

ĐỀ CƯƠNG HỌC PHẦN

1. Thông tin chung về học phần

- Tên học phần tiếng Việt: KỸ NĂNG VỀ QUAN HỆ CÔNG CHÚNG
- Tên học phần tiếng Anh: Public Relations
- Mã số học phần: 1922052
- Số tín chỉ học phần: 02 tín chỉ
- Thuộc chương trình đào tạo của bậc, ngành: Đại Học
- Số tiết học phần:
 - Nghe giảng lý thuyết : 25 tiết
 - Thực hành trên lớp : 7 tiết
 - Thảo luận : 3 tiết
 - Hoạt động theo nhóm : 10 tiết

- Đơn vị phụ trách học phần: Bộ môn / Khoa: Ngoại Ngữ

2. Học phần trước:

3. Mục tiêu của học phần:

- Kiến thức:

Nêu định nghĩa Quan hệ công chúng (PR), Quan hệ đối nội và quan hệ đối ngoại.

Kể tên các nhóm công chúng mà nhân viên PR cần xây dựng và duy trì mối quan hệ.

Trình bày những hiểu biết cơ bản về các học thuyết PR.

Nêu vai trò và tầm quan trọng của báo chí.

Liệt kê những điều không nên làm và nên làm của một nhân viên PR khi làm việc với nhà báo.

Nêu những lưu ý khi xây dựng, giao tiếp với Chính phủ.

- Kỹ năng:

Phân biệt sự khác nhau giữa PR và Marketing.

Ứng dụng kỹ thuật truyền thông, công nghệ số vào hoạt động PR.

Tổ chức họp báo.

Lập kế hoạch truyền thông và biểu mẫu đánh giá hiệu quả kế hoạch truyền thông.

Xử lý khủng hoảng.

- Thái độ:

Nghiêm túc học tập, tham dự đầy đủ các buổi học trên lớp.

Tinh thần trách nhiệm khi làm việc nhóm.

Chịu khó tìm tòi, học hỏi để hiểu sâu hơn về PR.

4. Chuẩn đầu ra:

4. Chuẩn đầu ra:

	Nội dung	Đáp ứng CDR CTĐT
4.1. Kiến thức	4.1.1. Nêu khái niệm PR, Internal & External PR	K1
	4.1.2. Kể tên các nhóm công chúng mà nhân viên PR cần xây dựng và duy trì mối quan hệ.	K2
	4.1.3. Trình bày những hiểu biết cơ bản về các học thuyết PR.	K3
	4.1.4. Nêu vai trò và tầm quan trọng của báo chí.	K4
	4.1.5. Liệt kê những điều không nên làm và nên làm của một nhân viên PR khi làm việc với nhà báo.	K5
	4.1.6. Nêu những lưu ý khi xây dựng, giao tiếp với Chính phủ.	K6
4.2. Kỹ năng	4.2.1. Phân biệt sự khác nhau giữa PR và Marketing.	K1
	4.2.2. Ứng dụng kỹ thuật truyền thông, công nghệ số vào hoạt động PR.	K2
	4.2.3. Chuẩn bị nội dung họp báo, đặt câu hỏi tìm hiểu vấn đề, khai thác thông tin, trả lời phóng viên, viết báo	K3
	4.2.4. Lập kế hoạch PR và biểu mẫu đánh giá hiệu quả kế hoạch PR.	K4
	4.2.5. Xử lý khủng hoảng	K5
4.3. Thái độ	4.3.1. Nghiêm túc học tập, tham dự đầy đủ các buổi học trên lớp.	A1
	4.3.2. Tinh thần trách nhiệm khi làm việc nhóm.	A2
	4.3.3. Chịu khó tìm tòi, học hỏi để hiểu sâu hơn về PR.	A3

