

**ĐỀ CƯƠNG CHI TIẾT HỌC PHẦN****1. Thông tin chung về học phần**

- **Tên học phần:** Quan hệ Công chúng (PR) (Public Relations)
- **Mã số học phần:** 1721113
- **Số tín chỉ học phần:** 03 tín chỉ
- Thuộc chương trình đào tạo của bậc, ngành: Chuyên ngành Quan hệ công chúng, Khoa Quan hệ quốc tế.
- **Số tiết học phần:**
  - Nghe giảng lý thuyết : 20 tiết
  - Làm bài tập trên lớp : 10 tiết
  - Thảo luận : 15 tiết
  - Tự học : 90 giờ
- **Đơn vị phụ trách học phần:** Khoa Quan Hệ Quốc Tế

**2. Học phần trước:****3. Mục tiêu của học phần:**

Cung cấp học thuyết liên quan đến PR, các bước lập kế hoạch PR, các hoạt động PR từ thực tế. Từ đó, sinh viên thực hành và rèn luyện kỹ năng phân tích, đánh giá, sau đó áp dụng kiến thức này vào việc xây dựng kế hoạch PR cho doanh nghiệp cụ thể.

**4. Chuẩn đầu ra:**

	<b>Nội dung</b>	<b>Đáp ứng CĐR CTĐT</b>
<b>Kiến thức</b>	4.1.1. Nêu khái niệm PR, Internal & External PR	<b>K3</b>
	4.1.2. Kể tên các nhóm công chúng mà nhân viên PR cần xây dựng và duy trì mối quan hệ.	<b>K3</b>
	4.1.3. Liệt kê những điều không nên làm và nên làm của một nhân viên PR khi làm việc với nhà báo.	<b>K3</b>
	4.1.4. Nêu những lưu ý khi xây dựng, giao tiếp với Chính phủ.	<b>K3</b>
<b>Kỹ năng</b>	4.2.1. Phân biệt sự khác nhau giữa PR và Marketing.	<b>S4</b>
	4.2.2. Ứng dụng kỹ thuật truyền thông, công	<b>S4</b>

	nghệ số vào hoạt động PR.	
	4.2.3. Tổ chức họp báo.	<b>S4</b>
	4.2.4. Lập kế hoạch PR và biểu mẫu đánh giá hiệu quả PR truyền thông.	<b>S4</b>
	4.2.5. Xử lý khủng hoảng.	<b>S4</b>
<b>Thái độ</b>	4.3.1. Nghiêm túc học tập, tham dự đầy đủ các buổi học trên lớp.	<b>A1</b>
	4.3.2. Tinh thần trách nhiệm khi làm việc nhóm.	<b>A2</b>
	4.3.3. Chịu khó tìm tòi, học hỏi để hiểu sâu hơn về PR.	<b>A1</b>

### 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	Hoạt động của giảng viên	Hoạt động của sinh viên	Giáo trình chính	Tài liệu tham khảo	Ghi chú
1	<p><b>Bài 1: Tổng quan về Quan hệ công chúng</b></p> <p>1.1. Định nghĩa về Quan hệ công chúng (PR)</p> <p>1.2. Đối tượng công chúng</p> <p>1.3. Phát triển mối quan hệ dựa trên kênh giao tiếp 2 chiều</p> <p>1.4. Phạm vi của lĩnh vực PR</p> <p>1.5. Nội dung công việc của người làm</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Thuyết giảng</li> <li>- Đặt vấn đề</li> <li>- Yêu cầu sinh viên lập nhóm</li> <li>- Thông báo hoạt động tham quan công ty và ngày thuyết trình.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Nghe giảng, ghi chú</li> <li>-Trả lời câu hỏi</li> </ul>	<p>Trang 2-15</p> <p>Cuốn [1]</p>	<p>Trang 9-21</p> <p>Cuốn [3]</p>	<p>Giải quyết mục tiêu: 4.1.1, 4.2.1, 4.3.1, 4.3.3</p>

