

## **CHƯƠNG TRÌNH KHUNG ĐÀO TẠO CHẤT LƯỢNG CAO**

*(Ban hành kèm theo Quyết định số 2873/QĐ-HVBCTT-ĐT ngày 25/8/2017  
của Giám đốc Học viện Báo chí và Tuyên truyền)*

Tên chương trình đào tạo	: <b>Truyền thông marketing</b>
Ngành đào tạo	: <b>Quan hệ công chúng</b>
Mã số	: <b>52 36 07 08</b>
Hình thức đào tạo	: <b>Chính quy</b>

---

### **1. Mục tiêu đào tạo và chuẩn đầu ra**

#### **1.1. Mục tiêu đào tạo**

##### *1.1.1. Mục tiêu chung:*

Đào tạo đội ngũ nhân sự về quan hệ công chúng có trình độ đại học chuyên ngành truyền thông marketing; có khả năng vận dụng những kiến thức lý thuyết vào thực tiễn hoạt động truyền thông, quan hệ công chúng, quảng cáo và marketing của các cơ quan nhà nước, tổ chức phi chính phủ, doanh nghiệp, tập đoàn kinh tế đa quốc gia; có khả năng đáp ứng những yêu cầu về trình độ nghiệp vụ chuyên môn và ngoại ngữ; đồng thời có thể học tiếp ở trình độ sau đại học trong nước và quốc tế.

Chương trình đào tạo chất lượng cao cung cấp cho học viên cơ sở lý luận truyền thông và marketing, về tạo dựng và duy trì mối quan hệ tốt đẹp giữa các tổ chức, công ty và công chúng, về các lý thuyết, xu hướng truyền thông mới trên thế giới; những kiến thức về marketing, về doanh nghiệp; khoa học hoạch định chiến dịch Quan hệ công chúng; những tri thức về truyền thông thế giới và Việt Nam, về Quan hệ công chúng chính trị, Quan hệ công chúng nội bộ, vấn đề liên văn hoá và truyền thông đương đại.

Những kiến thức nêu trên vừa đảm bảo tính cơ bản và hiện đại, vừa mở rộng và nâng cao so với bậc cử nhân, phù hợp với thực tiễn chính trị - xã hội của Việt Nam trong điều kiện hội nhập, mở cửa với thế giới.

##### *1.1.2. Mục tiêu cụ thể:*

Sau khi hoàn thành chương trình đào tạo, người học được trang bị những

kiến thức chuyên ngành và kỹ năng nghề nghiệp như sau:

- Nắm vững bản chất của lý luận truyền thông, báo chí hiện đại, sự hình thành và phát triển của truyền thông, báo chí trên thế giới và tại Việt Nam, vai trò của nó trong đời sống xã hội;

- Hiểu rõ nhiệm vụ của cán bộ truyền thông trong các tổ chức, cơ quan và công ty;

- Củng cố các kiến thức về nghiên cứu truyền thông, về liên văn hoá và truyền thông trong thời đại hiện nay;

- Nắm vững kỹ năng xây dựng quan hệ giữa những cá nhân và tổ chức với các nhóm công chúng, mở rộng, duy trì và phát triển quan hệ với giới truyền thông; lập ra các chiến dịch truyền thông; xử lý thông tin và truyền thông trong khủng hoảng;

- Có tri thức vững vàng về các phương tiện truyền thông và biết cách tận dụng các phương tiện này trong chu trình truyền thông;

- Có khả năng nghiên cứu và giảng dạy về truyền thông ;

- Có kỹ năng tổ chức các hoạt động truyền thông như triển lãm, gây quỹ, tài trợ, họp báo; có kỹ năng viết và biên tập và xuất bản các thông cáo báo chí và các sản phẩm truyền thông khác dưới hình thức in ấn, phát thanh, truyền hình và qua mạng điện tử.

- Nắm vững các loại hình Quan hệ công chúng đặc thù: như PR doanh nghiệp, PR chính trị và PR nội bộ. Có kỹ năng tư vấn và hoạch định các chương trình PR trong những lĩnh vực này.

Ngoài ra, sau khi hoàn thành chương trình đào tạo, người học còn có kiến thức nền tảng, tổng quan về khoa học xã hội và nhân văn, về ngôn ngữ và văn hoá, đất nước, con người Việt Nam và thế giới; Có các kỹ năng nghiên cứu ở mức độ cơ sở trong lĩnh vực khoa học xã hội và nhân văn.

### ***Kiến thức và kỹ năng trang bị cho người học***

#### ***\* Về kiến thức:***

Người học được trang bị những kiến thức chuyên ngành như sau:

- Kiến thức chung, cơ bản về khoa học tự nhiên, khoa học xã hội và nhân văn.