5. Mô tả tóm tắt nội dung học phần:

Học phần được thực hiện với mục tiêu trang bị cho SV những kiến thức cơ bản về tổng quan quan hệ công chúng, vai trò và tầm quan trọng của quan hệ công chúng trong lĩnh vực truyền thông, các thuyết cơ bản của quan hệ công chúng. Giúp sinh viên biết rõ quy trình và cách thức lập một kế hoạch PR đối nội và đối ngoại, cách đánh giá kế hoạch PR, truyền thông nội bộ, xây dựng mối quan hệ với báo chí, quan hệ với cộng đồng, quan hệ với tổ chức Chính Phủ và PR trong tổ chức Phi Chính Phủ, và các vấn đề khác trong PR như xử lý khủng hoảng, sử dụng mạng xã hội để PR.

6. Nội dung và lịch trình giảng dạy:

- Các học phần lý thuyết:

Buổi/Tiết	Nội dung	Ghi chú
1	Bài 1: Tổng quan về Quan hệ công chúng 1.1. Định nghĩa về Quan hệ công chúng (PR) 1.2. Đối tượng công chúng 1.3. Phát triển mối quan hệ dựa trên kênh giao tiếp 2 chiều 1.4. Phạm vi của lĩnh vực PR 1.5. Nội dung công việc của người làm PR	Giải quyết mục tiêu 4.1.1 4.1.2
2	Bài 2: Quan hệ đối nội 2.1. Khái niệm 2.1.1 Vai trò 2.1.2 Khái niệm về văn hóa doanh nghiệp 2.1.3 Báo chí của truyền thông đối nội	Giải quyết mục tiêu 4.1.1 4.1.2
3,4	Bài 3: Quan hệ đối ngoại: Quan hệ khách hàng và tiếp thị 3.1. Khái niệm 3.2. Vai trò 3.3. Truyền thông tiếp thị 3.4. Truyền thông tích hợp 3.5. Vai trò của PR trong Marketing mix 3.5. Ứng dụng kỹ thuật truyền thông vào hoạt động tiếp thị 3.6. Học thuyết cơ bản về PR	Giải quyết mục tiêu 4.1.1 4.1.2 4.2.1 4.2.2
5	Bài 4: Lập kế hoạch, chiến lược QHCC 4.1. Khái niệm kế hoạch có chiến lược 4.2. Tầm quan trọng của kế hoạch chiến lược 4.3. Nền tảng của việc lập kế hoạch, chiến lược QHCC 4.4. Các yếu tố của việc lập kế hoạch 4.5. Cách thức viết một kế hoạch, chiến lược	Giải quyết mục tiêu 4.1.1 4.1.2 4.2.1 4.2.2
6	Bài 4: Lập kế hoạch, chiến lược QHCC (tt)	Giải quyết mục tiêu

	Lập kế hoạch, chiến lược QHCC đối nội Lập kế hoạch, chiến lược QHCC đối ngoại	4.1.1 4.1.2 4.2.1 4.2.2
7	Bài 5: Quan hệ cộng đồng 5.1. Khái niệm 5.2. Quá trình 5.3. Các hoạt động	Giải quyết mục tiêu 4.1.1 4.1.2 4.2.1 4.2.2
8	Bài 6: Đánh giá hiệu quả kế hoạch truyền thông 6.1. Tầm quan trọng 6.2. Phương pháp đánh giá	Giải quyết mục tiêu 4.1.1 4.1.2 4.2.1 4.2.2
9,10	Bài 7: Quan hệ báo chí 7.1. Tầm quan trọng của báo chí 7.2. Mục đích của báo chí 7.3. Thiết lập và duy trì mối quan hệ với giới báo chí 7.4. Những việc NÊN và KHÔNG NÊN làm của người làm PR	Giải quyết mục tiêu 4.1.1 4.1.2 4.2.1 4.2.2
11	Bài 8 :Các vấn đề khác trong Quan hệ công chúng 8.1. Tại sao người làm PR phải xây dựng mối quan hệ tốt với Chính Phủ? 8.2. Người làm PR tạo mối quan hệ tốt với Chính Phủ như thế nào? 8.3. Xử lý khủng hoảng 8.4. Các phương pháp công nghệ số cho PR hiện đại 8.5. Các ý tưởng ứng dụng trong PR	Giải quyết mục tiêu 4.1.1 4.1.2 4.2.1 4.2.2

