



ĐỀ CƯƠNG CHI TIẾT HỌC PHẦN

1. Thông tin về học phần

- Tên học phần: Nghệ Thuật nói trước công chúng (The Art of Public Speaking)
- Mã học phần: ENG499
- Số tín chỉ: 3 (3/0/6)
- Bachelor: Đại Học
- Loại học phần: Tự chọn
- Học phần trước: ENG330, ENG328
- Đơn vị phụ trách: Khoa Ngoại Ngữ
- Số giờ tín chỉ: 45 tiết, trong đó:
 - Lý thuyết: 45 tiết (1 tín chỉ LT = 15 tiết)
 - Thực hành: 0 (1 tín chỉ TH = 30 tiết)
 - Thực tập: 0 (1 tín chỉ TT = 60 giờ TT tại cơ sở)
 - Đồ án/ Khóa luận: 0 (1 tín chỉ ĐA/KL = 45 giờ làm ĐA/KL)

2. Thông tin về giảng viên

Giảng viên 1:

- Họ và tên: Lê Thùy Trang
- Chức danh, học vị: Thạc sĩ
- Thời gian làm việc: Giờ hành chính (8:00 -16:00)
- Địa điểm làm việc: Khoa Ngoại Ngữ - Trường Đại học Văn Hiến
- Điện thoại: 0918019945
- Email: tranglt@vhu.edu.vn

Giảng viên 2:

- Họ và tên: Nguyễn Vũ Anh Duy
- Chức danh, học vị: Thạc sĩ
- Thời gian làm việc: Giờ hành chính (8:00 – 16:00)
- Địa điểm làm việc: Khoa Ngoại Ngữ, Trường ĐH Văn Hiến
- Điện thoại: 0947772676
- Email: duynva@vhu.edu.vn

3. Tóm tắt nội dung học phần

Học phần gồm 8 chương, cung cấp cho người học các kiến thức cũng như kỹ năng để hoạch định, triển khai và đánh giá hoạt động quan hệ công chúng (PR) trong doanh nghiệp. Người học được trang bị các khái niệm cơ bản có liên quan đến lĩnh vực PR, lý thuyết nền tảng của truyền thông, cập nhật các thông tin và điển cứu về quan hệ công chúng đương đại. Ngoài ra, học phần cũng trang bị cho người học các khái niệm lập kế hoạch PR, các công cụ thực thi giao tiếp, quản lý khủng hoảng nhằm giúp sinh viên hình thành và hoàn thiện các năng lực thực hiện trong ngành.

4. Mục tiêu của học phần

Học phần có những mục tiêu:

- Cung cấp cho người học những kiến thức chung về hoạt động quan hệ công chúng (PR) trong doanh nghiệp.
- Cung cấp cho người học lý thuyết nền tảng của truyền thông, cập nhật các thông tin và điển cứu về quan hệ công chúng đương đại.
- Trang bị cho người học các khái niệm cơ bản có liên quan đến lĩnh vực PR.
- Trang bị cho người học các công cụ thực thi giao tiếp, quản lý khủng hoảng nhằm giúp sinh viên hình thành và hoàn thiện các năng lực thực hiện trong ngành.

5. Chuẩn đầu ra của học phần:

Mã CDR	Nội dung chuẩn đầu ra
Kiến thức	
CLO1	Hiểu và phân biệt được các khái niệm cơ bản có liên quan đến lĩnh vực PR.
CLO2	Biết được vai trò của PR trong hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp.
CLO3	Nhận biết được quy trình và lý thuyết nền tảng của truyền thông, PR.
CLO4	Biết xây dựng một chương trình PR từ phân tích, lập kế hoạch, triển khai cho đến đánh giá.
Kỹ năng	
CLO5	Trình bày được chương trình PR cho một doanh nghiệp nhằm đạt được mục tiêu kinh doanh.
CLO6	Sử dụng các kiến thức về các công cụ PR để triển khai một chương trình PR hiệu quả cho doanh nghiệp.
CLO7	Thực hiện được các hoạt động PR trong thực tế của DN: tổ chức họp báo, giới thiệu sản phẩm mới, tổ chức sự kiện, tài trợ, xử lý khủng hoảng.
Mức độ tự chủ và trách nhiệm	
CLO8	Xây dựng các kỹ năng thảo luận nhóm, phân công để hoàn tất các nhiệm vụ

Mã CDR	Nội dung chuẩn đầu ra
	được giao đúng hạn.
CLO9	Xây dựng được tinh thần trách nhiệm trong công việc tập thể và cá nhân.

