

Số: 1327/MYH26/VHU/QĐ

Thành phố Hồ Chí Minh, ngày 04 tháng 06 năm 2025

QUYẾT ĐỊNH

Ban hành Bộ đề cương chi tiết học phần ngành Quan hệ công chúng

HIỆU TRƯỞNG TRƯỜNG ĐẠI HỌC VĂN HIẾN

Căn cứ Quyết định số 517/TTg ngày 11 tháng 7 năm 1997 của Thủ tướng Chính phủ về việc thành lập trường Đại học Văn Hiến, Quyết định số 58/QĐ-TTg ngày 08 tháng 01 năm 2016 của Thủ tướng Chính phủ về việc chuyển đổi loại hình của Trường Đại học Văn Hiến;

Căn cứ Quyết định số 979/2022/VHU/QĐ ngày 27 tháng 09 năm 2022 của Hiệu trưởng Trường Đại học Văn Hiến về việc ban hành Quy chế đào tạo đại học, cao đẳng theo hệ thống tín chỉ;

Căn cứ Quyết định số 1285/MYH25/VHU/QĐ ngày 28 tháng 05 năm 2025 của Hiệu trưởng Trường Đại học Văn Hiến về việc ban hành chương trình đào tạo chính quy trình độ đại học ngành Quan hệ công chúng,

Căn cứ Quy chế tổ chức và hoạt động của Trường Đại học Văn Hiến;

Theo đề nghị của Giám đốc Ban Quản lý Đào tạo.

QUYẾT ĐỊNH:

Điều 1. Ban hành kèm theo quyết định này là bộ đề cương chi tiết học phần ngành Quan hệ công chúng áp dụng đối với hệ chính quy đào tạo theo hệ thống tín chỉ (theo danh sách đính kèm).

Điều 2. Khoa Khoa học Xã hội và Nhân văn có trách nhiệm phổ biến đến sinh viên, tổ chức giảng dạy, đánh giá học phần theo đề cương đã được công bố.

Điều 3. Giám đốc Ban Quản lý Đào tạo, Trưởng khoa/Khối ngành, Trưởng các đơn vị và giảng viên có liên quan chịu trách nhiệm thi hành Quyết định này.

Quyết định này có hiệu lực từ ngày ký. / 

Nơi nhận:

- Như Điều 3 (để t/h),
- Thường trực HĐT (để b/c);
- Các đơn vị trong trường,
- Lưu VT, QLĐT

KT. HIỆU TRƯỞNG
PHÓ HIỆU TRƯỞNG THƯỜNG TRỰC 



PGS.TS. Trần Huy Hoàng

**DANH SÁCH ĐỀ CƯƠNG CHI TIẾT HỌC PHẦN
NGÀNH QUAN HỆ CÔNG CHÚNG**

STT	Mã HP	Tên học phần	Ghi chú
1.	PUR302	Trải nghiệm ngành, nghề	
2.	PUR303	Nhập môn ngành Quan hệ công chúng	
3.	PUR310	Nhập môn truyền thông đại chúng	
4.	PUR306	Đạo đức nghề nghiệp PR	
5.	PUR307	Điều tra xã hội học	
6.	PUR311	Báo cáo chuyên đề thực tiễn	
7.	PUR491	Thực tập cơ sở Quan hệ công chúng	
8.	MAR403	Quảng cáo	
9.	PUR406	PR nội bộ và PR cộng đồng	
10.	PUR422	Xây dựng và quản trị thương hiệu	
11.	PUR425	Viết và biên tập tin	
12.	PUR429	Quan hệ báo chí và xử lý khủng hoảng truyền thông	
13.	PUR434	Nghệ thuật thương lượng, đàm phán	
14.	PUR437	Nghiep vụ ngoại giao	
15.	MMC411	Sản xuất chương trình phát thanh	
16.	MMC412	Tổ chức sản xuất chương trình truyền hình	
17.	PUR447	Hoạch định chiến lược và quản trị chương trình PR	
18.	PUR427	Tiếng Anh chuyên ngành Quan hệ công chúng	
19.	PUR423	Báo in và báo trực tuyến	
20.	PUR433	Các thể loại báo chí	
21.	PUR444	Phòng vấn và trả lời phỏng vấn	
22.	PUR415	Viết bài PR và thông cáo báo chí	
23.	PUR449	Phân tích nội dung truyền thông	
24.	TRA312	Quản trị sự kiện	

STT	Mã HP	Tên học phần	Ghi chú
25.	PUR430	Thể hiện ý tưởng	
26.	PUR432	Phát ngôn viên tổ chức	
27.	PUR436	Kỹ năng xin tài trợ	
28.	PUR443	Tiếp thị sự kiện	
29.	PUR520	TTTN Quan hệ công chúng	
30.	PUR521	KLTN Quan hệ công chúng	
31.	PUR439	Nghiên cứu thị trường	
32.	PUR490	Trình bày sản phẩm truyền thông	
33.	PUR441	Truyền thông doanh nghiệp	
34.	MAN413	Quản trị quan hệ khách hàng	





ĐỀ CƯƠNG CHI TIẾT HỌC PHẦN

1. Thông tin về học phần

- Tên học phần: **Trải nghiệm ngành, nghề (Career experience)**
- Mã học phần: PUR302
- Số tín chỉ: 1
- bậc đào tạo: Đại học
- Loại học phần (bắt buộc/tự chọn): bắt buộc
- Học phần tiên quyết/ Học phần trước: PUR303
- Đơn vị phụ trách: Khoa Khoa học Xã hội Nhân văn
- Số tín chỉ: 1 ; Số giờ: 50 , trong đó:
 - Hoạt động giảng dạy: 50 Giờ
 - + Giờ giảng: 5 giờ
 - + Thực tế : 10 giờ
 - + Phân tích viết báo cáo : 35 giờ
 - + Tự học : 50 giờ

2. Thông tin về giảng viên giảng dạy môn học

Giảng viên 1:

- Họ và tên. Lê Thị Hoàng Liễu
- Chức danh, học vị: Tiến sĩ
- Thời gian làm việc: Giờ hành chính (8:00 -16:00)
- Địa điểm làm việc: Khoa Khoa học Xã hội và Nhân văn, Trường Đại học Văn Hiến
- Điện thoại: 0908303596
- Email: LieuLTH2@vhu.edu.vn

Giảng viên 2:

- Họ và tên: Trần Thị Lợi
- Chức danh, học vị: Thạc Sĩ
- Thời gian làm việc: Giờ hành chính (8.00 -16:00)
- Địa điểm làm việc: Khoa Khoa học Xã hội và Nhân văn, Trường Đại học Văn Hiến
- Email: LoiTT@vhu.edu.vn
- Số điện thoại: 0984155809

Giảng viên 3:

- Họ và tên: Phạm Thị Hương
- Chức danh, học vị: Thạc Sĩ
- Thời gian làm việc: Giờ hành chính (8.00 -16:00)
- Địa điểm làm việc: Khoa Xã hội và Truyền thông, Trường Đại học Văn Hiến
- Số điện thoại: 093 4976916
- Email: HuongPT@vhu.edu.vn

3. Tóm tắt nội dung học phần

Học phần trang bị cho sinh viên trải nghiệm kiến thức thực tế của người làm công tác ở bộ phận đối ngoại, truyền thông, tổ chức sự kiện, quảng bá thương hiệu, quan hệ khách hàng, tổ chức - cung cấp thông tin, nhân viên marketing, quảng cáo, thuyết trình viên, tư vấn khách hàng. Kiến thức về các vị trí trong các bộ phận, đơn vị chức năng. Kiến thức về các trang thiết bị và dụng cụ lao động.

4. Mục tiêu của học phần

Học phần trang bị cho người học kiến thức cơ bản về ngành Quan hệ công chúng, cơ cấu tổ chức và hoạt động của công ty truyền thông; đồng thời giúp người học nhận diện chức năng, nhiệm vụ của các bộ phận dịch vụ, phòng ban và đơn vị chức năng trong lĩnh vực truyền thông – quan hệ công chúng. Thông qua hoạt động quan sát và trải nghiệm thực tế, học phần phát triển kỹ năng giao tiếp, làm việc nhóm, giải quyết vấn đề, hình thành tinh thần chủ động, tác phong chuyên nghiệp và ý thức trách nhiệm trong quá trình học tập, trải nghiệm và định hướng nghề nghiệp.

5. Chuẩn đầu ra của học phần

Sau khi hoàn thành học phần này, người học có thể:

Mã CDR	Nội dung chuẩn đầu ra	Mức độ
CLO1	Chỉ ra hoạt động quan hệ công chúng và cấu trúc các bộ phận chức năng trong tổ chức.	Mức 3 (Vận dụng)
CLO2	Phân tích vai trò, chức năng và mối quan hệ giữa các bộ phận trong hoạt động quan hệ công chúng.	Mức 4 (Phân tích)
CLO3	Thực hiện việc tìm hiểu vào báo cáo trải nghiệm về hoạt động quan hệ công chúng tại một tổ chức cụ thể.	Mức 4 (Thao tác)
CLO4	Xác định ý thức đạo đức nghề nghiệp, trách nhiệm pháp lý và tinh thần hợp tác trong hoạt động quan hệ công chúng	Mức 3 (Đặc trưng hóa các giá trị)

Mã trận liên kết/tương thích giữa CLOs và PLOs

Chuẩn đầu ra	PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5	PLO6	PLO7	PLO8
CLO1	X							
CLO2		X						
CLO3							X	
CLO4								X

6. Cấu trúc môn học (ghi tên các phần, chương, mục, tiểu mục vào cột (1)) và phân bổ thời gian (ghi số tiết trong các cột (2), (3), (4), (5), (6), (7), (8))

Nội dung (Ghi chi tiết đến từng bài dạy của từng chương)	Hình thức tổ chức giảng dạy môn học						
	Giờ lên lớp						SV tự nghiên cứu, tự học theo hướng dẫn
	Hướng dẫn trải nghiệm	Bài tập	Thảo luận	Trải nghiệm ở cơ sở	Viết báo cáo	Tổng số giờ thực tế	
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
Chương 1. Tổng quan về công ty truyền thông tham quan trải nghiệm kiến tập	1	-	2	-	10	13	20
1.1. Lịch sử hình thành							
1.2. Cơ cấu tổ chức.							
Chương 2. Trải nghiệm tại các bộ phận dịch vụ, phòng ban và các đơn vị chức năng.	3	-	4	5	10	22	20
2.1. Trải nghiệm bộ phận Sự kiện							

Nội dung <i>(Ghi chi tiết đến từng bài dạy của từng chương)</i>	Hình thức tổ chức giảng dạy môn học						
	Giờ lên lớp						SV tự nghiên cứu, tự học theo hướng dẫn
	<i>Hướng dẫn trải nghiệm</i>	<i>Bài tập</i>	<i>Thảo luận</i>	<i>Trải nghiệm ở cơ sở</i>	<i>Viết báo cáo</i>	<i>Tổng số giờ thực tế</i>	
2.2. Trải nghiệm bộ phận Truyền thông							
2.3. Trải nghiệm bộ phận Thiết kế & Media							
2.4. Trải nghiệm bộ phận sale & Marketing							
2.5. Trải nghiệm bộ phận nhân sự							
2.6. Trải nghiệm các bộ phận dịch vụ bổ sung							
Chương 3: Giao lưu với CB-CNV	1	-	4	5	5	15	10
3.1. Giao lưu kinh nghiệm xử lý tình huống của nhân viên.				1			
3.2. Giao lưu kinh nghiệm tổ chức truyền thông, quan hệ công chúng của các trường bộ phận.				2			

Nội dung (Ghi chi tiết đến từng bài dạy của từng chương)	Hình thức tổ chức giảng dạy môn học						
	Giờ lên lớp						SV tự nghiên cứu, tự học theo hướng dẫn
	Hướng dẫn trải nghiệm	Bài tập	Thảo luận	Trải nghiệm ở cơ sở	Viết báo cáo	Tổng số giờ thực tế	
3.3. Giao lưu kinh nghiệm về hoạch định, chiến lược kinh doanh của Ban giám đốc				2			
3.4 Kiểm tra, đánh giá quá trình & Báo cáo môn học		-					
TỔNG CỘNG	5	0	10	10	25	50	50

7. Ma trận liên kết:

7.1. Ma trận liên kết giữa chuẩn đầu ra của môn học với phương pháp dạy và học

CLO /PP dạy và học	CLO /PP dạy và học	Thuyết giảng	Chia sẻ của tổ chức/ DN	Tìm hiểu/ đặt câu hỏi	Tự học, tự nghiên cứu	Tham gia trải nghiệm	Đọc tài liệu	Thảo luận nhóm, đặt câu hỏi
CLO1	X	X		X		X	X	X
CLO2	X	X	X	X		X	X	X
CLO3		X	X	X	X	X	X	X
CLO4		X	X	X	X	X	X	X

7.2. Ma trận liên kết giữa chuẩn đầu ra môn học và phương pháp kiểm tra đánh giá

CLO / PP kiểm tra đánh giá	Đánh giá chuyên cần	Báo cáo cá nhân
CLO1	X	
CLO2	X	X
CLO3	X	X
CLO4	X	X

8. Phương pháp dạy học của môn học

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

- Thuyết trình, chia sẻ về công ty, doanh nghiệp, tổ chức
- Đọc và tóm lược nội dung tài liệu giới thiệu về công ty, doanh nghiệp, tổ chức
- Thảo luận nhóm, đặt câu hỏi giao lưu

STT	Phương pháp dạy học	Mô tả chi tiết
1.	Phương pháp trải nghiệm thực tế (Field Trip)	Thuyết trình, chia sẻ về công ty, doanh nghiệp, tổ chức
2.	Phương pháp thuyết giảng tích cực	Đọc và tóm lược nội dung tài liệu giới thiệu về công ty, doanh nghiệp, tổ chức
3.	Phương pháp thảo luận nhóm	Thảo luận nhóm, đặt câu hỏi giao lưu
4.	Phương pháp giải quyết tình huống (Case Study)	Phân tích các tình huống thực tế về khủng hoảng truyền thông hoặc chiến dịch PR của doanh nghiệp, thảo luận và đề xuất giải pháp xử lý, đóng vai (role-play) để thực hành kỹ năng quản trị thông tin và chăm sóc khách hàng/công chúng.

Mã trận liên kết/tương thích giữa CLOs với phương pháp giảng dạy- học

Phương pháp giảng dạy	CLO1	CLO2	CLO3	CLO4
Thuyết giảng	X	X		
Phát vấn	X	X	X	
Giải quyết vấn đề		X	X	X
Tự học có hướng dẫn	X	X	X	X
Thuyết trình – phản biện nhóm		X	X	X

9. 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 10% thời gian lên lớp của học phần).
- Đọc tài liệu bắt buộc và tham khảo thêm tài liệu do giảng viên giới thiệu.
- Hoàn thành đầy đủ các bài tập cá nhân.
- Tham gia thực hành đầy đủ

Yêu cầu đối với môn học và các yêu cầu khác của giảng viên

Sinh viên tham gia học phần Trải nghiệm ngành nghề Quan hệ công chúng cần tuân thủ nghiêm túc các quy định về học thuật, kỷ luật doanh nghiệp và tác phong chuyên nghiệp nhằm đạt được kết quả học tập tốt nhất

Chuyên cần và Tham gia: Sinh viên phải đảm bảo tham gia đầy đủ các buổi hướng dẫn tại trường và các chuyến tham quan trực tiếp tại doanh nghiệp. Vì đây là môn học trải nghiệm thực địa, việc vắng mặt tại buổi tham quan doanh nghiệp sẽ không có điểm đánh giá kết thúc môn.

Tác phong và Kỷ luật: Khi đến doanh nghiệp, sinh viên phải mặc trang phục lịch sự (đồng phục trường hoặc sơ mi), đeo thẻ sinh viên. Phải tuân thủ tuyệt đối các nội quy về an toàn bảo mật, phòng cháy chữa cháy và không được tự ý chụp ảnh tại các khu vực cấm (như phòng Server, khu vực dữ liệu bảo mật)

Chuẩn bị bài học: Sinh viên cần tìm hiểu trước thông tin về doanh nghiệp (lĩnh vực hoạt động, sản phẩm chính) và chuẩn bị sẵn các câu hỏi phỏng vấn chuyên gia. Giảng viên yêu cầu sinh viên phải có sổ tay ghi chép để thu thập thông tin về trong quá trình tham quan.

Hoàn thành bài tập và báo cáo: Sinh viên phải hoàn thành bài báo cáo thu hoạch (Tiểu luận) đúng thời hạn. Bài viết phải thể hiện được sự quan sát thực tế, phân tích được lộ trình sự nghiệp và các bài học kinh nghiệm rút ra từ chuyến đi.

Thái độ và Đạo đức học thuật: Sinh viên cần thể hiện thái độ cầu tiến, tôn trọng các chuyên gia và giảng viên hướng dẫn. Tuyệt đối không sao chép báo cáo của sinh viên khác hoặc sử dụng hình ảnh giả mạo. Mọi hành vi thiếu văn hóa tại doanh nghiệp làm ảnh hưởng đến uy tín nhà trường sẽ bị xử lý kỷ luật nghiêm khắc.

Kỹ năng tương tác: Khuyến khích sinh viên tích cực đặt câu hỏi cho bộ phận nhân sự và kỹ thuật để làm rõ các yêu cầu về kỹ năng mềm, kiến thức chuyên môn và đạo đức nghề nghiệp cần thiết cho vị trí việc làm tương lai

Việc tuân thủ các yêu cầu trên không chỉ giúp sinh viên hoàn thành học phần mà còn là bước tập dượt quan trọng để hình thành tác phong chuyên nghiệp trước khi chính thức bước chân vào thị trường lao động của ngành Quan hệ công chúng.

10. 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.

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

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

TT	Điểm thành phần	Hình thức đánh giá	Trọng số
1	Giữa kỳ	Chuyên cần (dự lớp 10%) + Tham gia thực hành (30%)	40%
2	Kết thúc học phần	Báo cáo	60%

Điểm đánh giá quá trình: trọng số 40%, bao gồm:

- Điểm chuyên cần: trọng số 10%

Điểm tham gia đầy đủ thực tập : trọng số 30%. Theo thang điểm 10, dựa trên bảng điểm danh, đánh giá hoạt động tham gia .

Tiêu chí đánh giá	Mức độ đạt chuẩn quy định					Trọng số
	Mức F (0-3.9)	Mức D (4.0-5.4)	Mức C (5.5-6.9)	Mức B (7.0-8.4)	Mức A (8.5-10)	
Chuyên cần, tham gia học tập (CLO4)	Vắng quá 30% số buổi; không tham gia hoạt động học tập.	Tham gia dưới 50% số buổi; chuẩn bị bài rất hạn chế.	Tham gia khoảng 50%-70% số buổi; có chuẩn bị nhưng đóng góp chưa thường xuyên.	Tham gia khoảng 70%-90% số buổi; chuẩn bị bài và đóng góp tương đối tích cực	Tham gia đầy đủ; chuẩn bị bài tốt; tích cực thảo luận, hỗ trợ nhóm và nộp bài đúng hạn.	100%

11.2. Kế hoạch đo CLOs

Đánh giá người học	CLOs	Trọng số	Miền	Thời gian lấy dữ liệu	Công cụ đánh giá	Ghi chú	Điểm lấy dữ liệu
Thi cuối kỳ (Tiểu luận cuối kỳ)	CLO1 ; CLO2 ;	60%	Kiến thức	Tuần 6	Tiểu luận cuối kỳ – Rubric đánh giá báo cáo (11.3.c)	Sinh viên thực hiện báo cáo trải nghiệm nghề nghiệp tại doanh nghiệp/tổ chức PR; Chỉ ra được cơ cấu tổ chức, chức năng các bộ phận và phân	Lấy dữ liệu đo từ CLO1; CLO2

Đánh giá người học	CLOs	Trọng số	Miền	Thời gian lấy dữ liệu	Công cụ đánh giá	Ghi chú	Điểm lấy dữ liệu
						tích hoạt động quan hệ công chúng thực tế.	
Suốt học phần	CLO2 ; CLO3	30%	Kiến thức và kỹ năng	Tuần 1-3	Bài tập tình huống ; thảo luận, phản biện nhóm (11.3 b)	Thực hiện khả năng quan sát, tìm hiểu thực tế doanh nghiệp, phân tích vai trò các bộ phận và kỹ năng trình bày báo cáo trải nghiệm ngành nghề PR.	Lấy dữ liệu đo từ CLO2; CLO3
Qua trình	CLO4	10%	Tự chủ và trách nhiệm học tập	Suốt học kỳ (Tuần 1-6)	Bảng kiểm soát chuyên cần, (11.3.a)	Xác định ý thức kỷ luật, tác phong chuyên nghiệp, tinh thần hợp tác và trách nhiệm trong quá trình tham gia trải nghiệm thực tế tại doanh nghiệp.	Lấy dữ liệu đo từ CLO4

11.3. Công cụ đo CLO:

a. Ma trận công cụ đánh giá

Hình thức đánh giá	Nội dung trọng tâm	CLO	Mức độ (Bloom)	Công cụ đo	Minh chứng
Chuyên cần & tham gia (10%)	Tham gia học tập, thảo luận, giao lưu với doanh nghiệp, tinh thần chủ động, tác phong và trách nhiệm trong quá trình trải nghiệm ngành nghề PR	CLO4	Level 3 Apply	Bảng kiểm chuyên cần; quan sát lớp; câu hỏi phát vấn	Số điểm danh; ghi nhận của GV

Hình thức đánh giá	Nội dung trọng tâm	CLO	Mức độ (Bloom)	Công cụ đo	Mình chứng
Tham gia thực hành (30%)	Quan sát, tìm hiểu hoạt động của các bộ phận PR; kỹ năng thu thập thông tin, phân tích vai trò và chức năng của các phòng ban trong doanh nghiệp truyền thông	CLO2, CLO3	Level 2-3 Understand – Apply	Rubric tham dự, phiếu thu thập thông tin	Điểm danh tham dự ; phiếu thu thập thông tin suốt thời gian thực hành
Báo cáo cuối kỳ (60%)	Báo cáo trải nghiệm nghề nghiệp; phân tích hoạt động PR tại doanh nghiệp; đánh giá cơ cấu tổ chức, chức năng các bộ phận và bài học nghề nghiệp rút ra từ trải nghiệm thực tế	CLO2, CLO3,	Level 3 Apply	Rubric tiểu luận cuối kỳ	Bài tiểu luận,

Rubrics định nghĩa mức năng lực cho các CLO1 - CLO2

CLO	Mức 1: YẾU (0-4.9)	Mức 2: TRUNG BÌNH (5.0-6.9)	Mức 3: KHÁ (7.0-8.4)	Mức 4: GIỎI (8.5-10)
CLO1: Trình bày hoạt động quan hệ công chúng và cấu trúc các bộ phận chức năng trong tổ chức.	Không trình bày được hoặc trình bày sai các hoạt động cơ bản của ngành Quan hệ công chúng và cơ cấu tổ chức của doanh nghiệp	Trình bày được một phần hoạt động PR và các bộ phận chức năng nhưng nội dung còn thiếu hoặc chưa rõ ràng.	Trình bày khá đầy đủ các hoạt động PR, mô tả được chức năng của các bộ phận trong tổ chức tương đối logic.	Trình bày đầy đủ, chính xác và có khả năng liên hệ thực tiễn về hoạt động PR, cơ cấu tổ chức và chức năng các bộ phận trong doanh nghiệp truyền thông.

CLO	Mức 1: YẾU (0–4.9)	Mức 2: TRUNG BÌNH (5.0–6.9)	Mức 3: KHÁ (7.0–8.4)	Mức 4: GIỎI (8.5–10)
CLO2: Vận dụng phân tích vai trò, chức năng và mối quan hệ giữa các bộ phận trong hoạt động quan hệ công chúng.	Không phân tích được vai trò và mối quan hệ giữa các bộ phận trong hoạt động PR.	Phân tích được một số vai trò và chức năng cơ bản nhưng còn hạn chế trong liên hệ thực tiễn.	Phân tích khá đầy đủ chức năng, nhiệm vụ và sự phối hợp giữa các bộ phận trong hoạt động PR.	Phân tích logic, có khả năng đánh giá và vận dụng hiệu quả mối quan hệ giữa các bộ phận trong hoạt động PR thực tiễn tại doanh nghiệp.

Mô tả tổng quát mức năng lực qua điểm số (10 điểm)

Mức Giỏi (8.5 – 10): Hiểu rõ kiến thức, giải thích logic, có khả năng liên hệ thực tiễn.

Mức Khá (7.0 – 8.4): Nắm vững nội dung cơ bản, giải thích tương đối đầy đủ.

Mức Trung bình (5.0 – 6.9): Hiểu ở mức cơ bản, còn hạn chế trong giải thích và liên hệ.

Mức Yếu (<5.0): Chưa nắm được kiến thức cốt lõi, trả lời thiếu chính xác.

b. Rubric đánh giá thảo luận và phản biện nhóm

Mục tiêu: Đo lường kỹ năng Tâm vận động (CLO3) qua phân xạ tư duy và tương tác trực tiếp.

ST T	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	CLO đo lường	Xuất sắc (8.5 - 10)	Khá (7.0 - 8.4)	Trung bình (5.0 - 6.9)	Yếu (< 5.0)
1	Kỹ năng diễn đạt & thao tác tư duy	30%	CLO3 Tâm vận động Mức 3	Diễn đạt trôi chảy, có điểm nhấn; phối hợp hiệu quả lời nói, ánh mắt, cử chỉ và phương tiện trình chiếu; xử lý mạch tư duy linh hoạt khi trình bày nội dung/công cụ	Trình bày rõ ràng, mạch lạc, sử dụng ngôn ngữ cơ thể tương đối phù hợp; thao tác tư duy logic, truyền tải được trọng	Nêu được ý chính nhưng còn phụ thuộc nhiều vào slide/tài liệu; diễn đạt chưa thật liền mạch; thao tác tư duy và ví dụ PR còn đơn giản.	Diễn đạt lúng túng, chủ yếu đọc slide; không kiểm soát được bài nói; mạch tư duy rời rạc hoặc trình bày sai lệch

STT	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	CLO đo lường	Xuất sắc (8.5 – 10)	Khá (7.0 – 8.4)	Trung bình (5.0 – 6.9)	Yếu (<5.0)
1	Xác định đề tài và mục tiêu học tập/nghiên cứu	20%	CLO2	Xác định rõ đề tài, mục tiêu phù hợp và có ý nghĩa	Xác định đúng đề tài nhưng mục tiêu chưa thật rõ	Đề tài còn chung chung	Đề tài còn chung chung
2	Tìm kiếm và sử dụng tài liệu tham khảo	20%	CLO2	Tìm được tài liệu phù hợp, biết trích dẫn cơ bản	Có tài liệu tham khảo nhưng chưa đa dạng	Tài liệu còn ít hoặc chưa phù hợp	Tài liệu còn ít hoặc chưa phù hợp
3	Xây dựng nội dung đề cương nghiên cứu	30%	CLO2, CLO3	Đề cương đầy đủ, trình bày logic, có tính khả thi	Đề cương tương đối đầy đủ	Đề cương còn sơ sài	Đề cương còn sơ sài
4	Kỹ năng trình bày học thuật	15%	CLO2	Trình bày rõ ràng, đúng quy định, ít lỗi	Trình bày tương đối tốt	Còn nhiều lỗi trình bày	Còn nhiều lỗi trình bày
5	Tinh thần học tập và trách nhiệm	15%	CLO4	Chủ động, nộp bài đúng hạn, có đầu tư	Tham gia khá đầy đủ	Tham gia còn hạn chế	Tham gia còn hạn chế

Lưu ý cho việc thống kê đạt chuẩn:

- CLO2 (Nhận thức): Được đo lường chủ yếu qua Tiêu chí 1 của bài viết. Nếu sinh viên đạt từ 5.0 trở lên ở tiêu chí này, nghĩa là đã đạt chuẩn CLO2 ở mức độ "Hiệu".
- CLO3 (Tâm vận động): Được đo lường tổng hợp qua Tiêu chí 2 của bài viết và tất cả tiêu chí thuyết trình. Đây là điểm số thể hiện kỹ năng biện luận và phản xạ thực tế của sinh viên.

12. Tài liệu học phần

12.1. Tài liệu chính

- Tài liệu bài giảng PowerPoint của giảng viên biên soạn

12.2. Tài liệu tham khảo

Dinh Thúy Hằng, PR – Lý luận & Ứng dụng, NXB. Lao động – Xã hội, 2012;

Wilcox Dennis & Cameron Glen, 2008, Public Relations: Strategies and Tactics, 9th ed, Pearson Education, Boston

Việt Hoa, Đường vào nghề PR, NXB Trẻ TPHCM, 2007

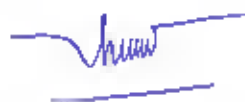
Claudia Mast, Truyền thông đại chúng – Những kiến thức cơ bản, Nxb Thông tin, Hà Nội, 2003

Dương Xuân Sơn, Đinh Văn Hương, Trần Quang, Cơ sở lý luận báo chí truyền thông, Nxb ĐHQG, Hà Nội, 2005

TP. Hồ Chí Minh, ngày 4 tháng 6 năm 2025

Trưởng Khối ngành

(Ký và ghi rõ họ tên)



Nguyễn Thị Hồng Thủy

Giảng viên

(Ký và ghi rõ họ tên)



Lê Thị Hoàng Liễu



PHIẾU CHẤM THUYẾT TRÌNH VÀ PHẢN BIỆN NHÓM

Đánh giá theo Rubrics năng lực thực hiện CLO3

Học phần: **Trải nghiệm ngành, nghề**

Lớp/Nhóm:

Chủ đề:

Giảng viên chấm:

Ngày chấm:

STT	Tiêu chí đánh giá	Điểm	Xuất sắc (85-100-%)	Khá (70-84%)	Trung bình (50-69%)	Yếu (<50%)	Điểm thành phần
1	Kỹ năng diễn đạt & thao tác tư duy	3	Diễn đạt trôi chảy; phối hợp nhuần nhuyễn ngôn ngữ cơ thể; làm chủ hoàn toàn bài nói.	Trình bày rõ ràng; mạch lạc; tự tin trong truyền tải nội dung	Nói rõ ý nhưng còn phụ thuộc tài liệu; thao tác trình diễn chưa chuyên nghiệp.	Diễn đạt lúng túng; chủ yếu đọc slide; không kiểm soát được bài nói.	
2	Năng lực phân biện trực tiếp	4	Phản xạ cực nhanh; biện luận sắc sảo; bảo vệ quan điểm vững vàng	Trả lời đúng trọng tâm; lập luận logic và thuyết phục.	Trả lời được nhưng còn lúng túng; lập luận chưa chặt chẽ.	Không phản biện được hoặc giải thích sai lệch vấn đề.	
3	Kỹ năng phối hợp & tương tác nhóm	3	Phối hợp nhịp nhàng; hỗ trợ nhau hoàn hảo trong phản biện.	Phân công rõ ràng; hỗ trợ nhau tốt trong phần trình bày.	Các thành viên có tham gia nhưng tương tác còn yếu.	Hoạt động rời rạc; không thể hiện vai trò làm việc nhóm.	
TỔNG ĐIỂM							10.0



Nhận xét của giảng viên:

Điểm số

.....

Điểm chữ

.....

Xếp loại

.....

Mức đạt CLO

.....

GIẢNG VIÊN CHẤM
(Ký và ghi rõ họ tên)



ĐỀ CƯƠNG CHI TIẾT HỌC PHẦN

1. Thông tin về học phần

- Tên học phần: **Nhập môn ngành Quan hệ công chúng (Public Relations)**
- Mã học phần: PUR303
- Số tín chỉ: 2
- bậc đào tạo: Đại học
- Loại học phần: Bắt buộc
- Học phần tiên quyết/Học phần trước: Không
- Đơn vị phụ trách: Khoa Khoa học Xã hội và Nhân văn
- Số tín chỉ: 02 ; Số giờ: 100 , trong đó:
 - Hoạt động giảng dạy trên lớp: 30 Giờ
 - + Giờ giảng: 20 Giờ
 - + Thảo luận: 10 Giờ
 - Giờ kiểm tra: 0 Giờ
 - Giờ tự học: 70 Giờ

2. Thông tin về giảng viên

Giảng viên 1:

- Họ và tên: Nguyễn Thị Hồng Thủy
- Chức danh, học vị: Thạc sĩ
- Thời gian làm việc: Giờ hành chính (8:00 -16:00)
- Địa điểm làm việc: Khoa Khoa học Xã hội và Nhân văn, Trường Đại học Văn Hiến
- Điện thoại: 0918058901
- Email: thuynt@vhu.edu.vn

Giảng viên 2:

- Họ và tên: Trần Thị Lôi
- Chức danh, học vị: Thạc sĩ
- Thời gian làm việc: Giờ hành chính (8:00 -16:00)
- Địa điểm làm việc: Khoa Khoa học Xã hội và Nhân văn, Trường Đại học Văn Hiến
- Điện thoại: 0984155809
- Email: LoiTT@vhu.edu.vn

3. Tóm tắt nội dung học phần

Học phần cung cấp cho người học những kiến thức nền tảng về lĩnh vực Quan hệ công chúng, bao gồm khái niệm, vai trò, chức năng và vị trí của PR trong hoạt động của tổ chức, doanh nghiệp và xã hội. Học phần giới thiệu khái quát các nhóm công chúng,



hoạt động PR trong tổ chức, quy trình cơ bản của một chương trình PR, các công cụ truyền thông thường được sử dụng trong PR, quan hệ truyền thông và những vấn đề bước đầu về xử lý khủng hoảng truyền thông. Bên cạnh đó, học phần giúp người học nhận diện đặc điểm nghề nghiệp, yêu cầu về kiến thức, kỹ năng, thái độ và đạo đức nghề nghiệp của người làm Quan hệ công chúng. Thông qua các hoạt động học tập, thảo luận và phân tích tình huống đơn giản, người học hình thành nhận thức ban đầu về ngành học, định hướng nghề nghiệp và thái độ học tập tích cực đối với lĩnh vực Quan hệ công chúng.

4. Mục tiêu của học phần

Học phần nhằm giúp người học hình thành nhận thức nền tảng về lĩnh vực quan hệ công chúng, vai trò của PR trong tổ chức và xã hội, các nhóm công chúng và bên liên quan, hoạt động PR trong tổ chức, quan hệ truyền thông, công cụ truyền thông PR, quy trình cơ bản của một chương trình PR, đánh giá hoạt động PR và quản lý khủng hoảng truyền thông ở mức nhập môn. Thông qua học phần, người học bước đầu giải thích, nhận diện và vận dụng kiến thức nền tảng để phân tích tình huống PR đơn giản, phác thảo ý tưởng hoặc kế hoạch PR cơ bản cho một tình huống học tập hoặc tổ chức giả định; đồng thời hình thành thái độ học tập chủ động, tinh thần hợp tác, tôn trọng công chúng, ý thức đạo đức, pháp luật và trách nhiệm xã hội trong hoạt động quan hệ công chúng.

5. Chuẩn đầu ra của học phần

Sau khi hoàn thành học phần này, người học có thể:

Mã CDR	Nội dung chuẩn đầu ra	Mức độ
CLO1	Giải thích được vai trò, chức năng và hoạt động cơ bản của PR trong tổ chức.	Mức 2 (Hiểu)
CLO2	Trình bày được các nhóm công chúng, công cụ truyền thông PR và quy trình cơ bản của một chương trình quan hệ công chúng.	Mức 3 (Hiểu)
CLO3	Phác thảo được ý tưởng hoặc kế hoạch PR cơ bản cho một tình huống học tập hoặc tổ chức giả định.	Mức 3 (Vận dụng)
CLO4	Thể hiện trách nhiệm học tập, tinh thần hợp tác, thái độ tôn trọng công chúng, ý thức đạo đức, pháp luật và trách nhiệm xã hội trong hoạt động quan hệ công chúng.	Mức 3 Hình thành giá trị)

Mã trận liên kết/tương thích giữa CLOs và PLOs

Chuẩn đầu ra	PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5	PLO6	PLO7	PLO8
CLO1	X							
CLO2		X						
CLO3				X				
CLO4								X

6. Nội dung chi tiết của học phần

6.1. Lý thuyết

Chương/Mục	Nội dung
Chương 1	Tổng quan về Quan hệ Công chúng
1.1	Các khái niệm
1.2	Tiến trình PR
1.3	5 nguyên tắc PR
1.4	Vai trò của PR trong Marketing Mix
1.5	Những kỹ năng thiết yếu
Chương 2	Hoạt động PR trong các tổ chức
2.1	Quan hệ với truyền thông
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
2.8	Quản lý khủng hoảng
Chương 3	Nghiên cứu Công chúng
3.1	Nghiên cứu
3.2	Công chúng
Chương 4	Lập kế hoạch PR
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
5.1	Tổng quan về giao tiếp
5.2	Các công cụ thực thi giao tiếp
Chương 6	Đánh giá
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 truyền thông
7.1	Vai trò của truyền thông đại chúng trong PR

Chương/Mục	Nội dung
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
8.1	Khái niệm
8.2	Quản lý khủng hoảng

6.2. Thực hành

	Nội dung
6.2.1	Bài tập cá nhân
	Người học thực hành vận dụng kiến thức nền tảng về quan hệ công chúng để nhận diện vai trò, chức năng, hoạt động PR và phân tích một tình huống PR cơ bản trong tổ chức. Nội dung bài tập có thể gắn với việc nhận xét thông điệp truyền thông, hoạt động PR, quan hệ truyền thông hoặc tình huống truyền thông đơn giản.
6.2.2	Bài tập nhóm
	- Người học thảo luận nhóm theo các câu hỏi, tình huống hoặc yêu cầu do giảng viên giao liên quan đến hoạt động PR trong tổ chức, nghiên cứu công chúng, quan hệ truyền thông, công cụ truyền thông PR và xử lý tình huống truyền thông cơ bản. - Các nhóm báo cáo kết quả làm việc trước lớp, trình bày nhận định hoặc phác thảo kế hoạch PR cơ bản cho một tình huống/tổ chức giả định, đồng thời tham gia trao đổi, phản biện và hoàn thiện nội dung theo góp ý của giảng viên và các nhóm khác.

7. Phân bổ thời gian theo tiết (1 tín chỉ = 15 giờ)

Chương	Tên chương	Số giờ				
		Giờ giảng	Thảo luận	Giờ kiểm tra	Giờ Tự học	Tổng
1	Tổng quan về Quan hệ Công chúng	3	2	0	10	15
2	Hoạt động PR trong các tổ chức	2	1	0	10	13
3	Nghiên cứu Công chúng	3	1	0	5	9
4	Lập kế hoạch PR	3	2	0	10	15

Chương	Tên chương	Số giờ				
		Giờ giảng	Thảo luận	Giờ kiểm tra	Giờ Tự học	Tổng
5	Thực thi giao tiếp	2	1	0	5	8
6	Đánh giá	2	1	0	10	13
7	Quan hệ truyền thông	2	1	0	10	13
8	Quản lý khủng hoảng	3	1	0	10	14
	Tổng	20	10	0	70	100

CÁC CHỦ ĐỀ THẢO LUẬN VÀ THUYẾT TRÌNH

1. Vai trò của PR trong tổ chức hiện nay
2. Hoạt động PR với các nhóm công chúng
3. Phân biệt PR, quảng cáo, marketing và truyền thông
4. Vai trò của PR trong xây dựng hình ảnh tổ chức
5. Nghiên cứu công chúng cho một hoạt động PR đơn giản
6. Đánh giá một nội dung truyền thông PR
7. Phân tích một tình huống khủng hoảng truyền thông
8. Phác thảo kế hoạch PR cho một thương hiệu/tổ chức giả định

Ma trận liên kết/tương thích giữa CLOs và nội dung (các chương) của học phần

Nội dung chương	CLO1	CLO2	CLO3	CLO4
Chương 1. Tổng quan về Quan hệ công chúng	X			
Chương 2. Hoạt động PR trong các tổ chức	X	X		
Chương 3. Nghiên cứu Công chúng		X		X
Chương 4. Lập kế hoạch PR				X
Chương 5. Thực thi giao tiếp			X	X
Chương 6. Đánh giá			X	X
Chương 7. Quan hệ truyền thông		X	X	
Chương 8. Quản lý khủng hoảng		X		X

8. Phương pháp giảng dạy - học

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

- Thuyết giảng
- Phát vấn
- Giải quyết vấn đề
- Tự học có hướng dẫn
- Thuyết trình – phân biện nhóm

Ma trận liên kết/tương thích giữa CLOs với phương pháp giảng dạy- học

Phương pháp giảng dạy	CLO1	CLO2	CLO3	CLO4
Thuyết giảng	X	X		
Phát vấn	X	X	X	
Giải quyết vấn đề		X	X	X
Tư học có hướng dẫn	X	X	X	X
Thuyết trình – phản biện nhóm		X	X	X

9. 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).
- Đọc tài liệu bắt buộc và tham khảo thêm tài liệu do giảng viên giới thiệu.
- Hoàn thành đầy đủ các bài tập cá nhân, bài làm thuyết trình nhóm.
- Tham gia hoàn thành tiểu luận kết thúc học phần.

10. 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.

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

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

TT	Điểm thành phần	Hình thức đánh giá	Trọng số
1	Giữa kỳ	Chuyên cần (dự lớp 10%) + Thuyết trình – Phản biện nhóm (30%)	40%
2	Kết thúc học phần	Tiểu luận	60%

Điểm đánh giá quá trình: trọng số 40%, bao gồm:

- Điểm chuyên cần: trọng số 10%

Tiêu chí đánh giá	Mức độ đạt chuẩn quy định					Trọng số
	Mức F (0-3.9)	Mức D (4.0-5.4)	Mức C (5.5-6.9)	Mức B (7.0-8.4)	Mức A (8.5-10)	
Chuyên cần, tham gia học tập (CLO4)	Vắng quá 30% số buổi; không tham gia	Tham gia dưới 50% số buổi; chuẩn bị	Tham gia khoảng 50%-70% số buổi; có chuẩn bị	Tham gia khoảng 70%-90% số buổi, chuẩn bị	Tham gia đầy đủ; chuẩn bị bài tốt; tích cực thảo	100%

Tiêu chí đánh giá	Mức độ đạt chuẩn quy định					Trọng số
	Mức F (0-3.9)	Mức D (4.0-5.4)	Mức C (5.5-6.9)	Mức B (7.0-8.4)	Mức A (8.5-10)	
	hoạt động học tập.	bài rất hạn chế.	nhưng đóng góp chưa thường xuyên.	bài và đóng góp tương đối tích cực.	luận, hỗ trợ nhóm và nộp nhiệm vụ đúng hạn.	

- Điểm kiểm tra thường xuyên: trọng số 30%. Theo thang điểm 10, dựa trên đáp án và hướng dẫn điểm được thiết kế sẵn.

11.2. Kế hoạch đo CLOs

Đánh giá người học	CLOs	Trọng số	Miền	Thời gian lấy dữ liệu	Công cụ đánh giá	Ghi chú	Điểm lấy dữ liệu
Thi cuối kỳ (Tiểu luận cuối kỳ)	CLO; CLO2	60%	Kiến thức	Tuần 6	Tiểu luận cuối kỳ – Rubric đánh giá tiểu luận (11.3.c)	Giải thích được vai trò, chức năng và hoạt động cơ bản của PR trong tổ chức. Thực hiện được quy trình lập kế hoạch, triển khai và đánh giá chương trình PR cơ bản.	Lấy dữ liệu đo từ CLO1; CLO2
Quá trình	CLO2 ; CLO3	30%	Kiến thức và kỹ năng	Tuần 1-5	Bài tập tình huống, thảo luận; thuyết trình – phản biện nhóm (11.3.b)	Đánh giá mức độ vận dụng kiến thức nền tảng PR, phân tích hoạt động truyền thông và đánh giá nội	Lấy dữ liệu đo từ CLO2; CLO3

Đánh giá người học	CLOs	Trọng số	Miền	Thời gian lấy dữ liệu	Công cụ đánh giá	Ghi chú	Điểm lấy dữ liệu
						dụng/công cụ PR trong tình huống học tập	
Quá trình	CLO4	10%	Tự chủ và trách nhiệm học tập	Suốt học kỳ (Tuần 1–6)	Bảng kiểm soát chuyên cần; (11.3.a)	Chủ động, hợp tác, hoàn thành nhiệm vụ đúng tiến độ trong quá trình chuẩn bị tiểu luận/kế hoạch PR.	Lấy dữ liệu đo từ CLO4

11.3. Công cụ đo CLO:

a. Ma trận đặc tả

Hình thức đánh giá	Nội dung trọng tâm	CLO	Mức độ (Bloom)	Công cụ đo	Minh chứng
Chuyên cần & tham gia (10%)	Tham gia thảo luận, phân biện và nhận diện vấn đề PR qua tình huống trên lớp	CLO4	Level 3 Apply	Bảng kiểm chuyên cần; quan sát lớp.	Số điểm danh; ghi nhận của GV
Thuyết trình nhóm (30%)	Phân tích hoạt động PR, quan hệ truyền thông, công chúng, khủng hoảng và đánh giá nội dung/công cụ truyền thông PR trong tình huống tổ chức đơn giản	CLO2, CLO3	Level 2–3 Understand – Apply	Rubric thuyết trình & phân biện nhóm	Slide thuyết trình, phiếu đánh giá
Tiểu luận cuối kỳ (60%)	Phác thảo kế hoạch PR cơ bản cho tổ chức giả định, gồm nhận diện vấn đề PR, xác định	CLO1, CLO2,	Level 2–3 Understand – Apply	Rubric tiểu luận cuối kỳ	Bài tiểu luận;

Hình thức đánh giá	Nội dung trọng tâm	CLO	Mức độ (Bloom)	Công cụ đo	Minh chứng
	công chúng, lựa chọn công cụ truyền thông và tiêu chí đánh giá				

Rubrics định nghĩa mức năng lực cho các CLO1 - CLO2

CLO	Mức 1: YẾU (0–4.9)	Mức 2: TRUNG BÌNH (5.0–6.9)	Mức 3: KHÁ (7.0–8.4)	Mức 4: GIỎI (8.5–10)
Giải thích được vai trò, chức năng và hoạt động cơ bản của PR trong tổ chức.	Không giải thích được hoặc vận dụng sai kiến thức nền tảng về PR; không nhận diện được hoạt động PR cơ bản trong tổ chức.	Giải thích được một phần kiến thức nền tảng về PR; nhận diện được một số hoạt động PR nhưng còn thiếu hoặc chưa chính xác.	Giải thích đúng phần lớn kiến thức nền tảng về PR; nhận diện khá đầy đủ hoạt động PR của tổ chức và nêu được ví dụ phù hợp.	Giải thích chính xác, đầy đủ kiến thức nền tảng về PR; nhận diện rõ hoạt động PR của tổ chức và liên hệ tình huống thực tế logic.
Thực hiện được quy trình lập kế hoạch, triển khai và đánh giá chương trình PR cơ bản.	Không thực hiện được vai trò của truyền thông, công chúng và khủng hoảng; trình bày sai hoặc rời rạc.	Thực hiện được một phần vai trò của truyền thông, công chúng và khủng hoảng; nội dung còn thiếu liên kết hoặc thiếu ví dụ.	Thực hiện đúng phần lớn vai trò của truyền thông, công chúng và khủng hoảng; chỉ ra được mối liên hệ trong hoạt động PR cơ bản.	Thực hiện đầy đủ, logic vai trò và mối quan hệ giữa truyền thông, công chúng và khủng hoảng; có dẫn chứng hoặc tình huống phù hợp

Mô tả tổng quát mức năng lực qua điểm số (10 điểm)

- **Mức Giỏi (8.5 – 10):** Hiểu rõ kiến thức, giải thích logic, có khả năng liên hệ thực tiễn.

- **Mức Khá (7.0 – 8.4):** Nắm vững nội dung cơ bản, giải thích tương đối đầy đủ.

- **Mức Trung bình (5.0 – 6.9):** Hiểu ở mức cơ bản, còn hạn chế trong giải thích và liên hệ.

- **Mức Yếu (<5.0):** Chưa nắm được kiến thức cốt lõi, trả lời thiếu chính xác.

b. Rubric đánh giá thuyết trình và phân biện

Mục tiêu: Đo lường kỹ năng Tâm vận động (CLO3) qua phản xạ tư duy và tương tác trực tiếp.

ST T	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	CLO đo lường	Xuất sắc (8.5 - 10)	Khá (7.0 - 8.4)	Trung bình (5.0 - 6.9)	Yếu (< 5.0)
1	Kỹ năng diễn đạt & thao tác tư duy	30%	CLO3 Tâm vận động Mức 3	Diễn đạt trôi chảy, có điểm nhấn; phối hợp hiệu quả lời nói, ánh mắt, cử chỉ và phương tiện trình chiếu; xử lý mạch tư duy linh hoạt khi trình bày nội dung/công cụ truyền thông PR.	Trình bày rõ ràng, mạch lạc; sử dụng ngôn ngữ cơ thể tương đối phù hợp; thao tác tư duy logic, truyền tải được trọng tâm vấn đề PR.	Nêu được ý chính nhưng còn phụ thuộc nhiều vào slide/tài liệu; diễn đạt chưa thật liền mạch; thao tác tư duy và ví dụ PR còn đơn giản.	Diễn đạt lúng túng, chủ yếu đọc slide; không kiểm soát được bài nói, mạch tư duy rời rạc hoặc trình bày sai lệch nội dung PR.
2	Năng lực phản biện trực tiếp	40%	CLO3 Tâm vận động Mức 3	Phản xạ nhanh trước câu hỏi; trả lời đúng trọng tâm; biện luận sắc sảo, có căn cứ; sử dụng	Trả lời đúng trọng tâm câu hỏi; lập luận khá logic và thuyết phục; có	Trả lời được một phần câu hỏi nhưng còn lúng túng; lập luận chưa chặt chẽ;	Không phản biện được, né tránh câu hỏi hoặc trả lời sai lệch; không bảo

ST T	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	CLO đo lượng	Xuất sắc (8.5 - 10)	Khá (7.0 - 8.4)	Trung bình (5.0 - 6.9)	Yếu (< 5.0)
				ví dụ PR phù hợp và bảo vệ quan điểm vững vàng trước chất vấn.	thể điều chỉnh câu trả lời khi được hỏi sâu hoặc phân biện thêm.	ví dụ minh họa chưa thật phù hợp với bối cảnh PR.	vệ được quan điểm khi bị chất vấn trực tiếp.
3	Kỹ năng phối hợp & tương tác nhóm	30%	CLO3 Tâm vận động Mức 3	Phối hợp nhịp nhàng giữa các thành viên; phân vai rõ ràng; hỗ trợ nhau hiệu quả khi trình bày và phân biện; tương tác tích cực với giảng viên và người học	Nhóm có phân công rõ, chuyển tiếp tương đối mạch lạc; các thành viên hỗ trợ nhau tốt trong phần trình bày và trả lời câu hỏi.	Có phân công nhiệm vụ nhưng phối hợp chưa đồng đều; chuyển tiếp còn rời; một số thành viên tham gia hạn chế trong tương tác và phân biện.	Hoạt động nhóm rời rạc; thiếu phân công hoặc phối hợp; không thể hiện được vai trò của làm việc nhóm trong trình bày và phân biện.

c. Rubric đánh giá tiêu luận

TT	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	CLO đo lượng	Yếu (<5.0)	Trung bình (5.0–6.9)	Khá (7.0–8.4)	Giỏi (8.5–10)
1	Kiến thức nền tảng về PR trong tổ chức	20%	CLO1	Trình bày sai hoặc thiếu các khái niệm cơ bản; nhầm lẫn PR với quảng	Nếu được một số khái niệm, vai trò và chức năng	Giải thích tương đối đúng vai trò, chức năng và	Giải thích chính xác, logic vai trò, chức năng và

TT	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	CLO đo lường	Yếu (<5.0)	Trung bình (5.0–6.9)	Khá (7.0–8.4)	Giỏi (8.5–10)
				cáo/marketin g; không làm rõ vai trò, chức năng và hoạt động PR trong tổ chức.	PR nhưng còn khái quát; ví dụ minh họa ít hoặc chưa gắn chặt với bối cảnh tổ chức.	hoạt động cơ bản của PR; có liên hệ tình huống/tổ chức nhưng phân tích còn chưa sâu.	hoạt động PR trong tổ chức; liên hệ thực tiễn phù hợp, thể hiện hiểu biết nền tảng vững.
2	Quy trình lập kế hoạch, triển khai và đánh giá chương trình PR cơ bản	30%	CLO2	Không thể hiện được quy trình PR; thiếu các bước quan trọng như xác định vấn đề, công chúng, mục tiêu, thông điệp, công cụ, triển khai và đánh giá.	Trình bày được một số bước của quy trình PR nhưng còn rời rạc; nội dung triển khai và đánh giá chưa rõ tiêu chí hoặc chưa phù hợp tình huống.	Thể hiện khá đầy đủ quy trình lập kế hoạch, triển khai và đánh giá chương trình PR; các bước tương đối logic, có tiêu chí đánh giá cơ bản.	Thể hiện đầy đủ, mạch lạc quy trình PR; các bước liên kết chặt chẽ, phù hợp tình huống; tiêu chí đánh giá rõ, có tính khả thi.
3	Vận dụng kế hoạch PR vào tình huống học tập hoặc tổ	30%	CLO3	Kế hoạch PR không phù hợp tình huống; thiếu công chúng mục tiêu, mục tiêu truyền	Vận dụng được một số nội dung kế hoạch PR nhưng còn chung	Vận dụng tương đối tốt kế hoạch PR cho tình huống/tổ chức giả	Vận dụng hiệu quả kế hoạch PR vào tình huống cụ thể; nội dung nhất

TT	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	CLO đo lường	Yếu (<5.0)	Trung bình (5.0–6.9)	Khá (7.0–8.4)	Giỏi (8.5–10)
	chức giả định			thông, thông điệp, công cụ hoặc hoạt động thực hiện	chung; mục tiêu, công chúng, thông điệp hoặc công cụ truyền thông chưa thật phù hợp.	định; xác định được công chúng, mục tiêu, thông điệp, công cụ và hoạt động chính.	quán, sáng tạo, khả thi; có liên kết giữa mục tiêu, công chúng, thông điệp, công cụ và đánh giá.
4	Trách nhiệm, đạo đức, pháp luật và tính học thuật của tiểu luận	20%	CLO4	Bài làm thiếu nghiêm túc; sao chép hoặc trích dẫn không đúng; ít thể hiện trách nhiệm, ý thức đạo đức và pháp luật trong hoạt động PR.	Co ý thức thực hiện nhiệm vụ nhưng còn thiếu chủ động, trích dẫn, trình bày hoặc phân tích yếu tố đạo đức, pháp luật còn hạn chế.	Thể hiện trách nhiệm và ý thức đạo đức, pháp luật tương đối tốt; bài viết trình bày rõ, có trích dẫn cơ bản và nộp đúng yêu cầu.	Thể hiện tinh thần trách nhiệm cao, lập luận có đạo đức nghề nghiệp và ý thức pháp luật rõ; trình bày học thuật, trích dẫn phù hợp, đúng hạn.

Lưu ý cho việc thống kê đạt chuẩn

• CLO2 (Nhận thức): Được đo lường chủ yếu qua Tiêu chí 1 của bài viết. Nếu sinh viên đạt từ 5.0 trở lên ở tiêu chí này, nghĩa là đã đạt chuẩn CLO2 ở mức độ “Hiệu”.

• CLO3 (Tâm vận động): Được đo lường tổng hợp qua Tiêu chí 2 của tiểu luận và tất cả tiêu chí thuyết trình. Đây là điểm số thể hiện kỹ năng biện luận và phản xạ thực tế của sinh viên.

12. Tài liệu phục vụ cho học phần

12.1. Tài liệu chính

Nguyễn Đình Toàn, Giáo trình quan hệ công chúng. Nhà xuất bản Đại học Kinh tế Quốc dân, 2024.

12.2. Tài liệu tham khảo

- Anne Gregory, Sáng tạo chiến dịch PR hiệu quả. NXB. Tổng hợp TPHCM, 2024
- Philip Henslowe, Những bí quyết căn bản để thành công trong PR, NXB Trẻ, TPHCM, 2014
- Việt Hoa, Đường vào nghề PR, NXB Trẻ TPHCM, 2014.

TP Hồ Chí Minh, ngày 04 tháng 06 năm 2025

Trưởng Khối ngành
(Ký và ghi rõ họ tên)



Nguyễn Thị Hồng Thủy

Giảng viên
(Ký và ghi rõ họ tên)



Nguyễn Thị Hồng Thủy



PHIẾU CHẤM THUYẾT TRÌNH VÀ PHẢN BIỆN NHÓM
Đánh giá theo Rubrics năng lực thực hiện CLO3

Học phần: Nhập môn ngành Quan hệ công chúng

Lớp/Nhóm:

Chủ đề

Giảng viên chấm:

Ngày chấm:

STT	Tiêu chí đánh giá	Điểm	Xuất sắc (85-100-%)	Khá (70-84%)	Trung bình (50-69%)	Yếu (<50%)	Điểm thành phần
1	Kỹ năng diễn đạt & thao tác tư duy	3	Diễn đạt trôi chảy; phối hợp nhuần nhuyễn ngôn ngữ cơ thể, làm chủ hoàn toàn bài nói.	Trình bày rõ ràng, mạch lạc; tự tin trong truyền tải nội dung.	Nói rõ ý nhưng còn phụ thuộc tài liệu; thao tác trình diễn chưa chuyên nghiệp.	Diễn đạt lúng túng; chủ yếu đọc slide; không kiểm soát được bài nói.	3
2	Năng lực phản biện trực tiếp	4	Phản xạ cực nhanh; biện luận sắc sảo; bảo vệ quan điểm vững vàng.	Tra lời đúng trọng tâm; lập luận logic và thuyết phục.	Trả lời được nhưng còn lúng túng; lập luận chưa chặt chẽ.	Không phản biện được hoặc giải thích sai lệch vấn đề.	4
3	Kỹ năng phối hợp & tương tác nhóm	3	Phối hợp nhịp nhàng; hỗ trợ nhau hoàn hảo trong phản biện.	Phân công rõ ràng; hỗ trợ nhau tốt trong phân trình bày.	Các thành viên có tham gia nhưng tương tác còn yếu.	Hoạt động rời rạc; không thể hiện vai trò làm việc nhóm.	3
TỔNG ĐIỂM							10.0

Nhận xét của giảng viên:



Điểm số
.....

Điểm chữ
.....

Xếp loại
.....

Mức đạt CLO
.....

GIẢNG VIÊN CHẤM
(Ký và ghi rõ họ tên)



PHIẾU CHẤM TIỂU LUẬN

Đánh giá theo Rubrics đánh giá năng lực làm tiểu luận qua CLOs

Học phần: **Nhập môn ngành Quan hệ công chúng**

Lớp/Nhóm/Cá nhân:

Chủ đề

Giảng viên chấm:

Ngày chấm:

TT	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	CLO đo	Yếu < 5,0	Trung bình 5,0-6,9	Khá 7,0-8,4	Xuất sắc 8,5-10	Điểm
1	Kiến thức nền tảng về PR trong tổ chức	20%	CLO1	Trình bày sai hoặc thiếu các khái niệm cơ bản; nhầm lẫn PR với quảng cáo/marketing; không làm rõ vai trò, chức năng và hoạt động PR trong tổ chức.	Nêu được một số khái niệm, vai trò và chức năng PR nhưng còn khái quát, ví dụ minh họa ít hoặc chưa gắn chặt với bối cảnh tổ chức.	Giải thích tương đối đúng vai trò, chức năng và hoạt động cơ bản của PR; có liên hệ tình huống/tổ chức nhưng phân tích còn chưa sâu.	Giải thích chính xác, logic vai trò, chức năng và hoạt động PR trong tổ chức; liên hệ thực tiễn phù hợp, thể hiện hiểu biết nền tảng vững.	
2	Quy trình lập kế hoạch, triển khai và đánh giá chương trình PR cơ bản	30%	CLO2	Không thể hiện được quy trình PR; thiếu các bước quan trọng như xác định vấn đề, công chúng, mục tiêu, thông điệp, công	Trình bày được một số bước của quy trình PR nhưng còn rời rạc; nội dung triển khai và đánh giá chưa rõ tiêu chí hoặc	Thể hiện khá đầy đủ quy trình lập kế hoạch, triển khai và đánh giá chương trình PR; các bước trong quy trình logic, có tiêu chí đánh giá cơ bản.	Thể hiện đầy đủ, mạch lạc quy trình PR; các bước liên kết chặt chẽ, phù hợp tình huống; tiêu chí đánh giá rõ, có tính khả thi.	



TT	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	CLO đo	Yếu < 5,0 cụ, triển khai và đánh giá.	Trung bình 5,0–6,9 chưa phù hợp tình huống.	Khá 7,0–8,4	Xuất sắc 8,5–10	Điểm
3	Vận dụng kế hoạch PR vào tình huống học tập hoặc tổ chức giả định	30%	CLO3	Kế hoạch PR không phù hợp tình huống; thiếu công chúng mục tiêu, mục tiêu truyền thông, công chúng điệp, công cụ hoặc hoạt động thực hiện.	Vận dụng được một số nội dung kế hoạch PR nhưng còn chung chung, mục tiêu, công chúng, thông điệp hoặc công cụ truyền thông chưa thật phù hợp.	Vận dụng tương đối tốt kế hoạch PR cho tình huống/tổ chức giả định; xác định được công chúng, mục tiêu, thông điệp, công cụ và hoạt động chính.	Vận dụng hiệu quả kế hoạch PR vào tình huống cụ thể; nội dung nhất quán, sáng tạo, khả thi; có liên kết giữa mục tiêu, công chúng, thông điệp, công cụ và đánh giá.	
4	Trách nhiệm, đạo đức, pháp luật và tính học thuật của tiểu luận	20%	CLO4	Bài làm thiếu nghiêm túc; sao chép hoặc trích dẫn không đúng; ít thể hiện trách nhiệm, ý thức đạo đức và pháp luật trong hoạt động PR	Có ý thức thực hiện nhiệm vụ nhưng còn thiếu chủ động; trích dẫn, trình bày hoặc phân tích yếu tố đạo đức, pháp luật còn hạn chế.	Thể hiện trách nhiệm và ý thức đạo đức, pháp luật tương đối tốt; bài viết trình bày rõ, có trích dẫn cơ bản và nộp đúng yêu cầu.	Thể hiện tinh thần trách nhiệm cao, lập luận có đạo đức nghề nghiệp và ý thức pháp luật rõ; trình bày học thuật, trích dẫn phù hợp, đúng hạn.	
TỔNG ĐIỂM								

Nhận xét của giảng viên:



Mức đạt CLO

Xếp loại

Điểm chữ

Điểm số

GIẢNG VIÊN CHẤM
(Ký và ghi rõ họ tên)





ĐỀ CƯƠNG CHI TIẾT HỌC PHẦN

1. Thông tin về học phần

- Tên học phần: **Nhập môn truyền thông đại chúng/Introduction to mass**
- Mã học phần: PUR310
- Số tín chỉ: 1
- Bậc đào tạo: Đại học
- Loại học phần (bắt buộc/tự chọn): bắt buộc
- Học phần tiên quyết/ Học phần trước: PUR303
- Đơn vị phụ trách: Khoa KHXH&NV
- Số tín chỉ: 2 ; Số giờ: 100, trong đó:
 - Hoạt động giảng dạy trên lớp: 30 Giờ
 - + Giờ giảng: 20 giờ
 - + Thảo luận 10 Giờ
 - Giờ kiểm tra: ...Giờ
 - Giờ tự học: 70 Giờ

2. Thông tin về giảng viên

Giảng viên 1:

- Họ và tên: Trần Thị Lợi
- Chức danh, học vị: Thạc sĩ
- Thời gian làm việc: Giờ hành chính (8:00 -16:00)
- Địa điểm làm việc: Khoa KHXH&NV
- Điện thoại: 0984155809
- Email: Loitt@vhu.edu.vn

Giảng viên 2:

- Họ và tên: Nguyễn Thị Hồng Thủy
- Chức danh, học vị: Thạc sĩ
- Thời gian làm việc: Giờ hành chính (8:00 -16.00)
- Địa điểm làm việc: Khoa KHXH&NV
- Điện thoại: 0918058901
- Email: Thuyntth@vhu.edu.vn

3. Tóm tắt nội dung học phần

Học phần cung cấp cho sinh viên cơ sở lý thuyết về truyền thông đại chúng: Giới thiệu những kiến thức cơ bản về lĩnh vực truyền thông đại chúng như báo in, truyền hình, phát thanh và Internet; Giới thiệu một số lĩnh vực nghiên cứu chính của truyền thông đại chúng bao gồm: Nghiên cứu về các nhà truyền thông (các cơ quan báo chí, phóng viên, biên tập viên...); Nghiên cứu về công chúng, độc giả của truyền thông đại chúng; Nghiên cứu về nội dung truyền thông theo phương pháp phân tích thực nghiệm và tín hiệu học, Nghiên cứu về tác động của truyền thông đại chúng đến xã hội. Tùy thuộc vào thời lượng học phần, đặc điểm người học, có thể nhấn mạnh hay tập trung vào một hoặc một số nội dung nêu trên. Sinh viên vận dụng kiến thức của truyền thông đại chúng trong việc nghiên cứu, thu thập dữ liệu và trình bày những vấn đề xã hội mới nảy sinh trong lĩnh vực truyền thông đại chúng.

4. Mục tiêu của học phần

Học phần trang bị cho người học kiến thức cơ bản về cơ sở lý thuyết, nguyên tắc hoạt động, chức năng, vai trò, bản chất, quy trình và các phương tiện của truyền thông đại chúng trong đời sống xã hội. Trên cơ sở đó, học phần phát triển khả năng phân tích, đánh giá các mô hình, lý thuyết truyền thông và nhận diện các hoạt động truyền thông trong thực tiễn; đồng thời hình thành ý thức trách nhiệm nghề nghiệp, tinh thần chủ động trong học tập, nghiên cứu và thực hành truyền thông.

5. Chuẩn đầu ra của học phần

Sau khi hoàn thành học phần này, người học có thể.

Mã CDR	Nội dung chuẩn đầu ra	Mức độ
CLO1	Giải thích được các yếu tố pháp luật, văn hóa, xã hội và chính trị ảnh hưởng đến hoạt động truyền thông đại chúng.	Mức 2 (Hiểu)
CLO2	Phân tích được nguyên tắc, quy trình, chức năng và các loại hình truyền thông đại chúng trong bối cảnh truyền thông và quan hệ công chúng.	Mức 4 (Phân tích)
CLO3	Vận dụng được kiến thức truyền thông đại chúng để lựa chọn kênh truyền thông và hình thức truyền thông phù hợp trong các tình huống thực tiễn.	Mức 3 (Chuẩn hóa)
CLO4	Vận dụng được các nguyên tắc đạo đức nghề nghiệp và trách nhiệm xã hội trong hoạt động truyền thông và quan hệ công chúng.	Mức 3 (Hình thành giá trị)

Mã liên kết/tương thích giữa CLOs và PLOs

Chuẩn đầu ra	PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5	PLO6	PLO7	PLO8
CLO1	X							
CLO2		X						
CLO3			X					
CLO4								X

6. Nội dung chi tiết của học phần

6.1. Lý thuyết

Chương	Nội dung
Chương 1	Truyền thông và truyền thông đại chúng
1.1.	Truyền thông
1.2.	Truyền thông đại chúng
1.3.	Quá trình truyền thông
1.4.	Các phương tiện truyền thông đại chúng
Chương 2	Lịch sử phát triển các phương tiện truyền thông đại chúng
2.1.	Lịch sử phát triển của phương tiện truyền thông đại chúng
2.2.	Lịch sử nghiên cứu xã hội học TTDC
Chương 3	Đặc điểm của nghề làm báo
3.1.	Chức năng của báo chí
3.2.	Trường phái báo chí Anh – Mỹ
3.3.	Trường phái báo chí Pháp
3.4.	Nghề làm báo
Chương 4	Công chúng
4.1.	Những đặc điểm của công chúng
4.2.	Một số hướng tiếp cận trong nghiên cứu công chúng TTDC
4.3.	Ứng xử truyền thông của công chúng
4.4.	Cách sử dụng các phương tiện truyền thông đại chúng nơi các tầng lớp công chúng
4.5.	Vai trò của báo in

Chương 5.	Nội dung truyền thông
5.1.	So sánh văn phong báo chí và văn phong văn học
5.2.	Đặc trưng của văn phong báo chí
5.3.	Phương pháp nghiên cứu nội dung truyền thông
Chương 6.	Một số lý thuyết tiếp cận
6.1.	Thuyết viên đạn ma thuật hay thuyết mũi kim tiêm
6.2.	Thuyết về hiệu ứng môi
6.3.	Lý thuyết mô hình hai bước
6.4.	Thuyết Thiết lập chương trình nghị sự
6.5.	Thuyết Sử dụng và hài lòng
6.6.	Thuyết đóng khung
6.7.	Hướng tiếp cận theo quan điểm chức năng luận
6.8.	Hướng tiếp cận theo quan điểm phê phán hay xung đột xã hội
6.9.	Lý thuyết quyết định luân kỹ thuật
6.10.	Lý thuyết về không gian công cộng của Habermas
Chương 7	Ảnh hưởng xã hội của truyền thông đại chúng
7.1.	Tác dụng vận năng của truyền thông đại chúng
7.2.	Hiệu ứng gián tiếp của truyền thông đại chúng
7.3.	Phổ biến thông tin và kiến thức
7.4.	Giả thuyết về hố chênh lệch kiến thức
7.5.	Truyền thông và bạo lực
7.6.	Tác dụng của báo in
7.7.	Internet – một phương tiện truyền thông mới
7.8.	Truyền thông và phát triển

6.2. Thực hành

	Nội dung
6.2.1	Bài tập cá nhân
	Người học quan sát hành vi công chúng, phân tích bản tin báo chí...
6.2.2	Bài tập nhóm, thuyết trình

	Nội dung
	-Người học thảo luận trong nhóm xoay quanh các vấn đề: cách đưa tin của các loại hình truyền thông, phân tích một chiến dịch truyền thông nổi bật, công chúng của một nền tảng truyền thông.. - Các nhóm báo cáo kết quả làm việc trước lớp: Thuyết trình - phân biện tại lớp theo nhóm.

7. Phân bổ thời gian theo tiết (1 tín chỉ = 15 giờ)

Chương	Tên chương	Số giờ				
		Giờ giảng	Thảo luận	Giờ kiểm tra	Giờ Tự học	Tổng
1	Truyền thông và truyền thông đại chúng	2	2	0	10	14
2	Lịch sử phát triển các phương tiện truyền thông đại chúng	2	1	0	10	13
3	Đặc điểm của nghề làm báo	3	1	0	10	13
4	Công chúng	3	1	0	10	13
5	Nội dung truyền thông	3	2	0	10	15
6	Một số lý thuyết tiếp cận	4	1	0	10	15
7	Ảnh hưởng xã hội của truyền thông đại chúng	3	2	0	10	15
	Tổng	20	10	0	70	100

CÁC CHỦ ĐỀ THẢO LUẬN VÀ THUYẾT TRÌNH

- Cách sử dụng các phương tiện truyền thông đại chúng nơi sinh viên.
- So sánh văn phong báo chí và văn phong văn học.
- Truyền thông và bạo lực học đường
- Cách sinh viên khai thác các kênh truyền thông đại chúng vào mục đích thu thập thông tin và kiến thức.

Ma trận liên kết/tương thích giữa CLOs và nội dung (các chương) của học phần

Nội dung chương	CLO1	CLO2	CLO3	CLO4
Chương 1. Truyền thông và truyền thông đại chúng	X	X		

Nội dung chương	CLO1	CLO2	CLO3	CLO4
Chương 2. Lịch sử phát triển các phương tiện truyền thông đại chúng	X	X		
Chương 3. Đặc điểm của nghề làm báo		X		X
Chương 4. Công chúng	X	X	X	
Chương 5. Nội dung truyền thông		X	X	X
Chương 6. Một số lý thuyết tiếp cận		X	X	
Chương 7. Ảnh hưởng xã hội của truyền thông đại chúng	X	X	X	X

8. Phương pháp giảng dạy - học

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

- Thuyết giảng
- Giải quyết vấn đề
- Tự học có hướng dẫn
- Thuyết trình – phản biện nhóm

Ma trận liên kết/tương thích giữa CLOs với phương pháp giảng dạy- học

Phương pháp giảng dạy	CLO1	CLO2	CLO3	CLO4
Thuyết giảng	X	X		X
Giải quyết vấn đề		X	X	
Tự học có hướng dẫn	X	X	X	X
Thuyết trình – phản biện nhóm		X	X	X

9. 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).
- Đọc tài liệu bắt buộc và tham khảo thêm tài liệu do giảng viên giới thiệu.
- Hoàn thành đầy đủ các bài tập cá nhân, bài làm thuyết trình nhóm.
- Tham gia bài tiểu luận kết thúc học phần.

10. 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.

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

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

TT	Điểm thành phần	Hình thức đánh giá	Trọng số
1	Giữa kỳ	Chuyên cần, tham gia học tập (10%) + Thuyết trình – Phản biện nhóm (30%)	40%
2	Kết thúc học phần	Tiểu luận	60%

Điểm đánh giá quá trình: trọng số 40%, bao gồm:

- Điểm chuyên cần, tham gia học tập: trọng số 10%

Tiêu chí đánh giá	Mức độ đạt chuẩn quy định					Trọng số
	Mức F (0-3.9)	Mức D (4.0-5.4)	Mức C (5.5-6.9)	Mức B (7.0-8.4)	Mức A (8.5-10)	
Chuyên cần, tham gia học tập (CLO4)	Vắng quá 30% số buổi; không tham gia hoạt động học tập.	Tham gia dưới 50% số buổi; chuẩn bị bài rất hạn chế.	Tham gia khoảng 50%-70% số buổi; có chuẩn bị nhưng đóng góp chưa thường xuyên.	Tham gia khoảng 70%-90% số buổi; chuẩn bị bài và đóng góp tương đối tích cực.	Tham gia đầy đủ; chuẩn bị bài tốt; tích cực thảo luận, hỗ trợ nhóm và nộp nhiệm vụ đúng hạn.	100%

- Điểm kiểm tra thường xuyên: trọng số 30%. Theo thang điểm 10, dựa trên đáp án và hướng dẫn điểm được thiết kế sẵn.

11.2. Kế hoạch đo CLOs

Đánh giá người học	CLOs	Trọng số	Miền	Thời gian lấy dữ liệu	Công cụ đánh giá	Ghi chú	Điểm lấy dữ liệu
Kết thúc học phần	CLO1; CLO2,	60%	Kiến thức, kỹ năng,	Theo lịch thu bài tiểu luận	Tiểu luận (11.3.c)	Sinh viên phân tích một hiện tượng hoặc sản phẩm truyền	Lấy dữ liệu đo từ CLO1, CLO2

Dánh giá người học	CLOs	Trọng số	Miền	Thời gian lấy dữ liệu	Công cụ đánh giá	Ghi chú	Điểm lấy dữ liệu
			thái độ	của Giảng viên/ Nhà trường		thông đại chúng gắn với nội dung học phần.	
Quá trình	CLO2; CLO3	30%	Kiến thức và kỹ năng	Tuần 1 - 6	Thuyết trình, bài tập nhóm. Rubric đánh giá bài thuyết trình (11.3.b).	Sinh viên phân tích hiện tượng/sản phẩm truyền thông và trình bày theo nhóm.	Lấy dữ liệu đo từ CLO2; CLO3
	CLO4	10%	Thái độ	Suốt học kỳ (Tuần 1 - 6)	Bảng kiểm soát chuyên cần (11.3.a).	Đánh giá ý thức học tập, tinh thần trách nhiệm và thái độ tham gia hoạt động học tập của sinh viên	Lấy dữ liệu đo từ CLO4

11.3. Công cụ đo CLO:

a. Ma trận công cụ đánh giá:

Hình thức đánh giá	Nội dung trọng tâm	CLO	Mức độ (Bloom)	Công cụ đo	Mình chứng
Chuyên cần & tham gia (10%)	Tham gia học tập, thảo luận, chuẩn bị bài và ý thức trách nhiệm trong hoạt động học tập	CLO4	Vận dụng	Bảng kiểm chuyên cần, quan sát lớp học	Sổ điểm danh, ghi nhận của giảng viên
Thuyết trình nhóm (30%)	Phân tích hiện tượng/sản phẩm truyền thông đại	CLO2, CLO3	Phân tích – Vận dụng	Rubric thuyết trình	Slide, bài thuyết trình,

Hình thức đánh giá	Nội dung trọng tâm	CLO	Mức độ (Bloom)	Công cụ đo	Minh chứng
	chúng; lựa chọn kênh và hình thức truyền thông phù hợp			và phân biện	phiếu đánh giá
Tiểu luận (60%)	Phân tích một vấn đề hoặc hiện tượng truyền thông đại chúng gắn với lý thuyết và thực tiễn	CLO2, CLO3, CLO4	Phân tích – Vận dụng	Rubric tiểu luận	Bài viết, file nộp /bản in

Rubrics định nghĩa mức năng lực cho các CLO1 - CLO2

CLO	Mức 1: YẾU (0–4.9)	Mức 2: TRUNG BÌNH (5.0–6.9)	Mức 3: KHÁ (7.0–8.4)	Mức 4: GIỎI (8.5–10)
CLO1. Giải thích các yếu tố ảnh hưởng đến truyền thông đại chúng	Không xác định hoặc giải thích sai các yếu tố cơ bản	Giải thích được một phần nội dung nhưng còn hạn chế	Giải thích khá đầy đủ các yếu tố ảnh hưởng đến truyền thông đại chúng	Giải thích rõ ràng, logic và có liên hệ thực tiễn
CLO2: Phân tích nguyên tắc, chức năng và loại hình truyền thông đại chúng	Không phân tích được nội dung hoặc phân tích rời rạc	Phân tích được nội dung cơ bản nhưng chưa rõ mối liên hệ	Phân tích hợp lý, có dẫn chứng minh họa	Phân tích chặt chẽ, logic, có liên hệ và dẫn chứng phù hợp
CLO3: Vận dụng kiến thức truyền thông đại chúng vào tình huống thực tiễn	Không lựa chọn được kênh hoặc hình thức truyền thông phù hợp	Lựa chọn được nhưng còn đơn giản, chưa phù hợp hoàn toàn	Vận dụng phù hợp trong đa số tình huống cơ bản	Vận dụng linh hoạt, phù hợp và có khả năng giải thích lựa chọn
CLO4: Vận dụng đạo đức nghề nghiệp và trách	Không tham gia	Tham gia hạn chế	Tham gia khá tích cực	Chủ động, tích cực, có tinh thần trách nhiệm

nhiệm xã hội trong truyền thông				và hợp tác tốt
---------------------------------	--	--	--	----------------

Mô tả tổng quát mức năng lực qua điểm số (10 điểm)

- **Mức Giỏi (8.5 – 10):** Hiểu rõ kiến thức, giải thích logic, có khả năng liên hệ thực tiễn.
- **Mức Khá (7.0 – 8.4):** Nắm vững nội dung cơ bản, giải thích tương đối đầy đủ.
- **Mức Trung bình (5.0 – 6.9):** Hiểu ở mức cơ bản, còn hạn chế trong giải thích và liên hệ.

Mức Yếu (<5.0): Chưa nắm được kiến thức cốt lõi, trả lời thiếu chính xác.

b. Rubric đánh giá thuyết trình và phản biện

Mục tiêu: Đo lường kỹ năng Tâm vận động (CLO3) qua phản xạ tư duy và tương tác trực tiếp.

STT	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	CLO đo lường	Xuất sắc (8.5 - 10)	Khá (7.0 - 8.4)	Trung bình (5.0 - 6.9)	Yếu (< 5.0)
1	Kỹ năng diễn đạt & Thao tác tư duy	30%	CLO3 (Mức 3)	Diễn đạt trôi chảy; phối hợp nhuần nhuyễn ngôn ngữ cơ thể; làm chủ hoàn toàn bài nói.	Trình bày rõ ràng; mạch lạc; tự tin trong việc truyền tải nội dung.	Nói rõ ý nhưng còn phụ thuộc tài liệu; thao tác trình diễn chưa chuyên nghiệp.	Diễn đạt lúng túng; chủ yếu là đọc lại slide; không kiểm soát được bài nói.
2	Năng lực phản biện trực tiếp	40%	CLO3 (Mức 3)	Phản xạ cực nhanh; biện luận sắc sảo và bảo vệ quan điểm vững vàng trước chất vấn.	Trả lời đúng trọng tâm câu hỏi, lập luận khá logic và thuyết phục.	Trả lời được nhưng còn lúng túng; lập luận chưa thực sự chặt chẽ.	Không phản biện được; hoặc giải thích sai lệch hoàn toàn vấn đề được hỏi.
3	Kỹ năng phối hợp &	30%	CLO3 (Mức 3)	Thể hiện sự phối hợp "cơ chế" nhịp nhàng	Nhóm có sự phân công rõ ràng; hỗ	Các thành viên có tham gia nhưng sự	Hoạt động rời rạc; không thể hiện được

STT	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	CLO đo lường	Xuất sắc (8.5 - 10)	Khá (7.0 - 8.4)	Trung bình (5.0 - 6.9)	Yếu (< 5.0)
	Tương tác nhóm			giữa các thành viên; hỗ trợ nhau hoàn hảo.	trợ nhau tốt trong phần phản biện.	gắn kết trong tương tác còn yếu.	vai trò của làm việc nhóm.

c. Rubric đánh giá tiểu luận

STT	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	CLO đo lường	Xuất sắc (8.5 - 10)	Khá (7.0 - 8.4)	Trung bình (5.0 - 6.9)	Yếu (<5.0)
1	Hiểu và xác định vấn đề truyền thông	20%	CLO1	Xác định rõ, chính xác vấn đề và các yếu tố ảnh hưởng đến truyền thông đại chúng	Xác định đúng nội dung chính nhưng còn thiếu một số ý	Xác định được nội dung cơ bản nhưng còn mơ hồ	Xác định sai hoặc không rõ vấn đề
2	Năng lực phân tích nội dung truyền thông	30%	CLO2	Phân tích logic, rõ ràng, có liên hệ lý thuyết phù hợp	Phân tích tương đối hợp lý nhưng chưa sâu	Phân tích còn đơn giản, thiếu liên kết	Không phân tích được hoặc lập luận rời rạc
3	Vận dụng kiến thức truyền thông	20%	CLO3	Vận dụng phù hợp lý thuyết để lựa chọn và giải thích hình thức truyền thông	Vận dụng tương đối phù hợp nhưng chưa toàn diện	Vận dụng còn hạn chế hoặc chưa rõ	Không vận dụng được kiến thức vào vấn đề
4	Kỹ năng trình	15%	CLO2	Trình bày logic, rõ ràng, đúng	Trình bày khá rõ nhưng còn	Trình bày chưa	Trình bày kém, khó theo dõi

STT	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	CLO đo lường	Xuất sắc (8.5 – 10)	Khá (7.0 – 8.4)	Trung bình (5.0 – 6.9)	Yếu (<5.0)
	bày học thuật			chuẩn học thuật, ít lỗi	một số lỗi nhỏ	mạch lạc, còn nhiều lỗi	
5	Ý thức học tập và trách nhiệm	15%	CLO4	Thể hiện tinh thần trách nhiệm, có dẫn nguồn và thái độ học tập nghiêm túc	Có ý thức học tập và thực hiện tương đối đầy đủ	Thực hiện chưa đầy đủ, còn hạn chế trách nhiệm	Thiếu nghiêm túc hoặc sao chép nội dung

Lưu ý cho việc thống kê đạt chuẩn:

- CLO2 (Nhận thức): Được đo lường chủ yếu qua Tiêu chí 1 của bài viết. Nếu sinh viên đạt từ 5.0 trở lên ở tiêu chí này, nghĩa là đã đạt chuẩn CLO2 ở mức độ "Hiếu".
- CLO3 (Tâm vận động): Được đo lường tổng hợp qua Tiêu chí 2 của bài viết và tất cả tiêu chí thuyết trình. Đây là điểm số thể hiện kỹ năng biện luận và phản xạ thực tế của sinh viên.

12. Tài liệu phục vụ cho học phần

12.1. Tài liệu chính

Đỗ Thị Thu Hằng (chủ biên), *Giáo trình tổ chức sản xuất sản phẩm truyền thông đại chúng*, NXB Thông tin và Truyền thông, 2022.

12.2. Tài liệu tham khảo

Lê Thanh Bình, *Truyền thông đại chúng và phát triển xã hội /-H / Chính trị Quốc gia Việt Hoa, Đường vào nghề PR*, NXB Trẻ TPHCM, 2007

TP. Hồ Chí Minh, ngày 4 tháng 6 năm 2025

Trưởng Khối ngành

(Ký và ghi rõ họ tên)



Nguyễn Thị Hồng Thủy

Giảng viên

(Ký và ghi rõ họ tên)



Trần Thị Lợi



PHIẾU CHẤM THUYẾT TRÌNH VÀ PHẢN BIỆN NHÓM
Đánh giá theo Rubrics năng lực thực hiện CLO3

Học phần: Nhập môn truyền thông đại chúng

Lớp/Nhóm:

Chủ đề:

Giảng viên chấm:

Ngày chấm:

STT	Tiêu chí đánh giá	Điểm	Xuất sắc (85-100-%)	Khá (70-84%)	Trung bình (50-69%)	Yếu (<50%)	Điểm thành phần
1	Kỹ năng diễn đạt & thao tác tư duy	3	Diễn đạt trôi chảy; phối hợp nhuần nhuyễn ngôn ngữ cơ thể; làm chủ hoàn toàn bài nói.	Trình bày rõ ràng; mạch lạc; tự tin trong truyền tải nội dung.	Nói rõ ý nhưng còn phụ thuộc tài liệu; thao tác trình diễn chưa chuyên nghiệp.	Diễn đạt lúng túng; chủ yếu đọc slide; không kiểm soát được bài nói.	
2	Năng lực phản biện trực tiếp	4	Phan xá cực nhanh; biên luận sắc sảo; bảo vệ quan điểm vững vàng	Trả lời đúng trọng tâm; lập luận logic và thuyết phục.	Trả lời được nhưng còn lúng túng; lập luận chưa chặt chẽ.	Không phản biện được hoặc giải thích sai lệch vấn đề.	
3	Kỹ năng phối hợp & tương tác nhóm	3	Phối hợp nhịp nhàng; hỗ trợ nhau hoàn hảo trong phản biện	Phân công rõ ràng; hỗ trợ nhau tốt trong phần trình bày.	Các thành viên có tham gia nhưng tương tác còn yếu.	Hoạt động rời rạc; không thể hiện vai trò làm việc nhóm.	
TỔNG ĐIỂM							10.0

Nhận xét của giảng viên:



PHIẾU CHẤM TIÊU LUẬN
Đánh giá theo Rubrics đánh giá năng lực làm tiêu luận qua CLOs

Học phần: ..
 Lớp/Nhóm/Cá nhân:
 Chủ đề:
 Giảng viên chấm:
 Ngày chấm:

TT	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	CLO đo	Xuất sắc (8.5 – 10)	Khá (7.0 – 8.4)	Trung bình (5.0 – 6.9)	Yếu (<5.0)	Điểm
1	Hiểu và xác định vấn đề truyền thông	20%	CLO1	Xác định rõ, chính xác vấn đề và các yếu tố ảnh hưởng đến truyền thông đại chúng	Xác định đúng nội dung chính nhưng còn thiếu một số ý	Xác định được nội dung cơ bản nhưng còn mơ hồ	Xác định sai hoặc không rõ vấn đề	
2	Năng lực phân tích nội dung truyền thông	30%	CLO2	Phân tích logic, rõ ràng, có liên hệ lý thuyết phù hợp	Phân tích tương đối hợp lý nhưng chưa sâu	Phân tích còn đơn giản, thiếu liên kết	Không phân tích được hoặc lập luận rời rạc	
3	Vận dụng kiến thức truyền thông	20%	CLO3	Vận dụng phù hợp lý thuyết để lựa chọn và giải thích hình thức truyền thông	Vận dụng tương đối phù hợp nhưng chưa toàn diện	Vận dụng còn hạn chế hoặc chưa rõ	Không vận dụng được kiến thức vào vấn đề	
4	Kỹ năng trình bày học thuật	15%	CLO2	Trình bày logic, rõ ràng, đúng	Trình bày khá rõ nhưng còn một số lỗi nhỏ	Trình bày chưa mạch lạc, còn nhiều lỗi	Trình bày kém, khó theo dõi	



TT	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	CLO đo	Xuất sắc (8.5 – 10) chuẩn học thuật, ít lỗi	Khá (7.0 – 8.4) Có ý thức học tập và thực hiện tương đối đầy đủ	Trung bình (5.0 – 6.9) Thực hiện chưa đầy đủ, còn hạn chế trách nhiệm	Yếu (<5.0) Thiếu nghiêm túc hoặc sao chép nội dung	Điểm
5	Ý thức học tập và trách nhiệm	15%	CLO4	Thể hiện tình thần trách nhiệm, có dẫn nguồn và thái độ học tập nghiêm túc				
TỔNG ĐIỂM								

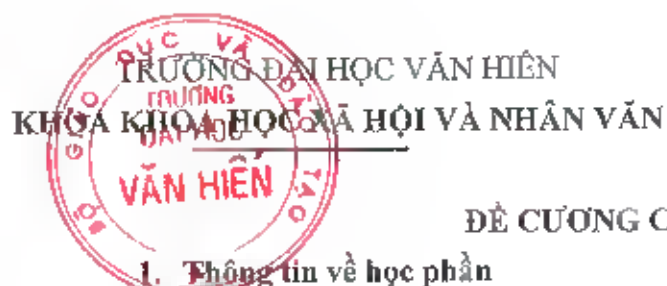
Nhận xét của giảng viên:

Điểm số Xếp loại Mức đạt CLO

GIẢNG VIÊN CHẤM
(Ký và ghi rõ họ tên)



Trưởng Đại học Văn Hiến



ĐỀ CƯƠNG CHI TIẾT HỌC PHẦN

1. Thông tin về học phần

- Tên học phần: **Đạo đức nghề nghiệp PR/ PR Professional ethics**
- Mã học phần: **PUR306**
- Số tín chỉ: **2**
- Bậc đào tạo: **Đại học**
- Loại học phần: **Bắt buộc**
- Học phần tiên quyết/ Học phần trước: **Không**
- Đơn vị phụ trách: **Khoa Khoa học Xã hội và Nhân văn**
- Số tín chỉ: **02** ; Số giờ: **100** , trong đó:
 - Hoạt động giảng dạy trên lớp: **30 Giờ**
 - + Giờ giảng: **20 Giờ**
 - + Thảo luận: **10 Giờ**
 - Giờ kiểm tra: **...Giờ**
 - Giờ tự học: **70 Giờ**

2. Thông tin về giảng viên

Giảng viên 1:

- Họ và tên: **Phạm Thị Hương**
- Chức danh, học vị: **Thạc sĩ**
- Thời gian làm việc: **Giờ hành chính (8.00 -16:00)**
- Địa điểm làm việc: **Khoa Khoa học Xã hội và Nhân văn, Trường Đại học Văn Hiến**
- Điện thoại: **0934976916**
- Email: **huongpt@vhu.edu.vn**

Giảng viên 2:

- Họ và tên: **Trần Thị Lợi**
- Chức danh, học vị: **Thạc sĩ**
- Thời gian làm việc: **Giờ hành chính (8.00 -16 00)**
- Địa điểm làm việc: **Khoa Khoa học Xã hội và Nhân văn, Trường Đại học Văn Hiến**
- Điện thoại: **0984155809**
- Email: **loitt@vhu.edu.vn**

3. Tóm tắt nội dung học phần

Giới thiệu phạm trù đạo đức và đạo đức nghề nghiệp của người làm PR và hoạt động truyền thông (trong đó có báo chí). Quan hệ giữa đạo đức và pháp luật trong tư duy và thực

hành công vụ. Xây dựng các phẩm chất đạo đức nghề nghiệp và trách nhiệm của người làm báo và làm PR trước xã hội về các sản phẩm thông tin và hoạt động xã hội.

4. Mục tiêu của học phần

Học phần trang bị cho người học kiến thức cơ bản về đạo đức, đạo đức nghề nghiệp và đạo đức nghề nghiệp trong lĩnh vực quan hệ công chúng; đồng thời giúp người học hiểu mối quan hệ giữa đạo đức và pháp luật trong hoạt động truyền thông, báo chí và PR. Trên cơ sở đó, học phần rèn luyện khả năng nhận diện, phân tích và xử lý các tình huống đạo đức nghề nghiệp trong hoạt động PR, truyền thông theo chuẩn mực nghề nghiệp và trách nhiệm xã hội; đồng thời hình thành ý thức tuân thủ đạo đức nghề nghiệp, pháp luật, tinh thần trách nhiệm, trung thực và tôn trọng lợi ích công chúng trong hoạt động quan hệ công chúng.

5. Chuẩn đầu ra của học phần

Sau khi hoàn thành học phần này, người học có thể.

Mã CDR	Nội dung chuẩn đầu ra	Mức độ
CLO1	Trình bày được các khái niệm, nguyên tắc cơ bản về đạo đức, đạo đức nghề nghiệp và đạo đức nghề nghiệp PR trong hoạt động truyền thông	Mức 2 (Hiểu)
CLO2	Phân tích được mối quan hệ giữa đạo đức và pháp luật, các vấn đề đạo đức nghề nghiệp và trách nhiệm xã hội trong hoạt động PR, báo chí và truyền thông.	Mức 4 (Phân tích)
CLO3	Vận dụng được các nguyên tắc và chuẩn mực đạo đức nghề nghiệp để xử lý các tình huống trong hoạt động PR và truyền thông	Mức 3 (Chuẩn hóa)
CLO4	Đánh giá được trách nhiệm nghề nghiệp và tác động xã hội của các hoạt động PR trên cơ sở chuẩn mực đạo đức và quy định pháp luật.	Mức 5 (Đặc trưng hóa các giá trị)

Ma trận liên kết/tương thích giữa CLOs và PLOs

Chuẩn đầu ra	PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5	PLO6	PLO7	PLO8
CLO1		X						
CLO2			X					
CLO3							X	
CLO4								X

6. Nội dung chi tiết của học phần

6.1. Lý thuyết

Chương/Mục	Nội dung
Chương 1.	Tổng quan về đạo đức
1.1	Khái niệm
1.2	Nguồn gốc
1.3	Chức năng
1.4	Phạm trù cơ bản của đạo đức (lẽ sống, hạnh phúc, nghĩa vụ, lương tâm, tiêu cực, tích cực..
1.5	Đạo đức xã hội qua các thời kỳ
1.6	Đạo đức và pháp luật
Chương 2.	Đạo đức nghề nghiệp
2.1	Khái niệm đạo đức nghề nghiệp
2.2	Sự cần thiết của đạo đức nghề nghiệp
2.3	Đạo đức trong kinh doanh
2.4	Đạo đức trong báo chí
Chương 3	Đạo đức nghề nghiệp PR
3.1	Khái niệm
3.2	Các giá trị đạo đức – Bộ quy tắc đạo đức PR
3.3	Vai trò của đạo đức trong PR – những thách thức

6.2. Thực hành

- Nhóm học tập vận dụng các giá trị đạo đức nghề PR đã học để phân tích một chiến dịch PR cụ thể
- Các nhóm báo cáo kết quả làm việc trước lớp, đồng thời tham gia trao đổi, phân biện và hoàn thiện nội dung theo góp ý của giảng viên và các nhóm khác.

7. Phân bổ thời gian theo tiết (1 tín chỉ = 15 giờ)

Chương	Tên chương	Số giờ				
		Giờ giảng	Thảo luận	Giờ kiểm tra	Giờ Tự học	Tổng
1	Tổng quan về đạo đức	3	2		10	15
2	Đạo đức nghề nghiệp	7	2		10	19
3	Đạo đức nghề nghiệp PR	10	6		50	66
	Tổng	20	10		70	100

CÁC CHỦ ĐỀ THẢO LUẬN VÀ THUYẾT TRÌNH

- Phân biệt đạo đức và pháp luật.
- Làm rõ các giá trị đạo đức nghề qua các hoạt động PR cụ thể.
- Làm rõ các vai trò của đạo đức trong PR.

Ma trận liên kết/tương thích giữa CLOs và nội dung (các chương) của học phần

Nội dung chương	CLO1	CLO2	CLO3	CLO4
Chương 1. Tổng quan về đạo đức	X	X		
Chương 2. Đạo đức nghề nghiệp	X	X	X	
Chương 3. Đạo đức nghề nghiệp PR	X	X	X	X

8. Phương pháp giảng dạy - học

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

- Thuyết giảng
- Phân tích tình huống
- Giao bài tập, nhiệm vụ nhóm.

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

- Làm việc nhóm
- Thuyết trình
- Tự học, tự nghiên cứu

Ma trận liên kết/tương thích giữa CLOs với phương pháp giảng dạy- học

Phương pháp giảng dạy	CLO1	CLO2	CLO3	CLO4
Thuyết giảng	X	X		
Phân tích tình huống		X	X	X
Giao bài tập, nhiệm vụ nhóm		X	X	X
Làm việc nhóm			X	X
Thuyết trình	X	X	X	X
Tự học, tự nghiên cứu	X	X	X	X

9. 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).
- Đọc tài liệu bắt buộc và tham khảo thêm tài liệu do giảng viên giới thiệu.
- Hoàn thành đầy đủ các yêu cầu trong bài làm thuyết trình nhóm.
- Hoàn thành tiểu luận kết thúc học phần.

10. 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.

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

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

<i>TT</i>	<i>Điểm thành phần</i>	<i>Hình thức đánh giá</i>	<i>Trọng số</i>
1	Giữa kỳ	Chuyên cần (dự lớp 10%) + Thuyết trình – Phản biện nhóm (30%)	40%
2	Kết thúc học phần	Tiểu luận	60%

Điểm đánh giá quá trình: trọng số 40%, bao gồm:

- Điểm chuyên cần: trọng số 10%

Tiêu chí đánh giá	Mức độ đạt chuẩn quy định					Trọng số
	Mức F (0-3.9)	Mức D (4.0-5.4)	Mức C (5.5-6.9)	Mức B (7.0-8.4)	Mức A (8.5-10)	
Chuyên cần, tham gia học tập (CLO4)	Vắng quá 30% số buổi; không tham gia hoạt động học tập.	Tham gia dưới 50% số buổi; chuẩn bị bài rất hạn chế.	Tham gia khoảng 50%-70% số buổi; có chuẩn bị nhưng đóng góp chưa thường xuyên.	Tham gia khoảng 70%-90% số buổi; chuẩn bị bài và đóng góp tương đối tích cực.	Tham gia đầy đủ; chuẩn bị bài tốt; tích cực thảo luận, hỗ trợ nhóm và nộp nhiệm vụ đúng hạn.	100%

- Điểm kiểm tra thường xuyên: trọng số 30%. Theo thang điểm 10, dựa trên đáp án và hướng dẫn điểm được thiết kế sẵn.

11.2. Kế hoạch đo CLOs

Đánh giá người học	CLOs	Trọng số	Miền	Thời gian lấy dữ liệu	Công cụ đánh giá	Ghi chú	Điểm lấy dữ liệu
Kết thúc học phần (Tiểu luận cuối kỳ)	CLO1; CLO2	60%	Kiến thức	Tuần 6	Tiểu luận cuối kỳ – Rubric đánh giá tiểu luận	Trình bày được các khái niệm, nguyên tắc đạo đức nghề nghiệp PR, phân tích được các vấn đề đạo đức, pháp luật và trách	Lấy dữ liệu đo từ CLO1; CLO2

Đánh giá người học	CLOs	Trọng số	Miền	Thời gian lấy dữ liệu	Công cụ đánh giá	Ghi chú	Điểm lấy dữ liệu
						nhiệm xã hội trong hoạt động PR qua tình huống/case thực tế.	
Quá trình (Thuyết trình – phân tích tình huống nhóm)	CLO2 ; CLO3	30%	Kiến thức và kỹ năng	Tuần 1–5	Bài tập tình huống; thảo luận – thuyết trình – phản biện nhóm (Rubric đánh giá)	Phân tích được các tình huống đạo đức nghề nghiệp; vận dụng được chuẩn mực đạo đức nghề nghiệp để đề xuất hướng xử lý trong hoạt động PR và truyền thông.	Lấy dữ liệu đo từ CLO2; CLO3
Quá trình (Chuyên cần, tham gia học tập)	CLO4	10%	Tự chủ và trách nhiệm	Suốt học kỳ (Tuần 1–6)	Bảng kiểm chuyên cần; mức độ tham gia học tập	Đánh giá được trách nhiệm nghề nghiệp, ý thức tuân thủ chuẩn mực đạo đức, chủ động tham gia thảo luận và hoàn thành nhiệm vụ học tập	Lấy dữ liệu đo từ CLO4

11.3. Công cụ đo CLO:

- Giữa kỳ: Chuyên cần + Thuyết trình
 - Cuối kỳ: Tiểu luận
 - CLO đo: CLO2, CLO3, CLO4 (CLO1 đo gián tiếp qua CLO2)
- a. Ma trận công cụ đánh giá

Hình thức đánh giá	Nội dung trọng tâm	CLO	Mức độ (Bloom)	Công cụ đo	Minh chứng
Chuyên cần & tham gia (10%)	Tham gia thảo luận, phản biện và nhận diện các vấn đề đạo đức nghề nghiệp PR qua tình huống trên lớp	CLO4	Level 5 – Evaluate	Bảng kiểm chuyên cần; quan sát lớp học; câu hỏi phát vấn	Sổ điểm danh; ghi nhận của giảng viên
Thuyết trình nhóm (30%)	Phân tích tình huống đạo đức trong hoạt động PR, truyền thông và đề xuất hướng xử lý phù hợp	CLO2; CLO3	Level 3–4 (Apply – Analyze)	Rubric thuyết trình & phản biện nhóm	Slide thuyết trình; phiếu đánh giá
Tiểu luận cuối kỳ (60%)	Phân tích các vấn đề đạo đức nghề nghiệp PR, trách nhiệm xã hội và mối quan hệ giữa đạo đức với pháp luật trong thực tiễn	CLO1; CLO2	Level 2–4 (Understand – Analyze)	Rubric tiểu luận cuối kỳ	Bài tiểu luận

Rubrics định nghĩa mức năng lực cho các CLO1 - CLO2

CLO	Mức 1: YẾU (0–4.9)	Mức 2: TRUNG BÌNH (5.0–6.9)	Mức 3: KHÁ (7.0–8.4)	Mức 4: GIỎI (8.5–10)
Trình bày được các khái niệm, nguyên tắc cơ bản về đạo đức nghề nghiệp và đạo đức nghề nghiệp PR trong hoạt động truyền thông.	Không trình bày được hoặc trình bày sai các khái niệm, nguyên tắc cơ bản về đạo đức nghề nghiệp PR.	Trình bày được một phần kiến thức cơ bản nhưng còn thiếu hoặc chưa chính xác.	Trình bày đúng phần lớn các khái niệm, nguyên tắc cơ bản về đạo đức nghề nghiệp PR.	Trình bày chính xác, đầy đủ các khái niệm, nguyên tắc và liên hệ được với thực tiễn truyền thông

CLO	Mức 1: YẾU (0–4.9)	Mức 2: TRUNG BÌNH (5.0–6.9)	Mức 3: KHÁ (7.0–8.4)	Mức 4: GIỎI (8.5–10)
Phân tích được mối quan hệ giữa đạo đức và pháp luật, các vấn đề đạo đức nghề nghiệp và trách nhiệm xã hội trong hoạt động PR, báo chí và truyền thông	Không phân tích được hoặc phân tích sai các vấn đề đạo đức, pháp luật và trách nhiệm xã hội trong PR.	Phân tích được một phần nội dung nhưng còn hạn chế hoặc chưa logic.	Phân tích đúng phần lớn các vấn đề đạo đức, pháp luật và trách nhiệm xã hội trong PR.	Phân tích sâu, logic, có dẫn chứng phù hợp về các vấn đề đạo đức nghề nghiệp trong thực tiễn PR.
Vận dụng được các nguyên tắc và chuẩn mực đạo đức nghề nghiệp để xử lý các tình huống trong hoạt động PR và truyền thông.	Không vận dụng được chuẩn mực đạo đức nghề nghiệp để xử lý tình huống.	Vận dụng được ở mức cơ bản nhưng giải pháp xử lý còn đơn giản hoặc chưa phù hợp.	Vận dụng phù hợp các nguyên tắc đạo đức để xử lý phần lớn tình huống PR.	Vận dụng linh hoạt, hợp lý các chuẩn mực đạo đức nghề nghiệp để xử lý hiệu quả tình huống thực tế.
Đánh giá được trách nhiệm nghề nghiệp và tác động xã hội của các hoạt động PR trên cơ sở chuẩn mực đạo đức và quy định pháp luật.	Chưa đánh giá được trách nhiệm nghề nghiệp hoặc chưa thể hiện tinh thần trách nhiệm.	Đánh giá được ở mức cơ bản nhưng chưa chủ động trong học tập/thảo luận.	Đánh giá được trách nhiệm nghề nghiệp và thể hiện tinh thần hợp tác, tham gia tương đối tích cực.	Đánh giá tốt trách nhiệm nghề nghiệp, thể hiện tinh thần chủ động, trách nhiệm và tuân thủ đạo đức nghề nghiệp.

Mô tả tổng quát mức năng lực qua điểm số (10 điểm)

- **Mức Giỏi (8.5 – 10):** Hiểu rõ kiến thức, giải thích logic, có khả năng liên hệ thực tiễn.
- **Mức Khá (7.0 – 8.4):** Nắm vững nội dung cơ bản, giải thích tương đối đầy đủ.
- **Mức Trung bình (5.0 – 6.9):** Hiểu ở mức cơ bản, còn hạn chế trong giải thích và liên hệ
- **Mức Yếu (<5.0):** Chưa nắm được kiến thức cốt lõi, trả lời thiếu chính xác.

b. Rubric đánh giá thuyết trình và phản biện

Mục tiêu: Đo lường kỹ năng Tâm vận động (CLO3) qua phản xạ tư duy và tương tác trực tiếp.

ST T	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	CLO đo lường	Xuất sắc (8.5 - 10)	Khá (7.0 - 8.4)	Trung bình (5.0 - 6.9)	Yếu (< 5.0)
1	Kỹ năng diễn đạt & trình bày	30%	Vận dụng được các nguyên tắc và chuẩn mức đạo đức nghề nghiệp để xử lý các tình huống trong hoạt động PR và truyền thông. (CLO3)	Diễn đạt rõ ràng, mạch lạc; phân tích tình huống sâu; lập luận logic, sử dụng ví dụ thực tế phù hợp.	Trình bày khá rõ ràng; lập luận tương đối logic; nội dung phù hợp nhưng chưa thật sâu.	Trình bày được nội dung cơ bản nhưng còn thiếu mạch lạc hoặc ví dụ chưa phù hợp.	Diễn đạt rời rạc; nội dung thiếu logic hoặc sai lệch.
2	Năng lực phản biện trực tiếp	40%	Phân tích được mối quan hệ giữa đạo đức và pháp luật, các vấn đề đạo đức nghề nghiệp và trách nhiệm xã hội trong PR, báo chí và truyền thông. (CLO2)	Trả lời phản biện chính xác, lập luận chặt chẽ, có khả năng bảo vệ quan điểm bằng dẫn chứng phù hợp.	Trả lời đúng phần lớn câu hỏi; lập luận tương đối logic.	Trả lời được một phần câu hỏi nhưng lập luận còn hạn chế.	Không trả lời được hoặc phản biện thiếu căn cứ.
3	Kỹ năng phối hợp	30%	Đánh giá được trách	Phối hợp nhóm	Nhóm phối hợp khá tốt;	Có phối hợp	Thiếu phối hợp; phân

ST T	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	CLO đo lượng	Xuất sắc (8.5 - 10)	Khá (7.0 - 8.4)	Trung bình (5.0 - 6.9)	Yếu (< 5.0)
	& làm việc nhóm		nhiệm nghề nghiệp và tác động xã hội của các hoạt động PR trên cơ sở chuẩn mục đạo đức và quy định pháp luật. (CLO4)	hiệu quả; phân công hợp lý; các thành viên tham gia tích cực.	phân công tương đối hợp lý.	nhưng chưa đồng đều; một số thành viên ít tham gia.	công không rõ ràng.

c. Rubric đánh giá tiểu luận

STT	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	CLO đo lượng	Xuất sắc (8.5 – 10)	Khá (7.0 – 8.4)	Trung bình (5.0 – 6.9)	Yếu (<5.0)
1	Xác định và trình bày vấn đề	20%	CLO1 (Mức 2)	Xác định rõ vấn đề, đối tượng và bối cảnh phân tích; trình bày đầy đủ nội dung trọng tâm, phù hợp yêu cầu đề tài.	Xác định đúng nội dung chính nhưng còn thiếu một số khía cạnh hoặc chưa làm rõ vấn đề.	Xác định được vấn đề nhưng còn mơ hồ, thiếu trọng tâm hoặc chưa rõ mục tiêu phân tích.	Xác định sai hoặc không làm rõ vấn đề cần phân tích.
2	Năng lực phân tích và lập luận	30%	CLO2 (Mức 4)	Phân tích logic, có chiều sâu; lập luận chặt chẽ; nhận diện tốt các vấn đề đạo đức nghề nghiệp và trách nhiệm	Phân tích tương đối rõ, có lập luận nhưng chưa sâu hoặc dẫn chứng chưa thật	Phân tích còn đơn giản, thiếu liên kết hoặc minh	Không phân tích được hoặc lập luận rời rạc, thiếu căn cứ

STT	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	CLO đo lường	Xuất sắc (8.5 – 10)	Khá (7.0 – 8.4)	Trung bình (5.0 – 6.9)	Yếu (<5.0)
				xã hội, có dẫn chứng phù hợp.	thuyết phục.	chứng hạn chế.	
3	Vận dụng nguyên tắc đạo đức nghề nghiệp PR	20%	CLO3 (Mức 3)	Vận dụng phù hợp các nguyên tắc, chuẩn mực đạo đức nghề nghiệp và quy định liên quan để đánh giá hoặc đề xuất giải pháp.	Có vận dụng nhưng chưa nhất quán hoặc chưa thật sự phù hợp với bối cảnh.	Vận dụng còn hạn chế, giải pháp chưa phù hợp hoặc còn chung chung.	Không vận dụng được nguyên tắc đạo đức nghề nghiệp vào phân tích.
4	Kỹ năng trình bày học thuật	15%	CLO1 (Mức 2)	Bố cục rõ ràng, logic; diễn đạt học thuật tốt, trình bày đúng quy chuẩn, ít lỗi.	Bố cục tương đối hợp lý, còn lỗi nhỏ về diễn đạt hoặc trình bày.	Trình bày còn thiếu logic, mắc nhiều lỗi diễn đạt/trình bày.	Trình bày kém, khó theo dõi, không đảm bảo yêu cầu học thuật.
5	Ý thức học thuật và trách nhiệm	15%	CLO4 (Mức 5)	Trích dẫn đầy đủ, đúng quy chuẩn; thể hiện tinh thần nghiêm túc, chủ động và trách nhiệm trong thực hiện tiểu luận.	Có trích dẫn và thể hiện trách nhiệm nhưng chưa đầy đủ.	Trích dẫn còn thiếu hoặc còn sai sót; mức độ chủ động chưa cao.	Thiếu trích dẫn, sao chép hoặc không thể hiện trách nhiệm học thuật.

Lưu ý cho việc thống kê đạt chuẩn.

- CLO2 (Nhận thức): Được đo lường chủ yếu qua Tiêu chí 1 của bài viết. Nếu sinh viên đạt từ 5.0 trở lên ở tiêu chí này, nghĩa là đã đạt chuẩn CLO2 ở mức độ "Hiếu".
- CLO3 (Tâm vận động): Được đo lường tổng hợp qua Tiêu chí 2 của bài viết và tất cả tiêu chí thuyết trình. Đây là điểm số thể hiện kỹ năng biện luận và phản xạ thực tế của sinh viên

12. Tài liệu phục vụ cho học phần

12.1. Tài liệu chính

TS. Đinh Thúy Hằng (2007), *PR- kiến thức cơ bản và đạo đức nghề nghiệp*, NXB Lao động- Xã hội, Hà Nội.

12.2. Tài liệu tham khảo

- Nguyễn Ngọc Long CB và những người khác, *Giáo trình đạo đức học*, -H.. Chính trị quốc gia.

- Thích Chân Quang, *Tâm lý đạo đức* , -H.: Tôn giáo.

TP. Hồ Chí Minh, ngày 04 tháng 06 năm 2025

Trưởng Khối ngành

(Ký và ghi rõ họ tên)



Nguyễn Thị Hồng Thủy

Giảng viên

(Ký và ghi rõ họ tên)



Phạm Thị Hương



PHIẾU CHẤM THUYẾT TRÌNH VÀ PHẢN BIẾN NHÓM
Đánh giá theo Rubrics năng lực thực hiện CLO3

Học phần: **Đạo đức nghề nghiệp PR**

Lớp/Nhóm:

Chủ đề:

Giảng viên chấm:

Ngày chấm.