7. Nhiệm vụ của sinh viên:

Sinh viên phải thực hiện các nhiệm vụ như sau:

- Tham dự tối thiểu 70% số tiết học lý thuyết.
- Tham gia đầy đủ 100% giờ thực hành/thí nghiệm/thực tập và có báo cáo kết quả.
- Thực hiện đầy đủ các bài tập nhóm/ bài tập cá nhân và được đánh giá kết quả thực hiện.
- Tham dự kiểm tra giữa học kỳ.
- Tham dự thi kết thúc học phần.

8. Đánh giá kết quả học tập của sinh viên:

8.1. Cách đánh giá

Sinh viên được đánh giá tích lũy học phần như sau:

TT	Điểm thành phần	Quy định	Trọng số	Mục tiêu
1	Điểm chuyên cần	Số tiết tham dự học/tổng số tiết	10%	4.3.1
2	Điểm bài tập	Thái độ học tập (số bài tập đã làm /số bài tập được giao, thảo luận trên lớp, bài tập nhóm, lắng nghe và tương tác với giáo viên trên lớp)	10%	4.1.1, 4.2.1, 4.2.2, 4.3.2
3	Điểm kiểm tra giữa kỳ	- Thuyết trình đề tài PR : Họa báo ra mắt sản phẩm mới theo từng nhóm	20%	4.1.1, 4.2.1, 4.2.2, 4.3.2

8.2. Cách tính điểm

- Điểm đánh giá thành phần và điểm thi kết thúc học phần được chấm theo thang điểm 10 (từ 0 đến 10), làm tròn đến 0.5.
- Điểm học phần là tổng điểm của tất cả các điểm đánh giá thành phần của học phần nhân với trọng số tương ứng. Điểm học phần theo thang điểm 10 làm tròn đến một chữ số thập phân.

9. Tài liệu học tập:

9.1. Giáo trình chính:

[1] **Public Relations – the Profession and the Practice – Mc Graw – Hill International Edition**

9.2. Tài liệu tham khảo:

[2] Phong cách PR chuyên nghiệp – Tác giả: Hoàng Xuân Phương- Nguyễn Thị Ngọc Châu - 2012 - Nhà xuất bản Lao động và Xã hội.

[3] A Practical Guide to the Basics (Những bí quyết căn bản để thành công trong PR) – Nhà xuất bản trẻ - 2007

