truyền thông trong tổ chức: quan hệ công chúng, quảng cáo, marketing, tuyên truyền, dân vận.

**CDR 12.** Hiểu và có khả năng phân tích, đánh giá ảnh hưởng của các yếu tố ngoại cảnh như chính trị xã hội, văn hóa bản địa... đối với các sản phẩm và chiến dịch quảng cáo.

**CDR 13.** Vận dụng được quy trình và phương pháp sáng tạo, thực hành quảng cáo theo từng lĩnh vực.

#### *Kiến thức chuyên ngành*

**CDR 14.** Xây dựng, vận hành được các chiến lược quảng cáo đa dạng, phù hợp, hiệu quả, đồng thời biết cách đánh giá hiệu quả của các chiến lược để đưa ra được những điều chỉnh phù hợp.

**CDR 15.** Nắm vững và áp dụng được nhuần nhuyễn những bước trong quá trình xây dựng kế hoạch quảng cáo. Đồng thời xây dựng được hệ thống thu thập và phân tích thông tin chuyên nghiệp.

**CDR 16.** Phân tích và vận dụng phù hợp, sáng tạo các phương tiện truyền thông, đặc biệt liên tục cập nhật những tiến bộ trong công nghệ và những thay đổi về xu hướng truyền thông để đưa ra những chiến lược quảng cáo phù hợp.

### **3.2. Về kỹ năng**

#### *Kỹ năng chung*

**CDR 17.** Kỹ năng phân tích có phản biện thông tin và dữ liệu: Khả năng sử dụng thông tin từ các nguồn khác nhau, so sánh đối chiếu thông tin, đưa ra nhận định và kết luận.

**CDR 18.** Kỹ năng giải quyết vấn đề sáng tạo: Khả năng xác định và phân tích những tình huống phức tạp, đưa ra nhiều phương án lựa chọn để xử lý các vấn đề.

**CDR 19.** Kỹ năng giao tiếp sử dụng ngôn ngữ lời nói, ngôn ngữ cơ thể và văn bản một cách trôi chảy, chuẩn xác, hiệu quả.

**CDR 20.** Kỹ năng giao tiếp sử dụng ngoại ngữ bậc 3/6 theo mô tả trong Khung trình độ ngoại ngữ 6 bậc dùng cho Việt Nam, ban hành kèm thông tư 01/2014/TT-BGDĐT.

**CDR 21.** Kỹ năng sử dụng CNTT và truyền thông trình độ cơ bản theo mô tả trong Chuẩn kỹ năng sử dụng công nghệ thông tin ban hành kèm thông tư 03/2014/TT-BTTTT.

#### *Kỹ năng chuyên biệt cho ngành Quảng cáo*

**CDR 22.** Kỹ năng thu thập, thẩm định, chọn lọc, phân tích thông tin từ các nguồn khác nhau, phân tích nội dung văn bản; thực hiện các phương pháp nghiên cứu định tính, định lượng; sử dụng các phần mềm để phân tích số liệu thống kê; ứng dụng nghiên cứu trong thực tiễn truyền thông – quảng cáo.

**CDR 23.** Kỹ năng phân tích và sáng tạo các chiến lược quảng cáo phù hợp với từng thể loại và đối tượng, bao gồm: nghiên cứu công chúng, sáng tạo thông điệp, lựa chọn phương tiện và cách thức truyền thông hiệu quả.

**CDR 24.** Kỹ năng lập kế hoạch và tổ chức thực hiện các dự án quảng cáo.

**CDR 25.** Kỹ năng sử dụng công cụ, trang thiết bị, phần mềm trong trình bày và thiết kế các sản phẩm quảng cáo.

**CDR 26.** Kỹ năng tổ chức, phát triển và quản lý các hoạt động quảng cáo – truyền thông trong các cơ quan nhà nước, các tổ chức phi chính phủ và doanh nghiệp.

**CDR 27.** Kỹ năng đánh giá chất lượng, hiệu quả truyền thông khi thực hiện các hoạt động, kế hoạch quảng cáo.

**CDR 28.** Kỹ năng sử dụng ngoại ngữ trong lĩnh vực chuyên môn ở mức có thể hiểu được ý chính của bài nói hoặc viết về các chủ đề quen thuộc trong lĩnh vực quảng cáo - truyền thông và có thể diễn đạt được nội dung, ý tưởng về chủ đề dưới hình thức nói và viết.

### **3.3. Về năng lực tự chủ và trách nhiệm**

**CDR 29.** Năng lực làm việc độc lập và làm việc nhóm trong điều kiện làm việc thay đổi, chịu trách nhiệm cá nhân và trách nhiệm với nhóm.

**CDR 30.** Năng lực lãnh đạo, dẫn dắt trong hoạt động chuyên môn, nghiệp vụ của ngành quảng cáo - truyền thông.

**CDR 31.** Năng lực thích nghi với các môi trường làm việc khác nhau.

**CDR 32.** Năng lực tự học tập, nghiên cứu, tích lũy kiến thức và kinh nghiệm.

**CDR 33.** Năng lực lập kế hoạch, điều phối, quản lý các nguồn lực và đánh giá hiệu quả công việc.

### **4. Thời gian đào tạo: 4 năm.**

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

**5. Khối lượng kiến thức toàn khoá: 130 tín chỉ (chưa bao gồm Giáo dục thể chất và Giáo dục Quốc phòng-An ninh)**

### **6. Đối tượng, tiêu chí tuyển sinh**

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

- Có kết quả xếp loại học lực từng năm học trong 3 năm THPT đạt 6,0 trở lên;
- Hạnh kiểm 3 năm THPT xếp loại Khá trở lên.
- Có đủ sức khỏe để học tập và lao động theo các quy định hiện hành của Nhà nước;

-Đạt điểm xét tuyển theo quy định của Học viện Báo chí và Tuyên truyền.

Đối tượng là người nước ngoài được tuyển sinh theo quy định hiện hành của Bộ Giáo dục và Đào tạo.

### **7. Quy trình đào tạo, điều kiện tốt nghiệp**

Quy trình đào tạo thực hiện theo học chế tín chỉ theo Quy định đào tạo đại học chính quy theo hệ thống tín chỉ, được ban hành kèm theo Quyết định số 3777/QĐ-

HVBCTT-ĐT ngày 18/10/2017 của Giám đốc Học viện Báo chí và Tuyên truyền.