Ma trận liên kết giữa Chuẩn đầu ra chương trình đào tạo và Chuẩn đầu ra học phần

Chuẩn đầu ra	PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5	PLO6	PLO7	PLO8	PLO9	PLO10	PLO11	PLO12	PLO13
CLO1	X	X	X										
CLO2	X	X	X										
CLO3	X	X	X										
CLO4	X	X	X										
CLO5	X	X	X	X		X							
CLO6	X	X	X	X		X							
CLO7	X	X	X	X		X	X						
CLO8									X			X	
CLO9										X	X		X

Ghi chú: PLOs (Programme Learning Outcomes): Chuẩn đầu ra cấp CTĐT

CLOs (Course Learning Outcomes): Chuẩn đầu ra học phần

6. Nội dung chi tiết của học phần

6.1. Lý thuyết

Chương	Nội dung	Đáp ứng CLOs
Chương 1	Tổng quan về Quan hệ Công chúng	CLO1, CLO2, CLO3, CLO4
1.1.	Các khái niệm	
1.2.	Tiến trình PR	
1.3.	3 nguyên tắc PR	
1.4.	Vai trò của PR trong Marketing Mix	
1.5.	Lợi ích của PR đối với doanh nghiệp	
1.6.	Những kỹ năng thiết yếu	
Chương 2	Hoạt động PR trong các tổ chức	CLO1, CLO2, CLO3, CLO4
2.1.	Quan hệ với truyền thông	

Chương	Nội dung	Đáp ứng CLOs
2.2.	Quan hệ với khách hàng	
2.3.	Quan hệ với nhân viên	
2.4.	Quan hệ với nhà đầu tư	
2.5.	Quan hệ với chính quyền	
2.6.	Từ thiện và hoạt động cộng đồng	
2.7.	Truyền thông tiếp thị	
Chương 3	Nghiên cứu Công chúng	CLO1, CLO2, CLO3, CLO4
3.1.	Nghiên cứu	
3.2.	Công chúng	
3.3.	Vai trò của nghiên cứu công chúng	
Chương 4	Lập kế hoạch PR	CLO1, CLO2, CLO3, CLO4
4.1.	Vai trò của lập kế hoạch PR	
4.2.	Các phương pháp lập kế hoạch PR	
4.3.	Các thành phần của chương trình PR	
4.4.	Bản kế hoạch PR	
Chương 5	Thực thi giao tiếp	CLO1, CLO2, CLO3, CLO4
5.1.	Tổng quan về giao tiếp	
5.2.	Các công cụ thực thi giao tiếp	
Chương 6.	Đánh giá	CLO1, CLO2, CLO3, CLO4
6.1.	Tầm quan trọng của đánh giá	
6.2.	Các phương pháp đánh giá	
6.3.	Các công cụ đo lường	
Chương 7	Quan hệ giới truyền thông	CLO1, CLO2, CLO3, CLO4
7.1.	Vai trò của truyền thông đại chúng trong PR	
7.2.	Mối quan hệ giữa truyền thông và PR	
7.3.	Làm việc với giới truyền thông	
7.4.	Một số công cụ tác nghiệp	
Chương 8	Quản lý khủng hoảng	CLO1, CLO2, CLO3, CLO4

Chương	Nội dung	Đáp ứng CLOs
8.1.	Khái niệm	
8.2.	Quản lý khủng hoảng	

6.2. Thực hành

	Nội dung	Đáp ứng CLOs
6.2.1.	Bài tập cá nhân	
	Người học tham gia tích cực và hoàn tất các bài tập trên lớp và ngoài lớp.	CLO8, CLO9
6.2.2.	Bài tập nhóm	
	- Người học tham gia thảo luận nhóm trong lớp và ngoài lớp, hoàn thành các nhiệm vụ chung của nhóm. - Các nhóm báo cáo kết quả làm việc trước lớp.	CLO8, CLO9

7. Phân bổ thời gian theo tiết và điều kiện thực hiện:

Chương	Tên Chương	Số tiết tín chỉ					
		Lý Thuyết	Bài tập	Thực hành	Tự học	Tổng	
1	Tổng quan về Quan hệ Công chúng	3	0		6		
2	Hoạt động PR trong các tổ chức	3	2		10		
3	Nghiên cứu Công chúng	4	2		12		
4	Lập kế hoạch PR	4	2		12		
5	Thực thi giao tiếp	4	2		12		
6	Đánh giá	4	2		12		
7	Quan hệ giới truyền thông	4	2		12		
8	Quản lý khủng hoảng	4	3		14		
Tổng		30	15		90	135	

CÁC CHỦ ĐỀ THẢO LUẬN

1. Thảo luận về chương trình PR cho một doanh nghiệp nhằm đạt được mục tiêu kinh doanh.
2. Thảo luận về việc sử dụng các công cụ PR để triển khai một chương trình PR hiệu quả cho doanh nghiệp.
3. Thảo luận về các hoạt động PR trong thực tế của DN.

