

BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC QUẢN LÝ VÀ CÔNG NGHỆ HẢI PHÒNG



CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO
ĐỀ CƯƠNG CHI TIẾT
MÔN: QUAN HỆ CÔNG CHÚNG

NGÀNH QUẢN TRỊ KINH DOANH
TRÌNH ĐỘ ĐẠI HỌC - MÃ NGÀNH 7340101

HẢI PHÒNG, 2023

BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC QUẢN LÝ VÀ CÔNG NGHỆ HẢI PHÒNG



CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO
ĐỀ CƯƠNG CHI TIẾT
MÔN: QUAN HỆ CÔNG CHÚNG

NGÀNH QUẢN TRỊ KINH DOANH

TRÌNH ĐỘ ĐẠI HỌC - MÃ NGÀNH 7340101

*(Ban hành theo Quyết định số ... ngày .../.../20...
của Hiệu trưởng Nhà trường)*

Phê duyệt

Trình duyệt

Hiệu trưởng
TS Nguyễn Tiến Thanh

Phụ trách ngành
TS Nguyễn Thị Hoàng Đan

QUAN HỆ CÔNG CHÚNG

Mã học phần: PRE33021 – Số tín chỉ: 02

Dùng cho ngành: Quản trị kinh doanh (chuyên ngành Quản trị marketing)

Điều kiện tiên quyết (nếu có): Marketing căn bản

Hình thức đào tạo: Trực tiếp/trực tuyến

Đơn vị phụ trách: Khoa Quản trị kinh doanh

Giảng viên phụ trách giảng dạy:

Th.S. Cao Thị Thu

Th.S. Nguyễn Văn Thụ

1. Mô tả chung về học phần

Học phần giới thiệu những nguyên tắc cơ bản của Quan hệ công chúng (Public Relations – PR), giúp sinh viên trang bị được những kiến thức nền tảng về PR từ đó có thể áp dụng vào thực tiễn. Tập trung vào các nội dung lớn như: Tầm quan trọng của PR trong Doanh nghiệp, Quản lý PR, xác định các đối tượng trong PR làm cơ sở lập kế hoạch và thực thi các chiến dịch PR; quản lý các sự cố, khủng hoảng của Doanh nghiệp.

Bên cạnh còn cung cấp kiến thức về phương thức thiết lập, duy trì và nâng tầm mối quan hệ với các nhóm công chúng như giới báo chí, các nhóm công chúng nội bộ, khách hàng, nhà đầu tư,... Các công cụ PR cơ bản của PR và kỹ năng ứng dụng: viết tin – bài; trình bày giao tiếp cá nhân; đánh giá tài trợ và tổ chức các sự kiện, thực thi công tác PR nói riêng và Marketing nói chung một cách có hiệu quả.

2. Các chữ viết tắt (nếu có)

PR: Quan hệ công chúng

DN: Doanh nghiệp

3. Chuẩn đầu ra của học phần

| Mã | Chuẩn đầu ra học phần |
|----|---|
| a2 | Vận dụng được quy trình xây dựng kế hoạch PR và nội dung các bước thực hiện của quy trình này. Lý giải được các công cụ phân tích, hoạch định chiến lược PR. |

| | |
|-----------|--|
| b2 | Sử dụng kiến thức và kỹ năng để kế hoạch PR cho doanh nghiệp. Phân tích, tổng hợp, đo lường được hoạt động xây dựng và thực thi kế hoạch PR để có thể đề xuất giải pháp điều chỉnh phù hợp. |
| c2 | Thực hiện năng lực làm việc độc lập và theo nhóm. Tích cực khi tham gia thảo luận các nội dung học tập. |

4. Giáo trình và tài liệu học tập

a. Giáo trình và tài liệu học tập:

[1]. Đinh Thị Thúy Hằng (2018). *PR – Lý luận và ứng dụng*. NXB Lao động – xã hội.

[2]. Đinh Thị Thúy Hằng (2017). *PR – Kiến thức cơ bản và đạo đức nghề nghiệp*. NXB Lao động – xã hội.