STT	Tiêu chí đánh giá	Điểm	Xuất sắc (85-100-%)	Khá (70-84%)	Trung bình (50-69%)	Yếu (<50%)	Điểm thành phần
1	Kỹ năng diễn đạt & thao tác tự duy	3	Diễn đạt trôi chảy; phối hợp nhuần nhuyễn ngôn ngữ cơ thể; làm chủ hoàn toàn bài nói.	Trình bày rõ ràng; mạch lạc; tự tin trong truyền tải nội dung.	Nói rõ ý nhưng còn phụ thuộc tài liệu; thao tác trình diễn chưa chuyên nghiệp.	Diễn đạt lúng túng; chủ yếu đọc slide; không kiểm soát được bài nói.	
2	Năng lực phản biện trực tiếp	4	Phản xạ cực nhanh; biện luận sắc sảo; bảo vệ quan điểm vững vàng.	Trả lời đúng trọng tâm; lập luận logic và thuyết phục.	Trả lời được nhưng còn lúng túng; lập luận chưa chặt chẽ.	Không phản biện được hoặc giải thích sai lệch vấn đề	
3	Kỹ năng phối hợp & tương tác nhóm	3	Phối hợp nhịp nhàng; hỗ trợ nhau hoàn hảo trong phản biện.	Phản công rõ ràng; hỗ trợ nhau tốt trong phần trình bày.	Các thành viên có tham gia nhưng tương tác còn yếu	Hoạt động rời rạc; không thể hiện vai trò làm việc nhóm.	
TỔNG ĐIỂM							10.0

Nhận xét của giảng viên:



Mức đạt CLO

Xếp loại

Điểm chữ

Điểm số

GIẢNG VIÊN CHĂM
(Ký và ghi rõ họ tên)



PHIẾU CHẤM TIÊU LUẬN
Đánh giá theo Rubrics đánh giá năng lực làm tiêu luận qua CLOS

Học phần: **Đạo đức nghề nghiệp PR**

Lớp/Nhóm/Cá nhân:

Chủ đề:

Giảng viên chấm:

Ngày chấm:

TT	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	CLO đo	Xuất sắc (8.5 – 10)	Khá (7.0 – 8.4)	Trung bình (5.0 – 6.9)	Yếu (<5.0)	Điểm
1	Xác định và trình bày vấn đề	20%	CLO1 (Mức 2)	Xác định rõ vấn đề, đối tượng và bối cảnh phân tích; trình bày đầy đủ nội dung trọng tâm, phù hợp yêu cầu đề tài.	Xác định đúng nội dung chính nhưng còn thiếu một số khía cạnh hoặc chưa làm rõ vấn đề.	Xác định được vấn đề nhưng còn mơ hồ, thiếu trọng tâm hoặc chưa rõ mục tiêu phân tích.	Xác định sai hoặc không làm rõ vấn đề cần phân tích.	
2	Năng lực phân tích và lập luận	30%	CLO2 (Mức 4)	Phân tích logic, có chiều sâu; lập luận chặt chẽ, nhận diện tốt các vấn đề đạo đức nghề nghiệp và trách nhiệm xã hội, có dẫn chứng phù hợp.	Phân tích tương đối rõ, có lập luận nhưng chưa sâu hoặc dẫn chứng chưa thật thuyết phục.	Phân tích còn đơn giản, thiếu liên kết hoặc minh chứng hạn chế.	Không phân tích được hoặc lập luận rời rạc, thiếu căn cứ.	
3	Vận dụng nguyên tắc	20%	CLO3 (Mức 3)	Vận dụng phù hợp các nguyên	Có vận dụng nhưng chưa nhất	Vận dụng còn hạn chế, giải pháp	Không vận dụng được	



TT	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	CLO đo	Xuất sắc (8.5 – 10)	Khá (7.0 – 8.4)	Trung bình (5.0 – 6.9)	Yếu (<5.0)	Điểm
	đạo đức nghề nghiệp PR			tác, chuẩn mực đạo đức nghề nghiệp và quy định liên quan để đánh giá hoặc đề xuất giải pháp.	quán hoặc chưa thật sự phù hợp với bối cảnh.	chưa phù hợp hoặc còn chung chung.	nguyên tắc đạo đức nghề nghiệp vào phân tích.	
4	Kỹ năng trình bày học thuật	15%	CLO1 (Mức 2)	Bổ cục rõ ràng, logic; diễn đạt học thuật tốt; trình bày đúng quy chuẩn, ít lỗi.	Bổ cục tương đối hợp lý, còn lỗi nhỏ về diễn đạt hoặc trình bày.	Trình bày còn thiếu logic, mắc nhiều lỗi diễn đạt/trình bày.	Trình bày kém, theo không đảm bảo yêu cầu học thuật.	
5	Ý thức học thuật và trách nhiệm	15%	CLO4 (Mức 5)	Trích dẫn đầy đủ, đúng quy chuẩn; thể hiện tinh thần nghiêm túc, chủ động và trách nhiệm trong thực hiện tiểu luận.	Có trích dẫn và thể hiện trách nhiệm nhưng chưa đầy đủ.	Trích dẫn còn thiếu hoặc còn sai sót; mức độ chủ động chưa cao.	Thiếu trích dẫn, sao chép hoặc không thể hiện trách nhiệm học thuật	
TỔNG ĐIỂM								

Nhận xét của giảng viên:

Điểm số
Điểm chữ
Xếp loại
Mức đạt CLO



GIẢNG VIÊN CHĂM
(Ký và ghi rõ họ tên)





ĐỀ CƯƠNG CHI TIẾT HỌC PHẦN

1. Thông tin về học phần

- Tên học phần: **Điều tra xã hội học (Sociological Investigation)**
- Mã học phần: PUR307
- Số tín chỉ: 2
- Cấp đào tạo: Đại học
- Loại học phần (bắt buộc/tự chọn): bắt buộc
- Học phần tiên quyết/ Học phần trước: không
- Đơn vị phụ trách: Khoa KHXH&NV
- Số tín chỉ: 2 ; Số giờ: 130 , trong đó:
 - Hoạt động giảng dạy trên lớp: 30 Giờ
 - + Giờ giảng: 25 giờ
 - + Thuyết trình, thảo luận: 5 Giờ
 - Giờ kiểm tra ...Giờ
 - Giờ tự học: 100 Giờ

2. Thông tin về giảng viên

Giảng viên 1:

- Họ và tên: Lê Thị Hoàng Liễu
- Chức danh, học vị: Tiến sĩ
- Thời gian làm việc: Giờ hành chính (8:00 -16:00)
- Địa điểm làm việc: Khoa KHXHNV
- Điện thoại: 0908303596
- Email: LieuL1H2@vhu.edu.vn

Giảng viên 2:

- Họ và tên: Nguyễn Duy Hải
- Chức danh, học vị: Thạc sĩ
- Thời gian làm việc: Giờ hành chính (8:00 -16:00)
- Địa điểm làm việc: Khoa KHXHNV, Trường Đại học Văn Hiến
- Điện thoại: 0909240406
- Email: haind@vhu.edu.vn

3. Tóm tắt nội dung học phần

Học phần cung cấp cho người học những kiến thức cơ bản về đặc điểm và loại hình nghiên cứu xã hội học; các giai đoạn và các bước tiến hành một cuộc điều tra xã hội học; các phương pháp chọn mẫu; các kỹ thuật thu thập thông tin định lượng và định tính. Đồng thời, học phần hướng dẫn người học quy trình xử lý, phân tích dữ liệu (sử dụng công cụ phần mềm SPSS) và cách thức xây dựng, viết một báo cáo khoa học hoàn chỉnh. Bên cạnh lý thuyết, người học được phát triển kỹ năng thực hành thông qua việc tự thiết kế đề cương nghiên cứu, thực hiện thu thập dữ liệu thực tế, làm việc nhóm và thuyết trình phản biện trước tập thể.

4. Mục tiêu của học phần

Học phần trang bị cho người học kiến thức toàn diện về các giai đoạn nghiên cứu, phương pháp nghiên cứu định lượng, định tính, kỹ thuật xây dựng công cụ thu thập thông tin như bảng hỏi, hướng dẫn phỏng vấn sâu và các nguyên tắc đạo đức trong nghiên cứu xã hội học. Trên cơ sở đó, học phần phát triển năng lực thiết kế đề cương nghiên cứu hoàn chỉnh, thu thập, xử lý và phân tích dữ liệu bằng phần mềm tin học chuyên dụng, viết báo cáo học thuật và làm việc nhóm hiệu quả; đồng thời hình thành tư duy phản biện, sự thận trọng, khách quan và trách nhiệm đạo đức nghề nghiệp trong bảo đảm tính xác thực, tin cậy của thông tin nghiên cứu.

5. Chuẩn đầu ra của học phần

Sau khi hoàn thành học phần này, người học có thể:

Mã CDR	Nội dung chuẩn đầu ra	Mức độ
CLO1	Chỉ ra được các loại hình nghiên cứu, các bước trong quy trình điều tra xã hội học.	Mức 3 (Vận dụng)
CLO2	Phân tích bản chất của nghiên cứu định lượng, định tính; giải thích được nguyên lý xử lý dữ liệu bằng SPSS	Mức 4 (Phân tích)
CLO3	Thực hiện thiết kế hoàn chỉnh đề cương nghiên cứu, thao tác thành thạo phần mềm SPSS để xử lý dữ liệu, phân tích thông tin và viết báo cáo nghiên cứu khoa học.	Mức 4 (Thao tác)
CLO4	Thể hiện sự thận trọng, chịu trách nhiệm về tính xác thực, độ tin cậy và đạo đức nghiên cứu đối với dữ liệu thu thập.	Mức 3 (Đặc trưng hóa các giá trị)

Mã trận liên kết/tương thích giữa CLOs và PLOs

Chuẩn đầu ra	PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5	PLO6	PLO7	PLO8
CLO1	X							
CLO2		X						
CLO3			X					

Chuẩn đầu ra	PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5	PLO6	PLO7	PLO8
CLO4				X				

6. Nội dung chi tiết của học phần

6.1. Lý thuyết

	Nội dung chi tiết
Chương 1	Nghiên cứu xã hội học
1.1.	Đặc điểm và các loại hình nghiên cứu xã hội học
1.2.	Các giai đoạn và các bước tiến hành một cuộc nghiên cứu xã hội học
Chương 2	Chọn mẫu
2.1.	Một số thuật ngữ
2.2.	Các loại chọn mẫu
2.3.	Quy mô của mẫu
2.4.	Nghiên cứu định lượng và định tính với việc chọn mẫu
Chương 3	Các phương pháp thu thập thông tin
3.1.	Kỹ thuật xây dựng bản câu hỏi
3.2.	Kỹ thuật phỏng vấn – Thảo luận nhóm – Phỏng vấn sâu
3.3.	Kỹ thuật quan sát
3.4.	Kỹ thuật phân tích tư liệu sẵn có
Chương 4	Xử lý và phân tích thông tin
4.1.	Xử lý và phân tích dữ liệu định lượng
4.2.	Xử lý và phân tích dữ liệu định tính
4.3.	Viết báo cáo khoa học

6.2. Thực hành

	Nội dung
6.2.1 Bài tập cá nhân	
	Thực hành thiết kế các dạng câu hỏi, thao tác nhập liệu trực tiếp và chạy các lệnh cơ bản trên file dữ liệu SPSS được cung cấp
6.2.2 Bài tập nhóm	
	Các nhóm tự lựa chọn đề tài, xây dựng một đề cương nghiên cứu sơ bộ, thiết kế bảng hỏi/hướng dẫn phỏng vấn và tiến hành thực địa nhỏ, sau đó báo cáo tiến độ và thuyết trình - phản biện tại lớp

7. Phân bổ thời gian theo tiết (1 tín chỉ = 15 giờ)

Chương	Tên chương	Số giờ				
		Giờ giảng	Thuyết trình, thảo luận	Giờ kiểm tra	Giờ Tự học	Tổng
Chương 1	Tổng quan về nghiên cứu xã hội học	4	2	0	15	21
Chương 2	Phương pháp chọn mẫu trong nghiên cứu	4	2	0	15	21
Chương 3	Các phương pháp và công cụ thu thập thông tin	6	3	0	15	24
Chương 4	Xử lý, phân tích thông tin & Viết báo cáo	6	3	0	15	24
	Tổng	20	10	0	60	90

CÁC CHỦ ĐỀ THUYẾT TRÌNH VÀ THẢO LUẬN

1. Thiết kế ý tưởng và Vận dụng các loại hình nghiên cứu xã hội học
2. Xây dựng phương án chọn mẫu và Đảm bảo tính đại diện của dữ liệu
3. Kỹ thuật xây dựng Bản câu hỏi điều tra (Nghiên cứu Định lượng)
4. Kỹ thuật thu thập thông tin định tính (Phỏng vấn sâu & Thảo luận nhóm)
5. Thực hành xử lý dữ liệu bằng SPSS và Kỹ năng viết báo cáo học thuật

Ma trận liên kết/tương thích giữa CLOs và nội dung (các chương) của học phần

Nội dung chương	CLO1	CLO2	CLO3	CLO4
Chương 1. Tổng quan về nghiên cứu xã hội học	x	x		
Chương 2. Phương pháp chọn mẫu trong nghiên cứu			x	x
Chương 3. Các phương pháp và công cụ thu thập thông tin			x	x
Chương 4. Các phương pháp và công cụ thu thập thông tin	x	x	x	x

8. Phương pháp giảng dạy - học

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

- Thuyết giảng
- Giải quyết vấn đề
- Tự học có hướng dẫn
- Thuyết trình – phản biện nhóm

Ma trận liên kết/tương thích giữa CLOs với phương pháp giảng dạy- học

Phương pháp giảng dạy	CLO1	CLO2	CLO3	CLO4
Thuyết giảng	x	x		x
Giải quyết vấn đề		x	x	x
Tự học có hướng dẫn	x	x	x	x
Thuyết trình – phản biện nhóm			x	x

9. 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).
- Đọc tài liệu bắt buộc và tham khảo thêm tài liệu do giảng viên giới thiệu.
- Hoàn thành đầy đủ các bài tập cá nhân, bài làm thuyết trình nhóm.
- Tham gia bài tiểu luận kết thúc học phần.

10. 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.

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

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

TT	Điểm thành phần	Hình thức đánh giá	Trọng số
1	Giữa kỳ	Chuyên cần (dự lớp 10%) + Thuyết trình – Phản biện nhóm (30%)	40%
2	Kết thúc học phần	Tiểu luận	60%

Điểm đánh giá quá trình: trọng số 40%, bao gồm:

- Điểm chuyên cần: trọng số 10%
- Điểm kiểm tra thường xuyên: trọng số 30% Theo thang điểm 10, dựa trên đáp án và hướng dẫn điểm được thiết kế sẵn.

Tiêu chí đánh giá	Mức độ đạt chuẩn quy định					Trọng số
	Mức F (0-3.9)	Mức D (4.0-5.4)	Mức C (5.5-6.9)	Mức B (7.0-8.4)	Mức A (8.5-10)	
Chuyên cần, tham gia học tập (CLO4)	Vắng quá 30% số buổi; không tham gia hoạt động học tập.	Tham gia dưới 50% số buổi; chuẩn bị bài rất hạn chế	Tham gia khoảng 50%-70% số buổi; có chuẩn bị nhưng đóng góp chưa thường xuyên.	Tham gia khoảng 70%-90% số buổi; chuẩn bị bài và đóng góp tương đối tích cực.	Tham gia đầy đủ; chuẩn bị bài tốt; tích cực thảo luận, hỗ trợ nhóm và nộp bài đúng hạn.	100%

- Điểm kiểm tra thường xuyên: trọng số 30%. Theo thang điểm 10, dựa trên đáp án và hướng dẫn điểm được thiết kế sẵn

11.2. Kế hoạch đo CLOs

Đánh giá người học	CLOs	Trọng số	Miền	Thời gian lấy dữ liệu	Công cụ đánh giá	Ghi chú	Điểm lấy dữ liệu
Kết thúc học phần (Tiểu luận)	CLO1; CLO2; CLO4;	60%	Kiến thức, kỹ năng, thái độ	Theo lịch thu bài tiểu luận của Giảng viên/ Nhà trường	Tiểu luận (11.3.c)	Thực hiện quy trình và loại hình nghiên cứu xã hội học Phân tích khả năng vận dụng phương pháp nghiên cứu định lượng, định tính và xử lý dữ liệu SPSS. Thực hiện xây dựng đề cương nghiên cứu, phân tích dữ liệu	Lấy dữ liệu đo từ CLO1; CLO2, CLO4

Dánh giá người học	CLOs	Trọng số	Miền	Thời gian lấy dữ liệu	Công cụ đánh giá	Ghi chú	Điểm lấy dữ liệu
						và viết báo cáo khoa học. Xác định tính thần trách nhiệm, tinh trung thực và đạo đức nghiên cứu trong thực hiện tiểu luận.	
Quá trình	CLO2; CLO3	30%	Kiến thức và kỹ năng	Tuần 1 - 6	Thuyết trình, bài tập nhóm. Rubric đánh giá bài thuyết trình (12.3.b).	Chỉ ra khả năng phân biệt và vận dụng các phương pháp nghiên cứu xã hội học. Thực hiện thiết kế bảng hỏi, thu thập dữ liệu, xử lý thông tin và trình bày kết quả nghiên cứu.	Lấy dữ liệu đo CLO2; CLO 3
	CLO4	10%	Thái độ	Suốt học kỳ (Tuần 1 - 6)	Bảng kiểm soát chuyên cần (12.3.a).	Xác định ý thức học tập, trách nhiệm, tính trung thực và sự tham gia tích cực trong các hoạt động	Lấy dữ liệu đo CLO4

Đánh giá người học	CLOs	Trọng số	Miền	Thời gian lấy dữ liệu	Công cụ đánh giá	Ghi chú	Điểm lấy dữ liệu
						học tập nhóm và cá nhân.	

11.3. Công cụ đo CLO:

a. Ma trận đặc tả

Hình thức đánh giá	Nội dung trọng tâm	CLO	Mức độ (Bloom)	Công cụ đo	Minh chứng
<i>Chuyên cần & tham gia (10%)</i>	Tham gia học tập, thảo luận, chuẩn bị bài	CLO4	Apply	Bảng kiểm chuyên cần, quan sát lớp	Sổ điểm danh, ghi nhận GV
<i>Thuyết trình nhóm (30%)</i>	Kỹ năng soạn powerpoint, kỹ năng thuyết trình, nội dung chủ đề thuyết trình	CLO2, CLO3, CLO4	Understand – Apply	Rubric thuyết trình & phản biện	Slide, phiếu đánh giá
<i>Tiểu luận (60%)</i>	Xây dựng 1 bài tiểu luận đầu đủ nội dung theo yêu cầu và chủ đề tự chọn	CLO2, CLO3, CLO4	Understand – Apply	Rubric tiểu luận	Bài viết, file nộp cho GV

Rubrics định nghĩa mức năng lực cho các CLO1 - CLO2

CLO	Mức 1: YẾU, KÉM (0-4.9)	Mức 2: TRUNG BÌNH (5.0-6.9)	Mức 3: KHÁ (7.0-8.4)	Mức 4: GIỎI (8.5-10)
CLO1. Giải thích được các bước trong quy trình điều tra xã hội học.	Không giải thích được các nội dung cơ bản	Giải thích được một phần nội dung	Giải thích đúng phần lớn nội dung	Giải thích đầy đủ, chính xác các nội dung
CLO2. Phân biệt nghiên cứu định	Phân biệt sai hoặc rời rạc..	Phân biệt một phần của nghiên cứu.	Phân biệt khá đầy đủ và hợp lý của nghiên cứu	Phân biệt rõ nghiên cứu định lượng, định tính

CLO	Mức 1: YẾU, KÉM (0–4.9)	Mức 2: TRUNG BÌNH (5.0–6.9)	Mức 3: KHÁ (7.0–8.4)	Mức 4: GIỎI (8.5–10)
lượng, định tính.				
CLO3. Vận dụng thiết kế hoàn chỉnh đề cương nghiên cứu, thao tác thành thạo phần mềm SPSS	Không vận dụng thiết kế được đề cương nghiên cứu. Không thao tác xử lý được trên phần mềm SPSS	Vận dụng thiết kế được một ít phần đề cương nghiên cứu Thao tác xử lý được một ít trên phần mềm SPSS	Vận dụng thiết kế được nhiều phần đề cương nghiên cứu. Thao tác xử lý được đa số trên phần mềm SPSS	Vận dụng thiết kế hoàn chỉnh đề cương nghiên cứu, thao tác thành thạo phần mềm SPSS
CLO4: Tham gia tích cực, trách nhiệm, đạo đức trong nghiên cứu	Không tham gia	Tham gia hạn chế	Tham gia khá tích cực	Chủ động, tích cực, có tinh thần trách nhiệm đạo đức trong nghiên cứu

Mô tả tổng quát mức năng lực qua điểm số (10 điểm)

- **Mức Giỏi (8.5 – 10):** Hiểu rõ kiến thức, giải thích logic, vận dụng liên hệ thực tiễn.
- **Mức Khá (7.0 – 8.4):** Nắm vững nội dung cơ bản, giải thích tương đối đầy đủ.
- **Mức Trung bình (5.0 – 6.9):** Hiểu ở mức cơ bản, còn hạn chế trong giải thích và liên hệ.
- **Mức Yếu (<5.0):** Chưa nắm được kiến thức cốt lõi, trả lời thiếu chính xác.

b. Rubric đánh giá thuyết trình và phản biện

Mục tiêu Đo lường kỹ năng Tâm vận động (CLO3) qua phản xạ tư duy và tương tác trực tiếp.

STT	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	CLO đo lượng	Xuất sắc (8.5 - 10)	Khá (7.0 - 8.4)	Trung bình (5.0 - 6.9)	Yếu (< 5.0)
1	Kỹ năng diễn đạt & Thao tác tư duy	30%	CLO3 (Mức 3)	Diễn đạt trôi chảy, phối hợp nhuần nhuyễn ngôn ngữ	Trình bày rõ ràng; mạch lạc; tự tin trong việc	Nói rõ ý nhưng còn phụ thuộc tài liệu; thao tác trình diễn	Diễn đạt lúng túng; chủ yếu là đọc lại slide; không

STT	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	CLO đo lường	Xuất sắc (8.5 - 10)	Khá (7.0 - 8.4)	Trung bình (5.0 - 6.9)	Yếu (< 5.0)
				cơ thể, làm chủ hoàn toàn bài nói.	truyền tải nội dung.	chưa chuyên nghiệp.	kiểm soát được bài nói.
2	Năng lực phản biện trực tiếp	40%	CLO3 (Mức 3)	Phản xạ cực nhanh; biện luận sắc sảo và bảo vệ quan điểm vững vàng trước chất vấn	Trả lời đúng trọng tâm câu hỏi; lập luận khá logic và thuyết phục.	Trả lời được nhưng còn lúng túng, lập luận chưa thực sự chặt chẽ	Không phản biện được; hoặc giải thích sai lệch hoàn toàn vấn đề được hỏi.
3	Kỹ năng phối hợp & Tương tác nhóm	30%	CLO3 (Mức 3)	Thể hiện sự phối hợp "cơ chế" nhịp nhàng giữa các thành viên; hỗ trợ nhau hoàn hảo.	Nhóm có sự phân công rõ ràng; hỗ trợ nhau tốt trong phần phản biện.	Các thành viên có tham gia nhưng sự gắn kết trong tương tác còn yếu.	Hoạt động rời rạc, không thể hiện được vai trò của làm việc nhóm.

c. Rubric đánh giá tiểu luận

STT	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	CLO đo lường	Xuất sắc (8.5 – 10)	Khá (7.0 – 8.4)	Trung bình (5.0 – 6.9)	Yếu (<5.0)
1	Xác định chủ đề, tên tiểu luận và mục tiêu nghiên cứu	20%	CLO2	Xác định rõ chủ đề. Tên tiểu luận, mục tiêu phù hợp và có ý nghĩa	Xác định đúng nhưng mục tiêu chưa thật rõ	Tên tiểu luận còn chung chung	Tên tiểu luận còn rất đại khái, chưa thể hiện được mục tiêu

STT	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	CLO đo lường	Xuất sắc (8.5 – 10)	Khá (7.0 – 8.4)	Trung bình (5.0 – 6.9)	Yếu (<5.0)
2	Tìm kiếm và sử dụng tài liệu tham khảo	20%	CLO2	Tìm được tài liệu phù hợp, biết trích dẫn cơ bản	Có tài liệu tham khảo nhưng chưa đa dạng	Tài liệu còn ít hoặc chưa phù hợp	Tài liệu còn ít hoặc chưa phù hợp
3	Xây dựng nội dung đề cương nghiên cứu	30%	CLO2, CLO3	Tiểu luận đầy đủ, trình bày logic, có tính khả thi	Tiểu luận tương đối đầy đủ	Tiểu luận còn sơ sài	Tiểu luận còn rất sơ sài
4	Kỹ năng trình bày học thuật	15%	CLO2	Trình bày rõ ràng, đúng quy định, ít lỗi	Trình bày tương đối tốt	Còn nhiều lỗi trình bày	Còn nhiều lỗi trình bày
5	Tinh thần học tập và trách nhiệm	15%	CLO5	Chủ động, nộp bài đúng hạn, có đầu tư	Tham gia khá đầy đủ	Tham gia còn hạn chế	Tham gia còn rất hạn chế

Lưu ý cho việc thống kê đạt chuẩn:

- CLO2 (Nhận thức): Được đo lường chủ yếu qua Tiêu chí 1 của bài viết. Nếu sinh viên đạt từ 5.0 trở lên ở tiêu chí này, nghĩa là đã đạt chuẩn CLO2 ở mức độ "Hiếu".
- CLO3 (Tâm vận động): Được đo lường tổng hợp qua Tiêu chí 2 của bài viết và tất cả tiêu chí thuyết trình. Đây là điểm số thể hiện kỹ năng biện luận và phản xạ thực tế của sinh viên

12. Tài liệu phục vụ cho học phần

12.1. Tài liệu chính

- Phạm Văn Quyết, Nguyễn Quý Thanh, Phương Pháp nghiên cứu Xã hội học, NXB Đại học quốc gia Hà Nội.

- Hoàng Như Mai, Vấn đề giữ gìn văn hóa truyền thống và xây dựng nền văn hóa hiện đại mang bản sắc dân tộc ở TP Hồ Chí Minh: báo cáo tổng kết điều tra xã hội học: Đề tài khoa học -Tp.HCM Sở khoa học, công nghệ và môi trường.

12.2. Tài liệu tham khảo

- Lê Minh Tiến, Phương pháp thống kê trong nghiên cứu xã hội, Nxb Trẻ.
- Đào Hữu Hồ, Giáo trình thống kê xã hội học, Nxb Giáo dục Việt Nam.

TP. Hồ Chí Minh, ngày 4 tháng 6 năm 2025

Trưởng Khối ngành

(Ký và ghi rõ họ tên)



Nguyễn Thị Hồng Thủy

Giảng viên

(Ký và ghi rõ họ tên)



Lê Thị Hoàng Liễu



PHIẾU CHẤM THUYẾT TRÌNH VÀ PHẢN BIỆN NHÓM

Đánh giá theo Rubrics năng lực thực hiện CLO3

Học phần: Điều tra xã hội học

Lớp/Nhóm:

Chủ đề:

Giảng viên chấm:

Ngày chấm:

STT	Tiêu chí đánh giá	Điểm	Xuất sắc (85-100-%)	Khá (70-84%)	Trung bình (50-69%)	Yếu (<50%)	Điểm thành phần
1	Kỹ năng diễn đạt & thao tác tư duy	3	Diễn đạt trôi chảy; phối hợp nhuần nhuyễn ngôn ngữ cơ thể; làm chủ hoàn toàn bài nói.	Trình bày rõ ràng; mạch lạc; tự tin trong truyền tải nội dung	Nói rõ ý nhưng còn phụ thuộc tài liệu; thao tác trình diễn chưa chuyên nghiệp.	Diễn đạt lúng túng; chủ yếu đọc slide; không kiểm soát được bài nói.	
2	Năng lực phản biện trực tiếp	4	Phản xạ cực nhanh; biện luận sắc sảo; bảo vệ quan điểm vững vàng.	Trả lời đúng trọng tâm; lập luận logic và thuyết phục.	Trả lời được nhưng còn lúng túng; lập luận chưa chặt chẽ.	Không phản biện được hoặc giải thích sai lệch vấn đề.	
3	Kỹ năng phối hợp & tương tác nhóm	3	Phối hợp nhịp nhàng; hỗ trợ nhau hoàn hảo trong phản biện.	Phản công rõ ràng; hỗ trợ nhau tốt trong phản trình bày	Các thành viên có tham gia nhưng tương tác còn yếu.	Hoạt động rời rạc; không thể hiện vai trò làm việc nhóm.	
TỔNG ĐIỂM							10.0



Nhận xét của giảng viên:

Điểm số
.....

Điểm chữ
.....

Xếp loại
.....

Mức đạt CLO
.....

GIẢNG VIÊN CHĂM
(Ký và ghi rõ họ tên)



PHIẾU CHẤM TIỂU LUẬN

Đánh giá theo Rubrics đánh giá năng lực làm tiểu luận qua CLOs

Học phần: Điều tra xã hội học

Lớp/Nhóm/Cá nhân:

Chủ đề:

Giảng viên chấm:

Ngày chấm:

TT	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	CLO đo	Xuất sắc (8.5 – 10)	Khá (7.0 – 8.4)	Trung bình (5.0 – 6.9)	Yếu (<5.0)	Điểm
1	Xác định chủ đề, tên tiểu luận và mục tiêu nghiên cứu	20%	CLO2	Xác định rõ chủ đề, Tên tiểu luận, mục tiêu phù hợp và có ý nghĩa	Xác định đúng nhưng mục tiêu chưa thật rõ	Tên tiểu luận còn chung chung	Tên tiểu luận còn rất đại khái, chưa thể hiện được mục tiêu	
2	Tìm kiếm và sử dụng tài liệu tham khảo	20%	CLO2	Tìm được tài liệu phù hợp, biết trích dẫn cơ bản	Có tài liệu tham khảo nhưng chưa đa dạng	Tài liệu còn ít hoặc chưa phù hợp	Tài liệu còn ít hoặc chưa phù hợp	
3	Xây dựng nội dung đề cương nghiên cứu	30%	CLO2, CLO3	Tiểu luận đầy đủ, trình bày logic, có tính khả thi	Tiểu luận tương đối đầy đủ	Tiểu luận còn sơ sài	Tiểu luận còn rất sơ sài	
4	Kỹ năng trình bày học thuật	15%	CLO2	Trình bày rõ ràng, đúng quy định, ít lỗi	Trình bày tương đối tốt	Còn nhiều lỗi trình bày	Còn nhiều lỗi trình bày	



TT	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	CLO đo	Xuất sắc (8.5 – 10)	Khá (7.0 – 8.4)	Trung bình (5.0 – 6.9)	Yếu (<5.0)	Điểm
5	Tinh thần học tập và trách nhiệm	15%	CLO5	Chủ động, nộp bài đúng hạn, có đầu tư	Tham gia khá đầy đủ	Tham gia còn hạn chế	Tham gia còn rất hạn chế	
TỔNG ĐIỂM								

Nhận xét của giảng viên:

Điểm số	Điểm chữ	Xếp loại	Mức đạt CLO
.....			

GIẢNG VIÊN CHẤM
(Ký và ghi rõ họ tên)

Trưởng Đại học Văn Hiến





ĐỀ CƯƠNG CHI TIẾT HỌC PHẦN

1. Thông tin về học phần

- Tên học phần: **Báo cáo chuyên đề thực tiễn/ Practical Topic Report**
- Mã học phần: PUR311
- Số tín chỉ: 1
- bậc đào tạo: Đại học
- Loại học phần (bắt buộc/tự chọn): Bắt buộc
- Học phần tiên quyết/ Học phần trước: PUR302, PUR303, PUR406, PUR425, PUR447.
- Đơn vị phụ trách: Khoa KHXH&NV
- Số tín chỉ: 01 ; Số giờ: 50 , trong đó:
 - Hoạt động giảng dạy trên lớp: 15 Giờ
 - + Giờ giảng: 15 Giờ
 - + Thảo luận: 0 Giờ
 - Giờ kiểm tra: 0 Giờ
 - Giờ tự học: 35 Giờ

2. Thông tin về giảng viên

Giảng viên 1:

- Họ và tên: Phạm Thị Hương
- Chức danh, học vị: Thạc sĩ
- Thời gian làm việc: Giờ hành chính (8:00 -16:00)
- Địa điểm làm việc: Khoa KHXH&NV, Trường Đại học ĐH Văn Hiến
- Điện thoại: 0934976916
- Email: huongpt@vhu.edu.vn

Giảng viên 2:

- Họ và tên: Phạm Quốc Hưng
- Chức danh, học vị: Thạc Sĩ
- Thời gian làm việc: Giờ hành chính (8:00 -16:00)
- Địa điểm làm việc: Khoa KHXH&NV, Trường Đại học Văn Hiến
- Điện thoại: 0938503461
- Email: HungPQ@vhu.edu.vn



3. Tóm tắt nội dung học phần

Học phần bao gồm 03 chương, trình bày các kiến thức tổng quan về vai trò, tầm quan trọng của PR đối với doanh nghiệp, cách thức hoạch định chiến lược truyền thông cho 1 sản phẩm truyền thông và báo cáo sản phẩm. Bên cạnh đó, môn học tích hợp giảng dạy các kỹ năng lên ý tưởng, viết kịch bản, nhận biết xu thế truyền thông.

4. Mục tiêu của học phần

Học phần thực tiễn trang bị cho người học kiến thức nền tảng về hoạt động truyền thông, tổ chức sự kiện, sáng tạo nội dung truyền thông và kỹ thuật viết thông cáo báo chí trong doanh nghiệp. Trên cơ sở đó, học phần phát triển khả năng vận dụng kiến thức chuyên môn để lên ý tưởng, viết kịch bản, hoạch định chiến lược, xử lý các tình huống truyền thông thực tế, thuyết trình và lập báo cáo/ấn phẩm chuyên nghiệp; đồng thời hình thành tác phong làm việc chuyên cần, chủ động, tinh thần trách nhiệm và ý thức tôn trọng đạo đức nghề nghiệp khi tham gia các hoạt động thực tiễn của ngành Quan hệ công chúng.

5. Chuẩn đầu ra của học phần:

Mã CDR	Nội dung chuẩn đầu ra	Mức độ
CLO1	Phân tích được tổng quan kiến thức thực tế về hoạt động truyền thông, tổ chức sự kiện, sáng tạo nội dung và kỹ thuật báo chí trong doanh nghiệp.	Mức 4 (Phân tích)
CLO 2	Đánh giá được quy trình lên ý tưởng, viết kịch bản và cách thức thiết kế kế hoạch cho một ấn phẩm hoặc sự kiện truyền thông cụ thể.	Mức 5 (Đánh giá)
CLO 3	Vận dụng linh hoạt các kiến thức chuyên sâu để triển khai sản phẩm, giải quyết tình huống thực tế và thực hiện báo cáo chuyên môn.	Mức 3 (Chuẩn hóa)
CLO 4	Tuân thủ nghiêm túc các nguyên tắc đạo đức nghề nghiệp, thể hiện ý thức trách nhiệm và tác phong chuyên nghiệp trong suốt quá trình thực hiện công việc.	Mức 5 (Đặc trưng hóa các giá trị)

Ma trận liên kết/tương thích giữa CLOs và PLOs

Chuẩn đầu ra	PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5	PLO6	PLO7	PLO8
CLO1		X						
CLO2			X					
CLO3							X	
CLO4								X

6. Nội dung chi tiết của học phần

6.1. Lý thuyết

Chương	Nội dung
Chương 1.	Tổng quan về chuyên ngành truyền thông và sáng tạo nội dung và chuyên ngành Tổ chức sự kiện
1.1.	Tổng quan
1.2.	Những đặc điểm nổi bật
Chương 2.	Sáng tạo ấn phẩm truyền thông
2.1.	Việc lên ý tưởng
2.2.	Cách thức thực hiện
Chương 3.	Báo cáo ấn phẩm truyền thông

6.2. Thực hành

	Nội dung
6.2.1.	Người học hiểu lý thuyết, từ đó vận dụng vào bài tập cá nhân để hoàn thành bài báo cáo chuyên đề
6.2.2.	Người học tạo nhóm để làm việc cùng nhau như: Tìm tài liệu, phân tích, góp ý và hoàn thiện bài báo cáo Các nhóm báo cáo kết quả làm việc trước lớp

7. Phân bổ thời gian theo tiết (1 tín chỉ = 15 giờ)

Chương	Tên chương	Số tiết tín chỉ					Ghi chú
		Lý thuyết	Bài tập	Thực hành	Tự học	Tổng	
1	Tổng quan về chuyên ngành truyền thông và sáng tạo nội dung và chuyên ngành Tổ chức sự kiện	3		2	10	15	
2	Sáng tạo ấn phẩm truyền thông	2		3	15	20	
3	Báo cáo ấn phẩm truyền thông	2		3	10	15	
Tổng		7		8	35	50	

CÁC CHỦ ĐỀ THẢO LUẬN VÀ TIỂU LUẬN

1. Đề xuất ý tưởng về sự kiện.
2. Xác định các nhóm công chúng liên quan đến sự kiện.
3. Cách viết tin và viết bài thông cáo báo chí hiệu quả sau sự kiện.

Ma trận liên kết/tương thích giữa CLOs và nội dung (các chương) của học phần

Nội dung chương	CLO1	CLO2	CLO3	CLO4
Tổng quan về chuyên ngành truyền thông và sáng tạo nội dung và chuyên ngành Tổ chức sự kiện	X			X
Sáng tạo ấn phẩm truyền thông		X	X	
Báo cáo ấn phẩm truyền thông			X	X

8. Phương pháp giảng dạy- học tập

8.1. Phương pháp giảng dạy:

- Hướng dẫn
- Giao nhiệm vụ

8.2. Phương pháp học tập:

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

- Nghe giảng, ghi chép.
- Thực hiện nhiệm vụ.
- Viết báo cáo

Ma trận liên kết/tương thích giữa CLOs với phương pháp giảng dạy- học

Phương pháp giảng dạy	CLO1	CLO2	CLO3	CLO4
Hướng dẫn	X	X	X	
Giao nhiệm vụ	X	X	X	X
Nghe giảng, ghi chép	X	X	X	
Thực hiện nhiệm vụ	X	X	X	X
Viết báo cáo	X	X	X	X

9. 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 30% 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.
- Hoàn thành và nộp bài báo cáo chuyên đề (Thay cho thi kết thúc học phần).

10. 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.

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

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

TT	Điểm thành phần	Hình thức đánh giá	Trọng số
1	Quá trình	Chuyên cần và tham gia học tập (10%) Thuyết trình – Phản biện nhóm (30%)	40%
2	Kết thúc học phần	Tiểu luận	60%

Điểm đánh giá quá trình: trong số 40% bao gồm:

- Điểm chuyên cần: 10 điểm, trọng số 10%

Tiêu chí đánh giá	Mức độ đạt chuẩn quy định					Trọng số
	Mức F (0-3.9)	Mức D (4.0-5.4)	Mức C (5.5-6.9)	Mức B (7.0-8.4)	Mức A (8.5-10)	
Chuyên cần, tham gia học tập (CLO4)	Vắng quá 30% số buổi; không tham gia hoạt động học tập.	Tham gia dưới 50% số buổi; chuẩn bị bài rất hạn chế.	Tham gia khoảng 50%-70% số buổi; có chuẩn bị nhưng đóng góp chưa thường xuyên.	Tham gia khoảng 70%-90% số buổi; chuẩn bị bài và đóng góp tương đối tích cực.	Tham gia đầy đủ; chuẩn bị bài tốt; tích cực thảo luận, hỗ trợ nhóm và nộp nhiệm vụ đúng hạn.	100%

- Điểm kiểm tra thường xuyên: trọng số 30%. Theo thang điểm 10, dựa trên đáp án và hướng dẫn điểm được thiết kế sẵn.

11.2. Kế hoạch đo CLOs

Đánh giá người học/ Assessments	CLOs	Trọng số (%)	Miền/ Domain	Thời gian	Công cụ	Ghi chú	Điểm lấy dữ liệu
Phần I: Thi cuối kỳ (Báo cáo chuyên đề)	CLO2, CLO3, CLO4	60%	Kiến thức, Kỹ năng, Thái độ	Tuần cuối	Tiểu luận	Phân tích thực tiễn + viết báo cáo + làm việc nhóm	Lấy dữ liệu đo CLO2; CLO3, CLO4
Phần II: Quá trình	CLO1, CLO2, CLO3	30%	Kiến thức, Kỹ năng	Giữa kỳ	Bài tập + thuyết trình	Phân tích tình huống và chuẩn bị báo cáo	Lấy dữ liệu đo CLO1, CLO2, CLO3
	CLO4	10%	Thái độ	Suốt kỳ	Chuyên cần + tham gia nhóm	Trách nhiệm và phối hợp	Lấy dữ liệu đo CLO4

11.3. Công cụ đo CLO

a. Ma trận đặc tả

Hình thức đánh giá	Nội dung trọng tâm	CLO	Mức độ (Bloom)	Công cụ đo	Minh chứng
Chuyên cần & tham gia (10%)	- Tinh thần, thái độ tham gia đầy đủ các buổi báo cáo chuyên đề thực tiễn. - Mức độ chủ động tương tác, phát vấn và thảo luận các tình huống thực tế cùng giảng viên.	CLO4	Mức độ 3 (Apply)	- Bảng kiểm chuyên cần - Phiếu quan sát lớp học và ghi nhận phát vấn	- DS điểm danh - Nhật ký đánh giá mức độ tương tác của GV
Thuyết trình nhóm	Vận dụng kiến thức tổng hợp để Phân tích và đánh giá thực trạng tại một tổ chức/doanh	CLO2 CLO3	Mức độ 2-3 (Understand - Apply)	Rubric đánh giá bài thuyết trình	Slide bài thuyết trình

Hình thức đánh giá	Nội dung trọng tâm	CLO	Mức độ (Bloom)	Công cụ đo	Minh chứng
(30%)	nghiệp cụ thể dựa trên: • Chuyên đề 1: Thực tiễn hoạt động PR và Quan hệ công chúng tại tổ chức. • Chuyên đề 2: Thực tiễn hoạt động Báo chí và Quan hệ truyền thông tại tổ chức.			nhóm • Tiêu chí chấm điểm và biên bản phản biện nhóm	(PPT) • Phiếu chấm điểm của giảng viên & biên bản làm việc nhóm
Tiểu luận cuối kỳ (60%)	Tổng hợp và vận dụng linh hoạt kiến thức toàn diện của học phần, tập trung sâu vào nội dung Chuyên đề 3 để giải quyết bài toán thực tế cho một tổ chức giả định hoặc có thật: • Chuyên đề 3: Thực tiễn triển khai sản phẩm, sự kiện và xử lý khủng hoảng truyền thông tại tổ chức. • Yêu cầu: Phác thảo kế hoạch/quy trình triển khai một sản phẩm/sự kiện cụ thể và đề xuất kịch bản dự phòng hoặc xử lý khủng hoảng truyền thông.	CLO1 CLO2 CLO3	Mức độ 3 (Apply)	• Rubric chấm bài tiểu luận cuối kỳ (Đánh giá các tiêu chí: cấu trúc, tính thực tiễn, giải pháp sản phẩm/sự kiện và kịch bản xử lý khủng hoảng)	• Quyền báo cáo tiểu luận hoàn chỉnh (Bản in hoặc file PDF)

Rubrics định nghĩa mức năng lực cho các CLO1 – CLO4

CLO	Mức 1: YẾU (0–4.9)	Mức 2: TRUNG BÌNH (5.0–6.9)	Mức 3: KHÁ (7.0–8.4)	Mức 4: GIỎI (8.5–10)
CLO1 Phân tích và hệ thống hóa kiến thức thực tế về truyền thông, sự kiện, báo chí và PR.	Không nhận diện hoặc phân tích sai các kiến thức thực tế cơ bản từ các chuyên đề báo cáo; không liên hệ được lý thuyết.	Nhận diện được các khái niệm và hoạt động thực tế cơ bản nhưng phân tích còn hời hợt; mối liên hệ giữa lý thuyết và thực tiễn chưa rõ ràng.	Phân tích rõ ràng, hợp lý và chính xác phần lớn các nội dung kiến thức thực tế từ chuyên đề; biết liên hệ thực tiễn doanh nghiệp.	Phân tích sâu sắc, toàn diện và có tính hệ thống cao; đánh giá sắc bén và gắn kết nhuần nhuyễn giữa nền tảng lý luận với thực tế ngành.
CLO2 Đánh giá quy trình lên ý tưởng, kịch bản, thiết kế kế hoạch và sản phẩm truyền thông.	Không đánh giá được quy trình thực tế; các đề xuất về ý tưởng, kịch bản hoặc kế hoạch truyền thông rời rạc, không có tính khả thi.	Đánh giá được các bước quy trình cơ bản; ý tưởng kịch bản hoặc giải pháp truyền thông còn đơn giản, thiếu tính sáng tạo hoặc đột phá.	Đánh giá cấu trúc quy trình rõ ràng; ý tưởng kịch bản và kế hoạch truyền thông có tính logic, mạch lạc và có tính khả thi cao trong thực tế.	Đánh giá xuất sắc, thể hiện tư duy chiến lược; ý tưởng kịch bản độc đáo, sáng tạo; giải pháp thiết kế kế hoạch tối ưu và chuyên nghiệp.
CLO3 Vận dụng linh hoạt kiến thức để triển khai sản phẩm, xử lý tình huống và hoàn thành báo cáo.	Không vận dụng được kiến thức chuyên đề; sản phẩm/báo cáo không đạt yêu cầu chuyên môn hoặc xử lý tình huống sai lệch hoàn toàn.	Vận dụng kiến thức ở mức cơ bản; sản phẩm/kịch bản truyền thông có cấu trúc cơ bản nhưng thiếu chiều sâu; báo cáo còn sơ sài.	Vận dụng linh hoạt các kỹ thuật để triển khai sản phẩm/sự kiện; đề xuất giải pháp xử lý tình huống/khủng hoảng phù hợp và mạch lạc.	Vận dụng sáng tạo kỹ thuật chuyên sâu; sản phẩm/sự kiện hoàn thiện xuất sắc; giải pháp xử lý khủng hoảng thông minh; báo cáo chuyên nghiệp.

CLO	Mức 1: YẾU (0–4.9)	Mức 2: TRUNG BÌNH (5.0–6.9)	Mức 3: KHÁ (7.0–8.4)	Mức 4: GIỎI (8.5–10)
CLO4 Thể hiện trách nhiệm, đạo đức nghề nghiệp và tác phong làm việc chuyên nghiệp.	Thường xuyên vắng mặt, không chủ động tương tác; vi phạm thời gian, tiến độ hoặc các quy tắc đạo đức nghề nghiệp/truyền thông.	Tham gia đầy đủ các buổi học nhưng thụ động; hoàn thành trách nhiệm ở mức tối thiểu; tinh thần phối hợp đội nhóm chưa cao.	Tham gia tích cực, có trách nhiệm cao; đóng góp ý kiến xây dựng trong thảo luận; tuân thủ đạo đức nghề nghiệp và tác phong đúng giờ.	Rất tích cực, chủ động tương tác với chuyên gia; gương mẫu, sáng tạo trong điều phối nhóm; thể hiện tác phong lãnh đạo và trách nhiệm tuyệt đối.

Mô tả tổng quát mức năng lực qua điểm số (10 điểm)

- **Mức Giỏi (8.5 – 10):** Hiểu rõ kiến thức, giải thích logic, có khả năng liên hệ thực tiễn.
- **Mức Khá (7.0 – 8.4):** Nắm vững nội dung cơ bản, giải thích tương đối đầy đủ.
- **Mức Trung bình (5.0 – 6.9):** Hiểu ở mức cơ bản, còn hạn chế trong giải thích và liên hệ.
- **Mức Yếu (<5.0):** Chưa nắm được kiến thức cốt lõi, trả lời thiếu chính xác.

b. Rubric đánh giá tiểu luận

Mục tiêu: Đo lường được khả năng phân tích tổng quan kiến thức thực tế về hoạt động truyền thông, tổ chức sự kiện, sáng tạo nội dung và kỹ thuật báo chí trong doanh nghiệp (CLO 1), Đánh giá được quy trình lên ý tưởng, viết kịch bản và cách thức thiết kế kế hoạch cho một ấn phẩm hoặc sự kiện truyền thông cụ thể. (CLO 2); vận dụng linh hoạt các kiến thức chuyên sâu để triển khai sản phẩm, giải quyết tình huống thực tế và thực hiện báo cáo chuyên môn (CLO 3) và mức độ tuân thủ nghiêm túc các nguyên tắc đạo đức nghề nghiệp, thể hiện ý thức trách nhiệm và tác phong chuyên nghiệp trong suốt quá trình thực hiện công việc (CLO4).

STT	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	CLO đo lường	Xuất sắc (8.5 - 10)	Khá (7.0 - 8.4)	Trung bình (5.0 - 6.9)	Yếu (< 5.0)
1	Phân tích tổng			Phân tích chính xác, sâu sắc bối	Trình bày đúng và đủ các vấn đề	Trình bày được một số hoạt	Hiểu sai hoặc thiếu hụt

STT	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	CLO đo lường	Xuất sắc (8.5 - 10)	Khá (7.0 - 8.4)	Trung bình (5.0 - 6.9)	Yếu (< 5.0)
	quan thực tiễn ngành truyền thông tại tổ chức	30%	CLO 1	cảnh thực tế về hoạt động truyền thông, tổ chức sự kiện và sáng tạo nội dung của doanh nghiệp; làm rõ hệ thống lý luận nền tảng áp dụng tại đơn vị.	thực tiễn về truyền thông, sự kiện tại doanh nghiệp; có hệ thống khái niệm rõ ràng nhưng chưa phân tích sâu bối cảnh hoạt động.	động truyền thông thực tế tại đơn vị nhưng nội dung còn rời rạc, chưa làm rõ được bản chất và đặc điểm kỹ thuật báo chí/media của tổ chức.	ngghiêm trọng các nội dung thực tiễn và khái niệm truyền thông/sự kiện cốt lõi trong tâm điểm khảo sát của học phần.
2	Năng lực đánh giá quy trình thiết kế kịch bản và kế hoạch	30%	CLO 2	Đánh giá sắc sảo, logic quy trình lên ý tưởng, cấu trúc kịch bản và phương thức thiết kế kế hoạch của ấn phẩm/sự kiện; đưa ra minh chứng số liệu và lập	Đánh giá đúng hướng thực trạng quy trình lên ý tưởng và thiết kế kế hoạch; lập luận khá logic nhưng các nhận định đánh giá còn mang tính chung chung.	Có liên hệ đến quy trình lên ý tưởng, kịch bản hoặc kế hoạch thực tế nhưng phân tích mang tính liệt kê, thiếu lập luận chuyên sâu và giải quyết case study còn hời hợt	Không có sự đánh giá hoặc phân tích quy trình thiết kế kế hoạch/kịch bản thực tiễn; giải thích sai lệch hoàn toàn hoạt động nghiệp vụ PR.

STT	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	CLO đo lường	Xuất sắc (8.5 - 10)	Kha (7.0 - 8.4)	Trung bình (5.0 - 6.9)	Yếu (< 5.0)
				luận thuyết phục.			
3	Kỹ năng vận dụng triển khai sản phẩm và lập báo cáo chuyên môn	20%	CLO 3	Bố cục báo cáo chuyên đề khoa học, mạch lạc theo đúng quy định; giải quyết tình huống thực tế linh hoạt; trích dẫn nguồn dữ liệu chính xác; văn phong nghị luận chuyên nghiệp.	Bố cục rõ ràng, đúng quy định định dạng báo cáo chuyên đề; giải quyết được các yêu cầu thực hành cơ bản; văn phong nghị luận khá tốt; trích dẫn tài liệu đầy đủ.	Bố cục đủ phần nhưng trình bày chưa đẹp; còn lỗi diễn đạt, lỗi kỹ thuật xây dựng văn bản hoặc thiếu sót nhỏ trong trích dẫn dữ liệu.	Trình bày cầu thả; không tuân thủ đúng quy chuẩn cấu trúc báo cáo chuyên đề và quy định trình bày văn bản học thuật; kỹ năng giải quyết bài tập yếu.
4	Mức độ tuân thủ đạo đức nghề nghiệp và trách nhiệm chuyên môn	20%	CLO 4	Thể hiện tuyệt đối tính trung thực trong dữ liệu; bảo mật thông tin doanh nghiệp tốt; hoàn thành báo cáo xuất sắc đúng hạn; tác phong	Tuân thủ tốt các nguyên tắc đạo đức và quy định bảo mật; hoàn thành đầy đủ nội dung báo cáo đúng tiến độ; có ý thức trách nhiệm đối	Có ý thức tổ chức kỷ luật nhưng tiến độ thực hiện còn chậm; nội dung báo cáo đôi chỗ chưa đảm bảo tính khách quan hoặc còn phụ	Vi phạm đạo đức nghề nghiệp (sao chép dữ liệu, đạo văn); không tuân thủ quy định bảo mật hoặc trễ hạn nộp báo cáo

STT	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	CLO đo lường	Xuất sắc (8.5 - 10)	Khá (7.0 - 8.4)	Trung bình (5.0 - 6.9)	Yếu (< 5.0)
				làm việc cực kỳ chuyên nghiệp.	với công việc được giao.	thuộc vào nhắc nhở.	nghiêm trọng; thiếu trách nhiệm trong công việc.

c. Rubric đánh giá thuyết trình và phân biện

Mục tiêu: Đo lường kỹ năng Tâm vận động (CLO 2) qua phản xạ tư duy và đánh giá Mức độ tự chủ và trách nhiệm (CLO 4) qua tương tác trực tiếp.

STT	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	CLO đo lường	Xuất sắc (8.5 - 10)	Khá (7.0 - 8.4)	Trung bình (5.0 - 6.9)	Yếu (< 5.0)
I	Kỹ năng diễn đạt & Thao tác tư duy	30%	CLO 4 (Thái độ / Hành vi)	Diễn đạt trôi chảy; sử dụng thuật ngữ kinh tế chính xác ; phối hợp nhuần nhuyễn ngôn ngữ cơ thể; làm chủ hoàn toàn tiến trình bài nói.	Trình bày rõ ràng; mạch lạc; cấu trúc bài thuyết trình logic ; tự tin trong việc truyền tải nội dung chuyên đề kinh tế.	Nói rõ ý nhưng còn phụ thuộc nhiều vào tài liệu hoặc slide ; thao tác trình diễn chuyên đề chưa chuyên nghiệp	Diễn đạt lung tung; chủ yếu là đọc lại slide ; không kiểm soát được nội dung và thời gian báo cáo.

STT	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	CLO đo lường	Xuất sắc (8.5 - 10)	Khá (7.0 - 8.4)	Trung bình (5.0 - 6.9)	Yếu (< 5.0)
2	Năng lực phản biện trực tiếp	40%	CLO 2 (Kỹ năng / Phân tích)	Phản xạ cực nhanh; vận dụng lý thuyết kinh tế số/toàn cầu hóa để biện luận sắc sảo, bảo vệ quan điểm vững vàng trước các câu hỏi chất vấn.	Trả lời đúng trọng tâm câu hỏi thực tiễn của tình huống; lập luận phân tích khá logic và có minh chứng thuyết phục	Trả lời được câu hỏi thực tiễn nhưng còn lúng túng; lập luận dừng lại ở mô tả thô, chưa thực sự chặt chẽ.	Không phản biện được; hoặc giải thích sai lệch hoàn toàn bản chất vấn đề hoạt động kinh tế được hỏi.
3	Kỹ năng phối hợp & Tương tác nhóm	30%	CLO 4 (Thái độ / Tự chủ)	Các thành viên thể hiện sự phối hợp nhịp nhàng theo một "cơ chế" đồng đều; hỗ trợ nhau hoàn hảo trong cả bài nói và phản biện.	Nhóm có sự phân công công việc rõ ràng; các thành viên tương tác tốt và hỗ trợ nhau hiệu quả khi giải trình chất vấn.	Các thành viên có tham gia đóng góp nhưng sự gắn kết và hỗ trợ lẫn nhau trong tương tác nhóm còn yếu.	Hoạt động của các thành viên rời rạc; đùn đẩy trách nhiệm; không thể hiện được vai trò của làm việc nhóm.

12. Tài liệu phục vụ cho học phần (các tài liệu xuất bản từ năm 2019 trở lại đây)

12.1. Tài liệu chính

- Đinh Thị Thúy Hằng (2020), Pr Lý luận và ứng dụng, NXB Lao động – Xã hội

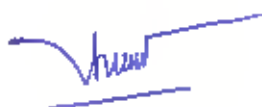
12.2. Tài liệu tham khảo

- Hồ Thị Hồng Hà. (2018). *Giáo trình văn học ứng dụng dành cho ngành Quan hệ công chúng*. Tp.HCM: Đại học Quốc gia Tp.HCM.

TP.Hồ Chí Minh, ngày 04 tháng 06 năm 2025

Trưởng Khối ngành

(Ký và ghi rõ họ tên)



Nguyễn Thị Hồng Thủy

Giảng viên biên soạn

(Ký và ghi rõ họ tên)



Phạm Thị Hương



PHIẾU CHẤM THUYẾT TRÌNH VÀ PHẢN BIỆN NHÓM

Đánh giá theo Rubrics năng lực thực hiện CLO3

Học phần: Báo cáo chuyên đề thực tiễn

Lớp/Nhóm:

Chủ đề:

Giảng viên chấm:

Ngày chấm:

STT	Tiêu chí đánh giá	Điểm	Xuất sắc (85-100-%)	Khá (70-84%)	Trung bình (50-69%)	Yếu (<50%)	Điểm thành phần
1	Kỹ năng diễn đạt & thao tác tư duy	3	Diễn đạt trôi chảy; phối hợp nhuần nhuyễn ngôn ngữ cơ thể; làm chủ hoàn toàn bài nói.	Trình bày rõ ràng; mạch lạc; tự tin trong truyền tải nội dung.	Nói rõ ý nhưng còn phụ thuộc tài liệu; thao tác trình diễn chưa chuyên nghiệp.	Diễn đạt lúng túng; chủ yếu đọc slide; không kiểm soát được bài nói.	
2	Năng lực phản biện trực tiếp	4	Phản xạ cực nhanh; biện luận sắc sảo; bảo vệ quan điểm vững vàng.	Trả lời đúng trọng tâm; lập luận logic và thuyết phục.	Trả lời được nhưng còn lúng túng; lập luận chưa chặt chẽ.	Không phản biện được hoặc giải thích sai lệch vấn đề.	
3	Kỹ năng phối hợp & tương tác nhóm	3	Phối hợp nhịp nhàng; hỗ trợ nhau hoàn hảo trong phản biện.	Phân công rõ ràng; hỗ trợ nhau tốt trong phần trình bày.	Các thành viên có tham gia nhưng tương tác còn yếu.	Hoạt động rời rạc; không thể hiện vai trò làm việc nhóm.	
TỔNG ĐIỂM							10.0

Nhận xét của giảng viên:

Điểm số

Điểm chữ

Xếp loại

Mức đạt CLO

.....

.....

.....

.....

GIẢNG VIÊN CHĂM
(Ký và ghi rõ họ tên)

PHIẾU CHẤM TIỂU LUẬN

Đánh giá theo Rubrics đánh giá năng lực làm tiểu luận qua CLOs

Học phần: Báo cáo chuyên đề thực tiễn

Lớp/Nhóm/Cá nhân:

Chủ đề:

Giảng viên chấm:

Ngày chấm:

TT	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	CLO đo	Xuất sắc (8.5 – 10)	Khá (7.0 – 8.4)	Trung bình (5.0 – 6.9)	Yếu (<5.0)	Điểm
1	Phân tích tổng quan thực tiễn ngành truyền thông tại tổ chức	30%	CLO 1	Phân tích chính xác, sâu sắc bối cảnh thực tế về hoạt động truyền thông, tổ chức sự kiện và sáng tạo nội dung của doanh nghiệp; làm rõ hệ thống lý luận nền tảng áp dụng tại đơn vị.	Trình bày đúng và đủ các vấn đề thực tiễn về truyền thông, sự kiện tại doanh nghiệp; có hệ thống khái niệm rõ ràng nhưng chưa phân tích sâu bối cảnh hoạt động.	Trình bày được một số hoạt động truyền thông thực tế tại đơn vị nhưng nội dung còn rời rạc, chưa làm rõ được bản chất và đặc điểm kỹ thuật báo chí/media của tổ chức.	Hiểu sai hoặc thiếu hụt nghiêm trọng các nội dung thực tiễn và khái niệm truyền thông/sự kiện cốt lõi trong tâm điểm khảo sát của học phần.	
2	Năng lực đánh giá quy trình thiết kế			Đánh giá sắc sảo, logic quy trình lên ý tưởng, cấu trúc kịch bản và phương thức	Đánh giá đúng hướng thực trạng quy trình lên ý tưởng và thiết kế kế hoạch;	Có liên hệ đến quy trình lên ý tưởng, kịch bản hoặc kế hoạch thực tế	Không có sự đánh giá hoặc phân tích quy trình thiết kế kế hoạch/kịch bản	

TT	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	CLO đo	Xuất sắc (8.5 – 10)	Khá (7.0 – 8.4)	Trung bình (5.0 – 6.9)	Yếu (<5.0)	Điểm
	kịch bản và kế hoạch	30%	CLO 2	thiết kế kế hoạch của ấn phẩm/sự kiện; đưa ra minh chứng số liệu và lập luận thuyết phục.	lập luận khá logic nhưng các nhân định đánh giá còn mang tính chung chung.	nhưng phân tích mang tính liệt kê, thiếu lập luận chuyên sâu và giải quyết case study còn hời hợt.	thực tiễn; giải thích sai lệch hoàn toàn hoạt động nghiệp vụ PR.	
3	Kỹ năng vận dụng triển khai sản phẩm và lập báo cáo chuyên môn	20%	CLO 3	Bổ cục báo cáo chuyên đề khoa học, mạch lạc theo đúng quy định; giải quyết tình huống thực tế linh hoạt; trích dẫn nguồn dữ liệu chính xác; văn phong nghị luận chuyên nghiệp.	Bổ cục rõ ràng, đúng quy định định dạng báo cáo chuyên đề; giải quyết được các yêu cầu thực hành cơ bản; văn phong nghị luận khá tốt; trích dẫn tài liệu đầy đủ.	Bổ cục đủ phần nhưng trình bày chưa đẹp; còn lỗi diễn đạt, lỗi kỹ thuật xây dựng văn bản hoặc thiếu sót nhỏ trong trích dẫn dữ liệu.	Trình bày câu trả; không tuân thủ đúng quy chuẩn cấu trúc báo cáo chuyên đề và quy định trình bày văn bản học thuật; kỹ năng giải quyết bài tập yếu.	
4	Mức độ tuân thủ đạo đức nghề nghiệp và trách nhiệm chuyên môn	20%	CLO 4	Thể hiện tuyệt đối tính trung thực trong dữ liệu; bảo mật thông tin doanh nghiệp tốt; hoàn thành báo cáo xuất sắc đúng hạn; tác	Tuân thủ tốt các nguyên tắc đạo đức và quy định đầy đủ hoàn thành báo cáo nội dung báo cáo đúng tiến độ; có ý thức trách nhiệm đối	Có ý thức tổ chức kỷ luật nhưng tiến độ thực hiện còn chậm; nội dung báo cáo đôi chỗ chưa đảm bảo tính khách quan hoặc	Vì phạm đạo đức nghề nghiệp (sao chép dữ liệu, đạo văn); không tuân thủ quy định bảo mật hoặc trễ hạn nộp báo cáo	

TT	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	CLO đo	Xuất sắc (8.5 – 10)	Khá (7.0 – 8.4)	Trung bình (5.0 – 6.9)	Yếu (<5.0)	Điểm
				phong làm việc cực kỳ chuyên nghiệp.	với công việc được giao.	còn phụ thuộc vào nhắc nhở.	ngghiêm trọng; thiếu trách nhiệm trong công việc.	
TỔNG ĐIỂM								

Nhận xét của giảng viên:

Điểm số
.....
Điểm chữ
.....
Xếp loại
.....
Mức đạt CLO
.....

GIẢNG VIÊN CHẤM
(Ký và ghi rõ họ tên)





ĐỀ CƯƠNG CHI TIẾT HỌC PHẦN

1. Thông tin về học phần

- Tên học phần: **Thực tập cơ sở ngành Quan hệ công chúng/ Foundation Internship in Public Relations**
 - Mã học phần: PUR491
 - Số tín chỉ: 3
 - Cấp đào tạo: Đại học
 - Loại học phần (bắt buộc/tự chọn): Bắt buộc
 - Học phần tiên quyết/ Học phần trước: PUR311
 - Đơn vị phụ trách: Khoa KHXH&NV
- Số tín chỉ: 3 , Số giờ: 150

Trong đó:

Hướng dẫn thực tập cơ sở: 05 giờ

Thảo luận nhóm: 21 giờ

Thuyết trình: 24 giờ

Thực tập ở cơ sở (gồm cả theo dõi, kiểm tra): 70 giờ

Tự học: 20 giờ

Viết báo cáo: 10 giờ

2. Thông tin về giảng viên

Giảng viên 1:

- Họ và tên: Phạm Thị Hương
- Chức danh, học vị: Thạc sĩ
- Thời gian làm việc: Giờ hành chính (8:00 -16:00)
- Địa điểm làm việc: Khoa KHXH&NV
- Điện thoại: 0934976916
- Email: HuongPT@vhu.edu.vn

Giảng viên 2:

- Họ và tên: Trần Thị Lợi
- Chức danh, học vị: Thạc sĩ
- Thời gian làm việc: Giờ hành chính (8:00 -16:00)
- Địa điểm làm việc: Khoa KHXH&NV - Trường Đại học Văn Hiến
- Điện thoại: 0984155809

- Email: loitt@vhu.edu.vn

3. Tóm tắt nội dung học phần

Học phần trang bị cho sinh viên trải nghiệm kiến thức thực tế của người làm công tác ở bộ phận đối ngoại, truyền thông, tổ chức sự kiện, quảng bá thương hiệu, quan hệ khách hàng, tổ chức - cung cấp thông tin, nhân viên marketing, quảng cáo, thuyết trình viên, tư vấn khách hàng. Kiến thức về các vị trí trong các bộ phận, đơn vị chức năng. Kiến thức về các trang thiết bị và dụng cụ lao động

4. Mục tiêu của học phần

Học phần trang bị cho sinh viên kiến thức thực tiễn cơ bản về môi trường làm việc trong lĩnh vực quan hệ công chúng, cơ cấu tổ chức doanh nghiệp/tổ chức, chức năng của các bộ phận liên quan như truyền thông, sự kiện, media, thiết kế, nhân sự và chăm sóc khách hàng. Thông qua quá trình thực tập, học phần rèn luyện kỹ năng thích nghi với môi trường doanh nghiệp, quan sát, ghi nhận, thực hiện nhiệm vụ cơ bản, vận dụng kiến thức chuyên ngành vào hoạt động thực tiễn, giao tiếp, làm việc nhóm và viết báo cáo thực tập; đồng thời hình thành tinh thần chủ động, trách nhiệm, tác phong chuyên nghiệp, ý thức tuân thủ quy định, đạo đức nghề nghiệp, văn hóa công sở, an toàn lao động và bảo mật thông tin trong quá trình thực tập.

5. Chuẩn đầu ra của học phần

Sau khi hoàn thành học phần này, người học có thể.

Mã CDR	Nội dung chuẩn đầu ra	Mức độ
CLO1	Giải thích được kiến thức chuyên ngành Quan hệ công chúng trong hoạt động thực tế tại đơn vị thực tập.	Mức 2 (Hiểu)
CLO2	Thực hiện được các quy trình truyền thông, đối ngoại cơ bản trong môi trường nghề nghiệp	Mức 3 (Vận dụng)
CLO3	Đánh giá được các tình huống phát sinh trong quá trình thực hiện công việc Quan hệ công chúng tại đơn vị thực tập	Mức 5 (Tự nhiên hóa)
CLO4	Thực hiện được các hoạt động nhóm và môi trường làm việc đa văn hóa tại đơn vị thực tập.	Mức 3 (Chuẩn hóa)
CLO5	Thực hiện được tác phong chuyên nghiệp, trách nhiệm nghề nghiệp và các quy định của đơn vị thực tập trong môi trường làm việc thực tế.	Mức 3 (Hình thành giá trị)

Ma trận liên kết/tương thích giữa CLOs và PLOs

CLO /PLO	PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5	PLO6	PLO7	PLO8
CLO1		X						
CLO2					X			

CLO /PLO	PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5	PLO6	PLO7	PLO8
CLO3						X		
CLO4							X	
CLO5								X

6. Nội dung chi tiết của học phần

6.1. Lý thuyết

Chương	Nội dung
Chương 1	Những quy định khi đi thực tập
1.1.	Thái độ, nề nếp
1.2.	Kỹ năng cần chuẩn bị
1.3.	Hướng dẫn viết báo cáo
Chương 2	Hội nhập doanh nghiệp
2.1.	Giới thiệu tổng quan lịch sử hình thành doanh nghiệp, công ty
2.2.	Cơ cấu tổ chức doanh nghiệp, công ty
Chương 3	Lý thuyết nghiệp vụ
3.1.	Nghiệp vụ bộ phận sự kiện
3.2.	Nghiệp vụ bộ phận truyền thông
3.3.	Nghiệp vụ bộ phận thiết kế
3.4.	Nghiệp vụ bộ phận media
3.5.	Nghiệp vụ bộ phận nhân sự
3.6.	Nghiệp vụ bộ phận bối cảnh, hiện trường, đạo cụ
Chương 4	Thực tập nghiệp vụ
4.1.	Nghiệp vụ bộ phận sự kiện
4.2.	Nghiệp vụ bộ phận truyền thông
4.3.	Nghiệp vụ bộ phận thiết kế
4.4.	Nghiệp vụ bộ phận media
4.5.	Nghiệp vụ bộ phận nhân sự
4.6.	Nghiệp vụ bộ phận bối cảnh, hiện trường, đạo cụ

6.2. Thực hành

Số thứ tự	Nội dung
6.2.1	Hướng dẫn
	Người học lắng nghe, thảo luận về kế hoạch thực tập với giảng viên; nghe những quy định trước khi đến cơ sở thực tập

6.2.2	Thực tập
	Người học: người học tìm hiểu, nghe giới thiệu sự hình thành phát triển của cơ sở, tìm hiểu cơ cấu tổ chức, các lĩnh vực hoạt động, vị trí thực tập, thực hiện kỹ năng nghiệp vụ theo hướng dẫn
6.2.3	Thảo luận
	Người học thảo luận với người hướng dẫn/bạn học về lý thuyết các nghiệp vụ, kỹ năng nghiệp vụ
6.2.4	Thuyết trình nhóm, chủ đề cho trước
	- Người học: Chuẩn bị đề tài nội dung và hình thức thuyết trình theo yêu cầu của người hướng dẫn về lý thuyết các nghiệp vụ - Các cá nhân/nhóm báo cáo kết quả làm việc tại cơ sở: Thuyết trình - Phản biện giữa người hướng dẫn, cá nhân/nhóm sinh viên
6.2.5	Tự học
	Người học lập kế hoạch thực tập, tự tìm hiểu, họp nhóm, chuẩn bị các báo cáo thuyết trình theo yêu cầu về lý thuyết, kỹ năng nghiệp vụ
6.2.6	Viết báo cáo thực tập
	Người học viết/trình bày báo cáo những nội dung thực tập được hướng dẫn

7. Phân bổ thời gian theo tiết (1 tín chỉ = 50 giờ)

Chương	Tên chương	Số giờ						
		Hướng dẫn	Thảo luận	Thực tập	Thuyết trình	Tự học	Viết báo cáo	Tổng
Chương 1	Những quy định khi đi thực tập							
	Thái độ, nề nếp	1						1
	Kỹ năng cần chuẩn bị	1						1
	Hướng dẫn viết báo cáo	1						1
Chương 2	Hội nhập doanh nghiệp							
	Giới thiệu tổng quan lịch sử hình			3		1	0,5	4,5

Chương	Tên chương	Số giờ						
		Hướng dẫn	Thảo luận	Thực tập	Thuyết trình	Tự học	Viết báo cáo	Tổng
	thành doanh nghiệp							
	Cơ cấu tổ chức			3		1	0,5	4,5
Chương 3	Lý thuyết nghiệp vụ							
	Nghiệp vụ bộ phận sự kiện		1	6	2	1	0,5	10.5
	Nghiệp vụ bộ phận truyền thông		1	6	2	1	0,5	10.5
	Nghiệp vụ bộ phận thiết kế		1	6	2	1	0,5	10.5
	Nghiệp vụ bộ phận media		1	6	2	1	0,5	10.5
	Nghiệp vụ bộ phận nhân sự		1	6	2	1	0,5	10.5
	Nghiệp vụ bộ phận bồi cảnh, hiện trường, đạo cụ		1	6	2	1	0,5	10.5
Chương 4	Thực tập nghiệp vụ							
	Nghiệp vụ bộ phận sự kiện		1	9		1	1	12
	Nghiệp vụ bộ phận truyền thông		1	9		1	1	12
	Nghiệp vụ bộ phận thiết kế		1	9		1	1	12
	Nghiệp vụ bộ phận media		1	9		1	1	12
	Nghiệp vụ bộ phận nhân sự		1	9		1	1	12
	Nghiệp vụ bộ phận bồi cảnh,		1	9		1	1	12

Chương	Tên chương	Số giờ						
		Hướng dẫn	Thảo luận	Thực tập	Thuyết trình	Tự học	Viết báo cáo	Tổng
	hiện trường, đạo cụ							

CÁC CHỦ ĐỀ THẢO LUẬN VÀ THUYẾT TRÌNH

1. Nêu tổng quan về đơn vị thực tập.
2. Mô tả công việc thực tập.
3. Nhận xét và kinh nghiệm.

Ma trận liên kết/tương thích giữa CLOs và nội dung (các chương) của học phần

Nội dung chương	CLO1	CLO2	CLO3	CLO4	CLO5
Chương 1: Những quy định khi đi thực tập			X	X	X
Chương 2: Hội nhập doanh nghiệp	X		X	X	X
Chương 3: Lý thuyết nghiệp vụ	X	X	X	X	
Chương 3: Thực tập nghiệp vụ	X	X	X	X	X

8. Phương pháp giảng dạy - học

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

- Hướng dẫn
- Giao nhiệm vụ
- Nghe giảng, ghi chép.
- Thực hiện nhiệm vụ.
- Viết báo cáo

Ma trận liên kết/tương thích giữa CLOs với phương pháp giảng dạy – học

Phương pháp giảng dạy	CLO1	CLO2	CLO3	CLO4	CLO5
Hướng dẫn	X	X	X	X	X
Giao nhiệm vụ	X		X	X	X
Nghe giảng, ghi chép	X	X	X	X	X
Thực hiện nhiệm vụ	X		X	X	X

Phương pháp giảng dạy	CLO1	CLO2	CLO3	CLO4	CLO5
Viết báo cáo	X	X	X	X	X

9. Nhiệm vụ của sinh viên

- Tham gia thực tập đủ thời gian yêu cầu.
- Thực hiện các công việc được phân công.
- Hoàn thành báo cáo.

10. 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.

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

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

Kết quả môn học được tổng hợp từ hai cột điểm chính: Điểm đánh giá từ phía Doanh nghiệp (trọng số 40%) và Điểm bài báo cáo thực tập/Tiểu luận (trọng số 60%).

Đánh giá người học	CLOs	Trọng số (%)	Miền/ Domain	Thời gian	Công cụ đánh giá	Ghi chú
Phần I: Doanh nghiệp	CLO3 CLO4,CLO5 CLO1,CLO2	40%	Thái độ (A) Kỹ năng nghiệp vụ Kiến thức	Suốt kỳ	Phiếu xác nhận & Nhân xét của DN	Đánh giá kỷ luật, thái độ và khả năng thích nghi. Kiến thức, kỹ năng nghiệp vụ được giao
Phần II: Báo cáo TT	CLO1, CLO2	60%	Kiến thức và kỹ năng	Tuần cuối	Báo cáo thực tập & Sản phẩm demo	Đánh giá năng lực chuyên môn và kết quả thực hiện.

11.2. Kế hoạch đo CLOs

Đánh giá	CLOs	Trọng số	Miền	Thời gian lấy dữ liệu	Công cụ đánh giá	Ghi chú	Điểm lấy dữ liệu
----------	------	----------	------	-----------------------	------------------	---------	------------------

người học							
Báo cáo cuối kỳ	CLO1; CLO2;	60%	Kiến thức	Suốt kỳ	Báo cáo thực tập	CLO1: Mức độ hiểu. CLO2: Mức độ vận dụng kiến thức	Lấy dữ liệu đo CLO1, CLO2
Quá trình	CLO3, CLO4	30%	Kiến thức, kỹ năng, nghiệp vụ	Suốt kỳ	Nhận xét, đánh giá của cơ sở	CLO3: Kỹ năng nghiệp vụ. CLO4: Kỹ năng phối hợp và biện luận.	Lấy dữ liệu đo CLO 3,4
	CLO5	10%	Thái độ	Suốt học kỳ	Bảng kiểm soát chuyên cần	Chăm chỉ, năng nổ, giao tiếp ứng xử	Lấy dữ liệu đo CLO5

11.3. Công cụ đo CLO

Rubric 1: Đánh giá Kiến thức (CLO1 - Trọng số 30%)

Nội dung: Trình bày tổng quan doanh nghiệp, cơ cấu tổ chức, vị trí/phòng ban thực tập.

Tiêu chí	Yếu (Không đạt) < 5.0	Trung bình (Đạt) 5.0 - 6.4	Khá (Đạt) 6.5 - 7.9	Giỏi (Đạt) 8.0 - 10
Tổng quan, sự hình thành phát triển doanh nghiệp (1.0đ)	Không mô tả được sự hình thành phát triển	Mô tả được sơ lược về sự hình thành phát triển	Mô tả được đầy đủ, chi tiết về sự hình thành và phát triển	Nhận xét, đánh giá được về sự hình thành phát triển của doanh nghiệp
Sơ đồ tổ chức (1.0đ)	Không vẽ được sơ đồ tổ chức	Vẽ được sơ lược nhưng không đầy đủ	Vẽ được đầy đủ	Vẽ đầy đủ sơ đồ và chi tiết hơn các bộ phận
Mô tả phòng ban/vị trí	Không mô tả được phòng ban	Mô tả được sơ lược nhưng không đầy đủ	Mô tả được đầy đủ phòng/ban thực tập	Mô tả được phòng ban, vị trí thực tập và

Tiêu chí	Yếu (Không đạt) < 5.0	Trung bình (Đạt) 5.0 - 6.4	Khá (Đạt) 6.5 - 7.9	Giỏi (Đạt) 8.0 - 10
thực tập (1.0đ)				có nhận xét, cảm nhận ban đầu về phòng ban thực tập

Rubric 2: Đánh giá Kỹ năng chuyên môn (CLO2 - Trọng số 30%)

Nội dung: Thực hiện các sản phẩm/báo cáo

Tiêu chí	Yếu (Không đạt) < 5.0	Trung bình (Đạt) 5.0 - 6.4	Khá (Đạt) 6.5 - 7.9	Giỏi (Đạt) 8.0 - 10
Chất lượng báo cáo & Lộ trình (3.0đ)	Báo cáo sơ sai, sai định dạng; không xây dựng được lộ trình cá nhân.	Báo cáo đầy đủ đề mục nhưng phân tích thiếu chiều sâu; lộ trình cá nhân còn chung chung.	Trình bày báo cáo đúng quy chuẩn kỹ thuật; lập kế hoạch phát triển sự nghiệp khả thi, bám sát thực tế.	Báo cáo logic, minh chứng thuyết phục; xây dựng lộ trình sự nghiệp mang tính chiến lược và dài hạn.

Rubric 2: Đánh giá Kỹ năng chuyên môn (CLO3, CLO4 - Trọng số 20%)

Nội dung: Thực hiện các nhiệm vụ kỹ năng chuyên môn nghiệp vụ

Tiêu chí	Yếu (Không đạt) < 5.0	Trung bình (Đạt) 5.0 - 6.4	Khá (Đạt) 6.5 - 7.9	Giỏi (Đạt) 8.0 - 10
Giải quyết các nhiệm vụ được giao (2.0đ)	Không hoàn thành các nhiệm vụ được giao; sản phẩm lỗi hoặc không có tính ứng dụng.	Hoàn thành nhiệm vụ ở mức cơ bản, còn phụ thuộc hướng dẫn.	Tự chủ trong việc triển khai thực hiện các nhiệm vụ	Giải quyết sáng tạo các nhiệm vụ được giao thể hiện tính chuyên nghiệp cao.

Rubric 3: Đánh giá Thái độ và Kỷ luật (CLO5 - Trọng số 20%)

Nội dung: Đánh giá của doanh nghiệp về thái độ

Tiêu chí	Yếu (Không đạt) < 5.0	Trung bình (Đạt) 5.0 - 6.4	Khá (Đạt) 6.5 - 7.9	Giỏi (Đạt) 8.0 - 10
Kỷ luật và Tác phong (1.0đ)	Thường xuyên trễ giờ; vi phạm nội quy an toàn/bảo mật của doanh nghiệp	Tuân thủ giờ giấc và nội quy nhưng còn thụ động trong việc thích nghi văn hóa công ty.	Tác phong lịch sự, chuyên nghiệp; chấp hành tuyệt đối mọi quy định bảo	Gương mẫu trong kỷ luật; chủ động hỗ trợ duy trì trật tự và an toàn tại đơn vị thực tập.

			mặt và nội quy cơ sở.	
Giao tiếp và Làm việc nhóm (1.0đ)	Thiếu kỹ năng giao tiếp; không phối hợp với đồng nghiệp trong các dự án của DN.	Có tham gia giao tiếp và phối hợp nhóm nhưng chưa hiệu quả, còn rụt rè.	Giao tiếp tự tin; phối hợp nhịp nhàng với nhóm dự án; chủ động đặt câu hỏi chuyên môn sâu.	Khả năng tương tác xuất sắc; có tư duy lãnh đạo nhóm hoặc đề xuất được giải pháp gắn kết tập thể.

13. Tài liệu phục vụ cho học phần

13.1 Tài liệu chính

- Nguyễn Văn Hà, *Cơ sở lý luận báo chí*, NXB ĐHQG TP.HCM, 2012.
- Nguyễn Thị Trường Giang, *Đạo đức nghề nghiệp của nhà báo*, NXB Chính trị - Hành chính quốc gia, 2011.

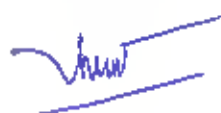
13.2 Tài liệu tham khảo

- Nguyễn Thị Trường Giang, *Lý thuyết và kỹ năng báo mạng điện tử*, NXB Chính trị quốc gia, 2016
- Nguyễn Thị Trường Giang, *Báo chí truyền thông đa phương tiện*, NXB quốc gia Hà Nội, 2017.
- Philippe Breton - Serge Proulx, *Bùng nổ truyền thông, sự ra đời một ý thức hệ mới*, NXB Văn hoá thông tin, Hà Nội, 1996
- Tạ Ngọc Tấn, *Truyền thông đại chúng*, NXB Chính trị quốc gia, Hà Nội, 2001.

TP Hồ Chí Minh, ngày 4 tháng 6 năm 2025

Trưởng Khối ngành

(Ký và ghi rõ họ tên)



Nguyễn Thị Hồng Thủy

Giảng viên

(Ký và ghi rõ họ tên)



Phạm Thị Hương





TRƯỜNG ĐẠI HỌC VĂN HIẾN

KHOA KHOA HỌC XÃ HỘI VÀ NHÂN VĂN

CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM

Độc lập – Tự do – Hạnh phúc

ĐỀ CƯƠNG CHI TIẾT HỌC PHẦN

1. Thông tin về học phần

- Tên học phần: **Quảng cáo/Advertisement**
- Mã học phần: **MAR423**
- Số tín chỉ: **2**
- bậc đào tạo: **Đại học**
- Loại học phần (bắt buộc/tự chọn): **bắt buộc**
- Học phần tiên quyết/ Học phần trước: **không**
- Đơn vị phụ trách: **Khoa KHXH&NV**
- Số tín chỉ: **2** ; Số giờ: **100**, trong đó:
 - Hoạt động giảng dạy trên lớp: **30 Giờ**
 - + Giờ giảng: **25 giờ**
 - + Thuyết trình, thảo luận: **5 Giờ**
 - Giờ kiểm tra: **.. Giờ**
 - Giờ tự học: **70 Giờ**

2. Thông tin về giảng viên

Giảng viên 1:

- Họ và tên: **Lê Thị Hoàng Liễu**
- Chức danh, học vị: **Tiến sĩ**
- Thời gian làm việc: **Giờ hành chính (8:00 -16:00)**
- Địa điểm làm việc: **Khoa KHXH&NV**
- Điện thoại: **0908303596**
- Email: **LieuLTH2@vhu.edu.vn**

Giảng viên 2:

- Họ và tên: **Phan Thị Kim Xuyên**
- Chức danh, học vị: **Thạc sĩ**
- Thời gian làm việc: **Giờ hành chính (8:00 -16:00)**
- Địa điểm làm việc: **Khoa Kinh tế - Quản trị, Trường Đại học Văn Hiến**
- Mail: **xuyenptk@vhu.edu.vn**

3. Tóm tắt nội dung học phần

Học phần gồm có 7 chương, cung cấp kiến thức tổng quan về quảng cáo (định nghĩa, vai trò, chức năng, lịch sử của quảng cáo, vấn đề văn hóa và đạo đức trong quảng cáo), tổ chức hoạt động của phòng quảng cáo và công ty quảng cáo; đặc điểm của quảng cáo trên các phương tiện báo in, radio, truyền hình, cinema; quảng cáo ngoài trời và trên các phương tiện giao thông công cộng, các loại hình quảng cáo khác; kế hoạch sử dụng các phương tiện truyền thông cho quảng cáo; quảng cáo ở Việt Nam.

4. Mục tiêu của học phần

Học phần trang bị cho người học kiến thức nền tảng về chuyên ngành quảng cáo, quy trình hoạt động quảng cáo và nguyên tắc lựa chọn kênh truyền thông phù hợp với từng chiến dịch quảng cáo. Trên cơ sở đó, học phần rèn luyện tư duy sáng tạo, kỹ năng xây dựng ý tưởng, biên kịch quảng cáo và thực hành sản xuất các sản phẩm quảng cáo trên phát thanh, truyền hình; đồng thời hình thành tinh thần chủ động, tư duy đổi mới và ý thức trách nhiệm nghề nghiệp trong hoạt động truyền thông quảng cáo.

5. Chuẩn đầu ra của học phần

Sau khi hoàn thành học phần này, người học có thể:

Mã CDR	Nội dung chuẩn đầu ra	Mức độ
CLO1	Chỉ ra kiến thức nền tảng về quảng cáo, quy trình hoạt động quảng cáo và nguyên tắc lựa chọn kênh truyền thông phù hợp với từng chiến dịch quảng cáo	Mức 3 (Vận dụng)
CLO2	Phân tích các hình thức truyền thông quảng cáo trong xây dựng nội dung và chiến dịch quảng cáo thực tiễn.	Mức 4 (Phân tích)
CLO3	Thực hiện kỹ năng sáng tạo ý tưởng, biên kịch và thực hành sản xuất các sản phẩm quảng cáo trên phát thanh và truyền hình	Mức 4 (Thao tác)
CLO4	Xác định tinh thần chủ động, tư duy đổi mới và trách nhiệm nghề nghiệp trong hoạt động truyền thông quảng cáo.	Mức 3 (Đặc trưng hóa các giá trị)

Ma trận liên kết/tương thích giữa CLOs và PLOs

Chuẩn đầu ra	PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5	PLO6	PLO7	PLO8
CLO1		X						
CLO2			X					
CLO3				X				
CLO4					X			

6. Nội dung chi tiết của học phần

6.1. Lý thuyết

Chương	Nội dung chi tiết
Chương 1	TỔNG QUAN VỀ QUẢNG CÁO
1.1	Định nghĩa quảng cáo
1.2	Vai trò của quảng cáo
1.3	Chức năng của quảng cáo
1.4	Lịch sử của quảng cáo
1.5	Đạo đức trong quảng cáo
1.6	Phân loại quảng cáo
1.7	Những vấn đề về quảng cáo hiện nay
1.8	Giới thiệu những mẫu quảng cáo kinh điển
Chương 2	PHÒNG QUẢNG CÁO VÀ CÔNG TY QUẢNG CÁO (Advertising Agency)
2.1	Phân biệt hai thuật ngữ Advertising và Advertiser
2.2	Vai trò của công ty quảng cáo
2.3	Loại hình các công ty quảng cáo
2.4	Phương thức thanh toán
2.5	Tổ chức phòng quảng cáo trong công ty
2.6	Làm việc, theo dõi hoạt động của công ty quảng cáo
Chương 3	QUẢNG CÁO ABOVE – THE - LINE
3.1	Định nghĩa Above-the-line
3.2	Quảng cáo báo in - Cấu trúc, độc giả của báo in - Ưu điểm, khuyết điểm của báo in trong quảng cáo - Thẻ loại quảng cáo báo in Phân tích lượng phát hành
3.3	Quảng cáo Radio - Cấu trúc, độc giả của Radio - Ưu điểm, khuyết điểm của Radio trong quảng cáo Phân tích Radio Rating
3.4	Quảng cáo Truyền hình - Cấu trúc, độc giả của truyền hình

Chương	Nội dung chi tiết
	- Ưu điểm, khuyết điểm của truyền hình trong quảng cáo - Hình thức quảng cáo trên truyền hình Hệ thống Rating-points
3.5	Quảng cáo Cinema - Đặc điểm khán giả Cinema Ưu điểm, khuyết điểm của Cinema trong quảng cáo
3.6	Quảng cáo ngoài trời và các phương tiện giao thông công cộng - Phân biệt quảng cáo ngoài trời và quảng cáo trên các phương tiện giao thông công cộng (PTGTCC) - Tầm quan trọng của quảng cáo ngoài trời và quảng cáo trên PTGTCC - Đặc điểm của quảng cáo ngoài trời và quảng cáo trên PTGTCC Ưu điểm và khuyết điểm của quảng cáo ngoài trời và quảng cáo trên PTGTCC
3.7	Quảng cáo Internet
3.8	Giới thiệu những mẫu quảng cáo kinh điển
Chương 4	QUẢNG CÁO BELOW - THE - LINE
4.1	Định nghĩa Quảng cáo Below-the-line
4.2	Tầm quan trọng của Quảng cáo Below-the-line
4.3	Loại hình Quảng cáo Below-The-Line - POS - Quảng cáo trên lịch - Quảng cáo trên sách - Quảng cáo trên túi xách - Stickers - CD, CD roms - Paper-clips - Playing cards - Give-aways - Paper clips Bookmatchs
4.4	Khuyến hướng quảng cáo Below-The-Line trong tương lai

Chương	Nội dung chi tiết
4.5	Giới thiệu một mẫu quảng cáo kinh điển
Chương 5	SÁNG TẠO TRONG QUẢNG CÁO
5.1	Khái niệm Copywriting
5.2	Khái niệm Copywriter
5.3	Công việc của Copywriter
5.4	Khái niệm Slogan
5.5	Quy trình xây dựng slogan
5.6	Định vị sản phẩm
5.7	Định vị thông điệp sản phẩm
5.8	Thực hành: - Viết kịch bản và dựng quảng cáo trên phát thanh. - Thiết kế quảng cáo trên Poster. Xây dựng ý tưởng quảng cáo TVC và tập quay TVC.
Chương 6	CHIẾN LƯỢC MUA SÓNG, MUA TRANG (Media buying strategy)
6.1	Định nghĩa - Media strategy - Media buyer - Media planner Media plan
6.2	Các yếu tố của một kế hoạch sử dụng các phương tiện truyền thông (Media plan) - Khán giả mục tiêu - Xác định địa lý - Phương pháp Frequency - Kết hợp Reach và Frequency Media schedule (Bảng thời gian sử dụng Media)
6.3	Công việc của một chuyên gia Media Buying - Chọn phương tiện truyền thông - Thương lượng giá cả Quản lý hiệu quả các phương tiện truyền thông
Chương 7	QUẢNG CÁO TẠI VIỆT NAM

Chương	Nội dung chi tiết
7.1	Nói chuyện chuyên đề: Quảng cáo tại Việt Nam (Guest Speaker)
7.2	Trả và nhận xét bài tập nhóm
7.3	Hướng dẫn ôn tập

6.2. Thực hành

	Nội dung
6.2.1	Bài tập cá nhân
	Phân tích các mẫu quảng cáo theo tiêu chí thông điệp, xây dựng slogan cho sản phẩm hoặc thương hiệu; viết kịch bản quảng cáo phát thanh; thiết kế poster quảng cáo; đồng thời xây dựng kế hoạch lựa chọn phương tiện truyền thông phù hợp cho một chiến dịch quảng cáo cụ thể.
6.2.2	Bài tập nhóm
	Trình bày các chiến dịch quảng cáo thực tiễn. Nội dung bao gồm phân tích các mẫu quảng cáo kinh điển, xây dựng ý tưởng và thực hiện quảng cáo TVC, thiết kế chiến lược quảng cáo tích hợp Above-the-line và Below-the-line, lập kế hoạch Media Buying và thuyết trình – phản biện về xu hướng quảng cáo hiện đại tại Việt Nam và thế giới

7. Phân bổ thời gian theo tiết (1 tín chỉ = 15 giờ)

Chương	Tên chương	Số giờ				
		Giờ giảng	Thuyết trình, thảo luận	Giờ kiểm tra	Giờ Tự học	Tổng
Chương 1	Tổng quan về quảng cáo	2	1	0	10	13
Chương 2	Phòng quảng cáo và công ty quảng cáo (advertising agency)	3	1	0	10	14
Chương 3	Quảng cáo above – the – line	3	1	0	10	14
Chương 4	Quảng cáo below – the – line	3	1	0	10	14
Chương 5	Sáng tạo trong quảng cáo	3	2		10	15

Chương	Tên chương	Số giờ				
		Giờ giảng	Thuyết trình, thảo luận	Giờ kiểm tra	Giờ Tự học	Tổng
Chương 6	Chiến lược mua sóng, mua trang (Media buying strategy)	3	2		10	15
Chương 7	Quảng cáo tại Việt Nam	3	2		10	15
	Tổng	20	10	0	70	100

CÁC CHỦ ĐỀ THUYẾT TRÌNH VÀ THẢO LUẬN

- Vai trò của quảng cáo.
- Các loại hình quảng cáo.
- Viết kịch bản và dựng quảng cáo trên phát thanh.

Ma trận liên kết/tương thích giữa CLOs và nội dung (các chương) của học phần

Nội dung chương	CLO1	CLO2	CLO3	CLO4
Tổng quan về quảng cáo	x	x		
Phòng quảng cáo và công ty quảng cáo (advertising agency)			x	x
Quảng cáo above – the – line			x	x
Quảng cáo below – the – line	x	x	x	x
Sáng tạo trong quảng cáo		x		
Chiến lược mua sóng, mua trang (Media buying strategy)	x			
Quảng cáo tại Việt Nam		x	x	x

8. Phương pháp giảng dạy - học

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

- Thuyết giảng
- Giải quyết vấn đề
- Tư học có hướng dẫn
- Thuyết trình – phân biên nhóm

Ma trận liên kết/tương thích giữa CLOs với phương pháp giảng dạy- học

Phương pháp giảng dạy	CLO1	CLO2	CLO3	CLO4
Thuyết giảng	x	x		x
Giải quyết vấn đề		x	x	x
Tự học có hướng dẫn	x	x	x	x
Thuyết trình – phân biện nhóm			x	x

9. 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).
- Đọc tài liệu bắt buộc và tham khảo thêm tài liệu do giảng viên giới thiệu.
- Hoàn thành đầy đủ các bài tập cá nhân, bài làm thuyết trình nhóm.
- Tham gia bài tiểu luận kết thúc học phần.

10. 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.

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

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

TT	Điểm thành phần	Hình thức đánh giá	Trọng số
1	Giữa kỳ	Chuyên cần (dự lớp 10%) + Thuyết trình – Phân biện nhóm (30%)	40%
2	Kết thúc học phần	Tiểu luận	60%

Điểm đánh giá quá trình: trọng số 40%, bao gồm:

- Điểm chuyên cần. trọng số 10%
- Điểm kiểm tra thường xuyên. trọng số 30%. Theo thang điểm 10, dựa trên đáp án và hướng dẫn điểm được thiết kế sẵn.

Tiêu chí đánh giá	Mức độ đạt chuẩn quy định					Trọng số
	Mức F (0-3.9)	Mức D (4.0-5.4)	Mức C (5.5-6.9)	Mức B (7.0-8.4)	Mức A (8.5-10)	
Chuyên cần, tham gia học	Vắng quá 30% số buổi;	Tham gia dưới 50% số buổi;	Tham gia khoảng 50%-70%	Tham gia khoảng 70%-90%	Tham gia đầy đủ, chuẩn bị	100%

Tiêu chí đánh giá	Mức độ đạt chuẩn quy định					Trọng số
	Mức F (0-3.9)	Mức D (4.0-5.4)	Mức C (5.5-6.9)	Mức B (7.0-8.4)	Mức A (8.5-10)	
tập (CLO4)	không tham gia hoạt động học tập	chuẩn bị bài rất hạn chế.	số buổi; có chuẩn bị nhưng đóng góp chưa thường xuyên.	số buổi; chuẩn bị bài và đóng góp tương đối tích cực.	bài tốt; tích cực thảo luận, hỗ trợ nhóm và nộp bài đúng hạn.	

- Điểm kiểm tra thường xuyên: trọng số 30%. Theo thang điểm 10, dựa trên đáp án và hướng dẫn điểm được thiết kế sẵn.

11.2. Kế hoạch đo CLOs

Đánh giá người học	CLOs	Trọng số	Miền	Thời gian lấy dữ liệu	Công cụ đánh giá	Ghi chú	Điểm lấy dữ liệu
Thi cuối kỳ (Tiểu luận cuối kỳ)	CLO1 ; CLO2 ;	60%	Kiến thức	Tuần 6	Tiểu luận cuối kỳ – Rubric đánh giá tiểu luận (11.3.c)	Thực hiện bài tiểu luận phân tích chiến dịch quảng cáo, vận dụng kiến thức về truyền thông quảng cáo, sáng tạo nội dung và lựa chọn phương tiện truyền thông phù hợp.	Lấy dữ liệu đo từ CLO1; CLO2
Quá trình	CLO2 ; CLO3	30%	Kiến thức và kỹ năng	Tuần 1-5	Bài tập tình huống; thảo luận; thuyết trình – phản	Thực hiện phân tích hình thức quảng cáo, xây dựng ý	Lấy dữ liệu đo từ CLO2; CLO3

Đánh giá người học	CLOs	Trọng số	Miền	Thời gian lấy dữ liệu	Công cụ đánh giá	Ghi chú	Điểm lấy dữ liệu
					biện nhóm (11.3.b)	tưởng sáng tạo, thiết kế slogan, poster, trình bày chiến lược quảng cáo.	
Quá trình	CLO4	10%	Tự chủ và trách nhiệm học tập	Suốt học kỳ (Tuần 1-6)	Bảng kiểm soát chuyên cần; (11.3.a)	Xác định tinh thần chủ động, thái độ hợp tác, ý thức trách nhiệm và tác phong học tập trong hoạt động quảng cáo và làm việc nhóm.	Lấy dữ liệu đo từ CLO4

11.3. Công cụ đo CLO:

a. Ma trận đặc tả

Hình thức đánh giá	Nội dung trọng tâm	CLO	Mức độ (Bloom)	Công cụ đo	Minh chứng
Chuyên cần & tham gia (10%)	Tham gia học tập, thảo luận, chuẩn bị bài, tinh thần chủ động và trách nhiệm trong hoạt động học tập	CLO4	Level 3 Apply	Bảng kiểm chuyên cần; quan sát lớp; câu hỏi phát vấn	Số điểm danh; ghi nhận của GV
Thuyết trình nhóm	Phân tích chiến dịch quảng cáo; xây dựng ý tưởng sáng tạo, thiết kế slogan, poster,	CLO2, CLO3	Level 2-3 Understand – Apply	Rubric thuyết trình & phân biện nhóm	Slide thuyết trình; phiếu đánh giá

Hình thức đánh giá	Nội dung trọng tâm	CLO	Mức độ (Bloom)	Công cụ đo	Minh chứng
(30%)	TVC; phân biện và làm việc nhóm				
Tiểu luận cuối kỳ (60%)	Phân tích và xây dựng chiến dịch quảng cáo tích hợp, lựa chọn phương tiện truyền thông; vận dụng kiến thức quảng cáo vào thực tiễn	CLO2, CLO3,	Level 3 Apply	Rubric tiểu luận cuối kỳ	Bài tiểu luận;

Rubrics định nghĩa mức năng lực cho các CLO1 - CLO2

CLO	Mức 1: YẾU (0-4.9)	Mức 2: TRUNG BÌNH (5.0-6.9)	Mức 3: KHÁ (7.0-8.4)	Mức 4: GIỎI (8.5-10)
Giải thích kiến thức nền tảng về quảng cáo, quy trình hoạt động quảng cáo và nguyên tắc lựa chọn kênh truyền thông phù hợp với từng chiến dịch quảng cáo.	Không giải thích được các khái niệm, vai trò và quy trình cơ bản của quảng cáo; chưa hiểu nguyên tắc lựa chọn phương tiện truyền thông.	Giải thích được một phần kiến thức nền tảng về quảng cáo và nhận diện được một số kênh truyền thông cơ bản nhưng còn hạn chế trong liên hệ thực tiễn.	Giải thích khá đầy đủ quy trình quảng cáo, đặc điểm các phương tiện truyền thông và lựa chọn được kênh phù hợp cho từng chiến dịch cụ thể.	Giải thích chính xác, logic và có khả năng liên hệ thực tiễn sâu sắc về hoạt động quảng cáo và chiến lược lựa chọn phương tiện truyền thông
Phân tích các hình thức truyền thông quảng cáo trong xây dựng nội dung và chiến dịch quảng cáo thực tiễn.	Không phân tích được đặc điểm, vai trò và hiệu quả của các hình thức quảng cáo	Phân tích được một số hình thức quảng cáo cơ bản nhưng nội dung còn	Phân tích khá đầy đủ các hình thức quảng cáo và vận dụng phù hợp trong xây dựng nội dung	Phân tích logic, sáng tạo và vận dụng hiệu quả các hình thức quảng cáo trong xây

CLO	Mức 1: YẾU (0–4.9)	Mức 2: TRUNG BÌNH (5.0–6.9)	Mức 3: KHÁ (7.0–8.4)	Mức 4: GIỎI (8.5–10)
	cáo trong thực tiễn.	đơn giản, chưa có sự liên kết chiến lược	và chiến dịch quảng cáo thực tế.	dựng chiến dịch truyền thông tích hợp có tính thuyết phục cao.

Mô tả tổng quát mức năng lực qua điểm số (10 điểm)

- **Mức Giỏi (8.5 – 10):** Hiểu rõ kiến thức, giải thích logic, có khả năng liên hệ thực tiễn.
- **Mức Khá (7.0 – 8.4):** Nắm vững nội dung cơ bản, giải thích tương đối đầy đủ.
- **Mức Trung bình (5.0 – 6.9):** Hiểu ở mức cơ bản, còn hạn chế trong giải thích và liên hệ.
- **Mức Yếu (<5.0):** Chưa nắm được kiến thức cốt lõi, trả lời thiếu chính xác.

b. Rubric đánh giá thuyết trình và phản biện

Mục tiêu: Đo lường kỹ năng Tâm vận động (CLO3) qua phản xạ tư duy và tương tác trực tiếp.

ST T	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	CLO đo lường	Xuất sắc (8.5 - 10)	Khá (7.0 - 8.4)	Trung bình (5.0 - 6.9)	Yếu (< 5.0)
1	Kỹ năng diễn đạt & thao tác tư duy	30%	CLO3 Tâm vận động Mức 3	Diễn đạt trôi chảy, có điểm nhấn; phối hợp hiệu quả lời nói, ánh mắt, cử chỉ và phương tiện trình chiếu; xử lý mạch tư duy linh hoạt khi trình bày nội dung/công	Trình bày rõ ràng, mạch lạc; sử dụng ngôn ngữ cơ thể tương đối phù hợp; thao tác tư duy logic, truyền tải được trọng tâm vấn đề PR.	Nêu được ý chính nhưng còn phụ thuộc nhiều vào slide/tài liệu; diễn đạt chưa thật liền mạch; thao tác tư duy và ví dụ PR còn đơn giản.	Diễn đạt lúng túng, chủ yếu đọc slide; không kiểm soát được bài nói; mạch tư duy rời rạc hoặc trình bày sai lệch nội dung PR.

ST T	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	CLO đo lường	Xuất sắc (8.5 - 10)	Khá (7.0 - 8.4)	Trung bình (5.0 - 6.9)	Yếu (< 5.0)
				cụ truyền thông PR.			
2	Năng lực phản biện trực tiếp	40%	CLO3 Tâm vận động Mức 3	Phản xạ nhanh trước câu hỏi; trả lời đúng trọng tâm; biện luận sắc sảo, có căn cứ; sử dụng ví dụ PR phù hợp và bảo vệ quan điểm vững vàng trước chất vấn.	Trả lời đúng trọng tâm câu hỏi; lập luận khá logic và thuyết phục; có thể điều chỉnh câu trả lời khi được hỏi sâu hoặc phản biện thêm.	Trả lời được một phần câu hỏi nhưng còn lúng túng; lập luận chưa chặt chẽ; ví dụ minh họa chưa thật phù hợp với bối cảnh PR.	Không phản biện được, né tránh câu hỏi hoặc trả lời sai lệch; không bảo vệ được quan điểm khi bị chất vấn trực tiếp.
3	Kỹ năng phối hợp & tương tác nhóm	30%	CLO3 Tâm vận động Mức 3	Phối hợp nhịp nhàng giữa các thành viên; phân vai rõ ràng; hỗ trợ nhau hiệu quả khi trình bày và phản biện; tương tác tích cực với giảng viên và người học.	Nhóm có phân công rõ; chuyển tiếp tương đối mạch lạc; các thành viên hỗ trợ nhau tốt trong phản trình bày và trả lời câu hỏi.	Có phân công nhiệm vụ nhưng phối hợp chưa đồng đều; chuyển tiếp còn rời; một số thành viên tham gia hạn chế trong tương tác và phản biện.	Hoạt động nhóm rời rac; thiếu phân công hoặc phối hợp; không thể hiện được vai trò của làm việc nhóm trong trình bày và phản biện.

c. Rubric đánh giá tiểu luận

STT	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	CLO đo lường	Xuất sắc (8.5 – 10)	Khá (7.0 – 8.4)	Trung bình (5.0 – 6.9)	Yếu (<5.0)
1	Xác định chủ đề, tên tiểu luận và mục tiêu học tập/nghiên cứu	20%	CLO2	Xác định rõ chủ đề. Tên tiểu luận, mục tiêu phù hợp và có ý nghĩa	Xác định đúng nhưng mục tiêu chưa thật rõ	Tên tiểu luận còn chung chung	Tên tiểu luận còn rất đại khái, chưa thể hiện được mục tiêu
2	Tìm kiếm và sử dụng tài liệu tham khảo	20%	CLO2	Tìm được tài liệu phù hợp, biết trích dẫn cơ bản	Có tài liệu tham khảo nhưng chưa đa dạng	Tài liệu còn ít hoặc chưa phù hợp	Tài liệu còn ít hoặc chưa phù hợp
3	Xây dựng nội dung đề cương nghiên cứu	30%	CLO2, CLO3	Tiểu luận đầy đủ, trình bày logic, có tính khả thi	Tiểu luận tương đối đầy đủ	Tiểu luận còn sơ sài	Tiểu luận còn rất sơ sài
4	Kỹ năng trình bày học thuật	15%	CLO2	Trình bày rõ ràng, đúng quy định, ít lỗi	Trình bày tương đối tốt	Còn nhiều lỗi trình bày	Còn nhiều lỗi trình bày
5	Tinh thần học tập và trách nhiệm	15%	CLO5	Chủ động, nộp bài đúng hạn, có đầu tư	Tham gia khá đầy đủ	Tham gia còn hạn chế	Tham gia còn rất hạn chế

Lưu ý cho việc thống kê đạt chuẩn:

CLO2 (Nhận thức): Được đo lường chủ yếu qua Tiêu chí 1 của bài viết. Nếu sinh viên đạt từ 5.0 trở lên ở tiêu chí này, nghĩa là đã đạt chuẩn CLO2 ở mức độ "Hiếu".

CLO3 (Tâm vận động): Được đo lường tổng hợp qua Tiêu chí 2 của bài viết và tất cả tiêu chí thuyết trình. Đây là điểm số thể hiện kỹ năng biên luận và phản xạ thực tế của sinh viên.

12. Tài liệu phục vụ cho học phần

12.1. Tài liệu chính

- Luc Dupont, Minh Trúc dịch, *1001 ý tưởng đột phá trong quảng cáo* · *1001 advertising tips ideas and strategies from the world's greatest campains*, NXB Tổng hợp Thành phố Hồ Chí Minh, 2019

12.2. Tài liệu tham khảo

- Vũ Quỳnh, *Quảng cáo và các hình thức quảng cáo hiệu quả*, -H.: Lao động xã hội
- Nguyễn Hữu Thụ, *Những khía cạnh của quảng cáo thương mại*, H.: Đại học quốc gia, 2018

TP Hồ Chí Minh, ngày 4 tháng 6 năm 2025

Trưởng Khối ngành

(Ký và ghi rõ họ tên)

Nguyễn Thị Hồng Thủy

Giảng viên

(Ký và ghi rõ họ tên)

Lê Thị Hoàng Liễu



PHIẾU CHẤM THUYẾT TRÌNH VÀ PHẢN BIỆN NHÓM

Đánh giá theo Rubrics năng lực thực hiện CLO3

Học phần: **Quảng Cáo**

Lớp/Nhóm:

Chủ đề:

Giảng viên chấm:

Ngày chấm:

STT	Tiêu chí đánh giá	Điểm	Xuất sắc (85-100-%)	Khá (70-84%)	Trung bình (50-69%)	Yếu (<50%)	Điểm thành phần
1	Kỹ năng diễn đạt & thảo tác tư duy	3	Diễn đạt trôi chảy; phối hợp nhuần nhuyễn ngôn ngữ cơ thể; làm chủ hoàn toàn bài nói.	Trình bày rõ ràng; mạch lạc; tự tin trong truyền tải nội dung.	Nói rõ ý nhưng còn phụ thuộc tài liệu, thao tác trình diễn chưa chuyên nghiệp.	Diễn đạt lúng túng; chủ yếu đọc slide; không kiểm soát được bài nói.	
2	Năng lực phản biện trực tiếp	4	Phản xạ cực nhanh; biện luận sắc sảo; bảo vệ quan điểm vững vàng.	Trả lời đúng trọng tâm; lập luận logic và thuyết phục.	Trả lời được nhưng còn lúng túng; lập luận chưa chặt chẽ	Không phản biện được hoặc giải thích sai lệch vấn đề	
3	Kỹ năng phối hợp & tương tác nhóm	3	Phối hợp nhịp nhàng; hỗ trợ nhau hoàn hảo trong phản biện.	Phân công rõ ràng; hỗ trợ nhau tốt trong phần trình bày.	Các thành viên có tham gia nhưng tương tác còn yếu.	Hoạt động rời rạc; không thể hiện vai trò làm việc nhóm.	
TỔNG ĐIỂM							10.0



Nhận xét của giảng viên:

Điểm số	Điểm chữ	Xếp loại	Mức đạt CLO
GIẢNG VIÊN CHĂM (Ký và ghi rõ họ tên)			



PHIẾU CHẤM TIỂU LUẬN

Đánh giá theo Rubrics đánh giá năng lực làm tiểu luận qua CLOs

Học phần:
 Lớp/Nhóm/Cá nhân:
 Chủ đề:
 Giảng viên chấm:
 Ngày chấm:

TT	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	CLO đo	Xuất sắc (85-100-%)	Khá (70-84-%)	Trung bình (50-69-%)	Yếu (<50-%)	Điểm
1	Xác định chủ đề, tên tiểu luận và mục tiêu học tập/nghiên cứu	20%	CLO2	Xác định rõ chủ đề. Tên tiểu luận, mục tiêu phù hợp và có ý nghĩa	Xác định đúng nhưng mục tiêu chưa thật rõ	Tên tiểu luận còn chung chung	Tên tiểu luận còn rất đại khái, chưa thể hiện được mục tiêu	
2	Tìm kiếm và sử dụng tài liệu tham khảo	20%	CLO2	Tìm được tài liệu phù hợp, biết trích dẫn cơ bản	Có tài liệu tham khảo nhưng chưa đa dạng	Tài liệu còn ít hoặc chưa phù hợp	Tài liệu còn ít hoặc chưa phù hợp	
3	Xây dựng nội dung đề cương nghiên cứu	30%	CLO2, CLO3	Tiểu luận đầy đủ, trình bày logic, có tính khả thi	Tiểu luận tương đối đầy đủ	Tiểu luận còn sơ sài	Tiểu luận còn rất sơ sài	
4	Kỹ năng trình bày học thuật	15%	CLO2	Trình bày rõ ràng, đúng quy định, ít lỗi	Trình bày tương đối tốt	Còn nhiều lỗi trình bày	Còn nhiều lỗi trình bày	



TT	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	CLO đo	Xuất sắc (85-100-%)	Khá (70-84%)	Trung bình (50-69%)	Yếu (<50%)	Điểm
5	Tinh thần học tập và trách nhiệm	15%	CLO5	Chủ động, nộp bài đúng hạn, có đầu tư	Tham gia khá đầy đủ	Tham gia còn hạn chế	Tham gia còn rất hạn chế	
TONG ĐIỂM								

Nhận xét của giảng viên:

Điểm số	Điểm chữ	Xếp loại	Mức đạt CLO
...	...	...	...