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

### **8. Cách thức đánh giá**

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

### **9. Nội dung chương trình**

#### **9.1. Cấu trúc chương trình**

Tổng số tín chỉ phải tích lũy: 130 tín chỉ (chưa bao gồm 12 tín chỉ Giáo dục thể chất và Giáo dục Quốc phòng - An ninh), trong đó:

<b>Khối kiến thức giáo dục đại cương</b>	<b>44</b>
- Khoa học Mác - Lênin và Tư tưởng Hồ Chí Minh	11
- Khoa học xã hội và nhân văn	15
<i>Bắt buộc</i>	9
<i>Tự chọn</i>	6
- Tin học	3
- Ngoại ngữ	15/30
<b>Khối kiến thức giáo dục chuyên nghiệp</b>	<b>86</b>
- Kiến thức cơ sở ngành	18
<i>Bắt buộc</i>	12
<i>Tự chọn</i>	6
- Kiến thức ngành	26
<i>Bắt buộc</i>	17
Kiến tập	3
<i>Tự chọn</i>	6/12
- Kiến thức bổ trợ	12
<i>Bắt buộc</i>	9
<i>Tự chọn</i>	3/9
- Kiến thức chuyên ngành	30
<i>Bắt buộc</i>	17
Thực tập nghề nghiệp	4
Khóa luận/các học phần thay thế khóa luận tốt nghiệp	6
<i>Tự chọn</i>	3/9

## 9.2. Chương trình khung

TT	Mã học phần	Học phần	Nội dung cần đạt được của từng học phần	Khối lượng kiến thức (LT/TH)	Ghi chú
<b>1. Kiến thức giáo dục đại cương</b>				<b>44</b>	
<b>1.1. Khoa học Mác - Lênin, Tư tưởng Hồ Chí Minh</b>				<b>11</b>	
1	TM01012	Triết học Mác - Lênin	Cung cấp những kiến thức cơ bản, tổng hợp, có hệ thống những vấn đề về của triết học Mác – Lênin (chủ nghĩa duy vật biện chứng và chủ nghĩa duy vật lịch sử); từ đó, người học có cơ sở và phương pháp nghiên cứu, học tập hợp lý, vận dụng vào quá trình đánh giá các hiện tượng đời sống.	3,0 (2,5;0,5)	
2	KT01011	Kinh tế chính trị Mác - Lênin	Nội dung học phần gồm kiến thức về các phạm trù kinh tế cơ bản: hàng hóa, tiền tệ, giá trị, giá cả, cạnh tranh, cung cầu, giá trị thặng dư, tư bản, tích lũy, tuần hoàn, chu chuyển của tư bản, tư bản thương nghiệp, tư bản cho vay, tư bản nông nghiệp, địa tô tư bản, chủ nghĩa tư bản độc quyền, sở hữu, thành phần kinh tế, công nghiệp hóa, hiện đại hóa, sản xuất hàng hóa, kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa...	2,0 (1,5;0,5)	
3	CN01002	Chủ nghĩa xã hội khoa học	Trang bị những kiến thức cơ bản và hệ thống về các nguyên lý của CNXH: quy luật ra đời và phát triển của hình thái kinh tế - xã hội Cộng sản chủ nghĩa; sứ mệnh lịch sử của giai cấp công nhân; các vấn đề chính trị - xã hội có tính quy luật trong tiến trình xây dựng xã hội xã hội chủ nghĩa.	2,0 (1,5;0,5)	
4	LS01002	Lịch sử Đảng Cộng sản Việt Nam	Những kiến thức cơ bản, hệ thống về sự ra đời của Đảng CSVN, sự lãnh đạo của Đảng trong đấu tranh giành chính quyền, giải phóng dân tộc và xây dựng CNXH từ năm 1930 đến nay.	2,0 (1,5;0,5)	
5	TH01001	Tư tưởng Hồ Chí Minh	Học phần cung cấp kiến thức cơ bản về Khái niệm, đối tượng, phương pháp nghiên cứu và ý nghĩa học tập môn học; về nguồn gốc, quá trình hình thành và phát triển tư tưởng Hồ Chí Minh; về vấn đề dân tộc và cách mạng giải phóng dân tộc; về CNXH và thời kỳ quá độ lên CNXH ở Việt Nam; về Đảng Cộng sản Việt Nam; về nhà nước của dân, do dân, vì dân; về đại đoàn kết dân tộc và đoàn kết quốc tế; về nhân văn, đạo đức và văn hóa.	2,0 (1,5;0,5)	
<b>1.2. Khoa học xã hội và nhân văn</b>				<b>15</b>	
<b>Bắt buộc</b>				<b>9</b>	



6	<b>NP01001</b>	Pháp luật đại cương	Bao gồm những vấn đề lý luận cơ bản về nhà nước nói chung và Nhà nước CHXHCN Việt Nam nói riêng; Những kiến thức cơ bản về pháp luật và hệ thống pháp luật XHCN; Những kiến thức cơ bản về phòng, chống tham nhũng và pháp luật về phòng chống tham nhũng ở Việt Nam.	3,0 (2,0:1,0)	TM01012 CN01002
7	<b>CT01001</b>	Chính trị học	Trang bị những vấn đề lý luận chung nhất của lĩnh vực chính trị, từ việc làm rõ khái niệm chính trị, chính trị học, đối tượng, phương pháp nghiên cứu chính trị học, khái lược lịch sử tư tưởng chính trị đến việc làm rõ các phạm trù: quyền lực chính trị, chủ thể quyền lực chính trị, cơ chế thực thi quyền lực chính trị, quan hệ chính trị với kinh tế, văn hoá chính trị và đặc biệt làm rõ xu hướng chính trị của thế giới và định	2,0 (1,5:0,5)	
8	<b>XD01001</b>	Xây dựng Đảng	Nội dung học phần gồm: vị trí, đối tượng, phương pháp nghiên cứu môn học; những vấn đề lý luận về xây dựng Đảng, học thuyết Mác - Lênin, tư tưởng Hồ Chí Minh về xây dựng Đảng; các mặt xây dựng nội bộ Đảng (xây dựng Đảng về chính trị, tư tưởng, tổ chức và đạo đức); công tác kiểm tra, giám sát và kỷ luật của Đảng; công tác dân vận của Đảng; Đảng lãnh đạo hệ thống chính trị và các lĩnh vực đời sống xã hội.	2,0 (1,5:0,5)	
9	<b>TG01004</b>	Phương pháp nghiên cứu khoa học xã hội và nhân văn	Nội dung học phần gồm: nhập môn phương pháp nghiên cứu khoa học; vấn đề nghiên cứu, xây dựng và kiểm chứng giả thuyết nghiên cứu; đề tài nghiên cứu khoa học: Căn cứ lựa chọn đề tài khoa học; xây dựng cơ sở lý thuyết cho một đề tài khoa học; xây dựng đề cương nghiên cứu một đề tài khoa học. Phương pháp luận nghiên cứu khoa học; phương pháp và phân loại phương pháp nghiên cứu; một số phương pháp nghiên cứu khoa học xã hội và nhân văn.	2,0 (1,5:0,5)	
<i>Tự chọn</i>				6/18	
10	<b>XH01001</b>	Xã hội học đại cương	Nội dung môn học này làm rõ các kiến thức cơ bản liên quan đến bộ môn Xã hội học như đối tượng nghiên cứu, lịch sử hình thành, chức năng, nhiệm vụ, các khái niệm cơ bản của Xã hội học; các phương pháp nghiên cứu và cách thức tiến hành điều tra Xã hội học. Ngoài ra còn tìm hiểu các nội dung cần quan tâm của một số chuyên ngành nghiên cứu Xã hội học như: xã hội học gia đình, xã hội học nông thôn - đô thị, xã hội học truyền thông đại chúng.	2,0 (1,5:0,5)	
11	<b>QT02552</b>	Địa chính trị thế giới	Môn học gồm những nội dung cơ bản về vị trí chiến lược của địa lý các khu vực và châu lục trên thế giới: Các đặc điểm địa - chính trị; sự vận động - địa chính trị	2,0 (1,5:0,5)	