10. Hướng dẫn sinh viên tự học & phần tự học bắt buộc

Buổi/ Tiết	Nội dung	Lý thuyết (giờ)	Thực hành (giờ)	Nhiệm vụ của sinh viên

	Bài 1: Tổng quan về Quan hệ công chúng 1.1. Định nghĩa về Quan hệ công chúng (PR) 1.2. Đối tượng công chúng 1.3. Phát triển mối quan hệ dựa trên kênh giao tiếp 2 chiều 1.4. Phạm vi của lĩnh vực PR 1.5. Nội dung công việc của người làm PR	2	1	Đọc trước tài liệu bài 2 Chia nhóm, tìm kiếm và lập danh sách công ty dự kiến tham quan Chuẩn bị hồ sơ tham quan công ty
2	Bài 2: Quan hệ đối nội 2.1. Khái niệm 2.1.1 Vai trò 2.1.2 Khái niệm về văn hóa doanh nghiệp 2.1.3 Báo chí của truyền thông đối nội	1.5	1.5	Đọc trước tài liệu bài 3 Chuẩn bị hồ sơ tham quan công ty
3	Bài 3: Quan hệ đối ngoại: Quan hệ khách hàng và tiếp thị 3.1. Khái niệm 3.2. Vai trò 3.3. Truyền thông tiếp thị 3.4. Truyền thông tích hợp	1.5	1.5	Đọc trước tài liệu các phần còn lại của bài 3 Tham quan công ty
3,4	Bài 3: Quan hệ đối ngoại: Quan hệ khách hàng và tiếp thị (tt) 3.5. Vai trò của PR trong Marketing mix 3.5. Ứng dụng kỹ thuật truyền thông vào hoạt động tiếp thị 3.6. Học thuyết cơ bản về PR	1.5	1.5	Tham quan công ty Chuẩn bị báo cáo tham quan công ty
5	Bài 4: Lập kế hoạch, chiến lược QHCC 4.1. Khái niệm kế hoạch có chiến lược 4.2. Tầm quan trọng của kế hoạch chiến lược 4.3. Nền tảng của việc lập kế hoạch, chiến lược QHCC 4.4. Các yếu tố của việc lập kế hoạch 4.5. Cách thức viết một kế hoạch, chiến lược	2	1	Đọc trước tài liệu các phần còn lại của bài 4 Lên ý tưởng, phác thảo chiến lược PR cho doanh nghiệp

6	Lập kế hoạch, chiến lược QHCC (tt) Lập kế hoạch, chiến lược QHCC đối nội Lập kế hoạch, chiến lược QHCC đối ngoại	2	1	- Hoàn thành ý tưởng, kế hoạch PR sơ bộ cho sản phẩm của doanh nghiệp - Đọc trước tài liệu của bài 5
7	Bài 5: Quan hệ cộng đồng 5.1. Khái niệm 5.2. Quá trình 5.3. Các hoạt động	2	1	Đọc trước tài liệu bài 6.
8	Bài 6: Đánh giá hiệu quả kế hoạch truyền thông 6.1. Tầm quan trọng 6.2. Phương pháp đánh giá	2	1	Đọc trước tài liệu bài 7 Tìm và tổng hợp những bài báo trên thị trường
9,10	Bài 7: Quan hệ báo chí 7.1. Tầm quan trọng của báo chí 7.2. Mục đích của báo chí 7.3. Thiết lập và duy trì mối quan hệ với giới báo chí 7.4. Những việc NÊN và KHÔNG NÊN làm của người làm PR	2	1	Đọc trước bài số 8 Tìm hiểu, tổng hợp những thông tin, bài báo
11	Bài 8 :Các vấn đề khác trong Quan hệ công chúng 8.1. Tại sao người làm PR phải xây dựng mối quan hệ tốt với Chính Phủ? 8.2. Người làm PR tạo mối quan hệ tốt với Chính Phủ như thế nào? 8.3. Xử lý khủng hoảng 8.4. Các phương pháp công nghệ số cho PR hiện đại 8.5. Các ý tưởng ứng dụng trong PR	2	1	Chuẩn bị cho nội dung họp báo Hoàn thiện sơ bộ kế hoạch PR cho sản phẩm
12, 13, 14	Thực hành họp báo ra mắt sản phẩm mới và kế hoạch truyền thông cho sản phẩm		3	Tiếp thu những nhận xét, góp ý của giảng viên Hoàn chỉnh kế hoạch PR cho sản phẩm
15	Tổng kết môn học, giải đáp thắc mắc của sinh viên và Chỉnh sửa kế hoạch PR	2	1	- Hoàn thiện và chỉnh sửa lần cuối bảng kế hoạch PR.

Ngày ... tháng... năm 20

Ngày ... tháng... năm 20

Ngày ... tháng... năm 20

Trưởng khoa
(Ký và ghi rõ họ tên)

Tổ trưởng Bộ môn
(Ký và ghi rõ họ tên)

Người biên soạn
(Ký và ghi rõ họ tên)

Ngày ... tháng... năm 20
Ban giám hiệu