GIẢNG VIÊN CHẤM
(Ký và ghi rõ họ tên)

Trường Đại học Văn Hiến





ĐỀ CƯƠNG CHI TIẾT HỌC PHẦN

1. Thông tin về học phần

- Tên học phần: **PR nội bộ và PR cộng đồng/ Internal PR and community PR**
- Mã học phần: PUR445
- Số tín chỉ: 3
- Cấp đào tạo: Đại học
- Loại học phần: Bắt buộc
- Học phần tiên quyết/ Học phần trước: PUR303
- Đơn vị phụ trách: Khoa Khoa học Xã hội và Nhân văn
- Số tín chỉ: 03 ; Số giờ: 150 , trong đó:
 - Hoạt động giảng dạy trên lớp: 45 Giờ
 - + Giờ giảng: 30 Giờ
 - + Thảo luận: 15 Giờ
 - Giờ kiểm tra: 0 Giờ
 - Giờ tự học: 105 Giờ

2. Thông tin về giảng viên

Giảng viên 1:

- Họ và tên: Phạm Thị Hương
- Chức danh, học vị: Thạc sĩ
- Thời gian làm việc: Giờ hành chính (8.00 -16:00)
- Địa điểm làm việc: Khoa Khoa học Xã hội và Nhân văn, Trường Đại học Văn Hiến
- Điện thoại: 0934976916
- Email: huongpt@vhu.edu.vn

Giảng viên 2:

- Họ và tên: Nguyễn Thị Hồng Thủy
- Chức danh, học vị: Thạc sĩ
- Thời gian làm việc: Giờ hành chính (8.00 -16:00)
- Địa điểm làm việc: Khoa Khoa học Xã hội và Nhân văn, Trường Đại học Văn Hiến
- Điện thoại: 0918058901
- Email: thuynt@vhu.edu.vn

3. Tóm tắt nội dung học phần

Học phần này giúp sinh viên hiểu khái niệm và nội dung của PR nội bộ và PR cộng đồng. Mục tiêu, tổ chức, kỹ năng quản lý các hoạt động này trong thực tiễn. Nhận thức về vai trò của PR nội bộ và PR cộng đồng đối với doanh nghiệp, cách thức vận hành và

phát triển hoạt động PR nội bộ và cộng đồng, công cụ để cho hoạt động PR của doanh nghiệp hiệu quả. Phương pháp đánh giá cuối kỳ của học phần là hình thức tiểu luận.

4. Mục tiêu của học phần

Học phần trang bị cho người học kiến thức cơ bản về khái niệm, vai trò, mục tiêu, công cụ và phương thức tổ chức hoạt động PR nội bộ và PR cộng đồng trong doanh nghiệp/tổ chức; đồng thời giúp người học hiểu vai trò của văn hóa doanh nghiệp, quan hệ với giới truyền thông, trách nhiệm xã hội và quản trị truyền thông nội bộ – cộng đồng. Trên cơ sở đó, học phần rèn luyện khả năng xác định đối tượng truyền thông, lựa chọn công cụ phù hợp, xây dựng và tổ chức các hoạt động PR nội bộ, PR cộng đồng, thiết kế kế hoạch truyền thông và sự kiện trong bối cảnh thực tiễn; đồng thời hình thành tinh thần trách nhiệm, tư duy hợp tác và ý thức nghề nghiệp trong xây dựng văn hóa tổ chức, phát triển quan hệ cộng đồng và thực hiện trách nhiệm xã hội.

5. Chuẩn đầu ra của học phần

Sau khi hoàn thành học phần này, người học có thể:

Mã CDR	Nội dung chuẩn đầu ra	Mức độ (Bloom)
CLO1	Trình bày được các khái niệm, vai trò, mục tiêu, công cụ và quy trình tổ chức hoạt động PR nội bộ và PR cộng đồng trong doanh nghiệp/tổ chức	Mức 2 (Hiểu)
CLO2	Phân tích được vai trò của văn hóa doanh nghiệp, truyền thông nội bộ, quan hệ cộng đồng, trách nhiệm xã hội và các yếu tố ảnh hưởng đến hiệu quả hoạt động PR nội bộ và PR cộng đồng.	Mức 4 (Phân tích)
CLO3	Vận dụng được các công cụ, hình thức truyền thông và kỹ năng tổ chức hoạt động PR nội bộ, PR cộng đồng và sự kiện truyền thông trong bối cảnh thực tiễn.	Mức 3 (Chuẩn hóa)
CLO4	Đánh giá được vai trò của trách nhiệm nghề nghiệp, tinh thần hợp tác và ý thức cộng đồng trong xây dựng văn hóa tổ chức, quan hệ cộng đồng và hoạt động truyền thông nội bộ.	Mức 5 (Đặc trưng hóa các giá trị)

Mã trận liên kết/tương thích giữa CLOs và PLOs

Chuẩn đầu ra	PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5	PLO6	PLO7	PLO8
CLO1		X						
CLO2				X				

Chuẩn đầu ra	PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5	PLO6	PLO7	PLO8
CLO3						X		
CLO4							X	X

6. Nội dung chi tiết của học phần

6.1. Lý thuyết

Chương/Mục	Nội dung
Chương 1.	Khái quát cơ bản PR nội bộ và cộng đồng
1.1	Giới thiệu chung về học phần
1.2	Phương pháp học - Mục tiêu và Các tiêu chí đánh giá
1.3	Khái quát cơ bản PR nội bộ và cộng đồng
Chương 2.	Hoạt động PR nội bộ và PR cộng đồng
2.1	Phân biệt PR dịch vụ, PR nội bộ và PR cộng đồng
2.2	Xác định đối tượng truyền thông mục tiêu
2.3	Các phương thức chuyển tải thông điệp
2.4	Những trở ngại thường gặp với PR nội bộ và PR cộng đồng
Chương 3.	Văn hóa doanh nghiệp
3.1	Vai trò của PR nội bộ và cộng đồng đối với việc hình thành văn hóa doanh nghiệp
3.2	Tìm hiểu doanh nghiệp/ tổ chức của bạn
3.3	Một số điển hình về văn hóa doanh nghiệp
Chương 4.	Quan hệ với giới truyền thông
4.1	Cung cấp thông tin cho báo chí
4.2	Theo dõi và xử lý thông tin
4.3	Giao lưu: Giao tiếp với nhà báo
Chương 5.	Quản trị truyền thông nội bộ và cộng đồng
5.1	Vai trò của công tác quản trị
5.2	Những nguyên tắc quản trị hiệu quả
5.3	Những vấn đề liên quan đến Luật pháp
5.4	Chiến lược và chiến thuật PR nội bộ
5.4.1	Chọn đúng chiến lược
5.4.2	Áp dụng chiến thuật nào
5.4.3	Phân tích tình huống
5.5	Vận hành các kênh truyền thông nội bộ

Chương/Mục	Nội dung
5.5.1	Thiết kế và sản xuất các tài liệu cho PR nội bộ và cộng đồng: Bản tin nội bộ, Trang thông tin nội bộ; Tài liệu dành cho cộng đồng
5.5.2	Tối ưu hóa hiệu quả của các kênh thông tin nội bộ
5.6	PR cộng đồng và kiến thức về trách nhiệm xã hội
5.6.1	Định nghĩa CSR
5.6.2	Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp và PR cộng đồng
5.6.3	Một số chương trình CSR điển hình
Chương 6.	Xây dựng chiến lược PR nội bộ và cộng đồng
6.1	Chiến lược PR và Thông điệp truyền thông
6.2	Tổ chức sự kiện
6.2.1	PR nội bộ và các sự kiện đối nội, đối ngoại
6.2.2	PR cộng đồng thông qua sự kiện
6.2.3	Cách thức tổ chức sự kiện
6.3	Ngân sách thực hiện
6.4	Đánh giá hiệu quả
6.5	Một số bài học thực tiễn
6.6	Vai trò của truyền thông nội bộ trong xử lý khủng hoảng truyền thông
6.7	Đánh giá quá trình PR
6.7.1	Thu thập – Báo cáo – Đo lường
6.7.2	Làm bài tập trắc nghiệm - Thảo luận

6.2. Thực hành

	Nội dung
6.2.1	Bài tập cá nhân
	Người học thực hành vận dụng kiến thức về PR nội bộ và PR cộng đồng để phân tích một hoạt động truyền thông nội bộ hoặc chương trình PR cộng đồng thực tế của doanh nghiệp/tổ chức. Nội dung bài tập có thể gắn với việc nhận diện mục tiêu truyền thông, đối tượng công chúng, công cụ truyền thông nội bộ/cộng đồng, phân tích hiệu quả hoạt động PR, văn hóa doanh nghiệp hoặc trách nhiệm xã hội (CSR), đồng thời đề xuất giải pháp nâng cao hiệu quả truyền thông trong một bối cảnh cụ thể
6.2.2	Bài tập nhóm
	- Người học thảo luận nhóm theo các câu hỏi, tình huống hoặc yêu cầu do giảng viên giao liên quan đến hoạt động PR nội bộ, PR cộng đồng, văn hóa doanh nghiệp, truyền thông

	Nội dung
	nội bộ, quan hệ cộng đồng, CSR và tổ chức sự kiện truyền thông trong doanh nghiệp/tổ chức. - Các nhóm báo cáo kết quả làm việc trước lớp, trình bày nhân định, phân tích tình huống hoặc xây dựng kế hoạch PR nội bộ hoặc PR cộng đồng, kế hoạch truyền thông nội bộ, chương trình CSR hoặc hoạt động gắn kết cộng đồng cho một doanh nghiệp/tổ chức giả định hoặc tình huống thực tế

7. Phân bổ thời gian theo tiết (1 tín chỉ = 15 giờ)

Chương	Tên chương	Số giờ				
		Giờ giảng	Thảo luận	Giờ kiểm tra	Giờ Tự học	Tổng
1	Khái quát cơ bản PR nội bộ và cộng đồng	5	1		10	16
2	Hoạt động PR nội bộ và PR cộng đồng	5	2		20	27
3	Văn hóa doanh nghiệp	3	1		8	12
4	Quan hệ với giới truyền thông	3	1		7	11
5	Quản trị truyền thông nội bộ và cộng đồng	7	5		30	42
6	Xây dựng chiến lược PR nội bộ và cộng đồng	7	5		30	42
	Tổng	30	15		105	150

CÁC CHỦ ĐỀ THẢO LUẬN VÀ THUYẾT TRÌNH

1. Vai trò của PR nội bộ trong xây dựng văn hóa doanh nghiệp
2. PR nội bộ và quản trị nguồn nhân lực: mối quan hệ hỗ trợ
3. Các công cụ và kênh truyền thông nội bộ hiệu quả
4. Ngôn ngữ và phong cách giao tiếp trong PR nội bộ
5. Giải quyết xung đột và khủng hoảng trong nội bộ bằng PR
6. Sự khác biệt giữa PR cộng đồng và hoạt động từ thiện
7. Các hình thức hoạt động PR cộng đồng phổ biến

8. Chiến lược PR cộng đồng gắn với trách nhiệm xã hội doanh nghiệp (CSR)
9. Xử lý khủng hoảng hình ảnh bằng hoạt động PR cộng đồng

Ma trận liên kết/tương thích giữa CLOs và nội dung (các chương) của học phần

Nội dung chương	CLO1	CLO2	CLO3	CLO4
Chương 1. Khái quát cơ bản PR nội bộ và cộng đồng	X	X		
Chương 2. Hoạt động PR nội bộ và PR cộng đồng	X	X	X	
Chương 3. Văn hóa doanh nghiệp		X	X	X
Chương 4. Quan hệ với giới truyền thông	X	X	X	X
Chương 5. Quản trị truyền thông nội bộ và cộng đồng	X	X	X	X
Chương 6 Xây dựng chiến lược PR nội bộ và cộng đồng		X	X	X

8. Phương pháp giảng dạy - học

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

- Thuyết giảng
- Hướng dẫn
- Giao nhiệm vụ.

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

- Nghe giảng
- Thảo luận
- Làm bài tập

Ma trận liên kết/tương thích giữa CLOs với phương pháp giảng dạy- học

Phương pháp giảng dạy	CLO1	CLO2	CLO3	CLO4
Thuyết giảng	X	X		
Hướng dẫn	X	X	X	X
Giao nhiệm vụ.		X	X	X
Nghe giảng	X	X		
Thảo luận		X	X	X
Làm bài tập		X	X	X

9. 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).
- Đọc tài liệu bắt buộc và tham khảo thêm tài liệu do giảng viên giới thiệu.
- Hoàn thành đầy đủ các yêu cầu trong bài làm thuyết trình nhóm.
- Hoàn thành tiểu luận kết thúc học phần.

10. 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.

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

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

TT	Điểm thành phần	Hình thức đánh giá	Trọng số
1	Giữa kỳ	Chuyên cần (dự lớp 10%) + Thuyết trình – Phân biện nhóm (30%)	40%
2	Kết thúc học phần	Tiểu luận	60%

Điểm đánh giá quá trình: trọng số 40%, bao gồm:

- Điểm chuyên cần: trọng số 10%

Tiêu chí đánh giá	Mức độ đạt chuẩn quy định					Trọng số
	Mức F (0-3.9)	Mức D (4.0-5.4)	Mức C (5.5-6.9)	Mức B (7.0-8.4)	Mức A (8.5-10)	
Chuyên cần, tham gia học tập (CLO4)	Vắng quá 30% số buổi; không tham gia hoạt động học tập.	Tham gia dưới 50% số buổi; chuẩn bị bài rất hạn chế.	Tham gia khoảng 50%-70% số buổi; có chuẩn bị nhưng đóng góp chưa thường xuyên.	Tham gia khoảng 70%-90% số buổi; chuẩn bị bài và đóng góp tương đối tích cực.	Tham gia đầy đủ; chuẩn bị bài tốt; tích cực thảo luận, hỗ trợ nhóm và nộp nhiệm vụ đúng hạn.	100%

- Điểm kiểm tra thường xuyên: trọng số 30%. Theo thang điểm 10, dựa trên đáp án và hướng dẫn điểm được thiết kế sẵn.

11.2. Kế hoạch đo CLOs

Đánh giá người học	CLOs	Trọng số	Miền	Thời gian lấy dữ liệu	Công cụ đánh giá	Ghi chú	Điểm lấy dữ liệu
Kết thúc học phần (Tiểu luận cuối kỳ)	CLO1 ; CLO2	60%	Kiến thức	Tuần 12-15	Tiểu luận cuối kỳ – Rubric đánh giá tiểu luận	Trình bày và phân tích các khái niệm, vai trò, công cụ, quy trình PR nội bộ và PR cộng đồng; phân tích văn hóa doanh nghiệp, quan hệ cộng đồng, CSR hoặc hiệu quả truyền thông trong bối cảnh thực tiễn.	Lấy dữ liệu đo từ CLO1; CLO2
Quá trình (Thuyết trình – bài tập nhóm)	CLO2 ; CLO3	30%	Kiến thức và kỹ năng	Tuần 4-11	Bài tập nhóm; thuyết trình – phản biện; Rubric đánh giá thuyết trình	Phân tích tình huống PR nội bộ/PR cộng đồng; vận dụng công cụ truyền thông để xây dựng kế hoạch PR nội bộ, PR cộng đồng, CSR hoặc sự kiện truyền thông	Lấy dữ liệu đo từ CLO2; CLO3
Quá trình (Chuyên cần, tham)	CLO4	10%	Tự chủ và trách nhiệm	Suốt học kỳ	Bảng kiểm chuyên cần; quan sát lớp học, mức độ tham gia thảo luận	Đánh giá tinh thần hợp tác, ý thức cộng đồng, trách nhiệm nghề nghiệp, sự chủ động trong	Lấy dữ liệu đo từ CLO4

Đánh giá người học	CLOs	Trọng số	Miền	Thời gian lấy dữ liệu	Công cụ đánh giá	Ghi chú	Điểm lấy dữ liệu
gia học tập)						học tập và hoàn thành nhiệm vụ.	

11.3. Công cụ đo CLO:

a. Ma trận công cụ đánh giá

Hình thức đánh giá	Nội dung trọng tâm	CLO	Mức độ (Bloom)	Công cụ đo	Minh chứng
Chuyên cần & tham gia (10%)	Tham gia thảo luận, phân biên, làm việc nhóm và tham gia các hoạt động liên quan đến PR nội bộ, PR cộng đồng, văn hóa doanh nghiệp và CSR trên lớp	CLO4	Level 5 – Evaluate	Bảng kiểm chuyên cần; quan sát lớp học; câu hỏi phát vấn	Sổ điểm danh; ghi nhận của giảng viên
Thuyết trình nhóm (30%)	Phân tích tình huống PR nội bộ/PR cộng đồng, xây dựng kế hoạch truyền thông nội bộ, chương trình CSR, hoạt động cộng đồng hoặc sự kiện truyền thông	CLO2; CLO3	Level 3–4 (Apply – Analyze)	Rubric thuyết trình & phản biện nhóm	Slide thuyết trình; phiếu đánh giá
Tiểu luận cuối kỳ (60%)	Phân tích hoạt động PR nội bộ, PR cộng đồng, văn hóa doanh nghiệp, quan hệ cộng đồng hoặc đánh giá hiệu quả hoạt động truyền thông trong doanh nghiệp/tổ chức	CLO1; CLO2	Level 2-4 (Understand – Analyze)	Rubric tiểu luận cuối kỳ	Bài tiểu luận

b. Rubrics định nghĩa mức năng lực cho các CLO

CLO	Mức 1: YẾU (0–4.9)	Mức 2: TRUNG BÌNH (5.0–6.9)	Mức 3: KHÁ (7.0–8.4)	Mức 4: GIỎI (8.5–10)
Trình bày được các khái niệm, vai trò, mục tiêu, công cụ và quy trình tổ chức hoạt động PR nội bộ và PR cộng đồng trong doanh nghiệp/tổ chức.	Không trình bày được hoặc trình bày sai các khái niệm, vai trò, mục tiêu, công cụ của PR nội bộ và PR cộng đồng.	Trình bày được một phần kiến thức cơ bản nhưng còn thiếu hoặc chưa chính xác.	Trình bày đúng phần lớn khái niệm, vai trò, công cụ và quy trình tổ chức hoạt động PR nội bộ và PR cộng đồng.	Trình bày đầy đủ, chính xác, có liên hệ phù hợp với thực tiễn doanh nghiệp/tổ chức.
Phân tích được vai trò của văn hóa doanh nghiệp, truyền thông nội bộ, quan hệ cộng đồng, trách nhiệm xã hội và các yếu tố ảnh hưởng đến hiệu quả hoạt động PR nội bộ và PR cộng đồng.	Không phân tích được hoặc phân tích sai vai trò, yếu tố ảnh hưởng và hiệu quả hoạt động PR nội bộ, PR cộng đồng.	Phân tích được một phần nội dung nhưng còn đơn giản, thiếu logic hoặc chưa đầy đủ.	Phân tích đúng phần lớn vai trò của văn hóa doanh nghiệp, CSR và truyền thông nội bộ/cộng đồng.	Phân tích sâu, logic, có dẫn chứng phù hợp và đánh giá được tác động đến hiệu quả hoạt động PR.
Vận dụng được các công cụ, hình thức truyền thông và kỹ năng tổ chức hoạt động PR nội bộ, PR cộng đồng và sự kiện truyền thông trong bối cảnh thực tiễn.	Không vận dụng được công cụ hoặc kỹ năng tổ chức hoạt động PR nội bộ/cộng đồng.	Vận dụng được ở mức cơ bản nhưng cách triển khai còn đơn giản hoặc chưa phù hợp.	Vận dụng phù hợp các công cụ, hình thức truyền thông và kỹ năng tổ chức phần lớn hoạt động PR.	Vận dụng linh hoạt, hiệu quả công cụ và kỹ năng tổ chức hoạt động PR nội bộ/cộng đồng trong thực tiễn.

CLO	Mức 1: YẾU (0–4.9)	Mức 2: TRUNG BÌNH (5.0–6.9)	Mức 3: KHÁ (7.0–8.4)	Mức 4: GIỎI (8.5–10)
Đánh giá được vai trò của trách nhiệm nghề nghiệp, tinh thần hợp tác và ý thức cộng đồng trong xây dựng văn hóa tổ chức, quan hệ cộng đồng và hoạt động truyền thông nội bộ.	Chưa đánh giá được vai trò của trách nhiệm nghề nghiệp và ý thức cộng đồng	Đánh giá được ở mức cơ bản nhưng còn chung chung hoặc chưa thể hiện rõ tinh thần trách nhiệm.	Đánh giá tương đối đầy đủ vai trò của trách nhiệm nghề nghiệp, hợp tác và ý thức cộng đồng.	Đánh giá tốt, có lập luận rõ ràng về vai trò của trách nhiệm nghề nghiệp, hợp tác và ý thức cộng đồng trong hoạt động PR.

Mô tả tổng quát mức năng lực qua điểm số (10 điểm)

- **Mức Giỏi (8.5 – 10):** Hiểu rõ kiến thức, giải thích logic, có khả năng liên hệ thực tiễn.
- **Mức Khá (7.0 – 8.4):** Nắm vững nội dung cơ bản, giải thích tương đối đầy đủ.
- **Mức Trung bình (5.0 – 6.9):** Hiểu ở mức cơ bản, còn hạn chế trong giải thích và liên hệ.
- **Mức Yếu (<5.0):** Chưa nắm được kiến thức cốt lõi, trả lời thiếu chính xác.

b. Rubric đánh giá thuyết trình và phản biện

Mục tiêu: Đo lường kỹ năng Tâm vận động (CLO3) qua phân xa tư duy và tương tác trực tiếp.

ST T	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	CLO đo lường	Xuất sắc (8.5 - 10)	Khá (7.0 - 8.4)	Trung bình (5.0 - 6.9)	Yếu (< 5.0)
1	Kỹ năng trình bày & diễn đạt	30%	Vận dụng được các công cụ, hình thức truyền thông và kỹ năng tổ chức hoạt động PR nội bộ, PR	Trình bày rõ ràng, mạch lạc; diễn đạt tự tin; nội dung logic, sử dụng minh chứng và ví dụ phù hợp.	Trình bày tương đối rõ ràng; nội dung phù hợp nhưng còn thiếu chiều sâu hoặc lỗi nhỏ.	Trình bày được nội dung cơ bản nhưng còn thiếu mạch lạc hoặc diễn đạt chưa tốt.	Trình bày rời rạc, khó hiểu, nội dung thiếu logic.

ST T	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	CLO đo lường	Xuất sắc (8.5 - 10)	Khá (7.0 - 8.4)	Trung bình (5.0 - 6.9)	Yếu (< 5.0)
			cộng đồng và sự kiện truyền thông trong bối cảnh thực tiễn. (CLO3)				
2	Năng lực phân tích và phản biện trực tiếp	40%	Phân tích được vai trò của văn hóa doanh nghiệp, truyền thông nội bộ, quan hệ cộng đồng, trách nhiệm xã hội và các yếu tố ảnh hưởng đến hiệu quả hoạt động PR nội bộ và PR cộng đồng. (CLO2)	Phân tích sâu, lập luận logic; phản biện tốt; trả lời câu hỏi chính xác và có dẫn chứng phù hợp.	Phân tích khá rõ; phản biện được phản lớn câu hỏi nhưng chưa thật sự sâu.	Phân tích còn đơn giản; trả lời được một phần câu hỏi nhưng lập luận còn hạn chế.	Không phản biện được hoặc trả lời thiếu căn cứ, thiếu logic.
3	Kỹ năng phối hợp & làm việc nhóm	30%	Đánh giá được vai trò của trách nhiệm nghề nghiệp, tinh thần	Nhóm phối hợp hiệu quả; phân công hợp lý; các thành viên tham gia tích cực	Nhóm phối hợp tương đối tốt; phân công khá hợp lý.	Có phối hợp nhưng chưa đồng đều; một số thành viên tham gia hạn chế.	Thiếu phối hợp, phân công không rõ ràng hoặc

ST T	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	CLO đo lượng	Xuất sắc (8.5 - 10)	Khá (7.0 - 8.4)	Trung bình (5.0 - 6.9)	Yếu (< 5.0)
			hợp tác và ý thức cộng đồng trong xây dựng văn hóa tổ chức, quan hệ cộng đồng và hoạt động truyền thông nội bộ. (CLO4)	và hỗ trợ nhau tốt			phụ thuộc vào một vài thành viên

c. Rubric đánh giá tiểu luận

STT	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	CLO đo lượng	Xuất sắc (8.5 – 10)	Khá (7.0 – 8.4)	Trung bình (5.0 – 6.9)	Yếu (<5.0)
1	Xác định và trình bày vấn đề	20%	CLO1 (Mức 2)	Xác định rõ vấn đề, bối cảnh và mục tiêu phân tích; trình bày đầy đủ nội dung trong tâm, phù hợp yêu cầu đề tài.	Xác định đúng nội dung chính nhưng còn thiếu một số khía cạnh hoặc chưa làm rõ vấn đề.	Xác định được vấn đề nhưng còn mơ hồ, thiếu trọng tâm hoặc chưa rõ mục tiêu phân tích.	Xác định sai hoặc không làm rõ vấn đề cần phân tích.
2	Năng lực phân tích và lập luận	30%	CLO2 (Mức 4)	Phân tích logic, có chiều sâu; nhận diện rõ vai trò của văn hóa doanh nghiệp, CSR, truyền	Phân tích tương đối rõ, có lập luận nhưng chưa sâu hoặc dẫn chứng	Phân tích còn đơn giản, thiếu liên kết hoặc minh chứng hạn chế.	Không phân tích được hoặc lập luận rời rạc, thiếu căn cứ.

STT	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	CLO đo lường	Xuất sắc (8.5 – 10)	Khá (7.0 – 8.4)	Trung bình (5.0 – 6.9)	Yếu (<5.0)
				thông nội bộ/cộng đồng hoặc hiệu quả hoạt động PR, lập luận chặt chẽ, có dẫn chứng phù hợp.	chưa thật sự thuyết phục.		
3	Vận dụng công cụ và giải pháp PR	20%	CLO3 (Mức 3)	Vận dụng phù hợp các công cụ, hình thức truyền thông và kỹ năng tổ chức hoạt động PR nội bộ, PR cộng đồng hoặc đề xuất giải pháp truyền thông phù hợp.	Có vận dụng nhưng chưa nhất quán hoặc chưa thật sự phù hợp với bối cảnh.	Vận dụng còn hạn chế, giải pháp chưa phù hợp hoặc còn chung chung.	Không vận dụng được công cụ hoặc đề xuất giải pháp chưa phù hợp
4	Kỹ năng trình bày học thuật	15%	CLO1 (Mức 2)	Bố cục rõ ràng, logic; diễn đạt học thuật tốt; trình bày đúng quy chuẩn, ít lỗi.	Bố cục tương đối hợp lý, còn lỗi nhỏ về diễn đạt hoặc trình bày.	Trình bày còn thiếu logic, mắc nhiều lỗi diễn đạt/trình bày	Trình bày kém, khó theo dõi, không đảm bảo yêu cầu học thuật.
5	Ý thức học thuật và trách nhiệm	15%	CLO4 (Mức 5)	Trích dẫn đầy đủ, đúng quy chuẩn; thể hiện tinh thần nghiêm túc, chủ động và trách nhiệm trong thực hiện tiểu luận.	Có trích dẫn và thể hiện trách nhiệm nhưng chưa đầy đủ.	Trích dẫn còn thiếu hoặc còn sai sót; mức độ chủ động chưa cao.	Thiếu trích dẫn, sao chép hoặc không thể hiện trách nhiệm học thuật.

Lưu ý cho việc thống kê đạt chuẩn:

- CLO2 (Nhận thức) Được đo lường chủ yếu qua Tiêu chí 1 của bài viết Nếu sinh viên đạt từ 5 0 trở lên ở tiêu chí này, nghĩa là đã đạt chuẩn CLO2 ở mức độ "Hiệu".

- CLO3 (Tâm vận động): Được đo lường tổng hợp qua Tiêu chí 2 của bài viết và tất cả tiêu chí thuyết trình. Đây là điểm số thể hiện kỹ năng biện luận và phản xạ thực tế của sinh viên

12. Tài liệu phục vụ cho học phần

12.1. Tài liệu chính

Nguyễn Đình Toàn, *Giáo trình Quan hệ công chúng*, NXB Đại học Kinh tế quốc dân, 2024

12.2. Tài liệu tham khảo

- *PR theo kiểu Mỹ - Thúc đẩy PR trong thế giới công nghệ số*. Robert L.Dilenschneider. NXB Lao động – Xã hội, 2011

- *Tổ chức hành vi, cơ cấu, quy trình*. James L. Gibson. Nxb Tổng hợp TP.HCM, 2010

- *Corporate Communication: A guide to theory and practice*. Cornelissen, J. SAGE Publications 2009

TP Hồ Chí Minh, ngày 04 tháng 06 năm 2025

Trưởng Khối ngành

(Ký và ghi rõ họ tên)



Nguyễn Thị Hồng Thủy

Giảng viên

(Ký và ghi rõ họ tên)



Phạm Thị Hương



PHIẾU CHẤM THUYẾT TRÌNH VÀ PHẢN BIỆN NHÓM
Đánh giá theo Rubrics năng lực thực hiện CLO3

Học phần: PR nội bộ và PR cộng đồng

Lớp/Nhóm:

Chủ đề:

Giảng viên chấm:

Ngày chấm:

STT	Tiêu chí đánh giá	Điểm	Xuất sắc (85-100-%)	Khá (70-84%)	Trung bình (50-69%)	Yếu (<50%)	Điểm thành phần
1	Kỹ năng diễn đạt & thao tác tư duy	3	Diễn đạt trôi chảy; phối hợp nhuần nhuyễn ngôn ngữ cơ thể; làm chủ hoàn toàn bài nói.	Trình bày rõ ràng; mạch lạc; tự tin trong truyền tải nội dung.	Nói rõ ý nhưng còn phụ thuộc tài liệu; thao tác trình diễn chưa chuyên nghiệp	Diễn đạt lúng túng; chủ yếu đọc slide; không kiểm soát được bài nói.	
2	Năng lực phản biện trực tiếp	4	Phản xạ cực nhanh; biện luận sắc sảo; bảo vệ quan điểm vững vàng.	Trả lời đúng trọng tâm; lập luận logic và thuyết phục.	Trả lời được nhưng còn lúng túng; lập luận chưa chặt chẽ.	Không phản biện được hoặc giải thích sai lệch vấn đề.	
3	Kỹ năng phối hợp & tương tác nhóm	3	Phối hợp nhịp nhàng; hỗ trợ nhau hoàn hảo trong phản biện.	Phản công rõ ràng; hỗ trợ nhau tốt trong phần trình bày.	Các thành viên có tham gia nhưng tương tác còn yếu.	Hoạt động rời rạc, không thể hiện vai trò làm việc nhóm.	
TỔNG ĐIỂM							10.0

Nhận xét của giảng viên:



Điểm số
.....

Điểm chữ
.....

Xếp loại
.....

Mức đạt CLO
.....

GIẢNG VIÊN CHẤM
(Ký và ghi rõ họ tên)



PHIẾU CHẤM TIÊU LUẬN

Đánh giá theo Rubrics đánh giá năng lực làm tiểu luận qua CLOs

Học phần: **PR nội bộ và PR cộng đồng**

Lớp/Nhóm/Cá nhân:

Chủ đề:

Giảng viên chấm:

Ngày chấm:

TT	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	CLO đo	Xuất sắc (8.5 – 10)	Khá (7.0 – 8.4)	Trung bình (5.0 – 6.9)	Yếu (<5.0)	Điểm
1	Xác định và trình bày vấn đề	20%	CLO1 (Mức 2)	Xác định rõ vấn đề, bối cảnh và mục tiêu phân tích, trình bày đầy đủ nội dung trọng tâm, phù hợp yêu cầu đề tài.	Xác định đúng nội dung chính nhưng còn thiếu một số khía cạnh hoặc chưa làm rõ vấn đề.	Xác định được vấn đề nhưng còn mơ hồ, thiếu trọng tâm hoặc chưa rõ mục tiêu phân tích.	Xác định sai hoặc không làm rõ vấn đề cần phân tích.	
2	Năng lực phân tích và lập luận	30%	CLO2 (Mức 4)	Phân tích logic, có chiều sâu; nhận diện rõ vai trò của văn hóa doanh nghiệp, CSR, truyền thông nội bộ/cộng đồng	Phân tích tương đối rõ, có lập luận nhưng chưa sâu hoặc dẫn chứng chưa thật sự thuyết phục	Phân tích còn đơn giản, thiếu liên kết hoặc minh chứng hạn chế.	Không phân tích được hoặc lập luận rời rạc, thiếu căn cứ.	



TT	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	CLO đo	Xuất sắc (8.5 – 10)	Khá (7.0 – 8.4)	Trung bình (5.0 – 6.9)	Yếu (<5.0)	Điểm
				hoặc hiệu quả hoạt động PR; lập luận chặt chẽ, có dẫn chứng phù hợp.				
3	Vận dụng công cụ và giải pháp PR.	20%	CLO3 (Mức 3)	Vận dụng phù hợp các công cụ, hình thức truyền thông và kỹ năng tổ chức hoạt động PR nội bộ, PR cộng đồng hoặc đề xuất giải pháp truyền thông phù hợp.	Có vận dụng nhưng chưa nhất quán hoặc chưa thật sự phù hợp với bối cảnh.	Vận dụng còn hạn chế, giải pháp chưa phù hợp hoặc còn chung chung.	Không vận dụng được công cụ hoặc đề xuất giải pháp chưa phù hợp.	
4	Kỹ năng trình bày học thuật	15%	CLO1 (Mức 2)	Bổ cục rõ ràng, logic; diễn đạt học thuật tốt; trình bày đúng quy chuẩn, ít lỗi.	Bổ cục tương đối hợp lý, còn lỗi nhỏ về diễn đạt hoặc trình bày.	Trình bày còn thiếu logic, mắc nhiều lỗi diễn đạt/trình bày.	Trình bày kém, theo không đảm bảo yêu cầu học thuật.	
5	Ý thức học thuật và trách nhiệm	15%	CLO4 (Mức 5)	Trích dẫn đầy đủ, đúng quy chuẩn; thể hiện tinh thần nghiêm túc, chủ động và trách	Có trích dẫn và thể hiện trách nhiệm nhưng chưa đầy đủ.	Trích dẫn còn thiếu hoặc còn sai sót; mức độ chủ động chưa cao.	Thiếu trích dẫn, sao chép hoặc không thể hiện trách nhiệm học thuật.	



TT	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	CLO đo	Xuất sắc (8.5 – 10)	Khá (7.0 – 8.4)	Trung bình (5.0 – 6.9)	Yếu (<5.0)	Điểm
				nhiệm trong thực hiện tiêu luận.				
TỔNG ĐIỂM								

Nhận xét của giảng viên:

Điểm số	Điểm chữ	Xếp loại	Mức đạt CLO
.....			

GIẢNG VIÊN CHẤM
(Ký và ghi rõ họ tên)

Trường Đại học Văn Hiến

Page 20 of 20





TRƯỜNG ĐẠI HỌC VĂN HIẾN
KHOA KHOA HỌC XÃ HỘI VÀ NHÂN VĂN

CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM
Độc lập – Tự do – Hạnh phúc

ĐỀ CƯƠNG CHI TIẾT HỌC PHẦN

1. Thông tin về học phần

- Tên học phần: **Xây dựng và quản trị thương hiệu (Brand building and management)**
- Mã học phần: PUR422
- Số tín chỉ: 2
- Bậc đào tạo: Đại học
- Loại học phần (bắt buộc/tự chọn): Bắt buộc
- Học phần tiên quyết/ Học phần trước:
- Đơn vị phụ trách: Khoa Khoa học Xã hội và Nhân văn
- Số tín chỉ: 02; Số giờ: 100, trong đó:
 - Hoạt động giảng dạy trên lớp: 30 Giờ
 - + Giờ giảng: 20 Giờ
 - + Thảo luận: 10 Giờ
 - Giờ kiểm tra: 5 Giờ
 - Giờ tự học: 65 Giờ

2. Thông tin về giảng viên

Giảng viên 1:

- Họ và tên: Trần Thị Hoà
- Chức danh, học vị: Thạc sĩ
- Thời gian làm việc: Giờ hành chính (8:00 -16:00)
- Địa điểm làm việc: Khoa Kinh tế - Quản trị - Trường Đại học Văn Hiến
- Điện thoại: 0918 796 577
- Email: hoatt@vhu.edu.vn

Giảng viên 2:

- Họ và tên: Phan Thị Kim Xuyên
- Chức danh, học vị: Thạc sĩ
- Thời gian làm việc: Giờ hành chính (8:00 -16:00)
- Địa điểm làm việc: Khoa Kinh tế Quản trị, Trường Đại học ĐH Văn Hiến
-

3. Tóm tắt nội dung học phần

Học phần bao gồm 6 chương nằm trong khối kiến thức ngành Quan hệ công chúng, truyền thông đa phương tiện giúp sinh viên có được các kiến thức chuyên sâu về phân tích quy trình xây dựng và quản trị thương hiệu, xác định tài sản thương hiệu, xây dựng tầm nhìn, sứ mệnh, giá trị cốt lõi của thương hiệu, chiến lược định vị thương hiệu, truyền thông thương hiệu, các phương pháp đánh giá sức khỏe thương hiệu. Ngoài ra, học phần còn giúp sinh viên có khả năng đánh giá hoạt động xây dựng và quản trị thương hiệu để đưa ra giải pháp xây dựng thương hiệu cho doanh nghiệp, phát triển bộ ấn phẩm hệ thống nhận diện thương hiệu cho doanh nghiệp thông qua các hoạt động thực hành trên lớp và dự án cuối kỳ.

4. Mục tiêu của học phần

Học phần trang bị cho người học kiến thức về quy trình quản trị thương hiệu, các mô hình tài sản thương hiệu, chiến lược định vị và phương pháp đánh giá sức khỏe thương hiệu của tổ chức. Trên cơ sở đó, học phần phát triển khả năng thiết kế hệ thống nhận diện thương hiệu, lập kế hoạch quảng bá và đề xuất phương án giải quyết các vấn đề trong xây dựng thương hiệu mới cho doanh nghiệp; đồng thời hình thành ý thức trách nhiệm cá nhân, đạo đức nghề nghiệp và năng lực ứng xử phù hợp, tôn trọng sự khác biệt đa văn hóa trong môi trường hoạt động truyền thông – thương hiệu.

5. Chuẩn đầu ra của học phần:

Sau khi hoàn thành học phần này, người học có thể

Mã CDR	Nội dung chuẩn đầu ra	Mức độ
CLO1	Phân tích quy trình quản trị thương hiệu, các mô hình tài sản, chiến lược định vị và các phương pháp đánh giá sức khỏe thương hiệu của tổ chức.	Mức 4 (Phân tích)
CLO2	Đánh giá được hệ thống nhận diện thương hiệu, lập kế hoạch quảng bá và đề xuất phương án giải quyết các vấn đề xây dựng thương hiệu mới cho doanh nghiệp.	Mức 5 (Tự nhiên hóa)
CLO3	Thể hiện ý thức trách nhiệm cá nhân, tuân thủ đạo đức nghề nghiệp và ứng xử phù hợp, tôn trọng sự khác biệt đa văn hóa trong môi trường hoạt động truyền thông – thương hiệu.	Mức 3 (Hình thành giá trị)

Ma trận liên kết/ tương thích giữa CLOs và PLOs

Chuẩn đầu ra	PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5	PLO6	PLO7	PLO8
CLO1			X					

Chuẩn đầu ra	PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5	PLO6	PLO7	PLO8
CLO2				X				
CLO3					X			

6. Nội dung chi tiết của học phần

6.1. Lý thuyết

Chương	Nội dung
Chương 1	TỔNG QUAN VỀ THƯƠNG HIỆU VÀ QUẢN TRỊ THƯƠNG HIỆU
1.1.	Tổng quan về thương hiệu
1.1.1.	Quan niệm về thương hiệu
1.1.2.	Phân biệt thương hiệu và nhãn hiệu
1.1.3.	Thành phần của thương hiệu
1.2.	Vai trò của thương hiệu
1.3.	Chức năng thương hiệu
1.4.	Quản trị thương hiệu
1.4.1.	Khái niệm quản trị thương hiệu
1.4.2.	Quy trình quản trị thương hiệu
1.5.	Những thách thức và giải pháp trong công tác quản trị thương hiệu số hiện nay
Chương 2	TÀI SẢN THƯƠNG HIỆU
2.1.	Khái niệm tài sản thương hiệu
2.2.	Gía trị thương hiệu
2.3.	Các mô hình tài sản thương hiệu
2.4.	Các yếu tố hình thành tài sản thương hiệu theo Quan điểm của David Aaker
2.4.1.	Nhận biết thương hiệu
2.4.2.	Chất lượng cảm nhận đối với thương hiệu
2.4.3.	Liên tưởng thương hiệu
2.4.4.	Trung thành đối với thương hiệu

Chương	Nội dung
2.4	Đo lường tài sản thương hiệu
2.4.1	Phương pháp đo lường tài sản thương hiệu dựa trên khách hàng
2.4.2	Phương pháp đo lường tài sản thương hiệu dựa trên quan điểm tài chính
Chương 3	XÂY DỰNG TÂM NHÌN, SỨ MỆNH, GIÁ TRỊ CỐT LÕI THƯƠNG HIỆU
3.1.	Khái quát về tâm nhìn thương hiệu
3.1.1.	Khái niệm tâm nhìn thương hiệu
3.1.2.	Cách thức xây dựng tâm nhìn thương hiệu
3.1.3	Nguyên tắc xây dựng tâm nhìn thương hiệu
3.2.	Sứ mệnh thương hiệu
3.2.1	Khái niệm sứ mệnh thương hiệu
3.2.2.	Cách thức xây dựng sứ mệnh thương hiệu
3.2.3.	Nguyên tắc xây dựng sứ mệnh thương hiệu
3.3.	Giá trị cốt lõi thương hiệu
Chương 4	ĐỊNH VỊ THƯƠNG HIỆU
4.1.	Khái quát chung về định vị thương hiệu
4.1.1.	Khái niệm định vị
4.1.2.	Vai trò và tầm quan trọng của định vị trong kiến tạo giá trị thương hiệu
4.2.	Quy trình định vị thương hiệu
4.3.	Các chiến lược định vị thương hiệu
4.4.	Marketing cho thương hiệu
4.5.	Tái định vị và đổi mới hình ảnh thương hiệu
Chương 5	THIẾT KẾ HỆ THỐNG NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU
5.1.	Khái quát chung về hệ thống nhận diện thương hiệu
5.1.1.	Khái niệm hệ thống nhận diện thương hiệu
5.1.2.	Phân loại hệ thống nhận diện thương hiệu
5.1.3	Vai trò hệ thống nhận diện thương hiệu
5.2.	Cấu trúc nhận diện thương hiệu
5.2.1.	Thương hiệu thể hiện qua sản phẩm
5.2.2.	Thương hiệu thể hiện qua tổ chức
5.2.3.	Thương hiệu thể hiện qua con người

Chương	Nội dung
5.2.4.	Thương hiệu thể hiện qua biểu tượng
5.3.	Thiết kế các yếu tố nhận diện thương hiệu
5.3.1.	Thiết kế tên thương hiệu
5.3.2.	Thiết kế logo
5.3.3.	Slogan cho thương hiệu
5.3.4.	Nhạc hiệu
5.3.5.	Bao bì
Chương 6	QUẢNG BÁ THƯƠNG HIỆU
6.1.	Xây dựng thông điệp giao tiếp và thấu hiểu khách hàng
6.2.	Lựa chọn phương tiện giao tiếp truyền thông: Quảng cáo, khuyến mãi, PR, bán hàng cá nhân, Marketing trực tiếp, KOL
6.3.	Social media marketing
6.4.	Quản lý các đối tác Agency
6.5.	Kế hoạch truyền thông thương hiệu
6.6.	Lập ngân sách truyền thông

6.2. Thực hành

	Nội dung
5.2.1.	Bài tập cá nhân
	-Liệt kê các thương hiệu đã sử dụng trong một ngày -Kinh nghiệm về xây dựng lòng trung thành với thương hiệu
5.2.2.	Bài tập nhóm
	- Đánh giá, đo lường sức mạnh thương hiệu - Dự án xây dựng thương hiệu mới

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

Chương	Tên chương	Số giờ				
		Giờ giảng	Thảo luận	Giờ kiểm tra	Giờ Tự học	Tổng
1	Tổng quan về thương hiệu và quản trị thương hiệu	4	1		10	15

Chương	Tên chương	Số giờ				
		Giờ giảng	Thảo luận	Giờ kiểm tra	Giờ Tự học	Tổng
2	Tài sản thương hiệu	4	1		10	15
3	Tâm nhìn, sứ mệnh, giá trị cốt lõi thương hiệu	3	2		10	15
4	Định vị thương hiệu	3	2		10	15
5	Thiết kế hệ thống nhận diện thương hiệu	3	2		15	20
6	Quảng bá thương hiệu	3	2	5	10	20
Tổng		20	10	5	65	100

CÁC CHỦ ĐỀ THẢO LUẬN VÀ THUYẾT TRÌNH

1. Những thách thức và giải pháp trong quản trị thương hiệu số hiện nay. Lấy ví dụ cụ thể về những thương hiệu đã thành công và thất bại trong công tác quản trị thương hiệu số.
2. Tại sao nói “Thương hiệu là tài sản lớn nhất của doanh nghiệp”
3. Phân tích thất bại của chiến lược thương hiệu BLACBERRY
4. Phân tích chiến lược tái định vị thương hiệu của Vinamilk
5. Tình huống thảo luận 1: Tìm hiểu sự khác nhau về tính cách thương hiệu của Apple, Red bul, Nike
6. Lập kế hoạch xây dựng thương hiệu mới và thiết kế bộ ấn phẩm nhận diện thương hiệu
8. Ma trận liên kết/tương thích giữa CLOs và nội dung (các chương) của học phần

Nội dung chương	CLO1	CLO2	CLO3
Chương 1. Tổng quan về thương hiệu và quản trị thương hiệu	X		
Chương 2: Tài sản thương hiệu	X	X	
Chương 3: Tâm nhìn, sứ mệnh, giá trị cốt lõi thương hiệu	X	X	X
Chương 4: Định vị thương hiệu		X	X
Chương 5: Thiết kế hệ thống nhận diện thương hiệu		X	X
Chương 6. Quảng bá thương hiệu		X	X

9. Phương pháp giảng dạy-học:

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

- Thuyết giảng
- Động não nhanh (bài tập tư duy cá nhân)
- Hướng dẫn tự học
- Thảo luận nhóm
- Thuyết trình
- Làm việc nhóm
- Tự học, tự nghiên cứu thực hiện dự án xây dựng thương hiệu mới

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

Phương pháp giảng dạy	CLO1	CLO2	CLO3
Thuyết giảng	X	X	
Động não nhanh	X		
Hướng dẫn tự học	X		X
Thảo luận nhóm		X	
Thuyết trình	X	X	X
Tự học, tự nghiên cứu		X	X
Làm việc nhóm	X		X

10. Nhiệm vụ của sinh viên

- Cần tham gia đầy đủ các buổi học trên lớp. Nếu sinh viên vắng quá 20% sẽ bị cấm thi lần 1.
- Sinh viên đi học phải ăn mặc lịch sự, phù hợp với môi trường giáo dục. Không sử dụng điện thoại trong lớp, không được nói chuyện và làm việc riêng. Nếu giảng viên nhắc nhở mà sinh viên vẫn tiếp tục vi phạm thì có thể bị mời ra khỏi lớp và thông báo để Khoa xử lý;
- Phải đi học đúng giờ theo quy định. Nếu đi trễ quá 15 phút sinh viên không được vào lớp;
- Lập các nhóm học tập, cử 1 nhóm trưởng;
- Chuẩn bị bài trước khi đến lớp, như: làm bài tập, đọc trước tài liệu

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:

TT	Điểm thành phần	Hình thức đánh giá	Trọng số
1	Giữa kỳ	-Chuyên cần 10% -Thuyết trình giữa kỳ (nhóm) 30%	40%
2	Kết thúc học phần	Tiểu luận cuối kỳ	60%

Điểm đánh giá quá trình: trọng số 40%, bao gồm:

- Điểm chuyên cần: trọng số 10%

Tiêu chí đánh giá	Mức độ đạt chuẩn quy định					Trọng số
	Mức F (0-3.9)	Mức D (4.0-5.4)	Mức C (5.5-6.9)	Mức B (7.0-8.4)	Mức A (8.5-10)	
Chuyên cần, tham gia học tập (CLO4)	Vắng quá 30% số buổi; không tham gia hoạt động học tập.	Tham gia dưới 50% số buổi; chuẩn bị bài rất hạn chế.	Tham gia khoảng 50%-70% số buổi; có chuẩn bị nhưng đóng góp chưa thường xuyên.	Tham gia khoảng 70%-90% số buổi; chuẩn bị bài và đóng góp tương đối tích cực.	Tham gia đầy đủ; chuẩn bị bài tốt; tích cực thảo luận, hỗ trợ nhóm và nộp nhiệm vụ đúng hạn.	100%

- Điểm thuyết trình nhóm: trọng số 30%. Theo thang điểm 10, dựa trên Rubrics đánh giá và hướng dẫn điểm được thiết kế sẵn.

11.2. Kế hoạch đo CLOs

Đánh giá người học	CLOs	Trọng số	Miền	Thời gian lấy dữ liệu	Công cụ đánh giá	Ghi chú	Điểm lấy dữ liệu
Tiểu luận nhóm cuối kỳ	CLO1; CLO2; CLO3,	60%	Kiến thức, kỹ năng, thái độ	Từ buổi cuối kết thúc đến	Tiểu luận nhóm Rubric đánh giá bài viết (11.3.a)	CLO1: Phân tích CLO2: Thiết kế CLO3: thể hiện	Lấy dữ liệu đo CLO 2 CLO3

Đánh giá người học	CLOs	Trọng số	Miền	Thời gian lấy dữ liệu	Công cụ đánh giá	Ghi chú	Điểm lấy dữ liệu
				sau 1 tuần.		Nghiêm túc, nộp bài đúng hạn, tuân thủ quy định, hình thức bài tiểu luận.	
Quá trình	CLO1; CLO3	30%	Kiến thức, thái độ	Tuần 6	Thuyết trình nhóm Rubric thuyết trình. (11.3.b).	CLO1: Phân tích CLO3: Nghiêm túc thực hiện đúng hạn, tuân thủ quy định, thái độ nghiêm túc chuyên nghiệp.	Lấy dữ liệu đo CLO 1
	CLO3	10%	Thái độ	Suốt học kỳ (Tuần 1 - 6)	Bảng kiểm soát chuyên cần	Chăm chỉ, năng nổ,...	Lấy dữ liệu đo CLO3

11.3. Công cụ đo CLO:

a. Ma trận đặc tả đề thi tiểu luận (6 chương); Thời gian: 6 tuần; Số chương: 6

Chương	Nội dung trọng tâm	CLO	Nhận biết (L1)	Thông hiểu (L2)	Vận dụng (L3)	Tổng số đầu điểm
Chương 1	Giới thiệu về công ty mới, sản phẩm mới để xây dựng thương hiệu	1	1.1 – 1.3			1
Chương 2	Xây dựng chiến lược, tầm nhìn, sứ mệnh, giá trị cốt	3		Toàn bộ chương 2	Toàn bộ chương 2	1

Chương	Nội dung trọng tâm	CLO	Nhận biết (L1)	Thông hiểu (L2)	Vận dụng (L3)	Tổng số đầu điểm
	lỗi cho thương hiệu mới					
Chương 3	Thực hiện quy trình định vị cho thương hiệu	3		Toàn bộ chương 3	Toàn bộ chương 3	2
Chương 4	Thiết kế hệ thống nhận diện thương hiệu	3		Toàn bộ chương 4	Toàn bộ chương 4	2
Chương 5	Lập kế hoạch truyền thông thương hiệu	3		Toàn bộ chương 5	Toàn bộ chương 5	2
Toàn bộ quá trình / Formats bài viết	- Thể hiện tính chủ động, nghiêm túc thông qua việc nộp bài đúng hạn, tuân thủ quy định đạo văn. - Hình thức trình bày tiểu luận khoa học, rõ ràng và phối hợp làm việc nhóm hiệu quả (nếu làm nhóm).	3				2
TỔNG						10

Ghi chú về độ khó và trọng số

- **CLO1 (Nhận biết - L1):** Chiếm khoảng 3 đầu mục và chiếm 2/10 điểm. Đây là phần điểm an toàn cho sinh viên nắm vững lý thuyết cơ bản.

- **CLO2 (Thông hiểu - L2):** Thông hiểu nội dung chương 2,3,4,5,6 để có thể vận dụng xây dựng thương hiệu và chiếm 2/10 điểm.

- **CLO3 (Vận dụng - L3):** Vận dụng chương 2, 3,4,5,6 và chiếm 4/10 điểm. Đây là phần phân loại sinh viên, đòi hỏi khả năng tư duy xử lý vấn đề trên dữ liệu đã phân

tích. Đánh trong qua toàn bộ quá trình làm và bài làm hoàn chỉnh chiếm 2/10 điểm.
 Đây là phần đánh giá thái độ sinh viên mới hình thức đánh giá của môn học

b. Rubric đánh giá thuyết trình

Mục tiêu: Đo lường CLO1 kiến thức và CLO3 thái độ qua trình bày bài thuyết trình và tương tác trực tiếp.

STT	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	CLO đo lường	Xuất sắc (8.5 - 10)	Khá (7.0 - 8.4)	Trung bình (5.0 - 6.9)	Yếu (< 5.0)
1	Giới thiệu doanh nghiệp, sản phẩm mới, kể câu chuyện thương hiệu,	20%	CLO2	Phân tích sâu sắc, chính xác và toàn diện các yếu tố liên quan đến doanh nghiệp, sản phẩm và thương hiệu mới. Minh chứng, số liệu thực tế cập nhật thời sự và có độ tin cậy cao.	Phân tích đầy đủ các yếu tố thương hiệu, sản phẩm mới theo lý thuyết. Có minh chứng thực tế rõ ràng nhưng số liệu chưa thật sự cập nhật hoặc phân tích chưa quá sâu sắc.	Nêu được các yếu tố thương hiệu, sản phẩm mới nhưng nội dung chủ yếu mang tính liệt kê thông tin thô, thiếu phân tích đánh giá mối liên hệ trực tiếp đến hoạt động của doanh nghiệp.	Thiếu nhiều yếu tố thương hiệu cốt lõi; thông tin mô tả sai lệch, hoàn toàn cảm tính và không có số liệu/minh chứng thực tế đi kèm.
2	Xây dựng chiến lược, tầm nhìn, sứ mệnh, giá trị cốt lõi; Thiết kế	50%	CLO2	Xây dựng được chiến lược, tầm nhìn, sứ mệnh, giá trị cốt lõi; thể hiện	Xây dựng được chiến lược, tầm nhìn, sứ mệnh, giá trị cốt lõi;	Xây dựng được chiến lược, tầm nhìn, sứ mệnh,	Chiến lược, tầm nhìn, sứ mệnh, giá trị cốt lõi; thiết kế hệ thống

STT	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	CLO đo lường	Xuất sắc (8.5 - 10)	Khá (7.0 - 8.4)	Trung bình (5.0 - 6.9)	Yếu (< 5.0)
	hệ thống nhận diện thương hiệu			mối liên hệ với nhau, phù hợp với năng lực thương hiệu và khác biệt so với đối thủ. Thiết kế hệ thống nhận diện đa dạng, thể hiện được chiến lược thương hiệu. Lập luận sắc bén và mang tính phân biệt cao.	chưa thể hiện mối liên hệ với nhau, phù hợp với năng lực thương hiệu và không khác biệt so với đối thủ. Thiết kế hệ thống nhận diện Tuy nhiên, sự kết nối logic giữa các chiến lược còn hơi rời rạc.	giá trị cốt lõi, thiết kế hệ thống nhận diện nhưng các ý còn chung chung, mang tính lý thuyết sách vở, chưa bóc tách sát với thực tế của thương hiệu được lựa chọn.	nhận diện sai logic nghiêm trọng, hoặc không đưa ra được mối liên hệ
3	Kỹ năng trình bày và Thiết kế trực quan	15%	CLO3	Slide thiết kế chuyên nghiệp, trực quan cao. Phong thái thuyết trình tự tin, lời cuốn, nói không phụ thuộc tài liệu và làm chủ thời gian	Slide rõ ràng, dễ nhìn. Thuyết trình mạch lạc, lưu loát, đảm bảo đúng khung thời gian quy định. Trả lời	Slide quá nhiều chữ, thiết kế đơn điệu. Thuyết trình còn phụ thuộc nhiều vào việc đọc slide/tài	Slide cầu thả, sai lỗi chính tả. Phong thái rụt rè, đọc tài liệu hoàn toàn, không hiểu rõ nội dung trình bày và không

STT	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	CLO đo lường	Xuất sắc (8.5 - 10)	Khá (7.0 - 8.4)	Trung bình (5.0 - 6.9)	Yếu (< 5.0)
				Trả lời phản biện sắc bén, thuyết phục.	thỏa đáng và đúng trọng tâm hầu hết các câu hỏi chất vấn.	liều; bị quá giờ hoặc chưa phân bổ thời gian hợp lý.	trả lời được câu hỏi phản biện.
4	Tính chủ động, Kỷ luật và Phối hợp nhóm	15%	CLO3	Nộp sản phẩm (Slide/Báo cáo) đúng hạn hoặc trước hạn. Các thành viên chủ động phối hợp đồng đều, phân chia công việc minh bạch (minh chứng qua bảng đánh giá chéo Peer-review).	Nộp sản phẩm đúng hạn. Nhóm có sự phân chia công việc tương đối rõ ràng, các thành viên đều tham gia và hoàn thành tốt nhiệm vụ được giao trong bài tập nhóm.	Nộp sản phẩm trễ hạn nhẹ (phải nhắc nhở). Sự phối hợp trong nhóm lỏng lẻo, chỉ có một vài thành viên chủ đạo gánh vác phần lớn khối lượng công việc.	Nộp bài trễ hạn nghiêm trọng hoặc không nộp. Thành viên nội bộ xảy ra xung đột lớn, không có sự đóng góp công sức hoặc có thành viên bỏ bài làm của nhóm

Lưu ý cho việc thống kê đạt chuẩn:

- CLO2: Được đo lường chủ yếu qua nội dung của bài thuyết trình của bài viết. Nếu sinh viên đạt từ 5.0 trở lên ở tiêu chí này, nghĩa là đã đạt chuẩn CLO2 ở mức độ "Vận dụng".
- CLO3: Được đo lường tổng hợp qua thái độ, tính kỷ luật, phối hợp nhóm, kỹ năng phong thái trình bày của sinh viên.

c. Rubric đánh giá tiểu luận

CLO	Mức 1: YẾU (0 - 4.9)	Mức 2: TRUNG BÌNH (5.0 - 6.9)	Mức 3: KHÁ (7.0 - 8.4)	Mức 4: GIỎI (8.5 - 10)
CLO1				
1.1 -1.3 Giới thiệu về doanh nghiệp và sản phẩm mới (1/10 điểm)	Sao chép thông tin thô, chấp vá từ internet; thiếu các nội dung cốt lõi Liệt kê danh mục sản phẩm tràn lan, không đúng trọng tâm ngành nghề phân tích.	Biết giới thiệu về doanh nghiệp mới, kể câu chuyện thương hiệu Liệt kê được danh mục sản phẩm nhưng chưa biết cách cô đọng theo nhóm tập trung.	Diễn giải mạch lạc, tóm tắt tốt tổng quan công ty và câu chuyện thương hiệu gây được cảm xúc. Danh mục sản phẩm được chọn lọc và phân loại hợp lý, đúng định hướng phân tích của đề bài	Tổng quan xuất sắc; làm nổi bật mối liên hệ biện chứng giữa doanh nghiệp với câu chuyện thương hiệu và sản phẩm. Thấy được tiềm lực vị thế của thương hiệu. Phân loại danh mục sản phẩm khoa học.
CLO2:				
2.1. Xây dựng chiến lược, tầm nhìn, sứ mệnh, giá trị cốt lõi (1/10 điểm)	- Sao chép lý thuyết suông, mô tả hời hợt. - Không xây dựng chiến lược, tầm nhìn, sứ mệnh, giá trị cốt lõi	- Liệt kê được chiến lược, tầm nhìn, sứ mệnh, giá trị cốt lõi. - Nhưng chiến lược, tầm nhìn, sứ mệnh, giá trị cốt lõi chưa đúng với thương hiệu		-Chiến lược, tầm nhìn, sứ mệnh, giá trị cốt lõi phù hợp với thương hiệu và liên kết với nhau
2.2. Xây dựng quy trình định vị, thiết kế hệ thống nhận diện thương hiệu và lập	- Không chỉ ra được "từ khóa" định vị hoặc điểm khác biệt (USP) của thương hiệu. -Không thiết kế được hệ	- Gọi tên được chiến lược định vị và USP của nhãn hàng. -Thiết kế được dưới 3 yếu tố	- Phân tích logic chiến lược định vị của sản phẩm. - Làm rõ điểm khác biệt (USP) của thương hiệu	-Phân tích sắc bén chiến lược STP. - Minh chứng rõ ràng sự nhất quán giữa định vị thương hiệu và hệ thống

CLO	Mức 1: YẾU (0 - 4.9)	Mức 2: TRUNG BÌNH (5.0 - 6.9)	Mức 3: KHÁ (7.0 - 8.4)	Mức 4: GIỎI (8.5 - 10)
kế hoạch truyền thông (6/10 điểm)	thống nhận diện thương hiệu -Không lập được kế hoạch truyền thông thương hiệu	nhận diện thương hiệu -Lập kế hoạch truyền thông sơ sài, thiếu hình ảnh, nội dung -Tuy nhiên nội dung mang tính mô tả thô thiếu sự phân tích so sánh với đối thủ cạnh tranh.	với đối thủ cạnh tranh. -Thiết kế hệ thống nhận diện phong phú -Lập được kế hoạch quảng bá thương hiệu	nhận diện thương hiệu -Kết hợp được đa hình thức, đa phương hiệu truyền thông thương hiệu

CLO3:

Hình thức và thái độ trách nhiệm. (2/10 điểm)	Nộp bài trễ hạn. Bài làm sai hình thức nghiêm trọng, không đủ các chương các ý giảng viên yêu cầu.	Nộp bài đúng hạn nhưng hình thức và trích dẫn còn nhiều lỗi. Thiếu các các sơ đồ, hình ảnh, số liệu minh họa. Các ý trong bài còn thiếu một vài nội dung nhưng không phải nội dung chính.	Nghiêm túc tuân thủ quy định hình thức, trích dẫn đầy đủ, nộp bài đúng hạn. Có số liệu minh họa. Đầy đủ nội dung giảng viên yêu cầu.	Bài làm nộp đúng hạn, hình thức rõ ràng, sạch đẹp. Nội dung đầy đủ rõ ràng các đầu mục theo yêu cầu giảng viên. Trong bài có hình ảnh, số liệu, biểu đồ, bảng biểu minh họa cho các nội dung. Dẫn chứng cụ thể rõ ràng.
--	--	---	--	---

Mô tả tổng quát mức năng lực qua điểm số (10 điểm)

• **Mức giỏi (8.5 - 10 điểm):** Sinh viên thể hiện tư duy chiến lược sắc bén và năng lực phân tích toàn diện. Vận dụng nhuần nhuyễn lý thuyết vào thực tiễn, chủ động đưa ra các giải pháp đột phá, đón đầu xu hướng thời sự (như phát triển bền vững, marketing

xanh) với luận cứ khoa học vững chắc. Bài viết có tính phản biện cao, lập luận logic, minh chứng thực tế thuyết phục và hình thức trình bày khoa học, hoàn hảo.

- **Mức khá (7.0 - 8.4 điểm):** Sinh viên đáp ứng đầy đủ, chính xác các yêu cầu cốt lõi của đề bài. Bài viết có cấu trúc mạch lạc, vận dụng tốt các công cụ lý thuyết để thực hiện quy trình xây dựng thương hiệu mới. Tuy nhiên, tư duy phản biện ở mức vừa phải, các đề xuất giải pháp tương đối thực tế nhưng chưa bộc lộ tính đột phá hay sáng tạo vượt trội.

- **Mức trung bình (5.0 - 6.9 điểm):** Sinh viên đạt được các yêu cầu tối thiểu mang tính nền tảng. Nội dung bài viết chủ yếu dừng lại ở mức mô tả, liệt kê thông tin thô từ tài liệu của doanh nghiệp thay vì phân tích chuyên sâu. Khả năng kết nối giữa lý thuyết và thực tiễn còn hạn chế; các đề xuất giải pháp còn mang tính sách vở, chung chung và chưa giải quyết được "lỗi hổng" thực thi của nhãn hàng.

- **Mức yếu (Dưới 5.0 điểm):** Sinh viên chưa đạt yêu cầu cơ bản của học phần. Kiến thức mơ hồ, hiểu sai lệch lý thuyết cốt lõi hoặc phân tích hoàn toàn cảm tính. Bài viết có kết cấu rời rạc, chắp vá, thiếu minh chứng thực tế; vi phạm nghiêm trọng các quy định về hình thức trình bày và không đưa ra được giải pháp.

12. Tài liệu phục vụ cho học phần

12.1. Tài liệu chính

- Slide bài giảng của giảng viên
- TS Ngô Thị Thu và cộng sự (2022) Giáo trình *Quản trị thương hiệu*, NXB Tài chính

12.2. Tài liệu tham khảo

Kevin Lane Keller (2020), *Strategic Brand management*, 5th Global edition, Pearson.

Fabian Geyrhofer (2022), *Xây dựng thương hiệu từ A đến Z*, NXB Hồng Đức

Lê Đăng Lăng (2013), *Quản trị thương hiệu*, NXB Thống kê

Bùi Văn Quang (2015), *Quản trị thương hiệu lý thuyết và thực tiễn*, NXB Lao động Xã hội.

TP Hồ Chí Minh, ngày 4 tháng 06 năm 2025

Trưởng Khối ngành

(Ký và ghi rõ họ tên)



Nguyễn Thị Hồng Thủy

Giảng viên

(Ký và ghi rõ họ tên)



Trần Chí Hòa



PHIẾU CHẤM THUYẾT TRÌNH VÀ PHẢN BIỆN NHÓM

Đánh giá theo Rubrics năng lực thực hiện CLO3

Học phần: Xây dựng và quản trị thương hiệu

Lớp/Nhóm:

Chủ đề:

Giảng viên chấm:

Ngày chấm:

STT	Tiêu chí đánh giá	Điểm	Xuất sắc (85-100-%)	Khá (70-84%)	Trung bình (50-69%)	Yếu (<50%)	Điểm thành phần
1	Kỹ năng diễn đạt & thao tác tư duy	3	Diễn đạt trôi chảy; phối hợp nhuần nhuyễn ngôn ngữ cơ thể; làm chủ hoàn toàn bài nói.	Trình bày rõ ràng; mạch lạc; tự tin trong truyền tải nội dung.	Nói rõ ý nhưng còn phụ thuộc tài liệu; thao tác trình diễn chưa chuyên nghiệp.	Diễn đạt lúng túng; chủ yếu đọc slide; không kiểm soát được bài nói.	
2	Năng lực phản biện trực tiếp	4	Phản xạ cực nhanh; biên luận sắc sảo; bảo vệ quan điểm vững vàng.	Trả lời đúng trọng tâm; lập luận logic và thuyết phục.	Trả lời được nhưng còn lúng túng; lập luận chưa chặt chẽ.	Không phản biện được hoặc giải thích sai lệch vấn đề.	
3	Kỹ năng phối hợp & tương tác nhóm	3	Phối hợp nhịp nhàng; hỗ trợ nhau hoàn hảo trong phản biện.	Phân công rõ ràng; hỗ trợ nhau tốt trong phản trình bày.	Các thành viên có tham gia nhưng tương tác còn yếu.	Hoạt động rời rạc; không thể hiện vai trò làm việc nhóm.	
TỔNG ĐIỂM							10.0

Nhận xét của giảng viên:

Điểm số	Điểm chữ	Xếp loại	Mức đạt CLO
------------------	-------------------	-------------------	----------------------

GIẢNG VIÊN CHĂM
(Ký và ghi rõ họ tên)

PHIẾU CHẤM TIỂU LUẬN
Đánh giá theo Rubrics đánh giá năng lực làm tiểu luận qua CLOs

Học phần: **Xây dựng và quản trị thương hiệu**

Lớp/Nhóm/Cá nhân:

Chủ đề:

Giảng viên chấm:

Ngày chấm:

TT	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	CLO đo	Yếu < 5,0	Trung bình 5,0–6,9	Khá 7,0–8,4	Xuất sắc 8,5–10	Điểm
1	Giới thiệu về doanh nghiệp và sản phẩm mới	20%	CLO1	Sao chép thông tin thô, chấp vạ từ internet; thiếu các nội dung cốt lõi. Liệt kê danh mục sản phẩm tràn lan, không đúng trọng tâm ngành nghề phân tích.	Biết giới thiệu về doanh nghiệp mới, kẻ cầu chuyện thương hiệu Liệt kê được danh mục sản phẩm nhưng chưa biết cách cô đọng theo nhóm tập trung	Diễn giải mạch lạc, tóm tắt tốt tổng quan công ty và câu chuyện thương hiệu gây được cảm xúc. Danh mục sản phẩm được chọn lọc và phân loại hợp lý, đúng định hướng phân tích của đề bài.	Tổng quan xuất sắc; làm nổi bật mối liên hệ giữa chúng giữa doanh nghiệp với câu chuyện thương hiệu và sản phẩm. Thấy được tiềm lực vị thế của thương hiệu. Phân loại danh mục sản	

TT	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	CLO đo	Yếu < 5,0	Trung bình 5,0-6,9	Khả 7,0-8,4	Xuất sắc 8,5-10	Điểm
2	Xây dựng chiến lược, tầm nhìn, sứ mệnh, giá trị cốt lõi	20%		- Sao chép lý thuyết suông, mô tả hời hợt. - Không xây dựng chiến lược, tầm nhìn, sứ mệnh, giá trị cốt lõi	- Liệt kê được chiến lược, tầm nhìn, sứ mệnh, giá trị cốt lõi. - Nhưng chiến lược, tầm nhìn, sứ mệnh, giá trị cốt lõi chưa đúng với thương hiệu		- Chiến lược, tầm nhìn, sứ mệnh, giá trị cốt lõi phù hợp với thương hiệu và liên kết với nhau	
3	Xây dựng trình độ định vị, thiết kế hệ thống nhận diện thương hiệu và lập kế hoạch truyền thông	30%	CLO2	- Không chỉ ra được "từ khóa" định vị hoặc điểm khác biệt (USP) của thương hiệu. - Không thiết kế được hệ thống nhận diện thương hiệu - Không lập được kế hoạch truyền	- Gọi tên được chiến lược định vị và USP của nhãn hàng. - Thiết kế được dưới 3 yếu tố nhận diện thương hiệu - Lập kế hoạch truyền thông sơ sài, thiếu hình ảnh, nội dung	- Phân tích logic chiến lược định vị của sản phẩm. - Làm rõ điểm khác biệt (USP) của thương hiệu với đối thủ cạnh tranh. - Thiết kế hệ thống nhận diện phong phú	- Phân tích sắc ben chiến lược STP. - Minh chứng rõ ràng sự nhất quán giữa định vị thương hiệu và hệ thống nhận diện thương hiệu	

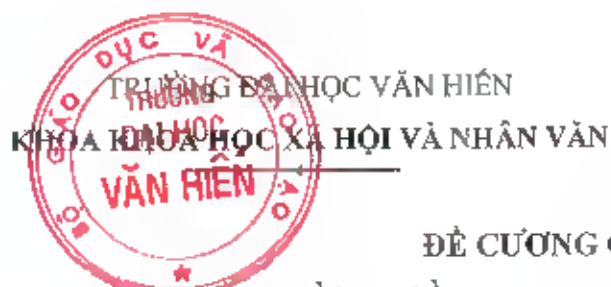
TT	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	CLO đo	Yếu < 5,0	Trung bình 5,0-6,9	Khá 7,0-8,4	Xuất sắc 8,5-10	Điểm
				thông thương hiệu	-Tuy nhiên nội dung mang tính mô tả thô thiếu sự phân tích so sánh với đối thủ cạnh tranh.	-Lập được kế hoạch quảng bá thương hiệu	-Kết hợp được đa hình thức, đa phương hiệu truyền thông thương hiệu	
4	Hình thức và thái độ trách nhiệm	30%	CLO3	Nộp bài trễ hạn. Bài làm sai hình thức nghiêm trọng, không đủ các chương các ý giảng viên yêu cầu.	Nộp bài đúng hạn nhưng hình thức và trích dẫn còn nhiều lỗi. Thiếu các các sơ đồ, hình ảnh, số liệu minh họa. Các ý trong bài còn thiếu một vài nội dung nhưng không phải nội dung chính.	Nghiêm túc tuân thủ quy định hình thức, trích dẫn đầy đủ, nộp bài đúng hạn. Có số liệu minh họa. Đầy đủ nội dung giảng viên yêu cầu.	Bài làm nộp đúng hạn, hình thức rõ ràng, sạch đẹp. Nội dung đầy đủ rõ ràng các đầu mục theo yêu cầu giảng viên. Trong bài có hình ảnh, số liệu, biểu đồ, bảng biểu minh họa cho các nội dung. Dẫn chứng cụ thể rõ ràng.	
TỔNG ĐIỂM								

Nhận xét của giảng viên:

Điểm số	Điểm chữ	Xếp loại	Mức đạt CLO
.....			

GIẢNG VIÊN CHẤM
(Ký và ghi rõ họ tên)





ĐỀ CƯƠNG CHI TIẾT HỌC PHẦN

1. Thông tin về học phần

- Tên học phần: Viết và biên tập tin/Write and edit files
- Mã học phần: PUR425
- Số tín chỉ: 02
- bậc đào tạo: Đại học
- Loại học phần: Bắt buộc
- Học phần tiên quyết/ Học phần trước: VIE201
- Đơn vị phụ trách: Khoa Khoa học Xã hội và Nhân văn
- Số tín chỉ: 02 ; Số giờ: 100 , trong đó:
 - Hoạt động giảng dạy trên lớp: 30 Giờ
 - + Giờ giảng: 20 Giờ
 - + Thảo luận: 10 Giờ
 - Giờ kiểm tra: ...Giờ
 - Giờ tự học: 70 Giờ

2. Thông tin về giảng viên

Giảng viên 1:

- Họ và tên: Phạm Thị Hương
- Chức danh, học vị: Thạc sĩ
- Thời gian làm việc: Giờ hành chính (8.00 -16:00)
- Địa điểm làm việc: Khoa Khoa học Xã hội và Nhân văn, Trường Đại học ĐH Văn Hiến
- Điện thoại: 0934976916
- Email: huongpt@vhu.edu.vn

Giảng viên 2:

- Họ và tên: Trần Thị Lợi
- Chức danh, học vị: Thạc sĩ
- Thời gian làm việc: Giờ hành chính (8.00 -16:00)
- Địa điểm làm việc: Khoa Khoa học Xã hội và Nhân văn, Trường Đại học Văn Hiến
- Điện thoại: 0984155809
- Email: loitt@vhu.edu.vn

3. Tóm tắt nội dung học phần

Học phần trang bị cho sinh viên những kiến thức cơ bản về thể loại tin trong báo chí, đặc điểm, cấu trúc và các dạng tin phổ biến. Sinh viên được rèn luyện kỹ năng thu thập, lựa chọn thông tin, viết tin theo cấu trúc hình tháp ngược và thực hành biên tập tin bảo đảm tính chính xác, logic và phù hợp với mục đích truyền thông. Bên cạnh lý thuyết, học phần chú trọng thực hành viết và biên tập các loại tin báo chí, giúp người học nâng cao năng lực sản xuất nội dung thông tin trong môi trường truyền thông và báo chí hiện đại. Qua đó, sinh viên hình thành tư duy nghề nghiệp, tính cẩn trọng và trách nhiệm trong xử lý, biên tập thông tin.

4. Mục tiêu của học phần

Học phần trang bị cho người học kiến thức cơ bản về thể loại tin báo chí, đặc điểm, cấu trúc, các dạng tin phổ biến, nguyên tắc biên tập tin và quy trình viết, biên tập tin trong hoạt động báo chí – truyền thông. Trên cơ sở đó, học phần rèn luyện khả năng thu thập, lựa chọn và xử lý thông tin, vận dụng kỹ thuật viết tin theo cấu trúc hình tháp ngược, thực hiện biên tập tin bảo đảm tính chính xác, logic, ngắn gọn và phù hợp với đối tượng tiếp nhận, đồng thời hình thành ý thức nghề nghiệp, tính cẩn trọng, trung thực, trách nhiệm và tinh thần chủ động, nghiêm túc trong hoạt động sản xuất nội dung báo chí – truyền thông.

5. Chuẩn đầu ra của học phần

Sau khi hoàn thành học phần này, người học có thể

Mã CDR	Nội dung chuẩn đầu ra	Mức độ
CLO1	Trình bày được khái niệm, đặc điểm, cấu trúc và các dạng tin báo chí; nguyên tắc và quy trình viết, biên tập tin trong hoạt động báo chí – truyền thông.	Mức 2 (Hiểu)
CLO2	Phân tích được cấu trúc, nội dung, giá trị thông tin và các yếu tố ảnh hưởng đến chất lượng của một sản phẩm tin báo chí.	Mức 4 (Phân tích)
CLO3	Vận dụng được các kỹ thuật thu thập, xử lý thông tin, viết và biên tập tin theo cấu trúc chuẩn nhằm tạo ra sản phẩm tin phù hợp với mục đích truyền thông.	Mức 3 (Chuẩn hóa)
CLO4	Đánh giá được vai trò của tính chính xác, trung thực, trách nhiệm nghề nghiệp và đạo đức trong quá trình viết và biên tập tin.	Mức 5 (Đặc trưng hóa các giá trị)

Mã trận liên kết/tương thích giữa CLOs và PLOs

Chuẩn đầu ra	PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5	PLO6	PLO7	PLO8
CLO1		X						
CLO2					X			
CLO3						X		
CLO4								X

6. Nội dung chi tiết của học phần

6.1. Lý thuyết

Chương/Mục	Nội dung
Chương 1.	TỔNG QUAN VỀ THỂ LOẠI TIN
1.1	Khái niệm về tin
1.2	Đặc điểm của tin
1.3	Các dạng tin
	Tin văn
	Tin ngắn
	Tin sâu
	Tin tổng hợp
	Tin tường thuật
	Tin ảnh
	Tin công báo
Chương 2.	KỸ THUẬT VIẾT TIN
2.1	Các kiểu cấu trúc tin
2.2	Các yếu tố và trật tự của các yếu tố trong tin (5W+1H)
2.3	Kỹ thuật viết tin theo cấu trúc hình tháp ngược
2.4	Thực hành viết tin theo cấu trúc hình tháp ngược
Chương 3.	KỸ THUẬT BIÊN TẬP TIN
3.1	Nguyên tắc biên tập
3.2	Các bước biên tập
3.3	Những công việc cụ thể trong biên tập tin
3.4	Thực hành biên tập tin

6.2. Thực hành

- Sinh viên thực hành viết tin từ thông cáo báo chí, sự kiện.

- Sinh viên thực hành biên tập tin

7. Phân bổ thời gian theo tiết (1 tín chỉ = 15 giờ)

Chương	Tên chương	Số giờ				
		Giờ giảng	Thảo luận	Giờ kiểm tra	Giờ Tự học	Tổng
1	Tổng quan về thể loại tin	3	2		15	20
2	Kỹ thuật viết tin	10	5		30	45
3	Kỹ thuật biên tập tin	7	3		25	35
	Tổng	20	10		70	100

CÁC CHỦ ĐỀ THẢO LUẬN VÀ THUYẾT TRÌNH

- Nêu đặc điểm tin báo chí.
- Xác định các yếu tố 5W+H, viết tin theo cấu trúc hình tháp ngược.
- Xác định các yếu tố 5W+H, biên tập tin có cấu trúc hình tháp ngược.

Ma trận liên kết/tương thích giữa CLOs và nội dung (các chương) của học phần

Nội dung chương	CLO1	CLO2	CLO3	CLO4
Chương 1. Tổng quan về thể loại tin	X	X		X
Chương 2. Kỹ thuật viết tin	X	X	X	X
Chương 3. Kỹ thuật biên tập tin	X	X	X	X

8. Phương pháp giảng dạy - học

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

- Thuyết giảng
- Hướng dẫn
- Giao bài tập

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

- Nghe giảng
- Làm bài tập
- Thực hành

Ma trận liên kết/tương thích giữa CLOs với phương pháp giảng dạy- học

Phương pháp giảng dạy	CLO1	CLO2	CLO3	CLO4
Thuyết giảng	X	X		X
Hướng dẫn	X	X	X	X
Giao bài tập		X	X	X
Nghe giảng	X	X		X

Phương pháp giảng dạy	CLO1	CLO2	CLO3	CLO4
Làm bài tập		X	X	X
Thực hành		X	X	X

9. Nhiệm vụ của sinh viên

- Chủ động tổ chức thực hiện giờ tự học
- Tham gia đầy đủ các giờ lên lớp (sinh viên chỉ được vắng mặt tối đa 20% thời gian lên lớp của học phần).
- Đọc tài liệu bắt buộc và tham khảo thêm tài liệu do giảng viên giới thiệu.
- Hoàn thành đầy đủ bài tập được giao.
- Tham gia và hoàn thành bài thi kết thúc học phần.

10. 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.

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

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

TT	Điểm thành phần	Hình thức đánh giá	Trọng số
1	Giữa kỳ	Chuyên cần (dự lớp 10%) + Kiểm tra thường xuyên (30%)	40%
2	Kết thúc học phần	Thi tự luận	60%

Điểm đánh giá quá trình: trọng số 40%, bao gồm:

- Điểm chuyên cần: trọng số 10%

Tiêu chí đánh giá	Mức độ đạt chuẩn quy định					Trọng số
	Mức F (0-3.9)	Mức D (4.0-5.4)	Mức C (5.5-6.9)	Mức B (7.0-8.4)	Mức A (8.5-10)	
Chuyên cần, tham gia học tập (CLO4)	Vắng quá 30% số buổi; không tham gia hoạt	Tham gia dưới 50% số buổi, chuẩn bị bài rất hạn chế.	Tham gia khoảng 50%-70% số buổi; có chuẩn bị nhưng đóng góp chưa thường xuyên.	Tham gia khoảng 70%-90% số buổi; chuẩn bị bài và đóng góp	Tham gia đầy đủ; chuẩn bị bài tốt; tích cực thảo luận, hỗ trợ nhóm và nộp	100%

Tiêu chí đánh giá	Mức độ đạt chuẩn quy định					Trọng số
	Mức F (0-3.9)	Mức D (4.0-5.4)	Mức C (5.5-6.9)	Mức B (7.0-8.4)	Mức A (8.5-10)	
	động học tập.			tương đối tích cực.	nhiệm vụ đúng hạn.	

- Điểm kiểm tra thường xuyên; trọng số 30%. Theo thang điểm 10, dựa trên đáp án và hướng dẫn điểm được thiết kế sẵn.

11.2. Kế hoạch đo CLOs

Đánh giá người học	CLOs	Trọng số	Miền	Thời gian lấy dữ liệu	Công cụ đánh giá	Ghi chú	Điểm lấy dữ liệu
Kết thúc học phần (Thi tự luận cuối kỳ)	CLO1 ; CLO2 ; CLO3	60%	Kiến thức	Theo lịch thi của nhà trường	Tự luận (11.3.a)	Đánh giá dựa trên khả năng nhận diện thông tin; xác định chủ đề, trọng tâm sự kiện, các yếu tố 5W+H; thu thập thông tin theo đúng chủ đề; viết tin đúng cấu trúc; đúng văn phong báo chí; diễn đạt mạch lạc; hình thức trình bày phù hợp.	Lấy dữ liệu đo từ CLO1; CLO2; CLO3
Quá trình (Bài tập thực)	CLO2 ; CLO3	30%	Kiến thức và kỹ năng	Tuần 2-5	Bài tập thực hành; chấm sản phẩm tin; Rubric	Thực hành thu thập thông tin, viết tin theo	Lấy dữ liệu đo từ CLO2, CLO3

Đánh giá người học	CLOs	Trọng số	Miền	Thời gian lấy dữ liệu	Công cụ đánh giá	Ghi chú	Điểm lấy dữ liệu
hành viết & biên tập tin)					đánh giá thực hành	cấu trúc chuẩn và biên tập tin báo chí bảo đảm tính chính xác, logic và phù hợp.	
Quá trình (Chuyên cần, tham gia học tập)	CLO4	10%	Tự chủ và trách nhiệm	Suốt học kỳ (Tuần 1–6)	Bảng kiểm chuyên cần; quan sát lớp học; mức độ tham gia thực hành	Đánh giá ý thức trách nhiệm, tính chính xác, trung thực và thái độ nghiêm túc trong viết và biên tập tin.	Lấy dữ liệu đo từ CLO4

11.3. Công cụ đo CLO:

a. Ma trận đặc tả đề thi tự luận (3 câu); Thời gian: 60 phút; Số câu: 3

Chương	Nội dung trọng tâm	CLO	Nhận biết (L1)	Thông hiểu (L2)	Vận dụng (L3)	Tổng số câu
Chương 1	Tổng quan về thể loại tin	CLO1, CLO2	1			1
Chương 2	Kỹ thuật viết tin	CLO2, CLO3			1	1
Chương 3	Kỹ thuật biên tập tin	CLO2, CLO3		1		1
TỔNG	3 câu (100%)		1 câu	1 câu	1 câu	3 câu

Rubrics định nghĩa mức năng lực cho các CLO1, CLO2, CLO3

CLO	Mức 1: YẾU (0–4.9)	Mức 2: TRUNG BÌNH (5.0–6.9)	Mức 3: KHÁ (7.0–8.4)	Mức 4: GIỎI (8.5–10)
CLO1: Trình bày được khái niệm, đặc điểm, cấu trúc và các dạng tin báo chí; nguyên tắc và quy trình viết, biên tập tin. (1 câu – L1)	Trả lời đúng dưới 0.5 câu, chưa nhận diện đúng hoặc trình bày sai kiến thức cơ bản về thể loại tin.	Trả lời đúng từ 0.5 đến dưới 0.7 câu; trình bày được kiến thức cơ bản nhưng còn thiếu hoặc chưa chính xác.	Trả lời đúng từ 0.7 đến dưới 0.85 câu; trình bày đúng phần lớn kiến thức về thể loại tin.	Trả lời đúng từ 0.85 đến 1 câu; trình bày đầy đủ, chính xác khái niệm, đặc điểm, cấu trúc và các dạng tin.
CLO2: Phân tích được cấu trúc, nội dung, giá trị thông tin và các yếu tố ảnh hưởng đến chất lượng của một sản phẩm tin báo chí. (1 câu – L2)	Trả lời đúng dưới 0.5 câu; chưa phân tích được cấu trúc, nội dung hoặc xác định sai trọng tâm thông tin.	Trả lời đúng từ 0.5 đến dưới 0.7 câu; phân tích được một phần nội dung nhưng còn thiếu logic hoặc chưa đầy đủ.	Trả lời đúng từ 0.7 đến dưới 0.85 câu; phân tích đúng phần lớn cấu trúc, nội dung và trọng tâm thông tin.	Trả lời đúng từ 0.85 đến 1 câu; phân tích đầy đủ, logic, xác định đúng trọng tâm sự kiện và các yếu tố thông tin.
CLO3: Vận dụng được các kỹ thuật thu thập, xử lý thông tin, viết và biên tập tin theo cấu trúc chuẩn nhằm tạo ra sản phẩm tin phù hợp với mục đích truyền thông. (1 câu – L3, trọng số cao)	Trả lời đúng dưới 0.5 câu, chưa vận dụng được kỹ thuật viết tin hoặc sản phẩm không đúng cấu trúc, thiếu trọng tâm sự kiện.	Trả lời đúng từ 0.5 đến dưới 0.7 câu; viết được tin cơ bản nhưng còn lỗi về cấu trúc, văn phong báo chí hoặc diễn đạt.	Trả lời đúng từ 0.7 đến dưới 0.85 câu; viết tin tương đối đúng cấu trúc, xác định được trọng tâm, diễn đạt khá rõ ràng.	Trả lời đúng từ 0.85 đến 1 câu; vận dụng tốt kỹ thuật viết tin, đúng cấu trúc hình tháp ngược, đúng văn phong báo chí, đầy đủ 5W+1H, diễn đạt mạch lạc và trình bày phù hợp.

Mô tả tổng quát mức năng lực qua điểm số (10 điểm)

- **Mức Giỏi (8,5 – 10 điểm):** Sinh viên thực hiện tốt các yêu cầu ở cả ba mức độ Nhận biết (L1), Thông hiểu (L2) và Vận dụng (L3); nắm vững khái niệm, đặc điểm, cấu trúc và các dạng tin báo chí; phân tích đúng nội dung, trọng tâm sự kiện và vận dụng hiệu quả kỹ thuật viết – biên tập tin để tạo ra sản phẩm tin đúng cấu trúc, đúng văn phong báo chí, đầy đủ 5W+1H, diễn đạt mạch lạc và trình bày phù hợp.

- **Mức Khá (7,0 – 8,4 điểm):** Sinh viên nắm vững phần lớn nội dung trọng tâm ở mức Nhận biết (L1) và Thông hiểu (L2), đồng thời vận dụng tương đối tốt kiến thức ở mức Vận dụng (L3); xác định được trọng tâm sự kiện, viết và biên tập tin khá đúng cấu trúc nhưng vẫn còn một số hạn chế nhỏ về diễn đạt, trình bày hoặc mức độ hoàn thiện của sản phẩm tin

- **Mức Trung bình (5,0 – 6,9 điểm):** Sinh viên chủ yếu đạt được yêu cầu ở mức Nhận biết (L1) và hiểu được các nội dung cơ bản ở mức Thông hiểu (L2); bước đầu biết vận dụng kỹ thuật viết – biên tập tin ở mức Vận dụng (L3) nhưng sản phẩm còn đơn giản, còn lỗi về cấu trúc, văn phong, cách xác định trọng tâm sự kiện hoặc trình bày thông tin.

- **Mức Yếu (Dưới 5,0 điểm):** Sinh viên chưa đạt được các yêu cầu cơ bản ở mức Nhận biết (L1), chưa hiểu rõ nội dung trọng tâm ở mức Thông hiểu (L2) và gặp nhiều khó khăn trong việc vận dụng kỹ thuật viết – biên tập tin ở mức Vận dụng (L3); sản phẩm tin chưa đúng cấu trúc, thiếu tính logic, chưa xác định được trọng tâm sự kiện hoặc các yếu tố 5W+1H.

b. Rubric đánh giá bài kiểm tra thường xuyên

Mục tiêu: Đo lường kỹ năng Tâm vận động (CLO3) qua phân xạ tư duy và tương tác trực tiếp.

ST T	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	CLO đo lường	Xuất sắc (8.5 - 10)	Khá (7.0 - 8.4)	Trung bình (5.0 - 6.9)	Yếu (< 5.0)
1	Thu thập và xác định thông tin sự kiện	20%	CLO2	Thu thập đầy đủ thông tin, xác định chính xác chủ đề, trọng tâm sự kiện và nguồn tin phù hợp.	Thu thập khá đầy đủ thông tin, xác định đúng chủ đề nhưng còn thiếu một vài chi tiết nhỏ	Thu thập được thông tin cơ bản nhưng còn thiếu dữ kiện hoặc xác định trọng tâm chưa rõ.	Thông tin thiếu nhiều, xác định sai hoặc không rõ chủ đề/trọng tâm sự kiện.
2	Viết tin theo cấu trúc hình	35%	CLO3	Tin viết đúng cấu trúc hình tháp ngược;	Tin tương đối đúng cấu trúc nhưng trình	Tin có cấu trúc cơ bản nhưng còn lúng	Tin không đúng cấu trúc hoặc trình bày

ST T	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	CLO đo lượng	Xuất sắc (8.5 - 10)	Khá (7.0 - 8.4)	Trung bình (5.0 - 6.9)	Yếu (< 5.0)
	thấp ngược			thông tin sắp xếp logic, nhấn mạnh đúng trọng tâm.	tự thông tin chưa thật sự tối ưu.	túng trong sắp xếp thông tin.	rời rạc, thiếu logic.
3	Nội dung và yếu tố 5W+1H	25%	CLO2, CLO3	Đầy đủ, chính xác các yếu tố 5W+1H, nội dung rõ ràng, phù hợp với sự kiện thực tế.	Đủ phần lớn yếu tố 5W+1H nhưng còn thiếu hoặc chưa rõ một vài nội dung nhỏ.	Có các yếu tố cơ bản nhưng còn thiếu nhiều thông tin hoặc chưa rõ ràng.	Thiếu nhiều yếu tố 5W+1H hoặc thông tin sai lệch.
4	Văn phong báo chí và hình thức trình bày	20%	CLO3	Diễn đạt mạch lạc, đúng văn phong báo chí; chính tả, ngữ pháp tốt; độ dài khoảng 200– 300 chữ phù hợp.	Văn phong tương đối phù hợp nhưng còn lỗi nhỏ về diễn đạt hoặc trình bày.	Diễn đạt còn đơn giản, mắc nhiều lỗi diễn đạt/chính tả hoặc không đúng yêu cầu dung lượng	Văn phong chưa phù hợp báo chí; nhiều lỗi chính tả, trình bày khó hiểu

Lưu ý cho việc thống kê đạt chuẩn:

- CLO2 (Nhận thức): Được đo lường chủ yếu qua Tiêu chí 1 của bài viết. Nếu sinh viên đạt từ 5.0 trở lên ở tiêu chí này, nghĩa là đã đạt chuẩn CLO2 ở mức độ "Hiếu".
- CLO3 (Tâm vận động): Được đo lường tổng hợp qua Tiêu chí 2 của bài viết và tất cả tiêu chí thuyết trình. Đây là điểm số thể hiện kỹ năng biện luận và phản xạ thực tế của sinh viên.

12. Tài liệu phục vụ cho học phần

12.1. Tài liệu chính

Phạm Thị Hương, Tập bài giảng Viết và biên tập tin, Tài liệu lưu hành nội bộ.

12.2. Tài liệu tham khảo

- Vũ Quang Hào (2004), *Ngôn ngữ báo chí*, NXB ĐHQG Hà Nội.
- Nguyễn Quang Hòa (tái bản 2021), *Biên tập báo chí*, NXB Thông tin và Truyền thông, Hà Nội.
- Hồ Xuân Mai (2014), *Ngôn ngữ báo chí và biên tập báo*, NXB CTQG-ST.
- Nguyễn Thị Trường Giang (2020), *Pháp luật và đạo đức báo chí*, NXB ĐHQG Hà Nội.
- Trần Quang (2005), *Kỹ thuật viết tin*, NXB ĐHQG Hà Nội.

TP. Hồ Chí Minh, ngày 04 tháng 06 năm 2025

Trưởng Khối ngành

(Ký và ghi rõ họ tên)



Nguyễn Thị Hồng Thủy

Giảng viên

(Ký và ghi rõ họ tên)



Phạm Thị Hương



PHIẾU CHẤM THUYẾT TRÌNH VÀ PHẢN BIỆN NHÓM

Đánh giá theo Rubrics năng lực thực hiện CLO3

Học phần: Viết và biên tập tin

Lớp/Nhóm:

Chủ đề:

Giảng viên chấm:

Ngày chấm:

STT	Tiêu chí đánh giá	Điểm	Xuất sắc (85-100-%)	Khá (70-84-%)	Trung bình (50-69-%)	Yếu (<50-%)	Điểm thành phần
1	Kỹ năng diễn đạt & thao tác tư duy	3	Diễn đạt trôi chảy; phối hợp nhuần nhuyễn ngôn ngữ cơ thể; làm chủ hoàn toàn bài nói.	Trình bày rõ ràng; mạch lạc; tự tin trong truyền tải nội dung.	Nói rõ ý nhưng còn phụ thuộc tài liệu; thao tác trình diễn chưa chuyên nghiệp.	Diễn đạt lúng túng; chủ yếu đọc slide; không kiểm soát được bài nói.	
2	Năng lực phản biện trực tiếp	4	Phản xạ cực nhanh; biện luận sắc sảo; bảo vệ quan điểm vững vàng.	Trả lời đúng trọng tâm; lập luận logic và thuyết phục	Trả lời được nhưng còn lúng túng; lập luận chưa chặt chẽ	Không phản biện được hoặc giải thích sai lệch vấn đề	
3	Kỹ năng phối hợp	3	Phối hợp nhịp nhàng; hỗ trợ nhau hoàn hảo trong phản biện	Phân công rõ ràng; hỗ trợ nhau tốt trong phản trình bày.	Các thành viên có tham gia nhưng tương tác còn yếu.	Hoạt động rời rạc; không thể hiện vai trò làm việc nhóm.	



STT	Tiêu chí đánh giá	Điểm	Xuất sắc (85-100-%)	Khá (70-84%)	Trung bình (50-69%)	Yếu (<50%)	Điểm thành phần
	& tương tác nhóm						
TỔNG ĐIỂM							10.0

Nhận xét của giảng viên:

Điểm số

Điểm chữ

Xếp loại

Mức đạt CLO

GIẢNG VIÊN CHẤM
(Ký và ghi rõ họ tên)

Trưởng Đại học Văn Hiến





TRƯỜNG ĐẠI HỌC VĂN HIẾN

KHOA KHOA HỌC XÃ HỘI VÀ NHÂN VĂN

CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM

Độc lập – Tự do – Hạnh phúc

ĐỀ CƯƠNG CHI TIẾT HỌC PHẦN

1. Thông tin về học phần

- Tên học phần: **Quan hệ báo chí và xử lý khủng hoảng truyền thông/Press relations and crisis management**
- Mã học phần: PUR429
- Số tín chỉ: 02
- Cấp đào tạo: Đại học
- Loại học phần: Bắt buộc
- Học phần tiên quyết/ Học phần trước: Không
- Đơn vị phụ trách: Khoa Khoa học Xã hội và Nhân văn
- Số tín chỉ: 02 ; Số giờ: 100 , trong đó:
 - Hoạt động giảng dạy trên lớp: 30 Giờ
 - + Giờ giảng: 20 Giờ
 - + Thảo luận: 10 Giờ
 - Giờ kiểm tra: . Giờ
 - Giờ tự học: 70 Giờ

2. Thông tin về giảng viên

Giảng viên 1:

- Họ và tên: Phạm Thị Hương
- Chức danh, học vị: Thạc sĩ
- Thời gian làm việc: Giờ hành chính (8:00 -16:00)
- Địa điểm làm việc: Khoa Khoa học Xã hội và Nhân văn, Trường Đại học ĐH Văn Hiến
- Điện thoại: 0934976916
- Email: huongpt@vhu.edu.vn

Giảng viên 2:

- Họ và tên: Nguyễn Thị Phước
- Chức danh, học vị: Thạc sĩ
- Thời gian làm việc: Giờ hành chính (8:00 -16:00)
- Địa điểm làm việc: Khoa Khoa học Xã hội và Nhân văn, Trường Đại học ĐH Văn Hiến

3. Tóm tắt nội dung học phần

Học phần nhằm trang bị kiến thức chuyên ngành về mối quan hệ giữa báo chí và PR. Qua đó, sinh viên có thể hình dung về vị trí và vai trò của về vai trò và tầm quan trọng của báo chí trong công tác truyền thông. Học phần này cũng trang bị cho sinh viên những kỹ năng cơ bản để tham gia vào lĩnh vực PR, đặc biệt trong công tác quan hệ báo chí, truyền thông, xử lý khủng hoảng truyền thông. Biết được nguyên nhân khủng hoảng xảy ra, cách nhận diện khủng hoảng, nắm được các bước trong quy trình xử lý khủng hoảng. Học tập cách xử lý khủng hoảng từ những case – studies. Sinh viên sẽ có những kiến thức và kỹ năng cần thiết để thực hiện kế hoạch quản trị rủi ro, khủng hoảng truyền thông và thiết lập mối quan hệ báo chí.

4. Mục tiêu của học phần

Học phần trang bị cho người học kiến thức cơ bản về mối quan hệ giữa báo chí và PR, vai trò của báo chí trong hoạt động truyền thông, nguyên tắc thiết lập và duy trì quan hệ báo chí; đồng thời giúp người học nhận diện nguyên nhân, dấu hiệu và quy trình xử lý khủng hoảng truyền thông. Trên cơ sở đó, học phần rèn luyện khả năng thiết lập quan hệ báo chí, xây dựng thông cáo báo chí, tổ chức họp báo và vận dụng các bước xử lý khủng hoảng thông qua phân tích tình huống thực tiễn; đồng thời hình thành tinh thần trách nhiệm, tác phong chuyên nghiệp và ý thức chủ động trong xây dựng quan hệ báo chí, xử lý thông tin và ứng phó với khủng hoảng truyền thông một cách phù hợp, hiệu quả.

5. Chuẩn đầu ra của học phần

Sau khi hoàn thành học phần này, người học có thể.

Mã CDR	Nội dung chuẩn đầu ra	Mức độ
CLO1	Trình bày được các khái niệm, nguyên tắc và vai trò của quan hệ báo chí trong hoạt động PR; quy trình thiết lập, duy trì mối quan hệ với báo chí và truyền thông.	Mức 2 (Hiểu)
CLO2	Phân tích được nguyên nhân, dấu hiệu nhận diện, tác động và quy trình xử lý khủng hoảng truyền thông trong tổ chức và doanh nghiệp.	Mức 4 (Phân tích)
CLO3	Vận dụng được các kỹ năng thiết lập quan hệ báo chí, xây dựng thông cáo báo chí, tổ chức họp báo và xử lý tình huống khủng hoảng truyền thông trong bối cảnh thực tiễn.	Mức 3 (Chuẩn hóa)
CLO4	Đánh giá được vai trò của trách nhiệm nghề nghiệp, đạo đức truyền thông và tinh thần chủ động trong hoạt động quan hệ báo chí và xử lý khủng hoảng truyền thông.	Mức 5 (Đặc trưng hóa các giá trị)

Mã trận liên kết/tương thích giữa CLOs và PLOs

Chuẩn đầu ra	PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5	PLO6	PLO7	PLO8
CLO1			X					
CLO2				X				
CLO3						X		
CLO4							X	X

6. Nội dung chi tiết của học phần

6.1. Lý thuyết

Chương/Mục	Nội dung
Chương 1.	TỔNG QUAN VỀ BÁO CHÍ & PR
1.1	Khái niệm về PR, báo chí
1.2	Vai trò của báo chí với PR
1.3	Mối quan hệ giữa PR và Báo chí
Chương 2.	QUAN HỆ BÁO CHÍ & THIẾT LẬP MỐI QUAN HỆ BÁO CHÍ
2.1	Quan hệ báo chí và tầm quan trọng với truyền thông doanh nghiệp, tổ chức
2.2	Nguyên tắc làm việc với báo chí
2.3	Cách thiết lập và duy trì, phát triển mối quan hệ báo chí
Chương 3.	THÔNG HIỂU BÁO CHÍ
3.1	Tổng quan báo chí Việt Nam
3.2	Thông hiểu quyền và nghĩa vụ của báo chí trong công tác PR
3.3	Các loại hình báo chí
3.4	Tổ chức tòa soạn báo chí và hoạt động báo chí
3.5	Cách tạo ra tin tức báo chí của PR
Chương 4.	HỢP BÁO, THÔNG CÁO BÁO CHÍ, TOUR BÁO CHÍ
4.1	Công cụ tác nghiệp báo chí của PR
4.2	Thông cáo báo chí và bộ tài liệu truyền thông
4.3	Hợp báo, tour báo chí và những điều lưu ý
Chương 5.	KHỦNG HOẢNG TRUYỀN THÔNG VÀ NHẬN BIẾT KHỦNG HOẢNG TRUYỀN THÔNG
5.1	Khai niệm khủng hoảng
5.2	Phân biệt khủng hoảng và vấn đề

Chương/Mục	Nội dung
5.3	Dấu hiệu nhận biết khủng hoảng
5.4	Hậu quả khủng hoảng truyền thông đối với doanh nghiệp và tổ chức
Chương 6.	QUẢN TRỊ RỦI RO VÀ XỬ LÝ KHUNG HOẢNG TRUYỀN THÔNG
6.1	Thái độ đối với khủng hoảng
6.2	Công thức, mô hình xử lý khủng hoảng
6.3	Lập kế hoạch quản trị rủi ro và xử lý khủng hoảng
6.4	Biến khủng hoảng thành cơ hội

6.2. Thực hành

	Nội dung
6.2.1	Bài tập cá nhân
	Người học thực hành vận dụng kiến thức về quan hệ báo chí và xử lý khủng hoảng truyền thông để phân tích một tình huống khủng hoảng truyền thông thực tế hoặc mối quan hệ giữa tổ chức/doanh nghiệp với báo chí. Nội dung bài tập có thể gắn với việc nhận diện nguyên nhân khủng hoảng, đánh giá cách thức xử lý truyền thông, phân tích thông cáo báo chí hoặc đề xuất giải pháp xử lý khủng hoảng phù hợp trong một bối cảnh cụ thể.
6.2.2	Bài tập nhóm
	- Người học thảo luận nhóm theo các câu hỏi, tình huống hoặc yêu cầu do giảng viên giao liên quan đến quan hệ báo chí, xây dựng thông cáo báo chí, tổ chức họp báo và xử lý khủng hoảng truyền thông trong doanh nghiệp/tổ chức. - Các nhóm báo cáo kết quả làm việc trước lớp, trình bày nhận định, phân tích tình huống hoặc xây dựng kế hoạch xử lý khủng hoảng truyền thông và kế hoạch làm việc với báo chí cho một tình huống/tổ chức giả định hoặc tình huống thực tế.

7. Phân bổ thời gian theo tiết (1 tín chỉ = 15 giờ)

Chương	Tên chương	Số giờ				
		Giờ giảng	Thảo luận	Giờ kiểm tra	Giờ Tự học	Tổng
1	Tổng quan về báo chí và PR	3	0		5	8

Chương	Tên chương	Số giờ				
		Giờ giảng	Thảo luận	Giờ kiểm tra	Giờ Tự học	Tổng
2	Quan hệ báo chí và thiết lập mối quan hệ báo chí	2	2		10	14
3	Thông điệp báo chí	2	2		10	14
4	Hợp báo, thông cáo báo chí, Tour báo chí	3	2		15	20
5	Khủng hoảng truyền thông và nhận biết khủng hoảng truyền thông	5	2		10	17
6	Quản trị rủi ro và xử lý khủng hoảng truyền thông	5	2		20	27
	Tổng	20	10		70	100

CÁC CHỦ ĐỀ THẢO LUẬN VÀ THUYẾT TRÌNH

1. Nguyên tắc xây dựng quan hệ với nhà báo
2. Thông cáo báo chí: yêu cầu và kỹ năng biên soạn
3. Hợp báo: quy trình tổ chức và xử lý tình huống
4. Các giai đoạn phát triển của một cuộc khủng hoảng truyền thông
5. Chiến lược ứng phó khủng hoảng: chọn im lặng, xin lỗi hay phản hồi tích cực?
6. Vai trò của người phát ngôn trong khủng hoảng truyền thông
7. Bài học từ các khủng hoảng truyền thông nổi bật tại Việt Nam
8. Kỹ năng trả lời phỏng vấn báo chí của doanh nghiệp

Ma trận liên kết/tương thích giữa CLOs và nội dung (các chương) của học phần

Nội dung chương	CLO1	CLO2	CLO3	CLO4
Chương 1. Tổng quan về báo chí và PR	X			
Chương 2. Quan hệ báo chí và thiết lập mối quan hệ báo chí	X	X	X	X
Chương 3. Thông điệp báo chí	X	X	X	
Chương 4. Hợp báo, thông cáo báo chí, Tour báo chí	X		X	X
Chương 5. Khủng hoảng truyền thông và nhận biết khủng hoảng truyền thông		X	X	X
Chương 6. Quản trị rủi ro và xử lý khủng hoảng truyền thông		X	X	X

8. Phương pháp giảng dạy - học

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

- Thuyết giảng
- Hướng dẫn
- Giao nhiệm vụ.

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

- Nghe giảng
- Thảo luận
- Làm bài tập

Ma trận liên kết/tương thích giữa CLOs với phương pháp giảng dạy- học

Phương pháp giảng dạy	CLO1	CLO2	CLO3	CLO4
Thuyết giảng	X	X		
Hướng dẫn	X	X	X	X
Giao nhiệm vụ.		X	X	X
Nghe giảng	X	X		
Thảo luận		X	X	X
Làm bài tập		X	X	X

9. 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).
- Đọc tài liệu bắt buộc và tham khảo thêm tài liệu do giảng viên giới thiệu.
- Hoàn thành đầy đủ các yêu cầu trong bài làm thuyết trình nhóm.
- Hoàn thành tiểu luận kết thúc học phần

10. 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.

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

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

TT	Điểm thành phần	Hình thức đánh giá	Trọng số
1	Giữa kỳ	Chuyên cần (dự lớp 10%) + Thuyết trình – Phân biện nhóm (30%)	40%
2	Kết thúc học phần	Tiểu luận	60%

Điểm đánh giá quá trình: trọng số 40%, bao gồm:

- Điểm chuyên cần: trọng số 10%

Tiêu chí đánh giá	Mức độ đạt chuẩn quy định					Trọng số
	Mức F (0-3.9)	Mức D (4.0-5.4)	Mức C (5.5-6.9)	Mức B (7.0-8.4)	Mức A (8.5-10)	
Chuyên cần, tham gia học tập (CLO4)	Vắng quá 30% số buổi, không tham gia hoạt động học tập.	Tham gia dưới 50% số buổi; chuẩn bị bài rất hạn chế	Tham gia khoảng 50%-70% số buổi; có chuẩn bị nhưng đóng góp chưa thường xuyên.	Tham gia khoảng 70%-90% số buổi; chuẩn bị bài và đóng góp tương đối tích cực.	Tham gia đầy đủ; chuẩn bị bài tốt; tích cực thảo luận, hỗ trợ nhóm và nộp nhiệm vụ đúng hạn.	100%

- Điểm kiểm tra thường xuyên: trọng số 30%. Theo thang điểm 10, dựa trên đáp án và hướng dẫn điểm được thiết kế sẵn.

11.2. Kế hoạch đo CLOs

Đánh giá người học	CLOs	Trọng số	Miền	Thời gian lấy dữ liệu	Công cụ đánh giá	Ghi chú	Điểm lấy dữ liệu
Kết thúc học phần (Tiểu luận cuối kỳ)	CLO1 ; CLO2	60%	Kiến thức	Tuần 6	Tiểu luận cuối kỳ – Rubric đánh giá tiểu luận	Trình bày và phân tích các nguyên tắc quan hệ báo chí, quy trình xử lý khủng hoảng truyền thông hoặc phân tích tình huống thực tiễn.	Lấy dữ liệu đo từ CLO1; CLO2

Đánh giá người học	CLOs	Trọng số	Miền	Thời gian lấy dữ liệu	Công cụ đánh giá	Ghi chú	Điểm lấy dữ liệu
Quá trình (Thuyết trình – phân tích tình huống nhóm)	CLO2 ; CLO3	30%	Kiến thức và kỹ năng	Tuần 1–5	Bài tập tình huống; thảo luận – thuyết trình – phân biện nhóm (Rubric đánh giá)	Phân tích tình huống quan hệ báo chí hoặc khủng hoảng truyền thông; vận dụng kỹ năng xây dựng thông cáo báo chí, họp báo và xử lý khủng hoảng.	Lấy dữ liệu đo từ CLO2; CLO3
Quá trình (Chuyên cần, tham gia học tập)	CLO4	10%	Tự chủ và trách nhiệm	Suốt học kỳ (Tuần 1–6)	Bảng kiểm chuyên cần; mức độ tham gia học tập	Đánh giá tinh thần hợp tác, trách nhiệm nghề nghiệp, chủ động học tập và ý thức xử lý thông tin truyền thông phù hợp.	Lấy dữ liệu đo từ CLO4

11.3. Công cụ đo CLO:

a. Ma trận đặc tả

Hình thức đánh giá	Nội dung trọng tâm	CLO	Mức độ (Bloom)	Công cụ đo	Minh chứng
Chuyên cần & tham gia (10%)	Tham gia thảo luận, phân biện, xử lý tình huống về quan hệ báo chí và khủng hoảng truyền thông trên lớp	CLO4	Level 5 – Evaluate	Bảng kiểm chuyên cần; quan sát lớp học; câu hỏi phát vấn	Sổ điểm danh; ghi nhận của giảng viên

Hình thức đánh giá	Nội dung trọng tâm	CLO	Mức độ (Bloom)	Công cụ đo	Minh chứng
Thuyết trình nhóm (30%)	Phân tích tình huống quan hệ báo chí hoặc khủng hoảng truyền thông; xây dựng thông cáo báo chí, kế hoạch họp báo hoặc phương án xử lý khủng hoảng	CLO2; CLO3	Level 3–4 (Apply – Analyze)	Rubric thuyết trình & phản biện nhóm	Slide thuyết trình; phiếu đánh giá
Tiểu luận cuối kỳ (60%)	Phân tích quan hệ báo chí, quy trình xử lý khủng hoảng truyền thông hoặc đánh giá một tình huống thực tiễn trong doanh nghiệp/tổ chức	CLO1; CLO2	Level 2–4 (Understand – Analyze)	Rubric tiểu luận cuối kỳ	Bài tiểu luận

Rubrics định nghĩa mức năng lực cho các CLO

CLO	Mức 1: YẾU (0–4.9)	Mức 2: TRUNG BÌNH (5.0–6.9)	Mức 3: KHÁ (7.0–8.4)	Mức 4: GIỎI (8.5–10)
Trình bày được các khái niệm, nguyên tắc và vai trò của quan hệ báo chí trong hoạt động PR; quy trình thiết lập, duy trì mối quan hệ với báo chí và truyền thông.	Không trình bày được hoặc trình bày sai các khái niệm, nguyên tắc và vai trò của quan hệ báo chí trong PR	Trình bày được một phần kiến thức cơ bản nhưng còn thiếu hoặc chưa chính xác.	Trình bày đúng phần lớn các khái niệm, nguyên tắc, vai trò và quy trình quan hệ báo chí.	Trình bày chính xác, đầy đủ và có liên hệ phù hợp với thực tiễn quan hệ báo chí trong PR.