			các châu lục, khu vực trên thế giới qua từ chiến tranh thế giới lần hai nhất đến nay; Địa - chính trị Việt Nam; Địa - chính trị của biển và địa - chính trị biển Đông.		
12	<b>ĐC01001</b>	Tiếng Việt thực hành	Những nội dung cơ bản, khái quát về lý thuyết tiếng Việt và thực hành tiếng Việt. Sinh viên sẽ thực hành các kỹ năng phân tích, phản biện, sáng tạo sản phẩm báo chí bằng ngôn từ.	2,0 (1,5:0,5)	
13	<b>KT01006</b>	Kinh tế học đại cương	Trang bị những kiến thức cơ bản về bản chất kinh tế của các hoạt động kinh tế và các hiện tượng kinh tế, các quyết định kinh tế của người tiêu dùng, của nhà quản trị doanh nghiệp và nhà hoạch định chính sách. Đưa ra những công cụ để xác định các chỉ tiêu đo lường sản lượng quốc gia, phân tích các mối quan hệ lớn trên phạm vi toàn thể nền kinh tế như tăng trưởng kinh tế, lạm phát, thất nghiệp; trang bị những hiểu biết về vai trò điều tiết vĩ mô của chính phủ thông qua hệ thống các chính sách kinh tế chủ yếu như: chính sách tài khoá, chính sách tiền tệ, chính sách tỷ giá, giúp vận dụng những kiến thức này vào các hoạt động và tình huống thực tiễn.	2,0 (1,5:0,5)	
14	<b>TT01002</b>	Cơ sở văn hóa Việt Nam	Cung cấp những kiến thức nền tảng, chung nhất về văn hóa Việt Nam trên các mặt: những vấn đề lý luận cơ bản về văn hóa; diễn trình lịch sử văn hóa Việt Nam; vấn đề giao lưu tiếp biến trong văn hóa Việt Nam; mối quan hệ giữa văn hóa với môi trường...	2,0 (1,5:0,5)	
15	<b>ĐC01006</b>	Ngôn ngữ học đại cương	Trang bị cho sinh viên hiểu biết cơ bản và khái quát về các vấn đề ngôn ngữ học đại cương và trong báo chí - truyền thông; các kỹ năng xử lý ngôn từ, kỹ năng sáng tạo ngôn ngữ trong mối quan hệ với đối tượng tiếp nhận.	2,0 (1,5:0,5)	
16	<b>TG01007</b>	Tâm lý học xã hội	Trang bị cho sinh viên nắm vững các tri thức cơ bản của Tâm lý học xã hội nhằm phát hiện, lý giải và hình thành các tác động đối với các hiện tượng tâm lý xã hội, củng cố niềm tin trong việc tổ chức có hiệu quả các hoạt động nghề nghiệp tương lai. Sinh viên sẽ thực hành các kỹ năng phân tích, đánh giá các hiện tượng tâm lý xã hội và xây dựng các chiến lược truyền thông nhằm phát triển các mối quan hệ xã hội tốt đẹp.	2,0 (1,5:0,5)	
17	<b>QT01001</b>	Quan hệ quốc tế đại cương	Môn học gồm các nội dung cơ bản và hệ thống về quan hệ quốc tế như khái niệm, đặc trưng của quan hệ quốc tế; chủ thể và các mối quan hệ giữa các chủ thể trong quan hệ quốc tế, đặc biệt nhấn mạnh đến quốc gia độc lập có chủ quyền và tổ	2,0 (1,5:0,5)	

			chức quốc tế; các quy luật trong quan hệ quốc tế; xung đột và hợp tác trong quan hệ quốc tế; các vấn đề toàn cầu; đường lối, chính sách đối ngoại của Đảng và Nhà nước Việt Nam trong giai đoạn hiện nay.		
18	<b>ĐC01004</b>	Lý luận văn học	Những kiến thức cơ bản về lý luận văn học và ứng dụng trong thực tiễn, lí giải rõ các thành tố làm nên văn học và mối quan hệ biện chứng giữa các thành tố đó với văn học; tìm hiểu mối quan hệ giữa văn học và các loại hình nghệ thuật, định vị chính xác Văn học trong các hệ thống, trong các mối quan hệ.	2,0 (1,5:0,5)	
<b>1.3. Tin học</b>				<b>3</b>	
19	<b>ĐC01005</b>	Tin học ứng dụng	Trang bị các kiến thức cơ bản về CNTT; sử dụng máy tính và mạng; sử dụng các phần mềm xử lý văn bản (Microsoft Word,...), xử lý bảng tính (Microsoft Excel,...), thiết kế trình chiếu (Microsoft PowerPoint,...) và yêu cầu sinh viên làm bài tập ứng dụng.	3,0 (1,0:2,0)	
<b>1.4. Ngoại ngữ (chọn học tiếng Anh hoặc tiếng Trung)</b>				<b>15/30</b>	
20	<b>NN01015</b>	Tiếng Anh học phần 1	Môn học cung cấp cho sinh viên những kiến thức cơ bản về: Các thời thể ngữ pháp tiếng Anh dành cho sinh viên trình độ tiền trung cấp(Pre-intermediate); từ vựng được sử dụng trong các tình huống hàng ngày; các kỹ năng ngôn ngữ đọc, nghe, nói, viết ở mức độ tiền trung cấp. Bước đầu sinh viên tập nghe giảng bằng tiếng Anh trong các bài học tiếng Anh.	4,0 (2,0:2,0)	
21	<b>NN01016</b>	Tiếng Anh học phần 2	Môn học cung cấp cho sinh viên những kiến thức cơ bản về: Các thời thể ngữ pháp tiếng Anh ở mức độ nâng cao hơn so với học phần Tiếng Anh 1. So sánh đối chiếu sự khác nhau giữa các hành động lời nói. Cung cấp từ vựng để nói về các chủ điểm quen thuộc như gia đình, sở thích, công việc... Cách cấu tạo, kết hợp và sử dụng các loại từ vựng. Rèn luyện các kỹ năng ngôn ngữ đọc, nghe, nói, viết ở mức độ giữa tiền trung cấp và trung cấp.	4,0 (2,0:2,0)	
22	<b>NN01017</b>	Tiếng Anh học phần 3	Học phần này giúp sinh viên ôn tập và củng cố những kiến thức cơ bản về: các hiện tượng ngữ pháp ở mức phức tạp như so sánh, bị động, câu điều kiện...Cung cấp từ vựng ở hầu hết các chủ điểm quen thuộc trong cuộc sống hàng ngày. Rèn luyện các kỹ năng Nghe Nói Đọc Viết thông qua các dạng bài tập đa dạng: kỹ năng đọc hiểu, nghe hiểu, viết thư/viết đoạn văn, trao đổi về một số chủ đề quen thuộc.	4,0 (2,0:2,0)	
23	<b>NN01023</b>	Tiếng Anh	Học phần ôn tập và củng cố những kiến thức cơ bản về các bình diện ngôn ngữ,	3,0	