4.2 Tài liệu tham khảo:

[3] Lưu Văn Nghiêm (2019). *Quản trị quan hệ công chúng (Sách chuyên khảo)*. NXB ĐH Kinh tế quốc dân.

5. Chiến lược học tập

Sinh viên cần tích cực và chủ động tham gia vào quá trình học tập; cần tham gia đầy đủ các giờ học theo quy định, không ngừng phấn đấu để duy trì sự tiến bộ liên tục trong học tập; hoàn thành nhiệm vụ học tập đúng tiến độ.

Để hoàn thành tốt học phần này, sinh viên cần:

- Học viên phải đọc hiểu tài liệu, trả lời một cách tóm lược các câu hỏi gợi ý của mỗi chương.

- Tham gia các hoạt động giảng dạy trên lớp, thảo luận, truy vấn, tự nghiên cứu các tình huống cụ thể. Phát triển kỹ năng nêu vấn đề, thuyết trình, phân tích và viết các bản tin – bài phát biểu.

6. Nội dung, kế hoạch giảng dạy và đánh giá

| Nội dung và kế hoạch giảng dạy, đánh giá | Hoạt động học tập của người học | | | | Chuẩn đầu ra |
|--|--|----------|--------|-----------|--------------|
| | Trên lớp | ST | Tự học | SG | |
| Mở đầu | (1) Giới thiệu môn học, ý nghĩa môn học và chiến lược học tập. | | | | |
| CHƯƠNG 1: | | 3 | | 20 | a2 |

| | | | | | |
|---|-------------------------|------------|--|-----------|-----------|
| Tổng quan về PR | | | | | |
| 1.1. Khái niệm PR 1.2. Công chúng | Nghe giảng Thảo luận | 1 | Đọc và nghiên cứu tài liệu được giảng viên phát đề hiểu thêm về khái niệm trong quan hệ công chúng [1] | | |
| 1.3. Vai trò của PR 1.4. Nhiệm vụ của PR | Nghe giảng Thảo luận | 1 | | | |
| 1.5. Phân biệt PR và marketing; truyền thông; quảng cáo | Nghe giảng Thảo luận | 0.5 | | | |
| 1.6. Những kỹ năng cần biết của người làm PR | Nghe giảng Thảo luận | 0,5 | | | |
| CHƯƠNG 2 : Tiến trình PR | | 9 | | 30 | a2 |
| 2.1. Đặt mục tiêu | Nghe giảng Thảo luận | 1 | - Nhận biết các bước trong tiến trình PR [1], [2] - Thực hành các tình huống cụ thể trong từng bước | | |
| 2.2. Xác định đối tượng công chúng | Nghe giảng Thực hành | 0.5 0.5 | | | |
| 2.3. Xây dựng thông điệp truyền thông | Nghe giảng Thực hành | 0.5 1.5 | | | |
| 2.4. Lựa chọn kênh thông tin | Nghe giảng Thực hành | 0.5 0.5 | | | |
| 2.5. Thực hiện | Nghe giảng Thực hành | 0.5 1.5 | | | |
| 2.6. Đánh giá hiệu quả PR | Nghe giảng Thực hành | 0.5 1.5 | | | |
| CHƯƠNG 3 : Các kênh thông tin chuyển tải thông điệp PR | | 6 | | 30 | a2 |
| 3.1. Khái niệm truyền thông Media | Nghe giảng Thảo luận | 0.5 | - Đọc và hiểu các khái niệm. [1], [2], [3] - Thảo luận các phương tiện truyền thông hiệu quả. | | |
| 3.2. Quan hệ với truyền thông | Nghe giảng Thảo luận | 0.5 | | | |
| 3.3. Vai trò của PR với giới truyền thông | Nghe giảng Thảo luận | 1 | | | |
| 3.4. Một số hoạt động PR qua phương tiện truyền thông đại chúng | Thực hành | 2 | | | |