CLO	Mức 1: YẾU (0–4.9)	Mức 2: TRUNG BÌNH (5.0–6.9)	Mức 3: KHÁ (7.0–8.4)	Mức 4: GIỎI (8.5–10)
Phân tích được nguyên nhân, dấu hiệu nhận diện, tác động và quy trình xử lý khủng hoảng truyền thông trong tổ chức và doanh nghiệp.	Không phân tích được hoặc phân tích sai nguyên nhân, dấu hiệu và quy trình xử lý khủng hoảng truyền thông.	Phân tích được một phần nội dung nhưng còn đơn giản, thiếu logic hoặc chưa đầy đủ.	Phân tích đúng phần lớn nguyên nhân, dấu hiệu nhận diện và quy trình xử lý khủng hoảng truyền thông.	Phân tích sâu, logic, có dẫn chứng phù hợp và đánh giá được tác động của khủng hoảng truyền thông.
Vận dụng được các kỹ năng thiết lập quan hệ báo chí, xây dựng thông cáo báo chí, tổ chức họp báo và xử lý tình huống khủng hoảng truyền thông trong bối cảnh thực tiễn.	Không vận dụng được kỹ năng hoặc xử lý tình huống chưa phù hợp.	Vận dụng được ở mức cơ bản nhưng cách xử lý còn đơn giản hoặc thiếu phù hợp với bối cảnh.	Vận dụng phù hợp các kỹ năng quan hệ báo chí và xử lý phần lớn tình huống khủng hoảng truyền thông.	Vận dụng linh hoạt, hiệu quả các kỹ năng quan hệ báo chí và xử lý tình huống khủng hoảng truyền thông thực tiễn.
Đánh giá được vai trò của trách nhiệm nghề nghiệp, đạo đức truyền thông và tinh thần chủ động trong hoạt động quan hệ báo chí và xử lý khủng hoảng truyền thông	Chưa đánh giá được vai trò của trách nhiệm nghề nghiệp và đạo đức truyền thông.	Đánh giá được ở mức cơ bản nhưng còn chung chung hoặc chưa thể hiện rõ tinh thần trách nhiệm.	Đánh giá được tương đối đầy đủ vai trò của trách nhiệm nghề nghiệp và đạo đức truyền thông.	Đánh giá tốt, có lập luận rõ ràng về vai trò của trách nhiệm nghề nghiệp, đạo đức truyền thông và tinh thần chủ động.

Mô tả tổng quát mức năng lực qua điểm số (10 điểm)

- **Mức Giỏi (8.5 – 10):** Hiểu rõ kiến thức, giải thích logic, có khả năng liên hệ thực tiễn.
- **Mức Khá (7.0 – 8.4):** Nắm vững nội dung cơ bản, giải thích tương đối đầy đủ.
- **Mức Trung bình (5.0 – 6.9):** Hiểu ở mức cơ bản, còn hạn chế trong giải thích và liên hệ.
- **Mức Yếu (<5.0):** Chưa nắm được kiến thức cốt lõi, trả lời thiếu chính xác.

b. Rubric đánh giá thuyết trình và phản biện

Mục tiêu: Đo lường kỹ năng Tâm vận động (CLO3) qua phản xạ tư duy và tương tác trực tiếp.

ST T	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	CLO đo lường	Xuất sắc (8.5 - 10)	Khá (7.0 - 8.4)	Trung bình (5.0 - 6.9)	Yếu (< 5.0)
1	Kỹ năng trình bày & diễn đạt	30%	Vận dụng được các kỹ năng thiết lập quan hệ báo chí, xây dựng thông cáo báo chí, tổ chức họp báo và xử lý tình huống khủng hoảng truyền thông trong bối cảnh thực tiễn. (CLO3)	Trình bày rõ ràng, mạch lạc; diễn đạt tự tin; nội dung logic, sử dụng ví dụ và minh chứng phù hợp.	Trình bày tương đối rõ ràng; nội dung phù hợp nhưng còn thiếu chiều sâu hoặc còn lỗi nhỏ.	Trình bày được nội dung cơ bản nhưng còn thiếu mạch lạc hoặc diễn đạt chưa tốt.	Trình bày rời rạc, khó hiểu, nội dung thiếu logic.
2	Năng lực phân tích và phản biện trực tiếp	40%	Phân tích được nguyên nhân, dấu hiệu nhận diện, tác động và quy trình xử lý khủng hoảng truyền thông trong tổ chức và doanh nghiệp. (CLO2)	Phân tích sâu, lập luận logic; phản biện tốt; trả lời câu hỏi chính xác và có dẫn chứng phù hợp.	Phân tích khá rõ; phản biện được phần lớn câu hỏi nhưng chưa thật sự sâu.	Phân tích còn đơn giản; trả lời được một phần câu hỏi nhưng lập luận còn hạn chế.	Không phản biện được hoặc trả lời thiếu căn cứ, thiếu logic.
3	Kỹ năng phối hợp & làm việc nhóm	30%	Đánh giá được vai trò của trách nhiệm nghề nghiệp, đạo đức truyền thông và tinh thần chủ động trong hoạt động quan hệ báo chí và xử lý khủng hoảng truyền thông. (CLO4)	Nhóm phối hợp hiệu quả; phân công hợp lý; các thành viên tham gia tích cực và hỗ trợ nhau tốt	Nhóm phối hợp tương đối tốt; phân công khá hợp lý.	Có phối hợp nhưng chưa đồng đều; một số thành viên tham gia hạn chế.	Thiếu phối hợp; phân công không rõ ràng hoặc phụ thuộc vào một vài thành viên.

c. Rubric đánh giá tiểu luận

STT	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	CLO đo lường	Xuất sắc (8.5 – 10)	Khá (7.0 – 8.4)	Trung bình (5.0 – 6.9)	Yếu (<5.0)
1	Xác định và trình bày vấn đề	20%	CLO1 (Mức 2)	Xác định rõ vấn đề, bối cảnh và mục tiêu phân tích; trình bày đầy đủ nội dung trọng tâm, phù hợp yêu cầu đề tài.	Xác định đúng nội dung chính nhưng còn thiếu một số khía cạnh hoặc chưa làm rõ vấn đề.	Xác định được vấn đề nhưng còn mơ hồ, thiếu trọng tâm hoặc chưa rõ mục tiêu phân tích.	Xác định sai hoặc không làm rõ vấn đề cần phân tích.
2	Năng lực phân tích và lập luận	30%	CLO2 (Mức 4)	Phân tích logic, có chiều sâu; nhận diện rõ nguyên nhân, tác động, vai trò báo chí hoặc quy trình xử lý khủng hoảng; lập luận chặt chẽ, có dẫn chứng phù hợp	Phân tích tương đối rõ, có lập luận nhưng chưa sâu hoặc dẫn chứng chưa thật thuyết phục.	Phân tích còn đơn giản, thiếu liên kết hoặc minh chứng hạn chế.	Không phân tích được hoặc lập luận rời rạc, thiếu căn cứ.
3	Vận dụng kỹ năng và giải pháp truyền thông	20%	CLO3 (Mức 3)	Vận dụng phù hợp kỹ năng quan hệ báo chí, xây dựng thông cáo báo chí, họp báo hoặc đề xuất phương án xử lý khủng hoảng truyền thông phù hợp.	Có vận dụng nhưng chưa nhất quán hoặc chưa thật sự phù hợp với bối cảnh	Vận dụng còn hạn chế, giải pháp chưa phù hợp hoặc còn chung chung.	Không vận dụng được kỹ năng hoặc đề xuất giải pháp chưa phù hợp

STT	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	CLO đo lường	Xuất sắc (8.5 – 10)	Khá (7.0 – 8.4)	Trung bình (5.0 – 6.9)	Yếu (<5.0)
4	Kỹ năng trình bày học thuật	15%	CLO1 (Mức 2)	Bố cục rõ ràng, logic; diễn đạt học thuật tốt, trình bày đúng quy chuẩn, ít lỗi.	Bố cục tương đối hợp lý, còn lỗi nhỏ về diễn đạt hoặc trình bày.	Trình bày còn thiếu logic, mắc nhiều lỗi diễn đạt/trình bày.	Trình bày kém, khó theo dõi, không đảm bảo yêu cầu học thuật.
5	Ý thức học thuật và trách nhiệm	15%	CLO4 (Mức 5)	Trích dẫn đầy đủ, đúng quy chuẩn; thể hiện tinh thần nghiêm túc, chủ động và trách nhiệm trong thực hiện tiểu luận.	Có trích dẫn và thể hiện trách nhiệm nhưng chưa đầy đủ.	Trích dẫn còn thiếu hoặc còn sai sót, mức độ chủ động chưa cao.	Thiếu trích dẫn, sao chép hoặc không thể hiện trách nhiệm học thuật.

Lưu ý cho việc thống kê đạt chuẩn:

- CLO2 (Nhận thức): Được đo lường chủ yếu qua Tiêu chí 1 của bài viết. Nếu sinh viên đạt từ 5.0 trở lên ở tiêu chí này, nghĩa là đã đạt chuẩn CLO2 ở mức độ "Hiệu".

- CLO3 (Tâm vận động): Được đo lường tổng hợp qua Tiêu chí 2 của bài viết và tất cả tiêu chí thuyết trình. Đây là điểm số thể hiện kỹ năng biện luận và phản xạ thực tế của sinh viên.

12. Tài liệu phục vụ cho học phần

12.1. Tài liệu chính

Bài giảng của giảng viên phụ trách học phần

- Tài liệu bài giảng PowerPoint của giảng viên biên soạn

12.2. Tài liệu tham khảo

- Đỗ Đình Tấn, Báo chí và mạng xã hội, Tp. Hồ Chí Minh.
- TS Nguyễn Thị Thanh Huyền, Quan hệ công chúng: Lý luận và thực tiễn, NXB Đại học Quốc gia Hà Nội, 2014
- TS. Nguyễn Văn Dũng-TS Đỗ Thị Thu Hằng, Truyền thông: Lý thuyết và kỹ năng cơ bản-NXB CTQG, 2012
- Nguyễn Hữu Thân, Truyền thông giao tiếp trong kinh doanh, NXB Thống Kê, 2006

- Business Edge, 2006, Quan hệ công chúng - Biến công chúng thành “Fan” của doanh nghiệp, NXB Trẻ TP.HCM
- Lê Trần Bảo Phương, Quyền năng bí ẩn, NXB Thông tin & Truyền thông
- Khuất Quang Hưng, Chết vì cái thái độ, NXB Tổng hợp TP.HCM, 2016

TP. Hồ Chí Minh, ngày 04 tháng 06 năm 2025

Trưởng Khối ngành

(Ký và ghi rõ họ tên)



Nguyễn Thị Hồng Thủy

Giảng viên

(Ký và ghi rõ họ tên)



Phạm Thị Hương



PHIẾU CHẤM THUYẾT TRÌNH VÀ PHẢN BIỆN NHÓM

Đánh giá theo Rubrics năng lực thực hiện CLO3

Học phần: Quan hệ báo chí và xử lý khủng hoảng truyền thông

Lớp/Nhóm:

Chủ đề:

Giảng viên chấm:

Ngày chấm:

STT	Tiêu chí đánh giá	Điểm	Xuất sắc (85-100-%)	Khá (70-84%)	Trung bình (50-69%)	Yếu (<50%)	Điểm thành phần
1	Kỹ năng diễn đạt & thao tác tư duy	3	Diễn đạt trôi chảy; phối hợp nhuần nhuyễn ngôn ngữ cơ thể; làm chủ hoàn toàn bài nói.	Trình bày rõ ràng; mạch lạc; tự tin trong truyền tải nội dung.	Nói rõ ý nhưng còn phụ thuộc tài liệu; thao tác trình diễn chưa chuyên nghiệp.	Diễn đạt lúng túng; chủ yếu đọc slide; không kiểm soát được bài nói.	
2	Năng lực phản biện trực tiếp	4	Phản xạ cực nhanh; biện luận sắc sảo; bảo vệ quan điểm vững vàng.	Trả lời đúng trọng tâm, lập luận logic và thuyết phục.	Trả lời được nhưng còn lúng túng, lập luận chưa chặt chẽ.	Không phản biện được hoặc giai thích sai lệch vấn đề.	
3	Kỹ năng phối hợp & tương tác nhóm	3	Phối hợp nhịp nhàng; hỗ trợ nhau hoàn hảo trong phản biện.	Phân công rõ ràng; hỗ trợ nhau tốt trong phần trình bày.	Các thành viên có tham gia nhưng tương tác còn yếu.	Hoạt động rời rạc; không thể hiện vai trò làm việc nhóm.	
TỔNG ĐIỂM							10.0



Nhận xét của giảng viên:

Điểm số	Điểm chữ	Xếp loại	Mức đạt CLO
.....			

GIẢNG VIÊN CHẤM
(Ký và ghi rõ họ tên)



PHIẾU CHẤM TIỂU LUẬN

Đánh giá theo Rubrics đánh giá năng lực làm tiểu luận qua CLOs

Học phần:
 Lớp/Nhóm/Cá nhân:
 Chủ đề:
 Giảng viên chấm:
 Ngày chấm:

TT	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	CLO đo	Xuất sắc (8.5 – 10)	Khá (7.0 – 8.4)	Trung bình (5.0 – 6.9)	Yếu (<5.0)	Điểm
1	Xác định và trình bày vấn đề	20%	CLO1 (Mức 2)	Xác định rõ vấn đề, bối cảnh và mục tiêu phân tích; trình bày đầy đủ nội dung trọng tâm, phù hợp yêu cầu đề tài.	Xác định đúng nội dung chính nhưng còn thiếu một số khía cạnh hoặc chưa làm rõ vấn đề.	Xác định được vấn đề nhưng còn mơ hồ, thiếu trọng tâm hoặc chưa rõ mục tiêu phân tích.	Xác định sai hoặc không làm rõ vấn đề cần phân tích.	
2	Năng lực phân tích và lập luận	30%	CLO2 (Mức 4)	Phân tích logic, có chiều sâu; nhận diện rõ nguyên nhân, tác động, vai trò báo chí hoặc quy trình xử lý khủng hoảng; lập luận chặt chẽ, có dẫn chứng phù hợp.	Phân tích tương đối rõ, có lập luận nhưng chưa sâu hoặc dẫn chứng chưa thật thuyết phục.	Phân tích còn đơn giản, thiếu liên kết hoặc minh chứng hạn chế.	Không phân tích được hoặc lập luận rời rạc, thiếu căn cứ.	
3	Vận dụng kỹ năng và giải pháp truyền thông	20%	CLO3 (Mức 3)	Vận dụng phù hợp kỹ năng quan hệ báo chí, xây dựng thông cáo báo chí, hợp báo hoặc đề xuất phương án xử lý	Có vận dụng nhưng chưa nhất quán hoặc chưa thật sự phù hợp với bối cảnh.	Vận dụng còn hạn chế, giải pháp chưa phù hợp hoặc còn chung chung.	Không vận dụng được kỹ năng hoặc đề xuất giải pháp	



TT	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	CLO đo	Xuất sắc (8.5 – 10)	Khá (7.0 – 8.4)	Trung bình (5.0 – 6.9)	Yếu (<5.0)	Điểm
				khủng hoảng truyền thông phù hợp.			chưa phù hợp.	
4	Kỹ năng trình bày học thuật	15%	CLO1 (Mức 2)	Bổ cục rõ ràng, logic; diễn đạt học thuật tốt; trình bày đúng quy chuẩn, ít lỗi.	Bổ cục tương đối hợp lý, còn lỗi nhỏ về diễn đạt hoặc trình bày.	Trình bày còn thiếu logic, mắc nhiều lỗi diễn đạt/trình bày.	Trình bày kém, khó theo dõi, không đảm bảo yêu cầu học thuật.	
5	Ý thức học thuật và trách nhiệm	15%	CLO4 (Mức 5)	Trích dẫn đầy đủ, dùng quy chuẩn; thể hiện tinh thần nghiêm túc, chủ động và trách nhiệm trong thực hiện tiểu luận.	Có trích dẫn và thể hiện trách nhiệm nhưng chưa đầy đủ.	Trích dẫn còn thiếu hoặc còn sai sót; mức độ chủ động chưa cao	Thiếu trích dẫn, sao chép hoặc không thể hiện trách nhiệm học thuật.	
TỔNG ĐIỂM								

Nhận xét của giảng viên:

Điểm số	Điểm chữ	Xếp loại	Mức đạt CLO
.....			

GIẢNG VIÊN CHĂM
(Ký và ghi rõ họ tên)





ĐỀ CƯƠNG CHI TIẾT HỌC PHẦN

1. Thông tin về học phần

- Tên học phần: **Nghệ thuật thương lượng, đàm phán/The art negotiation**
- Mã học phần: PUR434
- Số tín chỉ: 02
- bậc đào tạo: Đại học
- Loại học phần: Bắt buộc
- Học phần tiên quyết/ Học phần trước: Không
- Đơn vị phụ trách: Khoa Khoa học Xã hội và Nhân văn
- Số tín chỉ: 02 ; Số giờ: 100 , trong đó:
 - Hoạt động giảng dạy trên lớp: 30 Giờ
 - + Giờ giảng: 20 Giờ
 - + Thảo luận: 10 Giờ
 - Giờ kiểm tra: ...Giờ
 - Giờ tự học: 70 Giờ

2. Thông tin về giảng viên

Giảng viên 1:

- Họ và tên: Phạm Thị Hương
- Chức danh, học vị: Thạc sĩ
- Thời gian làm việc: Giờ hành chính (8.00 -16:00)
- Địa điểm làm việc: Khoa Khoa học Xã hội và Nhân văn, Trường Đại học ĐH Văn Hiến
- Điện thoại: 0934976916
- Email: huongpt@vhu.edu.vn

Giảng viên 2:

- Họ và tên: Nguyễn Thị Hồng Thủy
- Chức danh, học vị: Thạc sĩ
- Thời gian làm việc: Giờ hành chính (8:00 -16:00)
- Địa điểm làm việc: Khoa Khoa học Xã hội và Nhân văn, Trường Đại học Văn Hiến
- Điện thoại: 0918058901
- Email: thuynt@vhu.edu.vn

3. Tóm tắt nội dung học phần

Học phần cung cấp cho sinh viên những kiến thức về đàm phán thương lượng trong kinh doanh, cách tổ chức thương lượng, các nguyên tắc và kỹ năng giao tiếp trong thương lượng. Sinh viên sẽ được nghiên cứu về lý thuyết lẫn thực hành với những kinh nghiệm thực tiễn sinh động qua các cuộc thương lượng diễn hình trong kinh doanh để xác định một ý thức rõ ràng về nhu cầu tự rèn luyện kỹ thuật - nghệ thuật thương lượng.

4. Mục tiêu của học phần

Học phần trang bị cho người học kiến thức cơ bản về bản chất, nguyên tắc, quy trình, chiến thuật và các yếu tố ảnh hưởng đến hoạt động thương lượng, đàm phán trong môi trường kinh doanh và nghề nghiệp; đồng thời giúp người học hiểu các khái niệm nền tảng như BATNA, ZOPA, mức giá bảo toàn, tạo giá trị gia tăng và các rào cản trong đàm phán. Trên cơ sở đó, học phần rèn luyện khả năng chuẩn bị, phân tích tình huống, lựa chọn chiến thuật phù hợp và vận dụng kỹ năng giao tiếp, thương lượng, đàm phán để xử lý các tình huống thực tiễn trong học tập, công việc và môi trường nghề nghiệp; đồng thời hình thành tinh thần hợp tác, tư duy linh hoạt, thái độ chuyên nghiệp, khả năng kiểm soát cảm xúc, tôn trọng đối tác và hướng đến kết quả hài hòa lợi ích giữa các bên.

5. Chuẩn đầu ra của học phần

Sau khi hoàn thành học phần này, người học có thể:

Mã CDR	Nội dung chuẩn đầu ra	Mức độ
CLO1	Trình bày được các khái niệm, nguyên tắc, quy trình và các yếu tố cơ bản trong thương lượng, đàm phán, bao gồm BATNA, ZOPA, mức giá bảo toàn và tạo giá trị gia tăng	Mức 2 (Hiểu)
CLO2	Phân tích được các tình huống, chiến thuật, rào cản và các yếu tố ảnh hưởng đến hiệu quả thương lượng, đàm phán trong môi trường kinh doanh và nghề nghiệp.	Mức 4 (Phân tích)
CLO3	Vận dụng được các kỹ năng giao tiếp, chuẩn bị và chiến thuật phù hợp để xử lý các tình huống thương lượng, đàm phán trong bối cảnh thực tiễn	Mức 3 (Chuẩn hóa)
CLO4	Đánh giá được vai trò của thái độ nghề nghiệp, kiểm soát cảm xúc và tinh thần hợp tác nhằm nâng cao hiệu quả thương lượng, đàm phán.	Mức 5 (Đặc trưng hóa các giá trị)

Ma trận liên kết/tương thích giữa CLOs và PLOs

Chuẩn đầu ra	PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5	PLO6	PLO7	PLO8
CLO1		X						

Chuẩn đầu ra	PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5	PLO6	PLO7	PLO8
CLO2						X		
CLO3							X	
CLO4								X

6. Nội dung chi tiết của học phần

6.1. Lý thuyết

Chương	Nội dung
Chương 1.	Các dạng đàm phán
1.1	Đàm phán phân chia
1.2	Đàm phán đóng góp
1.3	Đàm phán nhiều kỳ và đàm phán nhiều bên tham gia
Chương 2.	Bốn khái niệm cơ bản
2.1	Nắm rõ BATNA của bạn
2.2	Mức giá bảo toàn
2.3	ZOPA
2.4	Tạo giá trị gia tăng trong đàm phán thương mại
Chương 3.	Chín bước chuẩn bị trước khi đàm phán thương lượng
3.1	Tìm mục tiêu chung cho cả hai phía
3.2	Xác định cơ hội tạo giá trị gia tăng trong đàm phán
3.3	Xác định BATNA & mức giá bảo toàn cho cả hai phía
3.4	Tăng cường BATNA của mình
3.5	Xác định quyền của các bên tham gia đàm phán
3.6	Tìm hiểu văn hóa, mục tiêu, cách đàm phán của đối phương
3.7	Sẵn sàng linh hoạt trong mọi tình huống
3.8	Sử dụng các nguồn thông tin: văn bản pháp qui, thông lệ .. phục vụ cho đàm phán
3.9	Lật ngược tình thế
Chương 4.	Các chiến thuật trong đàm phán
4.1	Thuyết phục đối tượng ngồi lại đàm phán
4.2	Khởi đầu tốt
4.3	Chiến thuật cho dạng đàm phán Thắng – Thua
4.4	Chiến thuật cho dạng đàm phán đóng góp
4.5	Chiến thuật chung: lên chương trình và liên tục đánh giá
Chương 5.	Các câu hỏi thường gặp trong đàm phán
5.1	Câu hỏi về Giá
5.2	Câu hỏi về qui trình

Chương	Nội dung
5.3	Câu hỏi về các vấn đề liên quan đến con người
Chương 6.	Các rào cản thành công
6.1	Người cố chấp
6.2	Người không đáng tin cậy
6.3	Vấn đề về cung cấp thông tin và các khó khăn của nhà đàm phán
6.4	Vấn đề về cấu trúc buổi đàm phán
6.5	Kẻ phá bình
6.6	Khác biệt về giới tính và văn hóa
6.7	Khó khăn trong giao tiếp
6.8	Khả năng diễn đạt
Chương 7.	Các lỗi do cảm tính
7.1	Thái độ leo thang
7.2	Thái độ của Fan hâm mộ
7.3	Mong đợi vô lý
7.4	Tự tin quá mức
7.5	Không kiểm soát cảm xúc
Chương 8.	Đàm phán & mối quan hệ
8.1	Tại sao phải tạo quan hệ
8.2	Tác động của mối quan hệ lên quá trình đàm phán
8.3	Để thực hiện đúng
Chương 9.	Đàm phán cho đối tượng thứ ba
9.1	Đại diện độc lập
9.2	Đại diện phụ thuộc
9.3	Các vấn đề khi sử dụng đại diện
Chương 10.	Kỹ năng đàm phán
10.1	Liên tục cải tiến kỹ năng
10.2	Hệ thống hóa kỹ năng
10.3	Điều gì tạo nên nhà thương thuyết giỏi?

6.2. Thực hành

- a. Lựa chọn một tình huống thương lượng hoặc đàm phán thực tế trong kinh doanh hoặc truyền thông (ví dụ: ký kết hợp đồng tài trợ, xử lý khủng hoảng truyền thông, thương lượng với đối tác/khách hàng). Hãy phân tích:
 - Các bên tham gia và mục tiêu của mỗi bên;
 - BATNA, ZOPA và mức giá bảo toàn (nếu có);
 - Chiến thuật đàm phán đã/được sử dụng;
 - Những yếu tố ảnh hưởng đến kết quả đàm phán và bài học rút ra

- b. Trong vai trò là đại diện doanh nghiệp/nhóm truyền thông, nhóm hãy xây dựng kế hoạch thương lượng – đàm phán cho một tình huống cụ thể (ví dụ: đàm phán hợp đồng KOL/KOC, tài trợ sự kiện, xử lý yêu cầu từ đối tác hoặc nhà cung cấp).

7. Phân bổ thời gian theo tiết (1 tín chỉ = 15 giờ)

Chương	Tên chương	Số giờ				
		Giờ giảng	Thảo luận	Giờ kiểm tra	Giờ Tự học	Tổng
1	Các dạng đàm phán	1	0		2	3
2	Bốn khái niệm cơ bản	1	0		2	3
3	Chín bước chuẩn bị trước khi đàm phán thương lượng	2	1		5	8
4	Các chiến thuật trong đàm phán	4	2		17	23
5	Các câu hỏi thường gặp trong đàm phán	1	1		2	4
6	Các rào cản thành công	1	1		5	7
7	Các lỗi do cảm tính	1	1		5	7
8	Đàm phán & mối quan hệ	2	1		10	13
9	Đàm phán cho đối tượng thứ ba	2	1		2	5
10	Kỹ năng đàm phán	5	2		20	27
	Tổng	20	10		70	100

CÁC CHỦ ĐỀ THẢO LUẬN VÀ THUYẾT TRÌNH

- Nêu một số cases đàm phán và cho biết thuộc loại gì: phân chia/đóng góp/nhiều kỳ, nhiều bên tham gia.
- Thế nào là tạo giá trị gia tăng trong đàm phán thương mại? Cho ví dụ.
- Nêu ví dụ một số lỗi do cảm tính trong đàm phán.
- Tác động của mối quan hệ lên quá trình đàm phán? Cho ví dụ?

Ma trận liên kết/tương thích giữa CLOs và nội dung (các chương) của học phần

Nội dung chương	CLO1	CLO2	CLO3	CLO4
Chương 1. Các dạng đàm phán	X		X	
Chương 2. Bốn khái niệm cơ bản	X	X	X	
Chương 3. Chín bước chuẩn bị trước khi đàm phán thương lượng	X	X	X	X

Nội dung chương	CLO1	CLO2	CLO3	CLO4
Chương 4. Các chiến thuật trong đàm phán		X	X	
Chương 5. Các câu hỏi thường gặp trong đàm phán		X	X	
Chương 6. Các rào cản thành công		X	X	X
Chương 7. Các lỗi do cảm tính		X		X
Chương 8. Đàm phán & mối quan hệ	X	X	X	X
Chương 9. Đàm phán cho đối tượng thứ ba		X	X	
Chương 10. Kỹ năng đàm phán			X	X

8. Phương pháp giảng dạy - học

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

- Thuyết giảng
- Giao bài đọc về nhà
- Thảo luận nhóm

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

- Làm việc nhóm
- Thuyết trình
- Tự học, tự nghiên cứu

Ma trận liên kết/tương thích giữa CLOs với phương pháp giảng dạy- học

Phương pháp giảng dạy	CLO1	CLO2	CLO3	CLO4
Thuyết giảng	X	X		
Giao bài đọc về nhà	X	X		X
Thảo luận nhóm		X	X	X
Làm việc nhóm			X	X
Thuyết trình	X	X	X	X
Tự học, tự nghiên cứu	X	X	X	X

9. 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).
- Đọc tài liệu bắt buộc và tham khảo thêm tài liệu do giảng viên giới thiệu.
- Hoàn thành đầy đủ các yêu cầu trong bài làm thuyết trình nhóm.
- Hoàn thành tiểu luận kết thúc học phần.

Điểm đánh giá quá trình: trọng số 40%, bao gồm.

– Điểm chuyên cần: trọng số 10%

Tiêu chí đánh giá	Mức độ đạt chuẩn quy định					Trọng số
	Mức F (0-3.9)	Mức D (4.0-5.4)	Mức C (5.5-6.9)	Mức B (7.0-8.4)	Mức A (8.5-10)	
Chuyên cần, tham gia học tập (CLO4)	Vắng quá 30% số buổi; không tham gia hoạt động học tập.	Tham gia dưới 50% số buổi; chuẩn bị bài rất hạn chế.	Tham gia khoảng 50%-70% số buổi; có chuẩn bị nhưng đóng góp chưa thường xuyên.	Tham gia khoảng 70%-90% số buổi, chuẩn bị bài và đóng góp tương đối tích cực.	Tham gia đầy đủ; chuẩn bị bài tốt; tích cực thảo luận, hỗ trợ nhóm và nộp nhiệm vụ đúng hạn.	100%

- Điểm thuyết trình: trọng số 30%. Theo thang điểm 10, dựa trên đáp án và hướng dẫn điểm được thiết kế sẵn.

11.2. Kế hoạch đo CLOs

Đánh giá người học	CLOs	Trọng số	Miền	Thời gian lấy dữ liệu	Công cụ đánh giá	Ghi chú	Điểm lấy dữ liệu
Kết thúc học phần (Tiểu luận cuối kỳ)	CLO1; CLO2	60%	Kiến thức	Tuần 6	Tiểu luận cuối kỳ – Rubric đánh giá tiểu luận	Trình bày và phân tích các nguyên tắc, chiến thuật, rào cản hoặc tình huống thương lượng – đàm phán trong bối cảnh kinh doanh/ngành nghề nghiệp.	Lấy dữ liệu đo từ CLO1; CLO2
Quá trình (Thuyết)	CLO2; CLO3	30%	Kiến thức và	Tuần 1-5	Bài tập tình huống;	Phân tích tình huống thương lượng – đàm	Lấy dữ liệu đo từ

Đánh giá người học	CLOs	Trọng số	Miền	Thời gian lấy dữ liệu	Công cụ đánh giá	Ghi chú	Điểm lấy dữ liệu
trình – phân tích tình huống nhóm)			kỹ năng		thảo luận – thuyết trình – phản biện nhóm (Rubric đánh giá)	phán; vận dụng kỹ năng giao tiếp, chiến thuật và phương án xử lý phù hợp.	CLO2; CLO3
Quá trình (Chuyên cần, tham gia học tập)	CLO4	10%	Tư chủ và trách nhiệm	Suốt học kỳ (Tuần 1–6)	Bảng kiểm chuyên cần; mức độ tham gia học tập	Đánh giá tinh thần hợp tác, kiểm soát cảm xúc, chủ động học tập và trách nhiệm trong hoạt động nhóm.	Lấy dữ liệu đo từ CLO4

11.3. Công cụ đo CLO:

a. Ma trận công cụ đánh giá

Hình thức đánh giá	Nội dung trọng tâm	CLO	Mức độ (Bloom)	Công cụ đo	Mình chứng
Chuyên cần & tham gia (10%)	Tham gia thảo luận, phản biện, làm việc nhóm và xử lý tình huống thương lượng – đàm phán trên lớp	CLO4	Level 5 – Evaluate	Bảng kiểm chuyên cần; quan sát lớp học; câu hỏi phát vấn	Sổ điểm danh, ghi nhận của giảng viên
Thuyết trình nhóm (30%)	Phân tích tình huống thương lượng – đàm phán; xác định BATNA, ZOPA, chiến thuật và đề xuất	CLO2; CLO3	Level 3–4 (Apply – Analyze)	Rubric thuyết trình & phản biện nhóm	Slide thuyết trình; phiếu đánh giá

Hình thức đánh giá	Nội dung trọng tâm	CLO	Mức độ (Bloom)	Công cụ đo	Mình chứng
	phương án xử lý phù hợp				
Tiểu luận cuối kỳ (60%)	Phân tích các nguyên tắc, chiến thuật, rào cản hoặc tình huống thương lượng – đàm phán trong bối cảnh kinh doanh/ngành nghề	CLO1; CLO2	Level 2–4 (Understand – Analyze)	Rubric tiểu luận cuối kỳ	Bài tiểu luận

Rubrics định nghĩa mức năng lực cho các CLO

CLO	Mức 1: YẾU (0–4.9)	Mức 2: TRUNG BÌNH (5.0–6.9)	Mức 3: KHÁ (7.0–8.4)	Mức 4: GIỎI (8.5–10)
Trình bày được các khái niệm, nguyên tắc, quy trình và các yếu tố cơ bản trong thương lượng, đàm phán, bao gồm BATNA, ZOPA, mức giá bảo toàn và tạo giá trị gia tăng.	Không trình bày được hoặc trình bày sai các khái niệm, nguyên tắc, quy trình cơ bản trong thương lượng, đàm phán.	Trình bày được một phần kiến thức cơ bản nhưng còn thiếu, nhầm lẫn hoặc chưa chính xác.	Trình bày đúng phần lớn các khái niệm, nguyên tắc, quy trình và yếu tố cơ bản trong thương lượng, đàm phán.	Trình bày chính xác, đầy đủ và có liên hệ phù hợp các khái niệm, nguyên tắc, quy trình trong thương lượng, đàm phán.

CLO	Mức 1: YÊU (0–4.9)	Mức 2: TRUNG BÌNH (5.0–6.9)	Mức 3: KHÁ (7.0–8.4)	Mức 4: GIỎI (8.5–10)
Phân tích được các tình huống, chiến thuật, rào cản và các yếu tố ảnh hưởng đến hiệu quả thương lượng, đàm phán trong môi trường kinh doanh và nghề nghiệp.	Không phân tích được hoặc phân tích sai tình huống, chiến thuật, rào cản trong thương lượng, đàm phán.	Phân tích được một phần vấn đề nhưng còn đơn giản, thiếu logic hoặc thiếu dẫn chứng	Phân tích đúng phần lớn các tình huống, chiến thuật, rào cản và yếu tố ảnh hưởng đến hiệu quả đàm phán.	Phân tích sâu, logic, có dẫn chứng phù hợp và nhận diện rõ các yếu tố ảnh hưởng đến kết quả đàm phán.
Vận dụng được các kỹ năng giao tiếp, chuẩn bị và chiến thuật phù hợp để xử lý các tình huống thương lượng, đàm phán trong bối cảnh thực tiễn.	Không vận dụng được kỹ năng hoặc chiến thuật phù hợp để xử lý tình huống thương lượng, đàm phán.	Vận dụng được ở mức cơ bản nhưng cách xử lý còn đơn giản, thiếu linh hoạt hoặc chưa phù hợp.	Vận dụng phù hợp kỹ năng giao tiếp, chuẩn bị và chiến thuật để xử lý phần lớn tình huống đàm phán.	Vận dụng linh hoạt, hiệu quả các kỹ năng và chiến thuật để xử lý tình huống thương lượng, đàm phán thực tiễn.
Đánh giá được vai trò của thái độ nghề nghiệp, kiểm soát cảm xúc và tinh thần hợp tác nhằm nâng cao hiệu quả thương lượng, đàm phán.	Chưa đánh giá được vai trò của thái độ nghề nghiệp, kiểm soát cảm xúc và tinh thần hợp tác trong đàm phán.	Đánh giá được ở mức cơ bản nhưng còn chung chung, chưa thể hiện rõ trách nhiệm và tinh thần hợp tác.	Đánh giá được tương đối đầy đủ vai trò của thái độ nghề nghiệp, kiểm soát cảm xúc và hợp tác trong đàm phán.	Đánh giá tốt, có lập luận rõ ràng về vai trò của thái độ nghề nghiệp, kiểm soát cảm xúc và hợp tác trong nâng cao hiệu quả đàm phán.

Mô tả tổng quát mức năng lực qua điểm số (10 điểm)

- **Mức Giỏi (8.5 – 10):** Hiểu rõ kiến thức, giải thích logic, có khả năng liên hệ thực tiễn.
- **Mức Khá (7.0 – 8.4):** Nắm vững nội dung cơ bản, giải thích tương đối đầy đủ.

- **Mức Trung bình (5.0 – 6.9):** Hiểu ở mức cơ bản, còn hạn chế trong giải thích và liên hệ.
- **Mức Yếu (<5.0):** Chưa nắm được kiến thức cốt lõi, trả lời thiếu chính xác.

b. Rubric đánh giá thuyết trình và phản biện

Mục tiêu Đo lường kỹ năng Tâm vận động (CLO3) qua phản xạ tư duy và tương tác trực tiếp.

ST T	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	CLO đo lường	Xuất sắc (8.5 - 10)	Khá (7.0 - 8.4)	Trung bình (5.0 - 6.9)	Yếu (< 5.0)
1	Kỹ năng trình bày & diễn đạt	30%	Vận dụng được các kỹ năng giao tiếp, chuẩn bị và chiến thuật phù hợp để xử lý các tình huống thương lượng, đàm phán trong bối cảnh thực tiễn. (CLO3)	Trình bày rõ ràng, mạch lạc; diễn đạt tự tin; sử dụng thuật ngữ và ví dụ phù hợp; nội dung logic	Trình bày tương đối rõ ràng; nội dung phù hợp nhưng còn thiếu chiều sâu hoặc lỗi nhỏ.	Trình bày được nội dung cơ bản nhưng còn thiếu mạch lạc hoặc diễn đạt chưa tốt.	Trình bày rời rạc, khó hiểu, nội dung thiếu logic.
2	Năng lực phân tích và phản biện trực tiếp	40%	Phân tích được các tình huống, chiến thuật, rào cản và các yếu tố ảnh hưởng đến hiệu quả thương lượng, đàm phán trong môi trường kinh doanh và nghề nghiệp. (CLO2)	Phân tích sâu, lập luận logic; phản biện tốt; trả lời câu hỏi chính xác và có dẫn chứng phù hợp.	Phân tích khá rõ; phản biện được phần lớn câu hỏi nhưng chưa thật sự sâu.	Phân tích còn đơn giản, trả lời được một phần câu hỏi nhưng lập luận còn hạn chế.	Không phản biện được hoặc trả lời thiếu căn cứ, thiếu logic.
3	Kỹ năng	30%	Đánh giá được vai trò của thái	Nhóm phối hợp	Nhóm phối hợp	Có phối hợp	Thiếu phối hợp;

ST T	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	CLO đo lượng	Xuất sắc (8.5 - 10)	Khá (7.0 - 8.4)	Trung bình (5.0 - 6.9)	Yếu (< 5.0)
	phối hợp & làm việc nhóm		độ nghề nghiệp, kiểm soát cảm xúc và tinh thần hợp tác nhằm nâng cao hiệu quả thương lượng, đàm phán. (CLO4)	quả; phân công hợp lý; các thành viên tham gia tích cực và hỗ trợ nhau tốt.	tương đối tốt; phân công khá hợp lý.	nhưng chưa đồng đều; một số thành viên tham gia hạn chế.	phân công không rõ ràng hoặc phụ thuộc vào một vài thành viên.

c. Rubric đánh giá tiêu luận

STT	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	CLO đo lượng	Xuất sắc (8.5 – 10)	Khá (7.0 – 8.4)	Trung bình (5.0 – 6.9)	Yếu (<5.0)
1	Xác định và trình bày vấn đề	20%	CLO1 (Mức 2)	Xác định rõ vấn đề, bối cảnh và mục tiêu phân tích; trình bày đầy đủ nội dung trọng tâm, phù hợp yêu cầu đề tài.	Xác định đúng nội dung chính nhưng còn thiếu một số khía cạnh hoặc chưa làm rõ vấn đề.	Xác định được vấn đề nhưng còn mơ hồ, thiếu trọng tâm hoặc chưa rõ mục tiêu phân tích.	Xác định sai hoặc không làm rõ vấn đề cần phân tích.
2	Năng lực phân tích và lập luận	30%	CLO2 (Mức 4)	Phân tích logic, có chiều sâu; nhận diện tốt chiến thuật, rào cản, yếu tố ảnh hưởng đến thương lượng – đàm phán; lập luận chặt chẽ, có dẫn	Phân tích tương đối rõ, có lập luận nhưng chưa sâu hoặc dẫn chứng chưa thật thuyết phục	Phân tích còn đơn giản, thiếu liên kết hoặc minh chứng hạn chế.	Không phân tích được hoặc lập luận rời rạc, thiếu căn cứ.

STT	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	CLO đo lường	Xuất sắc (8.5 – 10)	Khá (7.0 – 8.4)	Trung bình (5.0 – 6.9)	Yếu (<5.0)
				chứng phù hợp.			
3	Vận dụng kỹ năng và chiến thuật thương lượng – đàm phán	20%	CLO3 (Mức 3)	Vận dụng phù hợp kỹ năng giao tiếp, chiến thuật và phương án thương lượng – đàm phán để đánh giá hoặc đề xuất giải pháp.	Có vận dụng nhưng chưa nhất quán hoặc chưa thật sự phù hợp với bối cảnh.	Vận dụng còn hạn chế, giải pháp chưa phù hợp hoặc còn chung chung.	Không vận dụng được kỹ năng hoặc chiến thuật vào phân tích.
4	Kỹ năng trình bày học thuật	15%	CLO1 (Mức 2)	Bố cục rõ ràng, logic; diễn đạt học thuật tốt; trình bày đúng quy chuẩn, ít lỗi.	Bố cục tương đối hợp lý, còn lỗi nhỏ về diễn đạt hoặc trình bày.	Trình bày còn thiếu logic, mắc nhiều lỗi diễn đạt/trình bày.	Trình bày kém, khó theo dõi, không đảm bảo yêu cầu học thuật.
5	Ý thức học thuật và trách nhiệm	15%	CLO4 (Mức 5)	Trích dẫn đầy đủ, đúng quy chuẩn; thể hiện tinh thần nghiêm túc, chủ động và trách nhiệm trong thực hiện tiểu luận.	Có trích dẫn và thể hiện trách nhiệm nhưng chưa đầy đủ	Trích dẫn còn thiếu hoặc còn sai sót; mức độ chủ động chưa cao.	Thiếu trích dẫn, sao chép hoặc không thể hiện trách nhiệm học thuật.

Lưu ý cho việc thống kê đạt chuẩn:

- CLO2 (Nhận thức): Được đo lường chủ yếu qua Tiêu chí 1 của bài viết. Nếu sinh viên đạt từ 5.0 trở lên ở tiêu chí này, nghĩa là đã đạt chuẩn CLO2 ở mức độ "Hiếu".
- CLO3 (Tâm vận động): Được đo lường tổng hợp qua Tiêu chí 2 của bài viết và tất cả tiêu chí thuyết trình. Đây là điểm số thể hiện kỹ năng biện luận và phản xạ thực tế của sinh viên.

12. Tài liệu phục vụ cho học phần

12.1. Tài liệu chính

Ban biên dịch G.B.S, Nguyễn Văn Quý hiệu đính, *Kỹ năng thương lượng*, NXB Tổng hợp, 2018.

12.2. Tài liệu tham khảo

Nguyễn Văn Hùng, Hoàng Văn Phúc, Nguyễn Văn Ty, *Giáo trình kỹ năng giao tiếp*, NXB Tài Chính, 2023.

TP. Hồ Chí Minh, ngày 04 tháng 06 năm 2025

Trưởng Khối ngành

(Ký và ghi rõ họ tên)



Nguyễn Thị Hồng Thủy

Giảng viên

(Ký và ghi rõ họ tên)



Phạm Thị Hương



PHIẾU CHẤM THUYẾT TRÌNH VÀ PHÂN BIỆN NHÓM
Đánh giá theo Rubrics năng lực thực hiện CLO3

Học phần: **Nghệ thuật thương lượng đàm phán**

Lớp/Nhóm:

Chủ đề:

Giảng viên chấm:

Ngày chấm:

STT	Tiêu chí đánh giá	Điểm	Xuất sắc (85-100-%)	Khá (70-84%)	Trung bình (50-69%)	Yếu (<50%)	Điểm thành phần
1	Kỹ năng diễn đạt & thao tác tư duy	3	Diễn đạt trôi chảy; phối hợp nhuần nhuyễn ngôn ngữ cơ thể; làm chủ hoàn toàn bài nói.	Trình bày rõ ràng; mạch lạc; tư tin trong truyền tải nội dung.	Nói rõ ý nhưng còn phụ thuộc tài liệu; thao tác trình diễn chưa chuyên nghiệp.	Diễn đạt lúng túng; chủ yếu đọc slide; không kiểm soát được bài nói.	
2	Năng lực phân biện trực tiếp	4	Phản xạ cực nhanh; biện luận sắc sảo; bảo vệ quan điểm vững vàng.	Trả lời đúng trọng tâm; lập luận logic và thuyết phục.	Trả lời được nhưng còn lúng túng; lập luận chưa chặt chẽ.	Không phân biện được hoặc giải thích sai lệch vấn đề.	
3	Kỹ năng phối hợp & tương tác nhóm	3	Phối hợp nhịp nhàng; hỗ trợ nhau hoàn hảo trong phản biện.	Phản công rõ ràng; hỗ trợ nhau tốt trong phần trình bày.	Các thành viên có tham gia nhưng tương tác còn yếu	Hoạt động rời rạc; không thể hiện vai trò làm việc nhóm.	
TỔNG ĐIỂM							10.0

Nhận xét của giảng viên:



Điểm số

Điểm chữ

Xếp loại

Mức đạt CLO

GIẢNG VIÊN CHĂM
(Ký và ghi rõ họ tên)



PHIẾU CHẤM TIỂU LUẬN

Đánh giá theo Rubrics đánh giá năng lực làm tiểu luận qua CLOs

Học phần: **Ngệ thuật thương lượng đàm phán**

Lớp/Nhóm/Cá nhân:

Chủ đề:

Giang viên chấm:

Ngày chấm:

TT	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	CLO đo	Xuất sắc (8.5 – 10)	Khá (7.0 – 8.4)	Trung bình (5.0 – 6.9)	Yếu (<5.0)	Điểm
1	Xác định và trình bày vấn đề	20%	CLO1 (Mức 2)	Xác định rõ vấn đề, bối cảnh và mục tiêu phân tích; trình bày đầy đủ nội dung trọng tâm, phù hợp yêu cầu đề tài.	Xác định đúng nội dung chính nhưng còn thiếu một số khía cạnh hoặc chưa làm rõ vấn đề	Xác định được vấn đề nhưng còn mơ hồ, thiếu trọng tâm hoặc chưa rõ mục tiêu phân tích.	Xác định sai hoặc không làm rõ vấn đề cần phân tích.	
2	Năng lực phân tích và lập luận	30%	CLO2 (Mức 4)	Phân tích logic, có chiều sâu, nhận diện tốt chiến thuật, rào cản, yếu tố ảnh hưởng đến thương lượng – đàm phán; lập luận chặt chẽ, có dẫn chứng phù hợp.	Phân tích tương đối rõ, có lập luận nhưng chưa sâu hoặc dẫn chứng chưa thật thuyết phục.	Phân tích còn đơn giản, thiếu liên kết hoặc minh chứng hạn chế.	Không phân tích được hoặc lập luận rời rạc, thiếu căn cứ.	
3	Vận dụng kỹ năng và chiến thuật	20%	CLO3 (Mức 3)	Vận dụng phù hợp kỹ năng giao tiếp, chiến thuật và phương án	Có vận dụng nhưng chưa nhất quán hoặc chưa	Vận dụng còn hạn chế, giải pháp chưa	Không vận dụng được kỹ năng	



TT	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	CLO đo	Xuất sắc (8.5 – 10)	Khá (7.0 – 8.4)	Trung bình (5.0 – 6.9)	Yếu (<5.0)	Điểm
	thương lượng – đàm phán			thương lượng – đàm phán để đánh giá hoặc đề xuất giải pháp.	thật sự phù hợp với bối cảnh	phù hợp hoặc còn chung chung.	hoặc chiến thuật vao phân tích.	
4	Kỹ năng trình bày học thuật	15%	CLO1 (Mức 2)	Bố cục rõ ràng, logic; diễn đạt học thuật tốt; trình bày đúng quy chuẩn, ít lỗi.	Bố cục tương đối hợp lý, còn lỗi nhỏ về diễn đạt hoặc trình bày.	Trình bày còn thiếu logic, mắc nhiều lỗi diễn đạt/trình bày.	Trình bày kém, khó theo dõi, không đảm bảo yêu cầu học thuật.	
5	Ý thực học thuật và trách nhiệm	15%	CLO4 (Mức 5)	Trích dẫn đầy đủ, đúng quy chuẩn; thể hiện tinh thần nghiêm túc, chủ động và trách nhiệm trong thực hiện tiểu luận.	Có trích dẫn và thể hiện trách nhiệm nhưng chưa đầy đủ.	Trích dẫn còn thiếu hoặc còn sai sót; mức độ chủ động chưa cao.	Thiếu trích dẫn, sao chép hoặc không thể hiện trách nhiệm học thuật.	
TỔNG ĐIỂM								

Nhận xét của giảng viên:

Điểm số
.....

Điểm chữ
.....

Xếp loại
.....

Mức đạt CLO
.....



GIẢNG VIÊN CHĂM
(Ký và ghi rõ họ tên)



Trưởng Đại học Văn Hiến



GIẢNG VIÊN CHĂM
(Ký và ghi rõ họ tên)

Trưởng Đại học Văn Hiến





ĐỀ CƯƠNG CHI TIẾT HỌC PHẦN

1. Thông tin về học phần

- Tên học phần: **Nghệp vụ ngoại giao/Diplomatic service**
- Mã học phần: PUR437
- Số tín chỉ: 2
- Bậc đào tạo: Đại học
- Loại học phần (bắt buộc/tự chọn): bắt buộc
- Học phần tiên quyết/ Học phần trước: không
- Đơn vị phụ trách: Khoa KHXHNV
- Số tín chỉ: 2 ; Số giờ: 90 , trong đó:
 - Hoạt động giảng dạy trên lớp: 30 Giờ
 - + Giờ giảng: 25 giờ
 - + Thuyết trình, thảo luận: 5 Giờ
 - Giờ kiểm tra: ...Giờ
 - Giờ tự học: 70 Giờ

2. Thông tin về giảng viên

Giảng viên 1:

- Họ và tên: Lê Thị Hoàng Liễu
- Chức danh, học vị: Tiến sĩ
- Thời gian làm việc: Giờ hành chính (8:00 -16:00)
- Địa điểm làm việc: Khoa KHXHNV
- Điện thoại: 0908303596
- Email: LieuLTH2@vhu.edu.vn

Giảng viên 2:

- Họ và tên: Phan Thi Kim Xuyên
- Chức danh, học vị: Thạc sỹ
- Thời gian làm việc: Giờ hành chính (8 00 -16:00)
- Địa điểm làm việc: Khoa Kinh tế - Quản trị, Trường Đại học Văn Hiến
- Mail: xuyenptk@vhu.edu.vn

3. Tóm tắt nội dung học phần

Học phần gồm có 5 chương, cung cấp kiến thức tổng quan về nghiệp vụ ngoại giao và lễ tân đối ngoại định nghĩa, vai trò, chức năng, lịch sử ngoại giao thế giới và Việt Nam, các vấn đề về đa dạng văn hóa và đạo đức trong giao tiếp quốc tế; tổ chức hoạt động của các cơ quan đại diện ngoại giao, cơ quan lãnh sự và các phòng đối ngoại, PR trong tổ chức; đặc điểm của Công ước Viên 1961 và 1963; các quy định về quyền ưu đãi, miễn trừ ngoại giao; nghiệp vụ lễ tân ngoại giao (đón tiếp khách VIP, phép xã giao quốc tế, trang phục, ngôi thứ và kỹ thuật xếp chỗ bàn tiệc/xe đưa đón); kế hoạch tổ chức các sự kiện ngoại giao và hội nghị quốc tế; cùng các kỹ năng tiếp xúc, đàm phán, thuyết phục công chúng truyền thông.

4. Mục tiêu của học phần

Học phần trang bị cho người học kiến thức nền tảng về ngoại giao và lễ tân đối ngoại, quy trình hoạt động ngoại giao chính thức, nguyên tắc vận dụng các quy tắc, chuẩn mực và công ước quốc tế trong các hoạt động quan hệ công chúng toàn cầu hoặc sự kiện đối ngoại của tổ chức. Trên cơ sở đó, học phần rèn luyện tư duy nhạy bén về chính trị – văn hóa, kỹ năng xây dựng kịch bản lễ tân, điều hành sự kiện đối ngoại, xử lý tình huống giao tiếp, khủng hoảng ứng xử, đàm phán thương lượng và giao tiếp đa văn hóa; đồng thời hình thành phong thái tự tin, lịch lãm, tinh thần chủ động, tư duy đổi mới, ý thức tôn trọng sự khác biệt văn hóa và trách nhiệm đạo đức nghề nghiệp trong hoạt động truyền thông đối ngoại.

5. Chuẩn đầu ra của học phần

Sau khi hoàn thành học phần này, người học có thể:

Mã CDR	Nội dung chuẩn đầu ra	Mức độ
CLO1	Chỉ ra sơ đồ vị trí, xây dựng kịch bản đón tiếp khách VIP và thực hành điều hành, xử lý tình huống phát sinh trong các sự kiện ngoại giao, hội nghị quốc tế, lễ ký kết biên bản ghi nhớ...	Mức 3 (Vận dụng)
CLO2	Phân tích các quy tắc ngôi thứ, phong tục tập quán, cấm kỵ văn hóa của các quốc gia trong việc xây dựng nội dung kịch bản và chiến dịch truyền thông đối ngoại thực tiễn	Mức 4 (Phân tích)
CLO3	Thực hiện nhuần nhuyễn kỹ năng lập sơ đồ vị trí, xây dựng kịch bản đón tiếp khách VIP và thực hành điều hành, xử lý tình huống phát sinh trong các sự kiện ngoại giao, hội nghị quốc tế, lễ ký kết biên bản ghi nhớ...	Mức 4 (Phối hợp)
CLO4	Xác định tinh thần chủ động, tác phong chính chu, tư duy đổi mới trong giao tiếp đa văn hóa và ý thức trách nhiệm nghề nghiệp đối với uy tín quốc gia/tổ chức trong hoạt động Quan hệ Công chúng.	Mức 3 (Hình thành giá trị)

Ma trận liên kết/tương thích giữa CLOs và PLOs

Chuẩn đầu ra	PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5	PLO6	PLO7	PLO8
CLO1	X							
CLO2		X						
CLO3						X		
CLO4							X	

6. Nội dung chi tiết của học phần

6.1. Lý thuyết

Chương	Nội dung chi tiết
Chương 1.	Tổng quan
1.1	Ngoại giao là gì?
1.2	Tính chất, yêu cầu, các hình thức ngoại giao
1.3	Nghịệp vụ ngoại giao là gì, nội dung?
1.4	Một số thuật ngữ ngoại giao
1.5	Lược sử ngoại giao thế giới và Việt Nam, bài học ngoại giao Việt Nam
Chương 2.	Công ước Viên 1961 và 1963
2.1	Chức năng, nhiệm vụ, quyền hạn và đặc quyền của cơ quan đại diện ngoại giao
2.2	Một số điều cơ bản và quan trọng của công ước Viên
2.3	Thủ tục bổ nhiệm, nhậm chức của người đứng đầu cơ quan đại diện Ngoại giao
2.4	Hàm, cấp Ngoại giao
Chương 3.	Một số kiến thức ngoại giao cơ bản
3.1	Quyền ưu đãi, miễn trừ ngoại giao
3.2	Các quy định xuất nhập cảnh
Chương 4.	Nghịệp vụ Lễ tân ngoại giao
4.1	Nghịệp vụ Lễ tân ngoại giao là gì, nội dung?
4.2	Nghịệp vụ đón, tiếp và giao tiếp với khách
4.3	Phép xã giao quốc tế (giao tiếp quốc tế)

Chương	Nội dung chi tiết
4.4	Tổ chức sự kiện ngoại giao (tiệc ngoại giao, hội họp...)
4.5	Ngôi thứ ngoại giao + Nghiệp vụ xếp chỗ
Chương 5.	Một số nghiệp vụ ngoại giao cơ bản khác
5.1	Nghiệp vụ tiếp xúc ngoại giao
5.2	Kỹ năng thuyết phục và Nghiệp vụ đàm phán ngoại giao
5.3	Nghệ thuật phát biểu miệng và thuyết trình

6.2. Thực hành

	Nội dung
6.2.1	Bài tập cá nhân
	Hoạch định phong cách và quản trị khủng hoảng giao tiếp đa văn hóa
6.2.2	Bài tập nhóm
	Thiết kế đề án kỹ thuật và mô phỏng lễ ký kết hợp tác quốc tế

7. Phân bổ thời gian theo tiết (1 tín chỉ = 15 giờ)

Chương	Tên chương	Số giờ				Tổng
		Giờ giảng	Thuyết trình, thảo luận	Giờ kiểm tra	Giờ Tự học	
Chương 1	Tổng quan	4	2	0	15	21
Chương 2	Công ước Viên 1961 và 1963	4	2	0	15	21
Chương 3	Một số kiến thức ngoại giao cơ bản	4	2	0	15	21
Chương 4	Nghiệp vụ Lễ tân ngoại giao	4	2	0	15	21
Chương 5	Một số nghiệp vụ ngoại giao cơ bản khác	4	2		10	16
	Tổng	20	10	0	70	100

CÁC CHỦ ĐỀ THUYẾT TRÌNH VÀ THẢO LUẬN

- Chức năng, nhiệm vụ, quyền hạn và đặc quyền của những cơ quan đại diện ngoại giao của Việt Nam.

- Thủ tục bổ nhiệm, nhậm chức của người đứng đầu cơ quan đại diện ngoại giao của Việt Nam.
- Những lưu ý về phép xã giao quốc tế (giao tiếp quốc tế). Cho ví dụ.
- Một số sự kiện ngoại giao (tiệc ngoại giao, hội họp..) của Thành phố Hồ Chí Minh vừa được tổ chức gần đây.

Ma trận liên kết/tương thích giữa CLOs và nội dung (các chương) của học phần

Nội dung chương	CLO1	CLO2	CLO3	CLO4
Tổng quan	x	x		
Công ước Viên 1961 và 1963			x	x
Một số kiến thức ngoại giao cơ bản			x	x
Nghị vụ Lễ tân ngoại giao	x	x	x	x
Một số nghị vụ ngoại giao cơ bản khác		x	x	x

8. Phương pháp giảng dạy - học

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

- Thuyết giảng
- Giải quyết vấn đề
- Tự học có hướng dẫn
- Thuyết trình – phản biện nhóm

Ma trận liên kết/tương thích giữa CLOs với phương pháp giảng dạy- học

Phương pháp giảng dạy	CLO1	CLO2	CLO3	CLO4
Thuyết giảng	x	x		x
Giải quyết vấn đề		x	x	x
Tự học có hướng dẫn	x	x	x	x
Thuyết trình – phản biện nhóm			x	x

9. 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).
- Đọc tài liệu bắt buộc và tham khảo thêm tài liệu do giảng viên giới thiệu.
- Hoàn thành đầy đủ các bài tập cá nhân, bài làm thuyết trình nhóm.
- Tham gia bài tiểu luận kết thúc học phần.

10. 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.

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

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

TT	Điểm thành phần	Hình thức đánh giá	Trọng số
1	Giữa kỳ	Chuyên cần (dự lớp 10%) + Thuyết trình – Phân biện nhóm (30%)	40%
2	Kết thúc học phần	Tiểu luận	60%

Điểm đánh giá quá trình: trọng số 40%, bao gồm:

- Điểm chuyên cần: trọng số 10%

Tiêu chí đánh giá	Mức độ đạt chuẩn quy định					Trọng số
	Mức F (0-3.9)	Mức D (4.0-5.4)	Mức C (5.5-6.9)	Mức B (7.0-8.4)	Mức A (8.5-10)	
Chuyên cần, tham gia học tập (CLO4)	Vắng quá 30% số buổi; không tham gia hoạt động học tập.	Tham gia dưới 50% số buổi; chuẩn bị bài rất hạn chế.	Tham gia khoảng 50%-70% số buổi; có chuẩn bị nhưng đóng góp chưa thường xuyên.	Tham gia khoảng 70%-90% số buổi; chuẩn bị bài và đóng góp tương đối tích cực.	Tham gia đầy đủ; chuẩn bị bài tốt; tích cực thảo luận, hỗ trợ nhóm và nộp bài đúng hạn.	100%

- Điểm kiểm tra thường xuyên: trọng số 30%. Theo thang điểm 10, dựa trên đáp án và hướng dẫn điểm được thiết kế sẵn.

11.2. Kế hoạch đo CLOs

Đánh giá người học	CLOs	Trọng số	Miền	Thời gian lấy dữ liệu	Công cụ đánh giá	Ghi chú	Điểm lấy dữ liệu
Thi cuối kỳ (Tiểu	CLO1 ;	60%	Kiến thức	Tuần 6	Tiểu luận cuối kỳ – Rubric	Thực hiện bài tiểu luận phân tích hoặc thảo luận một tình huống	Lấy dữ liệu đo từ CLO1;

Đánh giá người học	CLOs	Trọng số	Miền	Thời gian lấy dữ liệu	Công cụ đánh giá	Ghi chú	Điểm lấy dữ liệu
luận cuối kỳ)	CLO2 ;				đánh giá tiểu luận (11.3.c)	ngoại giao, lễ tân đối ngoại hoặc tổ chức sự kiện quốc tế; vận dụng kiến thức Công ước Viên, quy tắc lễ tân và kỹ năng xử lý tình huống đối ngoại.	CLO2
Quá trình	CLO2 ; CLO3	30%	Kiến thức và kỹ năng	Tuần 1-5	Bài tập tình huống; thảo luận; thuyết trình – phản biện nhóm (11.3.a)	Phân tích quy tắc ngoại giao, giao tiếp đa văn hóa, xây dựng kịch bản lễ tân và kỹ năng xử lý tình huống trong hoạt động đối ngoại.	Lấy dữ liệu đo từ CLO2; CLO3
Quá trình	CLO4	10%	Tự chủ và trách nhiệm học tập	Suốt học kỳ (Tuần 1-6)	Bảng kiểm soát chuyên cần; (11.3.b)	Xác định tinh thần chủ động, tác phong chuyên nghiệp, thái độ hợp tác, trách nhiệm và ý thức nghề nghiệp trong môi trường giao tiếp đa văn hóa.	Lấy dữ liệu đo từ CLO4

11.3. Công cụ đo CLO:

a. Ma trận đặc tả

Hình thức đánh giá	Nội dung trọng tâm	CLO	Mức độ (Bloom)	Công cụ đo	Minh chứng
Chuyên cần & tham gia (10%)	Tham gia học tập, thảo luận, tác phong giao tiếp và ý thức trách nhiệm trong môi trường học tập đối ngoại	CLO4	Level 3 Apply	Bang kiểm chuyên cần; quan sát lớp; câu hỏi phát vấn	Số điểm danh; ghi nhận của GV
Thuyết trình nhóm (30%)	Phân tích tình huống ngoại giao; xây dựng kịch bản lễ tân; kỹ năng giao tiếp, phản biện và xử lý tình huống đối ngoại	CLO2, CLO3	Level 2-3 Understand – Apply	Rubric thuyết trình & phản biện nhóm	Slide thuyết trình, phiếu đánh giá
Tiểu luận cuối kỳ (60%)	Phân tích và vận dụng kiến thức ngoại giao, Công ước Viên, lễ tân đối ngoại và kỹ năng tổ chức sự kiện ngoại giao vào một tình huống hoặc đề án thực tiễn	CLO2, CLO3,	Level 3 Apply	Rubric tiểu luận cuối kỳ	Bài tiểu luận,

Rubrics định nghĩa mức năng lực cho các CLO1 - CLO2

CLO	Mức 1: YẾU (0-4.9)	Mức 2: TRUNG BÌNH (5.0-6.9)	Mức 3: KHÁ (7.0-8.4)	Mức 4: GIỎI (8.5-10)
Giải thích kiến thức nền tảng về ngoại giao, lễ tân đối ngoại và các nguyên tắc trong hoạt động đối ngoại	Không trình bày hoặc hiểu sai các khái niệm cơ bản về ngoại giao, lễ tân và hoạt động đối ngoại.	Trình bày được một phần kiến thức cơ bản nhưng còn thiếu tính liên kết và chưa rõ ràng.	Giải thích khá đầy đủ các nội dung về ngoại giao, lễ tân và nguyên tắc hoạt động đối ngoại trong thực tiễn.	Giải thích chính xác, logic và có khả năng liên hệ sâu sắc giữa lý thuyết với các hoạt động ngoại giao và truyền

CLO	Mức 1: YẾU (0–4.9)	Mức 2: TRUNG BÌNH (5.0–6.9)	Mức 3: KHÁ (7.0–8.4)	Mức 4: GIỎI (8.5–10)
				thông đối ngoại thực tế
Phân tích các quy tắc ngoại giao thứ, giao tiếp đa văn hóa và tình huống ngoại giao trong thực tiễn.	Không phân tích được tình huống hoặc hiểu sai các nguyên tắc ngoại giao và giao tiếp quốc tế.	Phân tích được các tình huống cơ bản nhưng lập luận còn đơn giản, thiếu chiều sâu.	Phân tích khá logic các tình huống ngoại giao; vận dụng tương đối phù hợp các quy tắc ngoại giao thứ và giao tiếp đa văn hóa.	Phân tích chặt chẽ, lập luận sắc bén; vận dụng linh hoạt và hiệu quả các nguyên tắc ngoại giao, lễ tân và giao tiếp đa văn hóa trong bối cảnh thực tiễn.

Mô tả tổng quát mức năng lực qua điểm số (10 điểm)

Mức Giỏi (8.5 – 10): Hiểu rõ kiến thức, giải thích logic, có khả năng liên hệ thực tiễn.

Mức Khá (7.0 – 8.4): Nắm vững nội dung cơ bản, giải thích tương đối đầy đủ

Mức Trung bình (5.0 – 6.9): Hiểu ở mức cơ bản, còn hạn chế trong giải thích và liên hệ.

Mức Yếu (<5.0): Chưa nắm được kiến thức cốt lõi, trả lời thiếu chính xác.

b. Rubric đánh giá thuyết trình và phân biện

Mục tiêu: Đo lường kỹ năng Tâm vận động (CLO3) qua phản xạ tư duy và tương tác trực tiếp.

ST T	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	CLO đo lường	Xuất sắc (8.5 - 10)	Khá (7.0 - 8.4)	Trung bình (5.0 - 6.9)	Yếu (< 5.0)
1	Kỹ năng diễn đạt & thao tác tư duy	30%	CLO3 Tâm vận động Mức 3	Diễn đạt trôi chảy, có điểm nhấn; phối hợp hiệu quả lời nói, ánh mắt, cử chỉ và phương tiện	Trình bày rõ ràng, mạch lạc; sử dụng ngôn ngữ cơ thể tương đối	Nếu được ý chính nhưng còn phụ thuộc nhiều vào slide/tài liệu, diễn đạt chưa thật	Diễn đạt lúng túng, chủ yếu đọc slide, không kiểm soát được bài

ST T	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	CLO đo lượng	Xuất sắc (8.5 - 10)	Khá (7.0 - 8.4)	Trung bình (5.0 - 6.9)	Yếu (< 5.0)
				trình chiếu; xử lý mạch tư duy linh hoạt khi trình bày nội dung/công cụ truyền thông PR	phù hợp; thao tác tư duy logic, truyền tải được trọng tâm vấn đề PR.	liền mạch; thao tác tư duy và ví dụ PR còn đơn giản.	nói; mạch tư duy rời rạc hoặc trình bày sai lệch nội dung PR.
2	Năng lực phản biện trực tiếp	40%	CLO3 Tâm vận động Mức 3	Phản xạ nhanh trước câu hỏi; trả lời đúng trọng tâm; biện luận sắc sảo, có căn cứ; sử dụng ví dụ PR phù hợp và bảo vệ quan điểm vững vàng trước chất vấn.	Trả lời đúng trọng tâm câu hỏi; lập luận khá logic và thuyết phục; có thể điều chỉnh câu trả lời khi được hỏi sâu hoặc phản biện thêm.	Trả lời được một phần câu hỏi nhưng còn lúng túng; lập luận chưa chặt chẽ, ví dụ minh họa chưa thật phù hợp với bối cảnh PR.	Không phản biện được, né tránh câu hỏi hoặc trả lời sai lệch; không bảo vệ được quan điểm khi bị chất vấn trực tiếp.
3	Kỹ năng phối hợp & tương tác nhóm	30%	CLO3 Tâm vận động Mức 3	Phối hợp nhịp nhàng giữa các thành viên; phân vai rõ ràng; hỗ trợ nhau hiệu quả khi trình bày và phản biện; tương tác tích cực với giảng viên và người học.	Nhóm có phân công rõ; chuyển tiếp tương đối mạch lạc; các thành viên hỗ trợ nhau tốt trong phần trình bày và trả lời câu hỏi.	Có phân công nhiệm vụ nhưng phối hợp chưa đồng đều, chuyển tiếp còn rời; một số thành viên tham gia hạn chế trong tương tác và phản biện.	Hoạt động nhóm rời rạc; thiếu phân công hoặc phối hợp; không thể hiện được vai trò của làm việc nhóm trong trình bày và phản biện.

c. Rubric đánh giá tiểu luận

STT	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	CLO đo lường	Xuất sắc (8.5 – 10)	Khá (7.0 – 8.4)	Trung bình (5.0 – 6.9)	Yếu (<5.0)
1	Xác định chủ đề, tên tiểu luận và mục tiêu học tập/nghiên cứu	20%	CLO2	Xác định rõ chủ đề. Tên tiểu luận, mục tiêu phù hợp và có ý nghĩa	Xác định đúng nhưng mục tiêu chưa thật rõ	Tên tiểu luận còn chung chung	Tên tiểu luận còn rất đại khái, chưa thể hiện được mục tiêu
2	Tìm kiếm và sử dụng tài liệu tham khảo	20%	CLO2	Tìm được tài liệu phù hợp, biết trích dẫn cơ bản	Có tài liệu tham khảo nhưng chưa đa dạng	Tài liệu còn ít hoặc chưa phù hợp	Tài liệu còn ít hoặc chưa phù hợp
3	Xây dựng nội dung đề cương nghiên cứu	30%	CLO2, CLO3	Tiểu luận đầy đủ, trình bày logic, có tính khả thi	Tiểu luận tương đối đầy đủ	Tiểu luận còn sơ sài	Tiểu luận còn rất sơ sài
4	Kỹ năng trình bày học thuật	15%	CLO2	Trình bày rõ ràng, đúng quy định, ít lỗi	Trình bày tương đối tốt	Còn nhiều lỗi trình bày	Còn nhiều lỗi trình bày
5	Tinh thần học tập và trách nhiệm	15%	CLO5	Chủ động, nộp bài đúng hạn, có đầu tư	Tham gia khá đầy đủ	Tham gia còn hạn chế	Tham gia còn rất hạn chế

Lưu ý cho việc thống kê đạt chuẩn:

- CLO2 (Nhận thức): Được đo lường chủ yếu qua Tiêu chí 1 của bài viết. Nếu sinh viên đạt từ 5.0 trở lên ở tiêu chí này, nghĩa là đã đạt chuẩn CLO2 ở mức độ "Hiếu".
- CLO3 (Tâm vận động): Được đo lường tổng hợp qua Tiêu chí 2 của bài viết và tất cả tiêu chí thuyết trình. Đây là điểm số thể hiện kỹ năng biện luận và phản xạ thực tế của sinh viên.

12. Tài liệu phục vụ cho học phần

12.1. Tài liệu chính

- Hà Thị Ngọc Oanh, Kinh tế đối ngoại những nguyên lý và vận dụng tại Việt Nam: giáo trình dùng cho sinh viên khối các trường kinh tế; ngoại giao và nhà quản lý, - H.: Lao động xã hội.

12.2. Tài liệu tham khảo

- Vũ Dương Huân, Ngoại giao và công tác ngoại giao, NXB Chính trị Quốc gia, HN
- Lưu Văn Lợi, Những chuyện ngoại giao nổi tiếng, NXB Công an nhân dân.

TP Hồ Chí Minh, ngày 4 tháng 6 năm 2025

Trưởng Khối ngành

(Ký và ghi rõ họ tên)



Nguyễn Thị Hồng Thủy

Giảng viên

(Ký và ghi rõ họ tên)



Lê Thị Hoàng Liễu



PHIẾU CHẤM THUYẾT TRÌNH VÀ PHẢN BIẾN NHÓM

Đánh giá theo Rubrics năng lực thực hiện CLO3

Học phần: **Nghịệp vụ ngoại giao**

Lớp/Nhóm:

Chủ đề:

Giảng viên chấm:

Ngày chấm:

STT	Tiêu chí đánh giá	Điểm	Xuất sắc (85-100-%)	Khá (70-84%)	Trung bình (50-69%)	Yếu (<50%)	Điểm thành phần
1	Kỹ năng diễn đạt & thao tác tư duy	3	Diễn đạt trôi chảy; phối hợp nhuần nhuyễn ngôn ngữ cơ thể; làm chủ hoàn toàn bài nói	Trình bày rõ ràng; mạch lạc; tự tin trong truyền tải nội dung.	Nói rõ ý nhưng còn phụ thuộc tài liệu; thao tác trình diễn chưa chuyên nghiệp.	Diễn đạt lủng tung; chủ yếu đọc slide; không kiểm soát được bài nói	
2	Năng lực phản biện trực tiếp	4	Phản xạ cực nhanh; biện luận sắc sảo; bảo vệ quan điểm vững vàng.	Trả lời đúng trong tâm; lập luận logic và thuyết phục	Trả lời được nhưng còn lủng tung, lập luận chưa chặt chẽ.	Không phản biện được hoặc giải thích sai lệch vấn đề.	
3	Kỹ năng phối hợp & tương tác nhóm	3	Phối hợp nhịp nhàng; hỗ trợ nhau hoàn hảo trong phản biện.	Phân công rõ ràng; hỗ trợ nhau tốt trong phần trình bày.	Các thành viên có tham gia nhưng tương tác còn yếu.	Hoạt động rời rạc; không thể hiện vai trò làm việc nhóm.	
TỔNG ĐIỂM							10.0



Nhận xét của giảng viên:

Điểm số	Điểm chữ	Xếp loại	Mức đạt CLO
...			

GIẢNG VIÊN CHĂM
(Ký và ghi rõ họ tên)



PHIẾU CHẤM TIÊU LUẬN

Đánh giá theo Rubrics đánh giá năng lực làm tiêu luận qua CLOs

Học phần: **Nghiệp vụ ngoại giao**

Lớp/Nhóm/Cá nhân:

Chủ đề:

Giảng viên chấm:

Ngày chấm:

TT	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	CLO đo	Xuất sắc (8.5 – 10)	Khá (7.0 – 8.4)	Trung bình (5.0 – 6.9)	Yếu (<5.0)	Điểm
1	Xác định chủ đề, tên tiêu luận và mục học tập/nghiên cứu	20%	CLO2	Xác định rõ chủ đề. Tên tiêu luận, mục tiêu phù hợp và có ý nghĩa	Xác định đúng nhưng mục tiêu chưa thật rõ	Tên tiêu luận còn chung chung	Tên tiêu luận còn rất đại khái, chưa thể hiện được mục tiêu	
2	Tìm kiếm và sử dụng tài liệu tham khảo	20%	CLO2	Tìm được tài liệu phù hợp, biết trích dẫn cơ bản	Có tài liệu tham khảo nhưng chưa đa dạng	Tài liệu còn ít hoặc chưa phù hợp	Tài liệu còn ít hoặc chưa phù hợp	
3	Xây dựng nội dung đề cương nghiên cứu	30%	CLO2, CLO3	Tiêu luận đầy đủ, trình bày logic, có tính khả thi	Tiêu luận tương đối đầy đủ	Tiêu luận còn sơ sài	Tiêu luận còn rất sơ sài	
4	Kỹ năng trình bày học thuật	15%	CLO2	Trình bày rõ ràng, đúng quy định, ít lỗi	Trình bày tương đối tốt	Còn nhiều lỗi trình bày	Còn nhiều lỗi trình bày	



TT	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	CLO đo	Xuất sắc (8.5 – 10)	Khá (7.0 – 8.4)	Trung bình (5.0 – 6.9)	Yếu (<5.0)	Điểm
5	Tinh thần học tập và trách nhiệm	15%	CLOS	Chủ động, nộp bài đúng hạn, có đầu tư	Tham gia khá đầy đủ	Tham gia còn chệ	Tham gia còn rất hạn chế	
TỔNG ĐIỂM								

Nhận xét của giảng viên:

Điểm số	Điểm chữ	Xếp loại	Mức đạt CLO
.....			

GIẢNG VIÊN CHẤM
(Ký và ghi rõ họ tên)





ĐỀ CƯƠNG CHI TIẾT HỌC PHẦN

1. Thông tin về học phần

- Tên học phần: Sản xuất chương trình phát thanh (Production of radio programs)

- Mã học phần: MMC411
- Số tín chỉ: 02
- Bậc đào tạo: Đại học
- Loại học phần: Bắt buộc
- Học phần tiên quyết/ Học phần trước:
- Đơn vị phụ trách: Khoa Khoa học Xã hội và Nhân văn
- Số tín chỉ: 02 ; Số giờ: 100 , trong đó:
 - Hoạt động giảng dạy trên lớp: 30 Giờ
 - + Giờ giảng: 20 Giờ
 - + Thảo luận: 10 Giờ
 - Giờ kiểm tra: . Giờ
 - Giờ tự học: 70 Giờ

2. Thông tin về giảng viên

Giảng viên 1:

- Họ và tên: Trần Xuân Tiến
- Chức danh, học vị: Thạc Sĩ
- Thời gian làm việc: Giờ hành chính (8:00 -16:00)
- Địa điểm làm việc: Khoa Khoa học Xã hội và Nhân Văn, Trường Đại học Văn Hiến
- Email: TienTX2@vhu.edu.vn

Giảng viên 2:

- Họ và tên: Phạm Thị Hương
- Chức danh, học vị: Thạc Sĩ
- Thời gian làm việc: Giờ hành chính (8:00 -16:00)
- Địa điểm làm việc: Khoa Khoa học Xã hội và Nhân Văn, Trường Đại học Văn Hiến
- Email: HuongPT@vhu.edu.vn
- Số điện thoại: 093 4976916

Giảng viên 3:

- Họ và tên: Trần Thị Lợi
- Chức danh, học vị: Thạc Sĩ
- Thời gian làm việc: Giờ hành chính (8:00 -16:00)
- Địa điểm làm việc: Khoa Khoa học Xã hội và Nhân Văn, Trường Đại học Văn Hiến
- Email: LoiTT@vhu.edu.vn

3. Tóm tắt nội dung học phần

Học phần cung cấp cho người học những kiến thức tổng quan về loại hình báo phát thanh như lịch sử hình thành và phát triển của phát thanh trên thế giới và Việt Nam; đặc trưng ngôn ngữ, quy trình sản xuất và vai trò của phát thanh trong hệ thống truyền thông đại chúng hiện đại. Học phần giúp người học hiểu được đặc điểm của ngôn ngữ âm thanh, lời nói, tiếng động, âm nhạc và sự kết hợp các yếu tố âm thanh trong xây dựng chương trình phát thanh.

Bên cạnh đó, học phần trang bị cho người học kiến thức và kỹ năng viết cho báo phát thanh, xây dựng kịch bản, tổ chức nội dung, dẫn chương trình, biên tập và sản xuất các chương trình phát thanh theo nhiều thể loại khác nhau như ban tin, phóng sự, tọa đàm, chuyên đề hoặc podcast. Người học được thực hành sử dụng thiết bị ghi âm, phần mềm xử lý âm thanh và kỹ thuật dựng chương trình phát thanh cơ bản nhằm hoàn thiện sản phẩm phát thanh phù hợp với yêu cầu truyền thông hiện đại.

Ngoài ra, học phần còn giúp người học hình thành tư duy sáng tạo nội dung âm thanh, kỹ năng làm việc nhóm, ý thức trách nhiệm nghề nghiệp, đạo đức báo chí và khả năng thích ứng với xu hướng phát thanh số, radio trực tuyến và podcast trong môi trường truyền thông đa nền tảng hiện nay.

4. Mục tiêu của học phần

Học phần trang bị cho người học kiến thức cơ bản về đặc điểm, quy trình sản xuất và các nguyên tắc xây dựng chương trình phát thanh, sản phẩm âm thanh truyền thông trong bối cảnh truyền thông hiện đại. Trên cơ sở đó, học phần rèn luyện kỹ năng viết, ghi âm, biên tập, dựng và tổ chức sản xuất chương trình phát thanh cơ bản phù hợp với từng thể loại và đối tượng công chúng; đồng thời hình thành tinh thần sáng tạo, trách nhiệm nghề nghiệp, ý thức đạo đức báo chí và thái độ học tập nghiêm túc trong quá trình sản xuất nội dung phát thanh.

5. Chuẩn đầu ra của học phần

Sau khi hoàn thành học phần này, người học có thể:

Mã CDR	Nội dung chuẩn đầu ra	Mức độ
--------	-----------------------	--------

Mã CDR	Nội dung chuẩn đầu ra	Mức độ
CLO1	Phân tích được đặc điểm, chức năng và quy trình sản xuất chương trình phát thanh trong môi trường truyền thông hiện đại.	Mức 4 (Phân tích)
CLO2	Đánh giá được vai trò của ngôn ngữ âm thanh, lời dẫn, tiếng động, âm nhạc và cấu trúc chương trình phát thanh trong hoạt động truyền thông.	Mức 5 (Đánh giá)
CLO3	Vận dụng được kỹ năng viết, ghi âm, biên tập và dựng chương trình phát thanh cơ bản bằng thiết bị và phần mềm phù hợp.	Mức 4 (Phối hợp)
CLO4	Thể hiện tinh thần hợp tác, sáng tạo, trách nhiệm nghề nghiệp và đạo đức báo chí trong quá trình sản xuất chương trình phát thanh.	Mức 5 (Đặc trưng hóa các giá trị)

Ma trận liên kết/tương thích giữa CLOs và PLOs

Chuẩn đầu ra	PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5	PLO6	PLO7	PLO8
CLO1		X						
CLO2			X					
CLO3					X			
CLO4						X		

6. Nội dung chi tiết của học phần

6.1. Lý thuyết

Chương/Mục	Nội dung
Chương 1.	Tổng quan về báo phát thanh
1.1	Khái niệm và lịch sử hình thành báo phát thanh
1.2	Sự phát triển của phát thanh trên thế giới và Việt Nam
1.3	Đặc điểm và chức năng của báo phát thanh
1.4	Vai trò của phát thanh trong hệ thống truyền thông đại chúng
Chương 2.	Ngôn ngữ phát thanh và đặc trưng âm thanh

Chương/Mục	Nội dung
2.1	Đặc trưng ngôn ngữ phát thanh
2.2	Vai trò của lời nói, âm nhạc và tiếng động
2.3	Nhịp điệu và cảm xúc trong chương trình phát thanh
2.4	Nghệ thuật sử dụng giọng đọc trong phát thanh
Chương 3.	Viết cho báo phát thanh
3.1	Nguyên tắc viết cho phát thanh
3.2	Viết tin và lời dẫn phát thanh
3.3	Xây dựng kịch bản chương trình phát thanh
3.4	Kỹ năng tổ chức nội dung phát thanh
Chương 4.	Quy trình sản xuất chương trình phát thanh
4.1	Các bước xây dựng chương trình phát thanh
4.2	Tổ chức sản xuất chương trình
4.3	Các thể loại chương trình phát thanh
4.4	Phỏng vấn và dẫn chương trình phát thanh
Chương 5.	Kỹ thuật ghi âm, biên tập và dựng âm thanh
5.1	Thiết bị ghi âm trong phát thanh
5.2	Kỹ thuật thu âm và xử lý âm thanh
5.3	Biên tập và dựng chương trình phát thanh
5.4	Phần mềm dựng âm thanh cơ bản
Chương 6.	Phát thanh số, podcast và đạo đức nghề nghiệp
6.1	Phát thanh số và radio trực tuyến
6.2	Podcast và xu hướng truyền thông âm thanh hiện đại
6.3	Đạo đức nghề nghiệp trong sản xuất phát thanh
6.4	Trách nhiệm xã hội của người làm phát thanh

6.2. Thực hành

	Nội dung
6.2.1	Bài tập cá nhân
	Người học thực hiện các bài tập viết tin, lời dẫn và xây dựng kịch bản phát thanh ngắn; thực hành ghi âm, đọc lời dẫn, xử lý tiếng động và dựng các đoạn âm thanh cơ bản bằng phần mềm phù hợp.
6.2.2	Bài tập nhóm
	Người học thực hiện sản xuất chương trình phát thanh hoặc podcast theo nhóm với các thể loại như bản tin, tọa đàm, phóng sự hoặc chuyên đề; phối hợp trong các công đoạn xây dựng nội dung, ghi âm, dẫn chương trình, xử lý âm thanh và hoàn thiện sản phẩm phát thanh phù hợp với yêu cầu truyền thông hiện đại.

7. Phân bổ thời gian theo tiết (1 tín chỉ = 15 giờ)

Chương	Tên chương	Số giờ				
		Giờ giảng	Thảo luận	Giờ kiểm tra	Giờ Tự học	Tổng
1	Tổng quan về báo phát thanh	3	1		10	14
2	Ngôn ngữ phát thanh và đặc trưng âm thanh	4	2		12	18
3	Viết cho báo phát thanh	3	2		12	17
4	Quy trình sản xuất chương trình phát thanh	3	2		12	17
5	Kỹ thuật ghi âm, biên tập và dựng âm thanh	4	2		12	18
6	Phát thanh số, podcast và đạo đức nghề nghiệp	3	1		12	16
Tổng		20	10		70	100

CÁC CHỦ ĐỀ THẢO LUẬN VÀ THUYẾT TRÌNH

Vai trò của phát thanh trong hệ thống truyền thông hiện đại

Đặc trưng của ngôn ngữ phát thanh so với báo in và truyền hình

Xu hướng podcast trong truyền thông số hiện nay

Vai trò của âm nhạc và tiếng động trong chương trình phát thanh

Kỹ thuật viết lời dẫn phát thanh hấp dẫn

Phân tích cấu trúc một chương trình phát thanh tiêu biểu

Đạo đức nghề nghiệp trong sản xuất nội dung phát thanh

So sánh phát thanh truyền thống và radio trực tuyến

Vai trò của giọng đọc trong truyền tải cảm xúc phát thanh

Ứng dụng công nghệ số trong sản xuất chương trình phát thanh hiện đại

Ma trận liên kết/tương thích giữa CLOs và nội dung (các chương) của học phần

Nội dung chương	CLO1	CLO2	CLO3	CLO4
Chương 1. Tổng quan về báo phát thanh	X			
Chương 2. Ngôn ngữ phát thanh và đặc trưng âm thanh	X	X		
Chương 3. Viết cho báo phát thanh	X	X	X	
Chương 4. Quy trình sản xuất chương trình phát thanh	X	X	X	
Chương 5. Kỹ thuật ghi âm, biên tập và dựng âm thanh		X	X	
Chương 6. Phát thanh số, podcast và đạo đức nghề nghiệp		X		X

8. Phương pháp giảng dạy - học

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

Thuyết giảng

Phân tích tình huống phát thanh

Thực hành ghi âm và dựng âm thanh

Thảo luận nhóm

Thuyết trình – phản biện

Thực hành sản xuất chương trình phát thanh

Dự án podcast/chương trình phát thanh

Ma trận liên kết/tương thích giữa CLOs với phương pháp giảng dạy- học

Phương pháp giảng dạy	CLO1	CLO2	CLO3	CLO4
Thuyết giảng	X	X		
Phân tích tình huống phát thanh	X	X	X	
Thực hành ghi âm và dựng âm thanh		X	X	X
Thảo luận nhóm		X	X	X

Thuyết trình – phân biện		X	X	X
Thực hành sản xuất chương trình phát thanh		X	X	X
Dự án podcast/chương trình phát thanh		X	X	X

9. 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).
- Đọc tài liệu bắt buộc và tham khảo thêm tài liệu do giảng viên giới thiệu
- Hoàn thành đầy đủ các bài tập cá nhân, bài làm thuyết trình nhóm.
- Tham gia tiểu luận kết thúc học phần.

10. 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.

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

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

TT	Điểm thành phần	Hình thức đánh giá	Trọng số
1	Quá trình	Chuyên cần + thực hành/thuyết trình	40%
2	Cuối kỳ	Sản phẩm phát thanh/tiểu luận	60%

Điểm đánh giá quá trình: trọng số 40%, bao gồm:

Điểm chuyên cần: trọng số 10%

Tiêu chí đánh giá	Mức độ đạt chuẩn quy định					Trọng số
	Mức F (0-3.9)	Mức D (4.0-5.4)	Mức C (5.5-6.9)	Mức B (7.0-8.4)	Mức A (8.5-10)	
Chuyên cần, tham gia học tập (CLO4)	Vắng quá 30% số buổi; không tham gia hoạt	Tham gia dưới 50% số buổi; chuẩn bị bài rất hạn chế.	Tham gia khoảng 50%-70% số buổi, có chuẩn bị nhưng đóng góp chưa thường xuyên.	Tham gia khoảng 70%-90% số buổi; chuẩn bị bài và đóng góp tương đối tích cực.	Tham gia đầy đủ; chuẩn bị bài tốt; tích cực thảo luận, hỗ trợ nhóm và nộp	100%

	động học tập.				nhiệm vụ đúng hạn.	
--	------------------	--	--	--	-----------------------	--

- Điểm kiểm tra thường xuyên: trọng số 30% Theo thang điểm 10, dựa trên đáp án và hướng dẫn điểm được thiết kế sẵn.

11.2. Kế hoạch đo CLOs

Đánh giá người học	CLOs	Trọng số	Miền	Thời gian lấy dữ liệu	Công cụ đánh giá	Ghi chú	Điểm lấy dữ liệu
Thi cuối kỳ (Sản phẩm phát thanh/tiểu luận cuối kỳ)	CLO1; CLO2	60%	Kiến thức	Tuần 9	Sản phẩm phát thanh/tiểu luận – Rubric đánh giá sản phẩm (11.3.c)	Đánh giá khả năng phân tích đặc trưng phát thanh, xây dựng nội dung, tổ chức chương trình và vận dụng ngôn ngữ âm thanh trong sản phẩm phát thanh.	Lấy dữ liệu đo từ CLO1; CLO2
Quá trình	CLO2; CLO3	30%	Kiến thức và kỹ năng	Tuần 1–8	Bài tập thực hành; thảo luận; thuyết trình – phản biện nhóm (11.3.b)	Đánh giá kỹ năng viết cho phát thanh, ghi âm, biên tập và dựng chương trình phát thanh cơ bản.	Lấy dữ liệu đo từ CLO2; CLO3
Quá trình	CLO4	10%	Tự chủ và trách nhiệm học tập	Suốt học kỳ (Tuần 1–9)	Bảng kiểm chuyên cần; quan sát học tập (11.3.a)	Đánh giá tinh thần hợp tác, trách nhiệm nghề nghiệp và thái độ học tập trong quá trình sản xuất chương trình phát thanh	Lấy dữ liệu đo từ CLO4

11.3. Công cụ đo CLO:

- Giữa kỳ: Chuyên cần + Thuyết trình
- Cuối kỳ: Sản phẩm phát thanh/Tiểu luận
- CLO đo: CLO1, CLO2, CLO3, CLO4

a. Ma trận công cụ đánh giá

Hình thức đánh giá	Nội dung trọng tâm	CLO	Mức độ (Bloom)	Công cụ đo	Minh chứng
Chuyên cần & tham gia (10%)	Tham gia thảo luận, thực hành ghi âm, viết lời dẫn và phản biện các chương trình phát thanh trên lớp.	CLO4	Thái độ Level 5 Evaluate	Bảng kiểm chuyên cần; quan sát lớp; ghi nhận mức độ tham gia	Sổ điểm danh; ghi nhận của GV
Thuyết trình nhóm (30%)	Phân tích cấu trúc chương trình phát thanh, ngôn ngữ âm thanh, kỹ thuật ghi âm và tổ chức sản xuất podcast/chương trình phát thanh.	CLO2 ; CLO3	Level 4–5 Analyze – Evaluate	Rubric thuyết trình & phản biện nhóm; phiếu đánh giá nhóm/cá nhân	Slide thuyết trình; file âm thanh; kịch bản phát thanh
Tiểu luận/sản phẩm phát thanh cuối kỳ (60%)	Thiết kế và sản xuất chương trình phát thanh hoặc podcast hoàn chỉnh gồm nội dung, lời dẫn, ghi âm, xử lý âm thanh và dựng chương trình.	CLO1 ; CLO2	Level 4–5 Analyze – Evaluate	Rubric tiểu luận/sản phẩm phát thanh cuối kỳ	File âm thanh; kịch bản; báo cáo sản phẩm

Rubrics định nghĩa mức năng lực cho các CLO1 - CLO2

CLO	Mức 1: YẾU (0–4.9)	Mức 2: TRUNG BÌNH (5.0– 6.9)	Mức 3: KHÁ (7.0–8.4)	Mức 4: GIỎI (8.5–10)
CLO1: Phân tích được đặc điểm, chức năng và quy trình sản xuất chương trình phát thanh trong môi trường truyền thông hiện đại.	Không phân tích được đặc điểm và quy trình sản xuất chương trình phát thanh; nhầm lẫn các yếu tố cơ bản của báo phát thanh; chưa hiểu vai trò của phát thanh trong truyền thông đại chúng	Phân tích được một số nội dung cơ bản về phát thanh nhưng còn khái quát; giải thích quy trình sản xuất và đặc trưng phát thanh chưa rõ hoặc chưa liên hệ thực tiễn.	Phân tích tương đối đúng đặc điểm, chức năng và quy trình sản xuất chương trình phát thanh; nhận diện được vai trò của âm thanh và cấu trúc chương trình trong truyền thông.	Phân tích đầy đủ, logic và có hệ thống đặc điểm, chức năng và quy trình sản xuất chương trình phát thanh, đánh giá được hiệu quả truyền thông của các hình thức phát thanh hiện đại và podcast.
CLO2: Đánh giá được vai trò của ngôn ngữ âm thanh, lời dẫn, tiếng động, âm nhạc và cấu trúc chương trình phát thanh trong hoạt động truyền thông.	Không đánh giá được vai trò của ngôn ngữ âm thanh và cấu trúc chương trình; phân tích cảm tính, thiếu căn cứ chuyên môn; không nhận diện được hiệu quả truyền thông của âm thanh.	Đánh giá được một số yếu tố của ngôn ngữ phát thanh nhưng còn sơ lược, giải thích vai trò của lời dẫn, tiếng động hoặc âm nhạc chưa rõ ràng.	Đánh giá tương đối đầy đủ vai trò của lời dẫn, âm nhạc, tiếng động và cấu trúc chương trình; phân tích được hiệu quả truyền tải thông tin và cảm xúc trong chương trình phát thanh.	Đánh giá sâu sắc và có căn cứ chuyên môn về vai trò của ngôn ngữ âm thanh; phân tích được hiệu quả thông tin, cảm xúc và khả năng thu hút công chúng của chương trình phát thanh và podcast hiện đại.

Mô tả tổng quát mức năng lực qua điểm số (10 điểm)

Mức Giỏi (8.5 – 10): Hiểu sâu kiến thức về phát thanh, vận dụng hiệu quả kỹ năng viết, ghi âm và tổ chức chương trình phát thanh; có khả năng sáng tạo và liên hệ thực tiễn nghề nghiệp rõ ràng.

Mức Khá (7.0 – 8.4). Nắm vững nội dung cơ bản về phát thanh, vận dụng tương đối tốt các kỹ năng viết và sản xuất chương trình phát thanh.

Mức Trung bình (5.0 – 6.9): Hiểu kiến thức ở mức cơ bản nhưng còn hạn chế trong phân tích và thực hành sản xuất phát thanh.

Mức Yếu (<5.0): Chưa nắm được kiến thức và kỹ năng cốt lõi về sản xuất chương trình phát thanh, vận dụng thiếu chính xác hoặc chưa hoàn thành yêu cầu cơ bản.

b. Rubric đánh giá thuyết trình và phản biện

Mục tiêu: Đo lường kỹ năng Tâm vận động (CLO3) qua phản xạ nghề nghiệp, thao tác sản xuất âm thanh và khả năng tương tác chuyên môn trong quá trình trình bày – phản biện chương trình phát thanh.

STT	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	CLO đo lường	Xuất sắc (8.5 - 10)	Khá (7.0 - 8.4)	Trung bình (5.0 - 6.9)	Yếu (< 5.0)
1	Kỹ năng diễn đạt và xử lý nội dung phát thanh	30%	CLO3 Tâm vận động Mức 4	Diễn đạt lưu loát, giọng đọc truyền cảm; xử lý tốt lời dẫn, nhịp đọc và ngôn ngữ âm thanh; trình bày rõ cấu trúc và ý tưởng chương trình phát thanh.	Trình bày khá rõ ràng; giọng đọc tương đối phù hợp; giải thích được nội dung và cấu trúc chương trình phát thanh.	Trình bày được ý chính nhưng còn phụ thuộc tài liệu; giọng đọc thiếu ổn định, diễn đạt và xử lý nội dung còn đơn giản.	Diễn đạt lúng túng; đọc máy móc; không kiểm soát được nội dung hoặc cấu trúc chương trình phát thanh.
2	Năng lực phản biện và xử lý tình huống chuyên môn	40%	CLO3 Tâm vận động Mức 4	Phản xạ nhanh trước câu hỏi; trả lời đúng trọng tâm; lập luận sắc sảo về cấu trúc chương trình, lời dẫn, âm thanh và kỹ thuật ghi âm – dựng âm thanh; bảo vệ quan điểm thuyết phục.	Trả lời đúng trọng tâm; giải thích được cơ sở lựa chọn nội dung, âm thanh và cấu trúc chương trình, có thể điều chỉnh khi được phản biện thêm.	Trả lời được một phần câu hỏi nhưng còn lúng túng; lập luận chưa chặt chẽ; giải thích lựa chọn âm thanh hoặc cấu trúc chương trình còn hạn chế.	Không phản biện được; trả lời sai lệch hoặc né tránh câu hỏi; không giải thích được lựa chọn nội dung và kỹ thuật sản xuất phát thanh.

STT	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	CLO đo lường	Xuất sắc (8.5 - 10)	Khá (7.0 - 8.4)	Trung bình (5.0 - 6.9)	Yếu (< 5.0)
3	Kỹ năng phối hợp và tương tác nhóm	30%	CLO3 Tâm vận động Mức 4	Phối hợp hiệu quả giữa các thành viên trong xây dựng và sản xuất chương trình phát thanh; phân công rõ ràng; hỗ trợ nhau tốt trong trình bày và phản biện.	Có phân công nhiệm vụ tương đối hợp lý; phối hợp khá tốt trong quá trình thực hiện và trình bày sản phẩm phát thanh.	Có phối hợp nhưng chưa đồng đều; chuyển tiếp nội dung còn rời rạc; một số thành viên tham gia hạn chế.	Hoạt động nhóm thiếu phối hợp; không thể hiện được vai trò cá nhân; thiếu hỗ trợ trong quá trình trình bày và phản biện.

b. Rubric đánh giá tiểu luận/ Sản phẩm phát thanh

TT	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	CLO đo lường	Yếu (<5.0)	Trung bình (5.0–6.9)	Khá (7.0–8.4)	Giỏi (8.5–10)
1	Kiến thức về đặc điểm và quy trình sản xuất chương trình phát thanh	20%	CLO1	Trình bày sai hoặc thiếu các kiến thức cơ bản về báo phát thanh và quy trình sản xuất chương trình phát thanh; chưa hiểu vai trò của phát thanh trong	Nêu được một số nội dung cơ bản về phát thanh nhưng còn khái quát; giải thích quy trình sản xuất chương trình chưa rõ; liên hệ thực tiễn	Phân tích tương đối đúng đặc điểm và quy trình sản xuất chương trình phát thanh; có liên hệ với thực tiễn truyền thông và phát thanh số.	Phân tích chính xác, logic và có hệ thống đặc điểm, quy trình và vai trò của phát thanh; đánh giá được hiệu quả truyền thông của các hình thức phát thanh hiện đại và podcast.

TT	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	CLO đo lường	Yếu (<5.0)	Trung bình (5.0–6.9)	Khá (7.0–8.4)	Giỏi (8.5–10)
				truyền thông đại chúng	còn hạn chế.		
2	Kiến thức về ngôn ngữ âm thanh và cấu trúc chương trình phát thanh	30%	CLO2	Không đánh giá được vai trò của lời dẫn, âm nhạc, tiếng động hoặc cấu trúc chương trình; sản phẩm âm thanh rời rạc, thiếu cảm xúc và tính truyền thông	Nhân diện được một số yếu tố của ngôn ngữ phát thanh nhưng phân tích còn sơ lược, hiệu quả truyền tải nội dung và cảm xúc chưa rõ ràng.	Đánh giá tương đối đúng vai trò của lời dẫn, âm thanh và cấu trúc chương trình; sản phẩm có khả năng truyền tải thông tin và cảm xúc cơ bản.	Đánh giá sâu sắc và có căn cứ chuyên môn về ngôn ngữ âm thanh; vận dụng hiệu quả lời dẫn, âm nhạc, tiếng động và cấu trúc chương trình để tạo sức hấp dẫn và hiệu quả truyền thông cao.
3	Thực hiện sản phẩm phát thanh/chương trình podcast	30%	CLO3	Sản phẩm thiếu cấu trúc hoặc không hoàn chỉnh; âm thanh nhiều, lỗi kỹ thuật nhiều; chưa vận dụng được kỹ năng ghi âm và dựng âm thanh cơ bản.	Thực hiện được sản phẩm ở mức cơ bản nhưng còn hạn chế về giọng đọc, xử lý âm thanh, nhịp chương trình hoặc tính liên kết nội dung.	Thực hiện tương đối tốt sản phẩm phát thanh; vận dụng được các kỹ thuật ghi âm, biên tập và dựng âm thanh cơ bản; sản phẩm phù hợp với nội dung truyền thông.	Thực hiện sản phẩm phát thanh/podcast hoàn chỉnh, logic và có tính sáng tạo; vận dụng linh hoạt kỹ thuật ghi âm, xử lý âm thanh và tổ chức nội dung; sản phẩm có giá trị thẩm mỹ và hiệu quả truyền thông rõ rệt.

TT	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	CLO đo lường	Yếu (<5.0)	Trung bình (5.0–6.9)	Khá (7.0–8.4)	Giỏi (8.5–10)
4	Tính học thuật, tinh thần hợp tác và trách nhiệm nghề nghiệp	20%	CLO4	Bài làm thiếu nghiêm túc; nộp trễ hoặc không đúng yêu cầu; ít tham gia thực hiện sản phẩm, thiếu trách nhiệm trong phối hợp nhóm và sản xuất nội dung phát thanh.	Có ý thức thực hiện nhiệm vụ nhưng còn thụ động; phối hợp nhóm chưa hiệu quả; trách nhiệm nghề nghiệp và tinh thần tự học còn hạn chế	Thể hiện tinh thần hợp tác và trách nhiệm tương đối tốt; hoàn thành nhiệm vụ đúng tiến độ; có ý thức nghề nghiệp trong quá trình sản xuất chương trình phát thanh.	Thể hiện nhất quán tinh thần hợp tác, sáng tạo và trách nhiệm nghề nghiệp; chủ động trong thực hiện sản phẩm; chương trình phát thanh được đầu tư nghiêm túc, đúng tiến độ và có đóng góp rõ ràng của cá nhân/nhóm.

12. Tài liệu phục vụ cho học phần

12.1. Tài liệu chính

- Dương Xuân Sơn (2014), Các loại hình báo chí truyền thông, Nxb. Thông tin và truyền thông.

12.2. Tài liệu tham khảo

- Nguyễn Thị Thoa (2012), Tác phẩm báo chí, Nxb. Giáo dục Việt Nam
- PR theo kiểu Mỹ - Thúc đẩy PR trong thế giới công nghệ số Robert L.Dilenschneider. NXB Lao động – Xã hội, 2011

TP. Hồ Chí Minh, ngày 4 tháng 6 năm 2025

Trưởng Khối ngành

(Ký và ghi rõ họ tên)



Nguyễn Thị Hồng Thủy

Giảng viên

(Ký và ghi rõ họ tên)



Trần Xuân Tiến



PHIẾU CHẤM THUYẾT TRÌNH VÀ PHẢN BIỆN NHÓM

Đánh giá theo Rubrics năng lực thực hiện CLO3

Học phần: Sản xuất chương trình phát thanh

Lớp/Nhóm:

Chủ đề:

Giảng viên chấm:

Ngày chấm:

STT	Tiêu chí đánh giá	Điểm	Xuất sắc (85-100-%)	Khá (70-84%)	Trung bình (50-69%)	Yếu (<50%)	Điểm thành phần
1	Kỹ năng diễn đạt & thao tác tư duy	3	Diễn đạt trôi chảy; phối hợp nhuần nhuyễn ngôn ngữ cơ thể; làm chủ hoàn toàn bài nói.	Trình bày rõ ràng; mạch lạc; tự tin trong truyền tải nội dung.	Nói rõ ý nhưng còn phụ thuộc tài liệu; thao tác trình diễn chưa chuyên nghiệp.	Diễn đạt lúng túng; chủ yếu đọc slide; không kiểm soát được bài nói.	
2	Năng lực phản biện trực tiếp	4	Phân xa cực nhanh; biện luận sắc sảo; bảo vệ quan điểm vững vàng.	Trả lời đúng trọng tâm; lập luận logic và thuyết phục	Trả lời được nhưng còn lúng túng; lập luận chưa chặt chẽ.	Không phản biện được hoặc giải thích sai lệch vấn đề.	
3	Kỹ năng phối hợp & tương tác nhóm	3	Phối hợp nhịp nhàng; hỗ trợ nhau hoàn hảo trong phản biện.	Phân công rõ ràng; hỗ trợ nhau tốt trong phần trình bày.	Các thành viên có tham gia nhưng tương tác còn yếu.	Hoạt động rời rạc; không thể hiện vai trò làm việc nhóm.	
TỔNG ĐIỂM							10.0



Nhận xét của giảng viên:

Điểm số	Điểm chữ	Xếp loại	Mức đạt CLO
.....			

GIẢNG VIÊN CHẤM
(Ký và ghi rõ họ tên)



PHIẾU CHẤM TIỂU LUẬN

Đánh giá theo Rubrics đánh giá năng lực làm tiểu luận qua CLOs

Học phần:

Lớp/Nhóm/Cá nhân:

Chủ đề:

Giảng viên chấm:

Ngày chấm:

TT	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	CLO đo	Yếu < 5,0	Trung bình 5,0-6,9	Khá (70-84%)	Xuất sắc (85-100-%)	Điểm
1	Kiến thức về đặc điểm và quy trình sản xuất chương trình phát thanh	20%	CLO1	Trình bày sai hoặc thiếu các kiến thức cơ bản về báo phát thanh và quy trình sản xuất chương trình phát thanh; chưa hiểu vai trò của phát thanh trong truyền thông đại chúng.	Nêu được một số nội dung cơ bản về phát thanh nhưng còn khái quát, giải thích quy trình sản xuất chương trình chưa rõ; liên hệ thực tiễn còn hạn chế	Phân tích tương đối đúng đặc điểm và quy trình sản xuất chương trình phát thanh; có liên hệ với thực tiễn truyền thông và phát thanh số.	Phân tích chính xác, logic và có hệ thống đặc điểm, quy trình và vai trò của phát thanh; đánh giá được hiệu quả truyền thông của các hình thức phát thanh hiện đại và podcast.	



TT	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	CLO đo	Yếu < 5,0	Trung bình 5,0–6,9	Khá (70-84%)	Xuất sắc (85-100-%)	Điểm
2	Kiến thức về ngôn ngữ âm thanh và cấu trúc chương trình phát thanh	30%	CLO2	Không đánh giá được vai trò của lời dẫn, âm nhạc, tiếng động hoặc cấu trúc chương trình; sản phẩm âm thanh rời rạc, thiếu cảm xúc và tính truyền thống.	Nhận diện được một số yếu tố của ngôn ngữ phát thanh nhưng phần tích còn sơ lược; hiệu quả truyền tải nội dung và cảm xúc chưa rõ ràng.	Đánh giá tương đối đúng vai trò của lời dẫn, âm thanh và cấu trúc chương trình; sản phẩm có khả năng truyền tải thông tin và cảm xúc cơ bản.	Đánh giá sâu sắc và có căn cứ chuyên môn về ngôn ngữ âm thanh; vận dụng hiệu quả lời dẫn, âm nhạc, tiếng động và cấu trúc chương trình để tạo sức hấp dẫn và hiệu quả truyền thông cao.	
3	Thực hiện sản phẩm phát thanh/chương trình podcast	30%	CLO3	Sản phẩm thiếu cấu trúc hoặc không hoàn chỉnh; âm thanh nhiều, lỗi kỹ thuật nhiều; chưa vận dụng được kỹ năng ghi âm và dựng âm thanh cơ bản.	Thực hiện được sản phẩm ở mức cơ bản nhưng còn hạn chế về giọng đọc, xử lý âm thanh, nhịp chương trình hoặc tính liên kết nội dung.	Thực hiện tương đối tốt sản phẩm phát thanh; vận dụng được các kỹ thuật ghi âm, biên tập và dựng âm thanh cơ bản; sản phẩm phù hợp với nội dung truyền thông.	Thực hiện sản phẩm phát thanh/podcast hoàn chỉnh, logic và có tính sáng tạo; vận dụng linh hoạt kỹ thuật ghi âm, xử lý âm thanh và tổ chức nội dung; sản phẩm có giá trị thẩm mỹ và hiệu quả truyền thông rõ rệt.	