		học phần 4	kỹ năng thực hành tiếng. Từng bước trang bị một số lượng từ vựng liên quan đến các lĩnh vực học tập chuyên môn thuộc các ngành khoa học xã hội và nhân văn. Rèn luyện các kỹ năng ngôn ngữ đọc, nghe, nói, viết ở mức độ trung cấp (Intermediate). Học phần cũng cung cấp một số kiến thức và kỹ thuật làm bài thi tiếng Anh theo các dạng thức đề thi hiện đang được sử dụng tại Việt Nam.	(1,5:1,5)	
24	<b>NN01019</b>	Tiếng Trung học phần 1	Môn học cung cấp cho sinh viên những kiến thức cơ bản về phần ngữ âm, các nét cơ bản và các nguyên tắc viết chữ Hán để có thể viết chữ Hán. Rèn luyện các kỹ năng giao tiếp cơ bản như: chào hỏi, giới thiệu được bản thân, gia đình, bạn bè, mua bán....Rèn luyện các kỹ năng nghe, đọc, viết với các chủ đề đơn giản.	4,0 (2,0:2,0)	
25	<b>NN01020</b>	Tiếng Trung học phần 2	Môn học cung cấp cho sinh viên những kiến thức cơ bản về cách viết chữ Hán, so sánh được một số âm Hán Việt, nắm được một số hiện tượng ngữ pháp cơ bản, cung cấp từ vựng cơ bản để trình bày về các chủ điểm thông thường như công việc, sở thích, học tập, gia đình... Rèn luyện các kỹ năng ngôn ngữ đọc, nghe, nói, viết tiếng Hán ở mức độ tiền trung cấp.	4,0 (2,0:2,0)	
26	<b>NN01021</b>	Tiếng Trung học phần 3	Môn học cung cấp kiến thức về các loại câu trong tiếng Hán và cách diễn đạt phổ biến với các chủ điểm gần gũi với cuộc sống hàng ngày. Giao tiếp trong những tình huống đơn giản thông qua việc trao đổi thông tin trực tiếp. Miêu tả về các tình huống giao tiếp và những vấn đề gần gũi, liên quan trực tiếp đến cuộc sống. Học phần cũng cung cấp một số kiến thức và kỹ thuật làm bài thi tiếng Trung HSK3 nhằm giúp sinh viên đạt được chuẩn đầu ra phù hợp.	4,0 (2,0:2,0)	
27	<b>NN01024</b>	Tiếng Trung học phần 4	Học phần ôn tập và củng cố những kiến thức cơ bản về các bình diện ngôn ngữ tiếng Hán, các kỹ năng thực hành tiếng Hán. Từng bước trang bị một số lượng từ vựng liên quan đến các lĩnh vực học tập chuyên môn thuộc các ngành khoa học xã hội và nhân văn. Rèn luyện các kỹ năng ngôn ngữ đọc, nghe, nói, viết ở mức độ trung cấp. Học phần cũng cung cấp một số kiến thức và kỹ thuật làm bài thi tiếng Trung HSK4 cho sinh viên đáp ứng chuẩn đầu ra	3,0 (1,5:1,5)	
<b>2. Kiến thức giáo dục chuyên nghiệp</b>				<b>86</b>	
<b>2.1. Kiến thức cơ sở ngành</b>				<b>18</b>	
<i>Bắt buộc</i>				12	
28	<b>BC02801</b>	Lý thuyết truyền thông	Kiến thức chung về mô hình và lý thuyết truyền thông; truyền thông liên cá nhân, truyền thông đại chúng và mạng xã hội; truyền thông trong khủng hoảng;	3,0 (1,5:1,5)	

			chu trình truyền thông, lập kế hoạch truyền thông; giám sát, đánh giá và duy trì hoạt động truyền thông. Những kỹ năng và nguyên lý truyền thông thông qua phân tích các chiến dịch, kế hoạch truyền thông trong thực tế và thực hành lập kế hoạch chương trình/chiến dịch truyền thông nhằm thay đổi nhận thức, truyền thông vận động và truyền thông thay đổi hành vi.		
29	<b>PT02306</b>	Pháp luật và đạo đức báo chí – truyền thông	Những tri thức cơ bản, hệ thống và cập nhật về pháp luật liên quan đến hoạt động truyền thông; các văn bản quy phạm pháp luật về lĩnh vực truyền thông, quản lý nhà nước trong lĩnh vực truyền thông; tự do ngôn luận, tự do ngôn luận trên báo chí; địa vị pháp lý của báo chí và nhà báo; Quan niệm về đạo đức nghề nghiệp báo chí truyền thông; cơ sở quy định đạo đức nghề nghiệp; các quy ước đạo đức nghề nghiệp; tiêu chí đánh giá về đạo đức nghề nghiệp; vấn đề tu dưỡng và rèn luyện đạo đức nghề nghiệp của nhà báo - nhà truyền thông...	3,0 (1,5:1,5)	
30	<b>BC02115</b>	Công chúng báo chí - truyền thông	Học phần cung cấp kiến thức, kỹ năng về công chúng báo chí - truyền thông: khái niệm, phân loại, đặc điểm, vai trò công chúng; Hoạt động tiếp nhận của công chúng; Phương pháp tiếp cận công chúng; Chiến lược và giải pháp phát triển công chúng. Sinh viên được thực hành nghiên cứu công chúng báo chí - truyền thông, rèn luyện các kỹ năng tiếp cận, nghiên cứu công chúng bằng các sản phẩm truyền thông.	3,0 (1,5:1,5)	
31	<b>QQ02101</b>	Quan hệ công chúng và quảng cáo	Trang bị cho người học hệ thống lý thuyết cơ bản về quan hệ công chúng và quảng cáo và các mô hình truyền thông được sử dụng trong lĩnh vực này. Người học có thể phân biệt rõ được sự khác nhau giữa khái niệm, vai trò và chức năng của quan hệ công chúng và quảng cáo; làm rõ mối quan hệ của các ngành nghề này với các ngành nghề khác trong lĩnh vực truyền thông. Người học được trang bị các kỹ năng phân tích và đánh giá các sản phẩm hoặc các chiến dịch truyền thông; kỹ năng lập kế hoạch truyền thông trong hoạt động PR, quảng cáo.	3,0 (1,5:1,5)	
<i>Tự chọn</i>				6/18	
32	<b>QQ02601</b>	Các phương tiện truyền thông	Trang bị những kiến thức căn bản về báo chí học như: nhà báo, tác phẩm báo chí, đặc trưng loại hình phương tiện (truyền hình – phát thanh, báo in, báo mạng), cơ chế tác động báo chí, vài hướng nghiên cứu về công chúng. Môn học này hướng đến việc giúp người học tự đưa ra quan điểm cá nhân trước bất kỳ sự việc, hiện tượng, vấn đề nào nảy sinh trong cuộc sống, và sắp xếp, trình bày	3,0 (2,0:1,0)	