- Nắm vững kiến thức tổng quan và cơ bản về truyền thông, tiếp thị marketing, quan hệ công chúng và quảng cáo;

- Có kiến thức chuyên sâu và hiện đại về truyền thông marketing: xác định được các cơ hội xúc tiến, xây dựng hình ảnh tổ chức và thương hiệu, tổ chức quản lý quảng cáo, thiết kế quảng cáo, lựa chọn phương tiện truyền thông, quan hệ công chúng và tài trợ...

- Hiểu rõ nhiệm vụ của nhân viên truyền thông tiếp thị trong các tổ chức, cơ quan và công ty;

- Có tri thức vững vàng về các phương tiện truyền thông đại chúng và biết cách tận dụng các phương tiện này trong quá trình hoạt động truyền thông tiếp thị;

- Có những hiểu biết nhất định về thị trường truyền thông, marketing ở Việt Nam nói riêng và trên thế giới nói chung để có thể tranh luận và tìm ra những xu hướng mới.

#### **\* Về kỹ năng**

##### Năng lực chuyên môn:

- Có năng lực phân tích và giải quyết các vấn đề chuyên môn trong lĩnh vực quảng cáo, truyền thông tiếp thị, xây dựng và phát triển thương hiệu;

- Có kỹ năng tốt về công nghệ thông tin và sử dụng thành thạo các phần mềm ứng dụng cho công tác truyền thông và hoạt động tiếp thị; trong công tác quản lý truyền thông và quản lý các hoạt động tiếp thị;

- Có kỹ năng xây dựng kế hoạch truyền thông; tổ chức triển khai, thực hiện kế hoạch, dịch vụ và sản phẩm truyền thông;

##### Năng lực dẫn dắt, làm việc nhóm:

- Có kỹ năng giao tiếp tốt và làm việc chuyên nghiệp trong môi trường hội nhập;

- Có kỹ năng tương tác cá nhân, kỹ năng làm việc nhóm;

- Có khả năng thể hiện và phát huy tố chất lãnh đạo, quản lý trong hoạt động nhóm;

##### Khả năng thích nghi với môi trường công tác:

- Có kỹ năng nhạy bén và thích ứng với môi trường thay đổi cũng như kỹ năng hoạch định công việc;

- Có khả năng hòa nhập nhanh với môi trường công tác mới;

- Có khả năng làm việc dưới áp lực cao;

#### **\* 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 trong sáng, tác phong người cán bộ cách mạng, ý thức kỷ luật tốt, tinh thần trách nhiệm cao, say mê nghề nghiệp.

- Về thái độ: Chương trình chất lượng cao hướng đến việc giáo dục cho sinh viên có thái độ làm việc đúng mực, có phẩm chất tốt, coi trọng đạo đức nghề nghiệp, quan tâm đến lợi ích cộng đồng, trong đó có lợi ích chính đáng của cá nhân trong môi trường hiện đại ngày nay.

***\* Năng lực ngoại ngữ***

Người học khi tốt nghiệp đạt trình độ ngoại ngữ tương đương 6.0 điểm IELTS hoặc 700 điểm TOEIC hoặc 550 điểm TOEFL, 78 điểm TOEFL IBT.

***\* Năng lực ứng dụng công nghệ thông tin***

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.

***\* Vị trí việc làm sau tốt nghiệp***

- Làm việc tại các công ty truyền thông chuyên nghiệp trong và ngoài nước.
- Làm các vị trí liên quan tới truyền thông, PR, quảng cáo và Marketing cho các cơ quan, tổ chức của Đảng, Nhà nước, doanh nghiệp, các tổ chức phi chính phủ.
- Nghiên cứu khoa học, phục vụ giảng dạy và hoạt động thực tiễn.
- Cán bộ hoạt động tư tưởng của Đảng, hoạt động chính trị - xã hội của các tổ chức, cơ quan.

**2. Thời gian đào tạo:** tối đa 6 năm (đối với sinh viên không thuộc đối tượng ưu tiên trong đào tạo).

**3. Khối lượng kiến thức toàn khóa**

Chương trình đào tạo gồm 144 tín chỉ, kể cả Giáo dục thể chất và Giáo dục quốc phòng.

**4. Đối tượng tuyển sinh**

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 Quan hệ công chúng, chuyên ngành Truyền thông marketing nếu có đủ các điều kiện sau đây:

- Tốt nghiệp Trung học phổ thông hoặc tương đương trở lên: có kết quả xếp loại học lực trong từng năm THPT từ 6.0 trở lên; hạnh kiểm từng năm THPT xếp loại Khá trở lên;

- Có đủ sức khoẻ để học tập và lao động theo 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.

### 5. Quy trình đào tạo, điều kiện tốt nghiệp

Quy trình đào tạo thực hiện theo học chế tín chỉ dựa trên Quy chế số 43/2007/QĐ-BGDĐT ngày 15 tháng 8 năm 2007 và Thông tư số 57/2012/TT-BGDĐT ngày 27 tháng 12 năm 2012 của Bộ trưởng Bộ Giáo dục và Đào tạo.