TT	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	CLO đo	Yếu < 5,0	Trung bình 5,0–6,9	Khá (70-84%)	Xuất sắc (85-100-%)	Điểm
4	Tính học thuật, tinh thần hợp tác và trách nhiệm nghề nghiệp	20%	CLO4	Bài làm thiếu nghiêm túc; nộp trễ hoặc không đúng yêu cầu; ít tham gia thực hiện sản phẩm; thiếu trách nhiệm trong phối hợp nhóm và sản xuất nội dung phát thanh.	Có ý thức thực hiện nhiệm vụ nhưng còn thụ động; phối hợp nhóm chưa hiệu quả; trách nhiệm nghề nghiệp và tinh thần tự học còn hạn chế.	Thể hiện tinh thần hợp tác và trách nhiệm tương đối tốt; hoàn thành nhiệm vụ đúng tiến độ; có ý thức nghề nghiệp trong quá trình sản xuất chương trình phát thanh	Thể hiện nhất quán tinh thần hợp tác, sáng tạo và trách nhiệm nghề nghiệp; chủ động trong thực hiện sản phẩm; chương trình phát thanh được đầu tư nghiêm túc, đúng tiến độ và có đóng góp rõ ràng của cá nhân/nhóm.	
TỔNG ĐIỂM								

Nhận xét của giảng viên:

Điểm số

Điểm chữ

Xếp loại

Mức đạt CLO



GIẢNG VIÊN CHĂM
(Ký và ghi rõ họ tên)





ĐỀ CƯƠNG CHI TIẾT HỌC PHẦN

1. Thông tin về học phần

- Tên học phần: **Tổ chức sản xuất chương trình truyền hình (*Organizing Television Program Production*)**
- Mã học phần: MMC412
- Số tín chỉ: 02
- Bậc đào tạo: Đại học
- Loại học phần: Bắt buộc
- Học phần tiên quyết/ Học phần trước: không
- Đơn vị phụ trách: Khoa Khoa học Xã hội và Nhân văn
- Số tín chỉ: 02 ; Số giờ: 100 , trong đó:
 - Hoạt động giảng dạy trên lớp. 30 Giờ
 - + Giờ giảng: 20 Giờ
 - + Thảo luận. 10 Giờ
 - Giờ kiểm tra: . .Giờ
 - Giờ tự học: 70 Giờ

2. Thông tin về giảng viên

Giảng viên 1:

- Họ và tên: Trần Xuân Tiến
- Chức danh, học vị: Thạc Sĩ
- Thời gian làm việc: Giờ hành chính (8:00 -16:00)
- Địa điểm làm việc: Khoa Khoa học Xã hội và Nhân Văn, Trường Đại học Văn Hiến
- Email: TienTX2@vhu.edu.vn

Giảng viên 2:

- Họ và tên: Phạm Thị Hương
- Chức danh, học vị: Thạc Sĩ
- Thời gian làm việc: Giờ hành chính (8:00 -16:00)
- Địa điểm làm việc: Khoa Khoa học Xã hội và Nhân Văn, Trường Đại học Văn Hiến
- Email: HuongPT@vhu.edu.vn
- Số điện thoại: 093 4976916



Giảng viên 3:

- Họ và tên: Trần Thị Lợi
- Chức danh, học vị: Thạc Sĩ
- Thời gian làm việc: Giờ hành chính (8:00 -16:00)
- Địa điểm làm việc: Khoa Khoa học Xã hội và Nhân Văn, Trường Đại học Văn Hiến
- Email: LoiTT@vhu.edu.vn

3. Tóm tắt nội dung học phần

Học phần cung cấp cho người học những kiến thức tổng quan về truyền hình như các khái niệm và thuật ngữ cơ bản, đặc trưng của loại hình truyền hình trong hệ thống truyền thông đại chúng; lịch sử hình thành và phát triển của truyền hình thế giới và Việt Nam; hệ thống các đài truyền hình quốc gia và địa phương; cơ cấu tổ chức, chức năng và hoạt động của đài truyền hình trong môi trường truyền thông hiện đại.

Học phần giúp người học hiểu được quy trình tổ chức sản xuất chương trình truyền hình từ khâu xây dựng ý tưởng, lập kế hoạch sản xuất, tổ chức ê-kíp, điều phối nhân sự, kỹ thuật, thiết bị và quản lý tiến độ thực hiện chương trình. Đồng thời, học phần cung cấp kiến thức về vai trò, nhiệm vụ và sự phối hợp của các thành viên trong ê-kíp sản xuất như đạo diễn, biên tập viên, quay phim, kỹ thuật viên, MC/dẫn chương trình và bộ phận hậu kỳ trong quá trình sản xuất chương trình truyền hình

Bên cạnh đó, người học được trang bị kiến thức về cấu trúc chương trình truyền hình, kế hoạch phát sóng, đặc điểm của các thể loại truyền hình như bản tin, talkshow, gameshow, phóng sự, truyền hình thực tế và chương trình giải trí; đồng thời được thực hành xây dựng kế hoạch tổ chức sản xuất và vận hành chương trình truyền hình cơ bản

Ngoài ra, học phần còn góp phần hình thành cho người học tư duy tổ chức sản xuất truyền thông chuyên nghiệp, kỹ năng làm việc nhóm, quản lý công việc, trách nhiệm nghề nghiệp, đạo đức báo chí và khả năng thích ứng với xu hướng sản xuất truyền hình đa nền tảng trong bối cảnh truyền thông số hiện nay.

4. Mục tiêu của học phần

Học phần trang bị cho người học kiến thức cơ bản về đặc điểm, quy trình và nguyên tắc tổ chức sản xuất chương trình truyền hình trong môi trường truyền thông hiện đại. Trên cơ sở đó, học phần rèn luyện kỹ năng xây dựng kế hoạch sản xuất, tổ chức ê-kíp, phân công nhiệm vụ và phối hợp các công đoạn trong quá trình sản xuất chương trình truyền hình cơ bản; đồng thời hình thành tinh thần trách nhiệm, tác phong làm việc chuyên nghiệp, khả năng hợp tác và ý thức đạo đức nghề nghiệp trong hoạt động sản xuất chương trình truyền hình.

5. Chuẩn đầu ra của học phần

Sau khi hoàn thành học phần này, người học có thể.

Mã CDR	Nội dung chuẩn đầu ra	Mức độ
CLO1	Phân tích được đặc điểm, cơ cấu tổ chức và quy trình sản xuất chương trình truyền hình.	Mức 4 (Phân tích)
CLO2	Đánh giá được vai trò của ê-kíp sản xuất, cấu trúc chương trình và kế hoạch phát sóng trong hoạt động truyền hình.	Mức 5 (Đánh giá)
CLO3	Vận dụng được kỹ năng xây dựng kế hoạch, tổ chức và phối hợp sản xuất chương trình truyền hình cơ bản.	Mức 4 (Phối hợp)
CLO4	Thể hiện tinh thần hợp tác, trách nhiệm nghề nghiệp và đạo đức báo chí trong quá trình tổ chức sản xuất chương trình truyền hình.	Mức 5 (Đặc trưng hóa giá trị)

Ma trận liên kết/tương thích giữa CLOs và PLOs

Chuẩn đầu ra	PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5	PLO6	PLO7	PLO8
CLO1		X						
CLO2			X					
CLO3					X			
CLO4						X		

6. Nội dung chi tiết của học phần

6.1. Lý thuyết

Chương/Mục	Nội dung
Chương 1.	Tổng quan về truyền hình
1.1	Khái niệm và đặc trưng của truyền hình
1.2	Lịch sử hình thành và phát triển truyền hình thế giới và Việt Nam
1.3	Vai trò của truyền hình trong truyền thông đại chúng
1.4	Hệ thống đài truyền hình quốc gia và địa phương
Chương 2.	Cơ cấu tổ chức và hoạt động của đài truyền hình
2.1	Mô hình tổ chức đài truyền hình
2.2	Chức năng và nhiệm vụ của các phòng ban
2.3	Hoạt động sản xuất và phát sóng chương trình

Chương/Mục	Nội dung
2.4	Xu hướng chuyển đổi số trong truyền hình
Chương 3.	Ê-kíp sản xuất chương trình truyền hình
3.1	Thành phần ê-kíp sản xuất chương trình
3.2	Vai trò của đạo diễn, biên tập viên và quay phim
3.3	Nhiệm vụ của kỹ thuật viên và bộ phận hậu kỳ
3.4	Phối hợp trong tổ chức sản xuất chương trình
Chương 4.	Quy trình tổ chức sản xuất chương trình truyền hình
4.1	Xây dựng ý tưởng và format chương trình
4.2	Lập kế hoạch sản xuất chương trình
4.3	Tổ chức ghi hình và điều phối sản xuất
4.4	Hậu kỳ và kiểm duyệt chương trình
Chương 5.	Cấu trúc và kế hoạch phát sóng chương trình truyền hình
5.1	Cấu trúc chương trình truyền hình
5.2	Kế hoạch phát sóng và khung giờ phát sóng
5.3	Tổ chức nội dung theo đối tượng công chúng
5.4	Quản lý tiến độ và chất lượng chương trình
Chương 6.	Các thể loại truyền hình và đạo đức nghề nghiệp
6.1	Bản tin và phóng sự truyền hình
6.2	Talkshow, gameshow và truyền hình thực tế
6.3	Chương trình giải trí và truyền thông đa nền tảng
6.4	Đạo đức nghề nghiệp trong sản xuất truyền hình

6.2. Thực hành

	Nội dung
6.2.1	Bài tập cá nhân

	Nội dung
	Người học thực hiện các bài tập xây dựng ý tưởng chương trình, viết format, lập kế hoạch sản xuất và phân tích cấu trúc các chương trình truyền hình; thực hành xây dựng lịch sản xuất và phân công nhiệm vụ trong ê-kíp sản xuất chương trình truyền hình cơ bản.
6.2.2	Bài tập nhóm
	Người học thực hiện tổ chức sản xuất chương trình truyền hình theo nhóm với các thể loại như bản tin, talkshow, gameshow hoặc chương trình giải trí; phối hợp trong các công đoạn xây dựng nội dung, lập kế hoạch, điều phối ê-kíp, ghi hình và hoàn thiện sản phẩm truyền hình cơ bản.

7. Phân bổ thời gian theo tiết (1 tín chỉ = 15 giờ)

Chương	Tên chương	Số giờ				
		Giờ giảng	Thảo luận	Giờ kiểm tra	Giờ Tự học	Tổng
1	Tổng quan về truyền hình	3	1		10	14
2	Cơ cấu tổ chức và hoạt động của đài truyền hình	4	2		12	18
3	Ê-kíp sản xuất chương trình truyền hình	3	2		12	17
4	Quy trình tổ chức sản xuất chương trình truyền hình	3	2		12	17
5	Cấu trúc và kế hoạch phát sóng chương trình truyền hình	4	2		12	18
6	Các thể loại truyền hình và đạo đức nghề nghiệp	3	1		12	16
Tổng		20	10		70	100

CÁC CHỦ ĐỀ THẢO LUẬN VÀ THUYẾT TRÌNH

1. Vai trò của truyền hình trong hệ thống truyền thông đại chúng hiện đại
2. Đặc trưng của truyền hình so với báo in, phát thanh và báo điện tử
3. Lịch sử phát triển của truyền hình thế giới và Việt Nam
4. Cơ cấu tổ chức và hoạt động của một đài truyền hình hiện nay
5. Vai trò của đạo diễn, biên tập viên và quay phim trong ê-kíp sản xuất truyền hình
6. Quy trình tổ chức sản xuất một chương trình truyền hình

7. Phân tích cấu trúc một bản tin hoặc talkshow truyền hình tiêu biểu
8. Kế hoạch sản xuất và phân bổ lịch phát sóng chương trình truyền hình
9. Đặc điểm của các thể loại truyền hình: gameshow, talkshow, truyền hình thực tế, phóng sự
10. Xu hướng sản xuất truyền hình đa nền tảng trong môi trường truyền thông số
11. Ảnh hưởng của công nghệ số đối với tổ chức sản xuất chương trình truyền hình
12. Đạo đức nghề nghiệp trong hoạt động sản xuất truyền hình
13. Vai trò của công chúng trong xây dựng nội dung chương trình truyền hình
14. So sánh mô hình sản xuất truyền hình truyền thống và truyền hình trực tuyến
15. Thách thức và cơ hội của ngành truyền hình trong thời đại mạng xã hội

Ma trận liên kết/tương thích giữa CLOs và nội dung (các chương) của học phần

Nội dung chương	CLO1	CLO2	CLO3	CLO4
Chương 1. Tổng quan về truyền hình	X			
Chương 2. Cơ cấu tổ chức và hoạt động của đài truyền hình	X	X		
Chương 3. Ê-kíp sản xuất chương trình truyền hình	X	X	X	
Chương 4. Quy trình tổ chức sản xuất chương trình truyền hình	X	X	X	
Chương 5. Cấu trúc và kế hoạch phát sóng chương trình truyền hình		X	X	
Chương 6. Các thể loại truyền hình và đạo đức nghề nghiệp		X		X

8. Phương pháp giảng dạy - học

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

Thuyết giảng

Phân tích tình huống truyền hình

Thảo luận nhóm

Thuyết trình – phản biện

Thực hành xây dựng kế hoạch sản xuất chương trình

Mô phỏng tổ chức ê-kíp sản xuất truyền hình

Dự án tổ chức sản xuất chương trình truyền hình

Ma trận liên kết/tương thích giữa CLOs với phương pháp giảng dạy- học

Phương pháp giảng dạy	CLO1	CLO2	CLO3	CLO4
Thuyết giảng	X	X		
Phân tích tình huống truyền hình	X	X	X	
Thảo luận nhóm		X	X	X
Thuyết trình – phân biện		X	X	X
Thực hành xây dựng kế hoạch sản xuất chương trình		X	X	X
Mô phỏng tổ chức ê-kíp sản xuất truyền hình		X	X	X
Dự án tổ chức sản xuất chương trình truyền hình		X	X	X

9. 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).
- Đọc tài liệu bắt buộc và tham khảo thêm tài liệu do giảng viên giới thiệu
- Hoàn thành đầy đủ các bài tập cá nhân, bài làm thuyết trình nhóm.
- Tham gia tiểu luận kết thúc học phần.

10. 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.

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

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

TT	Điểm thành phần	Hình thức đánh giá	Trọng số
1	Quá trình	Chuyên cần + thực hành/thuyết trình	40%
2	Cuối kỳ	Sản phẩm truyền hình/tiểu luận	60%

Điểm đánh giá quá trình: trọng số 40%, bao gồm:

Điểm chuyên cần: trọng số 10%

Tiêu chí đánh giá	Mức độ đạt chuẩn quy định	Trọng số
-------------------	---------------------------	----------

	Mức F (0-3.9)	Mức D (4.0-5.4)	Mức C (5.5-6.9)	Mức B (7.0- 8.4)	Mức A (8.5- 10)	
Chuyên cần, tham gia học tập (CLO4)	Vắng quá 30% số buổi; không tham gia hoạt động học tập.	Tham gia dưới 50% số buổi; chuẩn bị bài rất hạn chế	Tham gia khoảng 50%-70% số buổi, có chuẩn bị nhưng đóng góp chưa thường xuyên.	Tham gia khoảng 70%-90% số buổi; chuẩn bị bài và đóng góp tương đối tích cực.	Tham gia đầy đủ, chuẩn bị bài tốt; tích cực thảo luận, hỗ trợ nhóm và nộp nhiệm vụ đúng hạn.	100%

- Điểm kiểm tra thường xuyên: trọng số 30%. Theo thang điểm 10, dựa trên đáp án và hướng dẫn điểm được thiết kế sẵn.

11.2. Kế hoạch đo CLOs

Đánh giá người học	CLOs	Trọng số	Miền	Thời gian lấy dữ liệu	Công cụ đánh giá	Ghi chú	Điểm lấy dữ liệu
Thi cuối kỳ (Tiểu luận/dự án cuối kỳ)	CLO1; CLO2	60%	Kiến thức	Tuần 9	Tiểu luận/dự án cuối kỳ – Rubric đánh giá sản phẩm (11.3.c)	Đánh giá khả năng phân tích cơ cấu tổ chức, quy trình sản xuất chương trình truyền hình; đánh giá vai trò của ê- kíp sản xuất, cấu trúc chương trình và kế hoạch phát sóng trong hoạt động truyền hình.	Lấy dữ liệu đo từ CLO1; CLO2
Quá trình	CLO2; CLO3	30%	Kiến thức và kỹ năng	Tuần 1-8	Bài tập tình huống; thảo luận; thuyết trình – phản biện	Đánh giá quá trình xây dựng kế hoạch sản xuất, tổ chức ê- kíp, phân công nhiệm vụ, điều phối sản xuất và	Lấy dữ liệu đo từ CLO2; CLO3

Đánh giá người học	CLOs	Trọng số	Miền	Thời gian lấy dữ liệu	Công cụ đánh giá	Ghi chú	Điểm lấy dữ liệu
					nhóm (11.3.b)	trình bày mô hình tổ chức chương trình truyền hình.	
Quá trình	CLO4	10%	Tự chủ và trách nhiệm học tập	Suốt học kỳ (Tuần 1-9)	Bảng kiểm chuyên cần; quan sát học tập (11.3.a)	Đánh giá tinh thần hợp tác, trách nhiệm nghề nghiệp, khả năng làm việc nhóm và thái độ học tập trong quá trình tổ chức sản xuất chương trình truyền hình.	Lấy dữ liệu đo từ CLO4

11.3. Công cụ đo CLO:

a. Ma trận đặc tả

Hình thức đánh giá	Nội dung trọng tâm	CLO	Mức độ (Bloom)	Công cụ đo	Mình chứng
Chuyên cần & tham gia (10%)	Tham gia thảo luận, phân tích tình huống tổ chức sản xuất chương trình truyền hình; thể hiện tinh thần hợp tác, trách nhiệm và ý thức nghề nghiệp trong các hoạt động học tập trên lớp.	CLO4	Thái độ Level 5 Evaluate	Bảng kiểm chuyên cần; quan sát lớp; ghi nhận mức độ tham gia	Số điểm danh; ghi nhận của GV

Hình thức đánh giá	Nội dung trọng tâm	CLO	Mức độ (Bloom)	Công cụ đo	Mình chứng
Thuyết trình nhóm (30%)	Phân tích cơ cấu tổ chức đài truyền hình, quy trình sản xuất, vai trò ê-kíp sản xuất, cấu trúc chương trình và kế hoạch phát sóng; xây dựng kế hoạch tổ chức sản xuất chương trình truyền hình.	CLO2 ; CLO3	Level 4–5 Analyze – Evaluate	Rubric thuyết trình & phản biện nhóm; phiếu đánh giá nhóm/cá nhân	Slide thuyết trình; kế hoạch sản xuất; phiếu đánh giá; nhận xét phản biện
Sản phẩm truyền hình/Tiểu luận cuối kỳ (60%)	Thiết kế kế hoạch tổ chức sản xuất chương trình truyền hình cho một format cụ thể gồm ý tưởng, cấu trúc chương trình, kế hoạch sản xuất, phân công ê-kíp, tiến độ thực hiện và định hướng phát sóng/chuyển tải nội dung.	CLO1 ; CLO2	Level 4–5 Analyze – Evaluate	Rubric sản phẩm truyền hình/tiểu luận cuối kỳ	Bài tiểu luận; proposal chương trình; sản phẩm truyền hình

Rubrics định nghĩa mức năng lực cho các CLO1 - CLO2

CLO	Mức 1: YẾU (0–4.9)	Mức 2: TRUNG BÌNH (5.0–6.9)	Mức 3: KHÁ (7.0–8.4)	Mức 4: GIỎI (8.5–10)
CLO1 Phân tích được đặc	Không phân tích được đặc điểm và	Phân tích được một số nội	Phân tích tương đối đúng cơ cấu	Phân tích đầy đủ, logic và có hệ

CLO	Mức 1: YẾU (0–4.9)	Mức 2: TRUNG BÌNH (5.0– 6.9)	Mức 3: KHÁ (7.0–8.4)	Mức 4: GIỎI (8.5–10)
điểm, cơ cấu tổ chức và quy trình sản xuất chương trình truyền hình.	quy trình sản xuất chương trình truyền hình; trình bày rời rạc hoặc sai lệch về cơ cấu tổ chức đài truyền hình và các công đoạn sản xuất chương trình.	dung cơ bản về cơ cấu tổ chức và quy trình sản xuất chương trình truyền hình nhưng còn khái quát; liên hệ thực tiễn chưa rõ ràng.	tổ chức, vai trò các bộ phận và quy trình sản xuất chương trình truyền hình; có liên hệ với thực tiễn hoạt động truyền hình hiện nay.	thống đặc điểm, cơ cấu tổ chức và quy trình sản xuất chương trình truyền hình; đánh giá được sự phối hợp giữa các bộ phận trong môi trường sản xuất truyền hình hiện đại.
CLO2: Đánh giá được vai trò của ê-kíp sản xuất, cấu trúc chương trình và kế hoạch phát sóng trong hoạt động truyền hình.	Không đánh giá được vai trò của ê-kíp sản xuất, cấu trúc chương trình hoặc kế hoạch phát sóng; lập luận thiếu căn cứ chuyên môn.	Đánh giá được một số vai trò cơ bản của ê-kíp sản xuất và cấu trúc chương trình nhưng còn sơ lược; giải thích chưa rõ hiệu quả tổ chức sản xuất và phát sóng.	Đánh giá tương đối đầy đủ vai trò của ê-kíp sản xuất, cấu trúc chương trình và kế hoạch phát sóng; phân tích được sự phù hợp với đối tượng công chúng và nội dung truyền thông.	Đánh giá sâu sắc và có căn cứ chuyên môn về vai trò của ê-kíp sản xuất, cấu trúc chương trình và kế hoạch phát sóng; đề xuất được giải pháp tổ chức sản xuất phù hợp với xu hướng truyền hình đa nền tảng.

Mô tả tổng quát mức năng lực qua điểm số (10 điểm)

Mức Giỏi (8.5 – 10): Hiểu sâu kiến thức về tổ chức sản xuất chương trình truyền hình, vận dụng tốt kỹ năng xây dựng kế hoạch, tổ chức ê-kíp và điều phối sản xuất; có khả năng liên hệ thực tiễn nghề nghiệp rõ ràng.

Mức Khá (7.0 – 8.4): Nắm vững nội dung cơ bản về tổ chức sản xuất chương trình truyền hình; vận dụng tương đối tốt kỹ năng lập kế hoạch và phối hợp sản xuất chương trình.

Mức Trung bình (5.0 – 6.9): Hiểu kiến thức ở mức cơ bản nhưng còn hạn chế trong phân tích, đánh giá và tổ chức sản xuất chương trình truyền hình.

Mức Yếu (<5.0): Chưa nắm được kiến thức và kỹ năng cốt lõi về tổ chức sản xuất chương trình truyền hình; vận dụng thiếu chính xác hoặc chưa hoàn thành yêu cầu cơ bản.

b. Rubric đánh giá thuyết trình và phản biện

Mục tiêu: Đo lường kỹ năng Tâm vận động (CLO3) qua khả năng tổ chức tư duy, trình bày kế hoạch sản xuất và phản biện tình huống sản xuất chương trình truyền hình

ST T	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	CLO đo lường	Xuất sắc (8.5 - 10)	Khá (7.0 - 8.4)	Trung bình (5.0 - 6.9)	Yếu (< 5.0)
1	Kỹ năng diễn đạt và tổ chức nội dung	30%	CLO3 Tâm vận động Mức 4	Trình bày lưu loát, logic; tổ chức nội dung rõ ràng; giải thích đầy đủ kế hoạch tổ chức sản xuất chương trình truyền hình và vai trò các bộ phận trong ê- kíp sản xuất.	Trình bày khá rõ ràng; giải thích được các nội dung chính của kế hoạch sản xuất chương trình truyền hình.	Trình bày được ý chính nhưng còn thiếu liên kết, giải thích nội dung sản xuất và tổ chức ê- kíp còn đơn giản.	Diễn đạt lúng túng; nội dung rời rạc; không làm rõ được kế hoạch tổ chức sản xuất chương trình truyền hình.
2	Năng lực phản biện và xử lý tình huống chuyên môn	40%	CLO3 Tâm vận động Mức 4	Phản xạ nhanh; trả lời đúng trọng tâm; lập luận thuyết phục về quy trình sản xuất, phân công ê- kíp, kế hoạch phát sóng và điều phối sản xuất chương trình.	Trả lời tương đối đúng trọng tâm; giải thích được cơ sở xây dựng kế hoạch và tổ chức sản xuất chương trình truyền hình.	Trả lời được một phần câu hỏi nhưng còn lúng túng; lập luận chưa chặt chẽ; xử lý tình huống sản xuất còn hạn chế.	Không phản biện được; trả lời sai lệch hoặc né tránh câu hỏi; không giải thích được phương án tổ chức sản xuất chương trình.

ST T	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	CLO đo lượng	Xuất sắc (8.5 - 10)	Khá (7.0 - 8.4)	Trung bình (5.0 - 6.9)	Yếu (< 5.0)
3	Kỹ năng phối hợp và tương tác nhóm	30%	CLO3 Tâm vận động Mức 4	Phối hợp hiệu quả giữa các thành viên; phân công rõ ràng, hỗ trợ nhau tốt trong trình bày và phản biện kế hoạch sản xuất chương trình truyền hình.	Có phân công nhiệm vụ tương đối hợp lý, phối hợp khá tốt trong quá trình thực hiện và trình bày.	Có phối hợp nhưng chưa đồng đều; một số thành viên tham gia hạn chế; nội dung chuyển tiếp chưa mạch lạc.	Hoạt động nhóm thiếu phối hợp; không thể hiện được vai trò cá nhân; thiếu hỗ trợ trong quá trình trình bày và phản biện.

b. Rubric đánh giá tiểu luận/ Sản phẩm truyền hình

TT	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	CLO đo lượng	Yếu (<5.0)	Trung bình (5.0–6.9)	Khá (7.0– 8.4)	Giỏi (8.5–10)
1	Kiến thức về cơ cấu tổ chức và quy trình sản xuất chương trình truyền hình	20%	CLO 1	Trình bày sai hoặc thiếu các kiến thức cơ bản về cơ cấu tổ chức và quy trình sản xuất chương trình truyền hình; chưa hiểu vai trò các bộ phận trong đài truyền hình.	Nêu được một số nội dung cơ bản nhưng còn khái quát; giải thích quy trình tổ chức sản xuất chương trình chưa rõ ràng.	Phân tích tương đối đúng cơ cấu tổ chức và quy trình sản xuất chương trình truyền hình; có liên hệ với thực tiễn hoạt động truyền hình.	Phân tích chính xác, logic và có hệ thống cơ cấu tổ chức, quy trình sản xuất và hoạt động phối hợp trong sản xuất chương trình truyền hình hiện đại.
2	Kiến thức về ê-kíp sản xuất, cấu trúc	30%	CLO 2	Không đánh giá được vai trò của ê-kíp sản xuất, cấu	Nhận diện được một số vai trò cơ bản của ê-	Đánh giá tương đối đúng vai trò của ê-kíp sản	Đánh giá sâu sắc và có căn cứ chuyên môn về tổ

TT	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	CLO đo lường	Yếu (<5.0)	Trung bình (5.0–6.9)	Khá (7.0–8.4)	Giỏi (8.5–10)
	chương trình và kế hoạch phát sóng			trúc chương trình hoặc kế hoạch phát sóng; nội dung thiếu tính khả thi và logic.	kíp sản xuất và cấu trúc chương trình nhưng phân tích còn sơ lược.	xuất, cấu trúc chương trình và kế hoạch phát sóng; có xem xét đối tượng công chúng và mục tiêu truyền thông.	chức ê-kíp, cấu trúc chương trình và chiến lược phát sóng; đề xuất giải pháp phù hợp với môi trường truyền hình đa nền tảng.
3	Thiết kế kế hoạch tổ chức sản xuất chương trình truyền hình	30%	CLO 3	Kế hoạch sản xuất thiếu cấu trúc hoặc không phù hợp; chưa xác định rõ format, nội dung, ê-kíp, tiến độ hoặc phân công công việc.	Thiết kế được một số thành phần của kế hoạch sản xuất nhưng còn rời rạc; phân công và tiến độ thực hiện chưa hợp lý.	Thiết kế tương đối đầy đủ kế hoạch tổ chức sản xuất chương trình truyền hình; xác định được format, nội dung, nhân sự và tiến độ cơ bản.	Thiết kế kế hoạch tổ chức sản xuất đầy đủ, logic và khả thi; các thành phần liên kết chặt chẽ từ ý tưởng, nội dung, ê-kíp đến tiến độ và phương án phát sóng.
4	Tính học thuật, tinh thần hợp tác và trách nhiệm nghề nghiệp	20%	CLO 4	Bài làm thiếu nghiêm túc; nộp trễ hoặc không đúng yêu cầu; thiếu tinh thần hợp tác và trách nhiệm trong thực hiện sản	Có ý thức thực hiện nhiệm vụ nhưng còn thụ động; phối hợp nhóm chưa hiệu quả; trách nhiệm nghề nghiệp	Thể hiện tinh thần hợp tác và trách nhiệm tương đối tốt; hoàn thành nhiệm vụ đúng tiến độ; có ý thức nghề nghiệp trong quá trình thực	Thể hiện nhất quán tinh thần hợp tác, trách nhiệm nghề nghiệp và thái độ làm việc chuyên nghiệp; sản phẩm được đầu tư nghiêm túc, đúng tiến

TT	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	CLO đo lường	Yếu (<5.0)	Trung bình (5.0–6.9)	Khá (7.0–8.4)	Giỏi (8.5–10)
				phẩm truyền hình.	còn hạn chế	hiện sản phẩm.	độ và có đóng góp rõ ràng của cá nhân/nhóm.

Lưu ý cho việc thống kê đạt chuẩn:

- CLO2 (Nhận thức): Được đo lường chủ yếu qua Tiêu chí 1 của bài viết. Nếu sinh viên đạt từ 5.0 trở lên ở tiêu chí này, nghĩa là đã đạt chuẩn CLO2 ở mức độ "Hiếu".
- CLO3 (Tâm vận động): Được đo lường tổng hợp qua Tiêu chí 2 của tiểu luận và tất cả tiêu chí thuyết trình. Đây là điểm số thể hiện kỹ năng biện luận và phản xạ thực tế của sinh viên.

12. Tài liệu phục vụ cho học phần

12.1. Tài liệu chính

Trần Bảo Khánh (2003), Sản xuất chương trình truyền hình, NXB Văn hóa thông tin

12.2. Tài liệu tham khảo

Dương Xuân Sơn (2014), Các loại hình báo chí truyền thông – NXB Thông tin và truyền thông

Nguyễn Thị Thoa (2012), Tác phẩm báo chí – NXB giáo dục Việt Nam

Nhật An (2006), Phát thanh truyền hình, NXB Trẻ

The Missouri Group (2007), News reporting & writing (Bản dịch tiếng Việt: nhà báo hiện đại, Viết cho phát thanh và truyền hình) – NXB Trẻ

TP Hồ Chí Minh, ngày 4 tháng 6 năm 2025

Trưởng Khối ngành

(Ký và ghi rõ họ tên)



Nguyễn Thị Hồng Thủy

Giảng viên

(Ký và ghi rõ họ tên)



Trần Xuân Tiến



PHIẾU CHẤM THUYẾT TRÌNH VÀ PHẢN BIỆN NHÓM

Đánh giá theo Rubrics năng lực thực hiện CLO3

Học phần: Tổ chức sản xuất chương trình truyền hình

Lớp/Nhóm:

Chủ đề:

Giảng viên chấm:

Ngày chấm:

STT	Tiêu chí đánh giá	Điểm	Xuất sắc (85-100-%)	Khá (70-84%)	Trung bình (50-69%)	Yếu (<50%)	Điểm thành phần
1	Kỹ năng diễn đạt & thao tác tư duy	3	Diễn đạt trôi chảy; phối hợp nhuần nhuyễn ngôn ngữ cơ thể, làm chủ hoàn toàn bài nói.	Trình bày rõ ràng; mạch lạc; tự tin trong truyền tải nội dung.	Nói rõ ý nhưng còn phụ thuộc tài liệu; thao tác trình diễn chưa chuyên nghiệp.	Diễn đạt lúng túng; chủ yếu đọc slide; không kiểm soát được bài nói.	
2	Năng lực phản biện trực tiếp	4	Phản xạ cực nhanh; biện luận sắc sảo; bảo vệ quan điểm vững vàng.	Trả lời đúng trọng tâm; lập luận logic và thuyết phục.	Trả lời được nhưng còn lúng túng; lập luận chưa chặt chẽ.	Không phản biện được hoặc giải thích sai lệch vấn đề	
3	Kỹ năng phối hợp & tương tác nhóm	3	Phối hợp nhịp nhàng; hỗ trợ nhau hoàn hảo trong phản biện.	Phân công rõ ràng; hỗ trợ nhau tốt trong phần trình bày.	Các thành viên có tham gia nhưng tương tác còn yếu.	Hoạt động rời rạc; không thể hiện vai trò làm việc nhóm	
TỔNG ĐIỂM							10.0



Nhận xét của giảng viên:

Điểm số
... ..

Điểm chữ
.. .

Xếp loại
.....

Mức đạt CLO
.....

GIẢNG VIÊN CHẤM
(Ký và ghi rõ họ tên)



PHIẾU CHẤM TIỂU LUẬN

Đánh giá theo Rubrics đánh giá năng lực làm tiểu luận qua CLOs

Học phần: **Tổ chức sản xuất chương trình truyền hình**

Lớp/Nhóm/Cá nhân:

Chủ đề:

Giảng viên chấm:

Ngày chấm:

TT	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	CLO đo	Yếu < 5,0	Trung bình 5,0-6,9	Khá (70-84%)	Xuất sắc (85-100-%)	Điểm
1	Kiến thức về cơ cấu tổ chức và quy trình sản xuất chương trình truyền hình	20%	CLO1	Trình bày sai hoặc thiếu các kiến thức cơ bản về cơ cấu tổ chức và quy trình sản xuất chương trình truyền hình; chưa hiểu vai trò các bộ phận trong đài truyền hình.	Nếu được một số nội dung cơ bản nhưng còn khái quát, giải thích quy trình tổ chức sản xuất chương trình chưa rõ ràng.	Phân tích tương đối đúng cơ cấu tổ chức và quy trình sản xuất chương trình truyền hình; có liên hệ với thực tiễn hoạt động truyền hình.	Phân tích chính xác, logic và có hệ thống cơ cấu tổ chức, quy trình sản xuất và hoạt động phối hợp trong sản xuất chương trình truyền hình hiện đại.	
2	Kiến thức về ê-kíp sản	30%	CLO2	Không đánh giá được vai trò của ê-	Nhận diện được một số vai trò cơ	Đánh giá tương đối đúng vai trò của ê-	Đánh giá sâu sắc và có căn cứ	



TT	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	CLO đo	Yếu < 5,0	Trung bình 5,0-6,9	Khá (70-84%)	Xuất sắc (85-100-%)	Điểm
	xuất, cấu trúc chương trình và kế hoạch phát sóng			kíp sản xuất, cấu trúc chương trình hoặc kế hoạch phát sóng, nội dung thiếu tính khả thi và logic.	bản của ê-kíp sản xuất và cấu trúc chương trình nhưng phân tích còn sơ lược.	kíp sản xuất, cấu trúc chương trình và kế hoạch phát sóng, có xem xét đối tượng công chúng và mục tiêu truyền thông.	chuyên môn về tổ chức ê-kíp, cấu trúc chương trình và chiến lược phát sóng; đề xuất giải pháp phù hợp với môi trường truyền hình đa nền tảng.	
3	Thiết kế kế hoạch chức năng sản xuất chương trình truyền hình	30%	CLO3	Kế hoạch sản xuất thiếu cấu trúc hoặc không phù hợp; chưa xác định rõ format, nội dung, ê-kíp, tiến độ hoặc phân công công việc	Thiết kế được một số thành phần của kế hoạch sản xuất nhưng còn rời rạc; phân công và tiến độ thực hiện chưa hợp lý.	Thiết kế tương đối đầy đủ kế hoạch tổ chức sản xuất chương trình truyền hình; xác định được format, nội dung, nhân sự và tiến độ cơ bản.	Thiết kế kế hoạch tổ chức sản xuất đầy đủ, logic và khả thi; các thành phần liên kết chặt chẽ từ ý tưởng, nội dung, ê-kíp đến tiến độ và phương án phát sóng.	
4	Tính học thuật, tính thần hợp tác và trách	20%	CLO4	Bài làm thiếu nghiêm túc; nộp trễ hoặc không đúng yêu cầu; thiếu tính thần hợp tác và trách	Có ý thức thực hiện nhiệm vụ nhưng còn thụ động; phối hợp nhóm chưa hiệu quả; trách	Thể hiện tinh thần hợp tác và trách nhiệm tương đối tốt; hoàn thành nhiệm vụ đúng tiến	Thể hiện nhất quán tinh thần hợp tác, trách nhiệm nghề nghiệp và thái độ làm việc	





TT	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	CLO đo	Yếu < 5,0	Trung bình 5,0-6,9	Khá (70-84%)	Xuất sắc (85-100-%)	Điểm
	nhiệm nghề nghiệp			nhiệm trong thực hiện sản phẩm truyền hình.	nhiệm nghề nghiệp còn hạn chế.	độ; có ý thức nghề nghiệp trong quá trình thực hiện sản phẩm.	chuyên nghiệp; sản phẩm được đầu tư nghiêm túc, đúng tiến độ và có đóng góp rõ ràng của cá nhân/nhóm	
TỔNG ĐIỂM								

Nhận xét của giảng viên:

Điểm số

Điểm chữ

Xếp loại

Mức đạt CLO

GIẢNG VIÊN CHĂM

(Ký và ghi rõ họ tên)





ĐỀ CƯƠNG CHI TIẾT HỌC PHẦN

1. Thông tin về học phần

- Tên học phần: **Hoạch định chiến lược và quản trị chương trình PR**
- Mã học phần: **PUR447**
- Số tín chỉ: **3**
- Cấp đào tạo: **Đại học**
- Loại học phần (bắt buộc/tự chọn) **bắt buộc**
- Học phần tiên quyết/ Học phần trước: **không**
- Đơn vị phụ trách: **Khoa KHXH&NV**
- Số tín chỉ: **3** ; Số giờ: **150** , trong đó:
 - Hoạt động giảng dạy trên lớp: **45 Giờ**
 - + Giờ giảng: **25 giờ**
 - + Thảo luận: **10 Giờ**
 - Giờ kiểm tra: **...Giờ**
 - Giờ tự học: **105 Giờ**

2. Thông tin về giảng viên

Giảng viên 1:

- Họ và tên: **Trần Thị Lợi**
- Chức danh, học vị: **Thạc sĩ**
- Thời gian làm việc: **Giờ hành chính (8:00 -16.00)**
- Địa điểm làm việc: **Khoa KHXH&NV**
- Điện thoại: **0984155809**
- Email: **Loitt@vhu.edu.vn**

Giảng viên 2:

- Họ và tên: **Hồ Xuân Mai**
- Chức danh, học vị: **Tiến sĩ**
- Thời gian làm việc: **Giờ hành chính (8:00 -16.00)**
- Địa điểm làm việc: **Khoa KHXH&NV**
- Điện thoại: **0903181493**
- Email: **MailIX@vhu.edu.vn**



3. Tóm tắt nội dung học phần

Học phần sẽ giúp cho người học có kiến thức tổng quát về việc áp dụng các quy trình, công cụ và kỹ thuật khi thực hiện và triển khai một dự án Quan hệ công chúng PR. Học phần sẽ trình bày các khía cạnh trong hoạt động quản lý dự án, từ việc khởi động dự án suôn sẻ cho đến việc tạo động lực thúc đẩy mọi người vượt qua trở ngại, để dự án được diễn ra thật suôn sẻ và hiệu quả. Học phần cũng giúp cho sinh viên hiểu rõ hơn về hoạt động PR – Quan hệ công chúng trong một doanh nghiệp và những yêu cầu cần thiết đối với một người làm PR chuyên nghiệp

4. Mục tiêu của học phần

Học phần trang bị cho người học kiến thức cơ bản về các khái niệm, quy trình, công cụ trong hoạch định chiến lược và quản trị chương trình quan hệ công chúng, đồng thời giúp người học phân tích các yếu tố liên quan đến xây dựng, triển khai và quản lý dự án PR trong doanh nghiệp. Trên cơ sở đó, học phần rèn luyện kỹ năng thu thập, xử lý thông tin, hoạch định chiến lược, sử dụng các công cụ và kỹ thuật quản trị dự án PR, xử lý các vấn đề phát sinh trong thực tiễn, đồng thời hình thành tinh thần trách nhiệm, khả năng làm việc nhóm và thái độ chủ động trong hoạt động hoạch định và quản trị chương trình PR

5. Chuẩn đầu ra của học phần

Sau khi hoàn thành học phần này, người học có thể.

Mã CDR	Nội dung chuẩn đầu ra	Mức độ
CLO1	Giải thích được quy trình hoạch định chiến lược, xây dựng và quản trị chương trình Quan hệ công chúng; các yếu tố liên quan đến ngân sách, chi phí và rủi ro trong dự án PR.	Mức 2 (Hiểu)
CLO2	Phân tích được các chương trình, dự án Quan hệ công chúng trong bối cảnh truyền thông thực tiễn.	Mức 4 (Phân tích)
CLO3	Xây dựng được kế hoạch và chương trình Quan hệ công chúng phù hợp với mục tiêu truyền thông và đối tượng công chúng.	Mức 4 (Phối hợp)
CLO4	Vận dụng được tinh thần trách nhiệm tính kỷ luật và đạo đức nghề nghiệp trong quá trình xây dựng và quản trị chương trình Quan hệ công chúng.	Mức 3 (Hình thành giá trị)

Ma trận liên kết/tương thích giữa CLOs và PLOs

Chuẩn đầu ra	PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5	PLO6	PLO7	PLO8
CLO1			X					
CLO2				X				
CLO3						X		
CLO4								X

6. Nội dung chi tiết của học phần

6.1. Lý thuyết

Chương	Nội dung
Chương 1	Tổng quan về Quản lý Dự án
1.1.	Khái niệm về dự án và quản lý dự án
1.2.	Đối tượng, phương pháp nghiên cứu và lịch sử phát triển của Quản lý dự án
1.3.	Nội dung quản lý dự án
Chương 2	Hoạch định Kế hoạch Dự án Quan Hệ Công Chúng
2.1.	Khái niệm, ý nghĩa và nội dung của Kế hoạch Dự án
2.2.	Xác định Tầm nhìn – Mục tiêu của Dự án QHCC
2.3	Phân bổ nguồn lực & Liệt kê các hoạt động của Dự án
2.4	Thực hiện triển khai kế hoạch
Chương 3	Dự toán Ngân sách và Quản lý chi phí Dự án
3.1.	Khái niệm, tác dụng và đặc điểm của dự toán ngân sách
3.2.	Phương pháp dự toán ngân sách
3.3.	Quan hệ giữa thời gian và chi phí
3.4	Quản lý chi phí dự án
Chương 4	Quản lý rủi ro
4.1.	Khái niệm và phân loại quản lý rủi ro
4.2.	Chương trình quản lý rủi ro
Chương 5.	Giám sát và Đánh giá Dự án
5.1.	Theo dõi tiến độ dự án

5.2.	Đánh giá kỹ năng quản lý Dự án
Chương 6.	Phân tích Dự án Quan hệ công chúng
6.1.	Phân tích – Bước đầu tiên của quá trình hoạch định
6.2.	Mô hình phân tích WBS
6.3.	Mô hình sơ đồ GANTT
6.4.	Tìm hiểu công chúng và nội dung thông điệp của Dự án
6.5.	Chiến lược và chiến thuật trong Dự án QHCC
6.6.	Phân tích những Rủi ro có thể xảy ra trong suốt quá trình triển khai một dự án

6.2. Thực hành

	Nội dung
6.2.1	Bài tập cá nhân
	Người học phân tích một dự án/chương trình Quan hệ công chúng thực tế; mục tiêu, công chúng, chiến lược hoặc rủi ro của một dự án PR; nhận xét và đánh giá hiệu quả của một chiến dịch truyền thông
6.2.2	Bài tập nhóm, thuyết trình
	-Người học thảo luận và xây dựng kế hoạch cho một chương trình Quan hệ công chúng hoặc sự kiện truyền thông - Các nhóm báo cáo kết quả làm việc trước lớp: Thuyết trình - phản biện tại lớp theo nhóm.

7. Phân bổ thời gian theo tiết (1 tín chỉ = 15 giờ)

Chương	Tên chương	Số giờ				
		Giờ giảng	Thảo luận	Giờ kiểm tra	Giờ Tự học	Tổng
1	Tổng quan về Quản lý Dự án	3	2	0	10	15
2	Hoạch định Kế hoạch Dự án Quan Hệ Công Chúng	5	3	0	20	28
3	Dự toán Ngân sách và Quản lý chi phí Dự án	5	4	0	20	29
4	Quản lý rủi ro	4	3	0	17	24
5	Giám sát và Đánh giá Dự án	3	4	0	18	25

Chương	Tên chương	Số giờ				
		Giờ giảng	Thảo luận	Giờ kiểm tra	Giờ Tự học	Tổng
6	Phân tích Dự án Quan hệ công chúng	5	4	0	20	29
	Tổng	25	20	0	105	150

CÁC CHỦ ĐỀ THẢO LUẬN VÀ THUYẾT TRÌNH

1. Phân tích một chiến dịch Quan hệ công chúng nổi bật của doanh nghiệp hoặc tổ chức.
2. Xây dựng kế hoạch truyền thông cho một sự kiện hoặc sản phẩm mới
3. Phân tích công chúng mục tiêu và thông điệp truyền thông của một dự án PR.
4. Phân tích cách xử lý một tình huống khủng hoảng truyền thông của doanh nghiệp.
5. Đánh giá hiệu quả của một chiến dịch truyền thông trên mạng xã hội.

Ma trận liên kết/tương thích giữa CLOs và nội dung (các chương) của học phần

Nội dung chương	CLO1	CLO2	CLO3	CLO4
Chương 1. Tổng quan về Quản lý Dự án	x			
Chương 2. Hoạch định Kế hoạch Dự án Quan Hệ Công Chúng	x	x	x	x
Chương 3. Dự toán Ngân sách và Quản lý chi phí Dự án	x	x	x	
Chương 4. Quản lý rủi ro	x	x	x	x
Chương 5. Giám sát và Đánh giá Dự án		x	x	x
Chương 6. Phân tích Dự án Quan hệ công chúng		x	x	x

8. Phương pháp giảng dạy - học

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

- Thuyết giảng
- Giải quyết vấn đề
- Tự học có hướng dẫn
- Thuyết trình – phản biện nhóm

Ma trận liên kết/tương thích giữa CLOs với phương pháp giảng dạy- học

Phương pháp giảng dạy	CLO1	CLO2	CLO3	CLO4
Thuyết giảng	x	x		x
Giải quyết vấn đề		x	x	x
Tự học có hướng dẫn	x	x	x	x
Thuyết trình – phản biện nhóm		x	x	x

9. 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)
- Đọc tài liệu bắt buộc và tham khảo thêm tài liệu do giảng viên giới thiệu.
- Hoàn thành đầy đủ các bài tập cá nhân, bài làm thuyết trình nhóm.
- Tham gia bài tiểu luận kết thúc học phần.

10. 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.

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

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

TT	Điểm thành phần	Hình thức đánh giá	Trọng số
1	Giữa kỳ	Chuyên cần, tham gia học tập (10%) + Thuyết trình – Phản biện nhóm (30%)	40%
2	Kết thúc học phần	Tiểu luận	60%

Điểm đánh giá quá trình: trọng số 40%, bao gồm:

- Điểm chuyên cần, tham gia học tập: trọng số 10%

Tiêu chí đánh giá	Mức độ đạt chuẩn quy định					Trọng số
	Mức F (0-3.9)	Mức D (4.0-5.4)	Mức C (5.5- 6.9)	Mức B (7.0- 8.4)	Mức A (8.5-10)	
Chuyên cần, tham gia học	Vắng quá 30% số buổi;	Tham gia dưới 50% số buổi;	Tham gia khoảng 50%-70% số buổi;	Tham gia khoảng 70%-90% số	Tham gia đầy đủ; chuẩn bị bài	100%

Tiêu chí đánh giá	Mức độ đạt chuẩn quy định					Trọng số
	Mức F (0-3.9)	Mức D (4.0-5.4)	Mức C (5.5-6.9)	Mức B (7.0-8.4)	Mức A (8.5-10)	
tập (CLO4)	không tham gia hoạt động học tập.	chuẩn bị bài rất hạn chế.	có chuẩn bị nhưng đóng góp chưa thường xuyên	buổi, chuẩn bị bài và đóng góp tương đối tích cực.	tốt; tích cực thảo luận, hỗ trợ nhóm và nộp nhiệm vụ đúng hạn.	

- Điểm kiểm tra thường xuyên: trọng số 30%. Theo thang điểm 10, dựa trên đáp án và hướng dẫn điểm được thiết kế sẵn.

11.2. Kế hoạch đo CLOs

Đánh giá người học	CLOs	Trọng số	Miền	Thời gian lấy dữ liệu	Công cụ đánh giá	Ghi chú	Điểm lấy dữ liệu
Kết thúc học phần	CLO1; CLO2; CLO3	60%	Kiến thức, kỹ năng, thái độ	Theo lịch thu bài tiểu luận của Giảng viên/Nhà trường	Tiểu luận (11.3.c)	Sinh viên phân tích hoặc xây dựng kế hoạch cho một chương trình/dự án Quan hệ công chúng.	Lấy dữ liệu đo: CLO1, CLO2, CLO3
Quá trình	CLO2; CLO3	30%	Kiến thức và kỹ năng	Tuần 1 – 9	Thuyết trình, bài tập nhóm. Rubric đánh giá bài thuyết trình (11.3.b).	Sinh viên phân tích tình huống hoặc xây dựng kế hoạch cho một dự án PR theo nhóm.	Lấy dữ liệu đo: CLO2, CLO3
	CLO4	10%	Thái độ	Suốt học kỳ (Tuần 1 – 9)	Bảng kiểm soát chuyên cần (11.3.a).	Đánh giá ý thức học tập, tinh thần trách nhiệm và thái	Lấy dữ liệu đo: CLO4

						độ tham gia hoạt động nhóm của sinh viên.	
--	--	--	--	--	--	---	--

11.3. Công cụ đo CLO:

a. Ma trận công cụ đánh giá:

Hình thức đánh giá	Nội dung trọng tâm	CLO	Mức độ (Bloom)	Công cụ đo	Mình chứng
Chuyên cần & tham gia (10%)	Tham gia học tập, thảo luận nhóm, ý thức trách nhiệm và thái độ học tập	CLO4	Vận dụng	Bảng kiểm chuyên cần, quan sát lớp học	Sổ điểm danh, nhận xét của giảng viên
Thuyết trình nhóm (30%)	Phân tích và xây dựng kế hoạch cho một chương trình/dự án Quan hệ công chúng	CLO2, CLO3	Phân tích – Xây dựng	Rubric thuyết trình và phản biện	Slide, bài thuyết trình, phiếu đánh giá
Tiểu luận (60%)	Phân tích hoặc xây dựng chương trình Quan hệ công chúng gắn với thực tiễn	CLO1, CLO2, CLO3	Giải thích – Phân tích – Xây dựng	Rubric tiểu luận	Bài tiểu luận, file nộp /bản in

Rubrics định nghĩa mức năng lực cho các CLO1 - CLO2

CLO	Mức 1: YẾU (0–4.9)	Mức 2: TRUNG BÌNH (5.0–6.9)	Mức 3: KHÁ (7.0–8.4)	Mức 4: GIỎI (8.5–10)
CLO1: Giải thích quy trình hoạch định chiến lược và quản trị chương trình PR	Không giải thích được nội dung cơ bản của dự án PR	Giải thích được một phần nội dung nhưng còn hạn chế	Giải thích khá đầy đủ quy trình và các yếu tố của dự án PR	Giải thích rõ ràng, logic và có liên hệ thực tiễn
CLO2: Phân tích các chương trình, dự án Quan hệ công chúng	Không phân tích được nội dung hoặc phân tích rời rạc	Phân tích được nội dung cơ bản nhưng chưa rõ mối liên hệ	Phân tích hợp lý, có dẫn chứng minh họa	Phân tích chặt chẽ, logic và có liên hệ thực tiễn

CLO	Mức 1: YẾU (0–4.9)	Mức 2: TRUNG BÌNH (5.0–6.9)	Mức 3: KHÁ (7.0–8.4)	Mức 4: GIỎI (8.5–10)
CLO3: Xây dựng kế hoạch và chương trình Quan hệ công chúng	Không xây dựng được kế hoạch hoặc nội dung không phù hợp	Xây dựng được kế hoạch cơ bản nhưng còn thiếu nội dung	Xây dựng được kế hoạch tương đối phù hợp và khả thi	Xây dựng kế hoạch logic, sáng tạo và phù hợp thực tiễn
CLO4: Vận dụng tinh thần trách nhiệm và đạo đức nghề nghiệp	Không tham gia hoặc thiếu ý thức trách nhiệm trong học tập/thảo luận	Tham gia còn hạn chế, ý thức trách nhiệm chưa rõ	Tham gia khá tích cực và có ý thức trách nhiệm	Chủ động, tích cực và có tinh thần trách nhiệm cao

Mô tả tổng quát mức năng lực qua điểm số (10 điểm)

- **Mức Giỏi (8.5 – 10):** Hiểu rõ kiến thức, giải thích logic, có khả năng liên hệ thực tiễn.
- **Mức Khá (7.0 – 8.4):** Nắm vững nội dung cơ bản, giải thích tương đối đầy đủ.
- **Mức Trung bình (5.0 – 6.9):** Hiểu ở mức cơ bản, còn hạn chế trong giải thích và liên hệ.

Mức Yếu (<5.0): Chưa nắm được kiến thức cốt lõi, trả lời thiếu chính xác.

b. Rubric đánh giá thuyết trình và phân biện

Mục tiêu: Đo lường kỹ năng Tâm vận động (CLO3) qua phản xạ tư duy và tương tác trực tiếp.

STT	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	CLO đo lường	Xuất sắc (8.5 - 10)	Khá (7.0 - 8.4)	Trung bình (5.0 - 6.9)	Yếu (< 5.0)
1	Kỹ năng diễn đạt & Thao tác tư duy	30%	CLO3 (Mức 3)	Diễn đạt trôi chảy; phối hợp nhuần nhuyễn ngôn ngữ cơ thể; làm chủ hoàn toàn bài nói	Trình bày rõ ràng; mạch lạc; tự tin trong việc truyền tải nội dung.	Nói rõ ý nhưng còn phụ thuộc tài liệu; thao tác trình diễn chưa chuyên nghiệp.	Diễn đạt lúng túng; chủ yếu là đọc lai slide; không kiểm soát được bài nói.

STT	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	CLO đo lường	Xuất sắc (8.5 - 10)	Khá (7.0 - 8.4)	Trung bình (5.0 - 6.9)	Yếu (< 5.0)
2	Năng lực phản biện trực tiếp	40%	CLO3 (Mức 3)	Phản xạ cực nhanh; biện luận sắc sảo và bảo vệ quan điểm vững vàng trước chất vấn.	Trả lời đúng trọng tâm câu hỏi; lập luận khá logic và thuyết phục	Trả lời được nhưng còn lúng túng; lập luận chưa thực sự chặt chẽ.	Không phản biện được, hoặc giải thích sai lệch hoàn toàn vấn đề được hỏi.
3	Kỹ năng phối hợp & Tương tác nhóm	30%	CLO3 (Mức 3)	Thể hiện sự phối hợp "cơ chế" nhịp nhàng giữa các thành viên; hỗ trợ nhau hoàn hảo.	Nhóm có sự phân công rõ ràng; hỗ trợ nhau tốt trong phần phản biện.	Các thành viên có tham gia nhưng sự gắn kết trong tương tác còn yếu.	Hoạt động rời rạc; không thể hiện được vai trò của làm việc nhóm.

c. Rubric đánh giá tiểu luận

STT	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	CLO đo lường	Xuất sắc (8.5 - 10)	Khá (7.0 - 8.4)	Trung bình (5.0 - 6.9)	Yếu (< 5.0)
1	Hiểu và xác định vấn đề truyền thông/dự án PR	20%	CLO1	Xác định rõ vấn đề và mục tiêu dự án PR	Xác định đúng nội dung chính nhưng còn thiếu ý	Xác định được nội dung cơ bản nhưng chưa rõ	Xác định sai hoặc không rõ vấn đề
2	Năng lực phân tích chương trình PR	25%	CLO2	Phân tích logic, có liên hệ thực tiễn	Phân tích khá hợp lý nhưng chưa sâu	Phân tích còn đơn giản	Không phân tích được nội dung
3	Xây dựng kế hoạch/chương trình PR	30%	CLO3	Xây dựng kế hoạch đầy đủ, khả thi và sáng tạo	Kế hoạch tương đối phù hợp	Kế hoạch còn thiếu nội dung hoặc chưa hợp lý	Nội dung sơ sài, thiếu logic

STT	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	CLO đo lường	Xuất sắc (8.5 - 10)	Khá (7.0 - 8.4)	Trung bình (5.0- 6.9)	Yếu (<5.0)
4	Kỹ năng trình bày học thuật	15%	CLO2	Trình bày logic, rõ ràng, đúng chuẩn học thuật	Trình bày khá rõ nhưng còn lỗi nhỏ	Trình bày chưa mạch lạc	Trình bày kém, khó theo dõi
5	Ý thức học tập và trách nhiệm	10%	CLO4	Thể hiện tinh thần trách nhiệm và nghiêm túc trong học tập	Có ý thức học tập tương đối tốt	Thực hiện chưa đầy đủ yêu cầu	Thiếu nghiêm túc hoặc sao chép nội dung

Lưu ý cho việc thống kê đạt chuẩn:

CLO2 (Nhân thức): Được đo lường chủ yếu qua Tiêu chí 1 của bài viết. Nếu sinh viên đạt từ 5.0 trở lên ở tiêu chí này, nghĩa là đã đạt chuẩn CLO2 ở mức độ "Hiệu".

- CLO3 (Tâm vận động): Được đo lường tổng hợp qua Tiêu chí 2 của bài viết và tất cả tiêu chí thuyết trình. Đây là điểm số thể hiện kỹ năng biện luận và phản xạ thực tế của sinh viên.

12. Tài liệu phục vụ cho học phần

12.1. Tài liệu chính

Phan Thị Bích Nguyệt, Lê Đạt Chí, *Phân tích kỹ thuật hoạch định chiến lược giao dịch*, Kinh tế Thành phố Hồ Chí Minh Kinh tế.

12.2. Tài liệu tham khảo

Đinh Thị Thúy Hằng, *Viết cho PR. dành cho những người làm truyền thông chuyên nghiệp*, NXB Thông tin và truyền thông, 2022.

Đỗ Thị Thu Hằng (chủ biên), *Giáo trình tổ chức sản xuất sản phẩm truyền thông đại chúng*, H.: Thông tin và Truyền thông, 2022.

TP. Hồ Chí Minh, ngày 4 tháng 6 năm 2025

Trưởng Khối ngành

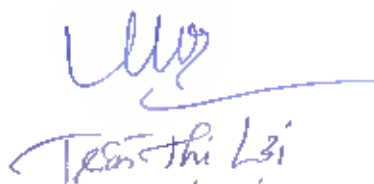
(Ký và ghi rõ họ tên)



Nguyễn Thị Hồng Thủy

Giảng viên

(Ký và ghi rõ họ tên)





PHIẾU CHẤM THUYẾT TRÌNH VÀ PHẢN BIỆN NHÓM
Đánh giá theo Rubrics năng lực thực hiện CLO3

Học phần: **Hoạch định chiến lược và quản trị chương trình PR**

Lớp/Nhóm:

Chủ đề:

Giảng viên chấm:

Ngày chấm:

STT	Tiêu chí đánh giá	Điểm	Xuất sắc (85-100-%)	Khá (70-84%)	Trung bình (50-69%)	Yếu (<50%)	Điểm thành phần
1	Kỹ năng diễn đạt & thao tác tư duy	3	Diễn đạt trôi chảy; phối hợp nhuần nhuyễn ngôn ngữ cơ thể, làm chủ hoàn toàn bài nói.	Trình bày rõ ràng; mạch lạc; tự tin trong truyền tải nội dung.	Nói rõ ý nhưng còn phụ thuộc tài liệu; thao tác trình diễn chưa chuyên nghiệp	Diễn đạt lúng túng; chủ yếu đọc slide; không kiểm soát được bài nói.	
2	Năng lực phản biện trực tiếp	4	Phản xạ cực nhanh; biện luận sắc sảo; bảo vệ quan điểm vững vàng.	Trả lời đúng trọng tâm; lập luận logic và thuyết phục	Trả lời được nhưng còn lúng túng; lập luận chưa chặt chẽ.	Không phản biện được hoặc giải thích sai lệch vấn đề.	
3	Kỹ năng phối hợp & tương tác nhóm	3	Phối hợp nhịp nhàng; hỗ trợ nhau hoàn hảo trong phản biện.	Phân công rõ ràng, hỗ trợ nhau tốt trong phần trình bày.	Các thành viên có tham gia nhưng tương tác còn yếu.	Hoạt động rời rạc; không thể hiện vai trò làm việc nhóm	
TỔNG ĐIỂM							10.0

Nhận xét của giảng viên:



Điểm số
.....

Điểm chữ
.....

Xếp loại
.....

Mức đạt CLO
.....

GIẢNG VIÊN CHẤM
(Ký và ghi rõ họ tên)



PHIẾU CHẤM TIÊU LUẬN
Đánh giá theo Rubrics đánh giá năng lực làm tiêu luận qua CLOs

Học phần. **Hoạch định chiến lược và quản trị chương trình PR**

Lớp/Nhóm/Cá nhân:

Chủ đề.

Giảng viên chấm.

Ngày chấm.

TT	Tiêu chí đánh giá	Trong số	CLO đo	Xuất sắc (8.5 – 10)	Khá (7.0 – 8.4)	Trung bình (5.0 – 6.9)	Yếu (<5.0)	Điểm
1	Hiệu và xác định vấn đề truyền thông/dự án PR	20%	CLO1	Xác định rõ vấn đề và mục tiêu dự án PR	Xác định đúng nội dung chính nhưng còn thiếu ý	Xác định được nội dung cơ bản nhưng chưa rõ	Xác định sai hoặc không rõ vấn đề	
2	Năng lực phân tích chương trình PR	25%	CLO2	Phân tích logic, có liên hệ thực tiễn	Phân tích khá hợp lý nhưng chưa sâu	Phân tích còn đơn giản	Không phân tích được nội dung	
3	Xây dựng kế hoạch/chương trình PR	30%	CLO3	Xây dựng kế hoạch đầy đủ, khả thi và sáng tạo	Kế hoạch tương đối phù hợp	Kế hoạch còn thiếu nội dung hoặc chưa hợp lý	Nội dung sơ sài, thiếu logic	
4	Kỹ năng trình bày học thuật	15%	CLO2	Trình bày logic, rõ ràng, đúng chuẩn học thuật	Trình bày khá rõ nhưng còn lỗi nhỏ	Trình bày chưa mạch lạc	Trình bày kém, khó theo dõi	



TT	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	CLO đo	Xuất sắc (8.5 – 10)	Khá (7.0 – 8.4)	Trung bình (5.0 – 6.9)	Yếu (<5.0)	Điểm
5	Ý thức học tập và trách nhiệm	10%	CLO4	Thể hiện tinh thần trách nhiệm và nghiêm túc trong học tập	Có ý thức học tập tương đối tốt	Thực hiện chưa đầy đủ yêu cầu	Thiếu nghiêm túc hoặc sao chép nội dung	
TỔNG ĐIỂM								

Nhận xét của giảng viên:

Điểm số	Điểm chữ	Xếp loại	Mức đạt CLO
...	...	...	...

GIẢNG VIÊN CHĂM
(Ký và ghi rõ họ tên)





ĐỀ CƯƠNG CHI TIẾT HỌC PHẦN

1. Thông tin về học phần

- Tên học phần: Tiếng Anh chuyên ngành Quan hệ công chúng (English for Public Relations)
- Mã học phần: PUR427
- Số tín chỉ: 03
- Cấp đào tạo: Đại học
- Loại học phần (bắt buộc/tự chọn): Bắt buộc
- Học phần tiên quyết/ Học phần trước: ENG202
- Đơn vị phụ trách: Khoa KHXH&NV
- Số tín chỉ: 03 ; Số giờ: 150 , trong đó:
 - Hoạt động giảng dạy trên lớp: 45 Giờ
 - + Giờ giảng: 15 Giờ
 - + Thảo luận: 30 Giờ
 - Giờ kiểm tra: ...Giờ
 - Giờ tự học: 105 Giờ

2. Thông tin về giảng viên

Giảng viên 1:

- Họ và tên: Lê Thị Kiều Vân
- Chức danh, học vị: Tiến sĩ, GVC
- Thời gian làm việc: Giờ hành chính (8:00 -16:00)
- Địa điểm làm việc: Khoa KHXH&NV , Trường Đại học Văn Hiến
- Điện thoại: 0903909699
- Email: vanltk@vhu.edu.vn

Giảng viên 2:

- Họ và tên:
- Chức danh, học vị:
- Thời gian làm việc: Giờ hành chính (8:00 -16:00)
- Địa điểm làm việc:
- Điện thoại:
- Email:

3. Tóm tắt nội dung học phần



Học phần trang bị cho sinh viên hệ thống từ vựng, thuật ngữ, cấu trúc diễn đạt và kỹ năng giao tiếp tiếng Anh chuyên ngành trong các bối cảnh nghề nghiệp của lĩnh vực quan hệ công chúng. Nội dung học phần tập trung vào các chủ đề cơ bản và thiết thực của ngành như bản chất và vai trò của quan hệ công chúng, truyền thông với công chúng mục tiêu, quan hệ báo chí, truyền thông nội bộ, tổ chức sự kiện, xây dựng hình ảnh tổ chức, xử lý thông tin truyền thông và một số tình huống PR thường gặp.

Thông qua các hoạt động đọc hiểu, nghe hiểu, thực hành hội thoại, viết ngắn, thảo luận nhóm và thuyết trình, sinh viên được rèn luyện khả năng sử dụng tiếng Anh để hiểu tài liệu chuyên ngành, trao đổi thông tin, mô tả hoạt động PR, trình bày ý tưởng truyền thông, viết thông điệp ngắn và tham gia vào các tình huống giao tiếp nghề nghiệp ở mức độ phù hợp với trình độ A2–B1. Học phần góp phần phát triển năng lực sử dụng tiếng Anh như một công cụ hỗ trợ học tập, thực hành nghề nghiệp và hội nhập trong lĩnh vực quan hệ công chúng.

4. Mục tiêu của học phần

Học phần nhằm phát triển năng lực sử dụng tiếng Anh chuyên ngành của sinh viên trong các hoạt động giao tiếp, học tập và thực hành nghề nghiệp thuộc lĩnh vực quan hệ công chúng. Trên cơ sở năng lực tiếng Anh nền tảng đã được hình thành từ các học phần Tiếng Anh giao tiếp 1 và 2, học phần giúp sinh viên mở rộng vốn từ vựng chuyên ngành, hiểu và sử dụng các mẫu diễn đạt thông dụng, đồng thời thực hiện được các nhiệm vụ giao tiếp nghề nghiệp ở mức độ A2–B1.

Cụ thể, học phần hướng đến các mục tiêu sau:

(1) Giúp sinh viên hiểu và sử dụng được các thuật ngữ, cụm từ và cấu trúc diễn đạt tiếng Anh thông dụng trong lĩnh vực quan hệ công chúng và truyền thông tổ chức.

(2) Phát triển khả năng đọc hiểu và khai thác thông tin chính từ các đoạn văn, hội thoại, tình huống và tài liệu tiếng Anh chuyên ngành liên quan đến hoạt động PR.

(3) Rèn luyện khả năng giao tiếp bằng tiếng Anh trong một số tình huống nghề nghiệp có hướng dẫn như giới thiệu tổ chức, trao đổi với công chúng, mô tả sự kiện, làm việc với truyền thông và trình bày ý tưởng PR.

(4) Phát triển khả năng viết các văn bản ngắn phục vụ hoạt động quan hệ công chúng như email, thông báo, lời mời, nội dung giới thiệu, thông điệp truyền thông hoặc đoạn mô tả sự kiện.

(5) Hình thành thái độ học tập chủ động, kỹ năng làm việc nhóm, năng lực thuyết trình cơ bản bằng tiếng Anh và ý thức sử dụng ngôn ngữ phù hợp, chuyên nghiệp trong bối cảnh quan hệ công chúng.

5. Chuẩn đầu ra của học phần

Sau khi hoàn thành học phần này, người học có thể.

Mã CDR	Nội dung chuẩn đầu ra	Mức độ
CLO1	Giải thích được các thuật ngữ, cụm từ, mẫu câu và nội dung chính trong các văn bản/hội thoại tiếng Anh chuyên ngành quan hệ công chúng ở mức độ A2–B1.	Mức 2 (Hiểu)
CLO2	Vận dụng được từ vựng, cấu trúc diễn đạt và mẫu câu tiếng Anh chuyên ngành trong các tình huống PR thông dụng như giới thiệu tổ chức, mô tả hoạt động truyền thông, sự kiện, quan hệ báo chí và truyền thông nội bộ.	Mức 3 (Vận dụng)
CLO3	Thực hiện được các nhiệm vụ giao tiếp tiếng Anh chuyên ngành có hướng dẫn, bao gồm đọc hiểu tài liệu ngắn, trao đổi thông tin, viết văn bản ngắn và trình bày chủ đề liên quan đến quan hệ công chúng.	Mức 3 (Chuẩn hóa)
CLO4	Thể hiện được thái độ học tập chủ động, tinh thần hợp tác, ý thức tự học và phong cách giao tiếp phù hợp trong các hoạt động học tập và thực hành tiếng Anh chuyên ngành quan hệ công chúng.	Mức 3 (Hình thành giá trị)

Ma trận liên kết/tương thích giữa CLOs và PLOs

Chuẩn đầu ra	PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5	PLO6	PLO7	PLO8
CLO1		X						
CLO2				X				
CLO3						X		
CLO4							X	

6. Nội dung chi tiết của học phần

6.1. Lý thuyết

Chương	Nội dung
Chương 1	The Role of Public Relations – Vai trò của quan hệ công chúng
1.1.	Từ vựng và thuật ngữ cơ bản về quan hệ công chúng: public relations, public image, audience, organization, reputation, message, communication.

Chương	Nội dung
1.2.	Đọc hiểu văn bản ngắn giới thiệu vai trò, chức năng và phạm vi hoạt động của quan hệ công chúng trong tổ chức.
1.3.	Mẫu câu giới thiệu nghề PR, mô tả vai trò của người làm PR và trao đổi thông tin cơ bản về hoạt động PR.
1.4	Thực hành viết đoạn văn ngắn giới thiệu vai trò của PR trong một tổ chức/doanh nghiệp
Chương 2	Departments – Các bộ phận trong hoạt động quan hệ công chúng
2.1.	Từ vựng về các bộ phận, vị trí và nhiệm vụ trong tổ chức PR/truyền thông: department, media relations, internal communication, event team, spokesperson, staff.
2.2.	Đọc hiểu nội dung mô tả cơ cấu bộ phận PR và chức năng của từng nhóm công việc.
2.3.	Mẫu câu hỏi – đáp về phòng ban, vị trí công việc, trách nhiệm và quy trình phối hợp trong hoạt động PR.
2.4.	Thực hành hội thoại theo tình huống: giới thiệu bộ phận PR và phân công nhiệm vụ trong nhóm truyền thông.
Chương 3	Services – Dịch vụ quan hệ công chúng
3.1.	Từ vựng về các dịch vụ PR: media relations, event planning, publicity, corporate communication, consulting, campaign support.
3.2.	Đọc hiểu văn bản giới thiệu dịch vụ của công ty PR hoặc bộ phận truyền thông.
3.3.	Mẫu câu mô tả dịch vụ, giới thiệu năng lực cung cấp dịch vụ và trao đổi nhu cầu của khách hàng/tổ chức.
3.4.	Thực hành viết đoạn giới thiệu ngắn về một dịch vụ PR hoặc hồ sơ dịch vụ của nhóm
Chương 4	Marketing and PR – Marketing và quan hệ công chúng
4.1.	Từ vựng về mối quan hệ giữa marketing và PR: brand, target audience, campaign, promotion, publicity, customer, market.
4.2.	Đọc hiểu nội dung so sánh vai trò của marketing và PR trong xây dựng hình ảnh, truyền thông sản phẩm và tiếp cận công chúng.
4.3.	Mẫu câu diễn đạt sự khác biệt, điểm tương đồng và sự phối hợp giữa marketing và PR.

Chương	Nội dung
4.4.	Thực hành thảo luận/thuyết trình ngắn về vai trò của PR trong một chiến dịch marketing.
Chương 5	Spreading Information – Truyền tải thông tin
5.1.	Từ vựng về truyền tải thông tin trong PR: press release, media kit, announcement, newsletter, social media post, channel, public message.
5.2.	Đọc hiểu các văn bản/tình huống liên quan đến việc cung cấp thông tin cho công chúng và truyền thông.
5.3.	Mẫu câu thông báo, cung cấp thông tin, làm rõ nội dung và trả lời câu hỏi cơ bản.
5.4	Thực hành viết thông báo ngắn, nội dung giới thiệu sự kiện hoặc bản tin ngắn phục vụ hoạt động PR.
Chương 6	Communication – Giao tiếp trong quan hệ công chúng
6.1.	Từ vựng về giao tiếp nghề nghiệp: verbal communication, non-verbal communication, feedback, message, tone, clarity, audience response.
6.2.	Đọc hiểu nội dung về các hình thức giao tiếp và yêu cầu giao tiếp hiệu quả trong hoạt động PR.
6.3.	Mẫu câu trao đổi thông tin, đưa ý kiến, phản hồi, xác nhận thông tin và xử lý giao tiếp trong tình huống nghề nghiệp.
6.4.	Thực hành hội thoại/role-play: trao đổi với khách hàng, công chúng, đồng nghiệp hoặc đại diện truyền thông.
Chương 7	Persuasion – Thuyết phục trong quan hệ công chúng
7.1.	Từ vựng về thuyết phục và xây dựng thông điệp: persuade, influence, opinion, trust, credibility, benefit, evidence, key message.
7.2.	Đọc hiểu văn bản về vai trò của thuyết phục trong truyền thông và quan hệ công chúng.
7.3.	Mẫu câu trình bày lý do, nêu lợi ích, đưa minh chứng và thuyết phục công chúng/khách hàng ở mức độ đơn giản.
7.4.	Thực hành xây dựng thông điệp thuyết phục ngắn cho một sản phẩm, sự kiện, tổ chức hoặc chiến dịch PR.
Chương 8	Attracting Clients – Thu hút khách hàng/đối tác
8 1.	Từ vựng về khách hàng, đối tác và đề xuất dịch vụ: client, proposal, request, requirement, solution, presentation, agreement.

Chương	Nội dung
8.2.	Đọc hiểu tình huống liên quan đến việc tiếp cận, trao đổi và thuyết phục khách hàng sử dụng dịch vụ PR.
8.3.	Mẫu câu giới thiệu đề xuất, trình bày ý tưởng, trả lời yêu cầu và kết thúc trao đổi với khách hàng.
8.4.	Thực hành thuyết trình nhóm: giới thiệu một ý tưởng PR đơn giản nhằm thu hút khách hàng/đối tác.

6.2. Thực hành

	Nội dung
6.2.1	Bài tập nhóm, câu hỏi cho trước: người học chuẩn bị câu trả lời, từ vựng, mẫu câu và ý chính theo các chủ đề Unit 1–8.
6.2.2	Thực hành hội thoại và xử lý tình huống PR bằng tiếng Anh: giới thiệu bộ phận PR, mô tả dịch vụ, trao đổi với khách hàng, cung cấp thông tin và phản hồi câu hỏi cơ bản.
6.2.3	Thực hành viết ngắn phục vụ hoạt động PR: đoạn giới thiệu tổ chức/dịch vụ, email ngắn, thông báo sự kiện, nội dung chiến dịch hoặc thông điệp truyền thông ngắn.
6.2.4	Thuyết trình nhóm, chủ đề cho trước: chuẩn bị và trình bày bằng tiếng Anh về một nội dung liên quan đến quan hệ công chúng.
6.2.5	Ôn tập và thực hành tích hợp kỹ năng: đọc hiểu, nghe hiểu, sử dụng từ vựng, viết ngắn và trình bày ngắn trong bối cảnh PR.

7. Phân bổ thời gian theo tiết (1 tín chỉ = 15 giờ)

Chương	Tên chương	Giờ giảng	Thảo luận	Giờ kiểm tra	Giờ tự học	Tổng
1	The Role of Public Relations – Vai trò của quan hệ công chúng	2	3	0	12	17
2	Departments – Các bộ phận trong hoạt động quan hệ công chúng	2	3	0	12	17

Chương	Tên chương	Giờ giảng	Thảo luận	Giờ kiểm tra	Giờ tự học	Tổng
3	Services – Dịch vụ quan hệ công chúng	2	4	0	13	18
4	Marketing and PR – Marketing và quan hệ công chúng	2	4	0	13	18
5	Spreading Information – Truyền tải thông tin	2	4	0	14	20
6	Communication – Giao tiếp trong quan hệ công chúng	2	4	0	14	20
7	Persuasion – Thuyết phục trong quan hệ công chúng	2	4	0	14	20
8	Attracting Clients – Thu hút khách hàng/đối tác	1	4	0	13	20
Tổng		15	30	0	105	150

CÁC CHỦ ĐỀ THẢO LUẬN VÀ THUYẾT TRÌNH

1. The role of public relations in an organization – Vai trò của quan hệ công chúng trong tổ chức.
2. Introducing a PR department – Giới thiệu cơ cấu và nhiệm vụ của bộ phận quan hệ công chúng.
3. PR services for a company or organization – Giới thiệu các dịch vụ PR cho một doanh nghiệp/tổ chức.
4. Marketing and public relations: similarities and differences – Điểm giống và khác nhau giữa marketing và quan hệ công chúng.
5. Writing and presenting a short public announcement – Viết và trình bày một thông báo ngắn cho công chúng
- 6 How to communicate effectively with the public – Cách giao tiếp hiệu quả với công chúng.
7. Persuasive messages in public relations – Xây dựng thông điệp thuyết phục trong quan hệ công chúng.
- 8 Attracting clients for a PR agency – Cách thu hút khách hàng cho một công ty PR.
- 9 Introducing a PR campaign idea – Trình bày ý tưởng cho một chiến dịch PR đơn giản
10. Planning a small PR event – Giới thiệu kế hoạch tổ chức một sự kiện PR nhỏ.

11. Handling simple questions from the media or the public – Trả lời các câu hỏi đơn giản từ truyền thông hoặc công chúng.
12. Presenting a PR service proposal to a client – Trình bày đề xuất dịch vụ PR cho khách hàng.

Ma trận liên kết/tương thích giữa CLOs và nội dung (các chương) của học phần

Nội dung chương	CLO1	CLO2	CLO3	CLO4
Chương 1: The Role of Public Relations – Vai trò của quan hệ công chúng	X	X	X	X
Chương 2: Departments – Các bộ phận trong hoạt động quan hệ công chúng	X	X	X	X
Chương 3: Services – Dịch vụ quan hệ công chúng	X	X	X	X
Chương 4: Marketing and PR – Marketing và quan hệ công chúng	X	X	X	X
Chương 5: Spreading Information – Truyền tải thông tin	X	X	X	X
Chương 6: Communication – Giao tiếp trong quan hệ công chúng	X	X	X	X
Chương 7: Persuasion – Thuyết phục trong quan hệ công chúng	X	X	X	X
Chương 8: Attracting Clients – Thu hút khách hàng/đối tác	X	X	X	X
Thực hành: bài tập nhóm, hội thoại, viết ngắn, thuyết trình và ôn tập tích hợp kỹ năng	X	X	X	X

8. Phương pháp giảng dạy - học

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

- Thuyết giảng
- Phát vấn
- Giải quyết vấn đề
- Tự học có hướng dẫn
- Thuyết trình – phản biện nhóm

Ma trận liên kết/tương thích giữa CLOs với phương pháp giảng dạy- học

Phương pháp giảng dạy – học	CLO1	CLO2	CLO3	CLO4
Thuyết giảng tích cực	X	X		
Phát vấn/Câu hỏi gợi mở	X	X	X	X
Giải quyết vấn đề ngôn ngữ trong tình huống PR		X	X	X
Học theo tình huống nghề nghiệp PR	X	X	X	X
Thực hành ngôn ngữ/Role-play		X	X	X
Làm việc nhóm		X	X	X
Thuyết trình – phản biện nhóm		X	X	X
Tự học có hướng dẫn	X	X	X	X

9. Nhiệm vụ của sinh viên

- Chủ động tổ chức thực hiện giờ tự học, ôn tập từ vựng, mẫu câu và nội dung tiếng Anh chuyên ngành Quan hệ công chúng.
- Tham gia đầy đủ các giờ học, thảo luận, thực hành ngôn ngữ, làm việc nhóm và thuyết trình; sinh viên chỉ được vắng mặt tối đa 20% thời gian lên lớp của học phần.
- Đọc tài liệu bắt buộc, chuẩn bị bài trước khi đến lớp và hoàn thành các bài tập theo từng chủ đề trong giáo trình.
- Tích cực tham gia các hoạt động thực hành tiếng Anh trong bối cảnh nghề nghiệp PR như hội thoại, viết ngắn, trình bày thông điệp và xử lý tình huống giao tiếp đơn giản.
- Hoàn thành đầy đủ bài tập cá nhân, bài tập nhóm, bài viết ngắn và thuyết trình nhóm.
- Thể hiện tinh thần hợp tác, thái độ học tập nghiêm túc, ý thức tự học và phong cách giao tiếp phù hợp với bối cảnh nghề nghiệp Quan hệ công chúng.
- Tham gia đầy đủ các hoạt động kiểm tra, đánh giá quá trình và đánh giá kết thúc học phần.

10. 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.

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

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

TT	Điểm thành phần	Hình thức đánh giá	Trọng số
1	Giữa kỳ	Chuyên cần & Tinh thần tham gia xây dựng bài trên lớp (dự lớp 10%) + Thuyết trình – Phản biện nhóm (30%)	40%

TT	Điểm thành phần	Hình thức đánh giá	Trọng số
2	Kết thúc học phần	Đề thi tổng hợp (75 phút)	60%

Điểm đánh giá quá trình: trọng số 40%, bao gồm:

- Điểm chuyên cần: trọng số 10%

Tiêu chí đánh giá	Mức độ đạt chuẩn quy định					Trọng số
	Mức F (0-3.9)	Mức D (4.0-5.4)	Mức C (5.5-6.9)	Mức B (7.0-8.4)	Mức A (8.5-10)	
Chuyên cần, tham gia học tập (CLO4)	Vắng quá 30% số buổi; không tham gia hoạt động học tập.	Tham gia dưới 50% số buổi; chuẩn bị bài rất hạn chế.	Tham gia khoảng 50%-70% số buổi; có chuẩn bị nhưng đóng góp chưa thường xuyên	Tham gia khoảng 70%-90% số buổi; chuẩn bị bài và đóng góp tương đối tích cực.	Tham gia đầy đủ; chuẩn bị bài tốt; tích cực thảo luận, hỗ trợ nhóm và nộp nhiệm vụ đúng hạn.	100%

- Điểm kiểm tra thường xuyên: trọng số 30%.

Tiêu chí đánh giá	Mức F (0-3.9)	Mức D (4.0-5.4)	Mức C (5.5-6.9)	Mức B (7.0-8.4)	Mức A (8.5-10)	Trọng số
Nội dung chủ đề PR CLO1	Nội dung không phù hợp hoặc không thể hiện được chủ đề PR.	Nội dung còn sơ sài, thiếu ý chính và thiếu thuật ngữ chuyên ngành	Nội dung cơ bản phù hợp, có một số thuật ngữ PR nhưng vẫn còn đơn giản.	Nội dung rõ, đúng chủ đề, sử dụng từ vựng và ý tưởng PR khá phù hợp.	Nội dung đầy đủ, rõ trọng tâm, sử dụng tốt thuật ngữ và ví dụ phù hợp với lĩnh vực PR	25%
Sử dụng từ vựng, mẫu câu và cấu trúc tiếng	Sử dụng từ vựng/mẫu câu rất hạn chế; nhiều lỗi gây khó hiểu.	Sử dụng được một số từ vựng/mẫu câu nhưng	Sử dụng được từ vựng và mẫu câu cơ bản, ý nghĩa nhìn	Sử dụng khá phù hợp từ vựng, mẫu câu và cấu trúc trong	Sử dụng tốt từ vựng, mẫu câu và cấu trúc tiếng Anh chuyên ngành, diễn	25%

Tiêu chí đánh giá	Mức F (0–3.9)	Mức D (4.0–5.4)	Mức C (5.5–6.9)	Mức B (7.0–8.4)	Mức A (8.5–10)	Trọng số
Anh CLO2		vẫn còn nhiều lỗi.	chung đã được hiểu.	tình huống PR.	đạt tương đối tự nhiên.	
Kỹ năng trình bày bằng tiếng Anh CLO3	Trình bày rời rạc, phát âm khó nghe, không hoàn thành phần trình bày	Trình bày còn phụ thuộc nhiều vào văn bản, phát âm và diễn đạt còn hạn chế.	Trình bày được nội dung chính, tốc độ và phát âm ở mức chấp nhận được.	Trình bày rõ, có bố cục, phát âm khá, giao tiếp tương đối tự tin.	Trình bày mạch lạc, tự tin; phát âm rõ; biết sử dụng hình ảnh/minh họa và tương tác với người nghe.	25%
Làm việc nhóm và phản hồi câu hỏi CLO4	Không phối hợp nhóm hoặc không tham gia trả lời câu hỏi.	Phối hợp nhóm yếu, trả lời câu hỏi còn rất hạn chế.	Có tham gia nhóm và trả lời được một số câu hỏi đơn giản.	Phối hợp nhóm khá tốt, trả lời được câu hỏi cơ bản liên quan đến nội dung trình bày.	Phối hợp nhóm hiệu quả, phản hồi câu hỏi rõ ràng, thể hiện thái độ tích cực và phong cách giao tiếp phù hợp.	25%
Tổng						100%

11.2. Kế hoạch đo CLOs

Đánh giá người học	CLOs	Miền	Thời gian lấy dữ liệu	Công cụ đánh giá	Ghi chú	Điểm lấy dữ liệu
Đánh giá quá trình	CLO1, CLO3, CLO4	Kiến thức, kỹ năng, thái độ	Tuần 1–8	Điểm chuyên cần, tham gia học tập, bài tập trên lớp	SV tham gia học tập, chuẩn bị bài, hoàn thành bài tập từ vựng, ghép thuật ngữ, điền mẫu, luyện cấu trúc câu và thảo luận nhóm.	CLO1, CLO3: điểm bài tập trên lớp; CLO4. điểm chuyên cần, thái độ, mức độ chuẩn bị bài và hợp tác

Đánh giá người học	CLOs	Miền	Thời gian lấy dữ liệu	Công cụ đánh giá	Ghi chú	Điểm lấy dữ liệu
Bài tập cá nhân/nhóm	CLO1, CLO2, CLO3	Kiến thức, kỹ năng	Tuần 2-8	Worksheet, glossary, bài đọc hiểu ngắn, bài viết câu/đoạn ngắn có hướng dẫn	Nội dung gồm từ vựng chuyên ngành, thuật ngữ truyền thông, đọc hiểu văn bản ngắn, điền thông tin vào mẫu, viết câu/đoạn ngắn mô tả sản phẩm/hoạt động truyền thông.	CLO1 điểm vocabulary/key terms; CLO2: điểm reading tasks; CLO3: điểm worksheet, gap-filling, matching, guided writing.
Kiểm tra giữa học phần	CLO1, CLO2, CLO3, CLO4	Kiến thức, kỹ năng, thái độ	Tuần 5-6	Thuyết trình nhóm bằng tiếng Anh	SV thuyết trình về một vấn đề/sản phẩm truyền thông đa phương tiện. Nội dung gồm: topic, target audience, key message, media platform, design/product explanation và reflection.	CLO1: sử dụng thuật ngữ; CLO3: chuẩn bị nội dung theo mẫu; CLO4: trình bày bằng tiếng Anh; CLO5: hợp tác nhóm, chuẩn bị bài, trách nhiệm cá nhân.
Kiểm tra kết thúc học phần (Đề thi tổng hợp 75 phút)	CLO1, CLO2, CLO3	Kiến thức, kỹ năng	Theo lịch thi cuối học phần	Đề thi tổng hợp	Cấu trúc đề thi gồm. 1. Vocabulary & Key Terms; 2. Language Focus; 3. Reading Comprehension, 4 Guided Writing/Translation. Cấu trúc này tương thích với đề mẫu TACN QHCC: trắc	CLO1: điểm Vocabulary & Language Focus; CLO2: điểm Reading Comprehension; CLO3: điểm Guided Writing/Translation.

Dánh giá người học	CLOs	Miền	Thời gian lấy dữ liệu	Công cụ đánh giá	Ghi chú	Điểm lấy dữ liệu
					nghiệm 40 điểm, đọc hiểu 40 điểm, viết/dịch 20 điểm.	
Tổng cộng	CLO1 – CLO4	Kiến thức, kỹ năng, thái độ	Toàn học phần	Tổng hợp các công cụ đánh giá	Bảo đảm đo được các CDR cốt lõi của học phần theo hướng vừa sức với trình độ đầu vào của SV.	Dữ liệu được lấy từ điểm quá trình, bài tập, thuyết trình giữa kỳ và bài thi kết thúc học phần

11.3. Công cụ đo CLO:

a. Ma trận đặc tả đề thi kết thúc học phần tổng hợp

Phần thi	Nội dung trọng tâm	CLO	Hình thức đánh giá	Mức độ đánh giá	Điểm
I. Vocabulary & Key Terms	Thuật ngữ, từ vựng và cụm từ chuyên ngành QHCC: public relations, image, press release, media relations, event, reputation, publicity, crisis, client, communication...	CLO1	Trắc nghiệm chọn đáp án đúng	Nhận biết – Thông hiểu	20
II. Language Focus	Cấu trúc ngữ pháp và mẫu câu thông dụng trong bối cảnh PR giới từ, thì, bị động, câu điều kiện, cấu trúc trách nhiệm/công việc, diễn đạt trong môi trường nghề nghiệp.	CLO2	Trắc nghiệm chọn đáp án đúng	Thông hiểu – Vận dụng	20
III. Reading Comprehension	Đọc hiểu văn bản tiếng Anh chuyên ngành về khủng hoảng truyền thông, truyền thông nội bộ – đối ngoại, truyền thông tích hợp, vai trò của PR.	CLO1; CLO2	Câu hỏi đọc hiểu và ghép từ/cụm từ theo ngữ cảnh	Thông hiểu – Vận dụng	40

Phần thi	Nội dung trọng tâm	CLO	Hình thức đánh giá	Mức độ đánh giá	Điểm
IV. Writing	Viết email nghề nghiệp bằng tiếng Anh trong bối cảnh PR, marketing communication, xác nhận kế hoạch, phản hồi đề xuất hoặc trao đổi với đối tác/khách hàng.	CLO2; CLO3	Viết email 120–200 từ theo tình huống cho trước	Vận dụng	10
Translation	Dịch đoạn văn tiếng Anh chuyên ngành QHCC sang tiếng Việt, bảo đảm đúng ý, đúng thuật ngữ và diễn đạt phù hợp.	CLO1; CLO3	Dịch chuyên ngành Anh – Việt	Thông hiểu – Vận dụng	10
Tổng		CLO1; CLO2; CLO3			100

Ghi chú về độ khó và trọng số

- **CLO1** được đo qua khả năng hiểu thuật ngữ, cụm từ, mẫu câu và nội dung chính trong văn bản/hội thoại tiếng Anh chuyên ngành QHCC.
- **CLO2** được đo qua khả năng vận dụng từ vựng, cấu trúc diễn đạt và mẫu câu tiếng Anh chuyên ngành vào các tình huống PR thông dụng.
- **CLO3** được đo qua khả năng sử dụng tiếng Anh chuyên ngành để đọc hiểu, viết email nghề nghiệp, dịch đoạn văn chuyên ngành và trình bày ý tưởng bằng ngôn ngữ phù hợp với bối cảnh PR.
- Đề thi phù hợp trình độ **A2–B1**, kết hợp nhận biết thuật ngữ, hiểu ngữ cảnh, vận dụng mẫu câu và thực hiện nhiệm vụ viết/dịch ở mức có hướng dẫn.

Rubrics định nghĩa mức năng lực cho các CLO1-CLO3

CLO	Mức 1: Yếu 0–4.9	Mức 2: Trung bình 5.0–6.9	Mức 3: Khá 7.0–8.4	Mức 4: Giỏi 8.5–10
CLO1: Giải thích thuật ngữ, mẫu câu và	Nhận diện rất ít thuật ngữ, hiểu sai nhiều nội dung chính trong	Hiểu được một số thuật ngữ và ý chính cơ bản nhưng còn nhầm	Hiểu khá tốt thuật ngữ, cụm từ, mẫu câu và nội dung chính trong văn	Hiểu tốt thuật ngữ, mẫu câu, ý chính và quan hệ ý nghĩa trong văn bản/hội

CLO	Mức 1: Yếu 0–4.9	Mức 2: Trung bình 5.0–6.9	Mức 3: Khá 7.0–8.4	Mức 4: Giỏi 8.5–10
nội dung chính	văn bản/hội thoại PR.	lẫn trong ngữ cảnh chuyên ngành.	bản/hội thoại PR.	thoại chuyên ngành PR.
CLO2: Vận dụng từ vựng, cấu trúc và mẫu câu trong tình huống PR	Vận dụng sai hoặc rất hạn chế từ vựng, cấu trúc và mẫu câu trong tình huống PR	Vận dụng được ở mức cơ bản nhưng còn lỗi về từ vựng, ngữ pháp hoặc lựa chọn diễn đạt chưa phù hợp.	Vận dụng khá phù hợp từ vựng, cấu trúc và mẫu câu vào các tình huống PR thông dụng.	Vận dụng tốt từ vựng, cấu trúc và mẫu câu; lựa chọn diễn đạt phù hợp với mục đích và bối cảnh nghề nghiệp PR
CLO3: Sử dụng tiếng Anh chuyên ngành để đọc, viết và dịch	Bài viết/dịch thiếu ý chính, nhiều lỗi gây khó hiểu; chưa thực hiện được yêu cầu giao tiếp nghề nghiệp.	Thực hiện được nhiệm vụ ở mức tối thiểu; ý cơ bản rõ nhưng còn lỗi diễn đạt, cấu trúc hoặc thuật ngữ.	Thực hiện khá tốt nhiệm vụ đọc, viết, dịch; nội dung rõ, tương đối đúng thuật ngữ và phù hợp bối cảnh PR.	Thực hiện tốt nhiệm vụ; bài viết/dịch rõ ý, mạch lạc, đúng thuật ngữ, diễn đạt phù hợp với văn phong nghề nghiệp PR.

Mô tả tổng quát mức năng lực qua điểm số (10 điểm)

- **Mức Giỏi (8.5 - 10 điểm):** Đạt tốt; sử dụng tiếng Anh chuyên ngành rõ ràng, chính xác tương đối và phù hợp với bối cảnh nghề nghiệp QHCC.
- **Mức Khá (7.0 - 8.4 điểm):** Đạt khá; hiểu tương đối tốt, vận dụng được tiếng Anh chuyên ngành trong tình huống PR thông dụng.
- **Mức Trung bình (5.0 - 6.9 điểm):** Đạt yêu cầu tối thiểu; hiểu và sử dụng được một số nội dung cơ bản nhưng còn lỗi.
- **Mức Yếu (Dưới 5.0 điểm):** Chưa đạt yêu cầu; hiểu hạn chế thuật ngữ và văn bản, vận dụng tiếng Anh chuyên ngành còn yếu.

a 1. Rubric chấm phần Writing trong bài thi tổng hợp

Tiêu chí	Mô tả yêu cầu	Điểm
Hoàn thành yêu cầu đề bài	Viết đúng loại văn bản/email, đúng vai giao tiếp, đúng người nhận, đúng mục đích và đủ các ý chính được yêu cầu.	2
Nội dung và tính phù hợp bối cảnh PR	Nội dung phù hợp với tình huống quan hệ công chúng/marketing communication; có thông tin rõ, thực tế và đúng trọng tâm.	2

Tiêu chí	Mô tả yêu cầu	Điểm
Từ vựng và mẫu câu chuyên ngành	Sử dụng được từ vựng, cụm từ và mẫu câu liên quan đến PR, truyền thông, khách hàng, báo chí, sự kiện hoặc chiến dịch.	2
Ngữ pháp và độ chính xác ngôn ngữ	Sử dụng cấu trúc câu, thì, giới từ, liên kết câu tương đối chính xác; lỗi không làm sai lệch ý chính.	2
Bố cục và văn phong email	Có mở đầu, nội dung chính, kết thúc; văn phong lịch sự, rõ ràng, phù hợp giao tiếp nghề nghiệp.	2
Tổng		10

a 2. Rubric chấm phần Translation trong bài thi tổng hợp

Tiêu chí	Mô tả yêu cầu	Điểm
Đúng ý chính của văn bản nguồn	Chuyển tải đúng nội dung chính, không bỏ sót hoặc hiểu sai ý quan trọng	3
Đúng thuật ngữ chuyên ngành QHCC	Dịch phù hợp các thuật ngữ như public relations, media relations, community relations, persuasion, publicists, communication, reputation ..	2
Diễn đạt tiếng Việt rõ ràng	Câu văn tiếng Việt tự nhiên, dễ hiểu, đúng ngữ cảnh chuyên ngành.	2
Tính đầy đủ và mạch lạc	Bản dịch đầy đủ các câu/ý, có sự liên kết hợp lý giữa các phần.	2
Chính tả và trình bày	Ít lỗi chính tả, trình bày sạch, rõ, đúng quy định.	1
Tổng		10

***Rubric đánh giá thuyết trình và phản biện**

Mục tiêu: Đo lường kỹ năng Tâm vận động (CLO3) qua phản xạ tư duy và tương tác trực tiếp

STT	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	CLO đo lường	Xuất sắc (8.5 - 10)	Khá (7.0 - 8.4)	Trung bình (5.0 - 6.9)	Yếu (< 5.0)
1	Kỹ năng diễn đạt & Thao tác tư duy	30%	CLO3 (Mức 3)	Diễn đạt trôi chảy; phối hợp nhuần nhuyễn ngôn ngữ	Trình bày rõ ràng, mạch lạc; tự tin trong	Nói rõ ý nhưng còn phụ thuộc tài liệu; thao tác trình diễn	Diễn đạt lúng túng; chủ yếu là đọc lại slide;

STT	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	CLO đo lường	Xuất sắc (8.5 - 10)	Khá (7.0 - 8.4)	Trung bình (5.0 - 6.9)	Yếu (< 5.0)
				cơ thể; làm chủ hoàn toàn bài nói	việc truyền tải nội dung.	chưa chuyên nghiệp.	không kiểm soát được bài nói.
2	Năng lực phản biện trực tiếp	40%	CLO3 (Mức 3)	Phản xạ cực nhanh, biện luận sắc sảo và bảo vệ quan điểm vững vàng trước chất vấn.	Trả lời đúng trọng tâm câu hỏi; lập luận khá logic và thuyết phục	Trả lời được nhưng còn lung tung, lập luận chưa thực sự chặt chẽ.	Không phản biện được; hoặc giải thích sai lệch hoàn toàn vấn đề được hỏi.
3	Kỹ năng phối hợp & Tương tác nhóm	30%	CLO3 (Mức 3)	Thể hiện sự phối hợp "cơ chế" nhịp nhàng giữa các thành viên, hỗ trợ nhau hoàn hảo.	Nhóm có sự phân công rõ ràng; hỗ trợ nhau tốt trong phần phản biện.	Các thành viên có tham gia nhưng sự gắn kết trong tương tác còn yếu.	Hoạt động rời rạc; không thể hiện được vai trò của làm việc nhóm.

Lưu ý cho việc thống kê đạt chuẩn:

- CLO2 (Nhận thức): Được đo lường chủ yếu qua Tiêu chí 1 của bài viết. Nếu sinh viên đạt từ 5.0 trở lên ở tiêu chí này, nghĩa là đã đạt chuẩn CLO2 ở mức độ "Hiệu"
- CLO3 (Tâm vận động): Được đo lường tổng hợp qua Tiêu chí 2 của bài viết và tất cả tiêu chí thuyết trình. Đây là điểm số thể hiện kỹ năng biên luận và phản xạ thực tế của sinh viên.

12. Tài liệu phục vụ cho học phần

12.1. Tài liệu chính

- Evans, V., Dooley, J., & Bloom, M. (2016), *Career Paths. Public Relations*. Express Publishing.
- Wilcox, D. L., Cameron, G. T., & Reber, B. H. (2015). *Public Relations: Strategies and Tactics* (11th ed.). Pearson.

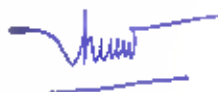
12.2. Tài liệu tham khảo

- McLisky, M., & Phillips, T. (2012). *English for Public Relations in Higher Education Studies: Course Book with Audio CDs*. Garnet Education.
- Theaker, A. (2016). *The Public Relations Handbook* (5th ed.). Routledge.

TP Hồ Chí Minh, ngày 4 tháng 6 năm 2025

Trưởng Khối ngành

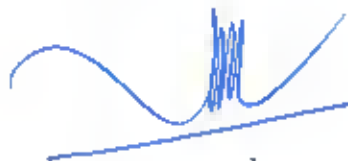
(Ký và ghi rõ họ tên)



Nguyễn Thị Hồng Thủy

Giảng viên

(Ký và ghi rõ họ tên)



Lê Thị Kiều Vân



PHIẾU CHẤM THUYẾT TRÌNH VÀ PHẢN BIẾN NHÓM
Đánh giá theo Rubrics năng lực thực hiện CLO3

Học phần: Tiếng Anh chuyên ngành Quan hệ công chúng
Lớp/Nhóm:
Chủ đề:
Giảng viên chấm:
Ngày chấm:

STT	Tiêu chí đánh giá	Điểm	Xuất sắc (85-100-%)	Khá (70-84%)	Trung bình (50-69%)	Yếu (<50%)	Điểm thành phần
1	Kỹ năng diễn đạt & thao tác tư duy	3	Diễn đạt trôi chảy; phối hợp nhuần nhuyễn ngôn ngữ cơ thể; làm chủ hoàn toàn bài nói.	Trình bày rõ ràng; mạch lạc; tự tin trong truyền tải nội dung	Nói rõ ý nhưng còn phụ thuộc tài liệu; thao tác trình diễn chưa chuyên nghiệp.	Diễn đạt lúng túng; chủ yếu đọc slide; không kiểm soát được bài nói.	
2	Năng lực phản biện trực tiếp	4	Phản xạ cực nhanh; biện luận sắc sảo; bảo vệ quan điểm vững vàng.	Trả lời đúng trọng tâm; lập luận logic và thuyết phục.	Trả lời được nhưng còn lúng túng; lập luận chưa chặt chẽ.	Không phản biện được hoặc giải thích sai lệch vắn đề.	
3	Kỹ năng phối hợp & tương tác nhóm	3	Phối hợp nhịp nhàng; hỗ trợ nhau hoàn hảo trong phản biện.	Phân công rõ ràng; hỗ trợ nhau tốt trong phần trình bày.	Các thành viên có tham gia nhưng tương tác còn yếu.	Hoạt động rời rạc; không thể hiện vai trò làm việc nhóm.	
TỔNG ĐIỂM							10.0

Nhận xét của giảng viên:



Điểm số

Điểm chữ

Xếp loại

Mức đạt CLO

GIẢNG VIÊN CHĂM
(Ký và ghi rõ họ tên)

Trưởng Đại học Văn Hiến



Page 20 of 20





ĐỀ CƯƠNG CHI TIẾT HỌC PHẦN

1. Thông tin về học phần

- Tên học phần: **Báo in và Báo trực tuyến/Print online newspapers**
- Mã học phần: PUR423
- Số tín chỉ: 2
- bậc đào tạo: Đại học
- Loại học phần: Tự chọn theo chuyên ngành sâu
- Học phần tiên quyết/ Học phần trước: không
- Đơn vị phụ trách: Khoa KHXH&NV
- Số tín chỉ: 2 ; Số giờ: 100 , trong đó:
 - Hoạt động giảng dạy trên lớp: 30 Giờ
 - + Giờ giảng: 20 giờ
 - + Thảo luận: 10 Giờ
 - Giờ kiểm tra: ...Giờ
 - Giờ tự học: 70 Giờ

2. Thông tin về giảng viên

Giảng viên 1:

- Họ và tên: Trần Thị Lợi
- Chức danh, học vị: Thạc sĩ
- Thời gian làm việc: Giờ hành chính (8:00 -16:00)
- Địa điểm làm việc: Khoa KHXH&NV
- Điện thoại: 0984155809
- Email: Loitt@vhu.edu.vn

Giảng viên 2

- Họ và tên: Phạm Thị Hương
- Chức danh, học vị: Thạc sĩ
- Thời gian làm việc: Giờ hành chính (8.00 -16:00)
- Địa điểm làm việc: Khoa KHXH&NV
- Điện thoại: 0934976916
- Email: Huongpt@vhu.edu.vn



3. Tóm tắt nội dung học phần

Học phần cung cấp cho sinh viên những kiến thức cơ bản về báo in, báo trực tuyến; về cơ cấu tổ chức tòa soạn báo in, báo trực tuyến. Học phần giúp sinh viên nắm được các thành phần của tác phẩm báo và quy trình, cách viết bài cho báo in, báo trực tuyến. Hơn nữa, học phần còn giúp sinh viên hiểu được đạo đức của người làm công việc viết bài cho báo in và báo trực tuyến. Bên cạnh đó, học phần giúp sinh viên nắm được mối quan hệ giữa báo in và báo trực tuyến trong thời đại mới.

4. Mục tiêu của học phần

Học phần trang bị cho người học kiến thức cơ bản về báo in, báo trực tuyến, vai trò của báo chí trong đời sống xã hội, đặc điểm, hình thức và quy trình sản xuất tác phẩm báo chí trên môi trường truyền thông và số. Trên cơ sở đó, học phần rèn luyện kỹ năng xây dựng, trình bày, biên tập tác phẩm báo chí, phân tích, lập luận, làm việc nhóm và thuyết trình trong hoạt động học tập, thực hành báo chí; đồng thời hình thành ý thức nghề nghiệp, trách nhiệm xã hội và khả năng thích ứng với môi trường truyền thông số trong hoạt động báo chí và truyền thông.

5. Chuẩn đầu ra của học phần

Sau khi hoàn thành học phần này, người học có thể

Mã CDR	Nội dung chuẩn đầu ra	Mức độ
CLO1	Giải thích được đặc điểm, quy trình sản xuất và vai trò của báo in, báo trực tuyến trong đời sống xã hội và môi trường truyền thông số.	Mức 2 (Hiểu)
CLO2	Phân tích được cấu trúc, hình thức và nội dung của các tác phẩm báo in, báo trực tuyến trong thực tiễn truyền thông.	Mức 4 (Phân tích)
CLO3	Vận dụng được kỹ năng xây dựng, trình bày và biên tập các tác phẩm báo chí trên báo in và báo trực tuyến.	Mức 3 (Chuẩn hóa)
CLO4	Vận dụng được trách nhiệm nghề nghiệp, đạo đức báo chí và tinh thần thích ứng với môi trường truyền thông số trong hoạt động báo chí và truyền thông.	Mức 3 (Hình thành giá trị)

Mã trận liên kết/tương thích giữa CLOs và PLOs

Chuẩn đầu ra	PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5	PLO6	PLO7	PLO8
CLO1	X							
CLO2					X			

Chuẩn đầu ra	PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5	PLO6	PLO7	PLO8
CLO3						X		
CLO4								X

6. Nội dung chi tiết của học phần

6.1. Lý thuyết

Chương	Nội dung
Chương 1.	Tổng quan về báo in, báo trực tuyến
1.1.	Khái niệm, lịch sử hình thành báo in
1.2.	Khái niệm, lịch sử hình thành báo trực tuyến
1.3.	So sánh đặc điểm báo in và báo trực tuyến
1.4.	Vai trò của báo chí trong đời sống xã hội
Chương 2	Hình thức tờ báo và kỹ năng xây dựng tác phẩm báo in
2.1.	Quy trình sáng tạo tác phẩm báo in
2.2.	Các yếu tố cấu thành hình thức của tờ báo in
2.3.	Kỹ năng viết các thành phần tác phẩm báo in
2.4.	Cách trình bày bản thảo báo in
Chương 3	Hình thức trang báo và kỹ năng xây dựng tác phẩm báo trực tuyến
3.1.	Hình thức và cấu trúc trang báo trực tuyến
3.2.	Quy trình sản xuất tin, bài báo trực tuyến
3.3.	Kỹ năng xây dựng các thành phần tác phẩm báo trực tuyến
3.4.	Trình bày và sử dụng đa phương tiện trong báo trực tuyến
Chương 4	Báo chí trong môi trường truyền thông số
4.1.	Sự chuyển đổi từ báo in sang báo trực tuyến
4.2.	Hội tụ truyền thông
4.3.	Báo chí và mạng xã hội
4.4.	Vai trò công chúng trong thời đại số
Chương 5	Thực tế ngoại trường
Chương 6	Báo cáo sản phẩm, hướng dẫn ôn tập

6.2. Thực hành

	Nội dung
6.2.1	Bài tập cá nhân

	Nội dung
	Người học tìm hiểu đặc điểm, ưu điểm và hạn chế của báo in hoặc báo trực tuyến, nhận xét cách trình bày nội dung và sử dụng đa phương tiện trên báo trực tuyến.
6.2.2	Bài tập nhóm, thuyết trình
	- Người học thảo luận trong nhóm xoay quanh các vấn đề: quy trình sản xuất tác phẩm báo in hoặc báo trực tuyến, phân tích ảnh hưởng của mạng xã hội đối với hoạt động báo chí; phân tích xu hướng chuyển đổi số và hội tụ truyền thông trong báo chí hiện nay. - Các nhóm báo cáo kết quả làm việc trước lớp: Thuyết trình – phân biện tại lớp theo nhóm.

7. Phân bổ thời gian theo tiết (1 tín chỉ = 15 giờ)

Chương	Tên chương	Số giờ				
		Giờ giảng	Thảo luận	Giờ kiểm tra	Giờ Tự học	Tổng
1	Tổng quan về báo in, báo trực tuyến	3	1	0	10	14
2	Hình thức tờ báo và kỹ năng xây dựng tác phẩm báo in	5	2	0	13	20
3	Hình thức trang báo và kỹ năng xây dựng tác phẩm báo trực tuyến	5	2	0	12	19
4	Báo chí trong môi trường truyền thông số	3	1	0	10	14
5	Thực tế ngoài trường	1	2	0	15	18
6	Báo cáo sản phẩm, hướng dẫn ôn tập	3	2	0	10	15
	Tổng	20	10	0	70	100

CÁC CHỦ ĐỀ THẢO LUẬN VÀ THUYẾT TRÌNH

- 1 Phân tích quy trình sản xuất tác phẩm báo in và báo trực tuyến.
- 2 Phân tích các thành phần của một tác phẩm báo chí trên báo in hoặc báo trực tuyến.
3. Phân tích vai trò của báo chí trong môi trường truyền thông số và mạng xã hội.
4. Phân tích ảnh hưởng của hội tụ truyền thông đối với hoạt động báo chí hiện nay.
- 5 Xây dựng và trình bày một sản phẩm báo chí cho báo in hoặc báo trực tuyến theo chủ đề tự chọn.

6. Phân tích cách sử dụng hình ảnh, video và đa phương tiện trong báo trực tuyến.

Ma trận liên kết/tương thích giữa CLOs và nội dung (các chương) của học phần

Nội dung chương	CLO1	CLO2	CLO3	CLO4
Chương 1. Tổng quan về báo in, báo trực tuyến	x	x		x
Chương 2. Hình thức tờ báo và kỹ năng xây dựng tác phẩm báo in	x	x	x	x
Chương 3. Hình thức trang báo và kỹ năng xây dựng tác phẩm báo trực tuyến	x	x	x	x
Chương 4. Báo chí trong môi trường truyền thông số	x	x		x
Chương 5. Thực tế ngoài trường		x	x	x
Chương 6. Báo cáo sản phẩm, hướng dẫn ôn tập		x	x	x

8. Phương pháp giảng dạy - học

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

- Thuyết giảng
- Giải quyết vấn đề
- Tự học có hướng dẫn
- Thuyết trình – phản biện nhóm

Ma trận liên kết/tương thích giữa CLOs với phương pháp giảng dạy- học

Phương pháp giảng dạy	CLO1	CLO2	CLO3	CLO4
Thuyết giảng	X	X		X
Giải quyết vấn đề		X	X	X
Tự học có hướng dẫn	X	X	X	X
Thuyết trình – phản biện nhóm		X	X	X

9. 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).
- Đọc tài liệu bắt buộc và tham khảo thêm tài liệu do giảng viên giới thiệu.
- Hoàn thành đầy đủ các bài tập cá nhân, bài làm thuyết trình nhóm.
- Tham gia bài tiểu luận kết thúc học phần.

10. 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.

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

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

TT	Điểm thành phần	Hình thức đánh giá	Trọng số
1	Giữa kỳ	Chuyên cần, tham gia học tập (10%) + Thuyết trình – Phản biện nhóm (30%)	40%
2	Kết thúc học phần	Tiểu luận cuối kỳ	60%

Điểm đánh giá quá trình: trọng số 40%, bao gồm:

- Điểm chuyên cần, tham gia học tập: trọng số 10%

Tiêu chí đánh giá	Mức độ đạt chuẩn quy định					Trọng số
	Mức F (0-3.9)	Mức D (4.0-5.4)	Mức C (5.5-6.9)	Mức B (7.0-8.4)	Mức A (8.5-10)	
Chuyên cần, tham gia học tập (CLO4)	Vắng quá 30% số buổi, không tham gia hoạt động học tập.	Tham gia dưới 50% số buổi; chuẩn bị bài rất hạn chế.	Tham gia khoảng 50%-70% số buổi; có chuẩn bị nhưng đóng góp chưa thường xuyên.	Tham gia khoảng 70%-90% số buổi; chuẩn bị bài và đóng góp tương đối tích cực.	Tham gia đầy đủ; chuẩn bị bài tốt; tích cực thảo luận, hỗ trợ nhóm và nộp nhiệm vụ đúng hạn.	100%

- Điểm kiểm tra thường xuyên: trọng số 30%. Theo thang điểm 10, dựa trên đáp án và hướng dẫn điểm được thiết kế sẵn.