	PR					
2	<b>Bài 2: Quan hệ đối nội</b> 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	- Thuyết giảng - Đặt vấn đề	-Nghe giảng, ghi chú -Trả lời câu hỏi	Trang 198-216 Cuốn [1]		Giải quyết mục tiêu: 4.1.1, 4.1.2, 4.2.1, 4.3.1, 4.3.3
3,4	<b>Bài 3: Quan hệ đối ngoại: Quan hệ khách hàng và tiếp thị</b> 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	- Thuyết giảng - Đặt câu hỏi - Nêu tình huống thảo luận	-Nghe giảng, ghi chú -Trả lời câu hỏi - Thảo luận - Trình bày ý kiến thảo luận	Trang 246-268 Cuốn [1]		Giải quyết mục tiêu: 4.1.1, 4.1.2, 4.2.1, 4.3.1, 4.3.3
6	<b>Bài 4: Lập kế hoạch, chiến lược QHCC</b> 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	- Thuyết giảng - Đặt câu hỏi	-Nghe giảng, ghi chú -Trả lời câu hỏi	Trang 108 – 124 Cuốn [1]	Trang 146-151 Cuốn [3]	Giải quyết mục tiêu: 4.1.2, 4.2.1, 4.3.1, 4.3.3

	việc lập kế hoạch 4.5. Cách thức viết một kế hoạch, chiến lược					
7	<b>Lập kế hoạch, chiến lược QHCC (tt)</b> - Lập kế hoạch, chiến lược QHCC đối nội - Lập kế hoạch, chiến lược QHCC đối ngoại	- Thuyết giảng - Đặt câu hỏi	- Nghe, ghi chú - Trả lời câu hỏi	Trang 108 – 124 Cuốn [1]		Giải quyết mục tiêu: 4.1.2, 4.2.1, 4.3.1, 4.3.3
9	<b>Bài 5: Đánh giá hiệu quả kế hoạch truyền thông</b> 5.1. Tầm quan trọng 5.2. Phương pháp đánh giá 5.2.1. Đo lường định tính 5.2.2. Đo lường định lượng	- Thuyết giảng - Đặt câu hỏi	-Nghe giảng, ghi chú -Trả lời câu hỏi	Trang 148-167 Cuốn [1]		Giải quyết mục tiêu: 4.1.2, 4.2.1, 4.3.1, 4.3.3
10	<b>Bài 6: Quan hệ cộng đồng</b> 6.1. Khái niệm 6.2. Quá trình 6.3. Các hoạt động	- Thuyết giảng - Đặt câu hỏi - Nêu tình huống thảo luận	-Nghe giảng, ghi chú -Trả lời câu hỏi - Thảo luận - Trình bày ý kiến thảo luận	Trang 218-243 Cuốn [1]		Giải quyết mục tiêu: 4.1.1, 4.1.2, 4.2.2, 4.2.1, 4.3.1, 4.3.3
11	<b>Bài 7: Quan hệ báo chí</b> 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	- Thuyết giảng - Đặt câu hỏi	-Nghe giảng, ghi chú -Trả lời câu hỏi	Trang 170-195 Cuốn [1]	Trang 73 -120 Cuốn [2]  Trang 132-139 Cuốn [3]	Giải quyết mục tiêu: 4.1.2, 4.1.3, 4.2.2, 4.3.1, 4.3.3

	giới báo chí 7.4. Những việc NÊN và KHÔNG NÊN làm của người làm PR					
13/ Tiết 1	<b>Bài 8: Quan hệ với Chính phủ</b> 8.1. Khái niệm 8.2. Vai trò 8.3. Nhiệm vụ 8.4. Tại sao người làm PR phải xây dựng mối quan hệ tốt với Chính Phủ? 8.5. Người làm PR tạo mối quan hệ tốt với Chính Phủ như thế nào?	- Thuyết giảng - Đặt câu hỏi	-Nghe giảng, ghi chú -Trả lời câu hỏi	Trang 296-315 Cuốn [1]		Giải quyết mục tiêu: 4.1.1, 4.1.2, 4.1.4, 4.2.2, 4.2.1, 4.3.1, 4.3.3
14/ Tiết 1	<b>Bài 9: Các vấn đề khác trong Quan hệ công chúng</b> 9.1. Xử lý khủng hoảng 9.2. Các phương pháp công nghệ số cho PR hiện đại 9.3. Các ý tưởng ứng dụng trong PR	- Thuyết giảng - Đặt câu hỏi	-Nghe giảng, ghi chú -Trả lời câu hỏi	Trang 370-392 Cuốn [1]	Trang 127-131 Cuốn [3]	Giải quyết mục tiêu: 4.1.2, 4.2.2, 4.2.5, 4.3.1, 4.3.3

**- Các học phần thực hành:**

Buổi/ Tiết	Nội dung	Hoạt động của giảng viên	Hoạt động của sinh viên	Giáo trình chính	Tài liệu tham khảo	Ghi chú
5	Các nhóm báo cáo tham quan công ty	- Đặt câu hỏi - Nhận xét phần trình bày	- Thuyết trình - Trả lời câu hỏi - Ghi chú			Giải quyết mục tiêu: 4.1.1, 4.2.2, 4.2.1,