8. Phương pháp giảng dạy:

Giảng viên giảng dạy với sự kết hợp của một số phương pháp sau:

- Thuyết trình
- Phát vấn
- Hỏi lại hoặc vấn đáp
- Động não nhanh (bài tập tư duy cá nhân)
- Giao bài đọc về nhà
- Hướng dẫn tự học
- Thảo luận nhóm

Ma trận liên kết giữa Chuẩn đầu ra với phương pháp giảng dạy

Phương pháp giảng dạy	CLO1	CLO2	CLO3	CLO4	CLO5	CLO6	CLO7	CLO8	CLO9
Thuyết Trình	X	X	X	X					
Phát vấn	X	X	X	X					
Hỏi lại hoặc vấn đáp	X	X	X	X					
Động não nhanh	X	X	X	X	X	X	X		
Giao bài đọc về nhà	X	X	X	X				X	X
Hướng dẫn tự học	X	X	X	X				X	X
Thảo luận nhóm	X	X	X	X				X	X

9. Phương pháp học tập

Sinh viên học tập với sự kết hợp của một số phương pháp sau:

- Nghe giảng
- Thuyết trình
- Làm việc nhóm
- Làm việc cá nhân
- Tự học, tự nghiên cứu (đọc sách giáo trình chính và giáo trình bổ trợ trước các giờ lên lớp)

Ma trận liên kết giữa Chuẩn đầu ra với phương pháp học tập

Phương pháp học tập	CLO1	CLO2	CLO3	CLO4	CLO5	CLO6	CLO7	CLO8	CLO9
Nghe giảng	X	X	X	X					
Thuyết trình	X	X	X	X	X	X	X		
Làm việc nhóm					X	X	X	X	X
Làm việc cá nhân					X	X	X	X	X

Phương pháp học tập	CLO1	CLO2	CLO3	CLO4	CLO5	CLO6	CLO7	CLO8	CLO9
Tự học, tự nghiên cứu	X	X	X	X	X	X	X	X	X

10. Nhiệm vụ của sinh viên

- Chủ động tổ chức thực hiện giờ tự học.
- Tham gia đầy đủ các giờ lên lớp và giờ thuyết trình (sinh viên chỉ được vắng mặt tối đa 20% thời gian lên lớp của học phần hoặc sẽ bị cấm thi lần 1).
- Đọc tài liệu tham khảo bắt buộc và bổ trợ do giảng viên giới thiệu.
- Hoàn thành đầy đủ các bài tập cá nhân, bài tập nhóm.
- Tham gia kỳ thi giữa khóa và kết thúc học phần.

11. Thang điểm đánh giá: Điểm đánh giá quá trình và điểm thi kết thúc học phần được chấm theo thang điểm 10 (từ 0 đến 10), làm tròn đến 1 chữ số thập phân.

12. Phương pháp kiểm tra, đánh giá kết quả học tập

Sinh viên được đánh giá kết quả học tập trên cơ sở hai điểm thành phần như sau:

1. *Điểm đánh giá quá trình: trọng số 40% bao gồm:*
 - a. Điểm chuyên cần: 10, trọng số 10%
 - b. Điểm tham gia hoạt động trên lớp và ngoài lớp: 10, trọng số 15%
 - c. Điểm kiểm tra giữa khóa: 10, trọng số 15%
2. *Điểm thi kết thúc học phần: trọng số 60%*

Hình thức thi: Tự luận và trắc nghiệm khách quan

Ma trận quan hệ giữa Chuẩn đầu ra và phương pháp kiểm tra, đánh giá

Hình thức đánh giá	CLO1	CLO2	CLO3	CLO4	CLO5	CLO6	CLO7	CLO8	CLO9
Trắc nghiệm	X	X	X	X					
Tự Luận	X	X	X	X	X	X	X		
Thuyết Trình					X	X	X		
Quá Trình học	X	X	X	X	X	X	X	X	X

13. Tài liệu phục vụ cho học phần

13.1. Tài liệu chính

Wilcox, D. & Cameron, G. (2008). *Public Relations: Strategies and Tactics*, 9th edition. Pearson Education, Boston.

13.2. Tài liệu tham khảo

Business Edge, *Quan hệ công chúng- Biến công chúng thành “Fan” của doanh nghiệp*, NXB Trẻ TP. HCM, 2006.

Philip Henslowe, *Những bí quyết căn bản để thành công trong PR*, NXB
Trẻ TP. HCM, 2007.

TP.Hồ Chí Minh, ngày ... tháng ... năm

Duyệt

Trưởng Bộ môn
(Ký và ghi rõ họ tên)

Giảng viên biên soạn
(Ký và ghi rõ họ tên)

Lê Thùy Trang