11.2. Kế hoạch đo CLOs

Đánh giá người học	CLOs	Trọng số	Miền	Thời gian lấy dữ liệu	Công cụ đánh giá	Ghi chú	Điểm lấy dữ liệu
Kết thúc	CLO1; CLO2, CLO3	60%	Kiến thức, kỹ năng,	Theo lịch thu bài tiểu luận của	Tiểu luận (11.3.c)	Sinh viên phân tích hoặc xây dựng sản phẩm báo chí trên báo in hoặc báo	Lấy dữ liệu đo CLO1,

Đánh giá người học	CLOs	Trọng số	Miền	Thời gian lấy dữ liệu	Công cụ đánh giá	Ghi chú	Điểm lấy dữ liệu
học phần			thái độ	Giảng viên/Nhà trường		trực tuyến gắn với môi trường truyền thông số. CLO1: khả năng giải thích đặc điểm và vai trò của báo in, báo trực tuyến. CLO2: khả năng phân tích cấu trúc, nội dung và hình thức tác phẩm báo chí CLO3: khả năng vận dụng kỹ năng xây dựng, trình bày và biên tập sản phẩm báo chí.	CLO2, CLO3
Quá trình	CLO2; CLO3	30%	Kiến thức và kỹ năng	Tuần 1 – 6	Thuyết trình, bài tập nhóm. Rubric đánh giá bài thuyết trình (11.3.b).	Sinh viên phân tích sản phẩm báo chí hoặc thực hành xây dựng tác phẩm báo in/báo trực tuyến theo nhóm. CLO2: khả năng phân tích nội dung và hình thức báo chí. CLO3: khả năng vận dụng kỹ năng viết, trình bày và sử dụng đa phương tiện trong báo trực tuyến.	Lấy dữ liệu đo CLO2, CLO3
Quá trình	CLO4	10%	Thái độ	Suốt học kỳ (Tuần 1 – 6)	Bảng kiểm soát chuyên	Đánh giá ý thức học tập, tinh thần trách nhiệm và thái độ tham gia hoạt	Lấy dữ liệu đo CLO4

Đánh giá người học	CLOs	Trọng số	Miền	Thời gian lấy dữ liệu	Công cụ đánh giá	Ghi chú	Điểm lấy dữ liệu
					cần (11.3.a).	động nhóm của sinh viên.	

11.3. Công cụ đo CLO:

a. Ma trận công cụ đánh giá:

Hình thức đánh giá	Nội dung trọng tâm	CLO	Mức độ (Bloom)	Công cụ đo	Minh chứng
Chuyên cần & tham gia (10%)	Tham gia thảo luận, phân tích sản phẩm báo chí và phân biện các vấn đề truyền thông trên lớp	CLO4	Level 3 Apply	Bảng kiểm chuyên cần; quan sát lớp; câu hỏi phát vấn	Sổ điểm danh; ghi nhận của GV
Thuyết trình nhóm (30%)	Phân tích đặc điểm báo in, báo trực tuyến; xây dựng và trình bày sản phẩm báo chí theo nhóm	CLO2, CLO3	Level 2–3 Understand - Apply	Rubric thuyết trình & phân biện nhóm	Slide thuyết trình; phiếu đánh giá
Tiểu luận (60%)	Phân tích hoặc xây dựng sản phẩm báo chí trên báo in hoặc báo trực tuyến gắn với môi trường truyền thông số	CLO1, CLO2, CLO3	Level 2–3 Understand – Apply	Rubric tiểu luận cuối kỳ	Bài tiểu luận

Rubrics định nghĩa mức năng lực cho các CLO1 - CLO2

CLO	Mức 1: YẾU (0–4.9)	Mức 2: TRUNG BÌNH (5.0–6.9)	Mức 3: KHÁ (7.0–8.4)	Mức 4: GIỎI (8.5–10)
CLO1: Giải thích đặc điểm, vai trò và quy trình sản xuất của báo	Đạt dưới 1.5 điểm. Không trình bày được kiến thức cơ bản về báo in và báo trực tuyến.	Đạt từ 1.5 – 2.0 điểm. Trình bày được nội dung cơ bản nhưng còn thiếu tính hệ thống.	Đạt từ 2.1 – 2.5 điểm. Giải thích khá đầy đủ đặc điểm, vai trò và quy trình sản xuất báo chí.	Đạt từ 2.6 – 3.0 điểm. Giải thích rõ ràng, logic và có liên hệ với môi trường truyền thông số.

CLO	Mức 1: YẾU (0–4.9)	Mức 2: TRUNG BÌNH (5.0–6.9)	Mức 3: KHÁ (7.0–8.4)	Mức 4: GIỎI (8.5–10)
in, báo trực tuyến (Trọng số. 3.0 điểm)				
CLO2: Phân tích cấu trúc, nội dung và hình thức của tác phẩm báo chí (Trọng số 3.0 điểm)	Đạt dưới 1.5 điểm. Không phân tích được đặc điểm của tác phẩm báo chí.	Đạt từ 1.5 – 2.0 điểm. Phân tích được nội dung cơ bản nhưng còn hạn chế về lập luận.	Đạt từ 2.1 – 2.5 điểm. Phân tích khá hợp lý cấu trúc và nội dung tác phẩm báo chí.	Đạt từ 2.6 – 3.0 điểm. Phân tích logic, có dẫn chứng và chỉ ra rõ đặc trưng báo in, báo trực tuyến.
CLO3: Vận dụng kỹ năng xây dựng và trình bày tác phẩm báo chí (Trọng số 3.0 điểm)	Đạt dưới 1.5 điểm. Chưa vận dụng được kỹ năng xây dựng tác phẩm báo chí.	Đạt từ 1.5 – 2.0 điểm. Vận dụng được kỹ năng cơ bản nhưng trình bày còn hạn chế.	Đạt từ 2.1 – 2.5 điểm. Vận dụng khá tốt kỹ năng viết và trình bày sản phẩm báo chí.	Đạt từ 2.6 – 3.0 điểm. Vận dụng linh hoạt kỹ năng viết, biên tập và sử dụng đa phương tiện trong báo chí số.
CLO4: Vận dụng trách nhiệm nghề nghiệp và thái độ học tập trong hoạt động báo chí (Trọng số 1.0 điểm)	Đạt dưới 0.5 điểm. Thiếu trách nhiệm và ít tham gia hoạt động học tập.	Đạt từ 0.5 – 0.6 điểm. Có tham gia nhưng còn hạn chế về tinh thần hợp tác.	Đạt từ 0.7 – 0.8 điểm. Tham gia khá tích cực và có trách nhiệm trong học tập.	Đạt từ 0.9 – 1.0 điểm. Chủ động, tích cực và có tinh thần trách nhiệm cao trong hoạt động nhóm.

Mô tả tổng quát mức năng lực qua điểm số (10 điểm)

- **Mức Giỏi (8.5 – 10):** Hiểu rõ kiến thức, giải thích logic, có khả năng liên hệ thực tiễn
- **Mức Khá (7.0 – 8.4):** Nắm vững nội dung cơ bản, giải thích tương đối đầy đủ.
- **Mức Trung bình (5.0 – 6.9):** Hiểu ở mức cơ bản, còn hạn chế trong giải thích và liên hệ

Mức Yếu (<5.0): Chưa nắm được kiến thức cốt lõi, trả lời thiếu chính xác.

b. Rubric đánh giá thuyết trình và phản biện

Mục tiêu: Đo lường kỹ năng Tâm vận động (CLO3) qua phản xạ tư duy và tương tác trực tiếp.

STT	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	CLO đo lường	Xuất sắc (8.5 - 10)	Khá (7.0 - 8.4)	Trung bình (5.0 - 6.9)	Yếu (< 5.0)
1	Kỹ năng diễn đạt & Thao tác tư duy	30%	CLO3 (Mức 3)	Diễn đạt trôi chảy; phối hợp nhuần nhuyễn ngôn ngữ cơ thể; làm chủ hoàn toàn bài nói.	Trình bày rõ ràng; mạch lạc; tự tin trong việc truyền tải nội dung.	Nói rõ ý nhưng còn phụ thuộc tài liệu; thao tác trình diễn chưa chuyên nghiệp	Diễn đạt lúng túng; chủ yếu là đọc lại slide, không kiểm soát được bài nói
2	Năng lực phản biện trực tiếp	40%	CLO3 (Mức 3)	Phản xạ cực nhanh; biên luận sắc sảo và bảo vệ quan điểm vững vàng tước chất vấn.	Trả lời đúng trọng tâm câu hỏi; lập luận khá logic và thuyết phục.	Trả lời được nhưng còn lúng túng; lập luận chưa thực sự chặt chẽ.	Không phản biện được; hoặc giải thích sai lệch hoàn toàn vấn đề được hỏi
3	Kỹ năng phối hợp & Tương	30%	CLO3 (Mức 3)	Thể hiện sự phối hợp "cơ chế" nhịp nhàng giữa các	Nhóm có sự phân công rõ ràng; hỗ trợ nhau	Các thành viên có tham gia nhưng sự gắn kết	Hoạt động rời rạc, không thể hiện được vai trò của

STT	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	CLO đo lường	Xuất sắc (8.5 - 10)	Khá (7.0 - 8.4)	Trung bình (5.0 - 6.9)	Yếu (< 5.0)
	tác nhóm			thành viên; hỗ trợ nhau hoàn hảo.	tốt trong phần phản biện.	trong tương tác còn yếu	làm việc nhóm.

c. Rubric đánh giá tiểu luận

STT	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	CLO đo lường	Xuất sắc (8.5 - 10)	Khá (7.0 - 8.4)	Trung bình (5.0 - 6.9)	Yếu (<5.0)
1	Giải thích đặc điểm và vai trò của báo in, báo trực tuyến	20%	CLO1	Giải thích đầy đủ, logic và có liên hệ thực tiễn	Giải thích khá đầy đủ	Trình bày còn đơn giản	Không nắm được kiến thức cơ bản
2	Phân tích cấu trúc và nội dung tác phẩm báo chí	25%	CLO2	Phân tích sâu, có dẫn chứng phù hợp	Phân tích tương đối hợp lý	Phân tích còn hạn chế	Không phân tích được nội dung
3	Xây dựng và trình bày sản phẩm báo chí	30%	CLO3	Sản phẩm logic, sáng tạo và phù hợp loại hình báo chí	Sản phẩm khá phù hợp	Sản phẩm còn sơ sài	Nội dung thiếu logic
4	Kỹ năng lập luận và trình bày	15%	CLO2, CLO3	Trình bày khoa học, lập luận chặt chẽ	Trình bày tương đối rõ ràng	Trình bày còn hạn chế	Trình bày rời rạc
5	Ý thức trách nhiệm và thái độ học tập	10%	CLO4	Chủ động, hợp tác và có trách nhiệm cao	Tham gia khá tích cực	Tham gia còn hạn chế	Thiếu trách nhiệm trong học tập

Lưu ý cho việc thống kê đạt chuẩn:

- CLO2 (Nhận thức): Được đo lường chủ yếu qua Tiêu chí 1 của bài viết. Nếu sinh viên đạt từ 5.0 trở lên ở tiêu chí này, nghĩa là đã đạt chuẩn CLO2 ở mức độ "Hiệu".
- CLO3 (Tâm vận động): Được đo lường tổng hợp qua Tiêu chí 2 của bài viết và tất cả tiêu chí thuyết trình. Đây là điểm số thể hiện kỹ năng biện luận và phản xạ thực tế của sinh viên.

12. Tài liệu phục vụ cho học phần

12.1. Tài liệu chính

Nguyễn Thị Trường Giang (2020), *Giáo trình tác phẩm báo mạng điện tử*, NXB. Thông tin và Truyền thông

12.2. Tài liệu tham khảo

Dương Xuân Sơn (2014), *Các loại hình báo chí truyền thông*, Nxb. Thông tin và truyền thông

Nguyễn Thành Lợi, *Tác nghiệp báo chí trong môi trường truyền thông hiện đại*, H.: Thông tin và Truyền thông, 2019.

TP. Hồ Chí Minh, ngày 4 tháng 6 năm 2025

Trưởng Khối ngành

(Ký và ghi rõ họ tên)



Nguyễn Thị Hồng Thủy

Giảng viên

(Ký và ghi rõ họ tên)



Trần Thị Lợi



PHIẾU CHẤM THUYẾT TRÌNH VÀ PHẢN BIỆN NHÓM

Đánh giá theo Rubrics năng lực thực hiện CLO3

Học phần: Báo in và báo trực tuyến

Lớp/Nhóm:

Chủ đề

Giảng viên chấm:

Ngày chấm:

S/T	Tiêu chí đánh giá	Điểm	Xuất sắc (85-100-%)	Khá (70-84%)	Trung bình (50-69%)	Yếu (<50%)	Điểm thành phần
1	Kỹ năng diễn đạt & thao tác tư duy	3	Diễn đạt trôi chảy; phối hợp nhuần nhuyễn ngôn ngữ cơ thể; làm chủ hoàn toàn bài nói.	Trình bày rõ ràng; mạch lạc; tự tin trong truyền tải nội dung.	Nói rõ ý nhưng còn phụ thuộc tài liệu; thao tác trình diễn chưa chuyên nghiệp.	Diễn đạt lúng túng; chủ yếu đọc slide; không kiểm soát được bài nói.	
2	Năng lực phản biện trực tiếp	4	Phản xạ cực nhanh; biện luận sắc sảo; bảo vệ quan điểm vững vàng.	Trả lời đúng trọng tâm; lập luận logic và thuyết phục.	Trả lời được nhưng còn lúng túng; lập luận chưa chặt chẽ	Không phản biện được hoặc giải thích sai lệch vấn đề.	
3	Kỹ năng phối hợp	3	Phối hợp nhịp nhàng; hỗ trợ nhau hoàn hảo trong phản biện	Phân công rõ ràng; hỗ trợ nhau tốt trong phần trình bày.	Các thành viên có tham gia nhưng tương tác còn yếu.	Hoạt động rời rạc; không thể hiện vai trò làm việc nhóm.	



STT	Tiêu chí đánh giá	Điểm	Xuất sắc (85-100-%)	Khá (70-84%)	Trung bình (50-69%)	Yếu (<50%)	Điểm thành phần
	& tương tác nhóm						
TỔNG ĐIỂM							10.0

Nhận xét của giảng viên:

Điểm số

Điểm chữ

Xếp loại

Mức đạt CLO

GIẢNG VIÊN CHẤM
(Ký và ghi rõ họ tên)



PHIẾU CHẤM TIỂU LUẬN

Đánh giá theo Rubrics đánh giá năng lực làm tiểu luận qua CLOs

Học phần: Báo in và báo trực tuyến

Lớp/Nhóm/Cá nhân:

Chủ đề:

Giảng viên chấm:

Ngày chấm:

TT	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	CLO đo	Xuất sắc (8.5 – 10)	Khá (7.0 – 8.4)	Trung bình (5.0 – 6.9)	Yếu (<5.0)	Điểm
1	Giải thích đặc điểm và vai trò của báo in, báo trực tuyến	20%	CLO1	Giải thích đầy đủ, logic và có liên hệ thực tiễn	Giải thích khá đầy đủ	Trình bày còn đơn giản	Không nắm được kiến thức cơ bản	
2	Phân tích cấu trúc và nội dung tác phẩm báo chí	25%	CLO2	Phân tích sâu, có dẫn chứng phù hợp	Phân tích tương đối hợp lý	Phân tích còn hạn chế	Không phân tích được nội dung	
3	Xây dựng và trình bày sản phẩm báo chí	30%	CLO3	Sản phẩm logic, sáng tạo và phù hợp loại hình báo chí	Sản phẩm khá phù hợp	Sản phẩm còn sơ sài	Nội dung thiếu logic	



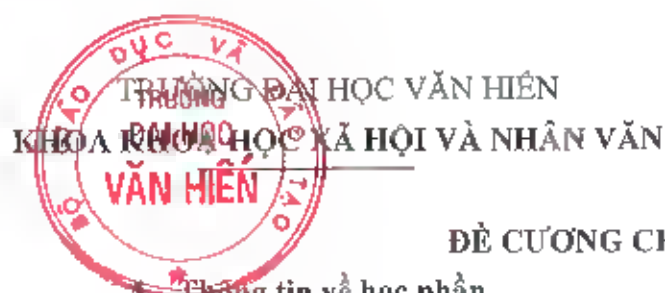
TT	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	CLO đo	Xuất sắc (8.5 – 10)	Khá (7.0 – 8.4)	Trung bình (5.0 – 6.9)	Yếu (<5.0)	Điểm
4	Kỹ năng lập luận và trình bày	15%	CLO2, CLO3	Trình bày khoa học, lập luận chặt chẽ	Trình bày tương đối rõ ràng	Trình bày còn hạn chế	Trình bày rời rạc	
5	Ý thức trách nhiệm và thái độ học tập	10%	CLO4	Chủ động, hợp tác và có trách nhiệm cao	Tham gia khá tích cực	Tham gia còn hạn chế	Thiếu trách nhiệm trong học tập	
TỔNG ĐIỂM								

Nhận xét của giảng viên:

Điểm số	Điểm chữ	Xếp loại	Mức đạt CLO
.....			

GIẢNG VIÊN CHĂM
(Ký và ghi rõ họ tên)





ĐỀ CƯƠNG CHI TIẾT HỌC PHẦN

1. Thông tin về học phần

- Tên học phần: **Các thể loại báo chí (Newspaper)**
- Mã học phần: **PUR433**
- Số tín chỉ: **02**
- Cấp đào tạo: **Đại học**
- Loại học phần: **Tự chọn theo chuyên ngành sâu**
- Học phần tiên quyết/ Học phần trước: **Không**
- Đơn vị phụ trách: **Khoa Khoa học Xã hội và Nhân văn**
- Số tín chỉ: **02** ; Số giờ: **100** , trong đó:

Hoạt động giảng dạy trên lớp: **30 Giờ**

+ Giờ giảng: **20 Giờ**

+ Thảo luận: **10 Giờ**

Giờ kiểm tra: **..Giờ**

Giờ tự học: **70 Giờ**

2. Thông tin về giảng viên

Giảng viên 1:

- Họ và tên: **Trần Xuân Tiến**
- Chức danh, học vị: **Thạc Sĩ**
- Thời gian làm việc: **Giờ hành chính (8:00 -16:00)**
- Địa điểm làm việc: **Khoa Khoa học Xã hội và Nhân văn, Trường Đại học Văn Hiến**
- Email: **TienTX2@vhu.edu.vn**

Giảng viên 2:

- Họ và tên: **Hồ Xuân Mai**
- Chức danh, học vị: **Tiến sĩ**
- Thời gian làm việc: **Giờ hành chính (8:00 -16.00)**
- Địa điểm làm việc: **Khoa Khoa học Xã hội và Nhân văn, Trường Đại học Văn Hiến**
- Điện thoại: **0903181493**
- Email: **maihx@vhu.edu.vn**

3. Tóm tắt nội dung học phần

Học phần trang bị cho sinh viên kiến thức về các thể loại báo chí được thể hiện trong các tác phẩm báo chí thuộc 4 loại hình báo in, phát thanh- truyền hình và báo trực tuyến. Trên cơ sở đó, sinh viên sẽ biết nhận diện các thể loại báo chí cơ bản (thông tấn, ký, chính luận) và biết đánh giá chất lượng một tác phẩm báo chí; đặc điểm về nội dung, hình thức và cách thể hiện của các tác phẩm báo chí ở các loại hình báo chí khác nhau. Phương pháp đánh giá cuối kỳ của học phần là hình thức tiểu luận.

4. Mục tiêu của học phần

Học phần trang bị cho người học hệ thống kiến thức căn bản về tác phẩm báo chí, đặc trưng kết cấu, ngôn ngữ và tiêu chí định hình giá trị tin tức của các thể loại báo chí trên các loại hình báo in, báo trực tuyến, phát thanh và truyền hình. Trên cơ sở đó, học phần phát triển khả năng sáng tạo, biên tập các thể loại báo chí ứng dụng trong quan hệ công chúng như bản tin sự kiện, bộ câu hỏi phỏng vấn, bài phản ánh, phóng sự doanh nghiệp; rèn luyện kỹ năng phát hiện đề tài, khai thác thông tin đa chiều và vận dụng công cụ đa phương tiện để thiết kế sản phẩm nội dung số. Học phần đồng thời hình thành sự chủ động, nhạy bén với thời sự, tư duy đổi mới sáng tạo, ý thức tuân thủ Luật Báo chí Việt Nam, chuẩn mực đạo đức thông tin, tôn trọng bản quyền và trách nhiệm xã hội trong hoạt động báo chí – truyền thông.

5. Chuẩn đầu ra của học phần

Sau khi hoàn thành học phần này, người học có thể:

Mã CDR	Nội dung chuẩn đầu ra	Mức độ
CLO1	Chỉ ra được những vấn đề lý luận cơ bản về tác phẩm báo chí, đặc trưng và tiêu chí nhận diện các thể loại báo chí trên các loại hình truyền thông.	Mức 3 (Vận dụng)
CLO2	Phân tích được đặc điểm kết cấu, ngôn ngữ và giá trị thông tin của các thể loại báo chí trong hoạt động Quan hệ công chúng và truyền thông tổ chức.	Mức 4 (Phân tích)
CLO3	Thực hiện kỹ năng phát hiện đề tài, khai thác thông tin, sáng tạo và biên tập các thể loại báo chí ứng dụng trong hoạt động PR và truyền thông đa phương tiện.	Mức 4 (Thao tác)
CLO4	Xác định tinh thần chủ động, nhạy bén thời sự, tuân thủ đạo đức nghề báo và trách nhiệm xã hội trong hoạt động truyền thông và Quan hệ công chúng.	Mức 3 (Hình thành giá trị)

Ma trận liên kết/tương thích giữa CLOs và PLOs

Chuẩn đầu ra	PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5	PLO6	PLO7	PLO8
CLO1	X							
CLO2		X						
CLO3			X					
CLO4					X			

6. Nội dung chi tiết của học phần

6.1. Lý thuyết

Chương	Nội dung
Chương 1.	NHỮNG VẤN ĐỀ LÝ LUẬN VỀ TÁC PHẨM BÁO CHÍ
1.1	Các quan niệm về tác phẩm báo chí
1.2	Tác phẩm báo chí là một hệ thống chỉnh thể
1.3	Tác phẩm báo chí là chỉnh thể trung tâm của đời sống báo chí
1.4	Yếu tố nội dung của tác phẩm báo chí
1.5	Yếu tố hình thức của tác phẩm báo chí
1.6	Tiêu chí đánh giá chất lượng một tác phẩm báo chí
Chương 2.	NHỮNG VẤN ĐỀ LÝ LUẬN VỀ THỂ LOẠI BÁO CHÍ
2.1	Quan niệm về thể loại báo chí
2.2	Tiêu chí nhận diện thể loại báo chí
2.3	Phân chia loại và các thể loại báo chí
2.4	Xu hướng phát triển của thể loại báo chí
Chương 3.	CÁC LOẠI VÀ THỂ LOẠI TÁC PHẨM BÁO CHÍ
3.1	Nhóm thông tấn
	- Tin
	- Phỏng vấn

6.2. Thực hành

	Nội dung
6.2.1	Bài tập cá nhân
	-Viết tin, bài phản ánh, xây dựng bộ câu hỏi phỏng vấn, biên tập nội dung báo chí cho báo in và báo trực tuyến; đồng thời phân tích đặc

	điểm kết cấu, ngôn ngữ và giá trị thông tin của các thể loại báo chí ứng dụng trong truyền thông tổ chức.
6.2.2	Bài tập nhóm
	Thực hiện phóng sự doanh nghiệp, xây dựng kịch bản phỏng vấn, thiết kế bản tin truyền thông cho tổ chức, thuyết trình, phân biện về các vấn đề thời sự báo chí và vận dụng các thể loại báo chí trong xử lý tình huống truyền thông thực tiễn

7. Phân bổ thời gian theo tiết (1 tín chỉ = 15 giờ)

Chương	Tên chương	Số giờ				
		Giờ giảng	Thảo luận	Giờ kiểm tra	Giờ Tự học	Tổng
1	Những vấn đề lý luận về tác phẩm báo chí	7	3	0	25	35
2	Những vấn đề lý luận về thể loại báo chí	7	4	0	25	36
3	Các loại và thể loại tác phẩm báo chí	6	3	0	20	29
	Tổng	20	10	0	70	100

CÁC CHỦ ĐỀ THẢO LUẬN VÀ THUYẾT TRÌNH

1. Phân tích đặc trưng và vai trò của các thể loại báo chí trong hoạt động Quan hệ công chúng và truyền thông tổ chức.
2. Tiêu chí đánh giá giá trị tin tức và hiệu quả truyền thông của một tác phẩm báo chí.
3. Nghệ thuật phỏng vấn và kỹ năng xây dựng bộ câu hỏi phỏng vấn trong hoạt động PR.
4. Vai trò của storytelling trong phóng sự doanh nghiệp và truyền thông thương hiệu.
5. Xu hướng phát triển của báo chí đa phương tiện và ứng dụng trong truyền thông số hiện nay
6. Đạo đức nghề báo, Luật Báo chí Việt Nam và trách nhiệm xã hội của người làm truyền thông.

Ma trận liên kết/tương thích giữa CLOs và nội dung (các chương) của học phần

Nội dung chương	CLO1	CLO2	CLO3	CLO4
Chương 1. Những vấn đề lý luận về tác phẩm báo chí	X	X		
Chương 2. Những vấn đề lý luận về thể loại báo chí		X	X	
Chương 3. Các loại và thể loại tác phẩm báo chí			X	X

8. Phương pháp giảng dạy - học

- Thuyết giảng
- Phát vấn
- Giải quyết vấn đề
- Tự học có hướng dẫn
- Thuyết trình – phản biện nhóm

Ma trận liên kết/tương thích giữa CLOs với phương pháp giảng dạy- học

Phương pháp giảng dạy	CLO1	CLO2	CLO3	CLO4
Thuyết giảng	X	X		
Phát vấn	X	X	X	
Giải quyết vấn đề		X	X	X
Tự học có hướng dẫn	X	X	X	X
Thuyết trình – phản biện nhóm		X	X	X

9. 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).
- Đọc tài liệu bắt buộc và tham khảo thêm tài liệu do giảng viên giới thiệu.
- Hoàn thành đầy đủ các bài tập cá nhân, bài làm thuyết trình nhóm.
- Tham gia kỳ thi trắc nghiệm kết thúc học phần.

10. 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.

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

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

TT	Điểm thành phần	Hình thức đánh giá	Trọng số
1	Giữa kỳ	Chuyên cần (dư lớp 10%) + Thuyết trình – Phản biện nhóm (30%)	40%
2	Kết thúc học phần	Tiểu luận	60%

Điểm đánh giá quá trình: trọng số 40%, bao gồm:

- Điểm kiểm tra thường xuyên: trọng số 30%. Theo thang điểm 10, dựa trên đáp án và hướng dẫn điểm được thiết kế sẵn.

- Điểm chuyên cần, trọng số 10%

Tiêu chí đánh giá	Mức độ đạt chuẩn quy định					Trọng số
	Mức F (0-3.9)	Mức D (4.0-5.4)	Mức C (5.5-6.9)	Mức B (7.0-8.4)	Mức A (8.5-10)	
Chuyên cần, tham gia học tập (CLO4)	Vắng quá 30% số buổi; không tham gia hoạt động học tập.	Tham gia dưới 50% số buổi; chuẩn bị bài rất hạn chế.	Tham gia khoảng 50%-70% số buổi; có chuẩn bị nhưng đóng góp chưa thường xuyên.	Tham gia khoảng 70%-90% số buổi; chuẩn bị bài và đóng góp tương đối tích cực	Tham gia đầy đủ; chuẩn bị bài tốt; tích cực thảo luận, hỗ trợ nhóm và nộp bài đúng hạn	100%

- Điểm kiểm tra thường xuyên: trọng số 30%. Theo thang điểm 10, dựa trên đáp án và hướng dẫn điểm được thiết kế sẵn.

11.2. Kế hoạch đo CLOs

Đánh giá người học	CLOs	Trọng số	Miền	Thời gian lấy dữ liệu	Công cụ đánh giá	Ghi chú	Điểm lấy dữ liệu
Thi cuối kỳ (Tiểu luận cuối kỳ)	CLO1; CLO2	60%	Kiến thức	Tuần 6	Tiểu luận cuối kỳ – Rubric đánh giá tiểu luận (11.3.a)	Thực hiện phân tích thể loại báo chí, vận dụng kiến thức lý luận và xây dựng sản phẩm	Lấy dữ liệu đo từ CLO1; CLO2

Đánh giá người học	CLOs	Trọng số	Miền	Thời gian lấy dữ liệu	Công cụ đánh giá	Ghi chú	Điểm lấy dữ liệu
						phẩm nội dung báo chí ứng dụng trong PR.	
Quá trình	CLO2 ; CLO3	30%	Kiến thức và kỹ năng	Tuần 1-5	Bài tập tình huống; thảo luận, thuyết trình – phân biện nhóm (11.3.a)	Phân tích khai thác thông tin, viết và biên tập các thể loại báo chí; kỹ năng trình bày, phân biện và làm việc nhóm.	Lấy dữ liệu đo từ CLO2; CLO3
Quá trình	CLO4	10%	Tự chủ và trách nhiệm học tập	Suốt học kỳ (Tuần 1-6)	Bảng kiểm soát chuyên cần; (11.3.b)	Xác định tinh thần chủ động, ý thức trách nhiệm, tác phong học tập và tuân thủ đạo đức nghề báo, truyền thông.	Lấy dữ liệu đo từ CLO4

11.3. Công cụ đo CLO:

a. Ma trận công cụ đánh giá

Hình thức đánh giá	Nội dung trọng tâm	CLO	Mức độ (Bloom)	Công cụ đo	Minh chứng
Chuyên cần & tham gia (10%)	Tham gia học tập, thảo luận, chuẩn bị bài, tinh thần hợp tác và ý thức trách nhiệm trong hoạt	CLO4	Level 3 Apply	Bảng kiểm chuyên cần; quan sát lớp;	Sổ điểm danh; ghi nhận của GV

Hình thức đánh giá	Nội dung trọng tâm	CLO	Mức độ (Bloom)	Công cụ đo	Minh chứng
	động học tập bao chí – truyền thông			câu hỏi phát vấn	
Thuyết trình nhóm (30%)	Phân tích các thể loại báo chí; kỹ năng xây dựng nội dung, trình bày, phân biện và vận dụng các thể loại báo chí trong hoạt động PR.	CLO2, CLO3	Level 2–3 Understand – Apply	Rubric thuyết trình & phân biện nhóm	Slide thuyết trình; phiếu đánh giá
Tiểu luận cuối kỳ (60%)	Xây dựng sản phẩm hoặc bài phân tích thể loại báo chí ứng dụng trong Quan hệ công chúng; vận dụng kỹ năng khai thác thông tin, biên tập và thiết kế nội dung truyền thông.	CLO2, CLO3,	Level 3 Apply	Rubric tiểu luận cuối kỳ	Bài tiểu luận;

Rubrics định nghĩa mức năng lực cho các CLO1 - CLO2

CLO	Mức 1: YẾU (0–4.9)	Mức 2: TRUNG BÌNH (5.0–6.9)	Mức 3: KHÁ (7.0–8.4)	Mức 4: GIỎI (8.5–10)
Giải thích được những vấn đề lý luận cơ bản về tác phẩm và thể loại báo chí.	Không giải thích được các khái niệm và nội dung cơ bản về tác phẩm, thể loại báo chí	Giải thích được một phần nội dung cơ bản của tác phẩm và thể loại báo chí.	Giải thích khá đầy đủ đặc điểm, vai trò và giá trị của các thể loại báo chí.	Giải thích đầy đủ, logic và có khả năng liên hệ thực tiễn về tác phẩm và thể loại báo chí trong hoạt động PR.

CLO	Mức 1: YẾU (0–4.9)	Mức 2: TRUNG BÌNH (5.0–6.9)	Mức 3: KHÁ (7.0–8.4)	Mức 4: GIỎI (8.5–10)
Phân tích được đặc điểm của các thể loại báo chí trong hoạt động truyền thông và Quan hệ công chúng.	Không phân tích hoặc vận dụng được các thể loại báo chí.	Phân tích và vận dụng được một phần đặc điểm của các thể loại báo chí.	Phân tích khá đầy đủ và vận dụng hợp lý các thể loại báo chí trong hoạt động truyền thông.	Phân tích logic, vận dụng hiệu quả các thể loại báo chí trong xây dựng nội dung và truyền thông PR.

Mô tả tổng quát mức năng lực qua điểm số (10 điểm)

- **Mức Giỏi (8.5 – 10):** Hiểu rõ kiến thức, giải thích, phân tích logic, có khả năng liên hệ thực tiễn.
- **Mức Khá (7.0 – 8.4):** Nắm vững nội dung cơ bản, giải thích, phân tích tương đối đầy đủ.
- **Mức Trung bình (5.0 – 6.9):** Hiểu ở mức cơ bản, còn hạn chế trong giải thích và phân tích.
- **Mức Yếu (<5.0):** Chưa nắm được kiến thức cốt lõi, trả lời thiếu chính xác.

b. Rubric đánh giá thuyết trình và phản biện

Mục tiêu: Đo lường kỹ năng Tâm vận động (CLO3) qua phản xạ tư duy và tương tác trực tiếp.

ST T	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	CLO đo lường	Xuất sắc (8.5 - 10)	Khá (7.0 - 8.4)	Trung bình (5.0 - 6.9)	Yếu (< 5.0)
1	Kỹ năng diễn đạt & thao tác tư duy	30%	CLO3 Tâm vận động Mức 3	Diễn đạt trôi chảy, có điểm nhấn; phối hợp hiệu quả lời nói, ánh mắt, cử chỉ và phương tiện trình chiếu; xử lý mạch tư duy linh hoạt	Trình bày rõ ràng, mạch lạc; sử dụng ngôn ngữ cơ thể tương đối phù hợp; thao tác tư duy logic,	Nếu được ý chính nhưng còn phụ thuộc nhiều vào slide/tài liệu; diễn đạt chưa thật liền mạch; thao tác tư duy và ví dụ	Diễn đạt lúng túng, chủ yếu đọc slide; không kiểm soát được bài nói; mạch tư duy rời rạc hoặc

ST T	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	CLO đo lượng	Xuất sắc (8.5 - 10)	Khá (7.0 - 8.4)	Trung bình (5.0 - 6.9)	Yếu (< 5.0)
				khi trình bày nội dung/công cụ truyền thông PR.	truyền tải được trọng tâm vấn đề .	PR còn đơn giản.	trình bày sai lệch nội dung .
2	Năng lực phản biện trực tiếp	40%	CLO3 Tâm vận động Mức 3	Phản xạ nhanh trước câu hỏi; trả lời đúng trọng tâm, biện l luận sắc sảo, có căn cứ; sử dụng ví dụ PR phù hợp và bảo vệ quan điểm vững vàng trước chất vấn.	Trả lời đúng trọng tâm câu hỏi; lập luận khá logic và thuyết phục; có thể điều chỉnh câu trả lời khi được hỏi sâu hoặc phản biện thêm.	Trả lời được một phần câu hỏi nhưng còn lúng túng; lập luận chưa chặt chẽ; ví dụ minh họa chưa thật phù hợp.	Không phản biện được, né tránh câu hỏi hoặc trả lời sai lệch; không bảo vệ được quan điểm khi bị chất vấn trực tiếp.
3	Kỹ năng phối hợp & tương tác nhóm	30%	CLO3 Tâm vận động Mức 3	Phối hợp nhịp nhàng giữa các thành viên; phân vai rõ ràng; hỗ trợ nhau hiệu quả khi trình bày và phản biện; tương tác tích cực với giảng viên và người học.	Nhóm có phân công rõ; chuyển tiếp tương đối mạch lạc; các thành viên hỗ trợ nhau tốt trong phản trình bày và trả lời câu hỏi.	Có phân công nhiệm vụ nhưng phối hợp chưa đồng đều; chuyển tiếp còn rời; một số thành viên tham gia hạn chế trong tương tác và phản biện	Hoạt động nhóm rời rạc; thiếu phân công hoặc phối hợp; không thể hiện được vai trò của làm việc nhóm trong trình bày và phản biện.

c. Rubric đánh giá tiểu luận

STT	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	CLO đo lường	Xuất sắc (8.5 – 10)	Khá (7.0 – 8.4)	Trung bình (5.0 – 6.9)	Yếu (<5.0)
1	Xác định chủ đề, tên tiểu luận và mục tiêu học tập/nghiên cứu	20%	CLO2	Xác định rõ chủ đề Tên tiểu luận, mục tiêu phù hợp và có ý nghĩa	Xác định đúng nhưng mục tiêu chưa thật rõ	Tên tiểu luận còn chung chung	Tên tiểu luận còn rất đại khái, chưa thể hiện được mục tiêu
2	Tìm kiếm và sử dụng tài liệu tham khảo	20%	CLO2	Tìm được tài liệu phù hợp, biết trích dẫn cơ bản	Có tài liệu tham khảo nhưng chưa đa dạng	Tài liệu còn ít hoặc chưa phù hợp	Tài liệu còn ít hoặc chưa phù hợp
3	Xây dựng nội dung đề cương nghiên cứu	30%	CLO2, CLO3	Tiểu luận đầy đủ, trình bày logic, có tính khả thi	Tiểu luận tương đối đầy đủ	Tiểu luận còn sơ sài	Tiểu luận còn rất sơ sài
4	Kỹ năng trình bày học thuật	15%	CLO2	Trình bày rõ ràng, đúng quy định, ít lỗi	Trình bày tương đối tốt	Còn nhiều lỗi trình bày	Còn nhiều lỗi trình bày
5	Tinh thần học tập và trách nhiệm	15%	CLO5	Chủ động, nộp bài đúng hạn, có đầu tư	Tham gia khá đầy đủ	Tham gia còn hạn chế	Tham gia còn rất hạn chế

Lưu ý cho việc thống kê đạt chuẩn:

- CLO2 (Nhân thức): Được đo lường chủ yếu qua Tiêu chí 1 của bài viết. Nếu sinh viên đạt từ 5.0 trở lên ở tiêu chí này, nghĩa là đã đạt chuẩn CLO2 ở mức độ "Hiệu".

• CLO3 (Tâm vận động): Được đo lường tổng hợp qua Tiêu chí 2 của bài viết và tất cả tiêu chí thuyết trình. Đây là điểm số thể hiện kỹ năng biện luận và phản xạ thực tế của sinh viên.

12. Tài liệu phục vụ cho học phần

12.1. Tài liệu chính

- Bài giảng của giảng viên phụ trách học phần
- Tài liệu bài giảng PowerPoint của giảng viên biên soạn

12.2. Tài liệu tham khảo

- Tạ Ngọc Tấn (chủ biên), Tác phẩm báo chí, Nxb Giáo dục, Hà Nội, 1995
- Nhiều tác giả, Các thể loại báo chí, Nxb ĐHQG TPHCM, 2005
- Đinh Văn Hường, Các thể loại báo chí thông tấn, Nxb ĐHQG Hà Nội, 2006
- Dương Xuân Sơn, Các loại hình báo chí truyền thông, Nxb Thông tin và Truyền thông, Hà Nội, 2014
- Đức Dũng, Kỹ văn học và kỹ báo chí, Nxb Văn hoá- Thông tin, Hà Nội, 2003

TP Hồ Chí Minh, ngày 04 tháng 06 năm 2025

Trưởng Khối ngành
(Ký và ghi rõ họ tên)



Nguyễn Thị Hồng Thủy

Giảng viên
(Ký và ghi rõ họ tên)



Trần Xuân Tiến



PHIẾU CHẤM THUYẾT TRÌNH VÀ PHẢN BIỆN NHÓM
Đánh giá theo Rubrics năng lực thực hiện CLO3

Học phần: **Các thể loại báo chí**
 Lớp/Nhóm:
 Chủ đề:
 Giảng viên chấm:
 Ngày chấm:

STT	Tiêu chí đánh giá	Điểm	Xuất sắc (85-100-%)	Khá (70-84%)	Trung bình (50-69%)	Yếu (<50%)	Điểm thành phần
1	Kỹ năng diễn đạt & thao tác tư duy	3	Diễn đạt trôi chảy; phối hợp nhuần nhuyễn ngôn ngữ cơ thể; làm chủ hoàn toàn bài nói.	Trình bày rõ ràng, mạch lạc; tự tin trong truyền tải nội dung.	Nói rõ ý nhưng còn phụ thuộc tài liệu; thao tác trình diễn chưa chuyên nghiệp.	Diễn đạt lúng túng; chủ yếu đọc slide; không kiểm soát được bài nói	
2	Năng lực phản biện trực tiếp	4	Phản xạ cực nhanh; biện luận sắc sảo; bảo vệ quan điểm vững vàng.	Trả lời đúng trọng tâm; lập luận logic và thuyết phục.	Trả lời được nhưng còn lúng túng; lập luận chưa chặt chẽ.	Không phản biện được hoặc giải thích sai lệch vắn đề.	
3	Kỹ năng phối hợp & tương tác nhóm	3	Phối hợp nhịp nhàng; hỗ trợ nhau hoàn hảo trong phản biện.	Phân công rõ ràng; hỗ trợ nhau tốt trong phần trình bày.	Các thành viên có tham gia nhưng tương tác còn yếu.	Hoạt động rời rạc; không thể hiện vai trò làm việc nhóm.	
TỔNG ĐIỂM							10,0

Nhận xét của giảng viên:



Điểm số
.....

Điểm chữ
.....

Xếp loại
.....

Mức đạt CLO
.....

GIẢNG VIÊN CHẤM
(Ký và ghi rõ họ tên)



PHIẾU CHẤM TIỂU LUẬN
Đánh giá theo Rubrics đánh giá năng lực làm tiểu luận qua CLOs

Học phần: **Các thể loại báo chí**

Lớp/Nhóm/Cá nhân:

Chủ đề:

Giảng viên chấm:

Ngày chấm:

TT	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	CLO đo	Xuất sắc (8.5 – 10)	Khá (7.0 – 8.4)	Trung bình (5.0 – 6.9)	Yếu (<5.0)	Điểm
1	Xác định chủ đề, tên tiểu luận và mục tiêu học tập/nghiên cứu	20%	CLO2	Xác định rõ chủ đề, Tên tiểu luận, mục tiêu phù hợp và có ý nghĩa	Xác định đúng nhưng mục tiêu chưa thật rõ	Tên tiểu luận còn chung chung	Tên tiểu luận còn rất đại khái, chưa thể hiện được mục tiêu	
2	Tìm kiếm và sử dụng tài liệu tham khảo	20%	CLO2	Tìm được tài liệu phù hợp, biết trích dẫn cơ bản	Có tài liệu tham khảo nhưng chưa đa dạng	Tài liệu còn ít hoặc chưa phù hợp	Tài liệu còn ít hoặc chưa phù hợp	
3	Xây dựng nội dung đề cương nghiên cứu	30%	CLO2, CLO3	Tiểu luận đầy đủ, trình bày logic, có tính khả thi	Tiểu luận tương đối đầy đủ	Tiểu luận còn sơ sài	Tiểu luận còn rất sơ sài	
4	Kỹ năng trình bày học thuật	15%	CLO2	Trình bày rõ ràng, đúng quy định, ít lỗi	Trình bày tương đối tốt	Còn nhiều lỗi trình bày	Còn nhiều lỗi trình bày	
5	Tinh thần học tập và trách nhiệm	15%	CLO5	Chủ động, nộp bài đúng hạn, có đầu tư	Tham gia khá đầy đủ	Tham gia còn hạn chế	Tham gia còn rất hạn chế	
TỔNG ĐIỂM								



Nhận xét của giảng viên:

Điểm số	Điểm chữ	Xếp loại	Mức đạt CLO
---------	----------	----------	-------------

GIẢNG VIÊN CHĂM
(Ký và ghi rõ họ tên)





ĐỀ CƯƠNG CHI TIẾT HỌC PHẦN

1. Thông tin về học phần

- Tên học phần: **Phỏng vấn và trả lời phỏng vấn (Communication skills)**
- Mã học phần: **PUR444**
- Số tín chỉ: **2**
- Bậc đào tạo: **Đại học**
- Loại học phần: **Tự chọn theo chuyên ngành sâu**
- Học phần tiên quyết/ Học phần trước: **không**
- Đơn vị phụ trách: **Khoa KHXH&NV**
- Số tín chỉ: **2** ; Số giờ: **100**, trong đó:
 - Hoạt động giảng dạy trên lớp: **30 Giờ**
 - + Giờ giảng: **20 giờ**
 - + Thảo luận: **10 Giờ**
 - Giờ kiểm tra: **...Giờ**
 - Giờ tự học: **70 Giờ**

2. Thông tin về giảng viên

Giảng viên 1:

- Họ và tên: **Trần Thị Lợi**
- Chức danh, học vị: **Thạc sĩ**
- Thời gian làm việc: **Giờ hành chính (8.00 -16:00)**
- Địa điểm làm việc: **Khoa KHXH&NV**
- Điện thoại: **0984155809**
- Email: **Loitt@vhu.edu.vn**

Giảng viên 2:

- Họ và tên: **Phạm Thị Hương**
- Chức danh, học vị: **Thạc sĩ**
- Thời gian làm việc: **Giờ hành chính (8:00 -16:00)**
- Địa điểm làm việc: **Khoa KHXH&NV**
- Điện thoại: **0934976916**
- Email: **Huongpt@vhu.edu.vn**



3. Tóm tắt nội dung học phần

Học phần trang bị cho sinh viên nắm được lý thuyết về phỏng vấn và trả lời phỏng vấn trong lĩnh vực báo chí, truyền thông, PR... Đồng thời trang bị cho sinh viên có các kỹ năng tác nghiệp phỏng vấn, trả lời phỏng vấn của báo chí và truyền thông, giải quyết các tình huống nảy sinh. Giúp sinh viên nắm được khái niệm về phỏng vấn, trả lời phỏng vấn, nội dung và ý nghĩa của một buổi phỏng vấn. Vị trí, vai trò của phỏng vấn trong báo chí, truyền thông. Phân biệt phỏng vấn với các thể loại báo chí khác. Giúp sinh viên hiểu được bố cục của một bài phỏng vấn, cách đặt câu hỏi, trả lời câu hỏi, cách viết bài phỏng vấn có độ tin cậy cao và hấp dẫn với bạn đọc. Trang bị cho sinh viên các kỹ năng phỏng vấn. Quy trình phỏng vấn (chuẩn bị tư liệu, kiến thức cho bài phỏng vấn, tìm hiểu đối tượng vấn đề, viết đề cương câu hỏi, gửi lời đề nghị phỏng vấn, đi phỏng vấn, thực hiện phỏng vấn như thế nào, viết bài phỏng vấn).. Giải quyết các vấn đề gặp phải khi phỏng vấn. Sử dụng các phương tiện hỗ trợ: email, máy ảnh, máy ghi âm, ghi hình...

4. Mục tiêu của học phần

Học phần trang bị cho người học kiến thức cơ bản về khái niệm, quy trình, kỹ năng và nguyên tắc trong hoạt động phỏng vấn, trả lời phỏng vấn trong lĩnh vực báo chí – truyền thông; đồng thời giúp người học phân tích các tình huống phát sinh và yêu cầu đạo đức nghề nghiệp trong quá trình phỏng vấn. Trên cơ sở đó, học phần rèn luyện kỹ năng tác nghiệp phỏng vấn, trả lời phỏng vấn, xử lý thông tin, giao tiếp, ứng xử và giải quyết vấn đề trong hoạt động truyền thông; đồng thời hình thành ý thức trách nhiệm nghề nghiệp, tinh thần chủ động và thái độ hợp tác trong hoạt động báo chí – truyền thông.

5. Chuẩn đầu ra của học phần

Sau khi hoàn thành học phần này, người học có thể.

Mã CDR	Nội dung chuẩn đầu ra	Mức độ
CLO1	Giải thích được các vấn đề cơ bản, quy trình và phương thức phỏng vấn và trả lời phỏng vấn trong hoạt động truyền thông và Quan hệ công chúng.	Mức 2 (Hiểu)
CLO2	Phân tích được các tình huống phỏng vấn, xử lý thông tin và các vấn đề phát sinh trong hoạt động truyền thông.	Mức 4 (Phân tích)
CLO3	Vận dụng được kiến thức và kỹ năng để thực hiện phỏng vấn, trả lời phỏng vấn và xử lý thông tin trong các tình huống truyền thông thực tiễn	Mức 3 (Chuẩn hóa)
CLO4	Vận dụng được tinh thần tự học, cập nhật kiến thức chuyên ngành và trách nhiệm nghề nghiệp trong hoạt động truyền thông và Quan hệ công chúng.	Mức 3 (Hình thành giá trị)

Mã trận liên kết/tương thích giữa CLOs và PLOs

Chuẩn đầu ra	PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5	PLO6	PLO7	PLO8
CLO1					X			
CLO2						X		
CLO3							X	
CLO4								X

6. Nội dung chi tiết của học phần

6.1. Lý thuyết

Chương	Nội dung
Chương 1.	GIỚI THIỆU CHUNG VỀ PHÒNG VẤN
1.1	Giới thiệu chung thể loại phỏng vấn
1.2	Đặc điểm, tính chất, chức năng của phỏng vấn
1.3	Phân loại phỏng vấn
Chương 2.	CÁC KỸ NĂNG PHÒNG VẤN
2.1	Giới thiệu các quy trình của phỏng vấn
2.2	Chuẩn bị cho phỏng vấn
2.3	Đặt câu hỏi trong phỏng vấn
2.4	Trả lời trong phỏng vấn
2.5	Thực hiện phỏng vấn và xử lý các vấn đề nảy sinh
2.6	Cách viết một bài phỏng vấn
2.7	Một số đặc điểm của phỏng vấn PR
2.8	Giải quyết các thắc mắc của sinh viên
Chương 3.	THỰC HÀNH PHÒNG VẤN NHÂN VẬT
3.1	Phỏng vấn một nhân vật (Sinh viên thực hiện tại ĐH Văn Hiến)
3.2	Phỏng vấn một nhân vật tự chọn
3.3	Viết bài phỏng vấn 1.200 – 2000 từ

6.2. Thực hành

	Nội dung
6.2.1	Bài tập cá nhân
	Người học thực hiện phỏng vấn một nhân vật về một chủ đề tự chọn; Nhận xét một bài phỏng vấn trên báo chí hoặc truyền thông số .
6.2.2	Bài tập nhóm, thuyết trình

	Nội dung
	-Người học thảo luận trong nhóm xoay quanh các vấn đề các hình thức phỏng vấn phổ biến hiện nay; kỹ năng đặt câu hỏi và trả lời trong phỏng vấn... - Các nhóm báo cáo kết quả làm việc trước lớp Thuyết trình – phân biên tại lớp theo nhóm.

7. Phân bổ thời gian theo tiết (1 tm chỉ = 15 giờ)

Chương	Tên chương	Số giờ				
		Giờ giảng	Thảo luận	Giờ kiểm tra	Giờ Tự học	Tổng
1	Giới thiệu chung về phỏng vấn	5	2	0	20	27
2	Các kỹ năng phỏng vấn	10	2	0	25	37
3	Thực hành phỏng vấn nhân vật	5	6	0	25	36
	Tổng	20	10	0	70	100

CÁC CHỦ ĐỀ THẢO LUẬN VÀ THUYẾT TRÌNH

1. Sự khác biệt giữa phương pháp học tập và phương pháp giảng dạy, phương pháp kiểm tra đánh giá ở môi trường phổ thông và đại học?
2. Thực hành cách kỹ năng đọc sách, kỹ năng lắng nghe, kỹ năng ghi chú.
3. Một số mâu thuẫn khi làm việc nhóm và cách khắc phục?
4. Làm thế nào để thuyết trình hiệu quả?
5. Các bước soạn thảo và gửi thư điện tử?
6. Một số kỹ thuật tìm kiếm tài liệu nâng cao?
7. Đạo văn là gì và những lưu ý khi tham khảo tài liệu?
8. Cách thức tạo lập trang tài liệu tham khảo và chú nguồn tài liệu?
9. Các bước thực hiện một đề tài nghiên cứu khoa học?
10. Cách tạo lập đề cương nghiên cứu khoa học?

Mã trận liên kết/tương thích giữa CLOs và nội dung (các chương) của học phần

Nội dung chương	CLO1	CLO2	CLO3	CLO4
Chương 1. Giới thiệu chung về phỏng vấn	x			
Chương 2. Các kỹ năng phỏng vấn	x	x	x	x
Chương 3. Thực hành phỏng vấn nhân vật		x	x	x

8. Phương pháp giảng dạy - học

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

- Thuyết giảng
- Giải quyết vấn đề
Tự học có hướng dẫn
- Thuyết trình – phản biện nhóm

Ma trận liên kết/tương thích giữa CLOs với phương pháp giảng dạy- học

Phương pháp giảng dạy	CLO1	CLO2	CLO3	CLO4
Thuyết trình	X	X		X
Đọc và tóm lược nội dung tài liệu	X	X	X	X
Giao bài đọc về nhà	X	X		X
Thuyết trình – phản biện nhóm		X	X	X

9. 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).
- Đọc tài liệu bắt buộc và tham khảo thêm tài liệu do giảng viên giới thiệu.
- Hoàn thành đầy đủ các bài tập cá nhân, bài làm thuyết trình nhóm.
- Tham gia bài tiểu luận kết thúc học phần.

10. 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.

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

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

TT	Điểm thành phần	Hình thức đánh giá	Trọng số
1	Giữa kỳ	Chuyên cần, tham gia học tập (10%) + Thuyết trình – Phản biện nhóm (30%)	40%
2	Kết thúc học phần	Tiểu luận	60%

Điểm đánh giá quá trình: trọng số 40%, bao gồm:

- Điểm chuyên cần, tham gia học tập: trọng số 10%

	Mức độ đạt chuẩn quy định	
--	----------------------------------	--

Tiêu chí đánh giá	Mức F (0-3.9)	Mức D (4.0-5.4)	Mức C (5.5-6.9)	Mức B (7.0-8.4)	Mức A (8.5-10)	Trọng số
Chuyên cần, tham gia học tập (CLO4)	Vắng quá 30% số buổi; không tham gia hoạt động học tập.	Tham gia dưới 50% số buổi; chuẩn bị bài rất hạn chế.	Tham gia khoảng 50%-70% số buổi; có chuẩn bị nhưng đóng góp chưa thường xuyên.	Tham gia khoảng 70%-90% số buổi; chuẩn bị bài và đóng góp tương đối tích cực.	Tham gia đầy đủ; chuẩn bị bài tốt; tích cực thảo luận, hỗ trợ nhóm và nộp nhiệm vụ đúng hạn.	100%

- Điểm kiểm tra thường xuyên: trọng số 30%. Theo thang điểm 10, dựa trên đáp án và hướng dẫn điểm được thiết kế sẵn.

11.2. Kế hoạch đo CLOs

Đánh giá người học	CLOs	Trọng số	Miền	Thời gian lấy dữ liệu	Công cụ đánh giá	Ghi chú	Điểm lấy dữ liệu
Kết thúc học phần	CLO1; CLO2; CLO3	60%	Kiến thức, kỹ năng, thái độ	Theo lịch thu bài tiểu luận của Giảng viên/Nhà trường	Tiểu luận (11.3.c)	Sinh viên phân tích hoặc thực hiện một bài phỏng vấn gắn với nội dung học phần.	Lấy dữ liệu đo: CLO1, CLO2, CLO3
Quá trình	CLO2; CLO3	30%	Kiến thức và kỹ năng	Tuần 1 – 6	Thuyết trình, bài tập nhóm Rubric đánh giá bài thuyết trình (11.3.b).	Sinh viên phân tích tình huống phỏng vấn hoặc thực hiện hoạt động phỏng vấn theo nhóm.	Lấy dữ liệu đo: CLO2, CLO3

Đánh giá người học	CLOs	Trọng số	Miền	Thời gian lấy dữ liệu	Công cụ đánh giá	Ghi chú	Điểm lấy dữ liệu
	CLO4	10%	Thái độ	Suốt học kỳ (Tuần 1 – 6)	Bảng kiểm soát chuyên cần (11.3.a)	Đánh giá ý thức học tập, tinh thần tự học và thái độ tham gia hoạt động nhóm của sinh viên.	Lấy dữ liệu do: CLO4

11.3. Công cụ đo CLO:

a. Ma trận công cụ đánh giá:

Hình thức đánh giá	Nội dung trọng tâm	CLO	Mức độ (Bloom)	Công cụ đo	Mình chứng
Chuyên cần & tham gia (10%)	Tham gia học tập, thảo luận, thực hành phỏng vấn và ý thức trách nhiệm trong hoạt động học tập	CLO4	Vận dụng	Bảng kiểm chuyên cần, quan sát lớp học	Sổ điểm danh, nhận xét của giảng viên
Thuyết trình nhóm (30%)	Phân tích tình huống phỏng vấn, kỹ năng đặt câu hỏi và xử lý tình huống truyền thông	CLO2, CLO3	Phân tích – Vận dụng	Rubric thuyết trình và phản biện	Slide, bài thuyết trình, phiếu đánh giá
Tiểu luận (60%)	Phân tích hoặc thực hiện bài phỏng vấn gắn với hoạt động truyền thông và Quan hệ công chúng	CLO1, CLO2, CLO3	Giải thích – Phân tích – Vận dụng	Rubric tiểu luận	Bài tiểu luận, file nộp /bản in

Rubrics định nghĩa mức năng lực cho các CLO1 - CLO2

CLO	Mức 1: YẾU (0–4.9)	Mức 2: TRUNG BÌNH (5.0–6.9)	Mức 3: KHÁ (7.0–8.4)	Mức 4: GIỎI (8.5–10)
CLO1: Giải thích các vấn đề cơ bản, quy trình và	Không giải thích được nội dung cơ bản của phỏng vấn	Giải thích được một phần nội	Giải thích khá đầy đủ quy trình	Giải thích rõ ràng, logic và

CLO	Mức 1: YẾU (0–4.9)	Mức 2: TRUNG BÌNH (5.0–6.9)	Mức 3: KHÁ (7.0–8.4)	Mức 4: GIỎI (8.5–10)
phương thức phỏng vấn		dung nhưng còn hạn chế	và phương thức phỏng vấn	có liên hệ thực tiễn
CLO2: Phân tích tình huống phỏng vấn và xử lý thông tin	Không phân tích được nội dung hoặc phân tích rời rạc	Phân tích được nội dung cơ bản nhưng chưa rõ mối liên hệ	Phân tích hợp lý, có dẫn chứng minh họa	Phân tích chặt chẽ, logic và có liên hệ thực tiễn
CLO3: Vận dụng kỹ năng phỏng vấn và trả lời phỏng vấn	Không vận dụng được kỹ năng phỏng vấn vào tình huống thực tế	Vận dụng được kỹ năng cơ bản nhưng còn hạn chế	Vận dụng tương đối phù hợp trong đa số tình huống	Vận dụng linh hoạt, phù hợp và xử lý tốt tình huống
CLO4: Vận dụng tinh thần tự học và trách nhiệm nghề nghiệp	Không tham gia hoặc thiếu ý thức trách nhiệm trong học tập/thảo luận	Tham gia còn hạn chế, ý thức trách nhiệm chưa rõ	Tham gia khá tích cực và có ý thức trách nhiệm	Chủ động, tích cực và có tinh thần trách nhiệm cao

Mô tả tổng quát mức năng lực qua điểm số (10 điểm)

- **Mức Giỏi (8.5 – 10):** Hiểu rõ kiến thức, giải thích logic, có khả năng liên hệ thực tiễn.
- **Mức Khá (7.0 – 8.4):** Nắm vững nội dung cơ bản, giải thích tương đối đầy đủ.
- **Mức Trung bình (5.0 – 6.9):** Hiểu ở mức cơ bản, còn hạn chế trong giải thích và liên hệ.

Mức Yếu (<5.0): Chưa nắm được kiến thức cốt lõi, trả lời thiếu chính xác.

b. Rubric đánh giá thuyết trình và phân biện

Mục tiêu: Đo lường kỹ năng Tâm vận động (CLO3) qua phân xạ tư duy và tương tác trực tiếp.

STT	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	CLO đo lường	Xuất sắc (8.5 - 10)	Khá (7.0 - 8.4)	Trung bình (5.0 - 6.9)	Yếu (< 5.0)
1	Kỹ năng diễn đạt & Thao tác tư duy	30%	CLO3 (Mức 3)	Diễn đạt trôi chảy; phối hợp nhuần nhuyễn ngôn ngữ cơ thể, làm	Trình bày rõ ràng; mạch lạc, tự tin trong việc	Nói rõ ý nhưng còn phụ thuộc tại liệu, thao tác trình diễn chưa	Diễn đạt lúng túng; chủ yếu là đọc lại slide; không kiểm soát

STT	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	CLO đo lường	Xuất sắc (8.5 - 10)	Khá (7.0 - 8.4)	Trung bình (5.0 - 6.9)	Yếu (< 5.0)
				chủ hoàn toàn bài nói	truyền tải nội dung.	chuyên nghiệp.	được bài nói.
2	Năng lực phản biện trực tiếp	40%	CLO3 (Mức 3)	Phản xạ cực nhanh; biện luận sắc sảo và bảo vệ quan điểm vững vàng trước chất vấn.	Trả lời đúng trọng tâm câu hỏi; lập luận khá logic và thuyết phục	Trả lời được nhưng còn lúng túng; lập luận chưa thực sự chặt chẽ.	Không phản biện được; hoặc giải thích sai lệch hoàn toàn vấn đề được hỏi.
3	Kỹ năng phối hợp & Tương tác nhóm	30%	CLO3 (Mức 3)	Thể hiện sự phối hợp "cơ chế" nhịp nhàng giữa các thành viên; hỗ trợ nhau hoàn hảo.	Nhóm có sự phân công rõ ràng, hỗ trợ nhau tốt trong phần phản biện.	Các thành viên có tham gia nhưng sự gắn kết trong tương tác còn yếu	Hoạt động rời rạc; không thể hiện được vai trò của làm việc nhóm.

c. Rubric đánh giá tiểu luận

STT	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	CLO đo lường	Xuất sắc (8.5 - 10)	Khá (7.0 - 8.4)	Trung bình (5.0 - 6.9)	Yếu (<5.0)
1	Hiểu và xác định vấn đề phỏng vấn	20%	CLO1	Xác định rõ nội dung, mục tiêu và đối tượng phỏng vấn	Xác định đúng nội dung chính nhưng còn thiếu ý	Xác định được nội dung cơ bản nhưng chưa rõ	Xác định sai hoặc không rõ vấn đề

STT	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	CLO đo lường	Xuất sắc (8.5 – 10)	Khá (7.0 – 8.4)	Trung bình (5.0 – 6.9)	Yếu (<5.0)
2	Năng lực phân tích tình huống phỏng vấn	25%	CLO2	Phân tích logic, có liên hệ thực tiễn	Phân tích khá hợp lý nhưng chưa sâu	Phân tích còn đơn giản	Không phân tích được nội dung
3	Vận dụng kỹ năng phỏng vấn và xử lý thông tin	30%	CLO3	Vận dụng tốt kỹ năng phỏng vấn, xử lý thông tin phù hợp	Vận dụng tương đối phù hợp	Vận dụng còn hạn chế	Không vận dụng được kỹ năng
4	Kỹ năng trình bày học thuật	15%	CLO2	Trình bày logic, rõ ràng, đúng chuẩn học thuật	Trình bày khá rõ nhưng còn lỗi nhỏ	Trình bày chưa mạch lạc	Trình bày kém, khó theo dõi
5	Ý thức học tập và trách nhiệm	10%	CLO4	Thể hiện tinh thần trách nhiệm và nghiêm túc trong học tập	Có ý thức học tập tương đối tốt	Thực hiện chưa đầy đủ yêu cầu	Thiếu nghiêm túc hoặc sao chép nội dung

Lưu ý cho việc thống kê đạt chuẩn:

- CLO2 (Nhận thức): Được đo lường chủ yếu qua Tiêu chí 1 của bài viết. Nếu sinh viên đạt từ 5.0 trở lên ở tiêu chí này, nghĩa là đã đạt chuẩn CLO2 ở mức độ "Hiệu".
- CLO3 (Tâm vận động): Được đo lường tổng hợp qua Tiêu chí 2 của bài viết và tất cả tiêu chí thuyết trình. Đây là điểm số thể hiện kỹ năng biện luận và phản xạ thực tế của sinh viên.

12. Tài liệu phục vụ cho học phần

12.1. Tài liệu chính

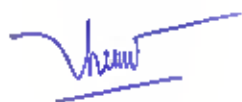
- Sally Adams và Wynford Hicks, *Kỹ năng phỏng vấn dành cho các nhà báo*, NXB TT, 2007.

12.2. Tài liệu tham khảo

- Quản lý sự thay đổi và chuyển tiếp – NXB Tổng hợp TP. HCM. 2015

TP Hồ Chí Minh, ngày 4 tháng 6 năm 2025

Trưởng Khối ngành
(Ký và ghi rõ họ tên)



Nguyễn Thị Hồng Thủy

Giảng viên
(Ký và ghi rõ họ tên)



Trần Thị Lợi



PHIẾU CHẤM THUYẾT TRÌNH VÀ PHẢN BIỆN NHÓM

Đánh giá theo Rubrics năng lực thực hiện CLO3

Học phần: Phòng vấn và trả lời phỏng vấn

Lớp/Nhóm:

Chủ đề:

Giảng viên chấm:

Ngày chấm:

STT	Tiêu chí đánh giá	Điểm	Xuất sắc (85-100-%)	Khá (70-84%)	Trung bình (50-69%)	Yếu (<50%)	Điểm thành phần
1	Kỹ năng diễn đạt & thao tác tư duy	3	Diễn đạt trôi chảy; phối hợp nhuần nhuyễn ngôn ngữ cơ thể; làm chủ hoàn toàn bài nói.	Trình bày rõ ràng, mạch lạc; tự tin trong truyền tải nội dung.	Nói rõ ý nhưng còn phụ thuộc tài liệu; thao tác trình diễn chưa chuyên nghiệp.	Diễn đạt lúng túng; chủ yếu đọc slide; không kiểm soát được bài nói.	
2	Năng lực phản biện trực tiếp	4	Phản xạ cực nhanh; biện luận sắc sảo; bảo vệ quan điểm vững vàng.	Trả lời đúng trọng tâm; lập luận logic và thuyết phục.	Trả lời được nhưng còn lúng túng, lập luận chưa chặt chẽ.	Không phản biện được hoặc giải thích sai lệch vấn đề.	
3	Kỹ năng phối hợp	3	Phối hợp nhịp nhàng; hỗ trợ nhau hoàn hảo trong phản biện.	Phản công rõ ràng; hỗ trợ nhau tốt trong phản trình bày.	Các thành viên có tham gia nhưng tương tác còn yếu.	Hoạt động rời rạc; không thể hiện vai trò làm việc nhóm.	



	& tương tác nhóm								
TỔNG ĐIỂM									10.0

Nhận xét của giảng viên:

Điểm số	Điểm chữ	Xếp loại	Mức đạt CLO
GIẢNG VIÊN CHẤM (Ký và ghi rõ họ tên)			



PHIẾU CHẤM TIỂU LUẬN
Đánh giá theo Rubrics đánh giá năng lực làm tiểu luận qua CLOs

Học phần:
 Lớp/Nhóm/Cá nhân:
 Chủ đề:
 Giảng viên chấm:
 Ngày chấm:

TT	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	CLO đo	Xuất sắc (8.5 – 10)	Khá (7.0 – 8.4)	Trung bình (5.0 – 6.9)	Yếu (<5.0)	Điểm
1	Hiểu và xác định vấn đề phỏng vấn	20%	CLO1	Xác định rõ nội dung, mục tiêu và đối tượng phỏng vấn	Xác định đúng nội dung chính nhưng còn thiếu ý	Xác định được nội dung cơ bản nhưng chưa rõ	Xác định sai hoặc không rõ vấn đề	
2	Năng lực phân tích tình huống phỏng vấn	25%	CLO2	Phân tích logic, có liên hệ thực tiễn	Phân tích khá hợp lý nhưng chưa sâu	Phân tích còn đơn giản	Không phân tích được nội dung	
3	Vận dụng kỹ năng phỏng vấn và xử lý thông tin	30%	CLO3	Vận dụng tốt kỹ năng phỏng vấn, xử lý thông tin phù hợp	Vận dụng tương đối phù hợp	Vận dụng còn hạn chế	Không vận dụng được kỹ năng	
4	Kỹ năng trình bày học thuật	15%	CLO2	Trình bày logic, rõ ràng, đúng chuẩn học thuật	Trình bày khá rõ nhưng còn nhỏ	Trình bày chưa mạch lạc	Trình bày khó theo dõi	



TT	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	CLO đo	Xuất sắc (8.5 – 10)	Khá (7.0 – 8.4)	Trung bình (5.0 – 6.9)	Yếu (<5.0)	Điểm
5	Ý thức học tập và trách nhiệm	10%	CLO4	Thể hiện tinh thần trách nhiệm và nghiêm túc trong học tập	Có ý thức học tập tương đối tốt	Thực hiện chưa đầy đủ yêu cầu	Thiếu nghiêm túc hoặc sao chép nội dung	
TỔNG ĐIỂM								

Nhận xét của giảng viên:

Điểm số	Điểm chữ	Xếp loại	Mức đạt CLO
.....			

GIẢNG VIÊN CHẤM
(Ký và ghi rõ họ tên)





ĐỀ CƯƠNG CHI TIẾT HỌC PHẦN

1. Thông tin về học phần

- Tên học phần: **Viết bài PR và thông cáo báo chí (PR writing and press release)**
- Mã học phần: PUR415
- Số tín chỉ: 2
- Cấp đào tạo: Đại học
- Loại học phần: Tự chọn theo chuyên ngành sâu
- Học phần tiên quyết/ Học phần trước: PUR425
- Đơn vị phụ trách: Khoa KHXH&NV
- Số tín chỉ: 3 ; Số giờ: 150, trong đó:
 - Hoạt động giảng dạy trên lớp: 45 Giờ
 - + Giờ giảng: 25 giờ
 - + Thảo luận: 20 Giờ
 - Giờ kiểm tra: .Giờ
 - Giờ tự học: 105 Giờ

2. Thông tin về giảng viên

Giảng viên 1:

- Họ và tên: **Trần Thị Lợi**
- Chức danh, học vị: **Thạc sĩ**
- Thời gian làm việc: **Giờ hành chính (8:00 -16:00)**
- Địa điểm làm việc: **Khoa KHXH&NV**
- Điện thoại: **0984155809**
- Email: **Loitt@vhu.edu.vn**

Giảng viên 2:

- Họ và tên: **Phạm Quốc Hưng**
- Chức danh, học vị: **Tiến sĩ**
- Thời gian làm việc: **Giờ hành chính (8:00 -16:00)**
- Địa điểm làm việc: **Khoa KHXH&NV**
- Điện thoại:
- Email: **Hungpt@vhu.edu.vn**



3. Tóm tắt nội dung học phần

Học phần cung cấp kiến thức và kỹ năng để viết bài PR, thông cáo báo chí hiệu quả, vai trò và tầm quan trọng đối với tổ chức/doanh nghiệp. Các phương pháp viết với từng dạng bài PR cụ thể, qui trình viết thông cáo báo chí. Một số qui tắc vàng khi viết bài PR, cách phát hành thông cáo báo chí. Bên cạnh đó, môn học còn trang bị kỹ năng giao tiếp, làm việc với giới truyền thông để tăng hiệu quả trong công việc. Phương pháp đánh giá cuối kỳ của học phần là hình thức tiểu luận

4. Mục tiêu của học phần

Học phần trang bị cho người học kiến thức cơ bản về vai trò, đặc điểm, nguyên tắc, quy trình viết bài PR và thông cáo báo chí trong hoạt động truyền thông. Trên cơ sở đó, học phần rèn luyện kỹ năng viết bài PR, xây dựng thông cáo báo chí, phát triển nội dung truyền thông phù hợp với công chúng mục tiêu, phát hành thông cáo báo chí và thiết lập quan hệ với giới truyền thông; đồng thời hình thành ý thức trách nhiệm nghề nghiệp, đạo đức truyền thông và tinh thần chủ động trong quá trình thực hiện các hoạt động viết bài PR và thông cáo báo chí.

5. Chuẩn đầu ra của học phần

Sau khi hoàn thành học phần này, người học có thể

Mã CDR	Nội dung chuẩn đầu ra	Mức độ
CLO1	Giải thích được vai trò, đặc điểm và quy tắc viết bài PR và thông cáo báo chí trong hoạt động truyền thông và Quan hệ công chúng.	Mức 2 (Hiểu)
CLO2	Phân tích được các loại bài viết PR, thông điệp truyền thông và nội dung thông cáo báo chí trong thực tiễn.	Mức 4 (Phân tích)
CLO3	Vận dụng được kỹ năng nghiên cứu công chúng, viết bài PR, thông cáo báo chí và phát hành thông tin đến các cơ quan truyền thông.	Mức 3 (Chuẩn hóa)
CLO4	Vận dụng được trách nhiệm đạo đức và các quy định pháp luật trong hoạt động viết bài PR và thông cáo báo chí.	Mức 3 (Hình thành giá trị)

Mã trận liên kết/tương thích giữa CLOs và PLOs

Chuẩn đầu ra	PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5	PLO6	PLO7	PLO8
CLO1			X					
CLO2					X			
CLO3						X		
CLO4								X

6. Nội dung chi tiết của học phần

6.1. Lý thuyết

Chương	Nội dung
Chương 1.	TẦM QUAN TRỌNG CỦA BÀI VIẾT PR
1.1	Một số khái niệm
1.2	Hiểu rõ vai trò của PR trong Marketing và truyền thông.
1.3	Tầm quan trọng của bài viết PR trong tổ chức/doanh nghiệp
1.4	Yêu cầu chung của cách viết một bài PR
1.5	Một số lưu ý khi viết bài PR hiệu quả
1.6	Đạo đức của người viết bài PR
Chương 2.	PHÂN BIỆT CÁC LOẠI BÀI VIẾT PR
2.1	Cấu trúc của một bài PR
2.2	Các hình thức của bài viết PR
2.3	Phương pháp viết bài PR với từng dạng bài cụ thể
Chương 3.	CÁC QUI TẮC VÀNG KHI VIẾT BÀI PR
3.1	Các yêu cầu của một bài viết PR
3.2	Các tạo từ khoá HOT, cách đặt tiêu đề hấp dẫn, thu hút
3.3	Trình bày nội dung bài PR
3.4	Thực hành viết bài PR
Chương 4.	CÁCH VIẾT THÔNG CÁO BÁO CHÍ
4.1	Khái niệm thông cáo báo chí
4.2	Mối liên hệ giữa thông cáo báo chí và bản tin trên báo
4.3	Các mô hình trong thông cáo báo chí
4.4	Cấu trúc của thông cáo báo chí
4.5	Quy trình soạn thảo thông cáo báo chí
4.6	Kỹ thuật soạn thông cáo báo chí
Chương 5.	PHÁT HÀNH THÔNG CÁO BÁO CHÍ
5.1	Ý nghĩa của phát hành thông cáo báo chí
5.2	Các kênh truyền thông phổ biến
5.3	Đăng thông cáo báo chí
5.4	Đo lường và kiểm tra hiệu quả
Chương 6.	QUAN HỆ VỚI GIỚI TRUYỀN THÔNG
6.1	Một số nguyên tắc trong quan hệ với giới truyền thông

Chương	Nội dung
6.2	Cách tạo mối quan hệ với cơ quan truyền thông
6.3	Mô hình tổ chức, hoạt động của một tờ báo

6.2. Thực hành

	Nội dung
6.2.1	Bài tập cá nhân
	Người học phân tích đặc điểm, cấu trúc và yêu cầu của một bài PR hoặc thông cáo báo chí; Viết tiêu đề, phần mở đầu hoặc xây dựng nội dung cho một bài PR/thông cáo báo chí. .
6.2.2	Bài tập nhóm, thuyết trình
	-Người học thảo luận trong nhóm xoay quanh các vấn đề: các thể loại bài PR và thông cáo báo chí phổ biến hiện nay; xây dựng bài PR hoặc thông cáo báo chí cho một sự kiện, sản phẩm hoặc tình huống khủng hoảng; đánh giá hiệu quả truyền thông của một bài PR hoặc thông cáo báo chí thực tế. - Các nhóm báo cáo kết quả làm việc trước lớp: Thuyết trình – phản biện tại lớp theo nhóm.

7. Phân bổ thời gian theo tiết (1 tín chỉ = 15 giờ)

Chương	Tên chương	Số giờ				
		Giờ giảng	Thảo luận	Giờ kiểm tra	Giờ Tự học	Tổng
1	Tầm quan trọng của bài viết pr	3	2	0	13	18
2	Phân biệt các loại bài viết pr	5	4	0	20	29
3	Các qui tắc vàng khi viết bài pr	3	4	0	17	24
4	Cách viết thông cáo báo chí	5	4	0	20	29
5	Phát hành thông cáo báo chí	5	3	0	20	28
6	Quan hệ với giới truyền thông	4	3	0	15	22
	Tổng	25	20	0	105	150

CÁC CHỦ ĐỀ THẢO LUẬN VÀ THUYẾT TRÌNH

1. Đặc điểm và yêu cầu của một bài PR chuyên nghiệp
2. Các thể loại bài PR phổ biến hiện nay
3. Nghệ thuật viết tiêu đề và mở đầu hấp dẫn trong bài PR

4. Kỹ năng kể chuyện (storytelling) trong bài PR
5. Phân biệt bài PR và quảng cáo thương mại
6. Vai trò của thông cáo báo chí trong quan hệ báo chí – truyền thông
7. Cấu trúc cơ bản và các nguyên tắc viết thông cáo báo chí
8. Cách viết thông cáo báo chí cho sự kiện, sản phẩm mới, khủng hoảng
9. Thông cáo báo chí trong kỷ nguyên số và mạng xã hội
10. Đo lường hiệu quả của bài PR và thông cáo báo chí

Ma trận liên kết/tương thích giữa CLOs và nội dung (các chương) của học phần

Nội dung chương	CLO1	CLO2	CLO3	CLO4
Chương 1. Tầm quan trọng của bài viết pr	X			X
Chương 2. Phân biệt các loại bài viết pr	X	X	X	
Chương 3. Các qui tắc vàng khi viết bài pr	X	X	X	X
Chương 4. Cách viết thông cáo báo chí	X	X	X	X
Chương 5. Phát hành thông cáo báo chí	X	X	X	X
Chương 6. Quan hệ với giới truyền thông		X	X	X

8. Phương pháp giảng dạy - học

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

- Thuyết giảng
- Giải quyết vấn đề
- Tự học có hướng dẫn
- Thuyết trình – phản biện nhóm

Ma trận liên kết/tương thích giữa CLOs với phương pháp giảng dạy- học

Phương pháp giảng dạy	CLO1	CLO2	CLO3	CLO4
Thuyết giảng	X	X		X
Giải quyết vấn đề		X	X	X
Tự học có hướng dẫn	X	X	X	X
Thuyết trình – phản biện nhóm		X	X	X

9. 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).
- Đọc tài liệu bắt buộc và tham khảo thêm tài liệu do giảng viên giới thiệu

- Hoàn thành đầy đủ các bài tập cá nhân, bài làm thuyết trình nhóm.
- Tham gia bài tiểu luận kết thúc học phần.

10. 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.

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

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

TT	Điểm thành phần	Hình thức đánh giá	Trọng số
1	Giữa kỳ	Chuyên cần, tham gia học tập (10%) + Thuyết trình – Phản biện nhóm (30%)	40%
2	Kết thúc học phần	Tiểu luận	60%

Điểm đánh giá quá trình: trọng số 40%, bao gồm:

- Điểm chuyên cần, tham gia học tập: trọng số 10%

Tiêu chí đánh giá	Mức độ đạt chuẩn quy định					Trọng số
	Mức F (0-3.9)	Mức D (4.0-5.4)	Mức C (5.5-6.9)	Mức B (7.0-8.4)	Mức A (8.5-10)	
Chuyên cần, tham gia học tập (CLO4)	Vắng quá 30% số buổi; không tham gia hoạt động học tập.	Tham gia dưới 50% số buổi; chuẩn bị bài rất hạn chế.	Tham gia khoảng 50%-70% số buổi; có chuẩn bị nhưng đóng góp chưa thường xuyên.	Tham gia khoảng 70%-90% số buổi; chuẩn bị bài và đóng góp tương đối tích cực.	Tham gia đầy đủ; chuẩn bị bài tốt; tích cực thảo luận, hỗ trợ nhóm và nộp nhiệm vụ đúng hạn.	100%

- Điểm kiểm tra thường xuyên: trọng số 30%. Theo thang điểm 10, dựa trên đáp án và hướng dẫn điểm được thiết kế sẵn

11.2. Kế hoạch đo CLOs

Đánh giá người học	CLOs	Trọng số	Miền	Thời gian lấy dữ liệu	Công cụ đánh giá	Ghi chú	Điểm lấy dữ liệu
Kết thúc	CLO1, CLO2; CLO3	60%	Kiến thức, kỹ	Theo lịch thu bài tiểu luận của	Tiểu luận (11.3.c)	Sinh viên viết bài PR hoặc thông	Lấy dữ liệu đo

Đánh giá người học	CLOs	Trọng số	Miền	Thời gian lấy dữ liệu	Công cụ đánh giá	Ghi chú	Điểm lấy dữ liệu
học phần			năng, thái độ	Giảng viên/Nhà trường		cáo báo chí gắn với nội dung học phần.	CLO1, CLO2, CLO3
Quá trình	CLO2; CLO3	30%	Kiến thức và kỹ năng	Tuần 1 – 9	Thuyết trình, bài tập nhóm. Rubric đánh giá bài thuyết trình (11.3.b).	Sinh viên phân tích bài PR, thông cáo báo chí hoặc thực hành xây dựng nội dung truyền thông theo nhóm.	Lấy dữ liệu đo: CLO2, CLO3.
Quá trình	CLO4	10%	Thái độ	Suốt học kỳ (Tuần 1 – 9)	Bảng kiểm soát chuyên cần (11.3.a).	Đánh giá ý thức học tập, tinh thần trách nhiệm và thái độ tham gia hoạt động nhóm của sinh viên.	Lấy dữ liệu đo: CLO4

11.3. Công cụ đo CLO:

Vì môn Viết bài PR và thông cáo báo chí là tiểu luận, nên phần 12.3. Công cụ đo CLO cần chuyển từ “ma trận đề thi” → “ma trận công cụ đánh giá”, bao gồm:

- Giữa kỳ: Chuyên cần + Thuyết trình
- Cuối kỳ: Tiểu luận
- CLO đo: CLO2, CLO3, CLO4 (CLO1 đo gián tiếp qua CLO2)

a. Ma trận công cụ đánh giá:

Hình thức đánh giá	Nội dung trọng tâm	CLO	Mức độ (Bloom)	Công cụ đo	Minh chứng
Chuyên cần & tham gia (10%)	Tham gia học tập, thảo luận, thực hành viết bài PR và ý thức trách nhiệm trong hoạt động học tập	CLO4	Vận dụng	Bảng kiểm chuyên cần, quan sát lớp học	Sổ điểm danh, nhận xét của giảng viên
Thuyết trình nhóm (30%)	Phân tích bài PR, thông cáo báo chí và xây dựng nội dung truyền thông	CLO2, CLO3	Phân tích – Vận dụng	Rubric thuyết trình và phản biện	Slide, bài thuyết trình, phiếu đánh giá
Tiểu luận (60%)	Viết bài PR hoặc thông cáo báo chí gắn với tình huống thực tiễn	CLO1, CLO2, CLO3	Giải thích – Phân tích – Vận dụng	Rubric tiểu luận	Bài tiểu luận, file nộp /bản in

Rubrics định nghĩa mức năng lực cho các CLO1 - CLO2

CLO	Mức 1: YẾU (0–4.9)	Mức 2: TRUNG BÌNH (5.0–6.9)	Mức 3: KHÁ (7.0–8.4)	Mức 4: GIỎI (8.5–10)
CLO1: Giải thích vai trò, đặc điểm và quy tắc viết bài PR và thông cáo báo chí	Không giải thích được nội dung cơ bản của bài PR và thông cáo báo chí	Giải thích được một phần nội dung nhưng còn hạn chế	Giải thích khá đầy đủ vai trò và quy tắc viết	Giải thích rõ ràng, logic và có liên hệ thực tiễn
CLO2: Phân tích các loại bài viết PR và nội dung thông cáo báo chí	Không phân tích được nội dung hoặc phân tích rời rạc	Phân tích được nội dung cơ bản nhưng chưa rõ mối liên hệ	Phân tích hợp lý, có dẫn chứng minh họa	Phân tích chặt chẽ, logic và có liên hệ thực tiễn
CLO3: Vận dụng kỹ năng viết bài PR và thông cáo báo chí	Không vận dụng được kỹ năng viết vào tình huống thực tế	Vận dụng được kỹ năng cơ bản nhưng còn hạn chế	Vận dụng tương đối phù hợp trong đa số tình huống	Vận dụng linh hoạt, phù hợp và sáng tạo
CLO4: Vận dụng trách nhiệm đạo đức và pháp luật trong hoạt động PR writing	Không tham gia hoặc thiếu ý thức trách nhiệm trong học tập/thảo luận	Tham gia còn hạn chế, ý thức trách nhiệm chưa rõ	Tham gia khá tích cực và có ý thức trách nhiệm	Chủ động, tích cực và có tinh thần trách nhiệm cao

Mô tả tổng quát mức năng lực qua điểm số (10 điểm)

- **Mức Giỏi (8.5 – 10):** Hiểu rõ kiến thức, giải thích logic, có khả năng liên hệ thực tiễn.
- **Mức Khá (7.0 – 8.4):** Nắm vững nội dung cơ bản, giải thích tương đối đầy đủ.
- **Mức Trung bình (5.0 – 6.9):** Hiểu ở mức cơ bản, còn hạn chế trong giải thích và liên hệ.

Mức Yếu (<5.0): Chưa nắm được kiến thức cốt lõi, trả lời thiếu chính xác.

b. Rubric đánh giá thuyết trình và phản biện

Mục tiêu Đo lường kỹ năng Tâm vận động (CLO3) qua phản xạ tư duy và tương tác trực tiếp.

STT	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	CLO đo lường	Xuất sắc (8.5 - 10)	Khá (7.0 - 8.4)	Trung bình (5.0 - 6.9)	Yếu (< 5.0)
1	Kỹ năng diễn đạt & Thao tác tư duy	30%	CLO3 (Mức 3)	Diễn đạt trôi chảy; phối hợp nhuần nhuyễn ngôn ngữ cơ thể; làm chủ hoàn toàn bài nói	Trình bày rõ ràng; mạch lạc; tự tin trong việc truyền tải nội dung.	Nói rõ ý nhưng còn phụ thuộc tài liệu; thao tác trình diễn chưa chuyên nghiệp.	Diễn đạt lúng túng; chủ yếu là đọc lai slide; không kiểm soát được bài nói.
2	Năng lực phản biện trực tiếp	40%	CLO3 (Mức 3)	Phản xạ cực nhanh; biện luận sắc sảo và bảo vệ quan điểm vững vàng trước chất vấn.	Trả lời đúng trọng tâm câu hỏi; lập luận khá logic và thuyết phục.	Trả lời được nhưng còn lúng túng; lập luận chưa thực sự chặt chẽ.	Không phản biện được; hoặc giải thích sai lệch hoàn toàn vấn đề được hỏi
3	Kỹ năng phối hợp & Tương tác nhóm	30%	CLO3 (Mức 3)	Thể hiện sự phối hợp "cơ chế" nhịp nhàng giữa các thành viên;	Nhóm có sự phân công rõ ràng; hỗ trợ nhau tốt trong	Các thành viên có tham gia nhưng sự gắn kết trong tương	Hoạt động rời rạc; không thể hiện được vai trò của làm việc nhóm.

STT	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	CLO đo lường	Xuất sắc (8.5 - 10)	Khá (7.0 - 8.4)	Trung bình (5.0 - 6.9)	Yếu (< 5.0)
				hỗ trợ nhau hoàn hảo.	phần phần biện	tác còn yếu	

c. Rubric đánh giá tiểu luận

STT	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	CLO đo lường	Xuất sắc (8.5 - 10)	Khá (7.0 - 8.4)	Trung bình (5.0 - 6.9)	Yếu (<5.0)
1	Hiểu và xác định vấn đề truyền thông	20%	CLO1	Xác định rõ nội dung, mục tiêu và đối tượng truyền thông	Xác định đúng nội dung chính nhưng còn thiếu ý	Xác định được nội dung cơ bản nhưng chưa rõ	Xác định sai hoặc không rõ vấn đề
2	Năng lực phân tích nội dung PR và thông cáo báo chí	25%	CLO2	Phân tích logic, có liên hệ thực tiễn	Phân tích khá hợp lý nhưng chưa sâu	Phân tích còn đơn giản	Không phân tích được nội dung
3	Vận dụng kỹ năng viết bài PR/thông cáo báo chí	30%	CLO3	Bài viết rõ ràng, đúng cấu trúc, sáng tạo và phù hợp công chúng	Bài viết tương đối phù hợp và đầy đủ	Bài viết còn thiếu nội dung hoặc chưa hợp lý	Nội dung sơ sài, thiếu logic
4	Kỹ năng trình bày học thuật	15%	CLO2	Trình bày logic, rõ ràng, đúng chuẩn học thuật	Trình bày khá rõ nhưng còn lỗi nhỏ	Trình bày chưa mạch lạc	Trình bày kém, khó theo dõi
5	Ý thức học tập và	10%	CLO4	Thể hiện tinh thần trách nhiệm và	Có ý thức học tập	Thực hiện chưa	Thiếu nghiêm túc hoặc

STT	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	CLO đo lường	Xuất sắc (8.5 – 10)	Khá (7.0 – 8.4)	Trung bình (5.0 – 6.9)	Yếu (<5.0)
	trách nhiệm			nghiêm túc trong học tập	tương đối tốt	đầy đủ yêu cầu	sao chép nội dung

Lưu ý cho việc thống kê đạt chuẩn

- CLO2 (Nhân thức): Được đo lường chủ yếu qua Tiêu chí 1 của bài viết. Nếu sinh viên đạt từ 5.0 trở lên ở tiêu chí này, nghĩa là đã đạt chuẩn CLO2 ở mức độ "Hiếu".
- CLO3 (Tâm vận động): Được đo lường tổng hợp qua Tiêu chí 2 của bài viết và tất cả tiêu chí thuyết trình. Đây là điểm số thể hiện kỹ năng biện luận và phản xạ thực tế của sinh viên.

12. Tài liệu phục vụ cho học phần

12.1. Tài liệu chính

Đinh Thị Thúy Hằng, *Viết cho PR: dành cho những người làm truyền thông chuyên nghiệp*. NXB Thông tin và truyền thông, 2022

12.2. Tài liệu tham khảo

Hoàng Xuân Phương & Nguyễn Thị Ngọc Châu, 2012, *Phong cách PR chuyên nghiệp*, Nhà xuất bản Lao động - Xã hội.

Việt Hoa, *Đường vào nghề PR*, NXB Trẻ TP HCM, 2007.

TP. Hồ Chí Minh, ngày 4 tháng 6 năm 2025

Trưởng Khối ngành

(Ký và ghi rõ họ tên)



Nguyễn Thị Hồng Thủy

Giảng viên

(Ký và ghi rõ họ tên)



Trần Thị Lợi



PHIẾU CHẤM THUYẾT TRÌNH VÀ PHẢN BIỆN NHÓM
Đánh giá theo Rubrics năng lực thực hiện CLO3

Học phần: **Viết bài PR và thông cáo báo chí**

Lớp/Nhóm:

Chủ đề:

Giảng viên chấm:

Ngày chấm:

STT	Tiêu chí đánh giá	Điểm	Xuất sắc (85-100-%)	Khá (70-84%)	Trung bình (50-69%)	Yếu (<50%)	Điểm thành phần
1	Kỹ năng diễn đạt & thao tác tư duy	3	Diễn đạt trôi chảy; phối hợp nhuần nhuyễn ngôn ngữ cơ thể; làm chủ hoàn toàn bài nói.	Trình bày rõ ràng; mạch lạc; tự tin trong truyền tải nội dung.	Nói rõ ý nhưng còn phụ thuộc tài liệu; thao tác trình diễn chưa chuyên nghiệp.	Diễn đạt lúng túng; chủ yếu đọc slide; không kiểm soát được bài nói.	
2	Năng lực phản biện trực tiếp	4	Phản xạ cực nhanh; biên luận sắc sảo; bảo vệ quan điểm vững vàng.	Trả lời đúng trọng tâm; lập luận logic và thuyết phục.	Trả lời được nhưng còn lúng túng; lập luận chưa chặt chẽ.	Không phản biện được hoặc giải thích sai lệch vấn đề.	
3	Kỹ năng phối hợp & tương tác nhóm	3	Phối hợp nhịp nhàng; hỗ trợ nhau hoàn hảo trong phản biện.	Phân công rõ ràng; hỗ trợ nhau tốt trong phần trình bày.	Các thành viên có tham gia nhưng tương tác còn yếu	Hoạt động rời rạc; không thể hiện vai trò làm việc nhóm.	
TỔNG ĐIỂM							10.0

Nhận xét của giảng viên:



PHIẾU CHẤM TIÊU LUẬN
Đánh giá theo Rubrics đánh giá năng lực làm tiêu chuẩn qua CLOs

Học phần: **Viết bài PR và thông cáo báo chí**

Lớp/Nhóm/Cá nhân:

Chủ đề:

Giảng viên chấm:

Ngày chấm:

TT	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	CLO đo	Xuất sắc (8.5 – 10)	Khá (7.0 – 8.4)	Trung bình (5.0 – 6.9)	Yếu (<5.0)	Điểm
1	Hiệu và xác định vấn đề truyền thông	20%	CLO1	Xác định rõ nội dung, mục tiêu và đối tượng truyền thông	Xác định đúng nội dung chính nhưng còn thiếu ý	Xác định được nội dung cơ bản nhưng chưa rõ	Xác định sai hoặc không rõ vấn đề	
2	Năng lực phân tích nội dung PR và thông cáo báo chí	25%	CLO2	Phân tích logic, có liên hệ thực tiễn	Phân tích khá hợp lý nhưng chưa sâu	Phân tích còn đơn giản	Không phân tích được nội dung	
3	Vận dụng kỹ năng viết bài PR/thông cáo báo chí	30%	CLO3	Bài viết rõ ràng, đúng cấu trúc, sáng tạo và phù hợp công chúng	Bài viết tương đối phù hợp và đầy đủ	Bài viết còn thiếu nội dung hoặc chưa hợp lý	Nội dung sơ sài, thiếu logic	



TT	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	CLO đo	Xuất sắc (8.5 – 10)	Khá (7.0 – 8.4)	Trung bình (5.0 – 6.9)	Yếu (<5.0)	Điểm
4	Kỹ năng trình bày học thuật	15%	CLO2	Trình bày logic, rõ ràng, đúng chuẩn học thuật	Trình bày khá rõ nhưng còn lỗi nhỏ	Trình bày chưa mạch lạc	Trình bày kém, khó theo dõi	
5	Ý thức học tập và trách nhiệm	10%	CLO4	Thể hiện tinh thần trách nhiệm và nghiêm túc trong học tập	Có ý thức học tập tương đối tốt	Thực hiện chưa đầy đủ yêu cầu	Thiếu nghiêm túc hoặc sao chép nội dung	
TỔNG ĐIỂM								

Nhận xét của giảng viên:

Điểm số	Điểm chữ	Xếp loại	Mức đạt CLO
.....			

GIẢNG VIÊN CHĂM
(Ký và ghi rõ họ tên)





ĐỀ CƯƠNG CHI TIẾT HỌC PHẦN

1. Thông tin về học phần

- Tên học phần: **Phân tích nội dung truyền thông/ Media content analysis**
- Mã học phần: PUR449
- Số tín chỉ: 2
- Bậc đào tạo: Đại học
- Loại học phần: Tự chọn theo chuyên ngành sâu
- Học phần tiên quyết/ Học phần trước: PUR307
- Đơn vị phụ trách: Khoa KHXH&NV
- Số tín chỉ: 2 ; Số giờ: 100 , trong đó:
 - Hoạt động giảng dạy trên lớp: 30 Giờ
 - + Giờ giảng: 20 giờ
 - + Thảo luận: 10 Giờ
 - Giờ kiểm tra ...Giờ
 - Giờ tự học: 70 Giờ

2. Thông tin về giảng viên

Giảng viên 1:

- | | |
|-----------------------|--|
| - Họ và tên: | Trần Thị Lợi |
| - Chức danh, học vị: | Thạc sĩ |
| - Thời gian làm việc: | Giờ hành chính (8:00 -16.00) |
| - Địa điểm làm việc: | Khoa KHXH&NV |
| - Điện thoại: | 0984155809 |
| - Email: | Loitt@vhu.edu.vn |

Giảng viên 2:

- | | |
|-----------------------|--|
| - Họ và tên: | Phạm Thị Hương |
| - Chức danh, học vị: | Thạc sĩ |
| - Thời gian làm việc: | Giờ hành chính (8.00 -16.00) |
| - Địa điểm làm việc: | Khoa KHXH&NV |
| - Điện thoại: | 0934976916 |
| - Email: | Huongpt@vhu.edu.vn |

3. Tóm tắt nội dung học phần



Học phần cung cấp cho sinh viên những kiến thức cơ bản về các loại hình và phương tiện truyền thông trên thế giới và tại Việt Nam. Qua đó, sinh viên nghiên cứu những hiệu ứng và tác động của truyền thông lên các đối tượng công chúng cũng như tâm lý tiếp nhận, diễn dịch các nội dung truyền thông cũng như phản ứng và phản hồi của công chúng sau đó. Đặc biệt, môn học trang bị cho sinh viên những kiến thức và kỹ năng cơ bản quan trọng trong việc phân tích và đánh giá các thông điệp, nội dung truyền thông trong quá trình hoạt động PR, quảng cáo, tiếp thị. Từ đó, sinh viên có thể thực hành xây dựng các kịch bản truyền thông hiệu quả cho doanh nghiệp.

4. Mục tiêu của học phần

Học phần trang bị cho người học kiến thức cơ bản về các thuyết tiếp cận thông điệp truyền thông, đặc điểm công chúng, phương pháp nghiên cứu truyền thông và vai trò của nghiên cứu, phân tích nội dung trong hoạt động truyền thông. Trên cơ sở đó, học phần rèn luyện kỹ năng phân tích, đánh giá các loại hình và nội dung truyền thông, xây dựng nội dung và hoạch định chiến lược truyền thông phù hợp với công chúng mục tiêu; đồng thời hình thành tinh thần trách nhiệm, tư duy phản biện và thái độ chủ động trong nghiên cứu, phân tích và thực hành truyền thông.

5. Chuẩn đầu ra của học phần

Sau khi hoàn thành học phần này, người học có thể:

Mã CDR	Nội dung chuẩn đầu ra	Mức độ
CLO1	Giải thích được vai trò, các lý thuyết tiếp cận và các phương pháp nghiên cứu trong phân tích nội dung truyền thông	Mức 2 (Hiểu)
CLO2	Phân tích được nội dung, thông điệp truyền thông và phản ứng của công chúng đối với các sản phẩm truyền thông trong thực tiễn.	Mức 4 (Phân tích)
CLO3	Vận dụng được các phương pháp nghiên cứu, kỹ năng tìm kiếm, xử lý thông tin và xây dựng thông điệp truyền thông trong hoạt động PR và truyền thông.	Mức 3 (Chuẩn hóa)
CLO4	Vận dụng được tinh thần tư học, trách nhiệm cá nhân và trách nhiệm nhóm trong quá trình nghiên cứu và phân tích nội dung truyền thông.	Mức 3 (Hình thành giá trị)

Ma trận liên kết/tương thích giữa CLOs và PLOs

Chuẩn đầu ra	PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5	PLO6	PLO7	PLO8
CLO1		X						

Chuẩn đầu ra	PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5	PLO6	PLO7	PLO8
CLO2			X					
CLO3						X		
CLO4								X

6. Nội dung chi tiết của học phần

6.1. Lý thuyết

Chương	Nội dung
Chương 1	Khoa học và nghiên cứu
1.1.	Nghiên cứu trong khoa học truyền thông
1.2.	Các lý thuyết truyền thông về nội dung truyền thông
Chương 2	Các yếu tố của nghiên cứu
2.1.	Câu hỏi nghiên cứu
2.2.	Giả thuyết nghiên cứu
2.3.	Phương pháp nghiên cứu
2.4.	Các yếu tố khác
Chương 3	Nghiên cứu về phương tiện in ấn, phương tiện điện tử và quảng cáo
3.1.	Nghiên cứu về phương tiện in ấn
3.2.	Nghiên cứu về phương tiện điện tử
3.3.	Nghiên cứu về quảng cáo
3.4.	Phân tích cases
Chương 4	Nghiên cứu định lượng trong phân tích nội dung truyền thông
4.1.	Nghiên cứu định lượng là gì
4.2.	Kỹ thuật nghiên cứu định lượng trong phân tích nội dung truyền thông
Chương 5	Nghiên cứu định tính trong phân tích nội dung truyền thông
5.1.	Nghiên cứu định tính là gì
5.2.	Kỹ thuật nghiên cứu định tính trong phân tích nội dung truyền thông
Chương 6	Nghiên cứu về quan hệ công chúng và xây dựng thông điệp
6.1.	Tầm quan trọng của nghiên cứu trong hoạt động quan hệ công chúng
6.2.	Các bước để phát triển thông điệp PR rõ ràng và ngắn gọn

6.2. Thực hành

	Nội dung
6.2.1	Bài tập cá nhân
	Người học phân tích tần suất xuất hiện của thông điệp, hình ảnh hoặc từ khóa trong một sản phẩm truyền thông., Phân tích nội dung một bài báo, quảng cáo hoặc video truyền thông theo phương pháp định tính
6.2.2	Bài tập nhóm, thuyết trình
	-Người học thảo luận trong nhóm xoay quanh các vấn đề: phân tích nội dung định tính đối với một sản phẩm truyền thông cụ thể; phân tích nội dung định lượng đối với báo chí, quảng cáo hoặc mạng xã hội, phân tích thông điệp truyền thông và phản ứng của công chúng trong một chiến dịch PR. - Các nhóm báo cáo kết quả làm việc trước lớp: Thuyết trình – phân biện tại lớp theo nhóm.

7. Phân bổ thời gian theo tiết (1 tín chỉ = 15 giờ)

Chương	Tên chương	Số giờ				
		Giờ giảng	Thảo luận	Giờ kiểm tra	Giờ Tự học	Tổng
1	Khoa học và nghiên cứu	2	1	0	10	13
2	Các yếu tố của nghiên cứu	2	2	0	10	14
3	Nghiên cứu về phương tiện in ấn, phương tiện điện tử và quảng cáo	4	2	0	12	18
4	Nghiên cứu định lượng trong phân tích nội dung truyền thông	4	1	0	12	17
5	Nghiên cứu định tính trong phân tích nội dung truyền thông	4	2	0	12	19
6	Nghiên cứu về quan hệ công chúng và xây dựng thông điệp	4	2	0	14	20
	Tổng	20	10	0	70	100

CÁC CHỦ ĐỀ THẢO LUẬN VÀ THUYẾT TRÌNH

- Các bước tiến hành phân tích nội dung định tính trong truyền thông là gì?
- Các bước tiến hành phân tích nội dung định lượng trong truyền thông là gì?
- Phân tích nội dung và thông điệp của một sản phẩm truyền thông cụ thể

- Phân tích phản ứng của công chúng đối với một nội dung truyền thông trên mạng xã hội.
- So sánh cách truyền tải thông điệp giữa báo chí, quảng cáo và mạng xã hội.
- Phân tích vai trò của nghiên cứu nội dung trong hoạt động Quan hệ công chúng và truyền thông.
- Phân tích hiệu quả truyền thông của một chiến dịch PR hoặc quảng cáo cụ thể.
- Xây dựng quy trình phân tích nội dung truyền thông cho một chủ đề cụ thể g.

Ma trận liên kết/tương thích giữa CLOs và nội dung (các chương) của học phần

Nội dung chương	CLO1	CLO2	CLO3	CLO4
Chương 1. Khoa học và nghiên cứu	x			
Chương 2. Các yếu tố của nghiên cứu	x	x	x	
Chương 3. Nghiên cứu về phương tiện in ấn, phương tiện điện tử và quảng cáo		x	x	x
Chương 4. Nghiên cứu định lượng trong phân tích nội dung truyền thông	x	x	x	
Chương 5. Nghiên cứu định tính trong phân tích nội dung truyền thông	x	x	x	
Chương 6. Nghiên cứu về quan hệ công chúng và xây dựng thông điệp		x	x	x

8. Phương pháp giảng dạy - học

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

- Thuyết giảng
- Giải quyết vấn đề
- Tự học có hướng dẫn
- Thuyết trình – phản biện nhóm

Ma trận liên kết/tương thích giữa CLOs với phương pháp giảng dạy- học

Phương pháp giảng dạy	CLO1	CLO2	CLO3	CLO4
Thuyết giảng	x	x		x
Giải quyết vấn đề		x	x	x
Tự học có hướng dẫn	x	x	x	x
Thuyết trình – phản biện nhóm		x	x	x

9. 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).
- Đọc tài liệu bắt buộc và tham khảo thêm tài liệu do giảng viên giới thiệu.
- Hoàn thành đầy đủ các bài tập cá nhân, bài làm thuyết trình nhóm.
- Tham gia bài tiểu luận kết thúc học phần.

10. 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.

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

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

TT	Điểm thành phần	Hình thức đánh giá	Trọng số
1	Giữa kỳ	Chuyên cần, tham gia học tập (10%) + Thuyết trình – Phản biện nhóm (30%)	40%
2	Kết thúc học phần	Tiểu luận	60%

Điểm đánh giá quá trình, trọng số 40%, bao gồm:

- Điểm chuyên cần, tham gia học tập: trọng số 10%

Tiêu chí đánh giá	Mức độ đạt chuẩn quy định					Trọng số
	Mức F (0-3.9)	Mức D (4.0-5.4)	Mức C (5.5-6.9)	Mức B (7.0-8.4)	Mức A (8.5-10)	
Chuyên cần, tham gia học tập (CLO4)	Vắng quá 30% số buổi; không tham gia hoạt động học tập.	Tham gia dưới 50% số buổi; chuẩn bị bài rất hạn chế	Tham gia khoảng 50%-70% số buổi; có chuẩn bị nhưng đóng góp chưa thường xuyên.	Tham gia khoảng 70%-90% số buổi; chuẩn bị bài và đóng góp tương đối tích cực.	Tham gia đầy đủ; chuẩn bị bài tốt; tích cực thảo luận, hỗ trợ nhóm và nộp nhiệm vụ đúng hạn.	100%

- Điểm kiểm tra thường xuyên: trọng số 30%. Theo thang điểm 10, dựa trên đáp án và hướng dẫn điểm được thiết kế sẵn.

11.2. Kế hoạch đo CLOs

Đánh giá người học	CLOs	Trọng số	Miền	Thời gian lấy dữ liệu	Công cụ đánh giá	Ghi chú	Điểm lấy dữ liệu
Kết thúc học phần	CLO1; CLO2; CLO3	60%	Kiến thức, kỹ năng, thái độ	Theo lịch thu bài tiểu luận của Giảng viên/Nhà trường	Tiểu luận (11.3.c)	Sinh viên phân tích nội dung và thông điệp của một sản phẩm truyền thông cụ thể.	Lấy dữ liệu đo: CLO1, CLO2, CLO3
Quá trình	CLO2; CLO3	30%	Kiến thức và kỹ năng	Tuần 1 – 6	Thuyết trình, bài tập nhóm. Rubric đánh giá bài thuyết trình (11.3.b).	Sinh viên thực hiện phân tích nội dung truyền thông hoặc nghiên cứu case theo nhóm.	Lấy dữ liệu đo: CLO2, CLO3.
Quá trình	CLO4	10%	Thái độ	Suốt học kỳ (Tuần 1 – 6)	Bảng kiểm soát chuyên cần (11.3.a).	Đánh giá ý thức học tập, tinh thần trách nhiệm và thái độ tham gia hoạt động nhóm của sinh viên.	Lấy dữ liệu đo: CLO4

11.3. Công cụ đo CLO:

Vì môn Phân tích nội dung truyền thông là tiểu luận, nên phần 12.3 Công cụ đo CLO cần chuyển từ “ma trận đề thi” → “ma trận công cụ đánh giá”, bao gồm:

- Giữa kỳ: Chuyên cần + Thuyết trình
- Cuối kỳ: Tiểu luận
- CLO đo: CLO1, CLO2, CLO3, CLO4

a. Ma trận công cụ đánh giá:

Hình thức đánh giá	Nội dung trọng tâm	CLO	Mức độ (Bloom)	Công cụ đo	Minh chứng
Chuyên cần & tham gia (10%)	Tham gia học tập, thảo luận, phân tích case và ý thức trách nhiệm trong hoạt động học tập	CLO4	Vận dụng	Bảng kiểm chuyên cần, quan sát lớp học	Số điểm danh, nhận xét của giảng viên
Thuyết trình nhóm (30%)	Phân tích nội dung, thông điệp truyền thông và phản ứng công chúng	CLO2, CLO3	Phân tích – Vận dụng	Rubric thuyết trình và phản biện	Slide, bài thuyết trình, phiếu đánh giá
Tiểu luận (60%)	Phân tích nội dung của một sản phẩm truyền thông hoặc chiến dịch PR cụ thể	CLO1, CLO2, CLO3	Giải thích – Phân tích – Vận dụng	Rubric tiểu luận	Bài tiểu luận, file nộp /bản in

Rubrics định nghĩa mức năng lực cho các CLO1 - CLO2

CLO	Mức 1: YẾU (0–4.9)	Mức 2: TRUNG BÌNH (5.0–6.9)	Mức 3: KHÁ (7.0–8.4)	Mức 4: GIỎI (8.5–10)
CLO1: Giải thích vai trò, lý thuyết và phương pháp nghiên cứu trong phân tích nội dung truyền thông	Không giải thích được nội dung cơ bản của phân tích nội dung truyền thông	Giải thích được một phần nội dung nhưng còn hạn chế	Giải thích khá đầy đủ lý thuyết và phương pháp nghiên cứu	Giải thích rõ ràng, logic và có liên hệ thực tiễn
CLO2: Phân tích nội dung, thông điệp truyền thông và phản ứng công chúng	Không phân tích được nội dung hoặc phân tích rời rạc	Phân tích được nội dung cơ bản nhưng chưa rõ mối liên hệ	Phân tích hợp lý, có dẫn chứng minh họa	Phân tích chặt chẽ, logic và có liên hệ thực tiễn
CLO3: Vận dụng phương pháp nghiên cứu và xử lý thông tin truyền thông	Không vận dụng được phương pháp nghiên cứu vào tình huống thực tế	Vận dụng được kỹ năng cơ bản nhưng còn hạn chế	Vận dụng tương đối phù hợp trong đa số tình huống	Vận dụng linh hoạt, phù hợp và có khả năng xử lý tốt dữ liệu truyền thông
CLO4: Vận dụng tinh thần tự học và trách nhiệm trong	Không tham gia hoặc thiếu ý thức	Tham gia còn hạn chế, ý thức	Tham gia khá tích cực và có	Chủ động, tích cực và có tính

CLO	Mức 1: YẾU (0–4.9)	Mức 2: TRUNG BÌNH (5.0–6.9)	Mức 3: KHÁ (7.0–8.4)	Mức 4: GIỎI (8.5–10)
nghiên cứu truyền thông	trách nhiệm trong học tập/thảo luận	trách nhiệm chưa rõ	ý thức trách nhiệm	thần trách nhiệm cao

Mô tả tổng quát mức năng lực qua điểm số (10 điểm)

- **Mức Giỏi (8.5 – 10):** Hiểu rõ kiến thức, giải thích logic, có khả năng liên hệ thực tiễn.
- **Mức Khá (7.0 – 8.4):** Nắm vững nội dung cơ bản, giải thích tương đối đầy đủ.
- **Mức Trung bình (5.0 – 6.9):** Hiểu ở mức cơ bản, còn hạn chế trong giải thích và liên hệ.

Mức Yếu (<5.0): Chưa nắm được kiến thức cốt lõi, trả lời thiếu chính xác.

b. Rubric đánh giá thuyết trình và phân biện

Mục tiêu: Đo lường kỹ năng Tâm vận động (CLO3) qua phân xạ tư duy và tương tác trực tiếp.

STT	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	CLO đo lường	Xuất sắc (8.5 - 10)	Khá (7.0 - 8.4)	Trung bình (5.0 - 6.9)	Yếu (< 5.0)
1	Kỹ năng diễn đạt & Thao tác tư duy	30%	CLO3 (Mức 3)	Diễn đạt trôi chảy; phối hợp nhuần nhuyễn ngôn ngữ cơ thể; làm chủ hoàn toàn bài nói.	Trình bày rõ ràng, mạch lạc, tự tin trong việc truyền tải nội dung	Nói rõ ý nhưng còn phụ thuộc tài liệu; thao tác trình diễn chưa chuyên nghiệp.	Diễn đạt lúng túng; chủ yếu là đọc lại slide; không kiểm soát được bài nói.
2	Năng lực phân biện trực tiếp	40%	CLO3 (Mức 3)	Phân xạ cực nhanh; biện luận sắc sảo và bảo vệ quan điểm vững vàng trước chất vấn.	Trả lời đúng trọng tâm câu hỏi, lập luận khá logic và thuyết phục	Trả lời được nhưng còn lúng túng; lập luận chưa thực sự chặt chẽ	Không phân biện được; hoặc giải thích sai lệch hoàn toàn vấn đề được hỏi.