						4.3.1, 4.3.3
8	Thuyết trình kế hoạch, chiến lược QHCC	- Đặt câu hỏi - Nhận xét	- Thuyết trình - Trả lời câu hỏi - Ghi chú			Giải quyết mục tiêu: 4.1.2, 4.2.2, 4.2.4, 4.3.1, 4.3.2, 4.3.3
12	Tổ chức họp báo	- Quan sát - Đặt câu hỏi - Nhận xét, rút kinh nghiệm	- Tổ chức hoạt động - Lắng nghe, ghi chú		Trang 126 - 134 Cuốn [2]	Giải quyết mục tiêu: 4.1.1, 4.2.3, 4.3.1, 4.3.2, 4.3.3
13/ Tiết 2,3 14/ Tiết 2,3 15	Chỉnh sửa kế hoạch PR	- Góp ý, chỉnh sửa kế hoạch - Đặt câu hỏi - Đánh giá, nhận xét	- Trả lời câu hỏi - Đặt câu hỏi - Nghe, ghi chú			Giải quyết mục tiêu: 4.1.1, 4.1.3, 4.2.2, 4.2.3, 4.3.2, 4.3.3

## 7. Nhiệm vụ của sinh viên:

Sinh viên phải thực hiện các nhiệm vụ như sau:

- Tham dự tối thiểu 80% 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 và được đánh giá kết quả thực hiện.
- Tham dự kiểm tra giữa học kỳ.
- Tham dự thi kết thúc học phần.
- Chủ động tổ chức thực hiện giờ tự học.

## 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/ thái độ học tập	Tối thiểu 80% tổng tiết học/Thái độ tập trung và xây dựng bài học	<b>10%</b>	4.3.1, 4.3.2, 4.3.3
2	Điểm kiểm tra giữa kỳ	Báo cáo tham quan công ty Họp báo	<b>30%</b>	4.1.1 đến 4.2.5
3	Điểm thi kết thúc học phần	Nộp kế hoạch PR Thuyết trình nhóm	<b>60%</b>	4.1.1 đến 4.2.5

### 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, 2011

### 9.2. Giáo trình tham khảo:

[2] *Phong cách PR chuyên nghiệp*, Hoàng Xuân Phương – Nguyễn Thị Ngọc Châu, Nhà xuất bản Lao động và Xã hội, 2012, Thư viện

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

## 10. Hướng dẫn sinh viên tự học:

Tuần/ Buổi	Nội dung	Lý thuyết (tiết)	Thực hành (tiết)	Nhiệm vụ của sinh viên
1	<p><b>Bài 1: Tổng quan về Quan hệ công chúng</b></p> <p>1.1. Định nghĩa về Quan hệ công chúng (PR)</p> <p>1.2. Đối tượng công chúng</p> <p>1.3. Phát triển mối quan hệ dựa trên kênh giao tiếp 2 chiều</p> <p>1.4. Phạm vi của lĩnh vực PR</p> <p>1.5. Nội dung công việc của người làm PR</p>	2	1	<p>-Nghiên cứu trước: + Nội dung bài 2 +Ôn lại nội dung đã học ở bài 1</p> <p>-Chia nhóm, tìm kiếm và lập danh sách công ty dự kiến tham quan</p> <p>-Chuẩn bị hồ sơ tham quan công ty</p>
2	<p><b>Bài 2: Quan hệ đối nội</b></p> <p>2.1. Khái niệm</p> <p>2.1.1 Vai trò</p> <p>2.1.2 Khái niệm về văn hóa doanh nghiệp</p> <p>2.1.3 Báo chí của truyền thông đối nội</p>	2	1	<p>-Nghiên cứu trước: + Nội dung bài 3 +Ôn lại nội dung đã học ở bài 2</p> <p>-Chuẩn bị hồ sơ tham quan công ty</p>
3	<p><b>Bài 3: Quan hệ đối ngoại: Quan hệ khách hàng và tiếp thị</b></p> <p>3.1. Khái niệm</p>	2	1	<p>-Nghiên cứu trước: + Nội dung bài 3 phần còn lại +Ôn lại nội dung đã học ở bài 3 phần đầu</p>