Điều kiện xét tốt nghiệp và công nhận tốt nghiệp được thực hiện theo Điều 27 Quy chế 43/2007/QĐ-BGDĐT.

### 6. Thang điểm

Điểm đánh giá bộ phận và điểm thi kết thúc học phần được chấm theo thang điểm 10 (từ 0 đến 10), làm tròn đến một chữ số thập phân.

Điểm 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 (Ban hành kèm theo Quyết định số 3307/QĐ-HVBC TT ngày 12 tháng 9 năm 2014 của Giám đốc Học viện Báo chí và Tuyên truyền).

### 7. Cấu trúc chương trình

TT	Mã học phần	Học phần	Số tín chỉ	Phân bổ		Phân kỳ	Điều kiện tiên quyết
				Lý thuyết	Thực hành		
<b>Khối kiến thức giáo dục đại cương</b>			<b>54</b>				
<b><i>Khoa học Mác – Lênin, Tư tưởng Hồ Chí Minh</i></b>			<b>13</b>				
1.	<b>TM51001</b>	Triết học Mác- Lênin`	3.0	2.0	1.0	1	
2.	<b>KT51001</b>	Kinh tế chính trị Mác- Lênin	3.0	2.0	1.0	2	
3.	<b>CN51001</b>	Chủ nghĩa xã hội khoa học	2.0	1.5	0.5	3	
4.	<b>LS51001</b>	Đường lối cách mạng của Đảng Cộng sản Việt Nam	3.0	2.0	1.0	4	
5.	<b>TH51001</b>	Tư tưởng Hồ Chí Minh	2.0	1.5	0.5	3	
<b><i>Khoa học xã hội và nhân văn</i></b>			<b>11</b>				
<b><i>Bắt buộc</i></b>			<b>7</b>				
6.	<b>NP51001</b>	Pháp luật đại cương	3.0	2.0	1.0	1	
7.	<b>TG51001</b>	Phương pháp nghiên cứu khoa học xã hội và nhân văn	2.0	1.5	0.5	2	
8.	<b>QQ56011</b>	Viết luận Tiếng Anh (Academic Writing)	2.0	1.0	1.0	2	

<i>Tự chọn</i>			<i>4/8</i>				
9.	<b>TT51001</b>	Cơ sở văn hóa Việt Nam	2.0	1.0	1.0	1	
10.	<b>TT51002</b>	Lịch sử văn minh thế giới	2.0	1.5	0.5	1	
11.	<b>NN51015</b>	Bồi dưỡng kỹ năng Tiếng Anh	2.0	1.0	1.0	1	
12.	<b>QT51001</b>	Quan hệ quốc tế đại cương	2.0	1.5	0.5	1	
<b>Khoa học tự nhiên</b>			<b>3</b>				
13.	<b>ĐC51003</b>	Tin học ứng dụng	3.0	1.0	2.0	2	
<b>Ngoại ngữ</b>			<b>15</b>				
14.	<b>NN51011</b>	Tiếng Anh học phần 1	4.0	2.0	2.0	1	
15.	<b>NN51012</b>	Tiếng Anh học phần 2	3.0	1.5	1.5	1	
16.	<b>NN51013</b>	Tiếng Anh học phần 3	4.0	2.0	2.0	2	
17.	<b>NN51014</b>	Tiếng Anh học phần 4	4.0	2.0	2.0	3	
<b>Giáo dục thể chất và giáo dục quốc phòng</b>			<b>12</b>				
<b>Bắt buộc</b>			<b>11</b>				
18.	<b>ĐC51015</b>	Lý luận và phương pháp giáo dục thể chất	1.0	1.0	0	1	
19.	<b>ĐC51016</b>	Kỹ thuật các môn điền kinh	1.0	0	1.0	2	
20.	<b>ĐC51017</b>	Các bài tập thể dục cơ bản	1.0	0	1.0	3	
21.	<b>QA51005</b>	Đường lối quốc phòng và an ninh của Đảng Cộng sản Việt Nam	2.0	2.0	0	3	
22.	<b>QA51006</b>	Công tác quốc phòng và an ninh	2.0	1.5	0.5	3	
23.	<b>QA51007</b>	Quân sự chung, chiến thuật, kỹ thuật bắn súng ngắn và sử dụng lựu đạn	3.0	1.0	2.0	3	
24.	<b>QA51008</b>	Hiểu biết chung về quân, binh chủng	1.0	0.5	0.5	3	
<i>Tự chọn</i>			<i>1/4</i>				
25.	<b>ĐC51018</b>	Bóng chuyền	1.0	0	1.0	4	
26.	<b>ĐC51019</b>	Bóng rổ	1.0	0	1.0	4	
27.	<b>ĐC51020</b>	Võ thuật	1.0	0	1.0	4	
28.	<b>ĐC51021</b>	Aerobic	1.0	0	1.0	4	
<b>Khối kiến thức giáo dục chuyên nghiệp</b>			<b>65</b>				
<b>Kiến thức cơ sở ngành</b>			<b>18</b>				
<b>Bắt buộc</b>			<b>15</b>				
29.	<b>QQ52003</b>	Lý thuyết truyền thông và quan hệ công chúng	3.0	2.0	1.0	1	
30.	<b>QQ56002</b>	Nhập môn Quan hệ công chúng và Quảng cáo	3.0	2.0	1.0	2	
31.	<b>QQ56001</b>	Marketing	3.0	2.0	1.0	3	
32.	<b>QQ52001</b>	Kỹ năng xã hội 1 – Thể chất	3.0	2.0	1.0	4	
33.	<b>QQ56003</b>	Nhập môn truyền thông tiếp thị tích hợp IMC	3.0	1.5	1.5	3	
<i>Tự chọn</i>			<i>3/15</i>				
34.	<b>QQ52004</b>	Ngôn ngữ truyền thông	3.0	3.0	0	3	
35.	<b>QQ56005</b>	Truyền thông xã hội	3.0	1.5	1.5	3	
36.	<b>QQ52002</b>	Luật và đạo đức báo chí truyền	3.0	1.5	1.5	3	