3	Kỹ năng phối hợp & Tương tác nhóm	30%	CLO3 (Mức 3)	Thể hiện sự phối hợp "cơ chế" nhịp nhàng giữa các thành viên; hỗ trợ nhau hoàn hảo.	Nhóm có sự phân công rõ ràng, hỗ trợ nhau tốt trong phần phân biện.	Các thành viên có tham gia nhưng sự gắn kết trong tương tác còn yếu.	Hoạt động rời rạc; không thể hiện được vai trò của làm việc nhóm
---	-----------------------------------	-----	--------------	---	---	--	--

c. Rubric đánh giá tiểu luận

STT	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	CLO đo lường	Xuất sắc (8.5 – 10)	Khá (7.0 – 8.4)	Trung bình (5.0 – 6.9)	Yếu (<5.0)
1	Hiểu và xác định vấn đề nghiên cứu truyền thông	20%	CLO1	Xác định rõ nội dung, mục tiêu và đối tượng nghiên cứu	Xác định đúng nội dung chính nhưng còn thiếu ý	Xác định được nội dung cơ bản nhưng chưa rõ	Xác định sai hoặc không rõ vấn đề
2	Năng lực phân tích nội dung và thông điệp truyền thông	25%	CLO2	Phân tích logic, có liên hệ thực tiễn	Phân tích khá hợp lý nhưng chưa sâu	Phân tích còn đơn giản	Không phân tích được nội dung
3	Vận dụng phương pháp nghiên cứu và xử lý thông tin	30%	CLO3	Vận dụng phù hợp phương pháp nghiên cứu và xử lý dữ liệu rõ ràng	Vận dụng tương đối phù hợp	Vận dụng còn hạn chế	Không vận dụng được phương pháp nghiên cứu
4	Kỹ năng trình bày học thuật	15%	CLO2	Trình bày logic, rõ ràng, đúng chuẩn học thuật	Trình bày khá rõ nhưng còn lỗi nhỏ	Trình bày chưa mạch lạc	Trình bày kém, khó theo dõi

STT	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	CLO đo lường	Xuất sắc (8.5 – 10)	Khá (7.0 – 8.4)	Trung bình (5.0 – 6.9)	Yếu (<5.0)
5	Ý thức học tập và trách nhiệm	10%	CLO4	Thể hiện tinh thần trách nhiệm và nghiêm túc trong học tập	Có ý thức học tập tương đối tốt	Thực hiện chưa đầy đủ yêu cầu	Thiếu nghiêm túc hoặc sao chép nội dung

Lưu ý cho việc thống kê đạt chuẩn:

- CLO2 (Nhận thức): Được đo lường chủ yếu qua Tiêu chí 1 của bài viết. Nếu sinh viên đạt từ 5.0 trở lên ở tiêu chí này, nghĩa là đã đạt chuẩn CLO2 ở mức độ "Hiếu".
- CLO3 (Tâm vận động): Được đo lường tổng hợp qua Tiêu chí 2 của bài viết và tất cả tiêu chí thuyết trình. Đây là điểm số thể hiện kỹ năng biện luận và phản xạ thực tế của sinh viên

12. Tài liệu phục vụ cho học phần

12.1. Tài liệu chính

Đỗ Thị Thu Hằng (chủ biên), *Giáo trình tổ chức sản xuất sản phẩm truyền thông đại chúng*, NXB Thông tin và Truyền thông, 2022

12.2. Tài liệu tham khảo

Lê Ngọc Sơn dịch, *Bốn học thuyết truyền thông*, NXB Tri Thức, 2018

Trương Đình Chiến, *Giáo trình truyền thông Marketing tích hợp (IMC)*, NXB Đại học kinh tế quốc dân, 2016

TP. Hồ Chí Minh, ngày 4 tháng 6 năm 2025

Trưởng Khối ngành

(Ký và ghi rõ họ tên)



Nguyễn Thị Hồng Thủy

Giảng viên

(Ký và ghi rõ họ tên)



Trần Thị Lợi



PHIẾU CHẤM THUYẾT TRÌNH VÀ PHẢN BIỆN NHÓM
Đánh giá theo Rubrics năng lực thực hiện CLO3

Học phần: **Phân tích nội dung truyền thông**

Lớp/Nhóm:

Chủ đề:

Giảng viên chấm:

Ngày chấm:

STT	Tiêu chí đánh giá	Điểm	Xuất sắc (85-100-%)	Khá (70-84%)	Trung bình (50-69%)	Yếu (<50%)	Điểm thành phần
1	Kỹ năng diễn đạt & thao tác tư duy	3	Diễn đạt trôi chảy; phối hợp nhuần nhuyễn ngôn ngữ cơ thể; làm chủ hoàn toàn bài nói.	Trình bày rõ ràng; mạch lạc; tự tin trong truyền tải nội dung.	Nói rõ ý nhưng còn phụ thuộc tài liệu; thao tác trình diễn chưa chuyên nghiệp.	Diễn đạt lúng túng; chủ yếu đọc slide; không kiểm soát được bài nói.	
2	Năng lực phản biện trực tiếp	4	Phản xạ cực nhanh; biện luận sắc sảo; bảo vệ quan điểm vững vàng.	Trả lời đúng trọng tâm; lập luận logic và thuyết phục	Trả lời được nhưng còn lúng túng; lập luận chưa chặt chẽ.	Không phản biện được hoặc giải thích sai lệch vấn đề.	
3	Kỹ năng phối hợp & tương tác nhóm	3	Phối hợp nhịp nhàng; hỗ trợ nhau hoàn hảo trong phản biện.	Phản công rõ ràng; hỗ trợ nhau tốt trong phản trình bày.	Các thành viên có tham gia nhưng tương tác còn yếu.	Hoạt động rời rạc; không thể hiện vai trò làm việc nhóm.	
TỔNG ĐIỂM							10.0

Nhận xét của giảng viên:



Điểm số
..

Điểm chữ
.....

Xếp loại
.....

Mức đạt CLO
.....

GIẢNG VIÊN CHẤM
(Ký và ghi rõ họ tên)



TT	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	CLO đo	Xuất sắc (8.5 – 10)	Khá (7.0 – 8.4)	Trung bình (5.0 – 6.9)	Yếu (<5.0)	Điểm
5	Ý thức học tập và trách nhiệm	10%	CLO4	Thể hiện tinh thần trách nhiệm và nghiêm túc trong học tập	Có ý thức học tập tương đối tốt	Thực hiện chưa đầy đủ yêu cầu	Thiếu nghiêm túc hoặc sao chép nội dung	
TONG ĐIỂM								

Nhận xét của giảng viên:

Điểm số	Điểm chữ	Xếp loại	Mức đạt CLO
.....			
GIẢNG VIÊN CHẤM (Ký và ghi rõ họ tên)			





ĐỀ CƯƠNG CHI TIẾT HỌC PHẦN

1. Thông tin về học phần

- Tên học phần: **Quản trị sự kiện (Event Management)**
- Mã học phần: **TRA312**
- Số tín chỉ: **03**
- **Bậc đào tạo:** Đại học
- **Loại học phần:** Tự chọn theo chuyên ngành sâu
- **Học phần tiên quyết/ Học phần trước:** Không
- **Đơn vị phụ trách:** Khoa Du lịch
- **Số tín chỉ:** 03 ; **Số giờ:** 150 , trong đó
 - **Hoạt động giảng dạy trên lớp:** 45 Giờ
 - + **Giờ giảng:** 30 Giờ
 - + **Thảo luận:** 15 Giờ
 - **Giờ kiểm tra:** 0 Giờ
 - **Giờ tự học:** 105 Giờ

2. Thông tin về giảng viên

- **Họ và tên:** Lê Hoàng Quang Đình
- **Chức danh, học vị:** Thạc sĩ
- **Thời gian làm việc:** Giờ hành chính (8:00 -16:00)
- **Địa điểm làm việc:** Khoa Du lịch - Trường Đại học Văn Hiến
- **Điện thoại:** 0906 476 747
- **Email:** DinhLHQ@vhu.edu.vn

3. Tóm tắt nội dung học phần

Học phần giúp sinh viên tìm hiểu hoạt động tổ chức sự kiện, hội nghị, hội thảo, triển lãm và các sự kiện, lễ hội có thể tổ chức hiện nay. Sinh viên hiểu và nắm được các công việc cơ bản của sự kiện như: hình thành chủ đề, lập chương trình và dự toán ngân sách sự kiện, quản trị nhân sự trong tổ chức sự kiện, quản trị truyền thông trong tổ chức sự kiện, quản trị ngân sách trong tổ chức sự kiện, quản trị hậu cần trong tổ chức sự kiện, quản trị rủi ro trong sự kiện.

Ngoài ra, sinh viên được cung cấp những kiến thức và kỹ năng quan trọng trong việc quản lý các yếu tố quan trọng không thể thiếu để đảm bảo thành công trong lĩnh vực tổ chức các sự kiện mang tính thương mại và đòi hỏi tính chuyên nghiệp cao; đảm bảo các quy trình, tiêu chuẩn và có cái nhìn toàn diện của một nhà tổ chức sự kiện chuyên nghiệp.

4. Mục tiêu của học phần

Học phần có những mục tiêu:

- Cung cấp cho người học những kiến thức chung về quy trình quản lý, tổ chức các sự kiện và hội nghị trong du lịch. Xây dựng tầm nhìn và phương pháp tư duy sáng tạo để tìm ra những ý tưởng lớn, điểm nhấn của sự kiện trên cơ sở bám sát định vị của thương hiệu.

- Cung cấp cho người học những kiến thức cơ bản về sự kiện, tổ chức sự kiện, quy trình quản lý sự kiện.

- Cung cấp cho người học kiến thức chuyên sâu về việc tổ chức một số loại hình sự kiện phổ biến.

- Trang bị kiến thức về sự phát triển của ngành nghề tổ chức sự kiện trong giai đoạn hiện nay.

5. Chuẩn đầu ra của học phần

Sau khi hoàn thành học phần này, người học có thể:

Mã CDR	Nội dung chuẩn đầu ra	Mức độ
CLO1	Phân tích được các yếu tố ảnh hưởng, đặc điểm và quy trình thiết kế, phát triển các loại hình sự kiện phổ biến.	Mức 3 (Vận dụng)
CLO2	Xây dựng được kế hoạch, xây dựng chương trình và dự toán ngân sách cho các sự kiện đáp ứng nhu cầu thực tế của xã hội.	Mức 3 (Vận dụng)
CLO3	Vận dụng được các tiêu chuẩn chất lượng, kỹ năng quản trị nhân sự, hậu cần và truyền thông hiệu quả trong kinh doanh sự kiện	Mức 3 (Chuẩn hóa)
CLO4	Thể hiện được tinh thần tự chủ và trách nhiệm trong việc phục vụ, lấy khách hàng làm trung tâm.	Mức 3 (Hình thành giá trị)

Ma trận liên kết/tương thích giữa CLOs và PLOs

Chuẩn đầu ra	PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5	PLO6	PLO7	PLO8
CLO1					X			
CLO2						X		
CLO3							X	
CLO4								X

6. Nội dung chi tiết của học phần

6.1. Lý thuyết

Chương	Nội dung
Chương 1	Tổng quan về tổ chức sự kiện
1.1.	Các khái niệm cơ bản
1.2.	Các thành phần tham gia trong TCSK

Chương	Nội dung
1.3.	Các loại hình tổ chức sự kiện
1.4.	Các yếu tố ảnh hưởng đến hoạt động tổ chức sự kiện
1.5.	Quy trình tổ chức sự kiện
1.6.	Đặc điểm, ý nghĩa và tác động của TCSK
1.7.	Xu hướng phát triển ngành công nghiệp TCSK
Chương 2	Hình thành chủ đề, lập chương trình và dự toán ngân sách sự kiện
2.1.	Nghiên cứu các yếu tố có liên quan đến sự kiện
2.2.	Hình thành chủ đề sự kiện
2.3.	Lập chương trình và kế hoạch tổng thể tổ chức sự kiện
2.4.	Lập dự toán ngân sách tổ chức sự kiện
2.5.	Đàm phán và ký hợp đồng với nhà đầu tư sự kiện
Chương 3	Quản trị nhân sự trong tổ chức sự kiện
3.1.	Thành lập ban tổ chức sự kiện
3.2.	Cơ cấu, số lượng, thành phần Ban tổ chức
3.3.	Thành lập các bộ phận chuyên môn
3.4.	Công việc của người quản trị tổ chức điều hành sự kiện
3.5.	Quản trị nhân sự thời vụ trong tổ chức sự kiện
Chương 4	Quản trị truyền thông trong tổ chức sự kiện
4.1.	Tổng quan về truyền thông trong tổ chức sự kiện
4.2.	Truyền thông nội bộ cho sự kiện
4.3.	Truyền thông bên ngoài cho sự kiện
4.4.	Truyền thông marketing tích hợp (IMC)
Chương 5	Quản trị ngân sách trong tổ chức sự kiện
5.1.	Tầm quan trọng của ngân sách tổ chức sự kiện
5.2.	Dự toán sơ bộ ngân sách và kiểm soát ngân sách trong tổ chức sự kiện
5.3.	Hợp đồng sự kiện
5.4.	Thanh toán sự kiện
Chương 6	Quản trị hậu cần trong tổ chức sự kiện
6.1.	Quản trị trước sự kiện
6.2.	Quản trị trong sự kiện
6.3.	Quản trị sau sự kiện
Chương 7	Quản trị rủi ro trong sự kiện
7.1.	Cơ sở lý luận về quản trị rủi ro trong tổ chức sự kiện
7.2.	Lên kế hoạch quản trị rủi ro trong tổ chức sự kiện
7.3.	Công tác báo cáo sau sự kiện
7.4.	Phân tích nguyên nhân để có giải pháp thích hợp trong tổ chức sự kiện

6.2. Thực hành

	Nội dung
6.2.1	Bài tập nhóm, câu hỏi cho trước
	Người học chuẩn bị câu trả lời, biện luận, chứng minh
6.2.2	Thuyết trình nhóm, chủ đề cho trước
	- Người học: Chuẩn bị đề tài nội dung và hình thức thuyết trình - Các nhóm báo cáo kết quả làm việc tại lớp: Thuyết trình - Phản biện tại lớp theo nhóm

7. Phân bổ thời gian theo tiết (1 tín chỉ = 15 giờ)

Chương	Tên chương	Số giờ				
		Giờ giảng	Thảo luận	Giờ kiểm tra	Giờ tự học	Tổng
1	Tổng quan về tổ chức sự kiện	4	2	0	15	21
2	Hình thành chủ đề, lập chương trình và dự toán ngân sách sự kiện	5	3	0	15	23
3	Quản trị nhân sự trong tổ chức sự kiện	4	2	0	15	21
4	Quản trị truyền thông trong tổ chức sự kiện	4	2	0	15	21
5	Quản trị ngân sách trong tổ chức sự kiện	4	3	0	15	22
6	Quản trị hậu cần trong tổ chức sự kiện	4	1	0	15	21
7	Quản trị rủi ro trong sự kiện	5	2	0	15	22
Tổng		30	15	0	105	150

CÁC CHỦ ĐỀ THẢO LUẬN VÀ THUYẾT TRÌNH

1. Trình bày quy trình tổ chức một sự kiện thực tế
2. Thực hiện một sự kiện thực tế tại lớp
3. Trình bày sự phát triển của ngành tổ chức sự kiện trong giai đoạn hiện nay
4. Các yếu tố ảnh hưởng đến hoạt động tổ chức sự kiện.

Ma trận liên kết/tương thích giữa CLOs và nội dung (các chương) của học phần

Chương	Tên chương	CLO1	CLO2	CLO3	CLO4
Chương 1	Tổng quan về tổ chức sự kiện	X			X

Chương 2	Hình thành chủ đề, lập chương trình và dự toán ngân sách sự kiện	X	X		
Chương 3	Quản trị nhân sự trong tổ chức sự kiện			X	X
Chương 4	Quản trị truyền thông trong tổ chức sự kiện			X	
Chương 5	Quản trị ngân sách trong tổ chức sự kiện		X	X	
Chương 6	Quản trị hậu cần trong tổ chức sự kiện			X	X
Chương 7	Quản trị rủi ro trong sự kiện			X	X

8. Phương pháp giảng dạy - học

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

- Thuyết giảng
- Phát vấn
- Thuyết trình – phản biện nhóm

Mã trận liên kết/trương thích giữa CLOs với phương pháp giảng dạy- học

Phương pháp giảng dạy	CLO1	CLO2	CLO3	CLO4
Thuyết giảng	X		X	
Giải quyết vấn đề		X	X	
Thuyết trình – phản biện nhóm			X	X

9. 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).
- Đọc tài liệu bắt buộc và tham khảo thêm tài liệu do giảng viên giới thiệu.
- Hoàn thành đầy đủ các bài tập cá nhân, bài làm thuyết trình nhóm.
- Thực hiện tiểu luận kết thúc học phần.

10. 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.

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

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

TT	Điểm thành phần	Hình thức đánh giá	Trọng số
1	Giữa kỳ	Chuyên cần (dự lớp 10%) + Thuyết trình – Phản biện nhóm (30%)	40%
2	Kết thúc học phần	Tiểu luận	60%

Điểm đánh giá quá trình: trọng số 40%, bao gồm:

- Điểm chuyên cần: trọng số 10%

Tiêu chí đánh giá	Mức độ đạt chuẩn quy định					Trọng số
	Mức F (0-3.9)	Mức D (4.0-5.4)	Mức C (5.5- 6.9)	Mức B (7.0- 8.4)	Mức A (8.5- 10)	
Chuyên cần, tham gia học tập (CLO4)	Vắng quá 30% số buổi; không tham gia hoạt động học tập.	Tham gia dưới 50% số buổi; chuẩn bị bài rất hạn chế.	Tham gia khoảng 50%- 70% số buổi; có chuẩn bị nhưng đóng góp chưa thường xuyên.	Tham gia khoảng 70%- 90% số buổi; chuẩn bị bài và đóng góp tương đối tích cực.	Tham gia đầy đủ; chuẩn bị bài tốt; tích cực thảo luận, hỗ trợ nhóm và nộp nhiệm vụ đúng hạn.	100%

- Điểm kiểm tra thường xuyên/thuyết trình – phản biện nhóm: trọng số 30%. Theo
thang điểm 10, dựa trên rubric đánh giá được thiết kế sẵn.

11.2. Kế hoạch đo CLOs

Đánh giá người học	CLOs	Trọng số	Miền	Thời gian lấy dữ liệu	Công cụ đánh giá	Ghi chú	Điểm lấy dữ liệu
Kết thúc học phần	CLO1; CLO2; CLO3; CLO4	60%	Kiến thức	Theo lịch thi của Nhà trường	Tiểu luận (12.3.a)	CLO1: Phân tích được các yếu tố ảnh hưởng; CLO2: Xây dựng được kế hoạch; CLO3: Vận dụng	Lấy dữ hiệu đo CLO1, CLO2, CLO3, CLO4.

Đánh giá người học	CLOs	Trọng số	Miền	Thời gian lấy dữ liệu	Công cụ đánh giá	Ghi chú	Điểm lấy dữ liệu
						được các kỹ năng; CLO4: Thể hiện được tinh thần chủ động, trách nhiệm làm việc	
Quá trình	CLO2; CLO3	30%	Kiến thức và kỹ năng	Tuần 3 - 8	Thuyết trình – phân biện nhóm (12.3.b)	CLO2: Nội dung phân tích và giải pháp. CLO3: Kỹ năng phối hợp, phân biện và thích nghi.	Lấy dữ liệu đo CLO2, CLO3
	CLO4	10%	Thái độ	Suốt học kỳ (Tuần 1 - 9)	Bảng kiểm soát chuyên cần	Chủ động, tích cực, trách nhiệm và hợp tác trong học tập	Lấy dữ liệu đo CLO4

11.3. Công cụ đo CLO:

a. Ma trận đặc tả Tiêu luận cuối kỳ

Phần đánh giá	Nội dung đánh giá chi tiết	CLOs đáp ứng	Điểm thành phần	Tổng điểm
Phần 1: tổng quan & phân tích bối cảnh	Phân tích xu hướng thị trường.	CLO1	1.5 điểm	1.5 điểm
	Xác định mục tiêu sự kiện (KPIs về truyền thông, trải nghiệm, độ nhân diện).			
	Phân tích các yếu tố ảnh hưởng (thời gian, địa điểm tổ chức, đối thủ, rủi ro pháp lý/môi trường).			
	Phát triển chủ đề (Concept) và thông điệp (Theme) độc	CLO1	2.0 điểm	2.0 điểm

Phần đánh giá	Nội dung đánh giá chi tiết	CLOs đáp ứng	Điểm thành phần	Tổng điểm
Phần 2: ý tưởng & thiết kế chương trình	Đào, làm nổi bật yếu tố của sự kiện.			
	Thiết kế không gian, sơ đồ mặt bằng tại nơi tổ chức sự kiện, tối ưu hóa luồng di chuyển.			
	Xây dựng kịch bản chương trình chi tiết từng phút (từ đón khách, trải nghiệm sản phẩm, đến lúc kết thúc).			
Phần 3: kế hoạch hậu cần & quản trị nhân sự	Kế hoạch sản xuất, thi công.	CLO3	1.5 điểm	1.5 điểm
	Phân công nhân sự rõ ràng (Ban tổ chức, PG/PB, MC, kỹ thuật, an ninh).			
	Kế hoạch quản lý nhà cung ứng và điều phối trang thiết bị (âm thanh, ánh sáng, sản phẩm thử nghiệm).			
Phần 4: kế hoạch truyền thông & trải nghiệm khách hàng	Chiến lược tiếp cận và chăm sóc khách mời (quy trình gửi thiệp, xác nhận tham dự, đón tiếp VIP/KOLs).	CLO3	2.0 điểm	2.0 điểm
	Kế hoạch truyền thông trước - trong - sau sự kiện.			
	Giải pháp cá nhân hóa trải nghiệm, lấy khách hàng làm trung tâm (quà tặng tinh tế, khu vực check-in độc đáo, trải nghiệm thử sản phẩm).			
Phần 5: dự toán ngân sách & quản trị rủi ro	Lập bảng dự toán ngân sách chi tiết.	CLO2	1.5 điểm	1.5 điểm
	Dự phòng các tình huống rủi ro và phương án xử lý.			

Phần đánh giá	Nội dung đánh giá chi tiết	CLOs đáp ứng	Điểm thành phần	Tổng điểm
Phần 6: hình thức & thái độ thực hiện	Trình bày báo cáo đúng quy chuẩn học thuật (bố cục rõ ràng, không lỗi chính tả, có hình ảnh/sơ đồ minh họa trực quan).	CLO4	1.5 điểm	1.5 điểm
	Minh chứng về sự chủ động, tinh thần làm việc nhóm và trách nhiệm cao trong quá trình làm tiểu luận.			
Tổng cộng	Toàn bộ nội dung tiểu luận			10 điểm

Ghi chú về độ khó và trọng số

- **CLO1:** Phân tích được các yếu tố ảnh hưởng, đặc điểm và quy trình thiết kế, phát triển các loại hình sự kiện phổ biến. Chiếm 35% tổng số điểm của bài tiểu luận (3.5/10 điểm - tương ứng Phần 1 và một phần Phần 2). Đây là phần nền tảng tư duy chiến lược. Sinh viên cần biết cách thu thập, phân tích dữ liệu thực tế (bối cảnh thị trường, hành vi khách hàng) để làm cơ sở cho việc lên ý tưởng sự kiện, tránh việc đưa ra ý tưởng sáo rỗng.

- **CLO2:** Xây dựng được kế hoạch, xây dựng chương trình và dự toán ngân sách cho các sự kiện đáp ứng nhu cầu thực tế của xã hội. Chiếm 35% tổng số điểm của bài tiểu luận (3.5/10 điểm - tương ứng một phần Phần 2 và Phần 5). Đây là phần phân loại sinh viên mạnh mẽ. Yêu cầu sinh viên không chỉ chép lý thuyết mà phải hiện thực hóa thành một kịch bản chương trình chi tiết đến từng phút và một bảng dự toán ngân sách, có tính toán đến các chi phí phát sinh đặc thù.

- **CLO3:** Vận dụng được các tiêu chuẩn chất lượng, kỹ năng quản trị nhân sự, hậu cần và truyền thông hiệu quả trong kinh doanh sự kiện. Chiếm 15% tổng số điểm của bài tiểu luận (1.5/10 điểm - tương ứng Phần 3 và một phần Phần 4). Phần này đánh giá năng lực thực thi và vận hành. Đòi hỏi sinh viên phải có tư duy quản trị, phân công công việc rõ ràng, hiểu rõ quy trình xin phép và thi công, và có chiến lược truyền thông bài bản trước - trong - sau sự kiện.

- **CLO4:** Thể hiện được tinh thần tự chủ và trách nhiệm trong việc phục vụ, lấy khách hàng làm trung tâm. Chiếm 15% tổng số điểm của bài tiểu luận (1.5/10 điểm - tương ứng một phần Phần 4 và Phần 6). Đây là phần điểm "mềm" nhưng cốt lõi của ngành dịch vụ. Sinh viên đạt điểm tối đa ở phần này khi chứng minh được các trải nghiệm của khách hàng thực sự tinh tế, cá nhân hóa và thể hiện được thái độ làm việc nhóm nghiêm túc, chủ động, chịu trách nhiệm của một nhà tổ chức sự kiện chuyên nghiệp.

Rubrics định nghĩa mức năng lực cho các CLO1 - CLO2 – CLO3 – CLO4

b. Rubric đánh giá thuyết trình và phản biện

Mục tiêu: Đo lường khả năng phân tích, trình bày, phản biện và phối hợp nhóm của sinh viên (CLO2, CLO3, CLO4) trong quản trị sự kiện.

STT	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	CLO đo lường	Xuất sắc (8.5 - 10)	Khá (7.0 - 8.4)	Trung bình (5.0 - 6.9)	Yếu (< 5.0)
1	Nội dung kế hoạch sự kiện, chương trình và giải pháp quản trị	40%	CLO2, CLO3, CLO4 (Mức 3)	Ý tưởng sáng tạo; kịch bản chi tiết từng phút; ngân sách thực tế và tối ưu. Giải pháp hậu cần, nhân sự và kế hoạch truyền thông có tính khả thi và ứng dụng cực kỳ cao.	Kế hoạch và cấu trúc chương trình đúng chuẩn; bảng ngân sách tương đối hợp lý. Vận dụng được các kỹ năng hậu cần, nhân sự và truyền thông cơ bản, có liên hệ thực tiễn phù hợp.	Kế hoạch chương trình còn đơn giản; bảng ngân sách chưa chi tiết hoặc thiếu nhiều hạng mục. Kế hoạch hậu cần và truyền thông chưa rõ tính khả thi.	Nội dung sơ sài, rời rạc; không xây dựng được chương trình/ngân sách hoặc giải pháp hậu cần thiếu phù hợp, sao chép tài liệu lý thuyết suông.
2	Kỹ năng thuyết trình và phản biện	30%	CLO2, CLO3 (Mức 3)	Trình bày tự tin, cuốn hút, logic; phong thái chuyên nghiệp. Khả năng phản biện xuất sắc, làm rõ các câu hỏi về giải pháp xử lý rủi ro và cách	Trình bày khá rõ ràng, mạch lạc; Slide trực quan. Trả lời được phần lớn các câu hỏi chất vấn từ giảng viên và các nhóm khác	Trình bày còn phụ thuộc vào slide/tài liệu; diễn đạt đôi chỗ chưa mạch lạc. Khả năng phản biện còn hạn chế, chưa bảo vệ tốt các luận	Diễn đạt lúng túng, khó hiểu; đọc tài liệu hoàn toàn. Không phản biện được hoặc trả lời sai trọng tâm, không hiểu rõ bản chất kế hoạch

STT	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	CLO đo lường	Xuất sắc (8.5 - 10)	Khá (7.0 - 8.4)	Trung bình (5.0 - 6.9)	Yếu (< 5.0)
				quản lý một cách thuyết phục.	về mặt nội dung kế hoạch.	điểm trong kế hoạch.	của nhóm mình.
3	Kỹ năng phối hợp và làm việc nhóm	30%	CLO3, CLO4 (Mức 3)	Phân công vai trò hợp lý; phối hợp nhịp nhàng giữa các thành viên. Toàn nhóm hỗ trợ nhau tốt trong suốt quá trình thuyết trình và cùng tham gia phản biện hiệu quả.	Có sự phối hợp và phân công công việc tương đối rõ ràng giữa các thành viên. Các thành viên có sự gắn kết trong phần thuyết trình.	Có tham gia đầy đủ các thành viên nhưng phối hợp chưa hiệu quả, các phần trình bày của từng người còn rời rạc, chưa có sự kết nối chặt chẽ.	Hoạt động hoàn toàn rời rạc; đùn đẩy trách nhiệm thuyết trình/phản biện cho một cá nhân; thiếu tinh thần hợp tác nhóm

Lưu ý cho việc thống kê đạt chuẩn:

- CLO2 (Nhận thức): Được đo lường chủ yếu qua tiêu chí 1 của bài thuyết trình và nội dung phần 2, phần 5 của bài tiểu luận kết thúc môn. Nếu sinh viên đạt từ 5.0 điểm trở lên ở các tiêu chí này, nghĩa là đã đạt chuẩn CLO2 ở mức độ "*Vận dụng/Sáng tạo*" (xây dựng được chương trình, kịch bản sự kiện chi tiết và lập dự toán ngân sách đáp ứng nhu cầu thực tế).

- CLO3 (Kỹ năng): Được đo lường tổng hợp qua Tiêu chí 1, Tiêu chí 2 và Tiêu chí 3 của phần thuyết trình – phản biện, kết hợp với nội dung Phần 3, Phần 4 của bài tiểu luận kết thúc môn. Đây là điểm số thể hiện khả năng vận dụng các tiêu chuẩn chất lượng, kỹ năng điều phối hậu cần, quản trị nhân sự, nhà cung ứng và triển khai kế hoạch truyền thông hiệu quả trong kinh doanh sự kiện thực tế. Nếu điểm tổng hợp các tiêu chí này đạt từ 5.0 điểm trở lên, sinh viên được ghi nhận đạt chuẩn CLO3.

- CLO4 (Thái độ): Được đo lường tích hợp qua Tiêu chí 1 (Tư duy lấy khách hàng làm trung tâm trong giải pháp thiết kế trải nghiệm sự kiện) và Tiêu chí 3 (Tinh thần tự chủ, chịu trách nhiệm tuyệt đối với sản phẩm chung của tập thể) trong bài thuyết trình

nhóm, kết hợp với điểm đánh giá hình thức, thái độ thực hiện ở Phần 4, Phần 6 của bài tiểu luận. Nếu sinh viên đạt từ 5.0 điểm trở lên ở các tiêu chí cấu phần này, nghĩa là đã đạt chuẩn CLO4, thể hiện được tinh thần trách nhiệm, chủ động của một người làm dịch vụ sự kiện chuyên nghiệp.

c. Rubric đánh giá tiểu luận

CLO	Mức 1: YẾU (0 - 4.9)	Mức 2: TRUNG BÌNH (5.0 - 6.9)	Mức 3: KHÁ (7.0 - 8.4)	Mức 4: GIỎI (8.5 - 10)
CLO1: Phân tích được các yếu tố ảnh hưởng, đặc điểm và quy trình thiết kế, phát triển sự kiện.	Nội dung phân tích bối cảnh, thị trường; chưa xác định đúng các đặc điểm và các yếu tố ảnh hưởng từ nơi tổ chức sự kiện.	Phân tích được các yếu tố cơ bản của bối cảnh sự kiện nhưng còn hạn chế, mang tính lý thuyết, chưa đào sâu được đặc điểm hành vi của khách hàng.	Phân tích tương đối đầy đủ bối cảnh, thị trường sản phẩm; xác định rõ các yếu tố ảnh hưởng tại nơi tổ chức sự kiện và có liên hệ thực tế phù hợp.	Phân tích đầy đủ, logic và có hệ thống các yếu tố ảnh hưởng (thị trường, đối thủ, khách hàng, pháp lý); đánh giá sâu sắc tác động của không gian tổ chức đến sự kiện.
CLO2: Xây dựng được kế hoạch, chương trình và dự toán ngân sách cho sự kiện	Ý tưởng mờ nhạt; kịch bản chương trình thiếu chi tiết, không lập được bảng dự toán ngân sách hoặc số liệu hoàn toàn phi thực tế.	Thiết kế được chương trình và ngân sách ở mức cơ bản nhưng kịch bản còn sơ sài; bảng ngân sách chưa chi tiết, còn thiếu nhiều hạng mục quan trọng.	Xây dựng được kịch bản chương trình tương đối chi tiết; lập được bảng dự toán ngân sách hợp lý, thực tế, phân chia rõ các hạng mục chi phí chính.	Phát triển được Concept độc đáo, sáng tạo; xây dựng kịch bản chi tiết từng phút; bảng dự toán ngân sách xuất sắc, thực tế và tối ưu hóa chi phí
CLO3: Vận dụng được tiêu chuẩn chất lượng, kỹ năng quản trị nhân sự, hậu cần và	Chưa có kế hoạch hậu cần, phân công nhân sự không rõ ràng, thiếu kế hoạch truyền thông hoặc truyền thông sai đối	Vận dụng được một số kỹ năng hậu cần và nhân sự cơ bản; kế hoạch truyền thông còn đơn giản.	Kế hoạch hậu cần, điều phối nhân sự và nhà cung ứng rõ ràng; quy trình vận hành đồng bộ; kế hoạch truyền thông bài	Kế hoạch hậu cần xuất sắc; ma trận phân công nhân sự chuyên nghiệp; chiến lược truyền thông bùng nổ qua KOLs

CLO	Mức 1: YẾU (0 - 4.9)	Mức 2: TRUNG BÌNH (5.0 - 6.9)	Mức 3: KHÁ (7.0 - 8.4)	Mức 4: GIỎI (8.5 - 10)
truyền thông.	tượng mục tiêu.		bản trước - trong - sau sự kiện	
CLO4: Thể hiện được tinh thần tự chủ, trách nhiệm và lấy khách hàng làm trung tâm.	Các trải nghiệm thiết kế cho khách mời nghèo nan, chưa coi trọng khách hàng; báo cáo tiểu luận trình bày cầu thả; làm việc nhóm kém hiệu quả	Thiết kế được một số hoạt động trải nghiệm cho khách nhưng còn đại trà; báo cáo đúng bố cục nhưng còn lỗi hình thức; tinh thần tự chủ ở mức trung bình	Thiết kế được các điểm chạm trải nghiệm tinh tế; báo cáo trình bay rõ ràng, ít lỗi hình thức; nhóm phối hợp tốt, có trách nhiệm.	Trải nghiệm khách hàng được cá nhân hóa vượt trội (quà tặng, photo booth...); báo cáo chuyên nghiệp; nhóm thể hiện tính tự chủ cao.

Mô tả tổng quát mức năng lực qua điểm số (10 điểm)

- **Mức Giỏi (8.5 - 10 điểm):** Phân tích sâu vấn đề của tổ chức sự kiện, vận dụng hiệu quả kiến thức quản trị và đề xuất giải pháp có tính thực tiễn, sáng tạo.
- **Mức Khá (7.0 - 8.4 điểm):** Nắm vững nội dung học phần, phân tích và vận dụng được kiến thức vào tình huống thực tế nhưng chiều sâu chưa cao.
- **Mức Trung bình (5.0 - 6.9 điểm):** Hiểu được kiến thức cơ bản và đề xuất được giải pháp đơn giản cho tình huống thay đổi.
- **Mức Yếu (Dưới 5.0 điểm):** Chưa nắm được kiến thức cơ bản, thiếu khả năng phân tích và vận dụng trong thực tiễn.

12. Tài liệu phục vụ cho học phần

12.1. Tài liệu chính

Nguyễn Thị Mỹ Thanh (2015), *Tổ chức sự kiện và lễ hội*, NXB Lao động – Xã hội.

12.2. Tài liệu tham khảo

- Lưu Văn Nghiêm (2009), *Tổ chức sự kiện*, Nhà xuất bản Đại học Kinh tế Quốc dân.
- *Professional Event Coordination* (2004) - Julia Silvers WILEY.

TP. Hồ Chí Minh, ngày 04 tháng 06 năm 2025

Trưởng Khối ngành
(Ký và ghi rõ họ tên)



Lê Hồng Vương

Giảng viên
(Ký và ghi rõ họ tên)



Lê Hoàng Quang Đình



PHIẾU CHẤM THUYẾT TRÌNH VÀ PHẢN BIỆN NHÓM
Đánh giá theo Rubrics năng lực thực hiện CLO3

Học phần: **Quản trị sự kiện**

Lớp/Nhóm:

Chủ đề:

Giảng viên chấm:

Ngày chấm:

STT	Tiêu chí đánh giá	Điểm	Xuất sắc (85-100-%)	Khá (70-84%)	Trung bình (50-69%)	Yếu (<50%)	Điểm thành phần
1	Kỹ năng diễn đạt & thao tác tư duy	3	Diễn đạt trôi chảy; phối hợp nhuần nhuyễn ngôn ngữ cơ thể; làm chủ hoàn toàn bài nói.	Trình bày rõ ràng; mạch lạc; tự tin trong truyền tải nội dung.	Nói rõ ý nhưng còn phụ thuộc tài liệu; thao tác trình diễn chưa chuyên nghiệp.	Diễn đạt lúng túng; chủ yếu đọc slide; không kiểm soát được bài nói	
2	Năng lực phản biện trực tiếp	4	Phản xạ cực nhanh; biện luận sắc sảo; bảo vệ quan điểm vững vàng.	Trả lời đúng trọng tâm; lập luận logic và thuyết phục.	Trả lời được nhưng còn lúng túng; lập luận chưa chặt chẽ.	Không phản biện được hoặc giải thích sai lệch vấn đề.	
3	Kỹ năng phối hợp & tương tác nhóm	3	Phối hợp nhịp nhàng; hỗ trợ nhau hoàn hảo trong phản biện.	Phản công rõ ràng; hỗ trợ nhau tốt trong phản trình bày.	Các thành viên có tham gia nhưng tương tác còn yếu.	Hoạt động rời rạc; không thể hiện vai trò làm việc nhóm.	
TỔNG ĐIỂM							10.0



Nhận xét của giảng viên:

Điểm số	Điểm chữ	Xếp loại	Mức đạt CLO
.....			
GIẢNG VIÊN CHẤM			
(Ký và ghi rõ họ tên)			



PHIẾU CHẤM TIỂU LUẬN
Đánh giá theo Rubrics năng lực thực hiện CLOs

Học phần: **Quản trị sự kiện**

Lớp/Nhóm:

Chủ đề:

Giảng viên chấm:

Ngày chấm:

STT	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	Yếu < 5,0	Trung bình 5,0-6,9	Khá 7,0-8,4	Giỏi 8,5-10	Điểm thành phần
1	Cơ sở lý thuyết và phân tích vấn đề	20%	Nội dung phân tích bối cảnh, thị trường; chưa xác định đúng các đặc điểm và các yếu tố ảnh hưởng từ nơi tổ chức sự kiện.	Phân tích được các yếu tố cơ bản của bối cảnh sự kiện nhưng còn hạn chế, mang tính lý thuyết, chưa đào sâu được đặc điểm hành vi của khách hàng.	Phân tích tương đối đầy đủ bối cảnh, thị trường sản phẩm; xác định rõ các yếu tố ảnh hưởng tại nơi tổ chức sự kiện và có liên hệ thực tế phù hợp.	Phân tích đầy đủ, logic và có hệ thống các yếu tố ảnh hưởng (thị trường, đối thủ, khách hàng, pháp lý); đánh giá sâu sắc tác động của không gian tổ chức đến sự kiện.	
2	Giải pháp quản trị sự thay đổi	25%	Ý tưởng mờ nhạt; kịch bản chương trình thiếu chi tiết; không lập được bảng dự toán ngân sách	Thiết kế được chương trình và ngân sách ở mức cơ bản nhưng kịch bản còn sơ sài; bảng ngân	Xây dựng được kịch bản chương trình tương đối chi tiết; lập được bảng dự toán ngân sách hợp lý,	Phát triển được Concept độc đáo, sáng tạo; xây dựng kịch bản chi tiết từng phút; bảng	



STT	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	Yếu < 5,0	Trung bình 5,0-6,9	Khá 7,0-8,4	Giỏi 8,5-10	Điểm thành phần
			hoặc số liệu hoàn toàn phù thực tế.	sách chưa chi tiết, còn thiếu nhiều hạng mục quan trọng.	thực tế, phân chia rõ các hạng mục chi phí chính.	dự toán ngân sách xuất sắc, thực tế và tối ưu hóa chi phí.	
3	Hình thức trình bày và trích dẫn tài liệu	30%	Chưa có kế hoạch hậu cần; phân công nhân sự không rõ ràng; thiếu kế hoạch truyền thông hoặc truyền thông sai đối tượng mục tiêu.	Vấn dung được một số kỹ năng hậu cần và nhân sự cơ bản; kế hoạch truyền thông còn đơn giản.	Kế hoạch hậu cần, điều phối nhân sự và nhà cung ứng rõ ràng; quy trình vận hành đồng bộ; kế hoạch truyền thông bài bản trước - trong - sau sự kiện.	Kế hoạch hậu cần xuất sắc; ma trận phân công nhân sự chuyên nghiệp; chiến lược truyền thông bung nổ qua KOLs.	
4	Tình thần hợp tác và đóng góp nhóm	15%	Các trải nghiệm thiết kế cho khách mời nghèo nàn, chưa coi trọng khách hàng, bao cáo tiểu luận trình bày cấu thả; làm việc nhóm kém hiệu quả.	Thiết kế được một số hoạt động trải nghiệm cho khách nhưng còn đại trà; bao cáo đúng bố cục nhưng còn lỗi hình thức; tình thần tự chủ ở mức trung bình.	Thiết kế được các điểm chạm trải nghiệm tinh tế; bao cáo trình bày rõ ràng, ít lỗi hình thức; nhóm phối hợp tốt, có trách nhiệm	Trải nghiệm khách hàng được cá nhân hóa vượt trội (qua tặng, photo booth...); bao cáo chuyên nghiệp; nhóm thể hiện tính tự chủ cao	
TỔNG ĐIỂM							

Nhận xét của giảng viên:



Mức đạt CLO

.....

GIẢNG VIÊN CHĂM
(Ký và ghi rõ họ tên)

Xếp loại

.....

Điểm chữ

.....

Điểm số

.....





ĐỀ CƯƠNG CHI TIẾT HỌC PHẦN

1. Thông tin về học phần

- Tên học phần: **Thể hiện ý tưởng/Express ideas**
- Mã học phần: PUR430
- Số tín chỉ: 02
- Bậc đào tạo: Đại học
- Loại học phần: Tự chọn theo chuyên ngành sâu
- Học phần tiên quyết/ Học phần trước: Không
- Đơn vị phụ trách: Khoa Khoa học Xã hội và Nhân văn
- Số tín chỉ: 02 ; Số giờ: 100 , trong đó:
 - Hoạt động giảng dạy trên lớp: 30 Giờ
 - + Giờ giảng: 20 Giờ
 - + Thảo luận: 10 Giờ
 - Giờ kiểm tra: ...Giờ
 - Giờ tự học: 70 Giờ

2. Thông tin về giảng viên

Giảng viên 1:

- Họ và tên: Lê Thị Hoàng Liễu
- Chức danh, học vị: Tiến sỹ
- Thời gian làm việc: Giờ hành chính (8:00 -16:00)
- Địa điểm làm việc: Khoa Khoa học Xã hội và Nhân văn, Trường Đại học Văn Hiến
- Điện thoại: 0908303596
- Email: LieuLTH2@vhu.edu.vn

Giảng viên 2:

- Họ và tên: Lê Dương Khắc Minh
- Chức danh, học vị: Tiến sỹ
- Thời gian làm việc: Giờ hành chính (8.00 -16:00)
- Địa điểm làm việc: Khoa Khoa học Xã hội và Nhân văn, Trường Đại học Văn Hiến
- Điện thoại: 0918365444
- Email: minhldk@vhu.edu.vn



3. Tóm tắt nội dung học phần

Học phần cung cấp cho người học những kiến thức nền tảng về tư duy sáng tạo, phương pháp hình thành và phát triển ý tưởng trong lĩnh vực Quan hệ công chúng, quảng cáo và truyền thông. Học phần giới thiệu khái quát về bản chất của sáng tạo, các kỹ thuật kích hoạt ý tưởng, quy trình xây dựng và triển khai ý tưởng truyền thông, cũng như những yếu tố ảnh hưởng đến hiệu quả của một ý tưởng sáng tạo trong hoạt động quảng bá sản phẩm, thương hiệu và tổ chức. Bên cạnh đó, giúp người học nhận diện các tiêu chí đánh giá ý tưởng sáng tạo hiệu quả, biết vận dụng tư duy logic, khả năng phân tích và kỹ năng làm việc nhóm để xây dựng và trình bày ý tưởng truyền thông phù hợp với mục tiêu và đối tượng công chúng. Thông qua các hoạt động thảo luận, thực hành và trình bày ý tưởng, người học từng bước hình thành tư duy đổi mới, khả năng sáng tạo nội dung và thái độ chủ động trong lĩnh vực truyền thông và Quan hệ công chúng

4. Mục tiêu của học phần

Học phần trang bị cho người học kiến thức nền tảng về tư duy sáng tạo, quy trình và phương pháp hình thành ý tưởng trong lĩnh vực Quan hệ công chúng, quảng cáo và truyền thông; đồng thời giúp người học hiểu các yếu tố cấu thành, tiêu chí đánh giá và cách thức triển khai ý tưởng sáng tạo trong thực tiễn truyền thông. Trên cơ sở đó, học phần phát triển kỹ năng tư duy sáng tạo, phân tích và giải quyết vấn đề, xây dựng, trình bày và thực thi ý tưởng truyền thông cho sản phẩm, thương hiệu hoặc tổ chức; đồng thời nâng cao kỹ năng làm việc nhóm, thuyết trình và ứng dụng công cụ truyền thông trong thiết kế nội dung sáng tạo. Học phần cũng góp phần hình thành tinh thần chủ động, đổi mới sáng tạo, ý thức trách nhiệm nghề nghiệp và thái độ nghiêm túc trong quá trình xây dựng, triển khai và đánh giá các ý tưởng truyền thông trong lĩnh vực Quan hệ công chúng.

5. Chuẩn đầu ra của học phần

Sau khi hoàn thành học phần này, người học có thể:

Mã CDR	Nội dung chuẩn đầu ra	Mức độ
CLO1	Chỉ ra được những vấn đề cơ bản về tư duy sáng tạo, phương pháp và quy trình hình thành ý tưởng trong lĩnh vực Quan hệ công chúng và truyền thông.	Mức 3 (Vận dụng)
CLO2	Phân tích được các yếu tố cấu thành, tiêu chí đánh giá và hiệu quả của ý tưởng sáng tạo trong hoạt động quảng cáo và truyền thông.	Mức 4 (Phân tích)
CLO3	Thực hiện kỹ năng xây dựng, trình bày và triển khai ý tưởng truyền thông cho sản phẩm, thương hiệu hoặc tổ chức trong hoạt động Quan hệ công chúng.	Mức 4 (Thao tác)
CLO4	Xác định tinh thần chủ động, sáng tạo, trách nhiệm nghề nghiệp và thái độ hợp tác trong quá trình xây dựng và thực hiện ý tưởng truyền thông.	Mức 3 (Hình thành giá trị)

Ma trận liên kết/tương thích giữa CLOs và PLOs

Chuẩn đầu ra	PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5	PLO6	PLO7	PLO8
CLO1			X					
CLO2				X				
CLO3					X			
CLO4						X		

6. Nội dung chi tiết của học phần

6.1. Lý thuyết

Chương/Mục	Nội dung
Chương 1.	Tổng quan về sáng tạo
1.1.	Tư duy sáng tạo
1.2	Các vấn đề sáng tạo
1.3	Các vấn đề liên quan
Chương 2.	Bí quyết và nghệ thuật sáng tạo
2.1	Những sáng tạo ấn tượng
2.2	Nghệ thuật sáng tạo
2.3	Những điều lưu ý liên quan sáng tạo
Chương 3	Quy trình và các bước thực hiện sáng tạo ý tưởng quảng cáo
3.1	Kỹ thuật kích hoạt ý tưởng
3.2	Quy trình sáng tạo ý tưởng
3.3	Lựa chọn và thể hiện, trình bày ý tưởng
3.4.	Các bước sáng tạo và thực hiện ý tưởng quảng cáo
Chương 4	Đánh giá ý tưởng sáng tạo hiệu quả
4.1	Sự độc đáo và khác biệt
4.2	Kết nối chặt chẽ với thương hiệu
4.3	Tác động vào cảm xúc
4.4	Hiệu quả của sáng tạo

6.2. Thực hành

	Nội dung
6.2.1	Bài tập cá nhân

	Nội dung
	Thực hành xây dựng và trình bày ý tưởng sáng tạo cho một sản phẩm, thương hiệu hoặc sự kiện truyền thông; phân tích và đánh giá hiệu quả của một mẫu quảng cáo hoặc chiến dịch truyền thông sáng tạo.
6.2.2	Bài tập nhóm
	Xây dựng đề án ý tưởng truyền thông tích hợp cho một doanh nghiệp hoặc tổ chức; thiết kế và thuyết trình ý tưởng quảng bá sáng tạo thông qua poster, video ngắn hoặc kế hoạch truyền thông ứng dụng trong Quan hệ công chúng

7. Phân bổ thời gian theo tiết (1 tín chỉ = 15 giờ)

Chương	Tên chương	Số giờ				
		Giờ giảng	Thảo luận	Giờ kiểm tra	Giờ Tự học	Tổng
1	Tổng quan về sáng tạo	5	2		15	22
2	Bí quyết và nghệ thuật sáng tạo	5	3		20	28
3	Quy trình và các bước thực hiện sáng tạo ý tưởng quảng cáo	5	3		15	23
4	Đánh giá ý tưởng sáng tạo hiệu quả	5	2		20	27
	Tổng	20	10		70	100

CÁC CHỦ ĐỀ THẢO LUẬN VÀ THUYẾT TRÌNH

1. Vai trò của tư duy sáng tạo trong hoạt động Quan hệ công chúng và truyền thông hiện đại.
2. Các phương pháp và kỹ thuật kích hoạt ý tưởng sáng tạo trong quảng cáo và PR
3. Phân tích những yếu tố tạo nên một ý tưởng truyền thông sáng tạo và hiệu quả.
4. Quy trình xây dựng và triển khai ý tưởng quảng cáo cho sản phẩm hoặc thương hiệu.
5. Ảnh hưởng của công nghệ số và mạng xã hội đối với hoạt động sáng tạo nội dung truyền thông
6. Phân tích một chiến dịch quảng cáo hoặc PR sáng tạo thành công tại Việt Nam hoặc trên thế giới.
7. Vai trò của storytelling trong xây dựng ý tưởng truyền thông và quảng bá thương hiệu.
8. Những lưu ý về đạo đức, bản quyền và trách nhiệm xã hội trong hoạt động sáng tạo ý tưởng truyền thông.

Ma trận liên kết/tương thích giữa CLOs và nội dung (các chương) của học phần

Nội dung chương	CLO1	CLO2	CLO3	CLO4
Chương 1. Tổng quan về sáng tạo	X			
Chương 2. Bí quyết và nghệ thuật sáng tạo	X	X		
Chương 3. Quy trình và các bước thực hiện sáng tạo ý tưởng quảng cáo		X		X
Chương 4. Đánh giá ý tưởng sáng tạo hiệu quả		X		X

8. Phương pháp giảng dạy - học

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

- Thuyết giảng
- Phát vấn
- Giải quyết vấn đề
- Tự học có hướng dẫn
- Thuyết trình – phân biện nhóm

Ma trận liên kết/tương thích giữa CLOs với phương pháp giảng dạy- học

Phương pháp giảng dạy	CLO1	CLO2	CLO3	CLO4
Thuyết giảng	X	X		
Phát vấn	X	X	X	
Giải quyết vấn đề		X	X	X
Tự học có hướng dẫn	X	X	X	X
Thuyết trình – phân biện nhóm		X	X	X

9. 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).
- Đọc tài liệu bắt buộc và tham khảo thêm tài liệu do giảng viên giới thiệu.
Hoàn thành đầy đủ các bài tập cá nhân, bài làm thuyết trình nhóm
- Tham gia kỳ thi trắc nghiệm kết thúc học phần.

10. 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.

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

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

TT	Điểm thành phần	Hình thức đánh giá	Trọng số
1	Giữa kỳ	Chuyên cần (dự lớp 10%) + Thuyết trình – Phản biện nhóm (30%)	40%
2	Kết thúc học phần	Tiểu luận	60%

Điểm đánh giá quá trình: trọng số 40%, bao gồm:

- Điểm chuyên cần: trọng số 10%
- Điểm kiểm tra thường xuyên: trọng số 30%. Theo thang điểm 10, dựa trên đáp án và hướng dẫn điểm được thiết kế sẵn.

Tiêu chí đánh giá	Mức độ đạt chuẩn quy định				
	Mức F (0-3.9)	Mức D (4.0-5.4)	Mức C (5.5-6.9)	Mức B (7.0-8.4)	Mức A (8.5-10)
Chuyên cần, tham gia học tập (CLO4)	Vắng quá 30% số buổi; không tham gia hoạt động học tập.	Tham gia dưới 50% số buổi; chuẩn bị bài rất hạn chế.	Tham gia khoảng 50%-70% số buổi; có chuẩn bị nhưng đóng góp chưa thường xuyên.	Tham gia khoảng 70%-90% số buổi; chuẩn bị bài và đóng góp tương đối tích cực.	Tham gia đầy đủ; chuẩn bị bài tốt, tích cực thảo luận, hỗ trợ nhóm và nộp bài đúng hạn.

- Điểm kiểm tra thường xuyên: trọng số 30%. Theo thang điểm 10, dựa trên đáp án và hướng dẫn điểm được thiết kế sẵn.

11.2. Kế hoạch đo CLOs

Đánh giá người học	CLOs	Trọng số	Miền	Thời gian lấy dữ liệu	Công cụ đánh giá	Ghi chú	Điểm lấy dữ liệu
Thi cuối kỳ (Tiểu luận cuối kỳ)	CLO1 ; CLO2 ;	60%	Kiến thức	Tuần 6	Tiểu luận cuối kỳ – Rubric đánh giá tiểu luận (11.3.a)	Chỉ ra khả năng phân tích tư duy sáng tạo, vận dụng quy trình xây dựng ý tưởng và đề xuất	Lấy dữ liệu đo từ CLO1; CLO2

Đánh giá người học	CLOs	Trọng số	Miền	Thời gian lấy dữ liệu	Công cụ đánh giá	Ghi chú	Điểm lấy dữ liệu
						giải pháp truyền thông sáng tạo cho sản phẩm, thương hiệu hoặc tổ chức.	
Quá trình	CLO2 ; CLO3	30%	Kiến thức và kỹ năng	Tuần 1-5	Bài tập tình huống, thảo luận; thuyết trình – phản biện nhóm (11.3.a)	Thực hiện kỹ năng phân tích ý tưởng, xây dựng và trình bày ý tưởng truyền thông, kỹ năng sáng tạo, làm việc nhóm và phản biện.	Lấy dữ liệu đo từ CLO2; CLO3
Quá trình	CLO4	10%	Tự chủ và trách nhiệm học tập	Suốt học kỳ (Tuần 1-6)	Bảng kiểm soát chuyên cần; (11.3.b)	Xác định tinh thần chủ động, ý thức trách nhiệm, thái độ hợp tác và sự tích cực trong quá trình học tập và thực hành sáng tạo ý tưởng.	Lấy dữ liệu đo từ CLO4

11.3. Công cụ đo CLO:

a. Ma trận đặc tả

Hình thức đánh giá	Nội dung trọng tâm	CLO	Mức độ (Bloom)	Công cụ đo	Minh chứng
Chuyên cần & tham gia (10%)	Tham gia học tập, thảo luận, chuẩn bị bài, tinh thần hợp tác và ý thức trách nhiệm trong hoạt động xây dựng ý tưởng sáng tạo.	CLO4	Level 3 Apply	Bảng kiểm chuyên cần; quan sát lớp; câu hỏi phát vấn	Số điểm danh; ghi nhận của GV
Thuyết trình nhóm (30%)	Phân tích ý tưởng sáng tạo; kỹ năng xây dựng, trình bày và phản biện ý tưởng truyền thông cho sản phẩm, thương hiệu hoặc tổ chức.	CLO2, CLO3	Level 2-3 Understand – Apply	Rubric thuyết trình & phản biện nhóm	Slide thuyết trình; phiếu đánh giá
Tiểu luận cuối kỳ (60%)	Xây dựng và đánh giá ý tưởng truyền thông sáng tạo; vận dụng quy trình sáng tạo ý tưởng trong thiết kế chiến dịch quảng bá hoặc truyền thông PR.	CLO2, CLO3,	Level 3 Apply	Rubric tiểu luận cuối kỳ	Bài tiểu luận;

Rubrics định nghĩa mức năng lực cho các CLO1 - CLO2

CLO	Mức 1: YẾU (0-4.9)	Mức 2: TRUNG BÌNH (5.0-6.9)	Mức 3: KHÁ (7.0-8.4)	Mức 4: GIỎI (8.5-10)
Giải thích được những vấn đề cơ bản về tư duy sáng tạo và quy trình hình thành ý tưởng truyền thông.	Không giải thích được các khái niệm và nội dung cơ bản về sáng tạo ý tưởng.	Giải thích được một phần nội dung cơ bản về tư duy và quy trình sáng tạo ý tưởng.	Giải thích khá đầy đủ các phương pháp, quy trình và vai trò của sáng tạo ý tưởng trong truyền thông.	Giải thích đầy đủ, logic và có khả năng liên hệ thực tiễn về tư duy sáng tạo và hình thành ý tưởng truyền thông.

CLO	Mức 1: YẾU (0–4.9)	Mức 2: TRUNG BÌNH (5.0–6.9)	Mức 3: KHÁ (7.0–8.4)	Mức 4: GIỎI (8.5–10)
Phân tích và vận dụng được các yếu tố cấu thành và tiêu chí đánh giá ý tưởng sáng tạo trong hoạt động PR	Không phân tích hoặc vận dụng được các yếu tố của ý tưởng sáng tạo.	Phân tích và vận dụng được một phần các yếu tố của ý tưởng sáng tạo.	Phân tích khá đầy đủ và vận dụng hợp lý các tiêu chí đánh giá ý tưởng sáng tạo trong truyền thông.	Phân tích logic, vận dụng hiệu quả các tiêu chí sáng tạo trong xây dựng và triển khai ý tưởng truyền thông PR.

Mô tả tổng quát mức năng lực qua điểm số (10 điểm)

Mức Giỏi (8.5 – 10): Hiểu rõ kiến thức, giải thích logic, có khả năng liên hệ thực tiễn.

Mức Khá (7.0 – 8.4): Nắm vững nội dung cơ bản, giải thích tương đối đầy đủ.

Mức Trung bình (5.0 – 6.9): Hiểu ở mức cơ bản, còn hạn chế trong giải thích và liên hệ.

Mức Yếu (<5.0): Chưa nắm được kiến thức cốt lõi, trả lời thiếu chính xác.

b. Rubric đánh giá thuyết trình và phân biện

Mục tiêu: Đo lường kỹ năng Tâm vận động (CLO3) qua phân xạ tư duy và tương tác trực tiếp.

ST T	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	CLO đo lường	Xuất sắc (8.5 - 10)	Khá (7.0 - 8.4)	Trung bình (5.0 - 6.9)	Yếu (< 5.0)
1	Kỹ năng diễn đạt & thao tác tư duy	30%	CLO3 Tâm vận động Mức 3	Diễn đạt trôi chảy, có điểm nhấn; phối hợp hiệu quả lời nói, ánh mắt, cử chỉ và phương tiện trình chiếu;	Trình bày rõ ràng, mạch lạc; sử dụng ngôn ngữ cơ thể tương đối phù hợp; thao tác tư	Nêu được ý chính nhưng còn phụ thuộc nhiều vào slide/tài liệu; diễn đạt chưa thật liên mạch, thao tác tư	Diễn đạt lúng túng, chủ yếu đọc slide; không kiểm soát được bài nói; mạch tư duy rời

ST T	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	CLO đo lượng	Xuất sắc (8.5 - 10)	Khá (7.0 - 8.4)	Trung bình (5.0 - 6.9)	Yếu (< 5.0)
				xử lý mạch tư duy linh hoạt khi trình bày nội dung/công cụ truyền thông PR.	duy logic, truyền tải được trọng tâm vấn đề PR.	duy và ví dụ PR còn đơn giản.	rạc hoặc trình bày sai lệch nội dung PR.
2	Năng lực phản biện trực tiếp	40%	CLO3 Tâm vận động Mức 3	Phản xạ nhanh trước câu hỏi; trả lời đúng trọng tâm; biện luận sắc sảo, có căn cứ; sử dụng ví dụ PR phù hợp và bảo vệ quan điểm vững vàng trước chất vấn.	Trả lời đúng trọng tâm câu hỏi; lập luận khá logic và thuyết phục; có thể điều chỉnh câu trả lời khi được hỏi sâu hoặc phản biện thêm.	Trả lời được một phần câu hỏi nhưng còn lúng túng; lập luận chưa chặt chẽ, ví dụ minh họa chưa thật phù hợp với bối cảnh PR.	Không phản biện được, né tránh câu hỏi hoặc trả lời sai lệch, không bảo vệ được quan điểm khi bị chất vấn trực tiếp.
3	Kỹ năng phối hợp & tương tác nhóm	30%	CLO3 Tâm vận động Mức 3	Phối hợp nhịp nhàng giữa các thành viên; phân vai rõ ràng; hỗ trợ nhau hiệu quả khi trình bày và phản biện; tương tác tích cực	Nhóm có phân công rõ; chuyển tiếp tương đối mạch lạc; các thành viên hỗ trợ nhau tốt trong phản trình	Có phân công nhiệm vụ nhưng phối hợp chưa đồng đều; chuyển tiếp còn rời; một số thành viên tham gia hạn chế trong tương	Hoạt động nhóm rời rạc; thiếu phân công hoặc phối hợp; không thể hiện được vai trò của làm việc nhóm

ST T	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	CLO đo lượng	Xuất sắc (8.5 - 10)	Khá (7.0 - 8.4)	Trung bình (5.0 - 6.9)	Yếu (< 5.0)
				với giảng viên và người học.	bày và trả lời câu hỏi.	tác và phản biện.	trong trình bày và phản biện.

c. Rubric đánh giá tiểu luận

STT	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	CLO đo lượng	Xuất sắc (8.5 – 10)	Khá (7.0 – 8.4)	Trung bình (5.0 – 6.9)	Yếu (<5.0)
1	Xác định chủ đề, tên tiểu luận và mục tiêu học tập/nghiên cứu	20%	CLO2	Xác định rõ chủ đề. Tên tiểu luận, mục tiêu phù hợp và có ý nghĩa	Xác định đúng nhưng mục tiêu chưa thật rõ	Tên tiểu luận còn chung chung	Tên tiểu luận còn rất đại khái, chưa thể hiện được mục tiêu
2	Tìm kiếm và sử dụng tài liệu tham khảo	20%	CLO2	Tìm được tài liệu phù hợp, biết trích dẫn cơ bản	Có tài liệu tham khảo nhưng chưa đa dạng	Tài liệu còn ít hoặc chưa phù hợp	Tài liệu còn ít hoặc chưa phù hợp
3	Xây dựng nội dung đề cương nghiên cứu	30%	CLO2, CLO3	Tiểu luận đầy đủ, trình bày logic, có tính khả thi	Tiểu luận tương đối đầy đủ	Tiểu luận còn sơ sài	Tiểu luận còn rất sơ sài
4	Kỹ năng trình bày học thuật	15%	CLO2	Trình bày rõ ràng, đúng quy định, ít lỗi	Trình bày tương đối tốt	Còn nhiều lỗi trình bày	Còn nhiều lỗi trình bày
5	Tinh thần học tập và trách nhiệm	15%	CLO5	Chủ động, nộp bài đúng hạn, có đầu tư	Tham gia khá đầy đủ	Tham gia còn hạn chế	Tham gia còn rất hạn chế

Lưu ý cho việc thống kê đạt chuẩn:

CLO2 (Nhận thức): Được đo lường chủ yếu qua Tiêu chí 1 của bài viết. Nếu sinh viên đạt từ 5.0 trở lên ở tiêu chí này, nghĩa là đã đạt chuẩn CLO2 ở mức độ "Hiệu".

CLO3 (Tâm vận động): Được đo lường tổng hợp qua Tiêu chí 2 của bài viết và tất cả tiêu chí thuyết trình. Đây là điểm số thể hiện kỹ năng biện luận và phản xạ thực tế của sinh viên.

12. Tài liệu phục vụ cho học phần

12.1. Tài liệu chính

- Vương Dương, Nguyễn Đức Thanh, *Ý tưởng sáng tạo nâng cao hiệu quả kế hoạch /* NXB. Lao động - Xã hội.

12.2. Tài liệu tham khảo

- Jim Blythe, Mạc Tú Anh - Hoàng Dương dịch (2019) *100 ý tưởng PR tuyệt hay từ những công ty hàng đầu trên khắp thế giới*, NXB Tp.HCM Trẻ.

TP Hồ Chí Minh, ngày 04 tháng 06 năm 2025

Trưởng Khối ngành

(Ký và ghi rõ họ tên)



Nguyễn Thị Hồng Thủy

Giảng viên

(Ký và ghi rõ họ tên)



Lê Thị Hoàng Liễu



PHIẾU CHẤM THUYẾT TRÌNH VÀ PHẢN BIỆN NHÓM
Đánh giá theo Rubrics năng lực thực hiện CLO3

Học phần: Thể hiện ý tưởng
Lớp/Nhóm.
Chủ đề:
Giảng viên chấm:
Ngày chấm:

STT	Tiêu chí đánh giá	Điểm	Xuất sắc (85-100-%)	Khá (70-84%)	Trung bình (50-69%)	Yếu (<50%)	Điểm thành phần
1	Kỹ năng diễn đạt & thao tác tư duy	3	Diễn đạt trôi chảy; phối hợp nhuần nhuyễn ngôn ngữ cơ thể; làm chủ hoàn toàn bài nói.	Trình bày rõ ràng; mạch lạc; tự tin trong truyền tải nội dung.	Nói rõ ý nhưng còn phụ thuộc tài liệu; thao tác trình diễn chưa chuyên nghiệp.	Diễn đạt lúng túng; chủ yếu đọc slide; không kiểm soát được bài nói.	
2	Năng lực phản biện trực tiếp	4	Phản xạ cực nhanh; biện luận sắc sảo; bảo vệ quan điểm vững vàng.	Trả lời đúng trọng tâm; lập luận logic và thuyết phục.	Trả lời được nhưng còn lúng túng; lập luận chưa chặt chẽ	Không phản biện được hoặc giải thích sai lệch vấn đề.	
3	Kỹ năng phối hợp & tương tác nhóm	3	Phối hợp nhịp nhàng; hỗ trợ nhau hoàn hảo trong phản biện.	Phản công rõ ràng; hỗ trợ nhau tốt trong phần trình bày.	Các thành viên có tham gia nhưng tương tác còn yếu.	Hoạt động rời rạc; không thể hiện vai trò làm việc nhóm.	
TỔNG ĐIỂM							10.0

Nhận xét của giảng viên:



Điểm số
.....

Điểm chữ
.....

Xếp loại
.....

Mức đạt CLO
.....

GIẢNG VIÊN CHĂM
(Ký và ghi rõ họ tên)



PHIẾU CHẤM TIỂU LUẬN

Đánh giá theo Rubrics đánh giá năng lực làm tiểu luận qua CLOs

Học phần: **Thế hiện ý tưởng**

Lớp/Nhóm/Cá nhân:

Chủ đề:

Giảng viên chấm

Ngày chấm

TT	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	CLO đo	Xuất sắc (8.5 – 10)	Khá (7.0 – 8.4)	Trung bình (5.0 – 6.9)	Yếu (<5.0)	Điểm
1	Xác định chủ đề, tên tiểu luận và mục tiêu học tập/nghiên cứu	20%	CLO2	Xác định rõ chủ đề Tên tiểu luận, mục tiêu phù hợp và có ý nghĩa	Xác định đúng nhưng mục tiêu chưa thật rõ	Tên tiểu luận còn chung chung	Tên tiểu luận còn rất đại khái, chưa thể hiện được mục tiêu	
2	Tìm kiếm và sử dụng tài liệu tham khảo	20%	CLO2	Tìm được tài liệu phù hợp, biết trích dẫn cơ bản	Có tài liệu tham khảo nhưng chưa đa dạng	Tài liệu còn ít hoặc chưa phù hợp	Tài liệu còn ít hoặc chưa phù hợp	
3	Xây dựng nội dung đề cương nghiên cứu	30%	CLO2, CLO3	Tiểu luận đầy đủ, trình bày logic, có tính khả thi	Tiểu luận tương đối đầy đủ	Tiểu luận còn sơ sài	Tiểu luận còn rất sơ sài	
4	Kỹ năng trình bày học thuật	15%	CLO2	Trình bày rõ ràng, đúng quy định, ít lỗi	Trình bày tương đối tốt	Còn nhiều lỗi trình bày	Còn nhiều lỗi trình bày	



TT	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	CLO đo	Xuất sắc (8.5 – 10)	Khá (7.0 – 8.4)	Trung bình (5.0 – 6.9)	Yếu (<5.0)	Điểm
5	Tinh thần học tập và trách nhiệm	15%	CLO5	Chủ động, nộp bài đúng hạn, có đầu tư	Tham gia đầy đủ	Tham gia còn hạn chế	Tham gia còn rất hạn chế	
TỔNG ĐIỂM								

Nhận xét của giảng viên:

Điểm số	Điểm chữ	Xếp loại	Mức đạt CLO
.....			
GIẢNG VIÊN CHẤM			
(Ký và ghi rõ họ tên)			





ĐỀ CƯƠNG CHI TIẾT HỌC PHẦN

1. Thông tin về học phần

- Tên học phần: **Phát ngôn viên tổ chức/Organization spokesperson**
- Mã học phần: PUR432
- Số tín chỉ: 2
- bậc đào tạo: Đại học
- Loại học phần: Tự chọn theo chuyên ngành sâu
- Học phần tiên quyết/ Học phần trước: Không
- Đơn vị phụ trách: . Khoa Khoa học Xã hội và Nhân Văn
 - Số tín chỉ: 02 ; Số giờ: 100, trong đó:
 - Hoạt động giảng dạy trên lớp: 30 Giờ
 - + Giờ giảng: 20 .Giờ
 - + Thảo luận: 10 Giờ
 - Giờ kiểm tra: ..Giờ
 - Giờ tự học: 70 Giờ

2. Thông tin về giảng viên

Giảng viên 1:

- Họ và tên: Phạm Quốc Hưng
- Chức danh, học vị: Tiến Sĩ
- Thời gian làm việc: Giờ hành chính (8:00 -16:00)
- Địa điểm làm việc: Khoa Khoa Học Xã hội Và Nhân Văn, Trường Đại Học Văn Hiến
- Điện thoại: 0903676178
- Email: hungpq@vhu.edu.vn

Giảng viên 2.

- Họ và tên: Nguyễn Thị Hồng Thùy
- Chức danh, học vị: Thạc Sĩ
- Thời gian làm việc: Giờ hành chính (8:00 -16:00)
- Địa điểm làm việc: Khoa Khoa Học Xã hội Và Nhân Văn, Trường Đại Học Văn Hiến
- Điện thoại: 0918058901



- Email: thuynt@vhu.edu.vn

3. Tóm tắt nội dung học phần

Học phần giới thiệu các kiến thức tổng quan về phát ngôn viên tổ chức, phát ngôn trong bộ ngoại giao và phát ngôn trong tổ chức, doanh nghiệp. Học phần trình bày và giải thích các khái niệm cơ bản trong lĩnh vực phát ngôn viên tổ chức. Bên cạnh đó, học phần còn giúp sinh tiếp cận lý thuyết và ứng dụng thực hành với những kinh nghiệm thực tiễn sinh động qua việc tổ chức họp báo, đóng vai các diễn giả, chuyên viên đại diện truyền thông, đối ngoại trả lời phỏng vấn và phóng viên đặt câu hỏi.

4. Mục tiêu của học phần

Học phần trang bị cho người học kiến thức tổng quan về vai trò, chức năng, tổ chức và yêu cầu nghề nghiệp của người phát ngôn trong tổ chức, đồng thời giúp người học hiểu cách sử dụng nội dung, ngôn từ, giọng điệu và phong cách phát ngôn phù hợp với từng bối cảnh truyền thông. Trên cơ sở đó, học phần rèn luyện kỹ năng phát hiện và xử lý tình huống, rủi ro truyền thông; chuẩn bị và lập kế hoạch họp báo, phát ngôn, trả lời phỏng vấn; đồng thời phát triển kỹ năng phân tích, lập luận, giải quyết vấn đề, làm việc nhóm và thuyết trình. Học phần cũng góp phần hình thành thái độ cẩn trọng, tự tin, có chiến lược, tinh thần tự học, trách nhiệm đối với nội dung phát ngôn, ý thức đạo đức nghề nghiệp và cam kết duy trì uy tín, trách nhiệm xã hội của tổ chức trước công chúng.

5. Chuẩn đầu ra của học phần

Sau khi hoàn thành học phần này, người học có thể

Mã CDR	Nội dung chuẩn đầu ra	Mức độ
CLO1	Phân tích được vai trò, chức năng và trách nhiệm của phát ngôn viên trong hoạt động truyền thông của tổ chức.	Mức 4 (Phân tích)
CLO2	Đánh giá được các yếu tố ảnh hưởng đến hiệu quả phát ngôn và quản trị thông tin của tổ chức trong môi trường truyền thông hiện đại.	Mức 5 (Đánh giá)
CLO3	Xây dựng được các chiến lược phát ngôn tích hợp nhằm nâng cao hình ảnh và thương hiệu của tổ chức trong môi trường truyền thông đa nền tảng. .	Mức 5 (Tự nhiên hóa)
CLO4	Thể hiện được bản lĩnh điềm tĩnh, tính cẩn trọng cao độ, trách nhiệm xã hội, và cam kết tuyệt đối bảo mật thông tin nội bộ của tổ chức, doanh nghiệp trước áp lực của dư luận	Mức 5 (Đặc trưng hóa các giá trị)

Ma trận liên kết/ tương thích giữa CLOs và PLOs

Chuẩn đầu ra	PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5	PLO6	PLO7	PLO8
CLO1			X					
CLO2						X		
CLO3							X	
CLO4								X

6. Nội dung chi tiết của học phần

6.1. Lý thuyết

Chương	Nội dung
Chương 1.	Tổng quan về phát ngôn viên tổ chức
1.1	Khái niệm phát ngôn viên
1.2	Lịch sử nghề phát ngôn
1.3	Vai trò của người phát ngôn
1.4	Yêu cầu đối với phát ngôn viên
Chương 2.	Phát ngôn trong Bộ ngoại giao và phát ngôn trong Tổ chức, Doanh nghiệp
2.1	Phát ngôn viên trong Ngoại giao
2.2	Phát ngôn viên trong Tổ chức
2.3	Phát ngôn viên trong Doanh nghiệp
Chương 3	Các tố chất cần có trong một người phát ngôn
3.1	Các tố chất cần có người phát ngôn trong ngoại giao
3.2	Các tố chất cần có người phát ngôn trong tổ chức
3.3	Các tố chất cần có người phát ngôn trong doanh nghiệp
Chương 4	Những điều lưu ý khi tiếp xúc với báo chí
Chương 5	Phát ngôn cá nhân trong đời sống và trong công việc
5.1	Phát ngôn cá nhân trong đời sống

Chương	Nội dung
5.2	Phát ngôn cá nhân trong công việc

6.2. Thực hành

	Nội dung
6.2.1	Bài tập cá nhân
	Chuẩn bị câu trả lời, biện luận, chứng minh.. -Giảng viên cung cấp trước một tình huống sự cố khẩn cấp ngắn (Ví dụ. Lãnh đạo tổ chức bị phát tán phát ngôn sai lệch trên mạng xã hội, hoặc doanh nghiệp bị một khách hàng khiếu nại công khai). -Cá nhân sinh viên tự nghiên cứu, soạn thảo văn bản phát ngôn chính thức (thông cáo báo chí ngắn hoặc câu trả lời soundbite dưới 200 chữ) --Sinh viên tự thực hiện trả lời phỏng vấn nhanh, biện luận để bảo vệ hình ảnh tổ chức và chứng minh tính đúng đắn của thông điệp phát ngôn dựa trên các quy tắc đạo đức.
6.2.2	Bài tập nhóm
	Nhiệm vụ của người học Chuẩn bị câu trả lời, biện luận, chứng minh. - Nội dung thực hành chi tiết: Giảng viên cung cấp trước một tình huống giả định (Ví dụ: Một doanh nghiệp bị rò rỉ dữ liệu khách hàng hoặc xảy ra sự cố lỗi sản phẩm hàng loạt). - Các nhóm sinh viên tiến hành nghiên cứu các điều luật (Luật Báo chí 2016, Nghị định 09/2017/NĐ-CP) và các quy tắc đạo đức truyền thông để xây dựng thông điệp cốt lõi (Key Message). - Sinh viên đóng vai người phát ngôn để đưa ra câu trả lời lập luận, biện luận bảo vệ uy tín tổ chức và chứng minh tính hợp pháp của phương án xử lý trước các câu hỏi chất vấn từ giảng viên.

7. Phân bổ thời gian theo tiết (1 tín chỉ = 15 giờ)

Chương	Tên chương	Số tiết tín chỉ					Ghi chú
		Lý thuyết	Bài tập	Thực hành	Tự học	Tổng	
1	Tổng quan về phát ngôn viên tổ chức	4			10	14	

Chương	Tên chương	Số tiết tín chỉ					Ghi chú
		Lý thuyết	Bài tập	Thực hành	Tự học	Tổng	
2	Phát ngôn trong bộ Ngoại giao và phát ngôn trong Tổ chức, Doanh nghiệp	4			20	24	
3	Các tố chất cần có trong một người phát ngôn	4			15	19	
4	Những điều lưu ý khi tiếp xúc với báo chí	4		5	15	24	
5	Phát ngôn cá nhân trong đời sống và trong công việc	4		5	10	19	
Tổng		20		10	70	100	

CÁC CHỦ ĐỀ THẢO LUẬN VÀ THUYẾT TRÌNH

1. Phát ngôn viên trong tổ chức là gì? Cho ví dụ?
2. Những lưu ý khi tiếp xúc với báo chí?
3. Những tố chất cần có của một người phát ngôn?
4. Giữa việc bảo vệ bí mật thông tin của doanh nghiệp và quyền được biết sự thật của công chúng, người phát ngôn cần cân bằng cán cân đạo đức này như thế nào?
5. Khi Ban lãnh đạo tổ chức đưa ra thông tin sai sự thật và yêu cầu bạn phát ngôn lại thông tin đó, bạn sẽ xử lý thế nào?
6. Khi tổ chức sai sót, người phát ngôn nên ưu tiên bảo vệ lợi ích kinh tế/pháp lý của tổ chức trước, hay ưu tiên xoa dịu cảm xúc của công chúng trước? Tại sao?

Ma trận liên kết/tương thích giữa CLOs và nội dung (các chương) của học phần

Nội dung chương	CLO1	CLO2	CLO3	CLO4
Chương 1. Tổng quan về phát ngôn viên tổ chức	X			
Chương 2. Phát ngôn trong bộ Ngoại giao và phát ngôn trong Tổ chức, Doanh nghiệp	X			
Chương 3. Các tố chất cần có trong một người phát ngôn		X		
Chương 4. Những điều lưu ý khi tiếp xúc với báo chí			X	X

Nội dung chương	CLO1	CLO2	CLO3	CLO4
Chương 5. Phát ngôn cá nhân trong đời sống và trong công việc	X			X

8. Phương pháp giảng dạy – học

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

- Thuyết giảng
- Phát vấn
- Giải quyết vấn đề truyền thông
- Tự học có hướng dẫn
- Thuyết trình – phản biện nhóm

Ma trận liên kết/tương thích giữa CLOs với phương pháp giảng dạy- học

Phương pháp giảng dạy	CLO1	CLO2	CLO3	CLO4
Thuyết giảng	X	X		
Phát vấn	X	X		
Giải quyết vấn đề truyền thông	X	X	X	
Tự học có hướng dẫn	X	X	X	X
Thuyết trình – phản biện nhóm		X	X	X

9. 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).
Đọc tài liệu bắt buộc và tham khảo thêm tài liệu do giảng viên giới thiệu
- Hoàn thành đầy đủ các bài tập cá nhân, bài làm thuyết trình nhóm.
- Tham dự kiểm tra giữa học kỳ
- Tham dự thi kết thúc học phần.
- Tích cực chuẩn bị các hoạt động được phân công thực hiện theo nhóm, có tinh thần trách nhiệm cao
- Thái độ ham học hỏi, tích cực tham gia phát biểu, nhận xét, đóng góp ý kiến trong các buổi học.

10. 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.

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

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

TT	Điểm thành phần	Hình thức đánh giá	Trọng số
1	Giữa kỳ	Chuyên cần (dự lớp 10%) + Thuyết trình – Phản biện nhóm (30%)	40%
2	Kết thúc học phần	Tiểu Luận	60%

Điểm đánh giá quá trình: trọng số 40%, bao gồm:

- Điểm chuyên cần: trọng số 10%

Tiêu chí đánh giá	Mức độ đạt chuẩn quy định					Trọng số
	Mức F (0-3.9)	Mức D (4.0-5.4)	Mức C (5.5-6.9)	Mức B (7.0-8.4)	Mức A (8.5-10)	
Chuyên cần, tham gia học tập (CLO4)	Vắng quá 30% số buổi; không tham gia hoạt động học tập.	Tham gia dưới 50% số buổi; chuẩn bị bài rất hạn chế.	Tham gia khoảng 50%-70% số buổi; có chuẩn bị nhưng đóng góp chưa thường xuyên.	Tham gia khoảng 70%-90% số buổi; chuẩn bị bài và đóng góp tương đối tích cực.	Tham gia đầy đủ; chuẩn bị bài tốt; tích cực thảo luận, hỗ trợ nhóm và nộp nhiệm vụ đúng hạn.	100%

- Điểm kiểm tra thường xuyên: trọng số 30% theo thang điểm 10, dựa trên đáp án và hướng dẫn điểm được thiết kế sẵn.

11.2. Kế hoạch đo CLOs

Đánh giá người học	CLOs	Trọng số	Miền	Thời gian lấy dữ liệu	Công cụ đánh giá	Ghi chú	Điểm lấy dữ liệu
Thi cuối kỳ	CLO1, CLO2;	60%	Kiến thức	Tuần 6	Tiểu luận/kết hợp tình	CLO1 Đánh giá mức độ	Lấy dữ liệu đo

Đánh giá người học	CLOs	Trọng số	Miền	Thời gian lấy dữ liệu	Công cụ đánh giá	Ghi chú	Điểm lấy dữ liệu
					huống thực tiễn (11.3.a)	hiếu và phân tích kiến thức về phát ngôn viên tổ chức. CLO2: Đánh giá khả năng vận dụng kiến thức vào xử lý tình huống phát ngôn.	CLO1, CLO2
Quá trình	CLO2; CLO3	30%	Kiến thức và kỹ năng	Tuần 3 - 5	Thuyết trình nhóm, bài tập tình huống, hướng, phân biện nhóm (11.3.b,c)	CLO2: Nội dung báo cáo. CLO3: Kỹ năng phối hợp và biện luận.	Lấy dữ liệu đo CLO2 CLO3
Chuyên cần và thái độ học tập	CLO4	10%	Thái độ	Suốt học kỳ (Tuần 1 - 6)	Bảng kiểm soát chuyên cần	Đánh giá tinh thần học tập, sự chủ động, chăm chỉ, tích cực tham gia hoạt động học tập.	Lấy dữ liệu đo CLO4

11.3. Công cụ đo CLO:

- Giữa kỳ: Chuyên cần + Thuyết trình
- Cuối kỳ: Tiểu luận
- CLO đo: CLO2, CLO3, CLO4 (CLO1 đo gián tiếp qua CLO2)

a. Ma trận công cụ đánh giá

Hình thức đánh giá	Nội dung trọng tâm	CLO	Mức độ (Bloom)	Công cụ đo	Minh chứng
Chuyên cần & tham gia (10%)	Tham gia thảo luận, phát vấn, phản biện; thể hiện tinh thần tự học, hợp tác, trách nhiệm và thái độ phù hợp trong các tình huống phát ngôn, xử lý truyền thông trên lớp.	CLO4	Thái độ Level 5 Evaluate	Bảng kiểm chuyên cần; quan sát lớp, câu hỏi phát vấn; ghi nhận mức độ tham gia.	Sổ điểm danh; ghi nhận của GV; phiếu quan sát quá trình học tập.
Thuyết trình nhóm (30%)	Phân tích vai trò và kỹ năng của người phát ngôn; xử lý tình huống truyền thông; xây dựng nội dung phát ngôn; thực hành hợp báo và phản biện nhóm.	CLO2 ; CLO3	Level 5 Evaluate -	Rubric thuyết trình & phản biện nhóm; phiếu đánh giá nhóm/cá nhân.	Slide thuyết trình; đề cương nghiên cứu nhóm; phiếu đánh giá; nhận xét phản biện.
Tiểu luận cuối kỳ (60%)	Phân tích và vận dụng kiến thức về phát ngôn viên tổ chức trong các tình huống doanh nghiệp, cơ quan hoặc tổ chức giả định; đề xuất	CLO1 ; CLO2	Level 4- 5 Analyze – Evaluate;	Rubric tiểu luận hoặc đề thi tự luận tình huống cuối kỳ.	Bài tiểu luận/bài thi cuối kỳ; file nộp trên hệ thống; bảng điểm rubric đánh giá

Hình thức đánh giá	Nội dung trọng tâm	CLO	Mức độ (Bloom)	Công cụ đo	Minh chứng
	phương án phát ngôn và xử lý truyền thông phù hợp				

Rubrics định nghĩa mức năng lực cho các CLO1 - CLO2

CLO	Mức 1: YẾU (0-4.9)	Mức 2: TRUNG BÌNH (5.0-6.9)	Mức 3: KHÁ (7.0-8.4)	Mức 4: GIỎI (8.5-10)
CLO1: Phân tích được vai trò, chức năng, nguyên tắc hoạt động của phát ngôn viên trong tổ chức, doanh nghiệp và cơ quan truyền thông.	.Phân tích sai hoặc nhầm lẫn vai trò và chức năng của phát ngôn viên; trình bày rời rạc, thiếu logic, không nhận diện được nguyên tắc hoạt động trong bối cảnh truyền thông.	.Trình bày, phân tích được một số khái niệm cơ bản về vai trò và chức năng của phát ngôn viên; phân tích còn đơn giản, mang tính liệt kê chưa có hệ thống hóa	. Phân tích đúng phần lớn vai trò, chức năng và nguyên tắc hoạt động của phát ngôn viên; có khả năng liên hệ với một số tình huống thực tế trong tổ chức hoặc doanh nghiệp.	. Phân tích đầy đủ, logic và có hệ thống vai trò, chức năng và nguyên tắc hoạt động của phát ngôn viên; so sánh và đánh giá được sự khác biệt trong các bối cảnh truyền thông khác nhau; vận dụng tốt vào tình huống thực tiễn.
CLO2 Đánh giá về kiến thức và kỹ năng phát ngôn để xử lý tình huống truyền thông, báo chí và giao	.Không đánh giá được kiến thức vào tình huống phát ngôn; phản hồi sai lệch hoặc không phù hợp bối cảnh truyền thông; thiếu kỹ	.Đánh giá được một phần kiến thức vào tình huống đơn giản; xử lý truyền thông còn lúng túng; phản hồi chưa rõ ràng hoặc chưa thuyết phục	.Đánh giá khá tốt kiến thức vào các tình huống truyền thông phổ biến; xử lý được câu hỏi báo chí; nội dung phát ngôn	.Đánh giá thành thạo, logic về kiến thức và kỹ năng phát ngôn trong nhiều tình huống phức tạp; xử lý linh hoạt khủng hoảng truyền thông; phản hồi logic,

CLO	Mức 1: YẾU (0–4.9)	Mức 2: TRUNG BÌNH (5.0–6.9)	Mức 3: KHÁ (7.0–8.4)	Mức 4: GIỎI (8.5–10)
tiếp trong tổ chức.	năng xử lý cơ bản.		tương đối rõ ràng và phù hợp.	thuyết phục và phù hợp.

Mô tả tổng quát mức năng lực qua điểm số (10 điểm)

- **Mức Giỏi (8.5 – 10):** Hiểu rõ kiến thức, giải thích, phân tích logic, có khả năng liên hệ thực tiễn.
- **Mức Khá (7.0 – 8.4):** Nắm vững nội dung cơ bản, giải thích, phân tích, đánh giá tương đối đầy đủ
- **Mức Trung bình (5.0 – 6.9):** Hiểu ở mức cơ bản, còn hạn chế trong giải thích và liên hệ.
- **Mức Yếu (<5.0):** Chưa nắm được kiến thức cốt lõi, trả lời, phân tích thiếu chính xác.

b. Rubric đánh giá thuyết trình và phân biện

Mục tiêu: Đo lường kỹ năng Tâm vận động (CLO3) qua phản xạ tư duy và tương tác trực tiếp.

STT	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	CLO đo lường	Xuất sắc (8.5 - 10)	Khá (7.0 - 8.4)	Trung bình (5.0 - 6.9)	Yếu (< 5.0)
1	Nội dung thuyết trình	30%	CLO3 Tâm vận động Mức 5	.Nội dung đầy đủ, sâu sắc; phân tích logic, có hệ thống, liên hệ thực tiễn rõ ràng và thuyết phục.	.Nội dung đúng trọng tâm; có cấu trúc hợp lý, phân tích tương đối rõ ràng và có liên hệ thực tiễn	.Nội dung cơ bản đúng nhưng còn rời rạc; chưa làm rõ trọng tâm; thiếu chiều sâu phân tích.	. Nội dung sai lệch, thiếu logic; không bám sát yêu cầu chủ đề; thiếu thông tin cốt lõi.

STT	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	CLO đo lường	Xuất sắc (8.5 - 10)	Khá (7.0 - 8.4)	Trung bình (5.0 - 6.9)	Yếu (< 5.0)
2	Kỹ năng thuyết trình (trình bày)	40%	CLO3 Tâm vận động Mức 5	Trình bày tự tin, mạch lạc; sử dụng ngôn ngữ chuyên nghiệp; thu hút người nghe, kiểm soát thời gian	Trình bày rõ ràng; có tương tác với người nghe; kiểm soát thời gian khá tốt.	Trình bày còn phụ thuộc tài liệu; giọng điệu chưa thuyết phục, kiểm soát thời gian chưa tốt.	Trình bày thiếu tự tin; đọc slide; khó hiểu; không kiểm soát thời gian.
3	Kỹ năng phối hợp & tương tác nhóm	30%	CLO3 Tâm vận động Mức 5	Phối hợp hiệu quả cao; phân công rõ ràng; hỗ trợ nhịp nhàng, thể hiện tinh thần làm việc chuyên nghiệp.	Phối hợp khá tốt; phân công hợp lý; hỗ trợ nhau trong quá trình trình bày.	Có phối hợp nhưng chưa đồng đều; một số thành viên tham gia hạn chế	Thiếu phối hợp; phân công không rõ ràng; không hỗ trợ nhau trong thuyết trình

c. Rubric đánh giá tiểu luận

	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	CLO đo lường	Yếu (<5.0)	Trung bình (5.0–6.9)	Khá (7.0–8.4)	Giỏi (8.5–10)
1	Kiến thức về quy	20%	CLO1	Không trình bày được	Trình bày được một số	Phân tích tương đối	Phân tích đầy đủ,

	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	CLO đo lượng	Yếu (<5.0)	Trung bình (5.0–6.9)	Khá (7.0–8.4)	Giỏi (8.5–10)
	trình nghiên cứu phát ngôn viên tổ chức			hoặc trình bày sai về quy trình phát ngôn viên tổ chức; không nắm được các bước cơ bản trong hoạt động phát ngôn; nhầm lẫn giữa vai trò phát ngôn và hoạt động truyền thông chung.	nội dung cơ bản về quy trình phát ngôn viên nhưng còn rời rạc, hiểu chưa đầy đủ các bước trong quy trình; liên hệ thực tiễn còn hạn chế.	đúng quy trình phát ngôn viên tổ chức, nắm được các bước cơ bản trong hoạt động phát ngôn; có liên hệ với một số tình huống thực tế trong tổ chức hoặc truyền thông	logic và có hệ thống quy trình phát ngôn viên tổ chức; hiểu sâu các bước triển khai phát ngôn trong nhiều bối cảnh; liên hệ thực tiễn rõ ràng, thuyết phục và có khả năng vận dụng.
2	Kiến thức về nghiên cứu và chất lượng dữ liệu, báo cáo	30%	CLO2	.Không nhận diện được yêu cầu trong thu thập, xử lý và báo cáo dữ liệu; sử dụng dữ liệu thiếu kiểm chứng; trình bày kết quả sai lệch hoặc thiếu minh bạch.	.Nhận diện được một số yêu cầu về kiến thức nhưng phân tích còn sơ hược, việc bảo mật, đồng thuận, trung thực dữ liệu hoặc chất lượng báo cáo còn thiếu rõ ràng.	.Đánh giá tương đối đúng các yêu cầu kiến thức trong thu thập, xử lý và báo cáo dữ liệu; có xem xét tính trung thực, bảo mật, minh bạch và chất lượng thông tin trong bài tiểu luận.	.Đánh giá đầy đủ, sâu sắc các yêu cầu và chất lượng dữ liệu/báo cáo; lập luân rõ về trung thực học thuật, bảo mật, đồng thuận, tránh sai lệch dữ liệu và trình bày

	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	CLO đo lượng	Yếu (<5.0)	Trung bình (5.0–6.9)	Khá (7.0–8.4)	Giỏi (8.5–10)
							kết quả có trách nhiệm.
3	Thiết kế đề cương nghiên cứu thị trường	30%	CLO3	.Đề cương thiếu cấu trúc hoặc không phù hợp tình huống phát ngôn; chưa xác định rõ vấn đề truyền thông, mục tiêu, đối tượng công chúng, thông điệp, kênh phát ngôn và phương án xử lý tình huống.	.Thiết kế được một số thành phần cơ bản của đề cương nhưng còn rời rạc; vấn đề, mục tiêu, thông điệp hoặc kênh phát ngôn chưa nhất quán; phương án xử lý tình huống còn chung chung.	.Thiết kế tương đối đầy đủ đề cương phát ngôn viên tổ chức; xác định được vấn đề, mục tiêu, công chúng, thông điệp, kênh và phương án xử lý; các thành phần có liên kết cơ bản.	.Thiết kế đề cương đầy đủ, logic và khả thi; xác định rõ và chặt chẽ toàn bộ cấu trúc phát ngôn (vấn đề – mục tiêu – công chúng – thông điệp – kênh – xử lý khủng hoảng); có tính sáng tạo và phù hợp thực tiễn truyền thông tổ chức.
4	Tính học thuật, tinh thần tự học, hợp tác và trách nhiệm trong tiểu luận	20%	CLO4	. Bài làm thiếu nghiêm túc; sao chép hoặc vi phạm trích dẫn; nộp trễ hoặc không đúng yêu cầu; ít hoặc	Có thực hiện nhiệm vụ nhưng còn thụ động; trích dẫn và trình bày chưa chuẩn; mức độ tự học, hợp tác và	. Thể hiện tinh thần tự học và hợp tác tương đối tốt; trích dẫn cơ bản đúng; hoàn thành đúng tiến độ và tuân thủ yêu	Thể hiện rõ tinh thần tự học, chủ động và trách nhiệm cao, hợp tác hiệu quả; trích dẫn chuẩn học thuật, bài

	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	CLO đo lượng	Yếu (<5.0)	Trung bình (5.0–6.9)	Khá (7.0–8.4)	Giỏi (8.5–10)
				không thể hiện tinh thần tự học, hợp tác và trách nhiệm trong thực hiện nhiệm vụ.	trách nhiệm còn hạn chế.	cầu học thuật.	làm đúng hạn, có mình chứng đóng góp rõ ràng và đảm bảo đạo đức nghiên cứu.

Lưu ý cho việc thống kê đạt chuẩn:

- CLO2 (Nhân thức): Được đo lường chủ yếu qua Tiêu chí 1 của bài viết. Nếu sinh viên đạt từ 5.0 trở lên ở tiêu chí này, nghĩa là đã đạt chuẩn CLO2 ở mức độ "Hiệu".

CLO3 (Tâm vận động): Được đo lường tổng hợp qua Tiêu chí 2 của tiểu luận và tất cả tiêu chí thuyết trình. Đây là điểm số thể hiện kỹ năng biện luận và phản xạ thực tế của sinh viên

12. Tài liệu phục vụ cho học phần

12.1. Tài liệu chính

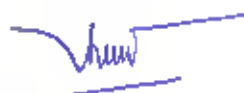
1. William Essex, *Đề báo giới trích dẫn lời bạn*, NXB Thái Hà.

12.2. Tài liệu tham khảo

1. Trần Mỹ Hải Lộc, Phát ngôn viên tổ chức - Hướng dẫn thực hành và Kịch bản tình huống. Tài liệu lưu hành nội bộ (Dành cho phần mô phỏng họp báo và đóng vai), 2024.
2. Peter Eng và Jeff Hodson, *Tường thuật và viết tin*, - NXB TT, 2007.
3. Sally Adams và Wynford Hicks, *Kỹ năng phỏng vấn dành cho các nhà báo*, NXB TT, 2007.

TP. Hồ Chí Minh ngày 04 tháng 6 năm 2025

Trưởng Khối ngành
(Ký và ghi rõ họ tên)



Nguyễn Thị Hồng Thủy

Giảng viên
(Ký và ghi rõ họ tên)



Phạm Quốc Hưng



PHIẾU CHẤM THUYẾT TRÌNH VÀ PHÂN BIỆN NHÓM

Đánh giá theo Rubrics năng lực thực hiện CLO3

Học phần: Phát ngôn viên tổ chức

Lớp/Nhóm:

Chủ đề:

Giảng viên chấm:

Ngày chấm:

STT	Tiêu chí đánh giá	Điểm	Xuất sắc (85-100-%)	Khá (70-84-%)	Trung bình (50-69-%)	Yếu (<50-%)	Điểm thành phần
1	Kỹ năng diễn đạt & thao tác tư duy	3	Diễn đạt trôi chảy; phối hợp nhuần nhuyễn ngôn ngữ cơ thể; làm chủ hoàn toàn bài nói.	Trình bày rõ ràng; mạch lạc; tự tin trong truyền tải nội dung	Nói rõ ý nhưng còn phụ thuộc tài liệu, thao tác trình diễn chưa chuyên nghiệp	Diễn đạt lúng túng; chủ yếu đọc slide; không kiểm soát được bài nói.	
2	Năng lực phân biện trực tiếp	4	Phản xạ cực nhanh; biện luận sắc sảo; bảo vệ quan điểm vững vàng	Trả lời đúng trọng tâm; lập luận logic và thuyết phục.	Trả lời được nhưng còn lúng túng; lập luận chưa chặt chẽ.	Không phân biện được hoặc giải thích sai lệch vấn đề.	
3	Kỹ năng phối hợp & tương tác nhóm	3	Phối hợp nhịp nhàng; hỗ trợ nhau hoàn hảo trong phân biện.	Phân công rõ ràng; hỗ trợ nhau tốt trong phần trình bày.	Các thành viên có tham gia nhưng tương tác còn yếu.	Hoạt động rời rạc, không thể hiện vai trò làm việc nhóm.	
TỔNG ĐIỂM							10.0



Nhận xét của giảng viên:

Điểm số	Điểm chữ	Xếp loại	Mức đạt CLO
.. ..			

GIẢNG VIÊN CHẤM
(Ký và ghi rõ họ tên)



PHIẾU CHẤM TIÊU LUẬN

Đánh giá theo Rubrics đánh giá năng lực làm tiêu luận qua CLOs

Học phần: **Phát ngôn viên tổ chức**

Lớp/Nhóm/Cá nhân:

Chủ đề:

Giảng viên chấm:

Ngày chấm:

TT	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	CLO đo	Yếu < 5,0	Trung bình 5,0-6,9	Khá 7,0-8,4	Xuất sắc 8,5-10	Điểm
1	Kiến thức về quy trình nghiên cứu phát ngôn viên tổ chức	20%	CLO1	Không trình bày được hoặc trình bày sai về quy trình phát ngôn viên tổ chức; không nắm được các bước cơ bản trong hoạt động phát ngôn; nhầm lẫn giữa vai trò phát ngôn và hoạt động truyền thông chung.	Trình bày được một số nội dung cơ bản về quy trình phát ngôn viên nhưng còn rời rạc; hiểu chưa đầy đủ các bước trong quy trình; liên hệ thực tiễn còn hạn chế.	Phân tích tương đối đúng quy trình phát ngôn viên tổ chức; nắm được các bước cơ bản trong hoạt động phát ngôn; có liên hệ với một số tình huống thực tế trong tổ chức hoặc truyền thông	Phân tích đầy đủ, logic và có hệ thống quy trình phát ngôn viên tổ chức; hiểu sâu các bước triển khai phát ngôn trong nhiều bối cảnh; liên hệ thực tiễn rõ ràng, thuyết phục và có khả năng vận dụng.	
2	Kiến thức về nghiên cứu và chất lượng	30%	CLO2	Không nhận diện được yêu cầu trong thu thập, xử lý và báo cáo dữ liệu; sử dụng	Nhận diện được một số yêu cầu về kiến thức nhưng	Đánh giá tương đối đúng các yêu cầu kiến thức trong thu thập, xử	Đánh giá đầy đủ, sâu sắc các yêu cầu và chất lượng dữ liệu/báo cáo; lập	



TT	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	CLO đo	Yếu < 5,0	Trung bình 5,0-6,9	Khá 7,0-8,4	Xuất sắc 8,5-10	Điểm
	dữ liệu, báo cáo			dữ liệu thiếu kiểm chứng; trình bày kết quả sai lệch hoặc thiếu minh bạch.	phân tích còn sơ lược; việc bảo mật, đồng thuận, trung thực dữ liệu hoặc chất lượng báo cáo còn thiếu rõ ràng	lý và báo cáo dữ liệu; có xem xét tính trung thực, bảo mật, minh bạch và chất lượng thông tin trong bài tiểu luận.	luận rõ về trung thực học thuật, bảo mật, đồng thuận, tránh sai lệch dữ liệu và trình bày kết quả có trách nhiệm.	
3	Thiết kế đề cương nghiên cứu thí trường	30%	CLO3	Đề cương thiếu cấu trúc hoặc không phù hợp tình huống phát ngôn; chưa xác định rõ vấn đề truyền thông, mục tiêu, đối tượng công chúng, thông điệp, kênh phát ngôn và phương án xử lý tình huống.	Thiết kế được một số thành phần cơ bản của đề cương nhưng còn rời rạc; vấn đề, mục tiêu, thông điệp hoặc kênh phát ngôn chưa nhất quán, phương án xử lý tình huống còn chung chung.	Thiết kế tương đối đầy đủ đề cương phát ngôn viên tổ chức; xác định được vấn đề, mục tiêu, công chúng, thông điệp, kênh và phương án xử lý; các thành phần có liên kết cơ bản.	Thiết kế đề cương đầy đủ, logic và khả thi; xác định rõ và chặt chẽ toàn bộ cấu trúc phát ngôn (vấn đề – mục tiêu – công chúng – thông điệp – kênh – xử lý khủng hoảng); có tính sáng tạo và phù hợp thực tiễn truyền thông tổ chức.	



TT	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	CLO đo	Yếu < 5,0	Trung bình 5,0-6,9	Khá 7,0-8,4	Xuất sắc 8,5-10	Điểm
4	Tính học thuật, tinh thần tự học, hợp tác và trách nhiệm trong tiểu luận	20%	CLO4	. Bài làm thiếu nghiêm túc; sao chép hoặc vi phạm trích dẫn; nộp trễ hoặc không đúng yêu cầu; ít hoặc không thể hiện tinh thần tự học, hợp tác và trách nhiệm trong thực hiện nhiệm vụ.	. Có thực hiện nhiệm vụ nhưng còn thụ động; trích dẫn và trình bày chưa chuẩn; mức độ tự học, hợp tác và trách nhiệm còn hạn chế.	. Thể hiện tinh thần tự học và hợp tác tương đối tốt, trích dẫn cơ bản đúng, hoàn thành đúng tiến độ và tuân thủ yêu cầu học thuật.	. Thể hiện rõ tinh thần tự học, chủ động và trách nhiệm cao; hợp tác hiệu quả; trích dẫn chuẩn học thuật; bài làm đúng hạn, có minh chứng đóng góp rõ ràng và đảm bảo đạo đức nghiên cứu.	
TỔNG ĐIỂM								

Nhận xét của giảng viên:

Điểm số

Điểm chữ

Xếp loại

Mức đạt CLO

GIẢNG VIÊN CHẤM
(Ký và ghi rõ họ tên)





ĐỀ CƯƠNG CHI TIẾT HỌC PHẦN

1. Thông tin về học phần

- Tên học phần: **Kỹ năng xin tài trợ/Fundingskills**
- Mã học phần: PUR436
- Số tín chỉ: 02
- bậc đào tạo: Đại học
- Loại học phần: Tự chọn theo chuyên ngành sâu
- Học phần tiên quyết/ Học phần trước: Không
- Đơn vị phụ trách: Khoa Khoa học Xã hội và Nhân văn
- Số tín chỉ: 02 ; Số giờ: 100 , trong đó:
 - Hoạt động giảng dạy trên lớp: 30 Giờ
 - + Giờ giảng: 20 Giờ
 - + Thảo luận: 10 Giờ
 - Giờ kiểm tra: ...Giờ
 - Giờ tự học: 70 Giờ

2. Thông tin về giảng viên

Giảng viên 1:

- Họ và tên: Lê Thị Hoàng Liễu
- Chức danh, học vị: Tiến sĩ
- Thời gian làm việc: Giờ hành chính (8:00 -16:00)
- Địa điểm làm việc: Khoa KHXHNV
- Điện thoại: 0908303596
- Email: LieuLTH2@vhu.edu.vn

Giảng viên 2:

- Họ và tên: Trần Thị Hòa
- Chức danh, học vị: Thạc sĩ
- Thời gian làm việc: Giờ hành chính (8:00 -16:00)
- Địa điểm làm việc: Khoa Kinh tế Quản trị, Trường Đại học ĐH Văn Hiến
- Điện thoại:
- Email: Hoatt@vhu.edu.vn

3. Tóm tắt nội dung học phần

Học phần cung cấp cho người học những kiến thức nền tảng về hoạt động tài trợ trong lĩnh vực truyền thông, quan hệ công chúng và tổ chức sự kiện; giúp người học hiểu rõ khái niệm, vai trò, hình thức tài trợ và tầm quan trọng của hoạt động tài trợ đối với doanh nghiệp, tổ chức và cộng đồng. Đồng thời trang bị kiến thức về quy trình xây dựng kế hoạch xin tài trợ, xác định mục tiêu, phân tích nhu cầu dự án, lựa chọn nhà tài trợ tiềm năng, truyền thông tiếp thị tích hợp năng lực tổ chức và quản lý mối quan hệ với nhà tài trợ. Bên cạnh đó, học phần phát triển cho người học kỹ năng xây dựng hồ sơ năng lực, thiết kế proposal và bộ hồ sơ mời tài trợ, kỹ năng giao tiếp, thuyết phục doanh nghiệp, trình bày ý tưởng dự án, quản lý và duy trì quan hệ với nhà tài trợ trong thực tiễn nghề nghiệp. Thông qua các bài tập thực hành, thảo luận nhóm và xây dựng dự án tài trợ, người học hình thành tư duy sáng tạo, khả năng làm việc nhóm, tinh thần trách nhiệm, tác phong chuyên nghiệp và sự chủ động trong việc huy động nguồn lực phục vụ cho các hoạt động truyền thông, sự kiện và dự án cộng đồng.

4. Mục tiêu của học phần

Học phần trang bị cho người học kiến thức nền tảng về hoạt động tài trợ, các hình thức và vai trò của tài trợ trong truyền thông, quan hệ công chúng và tổ chức sự kiện; đồng thời giúp người học hiểu quy trình xây dựng kế hoạch xin tài trợ, lựa chọn nhà tài trợ, xây dựng hồ sơ tài trợ và quản lý quan hệ với nhà tài trợ trong thực tiễn nghề nghiệp. Trên cơ sở đó, học phần phát triển kỹ năng phân tích nhu cầu tài trợ, thiết kế proposal và bộ hồ sơ mời tài trợ, giao tiếp – thuyết phục doanh nghiệp, trình bày ý tưởng dự án và xây dựng chiến lược truyền thông tích hợp nhằm huy động nguồn lực hiệu quả; đồng thời hình thành tinh thần chủ động, sáng tạo, tác phong chuyên nghiệp, ý thức trách nhiệm, thái độ trung thực, minh bạch, tôn trọng đối tác và đạo đức nghề nghiệp trong quá trình làm việc với doanh nghiệp và cộng đồng.

5. Chuẩn đầu ra của học phần

Sau khi hoàn thành học phần này, người học có thể

Mã CDR	Nội dung chuẩn đầu ra	Mức độ
CLO1	Chỉ ra được khái niệm, vai trò, hình thức tài trợ và quy trình xây dựng kế hoạch xin tài trợ trong hoạt động truyền thông, PR và tổ chức sự kiện	Mức 3 (Vận dụng)
CLO2	Phân tích được nhu cầu tài trợ, tiêu chí lựa chọn nhà tài trợ, nội dung hồ sơ tài trợ và chiến lược truyền thông phù hợp với từng dự án cụ thể .	Mức 4 (Phân tích)

Mã CDR	Nội dung chuẩn đầu ra	Mức độ
CLO3	Thực hiện kỹ năng xây dựng proposal, thiết kế hồ sơ mời tài trợ, thuyết trình và giao tiếp với doanh nghiệp nhằm thuyết phục và duy trì quan hệ với nhà tài trợ.	Mức 4 (Thao tác)
CLO4	Thể hiện tinh thần chủ động, tác phong chuyên nghiệp, ý thức trách nhiệm và đạo đức nghề nghiệp trong hoạt động huy động và quản lý tài trợ.	Mức 3 (Đặc trưng hóa các giá trị)

Ma trận liên kết/tương thích giữa CLOs và PLOs

Chuẩn đầu ra	PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5	PLO6	PLO7	PLO8
CLO1		X						
CLO2						X		
CLO3							X	
CLO4								X

6. Nội dung chi tiết của học phần

6.1. Lý thuyết

Chương	Nội dung
Chương 1	Tổng quan về chủ đề
1.1	Nhận thức chung về tài trợ
1.2	Xác định nhu cầu và mục tiêu xin tài trợ
1.3	Tìm kiếm và lựa chọn nguồn tài trợ
Chương 2	Truyền thông tiếp thị tích hợp
2.1	Tổng quan về IMC trong bối cảnh xin tài trợ
2.2	Xác định công chúng mục tiêu
2.3	Công cụ truyền thông trong xin tài trợ
2.4	Xây dựng chiến lược truyền thông tích hợp cho dự án xin tài trợ
2.5	Quản lý và đánh giá hiệu quả truyền thông
Chương 3	Kiểm kê tổ chức

Chương	Nội dung
3.1	Thông tin cơ bản về tổ chức
3.2	Cơ cấu và năng lực nhân sự
3.3	Hệ thống quản lý và quy trình vận hành
3.4	Truyền thông và hình ảnh của tổ chức
3.5	Xác định điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội và thách thức
Chương 4	Quản lý nhà tài trợ
4.1	Tổng quan quản lý nhà tài trợ
4.2	Phân loại hồ sơ nhà tài trợ
4.3	Kỹ năng giao tiếp và duy trì quan hệ
4.4	Ứng dụng công cụ quản lý nhà tài trợ
4.5	Bài tập thực hành
Chương 5	Các lựa chọn thay thế cho tài trợ
5.1	Gây quỹ cộng đồng
5.2	Tài trợ qua hợp tác doanh nghiệp
5.3	Thu nhập từ dịch vụ và sản phẩm
5.4	Vay vốn & Quỹ tác động xã hội
5.5	Hợp tác tình nguyện & đóng góp phi tài chính
5.6	Huy động nguồn lực trong cộng đồng
Chương 6	Xây dựng hồ sơ tài trợ
6.1	Thông tin chung về tổ chức/đơn vị xin tài trợ
6.2	Thành tích và năng lực đã đạt được
6.3	Bối cảnh và vấn đề cần tài trợ
6.4	Giới thiệu dự án xin tài trợ
6.5	Chiến lược truyền thông và ghi nhận nhà tài trợ
6.6	Kế hoạch giám sát, đánh giá và báo cáo
6.7	Thực hành viết dự án xin tài trợ

6.2. Thực hành

	Nội dung
6.2.1	Bài tập cá nhân
	Xây dựng thư ngỏ mời tài trợ và thiết kế hồ sơ năng lực ngắn cho một dự án truyền thông hoặc sự kiện giả định; phân tích và đề xuất danh sách nhà tài trợ tiềm năng phù hợp với mục tiêu dự án.
6.2.2	Bài tập nhóm
	Thiết kế hoàn chỉnh bộ hồ sơ xin tài trợ cho một chương trình PR, sự kiện cộng đồng, bao gồm: proposal tài trợ, kế hoạch truyền thông tích hợp, quyền lợi nhà tài trợ và thuyết trình thuyết phục doanh nghiệp tài trợ cho dự án.