			nó một cách logic, có sức thuyết phục. Kết hợp với các yếu tố về phương pháp tư duy sáng tạo tác phẩm báo chí, đặc trưng của từng loại hình phương tiện người học có thể rèn luyện kỹ năng tự sáng tạo tác phẩm của riêng mình.		
33	QQ02456	Ngôn ngữ truyền thông	Trang bị những kiến thức về đặc điểm ngôn ngữ truyền thông đại chúng nhằm vận dụng đúng đặc trưng ngôn ngữ của từng loại hình, phương tiện truyền thông là báo in, báo ảnh, báo phát thanh, truyền hình, báo điện tử, ngôn ngữ quảng cáo. Trên cơ sở đó, người học có kỹ năng xác định hành vi ngôn ngữ đúng đắn, sử dụng ngôn ngữ phù hợp với hoàn cảnh, thể loại báo chí và đối tượng truyền thông.	3,0 (2,0:1,0)	
34	QQ02602	Kinh tế truyền thông	Trang bị những kiến thức về những hoạt động kinh tế đặc thù trong lĩnh vực báo chí, truyền thông. Môn học này cũng sẽ giúp sinh viên hiểu được tầm quan trọng của kinh tế truyền thông trong thời kỳ công nghệ thông tin đang diễn ra trên thế giới cũng như ở Việt Nam và sẽ cung cấp cho người học những khung lý thuyết để đi sâu phân tích thực tế kinh tế ở trong mỗi lĩnh vực truyền thông cụ thể; Giúp sinh viên hiểu biết về các hệ thống sở hữu, tài chính, quy định và phát triển chương trình truyền thông trên thế giới; có tư duy tích cực và có kỹ năng đánh giá đúng đắn các vấn đề quan trọng hiện nay trong lĩnh vực kinh tế truyền thông.	3,0 (2,0:1,0)	
35	QQ02603	Văn hoá doanh nghiệp	Trang bị kiến thức cơ bản về sự vận hành và các quy luật của kinh tế thị trường, khái quát cách tiếp cận về văn hóa, các loại hình đạo đức, nắm vững kiến thức chuyên ngành về đạo đức kinh doanh và văn hóa doanh nghiệp (VHDN). Trên cơ sở nghiên cứu quá trình hình thành, phát triển của lý luận về đạo đức kinh doanh và VHDN, sinh viên sẽ rèn luyện kỹ năng nghiên cứu đặc thù của việc xây dựng và phát triển VHDN tại Việt Nam, trong các cơ quan báo chí – truyền thông và kinh doanh truyền thông. Môn học cũng đề cập đến mối quan hệ giữa PR, QC và VHDN.	3,0 (2,0:1,0)	
36	QQ02801	Báo chí và dư luận xã hội	Trang bị cho sinh viên những kiến thức, kỹ năng cơ bản về báo chí và dư luận xã hội. Cụ thể, môn học giúp sinh viên có được: khái niệm công cụ về báo chí và dư luận xã hội; Hiểu được vị trí, vai trò, và đồng thời có kỹ năng cơ bản để sáng tạo tác phẩm báo chí và ảnh hưởng của nó đến cộng đồng – xã hội...	3,0 (2,0:1,0)	
37	QQ02609	Truyền thông nội bộ	Trang bị những kiến thức cơ bản về cơ cấu tổ chức, mô hình tổ chức bộ máy quản trị của các doanh nghiệp, công ty, các tổ chức, cơ quan nhà nước; tìm hiểu	3,0 (2,0:1,0)	

			các hoạt động truyền thông nội bộ của các tổ chức này. Kết thúc học phần, sinh viên phải có hiểu biết về cơ cấu tổ chức và hoạt động bên trong của các cơ quan, tổ chức, nắm được hoạt động quan hệ công chúng nội bộ, có kỹ năng tác nghiệp trong lĩnh vực quan hệ công chúng nội bộ nhằm xây dựng và duy trì quan hệ tốt đẹp trong tổ chức, góp phần hoàn thành mục tiêu của tổ chức.		
<b>2.2. Kiến thức ngành</b>				<b>26</b>	
<b>Bắt buộc</b>				<b>20</b>	
38	<b>QQ02454</b>	Nhập môn quảng cáo	Trang bị kiến thức chung về quảng cáo, cơ sở lý thuyết cho các hoạt động quảng cáo bao gồm khái niệm, quá trình hình thành và phát triển quảng cáo, các loại hình và chiến lược quảng cáo, công chúng và các phương tiện quảng cáo, quy trình lập kế hoạch quảng cáo, cách tổ chức hoạt động quảng cáo, quy trình sáng tạo và sản xuất sản phẩm quảng cáo. Có kỹ năng nghiên cứu và xây dựng một chiến lược quảng cáo cơ bản.	3,0 (1,5:1,5)	
39	<b>QQ02453</b>	Nhập môn Marketing	Trang bị những kiến thức cơ bản về lý thuyết Marketing, những quy trình nghiên cứu trong marketing, lý thuyết về thương hiệu, chiến lược, 4P trong marketing và định vị thương hiệu. Trên cơ sở đó, người học có khả năng và kỹ năng vận dụng lý thuyết vào các tình huống thực tiễn kinh doanh trên thương trường, biết cách lập một chiến lược marketing căn bản.	3,0 (2,0:1,0)	
40	<b>QQ03459</b>	Nhập môn quan hệ công chúng	Trang bị cơ sở lý thuyết chung của quan hệ công chúng, những kiến thức về khái niệm, vai trò, chức năng, quá trình hình thành và phát triển của quan hệ công chúng trên thế giới và tại Việt Nam. Trang bị cho sinh viên những kiến thức và kỹ năng cơ bản về các hoạt động quan hệ công chúng bao gồm kỹ năng xử lý khủng hoảng, quan hệ báo chí và tổ chức sự kiện. Môn học cũng trang bị cho sinh viên những nguyên tắc tác nghiệp, những kỹ năng giao tiếp trong nhiều tình huống như thuyết trình, tranh luận, liên hệ với các nhóm đối tượng khác nhau.	3,0 (1,5:1,5)	
41	<b>QQ03477</b>	Hành vi khách hàng	Trang bị những kiến thức cơ bản về hành vi khách hàng, quy trình ra quyết định mua, tâm lý học ảnh hưởng đến quyết định mua và lựa chọn thương hiệu/sản phẩm, các yếu tố ảnh hưởng đến hành vi, khả năng nghiên cứu hành vi khách hàng để phục vụ cho việc ra các quyết định marketing. Trên cơ sở đó, người học có khả năng và kỹ năng vận dụng lý thuyết vào các tình huống thực	3,0 (1,5:1,5)	