		thông					
37.	QQ52005	Truyền thông trong lãnh đạo, quản lý	3.0	1.5	1.5	3	
38.	QQ56004	Truyền thông quốc tế	3.0	1.5	1.5	3	
<b>Kiến thức ngành</b>			<b>12</b>				
<i>Bắt buộc</i>			9				
39.	QQ53015	Xây dựng và quản trị thương hiệu	3.0	1.5	1.5	5	
40.	QQ53011	Thiết kế trình bày các sản phẩm truyền thông	3.0	1.0	2.0	5	
41.	QQ53006	Nghiên cứu và đánh giá trong truyền thông	3.0	2.0	1.0	4	
<i>Tự chọn</i>			3/6				
42.	QQ53007	Quan hệ báo chí	3.0	1.5	1.5	4	
43.	QQ56007	Chiến dịch truyền thông	3.0	1.5	1.5	4	
<b>Kiến thức chuyên ngành</b>			<b>23</b>				
<i>Bắt buộc</i>			20				
44.	QQ53002	Chiến lược Marketing	3.0	1.5	1.5	4	
45.	QQ53010	Sáng tạo nội dung	3.0	1.0	2.0	5	
46.	QQ53009	Sản xuất sản phẩm truyền thông	3.0	1.0	2.0	5	
47.	QQ56008	Hành vi khách hàng	3.0	1.5	1.5	4	
48.	QQ53012	Tổ chức sự kiện	3.0	1.0	2.0	6	
49.	QQ53001	Các chuyên đề truyền thông	3.0	1.5	1.5	7	
50.	QQ53004	Kỹ năng xã hội 2 – Tranh biện	2.0	1.0	1.0	6	
<i>Tự chọn</i>			3/6				
51.	QQ53014	Văn hóa doanh nghiệp	3.0	2.0	1.0	5	
52.	QQ53013	Vận động hành lang trong quan hệ công chúng	3.0	1.5	1.5	5	
<b>Kiến thức bổ trợ</b>			<b>12</b>				
<i>Bắt buộc</i>			9				
53.	QQ53003	Kỹ năng bán hàng	3.0	1.5	1.5	6	
54.	QQ53008	Quản lý vấn đề và xử lý khủng hoảng	3.0	1.5	1.5	7	
55.	QQ53005	Kỹ năng xã hội 3 – Lễ tân ngoại giao và Hồ sơ xin việc	3.0	1.5	1.5	7	
<i>Tự chọn</i>			3/9				
56.	QQ56006	Gây quỹ	3.0	2.0	1.0	7	
57.	QQ56009	Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp - CSR	3.0	1.5	1.5	7	
58.	QQ56010	Truyền thông quảng bá ngôi sao	3.0	1.5	1.5	7	
<b>Kiến tập, thực tập, khóa luận tốt nghiệp</b>			<b>25</b>				
59.	QQ54014	<i>Thực tế kinh tế - xã hội</i>	<b>5.0</b>	1.0	4.0	6	

60.	QQ54015	<i>Thực tập nghề nghiệp</i>	<b>10.0</b>	1.0	9.0	8	
61.	QQ54016	<i>Khóa luận tốt nghiệp/Tác phẩm tốt nghiệp</i>	<b>10.0</b>	1.0	9.0	8	
<b>Tổng</b>			<b>144</b>				

**GIÁM ĐỐC**

**PGS, TS. Trương Ngọc Nam**