| | | | | | |
|--|-------------------------|----------|--|-----------|-------------------|
| 3.5. Các nguyên tắc khi làm việc với giới báo chí | Thực hành | 2 | - Thực hành viết thông cáo báo chí | | |
| Đánh giá 1: 20% - Giải thích được quy trình xây dựng kế hoạch PR và nội dung các bước thực hiện của quy trình này. - Lý giải được các công cụ phân tích, hoạch định chiến lược PR | Thực hành | 1 | | 10 | a2 |
| CHƯƠNG 4 : Áp dụng hoạt động PR vào việc xử lý các vấn đề trong DN | | 6 | | 30 | b2 |
| 4.1. Những khủng hoảng có thể xảy ra | Nghe giảng Thảo luận | 1 | - Nhận diện, phân biệt các tình huống. [1] - Trình bày các cách DN có thể xử lý khủng hoảng | | |
| 4.2. Tầm quan trọng của hoạt động xử lý khủng hoảng | Nghe giảng Thảo luận | 1 1 | | | |
| 4.3. Dự đoán và giải quyết khủng hoảng | Thực hành | 3 | | | |
| CHƯƠNG 5 : Kỹ năng PR | | 3 | | 20 | b2 |
| 5.1. Tài trợ | Nghe giảng Thảo luận | 0.5 | - So sánh ưu điểm và hạn chế của từng kỹ năng - Thực hành các tình huống cần lựa chọn kỹ năng ứng xử [1], [2] | | |
| 5.2. Quy trình tổ chức một sự kiện | Nghe giảng Thảo luận | 0.5 | | | |
| 5.3. Kỹ năng viết và các hình thức viết trong PR | Nghe giảng Thảo luận | 1 | | | |
| 5.4. Quy trình viết và kỹ năng viết một tài liệu PR | Thực hành | 1 | | | |
| 5.5. Kỹ năng trình bày – thuyết trình và trả lời phỏng vấn | Thực hành | 1 | | | |
| Đánh giá 2: 40% - Xây dựng kế hoạch PR cho doanh nghiệp. - Phân tích, tổng hợp, đo lường được hoạt động xây dựng và thực thi kế hoạch | Thực hành | 1 | | 10 | a2, b2, c2 |

| | | | | | |
|---|-----------------|-----------|--|------------|---------------|
| PR để có thể đề xuất giải pháp điều chỉnh phù hợp. | | | | | |
| Đánh giá 3: (40%) Nhận biết khủng hoảng; Tìm nguyên nhân và đưa ra giải pháp xử lý khủng hoảng | Thi cuối học kỳ | | | | a2, b2 |
| Tổng số tiết/giờ học | | 30 | | 150 | |

Số tiết nghe giảng và thảo luận: 10,5 tiết, số tiết thực hành, thực tế: 19,5 tiết

7. Đánh giá kết quả học tập

Hoạt động đánh giá của học phần gồm:

| Phân loại | Phương pháp đánh giá | Tỷ trọng | Chuẩn đầu ra | | |
|-------------------|--------------------------------|----------|--------------|-----|----|
| | | | a 2 | b 2 | c2 |
| Quá trình | ĐG1. Bài đánh giá trên lớp | 20% | x | | |
| | ĐG2. Bài đánh giá trên lớp | 40% | x | x | x |
| Kết thúc học phần | ĐG3. Bài thi kết thúc học phần | 40% | x | x | |
| <i>Tổng cộng:</i> | | 100% | | | |

8. Hoạt động đánh giá

a. Hoạt động đánh giá 1 - Chuẩn đầu ra: a2 - Tỷ lệ: 20% điểm học phần

- Hình thức đánh giá: Bài đánh giá trên lớp, thời gian: 1 tiết
- Mô tả bài đánh giá:
 - Mô tả chung: thực hiện bài tập đánh giá 1 trên lớp trong quá trình học tập. Nội dung đánh giá liên quan đến tiến trình hoạt động Quan hệ công chúng gồm 6 bước cơ bản.
 - Các yêu cầu:
 - + Hiểu và vận dụng được lý luận vào các tình huống cụ thể
 - + Biết nhận diện các yếu tố ảnh hưởng đến tiến trình lập và thực thi chiến dịch PR trong các Doanh nghiệp.
- Ma trận đánh giá:

| Xếp loại Tiêu chí | Xuất sắc | Tốt | Trung bình | Trung bình yếu | Không đạt |
|---|--|--|--|--|--------------------------------------|
| | A | B | C | D | F |
| | 8,5 ÷ 10 | 7,0 ÷ 8,4 | 5,5 ÷ 6,9 | 4,0 ÷ 5,4 | < 4,0 |
| a2: Giải thích được quy trình xây dựng kế hoạch PR và nội dung các bước thực hiện của quy trình này (50%) | Giải thích được trên 90% các nội dung yêu cầu | Giải thích được từ 75% đến 90% các nội dung yêu cầu | Giải thích được từ 65% đến 75% các nội dung yêu cầu | Giải thích được từ 55% đến 65% các nội dung yêu cầu | Không thực hiện được như yêu cầu bên |
| a2: Lý giải được các công cụ phân tích, hoạch định chiến lược PR (50%) | Chọn đúng và giải thích được trên 90% các nội dung yêu cầu | Chọn đúng và giải thích được từ 75% đến 90% các nội dung yêu cầu | Chọn đúng và giải thích được từ 65% đến 75% các nội dung yêu cầu | Chọn đúng và giải thích được từ 55% đến 65% các nội dung yêu cầu | Không thực hiện được như yêu cầu bên |

$$\text{Điểm} = 100\% * a2$$

b. Hoạt động đánh giá 2 - Chuẩn đầu ra: a2, b2, c2 - Tỷ lệ: 40% điểm học phần

- Hình thức đánh giá: Bài đánh giá trên lớp, thời gian: 1 tiết
- Mô tả bài đánh giá:
- Mô tả chung: Mục tiêu đánh giá sự hiểu biết và khả năng phân tích các tình huống thực tiễn của sinh viên.
- Các yêu cầu:
 - + Biết vận dụng cơ sở lý thuyết để hoạch định chiến lược và kế hoạch PR hiệu quả cho các tình huống.
 - + Biết đưa ra các kết luận, phân tích, đánh giá dựa trên số liệu tính toán được
- Ma trận đánh giá:

| Xếp loại | Xuất sắc | Tốt | Trung bình | Trung bình yếu | Không đạt |
|--|--|--|--|--|--------------------------------------|
| | A | B | C | D | F |
| Tiêu chí | 8,5 ÷ 10 | 7,0 ÷ 8,4 | 5,5 ÷ 6,9 | 4,0 ÷ 5,4 | < 4,0 |
| a2: Hiểu các bước xây dựng kế hoạch PR cho doanh nghiệp (30%) | Xây dựng và thiết lập được cụ thể trên 90% các bước trong tiến trình PR | Xây dựng và thiết lập được cụ thể từ 75% đến 90% các bước trong tiến trình PR | Xây dựng và thiết lập được cụ thể từ 65% đến 75% các bước trong tiến trình PR | Xây dựng và thiết lập được cụ thể từ 55% đến 65% các bước trong tiến trình PR | Không thực hiện được như yêu cầu bên |
| b2: Phân tích, tổng hợp, đo lường được hoạt động xây dựng và thực thi kế hoạch PR để có thể đề xuất giải pháp điều chỉnh phù hợp (50%) | Phân tích, tổng hợp, đo lường được trên 90% các yêu cầu trong thực thi kế hoạch PR | Phân tích, tổng hợp, đo lường được từ 75% đến 90% các yêu cầu trong thực thi kế hoạch PR | Phân tích, tổng hợp, đo lường được từ 65% đến 75% các yêu cầu trong thực thi kế hoạch PR | Phân tích, tổng hợp, đo lường được từ 55% đến 65% các yêu cầu trong thực thi kế hoạch PR | Không thực hiện được như yêu cầu bên |
| c2- chiếm 20% | Xuất sắc | Tốt | Khá | Có tham dự giờ thảo luận | Có tham dự giờ thảo luận |

$$\text{Điểm} = 30\% * a2 + 50\% * b2 + 20\% * c2$$

c. Hoạt động đánh giá 3 - Chuẩn đầu ra: a2, b2 - Tỷ lệ: 40% điểm học phần

- Hình thức đánh giá: Bài thi cuối kỳ, thời gian: 90 phút
- Mô tả bài đánh giá:
- Nội dung: Hiểu và nhận biết các nguyên nhân gây ra khủng hoảng trong doanh nghiệp, tổ chức. Sử dụng các giải pháp để đưa ra cách xử lý khủng hoảng phù hợp cho tình huống cụ thể.