			tiền kinh doanh trên thương trường.		
42	<b>QQ03506</b>	Nghiên cứu Quảng cáo - Marketing	Trang bị những kiến thức, kỹ năng chuyên môn cốt lõi về quy trình, các phương pháp và công cụ hỗ trợ nghiên cứu quảng cáo, marketing. Quy trình thực hiện dự án nghiên cứu bao gồm: phát hiện vấn đề và xác định mục tiêu nghiên cứu; lập kế hoạch nghiên cứu, thu thập thông tin, phân tích xử lý dữ liệu, báo cáo và trình bày kết quả nghiên cứu. Các phương pháp nghiên cứu bao gồm thu thập dữ liệu sơ cấp và thứ cấp, nghiên cứu định tính, định lượng, phân tích nội dung, lập sơ đồ nhận thức, phương pháp Q, các phương pháp phân tích giải thích dữ liệu. Học phân cũng đề cập đến các khả năng ứng dụng nghiên cứu quảng cáo, marketing trong thực tiễn.	3,0 (1,5;1,5)	
43	<b>QQ02802</b>	Thực tế chính trị - xã hội	Học phân nhằm giúp sinh viên thâm nhập, nắm bắt và nghiên cứu thực tiễn trên các mặt như: chính trị, kinh tế, văn hóa, xã hội... vận dụng những kiến thức đã học để thực hành kỹ năng hoạt động nghề nghiệp của hoạt động quảng cáo	2,0 (0,5;1,5)	
44	<b>QQ03516</b>	Kiến tập nghề nghiệp	Trang bị kỹ năng trải nghiệm công việc và học hỏi thêm những điều mới chưa được học trên lớp: trải nghiệm văn hóa làm việc, rèn luyện đạo đức nghề nghiệp, phát hiện điểm mạnh điểm yếu của bản thân, xây dựng các mối quan hệ...	3,0 (0,5;2,5)	
<i>Tự chọn</i>				6/18	
45	<b>QQ02607</b>	Truyền thông tiếp thị tích hợp (IMC)	Trang bị kiến thức cơ bản về mục tiêu, đối tượng, đưa ra thông điệp/ý tưởng sáng tạo và chọn kênh phù hợp trong một chiến dịch truyền thông tiếp thị tích hợp; truyền thông tiếp thị tích hợp (những khái niệm, quy trình trong một chiến dịch IMC, các case studies...) bước đầu có thể vận dụng trong hoạt động PR, Quảng cáo, Marketing phù hợp với sự phát triển của nền kinh tế xã hội và yêu cầu của nghề nghiệp. Trang bị kỹ năng phân tích, đánh giá trong việc ứng dụng và tích hợp các công cụ truyền thông và marketing.	3,0 (1,5;1,5)	
46	<b>QQ02619</b>	Viết cho PR	Trang bị những kiến thức, kỹ năng thực hành trong việc sử dụng báo chí như là một công cụ cơ bản của người hoạt động quan hệ công chúng. Sau khi hoàn thành học phần, người học sẽ có khả năng viết thông cáo báo chí, viết tin bài, khả năng sắp xếp và chuẩn bị các cuộc trả lời phỏng vấn, khả năng sản xuất các bộ tài liệu thông tin, các tài liệu thông tin như ấn phẩm, băng hình giới thiệu, tờ rơi...nhằm phục vụ công việc truyền thông của cơ quan, tổ chức, cá nhân...	3,0 (1,0;2,0)	



47	<b>QQ03508</b>	Các chuyên đề quảng cáo	Trang bị những kiến thức về 10 nội dung chính gồm: tính sáng tạo trong quảng cáo, phát triển ý tưởng quảng cáo, marketing nội dung (content marketing), yếu tố hình ảnh và âm nhạc trong quảng cáo truyền hình, thẩm mỹ thiết kế trong quảng cáo in ấn, quảng cáo trên mạng xã hội, quảng cáo trên nền tảng di động, quảng cáo sắp đặt (product placement), quảng cáo lan truyền (viral advertising), tối đa hóa công cụ tìm kiếm (SEO) và các dạng quảng cáo từ khóa.	3,0 (1,5:1,5)	
48	<b>QQ03509</b>	Chiến lược quảng cáo	Trang bị những kiến thức cơ bản về xây dựng và triển khai chiến lược quảng cáo như: các yếu tố cơ bản của một chiến lược quảng cáo và những loại hình chiến lược quảng cáo thường gặp, vai trò của nghiên cứu trong việc lập kế hoạch, những vấn đề cần đặt ra trong quá trình nghiên cứu và các mô hình phân tích, mối quan hệ giữa chiến lược và các kế hoạch quảng cáo. Môn học cũng nhằm rèn luyện cho sinh viên các kỹ năng, phương pháp xây dựng mục tiêu, thông điệp, ý tưởng, lựa chọn kênh truyền thông và phương thức thực hiện hoạt động quảng cáo, cách thức đánh giá, thẩm định mức độ thành công của một chiến dịch/kế hoạch quảng cáo và những lưu ý trong xây dựng chiến lược quảng cáo.	3,0 (1,5:1,5)	
49	<b>QQ02612</b>	Lập kế hoạch quan hệ công chúng	Trang bị cho người học những kiến thức cơ bản về Lập kế hoạch quan hệ công chúng. Qua môn học, học viên được nghiên cứu các chiến lược quan hệ công chúng ở các cơ quan, tổ chức, doanh nghiệp. Học viên cũng được thực hành các kỹ năng lập, thực hiện và đánh giá những kế hoạch quan hệ công chúng mang tính chiến lược.	3,0 (1,5:1,5)	
50	<b>QQ02610</b>	Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp	Trang bị kiến thức cơ bản về các vấn đề liên quan đến đạo đức kinh doanh, các vấn đề về việc thực hiện trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp. Từng chủ đề của môn học bao gồm mối quan hệ giữa doanh nghiệp và xã hội, tìm hiểu mối quan hệ giữa các nhóm công chúng cùng những vấn đề phát sinh có liên quan, cơ sở lý thuyết về đạo đức kinh doanh, đạo đức kinh doanh trong quản lý và lãnh đạo, cơ sở lý thuyết về trách nhiệm xã hội, mối quan hệ giữa môi trường và doanh nghiệp, các vấn đề của toàn cầu hóa và trách nhiệm của doanh nghiệp. Trang bị kỹ năng thực hành tìm hiểu và nghiên cứu các nhóm công chúng, so sánh sự khác biệt giữa việc xây dựng trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp với các nhóm này.	3,0 (1,5:1,5)	

<b>2.3. Kiến thức bổ trợ (nếu có)</b>				<b>12</b>	
<b>Bắt buộc</b>				<b>9</b>	
51	<b>QQ02613</b>	Kỹ năng giao tiếp đàm phán và phát ngôn	Trang bị những kiến thức căn bản về kỹ năng giao tiếp – đàm phán; trọng tâm là hình thành các kỹ năng giao tiếp đàm phán, ứng xử hàng ngày trong công việc cũng như trong cuộc sống thông qua việc rèn luyện kỹ năng vận dụng lý thuyết vào các tình huống giao tiếp hàng ngày cũng như trong hoạt động nghề nghiệp sau này.	3,0 (1,5:1,5)	
52	<b>QQ02504</b>	Truyền thông mạng xã hội	Trang bị cho người học kiến thức cơ bản về truyền thông và các phương tiện truyền thông mới, đặc biệt là các phương tiện trên Internet – mạng xã hội. Bên cạnh đó, cập nhật những xu hướng sử dụng phương tiện truyền thông mới hiện nay, những nguyên tắc, kinh nghiệm và bài học để người học rèn luyện kỹ năng truyền thông mạng xã hội một cách hiệu quả.	3,0 (1,5:1,5)	
53	<b>QQ02604</b>	Tác động quảng cáo trong xã hội	Trang bị cho sinh viên những kiến thức về mối quan hệ giữa quảng cáo và các vấn đề xã hội, tác động của quảng cáo đối với sự phát triển của đời sống văn hóa, xã hội. Môn học cũng rèn luyện cho học viên những kỹ năng phân tích, đánh giá các ảnh hưởng tích cực và tiêu cực của quảng cáo đối với xã hội để từ đó người học nhận diện được vai trò của quảng cáo trong xã hội và trở thành những nhà thực hành nghề có đạo đức và trách nhiệm.	3,0 (1,5:1,5)	
<b>Tự chọn</b>				<b>3/9</b>	
54	<b>QQ03465</b>	Quản lý vấn đề và xử lý khủng hoảng	Trang bị cho sinh viên những kiến thức, kỹ năng cần thiết trong hoạt động quản lý vấn đề và quản lý khủng hoảng. Cụ thể, sinh viên được cung cấp các kiến thức về các vấn đề văn hóa, chính trị, xã hội đang ảnh hưởng tới tổ chức, các lý thuyết về quản lý vấn đề và khủng hoảng, các quy trình xử lý khủng hoảng và phục hồi sau khủng hoảng.	3,0 (1,5:1,5)	
55	<b>QQ02605</b>	Quan hệ báo chí	Trang bị kiến thức đặc thù về hoạt động báo chí tại Việt Nam hiện nay. Môn học cũng đề cập đến mối quan hệ giữa PR và báo chí; cũng các nguyên tắc cần thiết trong quan hệ báo chí. Trang bị kiến thức tổng quan về hoạt động báo chí tại Việt Nam hiện nay và mối quan hệ qua lại giữa báo chí và PR. Trên cơ sở kiến thức nền tảng, người học được trang bị những kỹ năng cơ bản về hoạt động quan hệ với báo chí của một người làm PR, truyền thông tại Việt Nam.	3,0 (1,5:1,5)	
56	<b>QQ02615</b>	PR doanh	Trang bị kiến thức cơ bản giúp phân biệt hoạt động PR doanh nghiệp với hoạt	3,0	