	<p>3.2. Vai trò</p> <p>3.3. Truyền thông tiếp thị</p> <p>3.4. Truyền thông tích hợp</p>			-Tham quan công ty
4	<p><b>Bài 3: Quan hệ đối ngoại: Quan hệ khách hàng và tiếp thị (tt)</b></p> <p>3.5. Vai trò của PR trong Marketing mix</p> <p>3.5. Ứng dụng kỹ thuật truyền thông vào hoạt động tiếp thị</p> <p>3.6. Học thuyết cơ bản về PR</p>	2	1	<p>-Tham quan công ty</p> <p>-Chuẩn bị báo cáo tham quan công ty</p>
5	<b>Báo cáo tham quan công ty</b>	0	3	<p>-Báo cáo, lắng nghe nhận xét và trả lời câu hỏi</p> <p>-Nghiên cứu trước:</p> <p>+ Nội dung bài 4</p> <p>+ Ôn lại nội dung đã học ở bài 3</p>
6	<p><b>Bài 4: Lập kế hoạch, chiến lược QHCC</b></p> <p>4.1. Khái niệm kế hoạch có chiến lược</p> <p>4.2. Tầm quan trọng của kế hoạch chiến lược</p> <p>4.3. Nền tảng của việc lập kế hoạch, chiến lược QHCC</p> <p>4.4. Các yếu tố của việc</p>	2	1	<p>-Nghiên cứu trước:</p> <p>+ Nội dung bài 4 phần còn lại</p> <p>+Ôn lại nội dung đã học ở bài 4 phần đầu</p> <p>-Lên ý tưởng, phác thảo chiến lược PR cho doanh nghiệp</p>

	lập kế hoạch 4.5. Cách thức viết một kế hoạch, chiến lược			
7	<b>Lập kế hoạch, chiến lược QHCC (tt)</b>  - Lập kế hoạch, chiến lược QHCC đối nội  - Lập kế hoạch, chiến lược QHCC đối ngoại		3	Hoàn thành ý tưởng, kế hoạch PR sơ bộ cho doanh nghiệp
8	Thuyết trình kế hoạch, chiến lược QHCC	0	3	- Trình bày ý tưởng, trả lời câu hỏi phản biện -Nghiên cứu trước: + Nội dung bài 5 + Ôn lại nội dung đã học ở bài 4
9	<b>Bài 5: Đánh giá hiệu quả kế hoạch truyền thông</b>  5.1. Tầm quan trọng  5.2. Phương pháp đánh giá 5.2.1. Đo lường định tính 5.2.2. Đo lường định lượng	1	2	-Nghiên cứu trước: + Nội dung bài 6 + Ôn lại nội dung đã học ở bài 5  -Chỉnh sửa ý tưởng, kế hoạch
10	<b>Bài 6: Quan hệ cộng đồng</b>  6.1. Khái niệm  6.2. Quá trình  6.3. Các hoạt động	1	2	-Nghiên cứu trước: + Nội dung bài 7 + Ôn lại nội dung đã học ở bài 6  -Chỉnh sửa ý tưởng, kế hoạch
11	<b>Bài 7: Quan hệ báo chí</b>	2	1	- Chuẩn bị cho nội dung họp báo

	<p>7.1. Tầm quan trọng của báo chí</p> <p>7.2. Mục đích của báo chí</p> <p>7.3. Thiết lập và duy trì mối quan hệ với giới báo chí</p> <p>7.4. Những việc NÊN và KHÔNG NÊN làm của người làm PR</p>			
12	<b>Thực hành họp báo</b>	0	3	<p>-Nghiên cứu trước: + Nội dung bài 8</p> <p>-Hoàn thiện kế hoạch PR</p>
13	<p><b>Bài 8: Quan hệ với Chính phủ</b></p> <p>8.1. Khái niệm</p> <p>8.2. Vai trò</p> <p>8.3. Nhiệm vụ</p> <p>8.4. Tại sao người làm PR phải xây dựng mối quan hệ tốt với Chính Phủ?</p> <p>8.5. Người làm PR tạo mối quan hệ tốt với Chính Phủ như thế nào?</p>	1	2	<p>-Nghiên cứu trước: + Nội dung bài 9 + Ôn lại nội dung đã học ở bài 8</p> <p>-Chỉnh sửa kế hoạch</p>
14	<p><b>Bài 9: Các vấn đề khác trong Quan hệ công chúng</b></p> <p>9.1. Xử lý khủng hoảng</p>	1	2	Chỉnh sửa kế hoạch

	9.2. Các phương pháp công nghệ số cho PR hiện đại 9.3. Các ý tưởng ứng dụng trong PR			
15	<b>Chỉnh sửa kế hoạch PR</b>		3	Hoàn chỉnh kế hoạch lần cuối Thiết kế PowerPoint

Ngày... tháng.... năm 201  
**Trưởng khoa**  
*(Ký và ghi rõ họ tên)*

Ngày... tháng.... năm 201  
**Trưởng Bộ môn**  
*(Ký và ghi rõ họ tên)*

Ngày... tháng.... năm 201  
**Người biên soạn**  
*(Ký và ghi rõ họ tên)*

Ngày... tháng.... năm 201  
**Ban giám hiệu**