- Các yêu cầu:
 - + Chỉ ra các nguyên nhân gây ra khủng hoảng.
 - + Trình bày giải pháp xử lý khủng hoảng phù hợp
- Ma trận đánh giá:

| Xếp loại Tiêu chí | Xuất sắc | Tốt | Trung bình | Trung bình yếu | Không đạt |
|---|--|--|--|--|--------------------------------------|
| | A | B | C | D | F |
| | 8,5 ÷ 10 | 7,0 ÷ 8,4 | 5,5 ÷ 6,9 | 4,0 ÷ 5,4 | < 4,0 |
| a2 - Hiểu và nhận biết các nguyên nhân gây ra khủng hoảng trong doanh nghiệp, tổ chức (40%) | Chỉ ra được và giải thích được trên 90% các nguyên nhân gây ra khủng hoảng trong DN, tổ chức | Chỉ ra được và giải thích được trên 70% - 80% các nguyên nhân gây ra khủng hoảng trong DN, tổ chức | Chỉ ra được và giải thích được trên 60% - 70% các nguyên nhân gây ra khủng hoảng trong DN, tổ chức | Chỉ ra được và giải thích được trên 50% - 60% các nguyên nhân gây ra khủng hoảng trong DN, tổ chức | Không thực hiện được như yêu cầu bên |
| b2 - Vận dụng các giải pháp để đưa ra cách xử lý khủng hoảng (60%) | Trình bày cụ thể, thuyết phục giải pháp xử lý được khoảng trên 80% khủng hoảng trong DN, tổ chức | Trình bày cụ thể, thuyết phục giải pháp xử lý được khoảng trên 70% - 80% khủng hoảng trong DN, tổ chức | Trình bày cụ thể, thuyết phục giải pháp xử lý được khoảng trên 60% - 70% khủng hoảng trong DN, tổ chức | Trình bày cụ thể, thuyết phục giải pháp xử lý được khoảng trên 50% - 60% khủng hoảng trong DN, tổ chức | Không thực hiện được như yêu cầu bên |

$$\text{Điểm} = a2 * 40\% + b2 * 60\%$$

d. Cách tính kết quả học tập chung của học phần

$$\text{Điểm học phần} = 20\% \text{ điểm ĐG1} + 40\% \text{ điểm ĐG2} + 40\% \text{ điểm ĐG 3}$$

9. Các phương tiện, trang thiết bị dạy và học

- Phòng học đảm bảo 2 sinh viên/ 1 bàn, có đủ ánh sáng, phấn, bảng
- Thiết bị hỗ trợ giảng dạy: máy vi tính, máy chiếu, âm thanh

- Sinh viên cần chuẩn bị đầy đủ thiết bị phục vụ cho quá trình học tập như giấy trắng khổ A4, máy tính bỏ túi, thước kẻ, bút chì, tẩy, ...

10. An toàn của sinh viên và giảng viên

- Phòng học phải được sinh viên vệ sinh sạch sẽ trước giờ vào học.

- Sinh viên sẽ được chăm sóc sức khỏe chu đáo và được tư vấn, hướng dẫn chuyển tuyến trên khi cần thiết

11. Kỷ luật, khiếu nại và hỗ trợ

Sinh viên gặp bất kỳ khó khăn gì trong quá trình học tập có thể liên hệ trực tiếp với giảng viên, Trưởng khoa/bộ môn, Văn phòng hỗ trợ sinh viên, Phòng Đào tạo, Ban Thanh tra của Nhà trường để được hướng dẫn, hỗ trợ.

**Chủ tịch Hội đồng
xây dựng CTĐT ngành**

Hải Phòng, ngày ... tháng ... năm 2023
Người biên soạn