		ngành	động PR của các tổ chức nhà nước, các tổ chức phi chính phủ; trang bị các kiến thức về vai trò, chức năng, các loại hình, mô hình và các hoạt động của PR doanh nghiệp. Trang bị các kiến thức về bối cảnh thị trường, sự vận hành, các quy luật của kinh tế thị trường, thực trạng và xu hướng của hoạt động PR doanh nghiệp, các kiến thức về ngành nghề, các kỹ năng, nguyên tắc và đạo đức hành nghề của nhân viên PR doanh nghiệp.	(1,5:1,5)	
<b>2.4. Kiến thức chuyên ngành</b>				<b>30</b>	
<b>Bắt buộc</b>				<b>27</b>	
57	<b>QQ03472</b>	Viết lời quảng cáo	Trang bị những kiến thức về khái niệm, mục đích, vai trò và các yêu cầu cơ bản của viết lời quảng cáo (copywriting); hiểu được những nguyên tắc của viết lời quảng cáo, nắm rõ quy trình và kế hoạch viết quảng cáo và biết cách so sánh các dạng sản phẩm viết quảng cáo. Rèn luyện các kỹ năng về viết lời quảng cáo, lập kế hoạch và so sánh để hoàn thiện sản phẩm.	3,0 (1,0:2,0)	
58	<b>QQ03505</b>	Thiết kế quảng cáo	Trang bị kiến thức về hệ thống lý thuyết và kỹ năng thiết kế, trình bày các sản phẩm in và mạng điện tử. Từ đó, người học được rèn luyện khả năng sắp xếp, thiết kế, trình bày để vận dụng vào việc tổ chức xuất bản các sản phẩm truyền thông, phục vụ cho quá trình quảng cáo.	3,0 (0,5:2,5)	
59	<b>QQ02804</b>	Dự án Marketing	Trang bị kiến thức cơ bản về Chiến lược marketing: hoạch định chiến lược marketing trong các tổ chức. Môn học giúp người học hiểu được những công việc cụ thể của người làm marketing và vận dụng những kỹ năng để quản lý các công việc đó một cách hiệu quả. Môn học giúp sinh viên có được khung cơ bản về quá trình quản trị hoạt động marketing và có khả năng vận dụng kiến thức đó để xây dựng được một Dự án Marketing cho một tổ chức.	4,0 (1,5:2,5)	
60	<b>QQ02805</b>	Sản xuất quảng cáo	Trang bị những kiến thức, kỹ năng về nguyên tắc và phong cách sản xuất các sản phẩm quảng cáo. Môn học sẽ trang bị những kiến thức về tầm quan trọng của truyền thông hình ảnh, nghệ thuật âm thanh và màu sắc trong quảng cáo. Sinh viên sẽ được ứng dụng những kiến thức về thiết kế, trình bày và quá trình lao động quảng cáo sáng tạo để sản xuất ra các sản phẩm quảng cáo trên phát thanh, truyền hình, Internet và các loại hình quảng cáo phong phú, đa dạng khác.	4,0 (1,5:2,5)	
61	<b>QQ02616</b>	Marketing	Trang bị những kiến thức cơ bản về những ứng dụng marketing mới trong môi	3,0	

		kỹ thuật số	trường công nghệ thông tin đang ngày càng phát triển. Trong đó, môn học tập trung nghiên cứu về công nghệ và lịch sử mạng Internet, phân tích hành vi người tiêu dùng (nội địa và quốc tế) trên mạng, mô hình kinh doanh, quảng cáo và truyền thông, thiết kế trang web, định giá, nghiên cứu marketing sử dụng mạng Internet; những công việc cụ thể của người làm marketing kỹ thuật số và vận dụng những kỹ năng để quản lý các công việc đó một cách hiệu quả.	(1,5:1,5)	
62	<b>QQ03517</b>	Thực tập cuối khóa	Trang bị lý thuyết: củng cố tất cả những kiến thức lý thuyết đã học trong chương trình đào tạo ngành Quan hệ công chúng và Quảng cáo, có cơ hội áp dụng những lý thuyết đã học trên lớp vào thực tế công việc. Rèn luyện thực hành: Sinh viên có cơ hội trải nghiệm công việc và học hỏi thêm những điều mới chưa được học trên lớp.	4,0 (0,5:3,5)	
63	<b>QQ04025</b>	Khóa luận/ Sản phẩm tốt nghiệp / Dự án tốt nghiệp	Hướng dẫn và định hướng cách nghiên cứu, đánh giá, phân tích và trình bày để có được kỹ năng hoàn thiện sản phẩm tốt nghiệp/ Khóa luận tốt nghiệp/Dự án tốt nghiệp tốt.	6,0 (0,5:5,5)	
<i>Học phần thay thế khóa luận/Sản phẩm tốt nghiệp</i>				<b>6</b>	
64	<b>QQ03482</b>	Quản trị thương hiệu	Trang bị những kiến thức cơ bản về nghiên cứu quá trình xây dựng và quản trị thương hiệu bao gồm: tạo dựng hình ảnh thương hiệu, phân tích thị trường; phân tích tình trạng của thương hiệu; định vị thương hiệu; kiểm nghiệm phương án mới; lập kế hoạch và đánh giá sự thực hiện. Môn học cũng giới thiệu các kiểu loại chiến lược thương hiệu điển hình và các hình thức tổ chức bộ phận quản lý thương hiệu. Môn học giúp người học hiểu được những công việc cụ thể của người làm marketing, xây dựng thương hiệu và vận dụng những kỹ năng để quản trị thương hiệu đó một cách hiệu quả.	3,0 (1,0:2,0)	
65	<b>QQ03466</b>	Tổ chức sự kiện	Trang bị những kiến thức cơ bản nhất về sự kiện và tổ chức sự kiện, về nghề tổ chức sự kiện, nắm vững các nguyên tắc tổ chức sự kiện chuyên nghiệp để truyền đạt có hiệu quả thông điệp của tổ chức, doanh nghiệp đến công chúng. Đồng thời, người học cũng được biết về quy trình quản lý rủi ro trong sự kiện và được học các kỹ năng phân tích, đánh giá, kỹ năng xử lý tình huống,...	3,0 (1,0:2,0)	
Tự chọn				3/9	

