



ĐỀ CƯƠNG CHI TIẾT HỌC PHẦN

1. Thông tin về học phần

- Tên học phần: TIẾNG PHÁP TRONG TRUYỀN THÔNG THƯƠNG MẠI
- Mã học phần: FRE514
- Số tín chỉ: 2 (2/0/0)
- Cấp đào tạo: Đại học
- Loại học phần (bắt buộc/tự chọn): Bắt buộc
- Học phần tiên quyết/ Học phần trước: FRE413 - Tiếng Pháp trong nghiên cứu thị trường ;

FRE414 - Tiếng Pháp trong giao tiếp

thương mại

- Đơn vị phụ trách: Khoa Ngoại ngữ
- Số giờ tín chỉ: 2, trong đó:
 - Lý thuyết: 2 (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: NGUYỄN MINH THẮNG
- Chức danh, học vị: Tiến 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: 0988216976
- Email: thangnm08@gmail.com

Giảng viên 2:

- Họ và tên: NGUYỄN HÀ MINH THANH
- 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: 0987577687

- Email: thanhnhm@vhu.edu.vn

3. Tóm tắt nội dung học phần

Học phần *Tiếng Pháp trong truyền thông thương mại* là học phần thay thế Khóa luận tốt nghiệp trong chương trình đào tạo, được triển khai ở học kỳ 8. Học phần gồm 5 chương đề cập tới lĩnh vực **Truyền thông tiếp thị**, đề cập tới những khái niệm cơ bản và hoạt động liên quan tới truyền thông nói chung và truyền thông tiếp thị nói riêng bằng tiếng Pháp. Học phần giúp người học có thể nắm rõ lý thuyết và áp dụng được vào các bài tập thực hành.

4. Mục tiêu của học phần

Học phần có những mục tiêu:

- Cung cấp cho người học những kiến thức tổng quát về hoạt động thương mại
- Giúp người học hiểu và vận dụng được các kiến thức đã học vào các tình huống thương mại cụ thể.

5. Chuẩn đầu ra của học phần:

Mã CDR	Nội dung chuẩn đầu ra
Kiến thức	
CLO1	Nắm được các kiến thức cơ bản liên quan tới Truyền thông tiếp thị bằng tiếng Pháp
Kỹ năng	
CLO2	Vận dụng các kiến thức vào một số bài tập thực hành
CLO3	Sử dụng được tiếng Pháp trong hoạt động truyền thông thương mại
Mức độ tự chủ và trách nhiệm	
CLO4	Tự giác tham gia các hoạt động cá nhân và hoạt động nhóm
CLO5	Hoàn thành và chịu trách nhiệm nhiệm vụ được giao

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

Chuẩn đầu ra	PLO 1	PLO 2	PLO 3	PLO 4	PLO 5	PLO 6	PLO 7	PLO 8	PLO 9	PLO 10	PLO 11	PLO 12	PLO 13
CLO1	X	X	X	X									
CLO2	X	X	X	X									
CLO3					X	X	X	X	X	X	X		
CLO4					X	X	X	X	X	X	X		
CLO5					X	X	X	X	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	La communication marketing - Définitions - Objectifs - Le plan de communication	CLO1, CLO2, CLO2, CLO4, CLO5
Chương 2	Les stratégies - Cibles - Objectifs - Message - Stratégies d'approche - Evaluation	CLO1, CLO2, CLO2, CLO4, CLO5
Chương 3.	La communication marketing traditionnelle - Les acteurs - Les médias	CLO1, CLO2, CLO2, CLO4, CLO5
	La communication marketing traditionnelle - La création publicitaire - La législation	CLO1, CLO2, CLO2, CLO4, CLO5
Chương 4	La communication marketing numérique - Définition - SMS marketing	CLO1, CLO2, CLO2, CLO4, CLO5
	La communication marketing numérique • Emailing marketing	CLO1, CLO2, CLO2, CLO4, CLO5
	La communication marketing numérique • Marketing direct	CLO1, CLO2, CLO2, CLO4, CLO5
Chương 5	Travaux pratiques	CLO1, CLO2, CLO2, CLO4, CLO5

6.2. Thực hành

	Nội dung	Đáp ứng CLOs
6.2.1.	Bài tập cá nhân	
	Người học tự làm các bài tập trên lớp và ở nhà	CLO1, CLO2, CLO2, CLO4, CLO5

	Nội dung	Đáp ứng CLOs
6.2.2.	Bài tập nhóm	
	- Người học tham gia các hoạt động nhóm - Các nhóm báo cáo kết quả làm việc trước lớp.	CLO1, CLO2, CLO2, CLO4, CLO5

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

Chương	Tên chương	Số tiết tín chỉ					Ghi chú
		Lý thuyết	Bài tập	Thực hành	Tự học	Tổng	
1	La communication marketing	5			10		
2	Les stratégies	5			10		
3	La comunication marketing traditionnelle	5			10		
4	La comunication marketing numérique	5			10		
5	Travaux pratiques	5			10		
		5			10		
Tổng		30			60		

CÁC CHỦ ĐỀ THẢO LUẬN VÀ TIỂU LUẬN

1.
2.
3.

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

Phương pháp giảng dạy	CLO1	CLO2	CLO3	CLO4	CLO5
Thuyết trình	x	x	x	x	
Phát vấn	x	x	x	x	
Vấn đáp	x	x	x	x	
Thảo luận nhóm					x
Động não nhanh					x
Giao bài tập về nhà	x	x	x	x	x
Hướng dẫn tự học	x	x	x	x	x

9. Phương pháp học tập

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

Gợi ý:

- Làm việc cá nhân
- Làm việc nhóm
- Tự học, tự nghiên cứu

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

Phương pháp học tập	CLO1	CLO2	CLO3	CLO4	CLO5
Làm việc cá nhân	x	x	x	x	x
Làm việc nhóm	x	x	x	x	x
Tự học, tự nghiên cứu	x	x	x	x	x
Tự tìm tài liệu tham khảo	x	x	x	x	x

10. Nhiệm vụ của sinh viên

Gợi ý:

- 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).
- 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 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%
2. Điểm thi kết thúc học phần: trọng số 60%

Hình thức thi: Tự luận hoặc Tiểu luận

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

Hình thức đánh giá	CLO1	CLO2	CLO3	CLO4	CLO5
Tự luận (Viết)	x	x	x	x	x
Trắc nghiệm	x	x	x	x	x

13. Tài liệu phục vụ cho học phần (các tài liệu xuất bản từ năm 2017 trở lại đây và cung cấp được cho Trung tâm Học liệu nơi đặt tài liệu)

12.1. Tài liệu chính

12.2. Tài liệu tham khảo

- Pommeray D., *Le plan marketing-communication digital*, DUNOD, 2016.
- Decaudin J-M., Bouguerra A., *La communication marketing intégrée*, ECONOMICA, 2011.

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)

Nguyễn Minh Thắng