66	QQ03473	Quản lý bán hàng và quan hệ khách hàng	Trang bị những kiến thức cơ bản về quản lý bán hàng và mối quan hệ khách hàng. Môn học giúp người học hiểu được những công việc cụ thể của người phụ trách bán hàng và xây dựng mối quan hệ với khách hàng và vận dụng những kỹ năng để quản lý các công việc đó một cách hiệu quả. Môn học giúp sinh viên có được khung cơ bản về quá trình bán hàng và các chiến lược quản trị mối quan hệ với khách hàng và có khả năng vận dụng kiến thức đó để xây dựng được một quy trình bán hàng và quản trị mối quan hệ khách hàng phù hợp với doanh nghiệp mình.	3,0 (1,5:1,5)	
67	QQ02614	Các chuyên đề quan hệ công chúng	Trang bị kiến thức chuyên ngành quan hệ công chúng theo các chuyên đề riêng biệt, mở rộng các kiến thức, tiếp cận các xu hướng mới xuất hiện trong ngành truyền thông, marketing và quan hệ công chúng. Sinh viên rèn luyện các kỹ năng khi gặp gỡ, giao lưu với những người thực hành nghề và góp phần giúp người học định hướng con đường nghề nghiệp trong các lĩnh vực chuyên môn thuộc ngành quan hệ công chúng.	3,0 (1,5:1,5)	
68	QQ02618	Chiến dịch quảng bá	Trang bị những kiến thức về quy trình nghiên cứu, lập kế hoạch, cũng như phân tích đánh giá một chiến lược quảng cáo, quan hệ công chúng. Từ việc xây dựng triển khai các dự án sáng tạo, cho đến đẩy mạnh chiến dịch truyền thông trên mạng xã hội, người học dần dần sẽ tiếp thu được kỹ năng từ nghiên cứu cho đến lên ý tưởng sáng tạo và sẽ hiểu được tầm quan trọng của việc lên kế hoạch cho quảng cáo và quan hệ công chúng.	3,0 (1,0:2,0)	

### 9.3. Ma trận chuẩn đầu ra chương trình đào tạo

TT	Mã học phần	CHUẨN ĐẦU RA																																			
		Kiến thức																Kỹ năng											Năng lực tự chủ								
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33			
1	TM01012	2																2	2	2																	
2	KT01011	2																2	2	2																	
3	CN01002	2																2	2	2																	
4	LS01001	2																2	2	2																	
5	TH01001	2																2	2	2																	





54	QQ03465		2		2				2	2	2				2	2		1	2					2	2	2	2		2		2		
55	QQ02605				2					2					2				1					2			2		2		2		
56	QQ02615						2	2		2	2				2		2		1		2		2	2			2			2	2		
57	QQ03472						2	2		2					2		2	1	1							1	2			2			
58	QQ03505						2	2		2				2	2				2						2		2	2		2	2		
59	QQ02804			2		1	2	2		2	1	1	2	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	2	2	2	2	1	2	2	1	2	
60	QQ02805						2	2		2				2	2				2						2		2	2		2	2		
61	QQ02616						2	2		2					2				2				2				2			2	2		
62	QQ03517								2			2			2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	
63	QQ04025			2	2	2		2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2
64	QQ03482						2		1	1	2	2	2	2	2	2	2				2	2	2					2			2	2	
65	QQ03466								2			2	1	2	2	2	2	2		2	1	2	2	1	2	2		2	2	2	2	2	
66	QQ03465						2		1	1	2	2	1	2	1	2	2				2						2			2	2		
67	QQ02609				2		2		2	2	2	2				2	2	1	1	1					2			2			2	2	
68	QQ02618			2		1	2	2		2	1	1	2	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	2	2	2	2	1	2	2	1	2	



**10. Hướng dẫn thực hiện:**

**10.1. Kế hoạch đào tạo dự kiến:**

TT	Học phần	Số TC	Phân bổ theo học kỳ							
			1	2	3	4	5	6	7	8
69.	TM01012	3		x						
70.	KT01011	2		x						
71.	CN01002	2	x							
72.	LS01001	2				x				
73.	TH01001	2	x							
74.	NP01001	3					x			
75.	CT01001	2	x							
76.	XD01001	2							x	
77.	TG01004	2	x							
78.	XH 01001	2			x					
79.	QT 02552	2				x				
80.	ĐC 01001	2			x					
81.	KT 01006	2						x		
82.	TT 01002	2					x			
83.	ĐC 01006	2				x				
84.	TG 01007	2	x							
85.	QT01001	2			x					
86.	ĐC01004	2				x				
87.	ĐC01005	3		x						
88.	NN01015	4	x							
89.	NN01016	4		x						
90.	NN01017	4				x				
91.	NN01023	3						x		
92.	NN01019	4	x							
93.	NN01020	4		x						
94.	NN01021	4				x				
95.	NN01024	3						x		
96.	BC02801	3	x							
97.	PT02306	3		x						
98.	BC02115	3			x					
99.	QQ02101	3			x					

100.	<b>QQ02601</b>	3				X				
101.	<b>QQ02456</b>	3				X				
102.	<b>QQ02602</b>	3				X				
103.	<b>QQ02603</b>	3				X				
104.	<b>QQ02801</b>	3				X				
105.	<b>QQ02609</b>	3				X				
106.	<b>QQ02454</b>	3				X				
107.	<b>QQ02453</b>	3				X				
108.	<b>QQ03459</b>	3				X				
109.	<b>QQ03477</b>	3				X				
110.	<b>QQ03506</b>	3				X				
111.	<b>QQ02802</b>	2				X				
112.	<b>QQ03516</b>	3					X			
113.	<b>QQ02607</b>	3					X			
114.	<b>QQ02619</b>	3					X			
115.	<b>QQ03508</b>	3					X			
116.	<b>QQ03509</b>	3						X		
117.	<b>QQ02612</b>	3						X		
118.	<b>QQ02610</b>	3						X		
119.	<b>QQ02613</b>	3						X		
120.	<b>QQ02504</b>	3						X		
121.	<b>QQ02604</b>	3						X		
122.	<b>QQ03465</b>	3						X		
123.	<b>QQ02605</b>	3						X		
124.	<b>QQ02615</b>	3						X		
125.	<b>QQ03472</b>	3							X	
126.	<b>QQ03505</b>	3							X	
127.	<b>QQ02804</b>	4							X	
128.	<b>QQ02805</b>	4							X	
129.	<b>QQ02616</b>	3								X
130.	<b>QQ03517</b>	4								X
131.	<b>QQ04025</b>	6								X
132.	<b>QQ03482</b>	3								X
133.	<b>QQ03466</b>	3								X
134.	<b>QQ03465</b>	3							X	
135.	<b>QQ02609</b>	3							X	
136.	<b>QQ02618</b>	3							X	

### **10.2. Các điều kiện đảm bảo thực hiện chương trình:**

Học viện Báo chí và Tuyên truyền có trụ sở tại số 36, đường Xuân Thủy, quận Cầu Giấy, Thành phố Hà Nội với tổng diện tích đất 80.464m<sup>2</sup> và diện tích sử dụng là 57.310 m<sup>2</sup>.

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

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

### **10.3. Kế hoạch điều chỉnh chương trình:**

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

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

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

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

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

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

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

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

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

**GIÁM ĐỐC**

**Trương Ngọc Nam**