7. Phân bổ thời gian theo tiết (1 tín chỉ = 15 giờ)

Chương	Tên chương	Số giờ				
		Giờ giảng	Thảo luận	Giờ kiểm tra	Giờ Tự học	Tổng
1	Tổng quan về chủ đề	4	2		15	21
2	Truyền thông tiếp thị tích hợp	3	1		10	14
3	Kiểm kê tổ chức	3	2		10	15
4	Quản lý nhà tài trợ	3	2		10	15
5	Các lựa chọn thay thế cho tài trợ	3	2		10	15
6	Xây dựng hồ sơ tài trợ	4	1		15	20
	Tổng	20	10		70	100

CÁC CHỦ ĐỀ THẢO LUẬN VÀ THUYẾT TRÌNH

1. Vai trò của hoạt động tài trợ trong truyền thông, PR và tổ chức sự kiện hiện nay.
2. Những yếu tố ảnh hưởng đến quyết định tài trợ của doanh nghiệp đối với một dự án truyền thông.
3. Phân tích các lỗi thường gặp khi xây dựng hồ sơ xin tài trợ và đề xuất giải pháp khắc phục.
4. Vai trò của truyền thông tiếp thị tích hợp (IMC) trong hoạt động huy động tài trợ.

5. Nghệ thuật thuyết trình và kỹ năng thuyết phục doanh nghiệp đồng ý tài trợ cho dự án.
6. Tiêu chí lựa chọn nhà tài trợ phù hợp với mục tiêu và đối tượng công chúng của chương trình.
7. Xây dựng và duy trì mối quan hệ lâu dài giữa tổ chức với nhà tài trợ trong hoạt động PR.
8. Phân tích một chương trình tài trợ thực tế tại Việt Nam và đánh giá hiệu quả truyền thông của nhà tài trợ.

Ma trận liên kết/tương thích giữa CLOs và nội dung (các chương) của học phần

Nội dung chương	CLO1	CLO2	CLO3	CLO4
Chương 1.	X			
Chương 2.	X	X		
Chương 3.		X		X
Chương 4.				X
Chương 5.			X	X
Chương 6.			X	X

8. Phương pháp giảng dạy - học

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

- Thuyết giảng
- Phát vấn
- Giải quyết vấn đề
- Tự học có hướng dẫn
- Thuyết trình – phân biện nhóm

Ma trận liên kết/tương thích giữa CLOs với phương pháp giảng dạy- học

Phương pháp giảng dạy	CLO1	CLO2	CLO3	CLO4
Thuyết giảng	X	X		
Phát vấn	X	X	X	
Giải quyết vấn đề		X	X	X
Tự học có hướng dẫn	X	X	X	X
Thuyết trình – phân biện nhóm		X	X	X

9. 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).
- Đọc tài liệu bắt buộc và tham khảo thêm tài liệu do giảng viên giới thiệu.
- Hoàn thành đầy đủ các bài tập cá nhân, bài làm thuyết trình nhóm.
- Tham gia kỳ thi trắc nghiệm kết thúc học phần.

10. 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.

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

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

TT	Điểm thành phần	Hình thức đánh giá	Trọng số
1	Giữa kỳ	Chuyên cần (dự lớp 10%) + Thuyết trình – Phản biện nhóm (30%)	40%
2	Kết thúc học phần	Tiểu luận	60%

Điểm đánh giá quá trình, trọng số 40%, bao gồm:

- Điểm chuyên cần: trọng số 10%

Tiêu chí đánh giá	Mức độ đạt chuẩn quy định					Trọng số
	Mức F (0-3.9)	Mức D (4.0-5.4)	Mức C (5.5-6.9)	Mức B (7.0-8.4)	Mức A (8.5-10)	
Chuyên cần, tham gia học tập (CLO4)	Vắng quá 30% số buổi; không tham gia hoạt động học tập.	Tham gia dưới 50% số buổi; chuẩn bị bài rất hạn chế.	Tham gia khoảng 50%-70% số buổi; có chuẩn bị nhưng đóng góp chưa thường xuyên.	Tham gia khoảng 70%-90% số buổi; chuẩn bị bài và đóng góp tương đối tích cực.	Tham gia đầy đủ; chuẩn bị bài tốt; tích cực thảo luận, hỗ trợ nhóm và nộp bài đúng hạn.	100%

- Điểm kiểm tra thường xuyên: trọng số 30% Theo thang điểm 10, dựa trên đáp án và hướng dẫn điểm được thiết kế sẵn.

11.2. Kế hoạch đo CLOs

Đánh giá người học	CLOs	Trọng số	Miền	Thời gian lấy dữ liệu	Công cụ đánh giá	Ghi chú	Điểm lấy dữ liệu
Thi cuối kỳ (Tiểu luận cuối kỳ)	CLO1 ; CLO2 ;	60%	Kiến thức	Tuần 6	Tiểu luận cuối kỳ – Rubric đánh giá tiểu luận (11.3 a)	Xây dựng hoàn chỉnh hồ sơ và kế hoạch xin tài trợ cho một chương trình/sự kiện cụ thể; phân tích nhu cầu tài trợ, lựa chọn nhà tài trợ phù hợp và đề xuất chiến lược truyền thông thuyết phục doanh nghiệp tài trợ.	Lấy dữ liệu đo từ CLO1; CLO2
Quá trình	CLO2 ; CLO3	30%	Kiến thức và kỹ năng	Tuần 1-5	Bài tập tình huống; thảo luận; thuyết trình – phản biện nhóm (11.3.a)	Phân tích tình huống tài trợ, thiết kế proposal, kỹ năng giao tiếp, thuyết trình và làm việc nhóm trong hoạt động huy động tài trợ.	Lấy dữ liệu đo từ CLO2; CLO3
Quá trình	CLO4	10%	Tự chủ và trách nhiệm học tập	Suốt học kỳ (Tuần 1-6)	Bảng kiểm soát chuyên cần; (11.3.b)	Xác định tinh thần chủ động, trách nhiệm, tác phong chuyên nghiệp, ý thức hợp tác và thái độ học tập của sinh viên trong quá	Lấy dữ liệu đo từ CLO4

Dánh gia người học	CLOs	Trọng số	Miền	Thời gian lấy dữ liệu	Công cụ đánh giá	Ghi chú	Điểm lấy dữ liệu
						trình thực hiện học phần.	

11.3. Công cụ đo CLO:

a. Ma trận đặc tả

Hình thức đánh giá	Nội dung trọng tâm	CLO	Mức độ (Bloom)	Công cụ đo	Minh chứng
Chuyên cần & tham gia (10%)	Tham gia học tập, thực hiện bài, phát biểu xây dựng bài và tinh thần hợp tác trong các hoạt động thảo luận về kỹ năng xin tài trợ.	CLO4	Level 3 Apply	Bảng kiểm chuyên cần; quan sát lớp; câu hỏi phát vấn	Số điểm danh; ghi nhận của GV
Thuyết trình nhóm (30%)	Phân tích nhu cầu tài trợ, xây dựng proposal, trình bày chiến lược truyền thông và kỹ năng thuyết phục nhà tài trợ cho một dự án/sự kiện cụ thể.	CLO2, CLO3	Level 2–3 Understand – Apply	Rubric thuyết trình & phản biện nhóm	Slide thuyết trình; phiếu đánh giá
Tiểu luận cuối kỳ (60%)	Phác thảo hoàn chỉnh hồ sơ xin tài trợ bao gồm mục tiêu dự án, lựa chọn nhà tài trợ, proposal tài trợ, kế hoạch truyền thông và giải pháp duy trì quan hệ với nhà tài trợ.	CLO2, CLO3,	Level 3 Apply	Rubric tiểu luận cuối kỳ	Bài tiểu luận;

Rubrics định nghĩa mức năng lực cho các CLO1 - CLO2

CLO	Mức F (0-3.9)	Mức D (4.0-5.4)	Mức C (5.5-6.9)	Mức B (7.0- 8.4)	Mức A (8.5- 10)
CLO 1: Xác định được khái niệm, vai trò và quy trình xin tài trợ	Không xác định được các khái niệm và nội dung cơ bản về hoạt động tài trợ.	Xác định được một phần khái niệm, vai trò và quy trình xin tài trợ nhưng còn thiếu chính xác	Xác định được một nửa các khái niệm, vai trò và quy trình xin tài trợ; có liên hệ thực tiễn.	Xác định khá đầy đủ, logic và chính xác các nội dung về hoạt động tài trợ; vận dụng tốt vào thực tiễn PR và sự kiện	Xác định xuất sắc, toàn diện và sâu sắc mọi khía cạnh; chủ động liên hệ thực tiễn sáng tạo và đột phá.
CLO 2: Phân tích nhu cầu tài trợ và xây dựng kế hoạch xin tài trợ	Phân tích còn rời rạc, chưa xác định được nhu cầu và đối tượng tài trợ phù hợp	Phân tích được một số nội dung cơ bản nhưng lập luận còn hạn chế.	Phân tích hợp lý nhu cầu tài trợ, lựa chọn được nhà tài trợ và xây dựng kế hoạch tương đối phù hợp.	Phân tích sâu sắc, logic; đề xuất kế hoạch xin tài trợ khả thi, sáng tạo và phù hợp với mục tiêu dự án.	Phân tích xuất sắc, sắc bén; kế hoạch tài trợ mang tính chiến lược cao, tính khả thi tuyệt đối và tối ưu hóa nguồn lực.

Mô tả tổng quát mức năng lực qua điểm số (10 điểm)

Mức Giỏi (8.5 – 10): Hiểu rõ kiến thức, giải thích logic, có khả năng liên hệ thực tiễn.

Mức Khá (7.0 – 8.4): Nắm vững nội dung cơ bản, giải thích tương đối đầy đủ.

Mức Trung bình (5.0 – 6.9): Hiểu ở mức cơ bản, còn hạn chế trong giải thích và liên hệ.

Mức Yếu, kém (<5.0): Chưa nắm được kiến thức cốt lõi, trả lời thiếu chính xác.

b. Rubric đánh giá thuyết trình và phân biện

Mục tiêu: Đo lường kỹ năng Tâm vận động (CLO3) qua phản xạ tư duy và tương tác trực tiếp.

ST T	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	CLO đo lượng	Xuất sắc (8.5 - 10)	Khá (7.0 - 8.4)	Trung bình (5.0 - 6.9)	Yếu (< 5.0)
1	Kỹ năng diễn đạt & thao tác tư duy	30%	CLO3 Tâm vận động Mức 3	Diễn đạt trôi chảy, có điểm nhấn; phối hợp hiệu quả lời nói, ánh mắt, cử chỉ và phương tiện trình chiếu; xử lý mạch tư duy linh hoạt khi trình bày nội dung/công cụ truyền thông PR.	Trình bày rõ ràng, mạch lạc; sử dụng ngôn ngữ cơ thể tương đối phù hợp; thao tác tư duy logic, truyền tải được trọng tâm vấn đề PR.	Nếu được ý chính nhưng còn phụ thuộc nhiều vào slide/tài liệu; diễn đạt chưa thật liền mạch; thao tác tư duy và ví dụ PR còn đơn giản.	Diễn đạt lúng túng, chủ yếu đọc slide; không kiểm soát được bài nói; mạch tư duy rời rạc hoặc trình bày sai lệch nội dung PR.
2	Năng lực phản biện trực tiếp	40%	CLO3 Tâm vận động Mức 3	Phản xạ nhanh trước câu hỏi; trả lời đúng trọng tâm; biện luận sắc sảo, có căn cứ; sử dụng ví dụ PR phù hợp và bảo vệ quan điểm vững vàng trước chất vấn.	Trả lời đúng trọng tâm câu hỏi; lập luận khá logic và thuyết phục; có thể điều chỉnh câu trả lời khi được hỏi sâu hoặc phản biện thêm.	Trả lời được một phần câu hỏi nhưng còn lúng túng; lập luận chưa chặt chẽ; ví dụ minh họa chưa thật phù hợp với bối cảnh PR.	Không phản biện được, né tránh câu hỏi hoặc trả lời sai lệch; không bảo vệ được quan điểm khi bị chất vấn trực tiếp.
3	Kỹ năng phối hợp &	30%	CLO3 Tâm vận	Phối hợp nhịp nhàng giữa các thành viên;	Nhóm có phân công rõ; chuyển tiếp tương	Có phân công nhiệm vụ nhưng phối hợp	Hoạt động nhóm rời rạc; thiếu phân công

ST T	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	CLO đo lượng	Xuất sắc (8.5 - 10)	Khá (7.0 - 8.4)	Trung bình (5.0 - 6.9)	Yếu (< 5.0)
	tương tác nhóm		động Mức 3	phân vai rõ ràng; hỗ trợ nhau hiệu quả khi trình bày và phản biện; tương tác tích cực với giảng viên và người học.	đổi mạch lạc; các thành viên hỗ trợ nhau tốt trong phản trình bày và trả lời câu hỏi.	chưa đồng đều; chuyển tiếp còn rời; một số thành viên tham gia hạn chế trong tương tác và phản biện.	hoặc phối hợp; không thể hiện được vai trò của làm việc nhóm trong trình bày và phản biện.

c) Rubric đánh giá tiểu luận:

STT	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	CLO đo lượng	Xuất sắc (8.5 – 10)	Khá (7.0 – 8.4)	Trung bình (5.0 – 6.9)	Yếu (<5.0)
1	Xác định đề tài và mục tiêu học tập/nghiên cứu	20%	CLO2	Xác định rõ đề tài, mục tiêu phù hợp và có ý nghĩa	Xác định đúng đề tài nhưng mục tiêu chưa thật rõ	Đề tài còn chung chung	Đề tài còn chung chung
2	Tìm kiếm và sử dụng tài liệu tham khảo	20%	CLO2	Tìm được tài liệu phù hợp, biết trích dẫn cơ bản	Có tài liệu tham khảo nhưng chưa đa dạng	Tài liệu còn ít hoặc chưa phù hợp	Tài liệu còn ít hoặc chưa phù hợp
3	Xây dựng nội dung đề cương nghiên cứu	30%	CLO2, CLO3	Đề cương đầy đủ, trình bày logic, có tính khả thi	Đề cương tương đối đầy đủ	Đề cương còn sơ sài	Đề cương còn sơ sài
4	Kỹ năng trình bày học thuật	15%	CLO2	Trình bày rõ ràng, đúng quy định, ít lỗi	Trình bày tương đối tốt	Còn nhiều lỗi trình bày	Còn nhiều lỗi trình bày
5	Tinh thần học tập và trách nhiệm	15%	CLO4	Chủ động, nộp bài đúng hạn, có đầu tư	Tham gia khá đầy đủ	Tham gia còn hạn chế	Tham gia còn hạn chế

Lưu ý cho việc thống kê đạt chuẩn:

- CLO2 (Nhận thức): Được đo lường chủ yếu qua Tiêu chí 1 của bài viết. Nếu sinh viên đạt từ 5.0 trở lên ở tiêu chí này, nghĩa là đã đạt chuẩn CLO2 ở mức độ "Hiệu".

- CLO3 (Tâm vận động): Được đo lường tổng hợp qua Tiêu chí 2 của bài viết và tất cả tiêu chí thuyết trình. Đây là điểm số thể hiện kỹ năng biện luận và phản xạ thực tế của sinh viên.

12. Tài liệu phục vụ cho học phần

12.1. Tài liệu chính

- Bảo trợ xã hội: báo cáo chung của các nhà tài trợ tại hội nghị tư vấn các nhà tài trợ cho Việt Nam.

12.2. Tài liệu tham khảo

- Thanh toán Quốc tế trong ngoại thương Tài trợ thương mại Quốc tế, NXB Thống kê

TP. Hồ Chí Minh, ngày 04 tháng 06 năm 2025

Trưởng Khối ngành

(Ký và ghi rõ họ tên)

Nguyễn Thị Hồng Thủy

Giảng viên

(Ký và ghi rõ họ tên)

Lê Thị Hoàng Liễu



PHIẾU CHẤM THUYẾT TRÌNH VÀ PHẢN BIẾN NHÓM
Đánh giá theo Rubrics năng lực thực hiện CLO3

Học phần **Kỹ năng xin tài trợ**

Lớp/Nhóm:

Chủ đề:

Giảng viên chấm:

Ngày chấm:

STT	Tiêu chí đánh giá	Điểm	Xuất sắc (85-100-%)	Khả (70-84%)	Trung bình (50-69%)	Yếu (<50%)	Điểm thành phần
1	Kỹ năng diễn đạt & thao tác tư duy	3	Diễn đạt trôi chảy; phối hợp nhuần nhuyễn ngôn ngữ cơ thể; làm chủ hoàn toàn bài nói.	Trình bày rõ ràng; mạch lạc; tự tin trong truyền tải nội dung.	Nói rõ ý nhưng còn phụ thuộc tài liệu; thao tác trình diễn chưa chuyên nghiệp.	Diễn đạt lúng túng; chủ yếu đọc slide; không kiểm soát được bài nói.	
2	Năng lực phản biện trực tiếp	4	Phản xạ cực nhanh; biện luận sắc sảo; bảo vệ quan điểm vững vàng.	Trả lời đúng trọng tâm; lập luận logic và thuyết phục.	Trả lời được nhưng còn lúng túng; lập luận chưa chặt chẽ.	Không phản biện được hoặc giải thích sai lệch vấn đề.	
3	Kỹ năng phối hợp & tương tác nhóm	3	Phối hợp nhịp nhàng; hỗ trợ nhau hoàn hảo trong phản biện.	Phân công rõ ràng; hỗ trợ nhau tốt trong phần trình bày.	Các thành viên có tham gia nhưng tương tác còn yếu.	Hoạt động rời rạc; không thể hiện vai trò làm việc nhóm.	
TỔNG ĐIỂM							10.0

Nhận xét của giảng viên:



Điểm số
.....

Điểm chữ
.....

Xếp loại
.....

Mức đạt CLO
.....

GIẢNG VIÊN CHẤM
(Ký và ghi rõ họ tên)



PHIẾU CHẤM TIỂU LUẬN
Đánh giá theo Rubrics đánh giá năng lực làm tiểu luận qua CLOs

Học phần: **Kỹ năng xin tài trợ**

Lớp/Nhóm/Cá nhân:

Chủ đề:

Giảng viên chấm:

Ngày chấm:

TT	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	CLO đo	Xuất sắc (8.5 – 10)	Khá (7.0 – 8.4)	Trung bình (5.0 – 6.9)	Yếu (<5.0)	Điểm
1	Xác định đề tài và mục tiêu học tập/nghiên cứu	20%	CLO2	Xác định rõ đề tài, mục tiêu phù hợp và có ý nghĩa	Xác định đúng đề tài nhưng mục tiêu chưa thật rõ	Đề tài còn chung chung	Đề tài còn chung chung	
2	Tìm kiếm và sử dụng tài liệu tham khảo	20%	CLO2	Tìm được tài liệu phù hợp, biết trích dẫn cơ bản	Có tài liệu tham khảo nhưng chưa đa dạng	Tài liệu còn ít hoặc chưa phù hợp	Tài liệu còn ít hoặc chưa phù hợp	
3	Xây dựng nội dung đề cương nghiên cứu	30%	CLO2, CLO3	Đề cương đầy đủ, trình bày logic, có tính khả thi	Đề cương tương đối đầy đủ	Đề cương còn sơ sài	Đề cương còn sơ sài	
4	Kỹ năng trình bày báo học thuật	15%	CLO2	Trình bày rõ ràng, đúng quy định, ít lỗi	Trình bày tương đối tốt	Còn nhiều lỗi trình bày	Còn nhiều lỗi trình bày	
5	Tình thần học tập và trách nhiệm	15%	CLO4	Chủ động, nộp bài đúng hạn, có đầu tư	Tham gia khá đầy đủ	Tham gia còn hạn chế	Tham gia còn hạn chế	
TỔNG ĐIỂM								



Nhận xét của giảng viên:

Điểm số	Điểm chữ	Xếp loại	Mức đạt CLO
...	...	...	...
GIẢNG VIÊN CHĂM			
(Ký và ghi rõ họ tên)			





ĐỀ CƯƠNG CHI TIẾT HỌC PHẦN

1. Thông tin về học phần

- Tên học phần: **Tiếp thị sự kiện/Event marketing**
- Mã học phần: **PUR443**
- Số tín chỉ: **2**
- Cấp đào tạo: **Dại học**
- Loại học phần: **Tự chọn theo chuyên ngành sâu**
- Học phần tiên quyết/ Học phần trước: **MAR201**
- Đơn vị phụ trách: **Khoa KHXH&NV**
- Số tín chỉ: **2** ; Số giờ: **100** , trong đó:
 - Hoạt động giảng dạy trên lớp: **30 Giờ**
 - + Giờ giảng: **20 giờ**
 - + Thảo luận: **10 Giờ**
 - Giờ kiểm tra: **...Giờ**
 - Giờ tự học: **70 Giờ**

2. Thông tin về giảng viên

Giảng viên 1:

- Họ và tên: **Trần Thị Lợi**
- Chức danh, học vị: **Thạc sĩ**
- Thời gian làm việc: **Giờ hành chính (8:00 -16:00)**
- Địa điểm làm việc: **Khoa KHXH&NV**
- Điện thoại: **0984155809**
- Email: **Loitt@vhu.edu.vn**

Giảng viên 2

- Họ và tên: **Nguyễn Thị Hồng Thủy**
- Chức danh, học vị: **Thạc sĩ**
- Thời gian làm việc: **Giờ hành chính (8 00 -16:00)**
- Địa điểm làm việc: **Khoa KHXH&NV**
- Điện thoại: **0918058901**
- Email: **Thuynth@vhu.edu.vn**



3. Tóm tắt nội dung học phần

Học phần cung cấp hệ thống kiến thức nền tảng về tiếp thị sự kiện, từ việc phân loại các loại hình sự kiện đến việc nhận diện vai trò chiến lược của tiếp thị trong việc tạo dựng giá trị cho tổ chức. Sinh viên được hướng dẫn phương pháp nghiên cứu, phân tích mong đợi của công chúng và xu hướng xã hội để xây dựng các chiến lược tiếp thị sáng tạo. Nội dung học phần chú trọng vào việc sử dụng linh hoạt các công cụ truyền thông tích hợp (như Quảng cáo, PR, Khuyến mãi và đặc biệt là triển khai các chiến dịch tiếp thị điện tử (E-marketing). Bên cạnh đó, môn học còn trang bị kỹ năng hoạch định ngân sách, dự trù kinh phí và chiến lược thu hút tài trợ nhằm đảm bảo tính khả thi và thành công của sự kiện trong thực tiễn.

4. Mục tiêu của học phần

Học phần trang bị cho người học kiến thức cơ bản về các thuật ngữ, loại hình sự kiện, hình thức tài trợ, tâm lý công chúng, xu hướng thị trường và các công cụ tiếp thị trong tổ chức sự kiện. Trên cơ sở đó, học phần rèn luyện khả năng vận dụng các công cụ PR, quảng cáo và Digital Marketing trong tiếp thị sự kiện, thực hiện hoạch định chiến dịch tiếp thị sự kiện, lập dự toán kinh phí và xây dựng kế hoạch vận động tài trợ. Học phần đồng thời hình thành tinh thần trách nhiệm, khả năng làm việc nhóm và thái độ chủ động trong quá trình tổ chức, triển khai và tiếp thị sự kiện.

5. Chuẩn đầu ra của học phần

Sau khi hoàn thành học phần này, người học có thể.

Mã CDR	Nội dung chuẩn đầu ra	Mức độ
CLO1	Phân tích được đặc điểm các loại hình sự kiện, tâm lý công chúng và các công cụ tiếp thị trong hoạt động tiếp thị sự kiện.	Mức 2 (Hiểu)
CLO2	Đánh giá được hiệu quả của các hình thức tài trợ, công cụ tiếp thị và chiến lược thu hút nguồn lực trong tổ chức sự kiện.	Mức 3 (Vận dụng)
CLO3	Vận dụng được kỹ năng thiết kế, triển khai chiến dịch tiếp thị sự kiện tích hợp và lập dự toán kinh phí cho sự kiện.	Mức 3 (Chuẩn hóa)
CLO4	Vận dụng được tinh thần trách nhiệm, khả năng làm việc nhóm và giải quyết các vấn đề phát sinh trong hoạt động tiếp thị sự kiện.	Mức 3 (Hình thành giá trị)

Ma trận liên kết/tương thích giữa CLOs và PLOs

Chuẩn đầu ra	PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5	PLO6	PLO7	PLO8
CLO1			X					



Chuẩn đầu ra	PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5	PLO6	PLO7	PLO8
CLO2				X				
CLO3					X			
CLO4						X		

6. Nội dung chi tiết của học phần

6.1. Lý thuyết

Chương	Nội dung
Chương 1.	Khái niệm sự kiện và tiếp thị sự kiện
1.1.	Sự kiện
1.2	Tiếp thị sự kiện
Chương 2.	Sự phát triển của tiếp thị sự kiện
2.1.	Kỷ nguyên của dữ liệu, công nghệ và sự tác động đến doanh thu
2.2.	Các thách thức
Chương 3.	Lý thuyết và thực hành tiếp thị sự kiện
3.1.	Marketing mix và tiếp thị sự kiện
3.2.	Phân tích cases
Chương 4.	Tài trợ và tiếp thị
4 1.	Các hình thức tài trợ
4.2.	Mối quan hệ tài trợ và tiếp thị
Chương 5.	Tiếp thị điện tử
5.1.	8 chữ C của quá trình tổ chức E-event marketing: Communicate, Cut costs, Conduct Research, Commerce, Current Events, Command Attention, Cutting-Edge Services, Convenience
5.2.	Ưu điểm của tiếp thị trên web
5.3.	Phát triển chiến lược tiếp thị điện tử
Chương 6.	Tiếp thị sự kiện festival giải trí
6.1.	Các yếu tố quan trọng của sự kiện festival giải trí: địa điểm, sự cạnh tranh, thời tiết, giá thành
6.2.	Xác định phương tiện truyền thông phù hợp cho sự kiện festival giải trí
6.3.	Kế hoạch tiếp thị sự kiện festival giải trí
Chương 7.	Tiếp thị sự kiện hợp tác
7.1.	Các yếu tố quan trọng của sự kiện hợp tác

Chương	Nội dung
7.2.	Xác định phương tiện truyền thông phù hợp cho sự kiện hợp tác
7.3.	Kế hoạch tiếp thị sự kiện festival hợp tác
Chương 8.	Tiếp thị sự kiện đoàn thể, hội nghị và triển lãm
8.1.	Các yếu tố quan trọng của sự kiện hợp tác
8.2.	Xác định phương tiện truyền thông phù hợp cho sự kiện hợp tác
8.3.	Kế hoạch tiếp thị sự kiện festival hợp tác
Chương 9.	Tiếp thị sự kiện xã hội
9.1.	Các yếu tố quan trọng của sự kiện xã hội
9.2.	Xác định phương tiện truyền thông phù hợp cho sự kiện xã hội
9.3.	Kế hoạch tiếp thị sự kiện festival xã hội
Chương 10.	Xu hướng phát triển của tiếp thị sự kiện
10.1.	Phương pháp tiếp thị sự kiện trong tương lai
10.2.	Cách xác định các phương pháp thực hành tốt nhất trong tương lai để tiếp cận thị trường mục tiêu
10.3.	Cách phát triển kịch bản cho các chương trình tiếp thị sự kiện trong tương lai
10.4.	Cách cải thiện kỹ năng tiếp thị để đáp ứng xu hướng phát triển

6.2. Thực hành

	Nội dung
6.2.1	Bài tập cá nhân
	Người học phân tích một case tiếp thị sự kiện thành công trên nền tảng số; nhận xét các công cụ E-event marketing được sử dụng trong một sự kiện cụ thể; phân tích tâm lý và nhu cầu công chúng mục tiêu của một sự kiện.
6.2.2	Bài tập nhóm, thuyết trình
	-Người học thảo luận trong nhóm xoay quanh các vấn đề: Phân tích chiến lược tiếp thị của một sự kiện festival giải trí; xây dựng kế hoạch tiếp thị cho sự kiện hội nghị, triển lãm hoặc đoàn thể; phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến hiệu quả tiếp thị sự kiện. - Các nhóm báo cáo kết quả làm việc trước lớp: Thuyết trình – phản biện tại lớp theo nhóm.

7. Phân bổ thời gian theo tiết (1 tín chỉ = 15 giờ)

Chương	Tên chương	Số giờ
---------------	-------------------	---------------

		Giờ giảng	Thảo luận	Giờ kiểm tra	Giờ Tự học	Tổng
1	Lý thuyết và thực hành tiếp thị sự kiện	2	1	0	7	10
2	Tài trợ và tiếp thị	2	1	0	7	10
3	E-Event marketing	2	1	0	7	10
4	Tiếp thị sự kiện festival giải trí	2	1	0	7	10
5	Tiếp thị sự kiện hợp tác	2	1	0	7	10
6	Tiếp thị sự kiện đoàn thể, hội nghị và triển lãm	2	1	0	7	10
7	Tiếp thị sự kiện xã hội	2	1	0	7	10
8	Xu hướng phát triển của tiếp thị sự kiện	2	1	0	7	10
9	Lý thuyết và thực hành tiếp thị sự kiện	2	1	0	7	10
10	Tài trợ và tiếp thị	2		0	7	10
	Tổng	20	10	0	70	100

CÁC CHỦ ĐỀ THẢO LUẬN VÀ THUYẾT TRÌNH

- Những lưu ý khi thực hiện E-Event marketing.
- Case về tiếp thị sự kiện festival giải trí.
- Case về tiếp thị sự kiện hợp tác.
- Case về tiếp thị sự kiện đoàn thể, hội nghị và triển lãm.
- Case về tiếp thị sự kiện xã hội.

Ma trận liên kết/tương thích giữa CLOs và nội dung (các chương) của học phần

Nội dung chương	CLO1	CLO2	CLO3	CLO4
Chương 1. Lý thuyết và thực hành tiếp thị sự kiện	x		x	x
Chương 2. Tài trợ và tiếp thị	x	x	x	
Chương 3. E-Event marketing	x	x	x	x
Chương 4. Tiếp thị sự kiện festival giải trí	x	x	x	x
Chương 5. Tiếp thị sự kiện hợp tác	x		x	x
Chương 6. Tiếp thị sự kiện đoàn thể, hội nghị và triển lãm	x	x	x	x
Chương 7. Tiếp thị sự kiện xã hội	x	x	x	x

Chương 8 Xu hướng phát triển của tiếp thị sự kiện		X		
Chương 9. Lý thuyết và thực hành tiếp thị sự kiện	X		X	X
Chương 10. Tài trợ và tiếp thị	X	X	X	

8. Phương pháp giảng dạy - học

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

- Thuyết giảng
- Giải quyết vấn đề
- Tự học có hướng dẫn
- Thuyết trình – phản biện nhóm

Ma trận liên kết/tương thích giữa CLOs với phương pháp giảng dạy- học

Phương pháp giảng dạy	CLO1	CLO2	CLO3	CLO4
Thuyết giảng	X	X		X
Giải quyết vấn đề	X	X	X	X
Tự học có hướng dẫn	X		X	X
Thuyết trình – phản biện nhóm		X	X	X

9. 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).
- Đọc tài liệu bắt buộc và tham khảo thêm tài liệu do giảng viên giới thiệu
- Hoàn thành đầy đủ các bài tập cá nhân, bài làm thuyết trình nhóm.
- Tham gia bài tiểu luận kết thúc học phần.

10. 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.

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

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

TT	Điểm thành phần	Hình thức đánh giá	Trọng số
1	Giữa kỳ	Chuyên cần, tham gia học tập (10%) + Thuyết trình – Phản biện nhóm (30%)	40%

TT	Điểm thành phần	Hình thức đánh giá	Trọng số
2	Kết thúc học phần	Tiểu luận	60%

Điểm đánh giá quá trình: trọng số 40%, bao gồm:

- Điểm chuyên cần, tham gia học tập: trọng số 10%

Tiêu chí đánh giá	Mức độ đạt chuẩn quy định					Trọng số
	Mức F (0-3.9)	Mức D (4.0-5.4)	Mức C (5.5-6.9)	Mức B (7.0-8.4)	Mức A (8.5-10)	
Chuyên cần, tham gia học tập (CLO4)	Vắng quá 30% số buổi; không tham gia hoạt động học tập	Tham gia dưới 50% số buổi; chuẩn bị bài rất hạn chế.	Tham gia khoảng 50%-70% số buổi; có chuẩn bị nhưng đóng góp chưa thường xuyên.	Tham gia khoảng 70%-90% số buổi; chuẩn bị bài và đóng góp tương đối tích cực.	Tham gia đầy đủ; chuẩn bị bài tốt; tích cực thảo luận, hỗ trợ nhóm và nộp nhiệm vụ đúng hạn.	100%

- Điểm kiểm tra thường xuyên: trọng số 30%. Theo thang điểm 10, dựa trên đáp án và hướng dẫn điểm được thiết kế sẵn.

11.2. Kế hoạch đo CLOs

Đánh giá người học	CLOs	Trọng số	Miền	Thời gian lấy dữ liệu	Công cụ đánh giá	Ghi chú	Điểm lấy dữ liệu
Kết thúc học phần	CLO1; CLO2; CLO3	60%	Kiến thức, kỹ năng, thái độ	Theo lịch thu bài tiểu luận của Giảng viên/Nhà trường	Tiểu luận (11.3.c)	Sinh viên xây dựng kế hoạch hoặc phân tích chiến dịch tiếp thị sự kiện gắn với thực tiễn. CLO1: khả năng phân tích công chúng, loại hình sự kiện và công cụ tiếp thị CLO2: khả năng đánh giá hiệu quả tài trợ và chiến lược tiếp thị	Lấy dữ liệu đo CLO1, CLO2, CLO3

Đánh giá người học	CLOs	Trọng số	Miền	Thời gian lấy dữ liệu	Công cụ đánh giá	Ghi chú	Điểm lấy dữ liệu
						sự kiện. CLO3: khả năng vận dụng kỹ năng xây dựng chiến dịch tiếp thị sự kiện và lập dự toán kinh phí.	
Quá trình	CLO2; CLO3	30%	Kiến thức và kỹ năng	Tuần 1 – 6	Thuyết trình, bài tập nhóm. Rubric đánh giá bài thuyết trình (11.3.b).	Sinh viên phân tích case hoặc xây dựng kế hoạch tiếp thị sự kiện theo nhóm. CLO2: khả năng đánh giá hiệu quả công cụ tiếp thị và tài trợ. CLO3: kỹ năng thiết kế chiến dịch tiếp thị sự kiện và E-marketing.	Lấy dữ liệu đo CLO2, CLO3
Quá trình	CLO4	10%	Thái độ	Suốt học kỳ (Tuần 1 – 6)	Bảng kiểm soát chuyên cần (11.3.a).	Đánh giá tinh thần trách nhiệm, khả năng hợp tác nhóm và thái độ tham gia hoạt động học tập.	Lấy dữ liệu đo CLO4

11.3. Công cụ đo CLO:

Vì môn Phương pháp học đại học là tiểu luận, nên phần 12.3. Công cụ đo CLO cần chuyển từ “ma trận đề thi” → “ma trận công cụ đánh giá”, bao gồm:

- Giữa kỳ: Chuyên cần + Thuyết trình
- Cuối kỳ: Tiểu luận
- CLO đo: CLO2, CLO3, CLO4 (CLO1 đo gián tiếp qua CLO2)

a. Ma trận công cụ đánh giá:

Hình thức đánh giá	Nội dung trọng tâm	CLO	Mức độ (Bloom)	Công cụ đo	Minh chứng
Chuyên cần &	Tham gia thảo luận, phân biện, phân tích	CLO4	Level 3 Apply	Bảng kiểm chuyên	Số điểm danh; ghi

Hình thức đánh giá	Nội dung trọng tâm	CLO	Mức độ (Bloom)	Công cụ đo	Mình chứng
tham gia (10%)	case tiếp thị sự kiện và xử lý tình huống trên lớp			cân; quan sát lớp; câu hỏi phát vấn	nhận của GV
Thuyết trình nhóm (30%)	Phân tích công chúng mục tiêu, công cụ tiếp thị, tài trợ và xây dựng kế hoạch E-event marketing cho sự kiện cụ thể	CLO2, CLO3	Level 3–5 Apply – Evaluate	Rubric thuyết trình & phản biện nhóm	Slide thuyết trình; phiếu đánh giá
Tiểu luận (60%)	Xây dựng hoặc phân tích chiến dịch tiếp thị sự kiện, bao gồm chiến lược truyền thông, tài trợ, ngân sách và đánh giá hiệu quả	CLO1, CLO2, CLO3	Level 3–5 Apply – Evaluate	Rubric tiểu luận cuối kỳ	Bài tiểu luận

Rubrics định nghĩa mức năng lực cho các CLO1 - CLO2

CLO	Mức 1: YẾU (0–4.9)	Mức 2: TRUNG BÌNH (5.0–6.9)	Mức 3: KHÁ (7.0–8.4)	Mức 4: GIỎI (8.5–10)
CLO1: Phân tích đặc điểm sự kiện, công chúng và công cụ tiếp thị sự kiện (Trọng số: 3 0 điểm)	Đạt dưới 1.5 điểm. Không xác định được đặc điểm sự kiện và công chúng mục tiêu.	Đạt từ 1.5 – 2.0 điểm. Phân tích được nội dung cơ bản nhưng còn hạn chế về lập luận.	Đạt từ 2.1 – 2.5 điểm. Phân tích khá hợp lý công chúng, loại hình sự kiện và công cụ tiếp thị.	Đạt từ 2.6 – 3.0 điểm. Phân tích logic, có dẫn chứng và liên hệ thực tiễn phù hợp.
CLO2: Đánh giá hiệu quả tài trợ và chiến lược tiếp thị sự kiện (Trọng số: 3 0 điểm)	Đạt dưới 1.5 điểm. Chưa đánh giá được hiệu quả công cụ tiếp thị hoặc tài trợ.	Đạt từ 1.5 – 2.0 điểm. Đánh giá được nội dung cơ bản nhưng chưa rõ tiêu chí.	Đạt từ 2.1 – 2.5 điểm. Đánh giá tương đối hợp lý các chiến lược và công cụ tiếp thị.	Đạt từ 2.6 – 3.0 điểm. Đánh giá chặt chẽ, logic và có khả năng đề xuất giải pháp phù hợp.
CLO3: Vận dụng kỹ năng thiết kế và triển	Đạt dưới 1.5 điểm. Không vận dụng được	Đạt từ 1.5 – 2.0 điểm. Vận dụng được kỹ năng cơ	Đạt từ 2.1 – 2.5 điểm. Vận dụng khá tốt kỹ năng	Đạt từ 2.6 – 3.0 điểm. Vận dụng linh hoạt kỹ

CLO	Mức 1: YẾU (0–4.9)	Mức 2: TRUNG BÌNH (5.0–6.9)	Mức 3: KHÁ (7.0–8.4)	Mức 4: GIỎI (8.5–10)
khai chiến dịch tiếp thị sự kiện (Trọng số. 3.0 điểm)	kỹ năng xây dựng chiến dịch sự kiện.	bản nhưng kế hoạch còn sơ sài.	lập kế hoạch và triển khai chiến dịch.	năng tiếp thị sự kiện và E- marketing trong thực tiễn.
CLO4: Vận dụng tinh thần trách nhiệm và làm việc nhóm trong tiếp thị sự kiện (Trọng số 1.0 điểm)	Đạt dưới 0.5 điểm. Thiếu trách nhiệm và ít tham gia hoạt động nhóm.	Đạt từ 0.5 – 0.6 điểm. Có tham gia nhưng còn hạn chế về tinh thần hợp tác.	Đạt từ 0.7 – 0.8 điểm. Tham gia khá tích cực và có tinh thần trách nhiệm	Đạt từ 0.9 – 1.0 điểm. Chủ động, hợp tác tốt và có trách nhiệm cao trong hoạt động nhóm.

Mô tả tổng quát mức năng lực qua điểm số (10 điểm)

- **Mức Giỏi (8.5 – 10):** Hiểu rõ kiến thức, giải thích logic, có khả năng lên hệ thực tiễn.
- **Mức Khá (7.0 – 8.4):** Nắm vững nội dung cơ bản, giải thích tương đối đầy đủ
- **Mức Trung bình (5.0 – 6.9):** Hiểu ở mức cơ bản, còn hạn chế trong giải thích và liên hệ.

Mức Yếu (<5.0): Chưa nắm được kiến thức cốt lõi, trả lời thiếu chính xác.

b. Rubric đánh giá thuyết trình và phản biện

Mục tiêu. Đo lường kỹ năng Tâm vận động (CLO3) qua phản xạ tư duy và tương tác trực tiếp.

STT	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	CLO đo lượng	Xuất sắc (8.5 - 10)	Khá (7.0 - 8.4)	Trung bình (5.0 - 6.9)	Yếu (< 5.0)
1	Kỹ năng diễn đạt & Thao tác tư duy	30%	CLO3 (Mức 3)	Diễn đạt trôi chảy; phối hợp nhuần nhuyễn ngôn ngữ cơ thể; làm chủ hoàn toàn bài nói.	Trình bày rõ ràng; mạch lạc; tự tin trong việc truyền tải nội dung.	Nói rõ ý nhưng còn phụ thuộc tài liệu, thao tác tình diễn chưa chuyên nghiệp	Diễn đạt lúng túng; chủ yếu là đọc lại slide; không kiểm soát được bài nói

STT	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	CLO đo lường	Xuất sắc (8.5 - 10)	Khá (7.0 - 8.4)	Trung bình (5.0 - 6.9)	Yếu (< 5.0)
2	Năng lực phản biện trực tiếp	40%	CLO3 (Mức 3)	Phản xạ cực nhanh, biện luận sắc sảo và bảo vệ quan điểm vững vàng trước chất vấn.	Trả lời đúng trọng tâm câu hỏi; lập luận khá logic và thuyết phục	Trả lời được nhưng còn lúng túng, lập luận chưa thực sự chặt chẽ.	Không phản biện được; hoặc giải thích sai lệch hoàn toàn vấn đề được hỏi
3	Kỹ năng phối hợp & Tương tác nhóm	30%	CLO3 (Mức 3)	Thể hiện sự phối hợp "cơ chế" nhịp nhàng giữa các thành viên; hỗ trợ nhau hoàn hảo.	Nhóm có sự phân công rõ ràng; hỗ trợ nhau tốt trong phần phản biện.	Các thành viên có tham gia nhưng sự gắn kết trong tương tác còn yếu.	Hoạt động rời rạc; không thể hiện được vai trò của làm việc nhóm.

c. Rubric đánh giá tiểu luận

STT	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	CLO đo lường	Xuất sắc (8.5 - 10)	Khá (7.0 - 8.4)	Trung bình (5.0 - 6.9)	Yếu (<5.0)
1	Phân tích công chúng và loại hình sự kiện	20%	CLO1	Phân tích sâu, logic và phù hợp thực tiễn	Phân tích khá đầy đủ	Phân tích còn đơn giản	Không phân tích được nội dung
2	Đánh giá công cụ tiếp thị và tài trợ	20%	CLO2	Đánh giá chặt chẽ, có đề xuất phù hợp	Đánh giá tương đối hợp lý	Đánh giá còn hạn chế	Không đánh giá được nội dung

STT	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	CLO đo lường	Xuất sắc (8.5 – 10)	Khá (7.0 – 8.4)	Trung bình (5.0 – 6.9)	Yếu (<5.0)
3	Xây dựng chiến dịch tiếp thị sự kiện	30%	CLO3	Kế hoạch rõ ràng, sáng tạo và khả thi	Kế hoạch khá phù hợp	Kế hoạch còn sơ sài	Nội dung thiếu logic
4	Kỹ năng trình bày và lập luận	20%	CLO2, CLO3	Trình bày khoa học, lập luận logic	Trình bày tương đối rõ ràng	Trình bày còn hạn chế	Trình bày rời rạc
5	Tinh thần trách nhiệm và hợp tác	10%	CLO4	Chủ động, hợp tác hiệu quả	Tham gia khá tích cực	Tham gia còn hạn chế	Thiếu trách nhiệm trong thực hiện nhiệm vụ

Lưu ý cho việc thống kê đạt chuẩn:

- CLO2 (Nhận thức): Được đo lường chủ yếu qua Tiêu chí 1 của bài viết. Nếu sinh viên đạt từ 5.0 trở lên ở tiêu chí này, nghĩa là đã đạt chuẩn CLO2 ở mức độ "Hiếu".

- CLO3 (Tâm vận động): Được đo lường tổng hợp qua Tiêu chí 2 của bài viết và tất cả tiêu chí thuyết trình. Đây là điểm số thể hiện kỹ năng biện luận và phản xạ thực tế của sinh viên.

12. Tài liệu phục vụ cho học phần

12.1. Tài liệu chính

Đinh Công Tiến, *Tiếp thị bằng quan hệ công chúng*, NXB Thống kê.

12.2. Tài liệu tham khảo

Christopher Vollmer, Geofferey Precourt; Hải Lý dịch, *Tương lai của quảng cáo và tiếp thị: thế giới luôn luôn cập nhật quảng cáo, tiếp thị và truyền thông trong kỷ nguyên phục vụ khách hàng*, NXB Thời đại.

TP. Hồ Chí Minh, ngày 4 tháng 6 năm 2025

Trưởng Khối ngành

(Ký và ghi rõ họ tên)



Nguyễn Thị Hồng Thủy

Giảng viên

(Ký và ghi rõ họ tên)



Trần Thị Lợi



PHIẾU CHẤM THUYẾT TRÌNH VÀ PHẢN BIỆN NHÓM

Đánh giá theo Rubrics năng lực thực hiện CLO3

Học phần: Tiếp thị sự kiện

Lớp/Nhóm:

Chủ đề:

Giảng viên chấm:

Ngày chấm:

STT	Tiêu chí đánh giá	Điểm	Xuất sắc (85-100-%)	Khá (70-84-%)	Trung bình (50-69-%)	Yếu (<50%)	Điểm thành phần
1	Kỹ năng diễn đạt & thao tác tư duy	3	Diễn đạt trôi chảy; phối hợp nhuần nhuyễn ngôn ngữ cơ thể; làm chủ hoàn toàn bài nói.	Trình bày rõ ràng; mạch lạc; tự tin trong truyền tải nội dung.	Nói rõ ý nhưng còn phụ thuộc tài liệu; thao tác trình diễn chưa chuyên nghiệp.	Diễn đạt lúng túng; chủ yếu đọc slide; không kiểm soát được bài nói.	
2	Năng lực phản biện trực tiếp	4	Phản xạ cực nhanh; biện luận sắc sảo; bảo vệ quan điểm vững vàng	Trả lời đúng trọng tâm; lập luận logic và thuyết phục.	Trả lời được nhưng còn lúng túng; lập luận chưa chặt chẽ.	Không phản biện được hoặc giải thích sai lệch vấn đề	
3	Kỹ năng phối hợp & tương tác nhóm	3	Phối hợp nhịp nhàng; hỗ trợ nhau hoàn hảo trong phản biện.	Phân công rõ ràng, hỗ trợ nhau tốt trong phần trình bày.	Các thành viên có tham gia nhưng tương tác còn yếu.	Hoạt động rời rạc; không thể hiện vai trò làm việc nhóm.	
TỔNG ĐIỂM							10.0

Nhận xét của giảng viên:

Trương Đại học Văn Hiến

10/10/2024



Điểm số
.....

Điểm chữ
.....

Xếp loại
.....

Mức đạt CLO
.....

GIẢNG VIÊN CHĂM
(Ký và ghi rõ họ tên)



PHIẾU CHẤM TIỂU LUẬN
Đánh giá theo Rubrics đánh giá năng lực làm tiểu luận qua CLOs

Học phần: **Tiếp thị sự kiện**

Lớp/Nhóm/Cá nhân:

Chủ đề:

Giảng viên chấm:

Ngày chấm:

TT	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	CLO đo	Xuất sắc (8.5 – 10)	Khá (7.0 – 8.4)	Trung bình (5.0 – 6.9)	Yếu (<5.0)	Điểm
1	Phân tích công chúng và loại hình sự kiện	20%	CLO1	Phân tích sâu, logic và phù hợp thực tiễn	Phân tích khá đầy đủ	Phân tích còn đơn giản	Không phân tích được nội dung	
2	Đánh giá tiếp thị và tài trợ	20%	CLO2	Đánh giá chặt chẽ, có đề xuất phù hợp	Đánh giá tương đối hợp lý	Đánh giá còn hạn chế	Không đánh giá được nội dung	
3	Xây dựng chiến tiếp thị sự kiện	30%	CLO3	Kế hoạch rõ ràng, sáng tạo và khả thi	Kế hoạch khá phù hợp	Kế hoạch còn sơ sài	Nội dung thiếu logic	
4	Kỹ năng trình bày và lập luận	20%	CLO2, CLO3	Trình bày khoa học, lập luận logic	Trình bày tương đối rõ ràng	Trình bày còn hạn chế	Trình bày rời rạc	
5	Tinh thần trách nhiệm và hợp tác	10%	CLO4	Chủ động, hợp tác hiệu quả	Tham gia khá tích cực	Tham gia còn hạn chế	Thiếu trách nhiệm trong	



TT	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	CLO đo	Xuất sắc (8.5 – 10)	Khá (7.0 – 8.4)	Trung bình (5.0 – 6.9)	Yếu (<5.0)	Điểm
							thực hiện nhiệm vụ	
TỔNG ĐIỂM								

Nhận xét của giảng viên:

Điểm số	Điểm chữ	Xếp loại	Mức đạt CLO
.....			

GIẢNG VIÊN CHẤM
(Ký và ghi rõ họ tên)





ĐỀ CƯƠNG CHI TIẾT HỌC PHẦN

1. Thông tin về học phần

- Tên học phần: **Thực tập tốt nghiệp Quan hệ công chúng (Graduation internship)**
- Mã học phần: **PUR517**
- Số tín chỉ: **5**
- bậc đào tạo: **Đại học**
- Loại học phần (bắt buộc/tự chọn): **Bắt buộc**
- Học phần tiên quyết/ Học phần trước: **PUR491**
- Đơn vị phụ trách: **Khoa KHXH&NV**
- Số tín chỉ: **05** ; Số giờ: **250**
 - Trong đó:
 - Hướng dẫn thực tập tốt nghiệp: 05 giờ
 - Thảo luận nhóm: 21 giờ
 - Thuyết trình: 24 giờ
 - Thực tập ở cơ sở (gồm cả theo dõi, kiểm tra): 170 giờ
 - Tự học: 20 giờ
 - Viết báo cáo: 10 giờ

2. Thông tin về giảng viên

Giảng viên 1:

- Họ và tên: **Trần Thị Lợi**
Chức danh, học vị: **Thạc sĩ**
Thời gian làm việc: **Giờ hành chính (8:00 -16.00)**
- Địa điểm làm việc: **Khoa KHXH&NV - Trường Đại học Văn Hiến**
- Điện thoại: **0984155809**
- Email: **loitt@vhu.edu.vn**

Giảng viên 2:

- Họ và tên: **Phạm Thị Hương**
Chức danh, học vị: **Thạc sĩ**
Thời gian làm việc: **Giờ hành chính (8:00 -16:00)**
- Địa điểm làm việc: **Khoa KHXH&NV - Trường Đại học Văn Hiến**

- Điện thoại: 093 4976916
- Email: HuongPT@vhu.edu.vn

3. Tóm tắt nội dung học phần

Học phần là giai đoạn chuyển tiếp quan trọng giúp sinh viên áp dụng toàn bộ kiến thức lý thuyết và kỹ năng chuyên môn vào môi trường làm việc thực tế tại các doanh nghiệp, tổ chức. Trong quá trình thực tập, sinh viên trực tiếp tham gia vào các quy trình nghiệp vụ của ngành Quan hệ công chúng, từ lập kế hoạch truyền thông, tổ chức sự kiện đến quản trị quan hệ báo chí và đối tác. Bên cạnh việc rèn luyện kỹ năng tác nghiệp, học phần còn giúp sinh viên nắm vững luật lao động, văn hóa công sở, kỹ năng giao tiếp chuyên nghiệp và khả năng xử lý tình huống thực tế dưới sự hướng dẫn của giảng viên và sự giám sát của doanh nghiệp.

4. Mục tiêu của học phần

Học phần giúp người học vận dụng hệ thống lý thuyết chuyên ngành vào việc phân tích quy trình vận hành, cơ cấu tổ chức, hoạt động truyền thông và các tình huống phát sinh tại doanh nghiệp/tổ chức thực tập. Trên cơ sở đó, học phần rèn luyện kỹ năng nghiệp vụ PR như viết bài, quản trị nội dung, tổ chức sự kiện, xử lý thông tin, giao tiếp, làm việc nhóm và xây dựng mối quan hệ nghề nghiệp trong môi trường thực tế; đồng thời hình thành đạo đức nghề nghiệp, ý thức kỷ luật, tinh thần trách nhiệm và tác phong chuyên nghiệp.

5. Chuẩn đầu ra của học phần

Sau khi hoàn thành học phần này, người học có thể:

Mã CDR	Nội dung chuẩn đầu ra	Mức độ
CLO1	Phân tích được quy trình xử lý công việc, hệ thống truyền thông và môi trường văn hóa tại doanh nghiệp trong lĩnh vực Quan hệ công chúng.	Mức 4 (Phân tích)
CLO2	Đánh giá được các tình huống, sự cố phát sinh và giải pháp xử lý trong quá trình tác nghiệp tại đơn vị thực tập	Mức 5 (Đánh giá)
CLO3	Triển khai được các kế hoạch truyền thông, tổ chức sự kiện và các nghiệp vụ PR trong môi trường doanh nghiệp thực tế.	Mức 3 (Chuẩn hóa)
CLO4	Điều phối được công việc nhóm, giao tiếp nghề nghiệp và phối hợp với các bên liên quan trong quá trình thực tập.	Mức 4 (Phối hợp)

Mã CDR	Nội dung chuẩn đầu ra	Mức độ
CLO5	Thể hiện được đạo đức nghề nghiệp, ý thức kỷ luật, trách nhiệm cá nhân và khả năng thích nghi với môi trường làm việc chuyên nghiệp.	Mức 4 (Tổ chức)

Ma trận liên kết/tương thích giữa CLOs và PLOs

CLOs / PLOs	PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5	PLO6	PLO7	PLO8
CLO1	X	X						
CLO2			X					
CLO3				X				
CLO4					X	X		
CLO5							X	X

6. Nội dung chi tiết của học phần

6.1. Lý thuyết

Chương	Nội dung
Chương 1	Những quy định khi đi thực tập
1.1.	Thái độ, nề nếp
1.2.	Kỹ năng cần chuẩn bị
1.3.	Hướng dẫn viết báo cáo
Chương 2	Hội nhập doanh nghiệp
2.1	Giới thiệu tổng quan lịch sử hình thành doanh nghiệp
2.2.	Cơ cấu tổ chức
Chương 3	Lý thuyết nghiệp vụ
3.1.	Nghiệp vụ bộ phận Sự kiện
3.2.	Nghiệp vụ bộ phận Truyền thông
3.3.	Nghiệp vụ bộ phận Thiết kế & Media
3.4.	Nghiệp vụ bộ phận sale & Marketing
3.5.	Nghiệp vụ bộ phận nhân sự

Chương	Nội dung
3.6.	Nghiệp vụ các bộ phận dịch vụ bổ sung
Chương 4	Thực tập nghiệp vụ
4.1.	Nghiệp vụ bộ phận Sự kiện
4.2.	Nghiệp vụ bộ phận Truyền thông
4.3.	Nghiệp vụ bộ phận Thiết kế & Media
4.4.	Nghiệp vụ bộ phận sale & Marketing
4.5.	Nghiệp vụ bộ phận nhân sự
4.6.	Nghiệp vụ các bộ phận dịch vụ bổ sung

6.2. Thực hành

Số thứ tự	Nội dung
6.2.1	Hướng dẫn
	Người học tham gia các buổi hướng dẫn về kế hoạch, nội dung, yêu cầu và quy định của học phần trước khi thực tập tại đơn vị.
6.2.2	Thực hiện hoạt động thực tập
	Người học tham gia các hoạt động chuyên môn tại đơn vị thực tập theo sự phân công và hướng dẫn của cán bộ phụ trách và giảng viên hướng dẫn.
6.2.3	Trao đổi và báo cáo tiến độ
	Người học trao đổi với giảng viên hướng dẫn và cán bộ hướng dẫn tại đơn vị thực tập về tiến độ, kết quả và các vấn đề phát sinh trong quá trình thực tập.
6.2.4	Thuyết trình và phân biện
	- Người học trình bày kết quả thực tập, chia sẻ kinh nghiệm nghề nghiệp và tham gia phân biện theo yêu cầu của giảng viên hướng dẫn.
6.2.5	Tự học
	Người học chủ động tìm hiểu tài liệu chuyên ngành, hoàn thiện kỹ năng nghề nghiệp và chuẩn bị báo cáo thực tập.
6.2.6	Viết báo cáo thực tập
	Người học tổng hợp và trình bày báo cáo thực tập theo đúng yêu cầu học thuật của học phần.

7. Phân bổ thời gian theo tiết (1 tín chỉ = 50 giờ)

Chương	Tên chương	Số giờ						
		Hướng dẫn	Thảo luận	Thực tập	Thuyết trình	Tự học	Viết báo cáo	Tổng
Chương 1	Những quy định khi đi thực tập							
	Thái độ, nề nếp	1,5						1,5
	Kỹ năng cần chuẩn bị	1,5						1,5
	Hướng dẫn viết báo cáo	2						2
Chương 2	Hội nhập doanh nghiệp							
	Giới thiệu tổng quan lịch sử hình thành doanh nghiệp			5,5		1	0,5	7
	Cơ cấu tổ chức			5,5		1	0,5	7
Chương 3	Lý thuyết nghiệp vụ							
	Nghiệp vụ bộ phận Sự kiện		1	10,5	4	1	0,5	17
	Nghiệp vụ bộ phận Truyền thông		1	10,5	4	1	0,5	17
	Nghiệp vụ bộ phận Thiết kế & Media		1	10,5	4	1	0,5	17
	Nghiệp vụ bộ phận sale & Marketing		1	10,5	4	1	0,5	17
	Nghiệp vụ bộ phận nhân sự		1	10,5	4	1	0,5	17
	Nghiệp vụ các bộ phận dịch vụ bổ sung		1	10,5	4	1	0,5	17
Chương 4	Thực tập nghiệp vụ							
	Nghiệp vụ bộ phận Sự kiện		2,5	16		2	1	21,5

Chương	Tên chương	Số giờ						
		Hướng dẫn	Thảo luận	Thực tập	Thuyết trình	Tự học	Viết báo cáo	Tổng
	Nghệp vụ bộ phận Truyền thông		2,5	16		2	1	21,5
	Nghệp vụ bộ phận Thiết kế & Media		2,5	16		2	1	21,5
	Nghệp vụ bộ phận sale & Marketing		2,5	16		2	1	21,5
	Nghệp vụ bộ phận nhân sự		2,5	16		2	1	21,5
	Nghệp vụ các bộ phận dịch vụ bổ sung		2,5	16		2	1	21,5

Ma trận liên kết/tương thích giữa CLOs và nội dung (các chương) của học phần

Nội dung chương	CLO1	CLO2	CLO3	CLO4	CLO5
Chương 1. Những quy định khi đi thực tập			X	X	X
Chương 2: Hội nhập doanh nghiệp	X		X	X	X
Chương 3: Lý thuyết nghiệp vụ	X	X	X	X	
Chương 4: Thực tập nghiệp vụ	X	X	X	X	X

8. Phương pháp giảng dạy - học

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

- Hướng dẫn và quan sát thực tế
- Học tập theo dự án/nhiệm vụ
- Viết báo cáo, nhật ký thực tập

Ma trận liên kết/tương thích giữa CLOs với phương pháp giảng dạy - học

Phương pháp giảng dạy	CLO1	CLO2	CLO3	CLO4	CLO5
Hướng dẫn và quan sát thực tế	X	X	X	X	X
Học tập theo dự án/nhiệm vụ		X	X	X	X
Viết báo cáo, nhật ký thực tập	X	X			X

9. Nhiệm vụ của sinh viên

- Chủ động tổ chức thực hiện giờ tự học.
- Tham gia đầy đủ các giờ thực tập tại cơ sở (sinh viên được vắng nhưng phải xin phép và thực tập bù thời gian đã nghỉ).
- Đọc tài liệu bắt buộc và tham khảo thêm tài liệu do giảng viên giới thiệu.
- Hoàn thành đầy đủ các bài làm thuyết trình.
- Viết báo cáo và nộp báo cáo thực tập theo yêu cầu.

10. 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.

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

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

Kết quả môn học được tổng hợp từ hai cột điểm chính: Điểm đánh giá từ phía Doanh nghiệp (trọng số 40%) và Điểm bài báo cáo thực tập/Tiểu luận (trọng số 60%).

Đánh giá người học	CLOs	Trọng số (%)	Miền/ Domain	Thời gian	Công cụ đánh giá	Ghi chú
Phần I: Doanh nghiệp	CLO3	40%	Thái độ (A)	Suốt kỳ	Phiếu xác nhận & Nhận xét của DN	Đánh giá kỷ luật, thái độ và khả năng thích nghi. Kiến thức, kỹ năng nghiệp vụ được giao
	CLO4,CLO5		Kỹ năng nghiệp vụ			
	CLO1,CLO2		Kiến thức			
Phần II: Báo cáo TT	CLO1, CLO2	60%	Kiến thức và kỹ năng	Tuần cuối	Báo cáo thực tập & Sản phẩm demo	Đánh giá năng lực chuyên môn và kết quả thực hiện.

11.2. Kế hoạch đo CLOs

Đánh giá người học	CLOs	Trọng số	Miền	Thời gian lấy dữ liệu	Công cụ đánh giá	Ghi chú	Điểm lấy dữ liệu
Báo cáo cuối kỳ	CLO1; CLO2;	60%	Kiến thức	Suốt kỳ	Báo cáo thực tập	CLO1: Mức độ hiểu. CLO2: Mức độ vận dụng kiến thức	Lấy dữ liệu đo CLO1, CLO2
Quá trình	CLO3; CLO4	40%	Kiến thức, kỹ năng, nghiệp vụ	Suốt kỳ	Nhận xét, đánh giá của cơ sở	CLO3: Kỹ năng nghiệp vụ. CLO4: Kỹ năng phối hợp và biện luận.	Lấy dữ liệu đo CLO 3,4
	CLO5	10%	Thái độ	Suốt học kỳ	Bảng kiểm soát chuyên cần	Chăm chỉ, năng nổ, giao tiếp ứng xử	Lấy dữ liệu đo CLO5

11.3. Công cụ đo CLO

Rubric 1: Đánh giá Kiến thức (CLO1 - Trọng số 30%)

Nội dung. Trình bày tổng quan doanh nghiệp, cơ cấu tổ chức, vị trí/phòng ban thực tập

Tiêu chí	Yếu (Không đạt) < 5.0	Trung bình (Đạt) 5.0 - 6.4	Khá (Đạt) 6.5 - 7.9	Giỏi (Đạt) 8.0 - 10
Tổng quan, sự hình thành phát triển doanh nghiệp (1.0đ)	Không mô tả được sự hình thành phát triển	Mô tả được sơ lược về sự hình thành phát triển	Mô tả được đầy đủ, chi tiết về sự hình thành và phát triển	Nhận xét, đánh giá được về sự hình thành phát triển của doanh nghiệp

Tiêu chí	Yếu (Không đạt) < 5.0	Trung bình (Đạt) 5.0 - 6.4	Khá (Đạt) 6.5 - 7.9	Giỏi (Đạt) 8.0 - 10
Sơ đồ tổ chức (1.0đ)	Không vẽ được sơ đồ tổ chức	Vẽ được sơ lược nhưng không đầy đủ	Vẽ được đầy đủ	Vẽ đầy đủ sơ đồ và chi tiết hơn các bộ phận
Mô tả phòng ban/vị trí thực tập (1.0đ)	Không mô tả được phòng ban	Mô tả được sơ lược nhưng không đầy đủ	Mô tả được đầy đủ phòng/ban thực tập	Mô tả được phòng ban, vị trí thực tập và có nhận xét, cảm nhận ban đầu về phòng ban thực tập

Rubric 2: Đánh giá Kỹ năng chuyên môn (CLO2 - Trọng số 30%)

Nội dung: Thực hiện các sản phẩm/báo cáo.

Tiêu chí	Yếu (Không đạt) < 5.0	Trung bình (Đạt) 5.0 - 6.4	Khá (Đạt) 6.5 - 7.9	Giỏi (Đạt) 8.0 - 10
Chất lượng báo cáo & Lộ trình (3.0đ)	Báo cáo sơ sài, sai định dạng; không xây dựng được lộ trình cá nhân.	Báo cáo đầy đủ đề mục nhưng phân tích thiếu chiều sâu; lộ trình cá nhân còn chung chung.	Trình bày báo cáo đúng quy chuẩn kỹ thuật; lập kế hoạch phát triển sự nghiệp khả thi, bám sát thực tế.	Báo cáo logic, minh chứng thuyết phục; xây dựng lộ trình sự nghiệp mang tính chiến lược và dài hạn.

Rubric 2: Đánh giá Kỹ năng chuyên môn (CLO3, CLO4 - Trọng số 20%)

Nội dung: Thực hiện các nhiệm vụ kỹ năng chuyên môn nghiệp vụ.

Tiêu chí	Yếu (Không đạt) < 5.0	Trung bình (Đạt) 5.0 - 6.4	Khá (Đạt) 6.5 - 7.9	Giỏi (Đạt) 8.0 - 10
Giải quyết các nhiệm vụ được giao (2.0đ)	Không hoàn thành các nhiệm vụ được giao; sản phẩm lỗi hoặc không có tính ứng dụng.	Hoàn thành nhiệm vụ ở mức cơ bản, còn phụ thuộc hướng dẫn.	Tự chủ trong việc triển khai thực hiện các nhiệm vụ	Giải quyết sáng tạo các nhiệm vụ được giao thể hiện tính chuyên nghiệp cao.

Rubric 3: Đánh giá Thái độ và Kỷ luật (CLO5 - Trọng số 20%)

Nội dung: Đánh giá của doanh nghiệp về thái độ

Tiêu chí	Yếu (Không đạt) < 5.0	Trung bình (Đạt) 5.0 - 6.4	Khá (Đạt) 6.5 - 7.9	Giỏi (Đạt) 8.0 - 10
Kỷ luật và Tác phong (1.0đ)	Thường xuyên trễ giờ; vi phạm nội quy an toàn/bảo mật của doanh nghiệp.	Tuân thủ giờ giấc và nội quy nhưng còn thụ động trong việc thích nghi văn hóa công ty.	Tác phong lịch sự, chuyên nghiệp; chấp hành tuyệt đối mọi quy định bảo mật và nội quy cơ sở.	Gương mẫu trong kỷ luật; chủ động hỗ trợ duy trì trật tự và an toàn tại đơn vị thực tập.
Giao tiếp và Làm việc nhóm (1.0đ)	Thiếu kỹ năng giao tiếp; không phối hợp với đồng nghiệp trong các dự án của DN.	Có tham gia giao tiếp và phối hợp nhóm nhưng chưa hiệu quả, còn rụt rè.	Giao tiếp tự tin; phối hợp nhịp nhàng với nhóm dự án; chủ động đặt câu hỏi chuyên môn sâu.	Khả năng tương tác xuất sắc; có tư duy lãnh đạo nhóm hoặc đề xuất được giải pháp gắn kết tập thể.

12. Tài liệu phục vụ cho học phần

12.1 Tài liệu chính

Dinh Thị Thúy Hằng (2022), *Viết cho PR dành cho những người làm truyền thông chuyên nghiệp*, NXB Thông tin và truyền thông.

12.2 Tài liệu tham khảo

- Trương Đình Chiến, & Nguyễn Hoài Long. (2023). *Giáo trình quản trị quan hệ khách hàng (CRM)*. Nhà xuất bản Đại học Kinh tế Quốc dân.

- Philippe Breton - Serge Proulx (1996), *Bùng nổ truyền thông, sự ra đời một ý thức hệ mới*, Nxb Văn hoá thông tin, Hà Nội.

- Tạ Ngọc Tấn (2001), *Truyền thông đại chúng*, Nxb Chính trị quốc gia, Hà Nội.

TP. Hồ Chí Minh, ngày 4 tháng 6 năm 2025

Trưởng Khối ngành

(Ký và ghi rõ họ tên)



Nguyễn Thị Hồng Thủy

Giảng viên

(Ký và ghi rõ họ tên)



Trần Thị Lợi



ĐỀ CƯƠNG CHI TIẾT HỌC PHẦN

1. Thông tin về học phần

Tên học phần: **Khóa luận tốt nghiệp ngành Quan hệ công chúng/ Graduation**

Thesis in Public Relations

- Mã số học phần: PUR521
- Số tín chỉ: 12
- bậc đào tạo: Đại học
- Loại học phần (bắt buộc/tự chọn): Tự chọn
- Học phần tiên quyết/ Học phần trước: PUR520
- Đơn vị phụ trách: Khoa KHXH&NV
- Số giờ tín chỉ: 12 TC; Số giờ: 600, trong đó:
 - Hoạt động giảng dạy trên lớp : 0 giờ
 - +Giờ giảng. 0 giờ
 - +Thảo luận: 0 giờ
 - Giờ kiểm tra/ bảo vệ khoá luận: 5 giờ
 - Thực hiện đồ án/ Khóa luận 595 giờ

2. Thông tin về giảng viên

Giảng viên 1:

- Họ và tên: Phạm Thị Hương
- Chức danh, học vị: Thạc Sĩ
- Thời gian làm việc: Giờ hành chính (8:00 -16:00)
- Địa điểm làm việc: Khoa Khoa học Xã hội và Nhân văn, Trường Đại học Văn Hiến
- Email: HuongPT@vhu.edu.vn

Giảng viên 2:

- Họ và tên: Nguyễn Thị Hồng Thủy
- Chức danh, học vị: Thạc Sĩ
- Thời gian làm việc: Giờ hành chính (8:00 -16:00)
- Địa điểm làm việc: Khoa Khoa học Xã hội và Nhân văn, Trường Đại học Văn Hiến
- Email: ThuyNTH@vhu.edu.vn

3. Tóm tắt nội dung học phần

Học phần dành cho sinh viên đã hoàn thành các môn học chuyên ngành bắt buộc, nhằm tổng kết và nâng cao năng lực chuyên môn thông qua việc thực hiện một công trình nghiên cứu khoa học hoặc một dự án truyền thông độc lập. Sinh viên vận dụng hệ thống lý luận, các mô hình truyền thông và phương pháp nghiên cứu xã hội học để giải



quyết một vấn đề cụ thể trong lĩnh vực Quan hệ công chúng. Quá trình thực hiện khóa luận diễn ra dưới sự hướng dẫn trực tiếp của giảng viên chuyên môn và phải tuân thủ nghiêm ngặt các quy định về hình thức, thời gian và đạo đức nghiên cứu. Kết quả cuối cùng là một công trình khoa học được bảo vệ trước Hội đồng chấm khóa luận tốt nghiệp.

4. Mục tiêu của học phần

Học phần giúp người học hệ thống hóa và nâng cao kiến thức nền tảng, chuyên sâu về ngành Quan hệ công chúng, phương pháp luận nghiên cứu khoa học và quy trình giải quyết vấn đề thực tiễn hoặc định hướng giải pháp chiến lược truyền thông cho cơ quan, tổ chức, doanh nghiệp. Trên cơ sở đó, học phần phát triển kỹ năng nghiên cứu độc lập, thu thập và xử lý dữ liệu thực tế, phân tích, phản biện, xây dựng giải pháp hoặc chiến dịch Quan hệ công chúng toàn diện, viết báo cáo khoa học, thuyết trình và bảo vệ quan điểm chuyên môn trước hội đồng đánh giá; đồng thời hình thành tinh thần chủ động, tự chịu trách nhiệm, trung thực học thuật, tuân thủ đạo đức nghề nghiệp truyền thông, bảo mật thông tin tổ chức và tác phong làm việc chuyên nghiệp.

5. Chuẩn đầu ra của học phần

Chuẩn đầu ra của học phần

Mã CĐR	Nội dung chuẩn đầu ra	Mức độ
CLO1	Phân tích được thực trạng hoạt động truyền thông và các vấn đề lý luận chuyên sâu liên quan đến đề tài nghiên cứu tại cơ quan, tổ chức.	Mức 4 (Phân tích)
CLO2	Đánh giá được các nguồn dữ liệu khảo sát thực tế để đề xuất giải pháp chiến lược truyền thông toàn diện cho doanh nghiệp.	Mức 5 (Đánh giá)
CLO3	Xây dựng được báo cáo kết quả nghiên cứu khoa học hoàn chỉnh đảm bảo các quy chuẩn xử lý số liệu khảo sát thực tế.	Mức 3 (Chuẩn hóa)
CLO4	Bảo vệ được các phát hiện nghiên cứu, kỹ năng giải quyết vấn đề và giải pháp chuyên môn truyền thông trước Hội đồng chấm khóa luận tốt nghiệp.	Mức 2 (Thao tác)
CLO5	Giám sát được tính trung thực học thuật và các nguyên tắc đạo đức nghề nghiệp cốt lõi của ngành Quan hệ công chúng.	Mức 5 (Đặc trưng hóa các giá trị)

Ma trận liên kết/tương thích giữa CLOs và PLOs

Chuẩn đầu ra	PLO01	PLO02	PLO03	PLO04	PLO05	PLO06	PLO07	PLO08
CLO1	X	X						
CLO2			X					
CLO3				X				

Chuẩn đầu ra	PLO01	PLO02	PLO03	PLO04	PLO05	PLO06	PLO07	PLO08
CLO4					X	X		
CLO5							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. Tham gia thực tập tại Doanh nghiệp và viết báo cáo Khóa luận

Chương	Nội dung
Chương 1 Xác định đề tài	- Lý do lựa chọn đề tài - Tình hình nghiên cứu - Khách thể và đối tượng nghiên cứu - Phạm vi nghiên cứu - Mục đích nghiên cứu - Nhiệm vụ nghiên cứu - Phương pháp nghiên cứu
Chương 2 Triển khai đề tài	- Khảo sát đề tài - Tổng quan tài liệu
Chương 3. Hoàn thiện khóa luận, báo cáo	- Hoàn thành khóa luận - Báo cáo khóa luận trước hội đồng

6.2. Tự học, tự nghiên cứu và thực hành

Thời gian	Nội dung
Tuần 1-16	SV thực hiện bài khóa luận theo hướng dẫn của GV.

7. Phân bổ thời gian theo tiết (1 tín chỉ = 50 giờ làm việc thực tế)

Tuần	Nội dung	Số giờ làm việc thực tế					Ghi chú
		Lý thuyết	Thực hành	Thực tập	Tự học	Tổng	
1-4	Chương 1. Xác định đề tài	0	0	0	150	150	
5-10	Chương 2. Triển khai đề tài	0	0	0	250	250	
11-16	Chương 3. Hoàn thiện khóa luận, báo cáo	0	0	0	200	200	
Tổng			0	0	600	600	

Mã trận liên kết giữa Chuẩn đầu ra và nội dung (các chương) của học phần

Nội dung	CLO1	CLO2	CLO3	CLO4	CLO5
----------	------	------	------	------	------

Chương 1. Xác định đề tài	X				X
Chương 2. Triển khai đề tài	X	X	X		X
Chương 3. Hoàn thiện khóa luận, báo cáo		X	X	X	X

8. Phương pháp giảng dạy – học tập

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

- Thuyết trình
- Dự án
- Hỏi lại hoặc vấn đáp
- Đọc và tóm lược nội dung tài liệu
- Thảo luận

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

- Tìm hiểu, đặt câu hỏi
- Tự học, tự nghiên cứu
- Viết báo cáo

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

Phương pháp giảng dạy	CLO1	CLO2	CLO3	CLO4	CLO5
Thuyết trình	X	X	X	X	X
Dự án	X	X	X	X	X
Hỏi lại hoặc vấn đáp	X	X	X	X	X
Đọc và tóm lược nội dung tài liệu	X	X	X	X	X
Thảo luận	X	X	X	X	X
Tìm hiểu, đặt câu hỏi	X	X	X		X
Tự học, tự nghiên cứu	X	X	X		X
Viết báo cáo	X	X	X		X

9. Nhiệm vụ của sinh viên

- Chủ động tổ chức thực hiện giờ tự học.
- Đọc tài liệu tham khảo bắt buộc và bổ trợ do giảng viên giới thiệu.
- Hoàn thành đầy đủ các yêu cầu của giảng viên
- Hoàn thành báo cáo Khóa luận tốt nghiệp khi kết thúc học phần.

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

11. Phương pháp kiểm tra, đánh giá khóa luận

11.1. Sinh viên được đánh giá kết quả Khóa luận trên cơ sở điểm thành phần như sau:

TT	Điểm thành phần	Hình thức đánh giá	Trọng số
1	Đánh giá quyền khóa luận TN	Nội dung + Hình thức	60%

<i>TT</i>	<i>Điểm thành phần</i>	<i>Hình thức đánh giá</i>	<i>Trọng số</i>
2	Bảo vệ khóa luận trực tiếp trước Hội đồng	Kiến thức + Kỹ năng	40%

11.2. Kế hoạch đo CLO:

Đánh giá người học	CLOs	Trọng số	Miền	Thời gian lấy dữ liệu	Công cụ đánh giá	Ghi chú	Điểm lấy dữ liệu
Đánh giá quyền báo cáo Khóa luận tốt nghiệp	CLO1 ; CLO2 ; CLO3 ; CLO5	60%	Kiến thức, kỹ năng và tư chủ trách nhiệm	Tuần cuối cùng	Rubric đánh giá quyền khóa luận	Đánh giá chất lượng quyền báo cáo khóa luận thông qua khả năng phân tích vấn đề nghiên cứu, xử lý dữ liệu, xây dựng giải pháp truyền thông, chuẩn mực học thuật, hình thức trình bày và tuân thủ đạo đức nghề nghiệp.	Lấy dữ liệu đo từ CLO1; CLO2; CLO3; CLO5
Bảo vệ trực tiếp trước Hội đồng	CLO1 ; CLO2 ; CLO3 ; CLO4	40%	Kiến thức và kỹ năng	Tuần cuối học kỳ	Rubric bảo vệ khóa luận; Phiếu chấm Hội đồng	Đánh giá khả năng trình bày, lập luận, phản biện, giải trình kết quả nghiên cứu và bảo vệ quan điểm chuyên môn trước Hội đồng.	Lấy dữ liệu đo từ CLO1; CLO2; CLO3; CLO4

11.3. Công cụ đo CLO:

a. Ma trận công cụ đánh giá

Hình thức đánh giá	Nội dung trọng tâm	CLO	Mức độ (Bloom)	Công cụ đo	Mình chứng
Chấm quyền báo cáo Khóa luận (60%)	Phân tích vấn đề nghiên cứu; tổng quan tài liệu; xử lý dữ liệu; xây dựng giải pháp/định hướng truyền thông; chuẩn mực học thuật và hình thức trình bày khóa luận.	CLO1, CLO2, CLO3, CLO5	Level 4–6 (Analyze–Create)	Rubric chấm quyền khóa luận; kiểm tra đạo văn; nhận xét giảng viên hướng dẫn	Quyển báo cáo khóa luận hoàn chỉnh; biên bản nhận xét; kết quả kiểm tra đạo văn
Bảo vệ trực tiếp trước Hội đồng (40%)	Trình bày kết quả nghiên cứu; giải trình phương pháp nghiên cứu; phản biện và bảo vệ quan điểm học thuật/chuyên môn.	CLO1, CLO2, CLO3, CLO4	Level 5–6 (Evaluate–Create)	Rubric bảo vệ khóa luận; phiếu chấm Hội đồng	Slide trình bày; biên bản chấm Hội đồng; video/hình ảnh bảo vệ (nếu có)

Rubrics định nghĩa mức năng lực cho các CLO

CLO	Mức 1: YẾU (0–4.9)	Mức 2: TRUNG BÌNH (5.0–6.9)	Mức 3: KHÁ (7.0–8.4)	Mức 4: GIỎI (8.5–10)
CLO1: Phân tích được vấn đề nghiên cứu thuộc lĩnh vực quan hệ công chúng/truyền thông trên cơ sở lý luận và thực tiễn phù hợp.	Chưa xác định rõ vấn đề nghiên cứu; cơ sở lý luận và thực tiễn còn thiếu, sai lệch hoặc không phù hợp.	Xác định được vấn đề nghiên cứu ở mức cơ bản nhưng phân tích còn đơn giản, thiếu chiều sâu hoặc thiếu liên kết giữa lý luận và thực tiễn.	Phân tích được vấn đề nghiên cứu tương đối rõ; cơ sở lý luận và thực tiễn phù hợp, có liên kết với mục tiêu nghiên cứu.	Phân tích sâu, logic và thuyết phục vấn đề nghiên cứu; vận dụng tốt cơ sở lý luận và thực tiễn để làm rõ hướng nghiên cứu.

CLO	Mức 1: YẾU (0–4.9)	Mức 2: TRUNG BÌNH (5.0–6.9)	Mức 3: KHÁ (7.0–8.4)	Mức 4: GIỎI (8.5–10)
CLO2: Vận dụng được phương pháp nghiên cứu phù hợp để thu thập, xử lý và phân tích dữ liệu phục vụ đề tài khóa luận.	Chưa lựa chọn được phương pháp nghiên cứu phù hợp; dữ liệu thu thập thiếu tin cậy hoặc xử lý sai.	Vận dụng được phương pháp nghiên cứu ở mức cơ bản nhưng còn hạn chế trong thu thập, xử lý hoặc phân tích dữ liệu.	Vận dụng tương đối phù hợp phương pháp nghiên cứu; dữ liệu được thu thập, xử lý và phân tích khá rõ ràng.	Vận dụng tốt phương pháp nghiên cứu; dữ liệu được thu thập, xử lý, phân tích chính xác, logic và có giá trị đối với đề tài.
CLO3: Xây dựng được giải pháp, khuyến nghị hoặc sản phẩm truyền thông phù hợp với kết quả nghiên cứu và bối cảnh thực tiễn.	Giải pháp/khuyến nghị chưa rõ, thiếu căn cứ hoặc không phù hợp với kết quả nghiên cứu và bối cảnh thực tiễn.	Xây dựng được giải pháp/khuyến nghị ở mức cơ bản nhưng còn chung chung, tính khả thi chưa cao.	Xây dựng được giải pháp/khuyến nghị tương đối phù hợp, có liên hệ với kết quả nghiên cứu và thực tiễn.	Xây dựng giải pháp/khuyến nghị rõ ràng, có căn cứ, khả thi và thể hiện giá trị ứng dụng trong lĩnh vực PR/truyền thông.
CLO4: Trình bày được kết quả nghiên cứu và bảo vệ được quan điểm chuyên môn trước Hội đồng.	Trình bày thiếu mạch lạc; không giải trình được hoặc giải trình yếu các câu hỏi của Hội đồng.	Trình bày được nội dung cơ bản nhưng còn thiếu logic; trả lời phản biện còn chung chung hoặc chưa thuyết phục	Trình bày khá rõ ràng, có logic; trả lời được phần lớn câu hỏi phản biện và bảo vệ tương đối tốt quan điểm chuyên môn.	Trình bày tự tin, mạch lạc, thuyết phục; phản biện tốt, bảo vệ vững chắc quan điểm chuyên môn trước Hội đồng.

CLO	Mức 1: YẾU (0–4.9)	Mức 2: TRUNG BÌNH (5.0–6.9)	Mức 3: KHÁ (7.0–8.4)	Mức 4: GIỎI (8.5–10)
CLO5: Giám sát được tính trung thực học thuật và các nguyên tắc đạo đức nghề nghiệp cốt lõi của ngành Quan hệ công chúng.	Chưa thể hiện rõ trách nhiệm học thuật; còn vi phạm hoặc thiếu tuân thủ quy định về trích dẫn, trình bày, tiến độ hoặc đạo đức nghiên cứu.	Thể hiện trách nhiệm học thuật ở mức cơ bản nhưng còn thiếu sót trong trích dẫn, trình bày, tiến độ hoặc tuân thủ quy định.	Thể hiện tương đối tốt trách nhiệm học thuật, đạo đức nghiên cứu và ý thức nghề nghiệp trong quá trình thực hiện khóa luận.	Thể hiện tốt trách nhiệm học thuật, trung thực nghiên cứu, tuân thủ quy định, chủ động và nghiêm túc trong toàn bộ quá trình thực hiện khóa luận.

Mô tả tổng quát mức năng lực qua điểm số (10 điểm)

- **Mức Giỏi (8.5 – 10):** Sinh viên thực hiện tốt các yêu cầu của học phần ở cả ba phương diện kiến thức, kỹ năng và mức độ tự chủ – trách nhiệm; phân tích sâu sắc vấn đề nghiên cứu, vận dụng phù hợp phương pháp nghiên cứu khoa học, xây dựng giải pháp/định hướng truyền thông có tính khả thi; trình bày, phân biện logic và bảo vệ tốt quan điểm chuyên môn trước Hội đồng; tuân thủ nghiêm túc chuẩn mực đạo đức học thuật và nghề nghiệp.

- **Mức Khá (7.0 – 8.4):** Sinh viên nắm vững phần lớn nội dung nghiên cứu, phân tích được vấn đề và vận dụng tương đối tốt phương pháp nghiên cứu; xây dựng được giải pháp/khuyến nghị phù hợp với kết quả nghiên cứu; trình bày và giải trình được phần lớn nội dung trước Hội đồng nhưng còn một số hạn chế về chiều sâu lập luận hoặc tính thuyết phục.

- **Mức Trung bình (5.0 – 6.9):** Sinh viên đạt được yêu cầu cơ bản của khóa luận; bước đầu phân tích được vấn đề nghiên cứu và xử lý dữ liệu nhưng còn hạn chế về logic, mức độ liên kết giữa lý luận và thực tiễn hoặc tính khả thi của giải pháp; trình bày và phân biện còn chưa thật sự rõ ràng.

- **Mức Yếu (<5.0):** Sinh viên chưa đáp ứng được yêu cầu cơ bản của học phần; vấn đề nghiên cứu chưa rõ ràng, vận dụng phương pháp nghiên cứu còn hạn chế, kết quả phân tích thiếu căn cứ, gặp khó khăn trong trình bày, phân biện và chưa thể hiện đầy đủ trách nhiệm học thuật hoặc yêu cầu đạo đức nghề nghiệp.

b. Rubric đánh giá quyền khóa luận

ST T	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	CLO đo lượng	Xuất sắc (8.5 - 10)	Khá (7.0 - 8.4)	Trung bình (5.0 - 6.9)	Yếu (< 5.0)
1	Xác định vấn đề nghiên cứu và mục tiêu nghiên cứu	15%	CLO1	Xác định rõ ràng, logic vấn đề nghiên cứu; mục tiêu, câu hỏi nghiên cứu phù hợp, có giá trị thực tiễn.	Vấn đề và mục tiêu nghiên cứu tương đối rõ nhưng còn hạn chế về tính logic hoặc phạm vi.	Vấn đề nghiên cứu xác định ở mức cơ bản nhưng còn chung chung hoặc chưa thật sự phù hợp.	Vấn đề nghiên cứu chưa rõ, mục tiêu/câu hỏi nghiên cứu thiếu hoặc không phù hợp.
2	Tổng quan tài liệu và cơ sở lý luận	15%	CLO1, CLO2	Tổng hợp tài liệu đầy đủ, cập nhật; cơ sở lý luận phù hợp và liên kết chặt với đề tài.	Có tổng quan tài liệu tương đối đầy đủ nhưng còn thiếu chiều sâu hoặc cập nhật.	Tổng quan tài liệu cơ bản nhưng còn rời rạc hoặc thiếu liên kết với đề tài.	Thiếu cơ sở lý luận hoặc tổng quan tài liệu không phù hợp.
3	Phương pháp nghiên cứu và xử lý dữ liệu	20%	CLO2	Lựa chọn và vận dụng phù hợp phương pháp nghiên cứu; dữ liệu được xử lý logic, chính xác.	Phương pháp nghiên cứu phù hợp ở mức khá nhưng còn hạn chế trong xử lý dữ liệu.	Phương pháp nghiên cứu cơ bản nhưng còn thiếu logic hoặc chưa khai thác hiệu quả dữ liệu.	Phương pháp nghiên cứu không phù hợp hoặc dữ liệu xử lý sai/thiếu tin cậy.
4	Kết quả phân tích và thảo luận	20%	CLO1, CLO2	Phân tích sâu, logic, có minh chứng rõ ràng; thảo luận thuyết phục.	Phân tích tương đối tốt nhưng một số luận điểm còn thiếu chiều sâu.	Phân tích ở mức cơ bản nhưng còn thiếu liên kết hoặc lập luận chưa rõ.	Kết quả phân tích sơ sài, thiếu logic hoặc không làm rõ vấn đề

ST T	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	CLO đo lượng	Xuất sắc (8.5 - 10)	Khá (7.0 - 8.4)	Trung bình (5.0 - 6.9)	Yếu (< 5.0)
							ngiên cứu.
5	Giải pháp/khu yến nghị/định hướng truyền thông	15%	CLO3	Giải pháp có căn cứ, sáng rõ, khả thi và phù hợp với kết quả nghiên cứu.	Giải pháp phù hợp nhưng còn hạn chế về tính khả thi hoặc mức độ cụ thể.	Giải pháp còn chung chung, thiếu liên hệ thực tiễn.	Không đề xuất được giải pháp phù hợp hoặc thiếu căn cứ.
6	Hình thức trình bày và chuẩn mục học thuật	15%	CLO5	Trình bày đúng quy chuẩn; trích dẫn đầy đủ, không lỗi học thuật; văn phong khoa học tốt.	Trình bày tương đối đúng nhưng còn lỗi nhỏ về hình thức hoặc trích dẫn.	Có nhiều lỗi trình bày, trích dẫn hoặc diễn đạt khoa học chưa tốt.	Vi phạm chuẩn trình bày hoặc đạo đức học thuật; lỗi nghiêm trọng.

c. Rubric đánh giá bảo vệ khóa luận trực tiếp trước Hội đồng

ST T	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	CLO đo lượng	Xuất sắc (8.5 - 10)	Khá (7.0 - 8.4)	Trung bình (5.0 - 6.9)	Yếu (< 5.0)
1	Nội dung trình bày khóa luận	25%	CLO1, CLO2	Trình bày đầy đủ, logic mục tiêu, cơ sở lý luận, phương pháp và kết quả nghiên cứu; làm rõ giá trị thực tiễn của đề tài.	Trình bày tương đối đầy đủ nhưng còn hạn chế nhỏ về tính logic hoặc mức độ làm rõ vấn đề.	Trình bày được nội dung cơ bản nhưng còn thiếu liên kết hoặc chưa làm rõ kết quả nghiên cứu.	Trình bày thiếu trọng tâm, không làm rõ nội dung khóa luận.
2	Kỹ năng thuyết trình	20%	CLO4	Diễn đạt rõ ràng, tự tin, đúng thời lượng; sử dụng	Trình bày khá rõ, đúng trọng tâm nhưng	Trình bày được nội dung cơ bản nhưng thiếu	Diễn đạt thiếu rõ ràng, phụ thuộc tài

ST T	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	CLO đo lượng	Xuất sắc (8.5 - 10)	Khá (7.0 - 8.4)	Trung bình (5.0 - 6.9)	Yếu (< 5.0)
				slide hiệu quả; trình bày thuyết phục.	còn hạn chế nhỏ về diễn đạt hoặc làm chủ thời gian.	mạch lạc hoặc chưa thu hút.	liệu hoặc vượt thời lượng nhiều.
3	Năng lực phản biện và trả lời câu hỏi Hội đồng	30%	CLO4	Trả lời đầy đủ, logic, có căn cứ khoa học; bảo vệ tốt quan điểm nghiên cứu trước Hội đồng.	Trả lời được phần lớn câu hỏi nhưng một số nội dung chưa thật sự sâu sắc hoặc thuyết phục.	Trả lời được câu hỏi cơ bản nhưng còn lúng túng, thiếu căn cứ hoặc thiếu liên kết.	Không trả lời được hoặc trả lời thiếu chính xác, không bảo vệ được quan điểm nghiên cứu.
4	Giải pháp/khu yến nghị và giá trị ứng dụng	15%	CLO3	Giải pháp/khuyến nghị rõ ràng, có căn cứ, khả thi và có giá trị ứng dụng thực tiễn cao	Giải pháp tương đối phù hợp nhưng còn hạn chế về tính cụ thể hoặc khả thi.	Giải pháp còn chung chung, thiếu liên hệ thực tiễn.	Giải pháp không phù hợp hoặc thiếu căn cứ.
5	Tác phong, thái độ học thuật và chuyên nghiệp	10%	CLO5	Tác phong chuyên nghiệp, nghiêm túc, tự tin; thể hiện trách nhiệm học thuật và thái độ cầu thị.	Tác phong phù hợp nhưng còn một số hạn chế nhỏ trong giao tiếp hoặc chuẩn bị.	Tác phong ở mức cơ bản nhưng còn thiếu tự tin hoặc chuẩn bị chưa kỹ.	Thiếu nghiêm túc, chuẩn bị sơ sài hoặc thể hiện chưa phù hợp trong bảo vệ.

12. Tài liệu phục vụ cho học phần

12.1. Tài liệu chính

Đình Thúy Hằng, PR – Lý luận & Ứng dụng, NXB. Lao động – Xã hội, 2017

12.2. Tài liệu tham khảo

- Wilcox Dennis & Cameron Glen, 2008, Public Relations: Strategies and Tactics, 9th ed, Pearson Education, Boston

- Việt Hoa, Đường vào nghề PR, NXB Trẻ TPHCM, 2007

- Claudia Mast, Truyền thông đại chúng – Những kiến thức cơ bản, Nxb Thông tin, Hà Nội, 2003

- Dương Xuân Sơn, Đinh Văn Hương, Trần Quang, Cơ sở lý luận báo chí truyền thông, Nxb ĐHQG, Hà Nội, 2005

Các tài liệu tham khảo khác liên quan đến nội dung đề tài khóa luận của sinh viên.

- Claudia Mast, Truyền thông đại chúng – Những kiến thức cơ bản, Nxb Thông tin, Hà Nội, 2003

- Dương Xuân Sơn, Đinh Văn Hương, Trần Quang, Cơ sở lý luận báo chí truyền thông, Nxb ĐHQG, Hà Nội, 2005

Các tài liệu tham khảo khác liên quan đến nội dung đề tài khóa luận của sinh viên.

TP.Hồ Chí Minh, ngày 04 tháng 06 năm 2025

Trưởng Khối ngành

(Ký và ghi rõ họ tên)



Nguyễn Thị Hồng Thủy

Giảng viên biên soạn

(Ký và ghi rõ họ tên)



Phạm Thị Hương





ĐỀ CƯƠNG CHI TIẾT HỌC PHẦN

1. Thông tin về học phần

- Tên học phần: **Nghiên cứu thị trường (Marketing Research)**
- Mã học phần: **PUR439**
- Số tín chỉ: **3**
- Bậc đào tạo: **Đại học**
- Loại học phần: **Tự chọn, Thay thế khóa luận tốt nghiệp**
- Học phần tiên quyết/ Học phần trước: **PUR307**
- Đơn vị phụ trách: **Khoa Khoa học Xã hội và Nhân văn**
- Số tín chỉ: **02** ; Số giờ: **150** , trong đó:
 - Hoạt động giảng dạy trên lớp: **45 Giờ**
 - + Giờ giảng: **30 Giờ**
 - + Thảo luận: **15 Giờ**
 - Giờ kiểm tra: **00 Giờ**
 - Giờ tự học: **105 Giờ**

2. Thông tin về giảng viên

Giảng viên 1:

- Họ và tên: **Nguyễn Thị Hồng Thủy**
- Chức danh, học vị: **Thạc sĩ**
- Thời gian làm việc: **Giờ hành chính (8:00 -16:00)**
- Địa điểm làm việc: **Khoa Khoa học Xã hội và Nhân văn, Trường Đại học Văn Hiến**
- Điện thoại: **0918058901**
- Email: **thuyntb@vhu.edu.vn**

Giảng viên 2:

- Họ và tên: **Lê Thị Hoàng Liễu**
- Chức danh, học vị: **Tiến Sĩ**
- Thời gian làm việc: **Giờ hành chính (8:00 -16:00)**
- Địa điểm làm việc: **Khoa Khoa học Xã hội và Nhân văn, Trường Đại học Văn Hiến**
- Điện thoại: **0908303586**
- Email: **Lieu2tlh@vhu.edu.vn**

3. Tóm tắt nội dung học phần

Học phần cung cấp cho người học những kiến thức và kỹ năng cơ bản về quy trình, phương pháp và công cụ thực hiện nghiên cứu thị trường trong các lĩnh vực marketing,

truyền thông – quan hệ công chúng, văn hóa tổ chức, hành vi khách hàng, giới trẻ, người lao động và mức độ hài lòng của khách hàng. Học phần giúp người học nhận diện vấn đề nghiên cứu, xác định mục tiêu nghiên cứu, thiết kế đề xuất nghiên cứu, lựa chọn phương pháp chọn mẫu, xây dựng công cụ thu thập dữ liệu, thu thập và xử lý thông tin, chọn lọc dữ liệu phù hợp và giải thích ý nghĩa kết quả nghiên cứu. Bên cạnh đó, học phần chú trọng rèn luyện kỹ năng làm việc nhóm, viết báo cáo nghiên cứu thị trường và hình thành nhân thức về đạo đức nghề nghiệp trong hoạt động nghiên cứu

4. Mục tiêu của học phần

Học phần trang bị cho người học kiến thức cơ bản về khái niệm, vai trò, lĩnh vực ứng dụng, quy trình nghiên cứu, phương pháp chọn mẫu, phương pháp thu thập dữ liệu và các yêu cầu đạo đức trong nghiên cứu thị trường. Trên cơ sở đó, học phần rèn luyện khả năng vận dụng quy trình nghiên cứu thị trường để xác định vấn đề nghiên cứu, xây dựng đề xuất nghiên cứu, thiết kế công cụ thu thập dữ liệu, lựa chọn phương pháp thu thập thông tin, xử lý dữ liệu và viết báo cáo kết quả nghiên cứu ở mức cơ bản; đồng thời hình thành thái độ nghiêm túc, trung thực, trách nhiệm trong thu thập, xử lý, sử dụng dữ liệu, tinh thần hợp tác, chủ động học tập và ý thức tuân thủ đạo đức nghề nghiệp trong nghiên cứu thị trường.

5. Chuẩn đầu ra của học phần

Sau khi hoàn thành học phần này, người học có thể:

Mã CDR	Nội dung chuẩn đầu ra	Mức độ
CLO1	Phân tích được quy trình và phương pháp nghiên cứu thị trường trong bối cảnh marketing, truyền thông – PR và tổ chức.	Mức 4 (Phân tích)
CLO2	Đánh giá được chất lượng khoa học và giá trị ứng dụng của dữ liệu, phương pháp xử lý và báo cáo kết quả nghiên cứu thị trường.	Mức 5 (Đánh giá)
CLO3	Thiết kế được đề cương nghiên cứu thị trường trong tình huống marketing, PR hoặc tổ chức giả định.	Mức 4 (Phối hợp)
CLO4	Thể hiện được tinh thần tự học, hợp tác và trách nhiệm đạo đức trong thực hiện nhiệm vụ nghiên cứu thị trường.	Mức 5 (Đặc trưng hóa các giá trị)

Mã trận liên kết/tương thích giữa CLOs và PLOs

Chuẩn đầu ra	PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5	PLO6	PLO7	PLO8
CLO1	X							

Chuẩn đầu ra	PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5	PLO6	PLO7	PLO8
CLO2		X						
CLO3			X					
CLO4						X		

6. Nội dung chi tiết của học phần

6.1. Lý thuyết

Chương/Mục	Nội dung
Chương 1.	Tổng quan về nghiên cứu thị trường
1.1	Khái niệm, vai trò và phạm vi ứng dụng của nghiên cứu thị trường
1.2	Các dạng nghiên cứu thị trường trong marketing, truyền thông – PR và tổ chức
1.3	Đạo đức và trách nhiệm nghề nghiệp trong nghiên cứu thị trường
Chương 2.	Quy trình nghiên cứu thị trường
2.1	Xác định vấn đề, mục tiêu và câu hỏi nghiên cứu
2.2	Nghiên cứu tại bàn và nghiên cứu tại hiện trường
2.3	Nghiên cứu định tính và nghiên cứu định lượng
2.4	Nghiên cứu khám phá, mô tả và nhân quả
2.5	Lựa chọn phương pháp và kế hoạch triển khai nghiên cứu
Chương 3.	Thiết kế dự án nghiên cứu
3.1	Thiết kế nghiên cứu
3.2	Các dạng thiết kế nghiên cứu
3.2.1	Thiết kế nghiên cứu khám phá
3.2.2	Thiết kế nghiên cứu mô tả
3.2.3	Thiết kế nghiên cứu nhân quả
3.3	Xây dựng đề cương/đề nghị nghiên cứu thị trường

Chương/Mục	Nội dung
3.4	Kế hoạch tổ chức thực hiện, phân công nhóm và quản lý tiến độ nghiên cứu
Chương 4.	Nghiên cứu định lượng
4.1	Đo lường trong nghiên cứu định lượng
4.1.1	Nguyên tắc đo lường
4.1.2	Cấp độ thang đo
4.1.3	Độ tin cậy và giá trị của thang đo
4.2	Thiết kế bảng câu hỏi
4.3	Chọn mẫu trong nghiên cứu định lượng
4.4	Tổ chức thu thập dữ liệu định lượng
4.5	Hiệu chỉnh và làm sạch dữ liệu
4.6	Xử lý và diễn giải dữ liệu định lượng
Chương 5.	Nghiên cứu định tính
5.1	Vai trò của nghiên cứu định tính
5.2	Dữ liệu trong nghiên cứu định tính
5.3	Chọn mẫu trong nghiên cứu định tính
5.4	Công cụ thu thập dữ liệu định tính
5.5	Phân tích và diễn giải dữ liệu định tính
Chương 6.	Báo cáo kết quả nghiên cứu
6.1	Nguyên tắc cơ bản khi viết báo cáo nghiên cứu
6.2	Nội dung cơ bản của báo cáo nghiên cứu thị trường
6.3	Trình bày và diễn giải kết quả nghiên cứu
6.4	Đánh giá chất lượng dữ liệu và báo cáo kết quả nghiên cứu
6.5	Đạo đức trong báo cáo, sử dụng và công bố kết quả nghiên cứu

6.2. Thực hành

	Nội dung
6.2.1	Bài tập cá nhân
	Người học thực hành vận dụng kiến thức về quy trình, phương pháp nghiên cứu thị trường, đạo đức nghiên cứu, thu thập và xử lý dữ liệu để phân tích một tình huống nghiên cứu thị trường hoặc xây dựng một nội dung thành phần của đề cương nghiên cứu
6.2.2	Bài tập nhóm
	- Người học thảo luận nhóm theo các câu hỏi, tình huống hoặc yêu cầu nghiên cứu do giảng viên giao liên quan đến xác định vấn đề nghiên cứu, lựa chọn phương pháp, thiết kế công cụ thu thập dữ liệu và đề xuất hướng xử lý dữ liệu. - Các nhóm báo cáo kết quả làm việc trước lớp, trình bày đề xuất nghiên cứu thị trường hoặc kết quả phân tích tình huống, đồng thời tham gia trao đổi, phản biện và hoàn thiện nội dung theo góp ý của giảng viên và các nhóm khác.

7. Phân bổ thời gian theo tiết (1 tín chỉ = 15 giờ)

Chương	Tên chương	Số giờ				
		Giờ giảng	Thảo luận	Giờ kiểm tra	Giờ Tự học	Tổng
1	Tổng quan về nghiên cứu thị trường	5	2	0	10	15
2	Quy trình nghiên cứu thị trường	5	3	0	20	28
3	Thiết kế dự án nghiên cứu	5	3	0	20	28
4	Nghiên cứu định lượng	5	3	0	20	28
5	Nghiên cứu định tính	5	2	0	20	27
6	Báo cáo kết quả nghiên cứu	5	2	0	15	22
	Tổng	30	15	0	105	150

CÁC CHỦ ĐỀ THẢO LUẬN VÀ THUYẾT TRÌNH

1. Vai trò của nghiên cứu thị trường trong marketing, truyền thông – PR và tổ chức
2. Quy trình thực hiện một nghiên cứu thị trường
3. Thiết kế bảng câu hỏi và chọn mẫu trong nghiên cứu định lượng
4. Ứng dụng nghiên cứu định tính trong tìm hiểu khách hàng/công chúng mục tiêu

5 Đạo đức nghiên cứu và báo cáo kết quả nghiên cứu thị trường

Ma trận liên kết/tương thích giữa CLOs và nội dung (các chương) của học phần

Nội dung chương	CLO1	CLO2	CLO3	CLO4
Chương 1. Tổng quan về nghiên cứu thị trường	X			
Chương 2. Quy trình nghiên cứu thị trường	X		X	
Chương 3. Thiết kế dự án nghiên cứu	X		X	
Chương 4. Nghiên cứu định lượng	X	X	X	
Chương 5. Nghiên cứu định tính	X	X	X	
Chương 6. Báo cáo kết quả nghiên cứu		X	X	X

8. Phương pháp giảng dạy - học

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

- Thuyết giảng
- Phát vấn
- Giải quyết vấn đề
- Tự học có hướng dẫn
- Thuyết trình – phản biện nhóm

Ma trận liên kết/tương thích giữa CLOs với phương pháp giảng dạy- học

Phương pháp giảng dạy	CLO1	CLO2	CLO3	CLO4
Thuyết giảng	X	X		
Phát vấn	X	X		
Giải quyết vấn đề	X	X	X	
Tự học có hướng dẫn	X	X	X	X
Thuyết trình – phản biện nhóm		X	X	X

9. 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).
- Đọc tài liệu bắt buộc và tham khảo thêm tài liệu do giảng viên giới thiệu.
- Hoàn thành đầy đủ các bài tập cá nhân, bài làm thuyết trình nhóm.
- Tham gia tiểu luận kết thúc học phần.

10. 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.

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

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

TT	Điểm thành phần	Hình thức đánh giá	Trọng số
1	Giữa kỳ	Chuyên cần (dự lớp 10%) + Thuyết trình – Phản biện nhóm (30%)	40%
2	Kết thúc học phần	Tiểu luận	60%

Điểm đánh giá quá trình: trọng số 40%, bao gồm.

- Điểm chuyên cần: trọng số 10%

Tiêu chí đánh giá	Mức độ đạt chuẩn quy định					Trọng số
	Mức F (0-3.9)	Mức D (4.0-5.4)	Mức C (5.5-6.9)	Mức B (7.0-8.4)	Mức A (8.5-10)	
Chuyên cần, tham gia học tập (CLO4)	Vắng quá 30% số buổi; không tham gia hoạt động học tập.	Tham gia dưới 50% số buổi; chuẩn bị bài rất hạn chế.	Tham gia khoảng 50%-70% số buổi; có chuẩn bị nhưng đóng góp chưa thường xuyên.	Tham gia khoảng 70%-90% số buổi; chuẩn bị bài và đóng góp tương đối tích cực.	Tham gia đầy đủ, chuẩn bị bài tốt; tích cực thảo luận, hỗ trợ nhóm và nộp nhiệm vụ đúng hạn.	100%

– Điểm kiểm tra thường xuyên: trọng số 30%. Theo thang điểm 10, dựa trên đáp án và hướng dẫn điểm được thiết kế sẵn.

11.2. Kế hoạch đo CLOs

Đánh giá người học	CLOs	Trọng số	Miền	Thời gian lấy dữ liệu	Công cụ đánh giá	Ghi chú	Điểm lấy dữ liệu
Thi cuối kỳ	CLO1; CLO2	60%	Kiến thức	Tuần 9	Tiểu luận cuối kỳ –	Đánh giá mức độ phân tích quy trình, thiết kế và phương pháp nghiên cứu thị	Lấy dữ liệu đo từ

Đánh giá người học	CLOs	Trọng số	Miền	Thời gian lấy dữ liệu	Công cụ đánh giá	Ghi chú	Điểm lấy dữ liệu
(Tiểu luận cuối kỳ)					Rubric đánh giá tiểu luận (11.3.c)	trường; đánh giá, chất lượng dữ liệu và báo cáo; thiết kế đề cương nghiên cứu thị trường gồm phương pháp, mẫu, công cụ thu thập và kế hoạch xử lý dữ liệu.	CLO1; CLO2
Quá trình	CLO2; CLO3	30%	Kiến thức và kỹ năng	Tuần 1–8	Bài tập tình huống; thảo luận; thuyết trình – phản biện nhóm (11.3.b)	Đánh giá quá trình phân tích tình huống nghiên cứu, lựa chọn phương pháp định tính/định lượng, xây dựng công cụ thu thập dữ liệu, chọn mẫu, đề xuất hướng xử lý dữ liệu và trình bày/phản biện đề cương.	Lấy dữ liệu đo từ CLO2; CLO3
Quá trình	CLO4	10%	Tự chủ và trách nhiệm học tập	Suốt học kỳ (Tuần 1–9)	Bảng kiểm soát chuyên cần; quan sát học tập (11.3.a)	Đánh giá tinh thần tư học, hợp tác, tuân thủ đạo đức nghiên cứu và hoàn thành nhiệm vụ đúng tiến độ trong quá trình chuẩn bị đề cương/tiểu luận nghiên cứu thị trường.	Lấy dữ liệu đo từ CLO4

11.3. Công cụ đo CLO:

a. Ma trận đặc tả

Hình thức đánh giá	Nội dung trọng tâm	CLO	Mức độ (Bloom)	Công cụ đo	Minh chứng
Chuyên cần & tham gia (10%)	Tham gia thảo luận, phát vấn, phân biện và thể hiện tinh thần tự học, hợp tác, trách nhiệm đạo đức trong các tình huống nghiên cứu thị trường trên lớp.	CLO4	Thái độ Level 5 Evaluate	Bảng kiểm chuyên cần; quan sát lớp; ghi nhận mức độ tham gia.	Số điểm danh; ghi nhận của GV
Thuyết trình nhóm (30%)	Phân tích quy trình, thiết kế và phương pháp nghiên cứu thị trường, trình bày đề cương nghiên cứu; thảo luận về mẫu, công cụ thu thập dữ liệu, xử lý dữ liệu, chất lượng dữ liệu nghiên cứu.	CLO2 ; CLO3	Level 4–5 Analyze – Evaluate;	Rubric thuyết trình & phân biện nhóm; phiếu đánh giá nhóm/cá nhân	Slide thuyết trình; đề cương nghiên cứu nhóm; phiếu đánh giá; nhận xét phân biện.
Tiểu luận cuối kỳ (60%)	Thiết kế đề cương/bài tiểu luận nghiên cứu thị trường cho tình huống marketing, PR hoặc tổ chức giả định, gồm vấn đề nghiên cứu, mục tiêu, câu hỏi, phương pháp, mẫu, công cụ thu thập dữ liệu, kế hoạch xử lý dữ liệu và đánh giá chất lượng báo cáo.	CLO1 ; CLO2	Level 4–5 Analyze – Evaluate;	Rubric tiểu luận cuối kỳ.	Bài tiểu luận

Rubrics định nghĩa mức năng lực cho các CLO1 - CLO2

CLO	Mức 1: YẾU (0–4.9)	Mức 2: TRUNG BÌNH (5.0–6.9)	Mức 3: KHÁ (7.0–8.4)	Mức 4: GIỎI (8.5–10)
CLO1: Phân tích được quy trình và phương pháp nghiên cứu thị trường trong bối cảnh marketing, truyền thông – PR và tổ chức.	Không phân tích được quy trình và phương pháp nghiên cứu thị trường; trình bày sai hoặc rời rạc các bước nghiên cứu; không nhận diện được sự phù hợp của phương pháp với bối cảnh marketing, truyền thông – PR hoặc tổ chức.	Phân tích được một phần quy trình và một số phương pháp nghiên cứu thị trường; nhận diện được bối cảnh áp dụng nhưng còn chung chung; giải thích mối liên hệ giữa vấn đề nghiên cứu, phương pháp và dữ liệu chưa rõ.	Phân tích đúng phần lớn quy trình, thiết kế và phương pháp nghiên cứu thị trường; phân biệt được nghiên cứu định tính, định lượng và một số dạng nghiên cứu phù hợp, liên hệ được với tình huống marketing, PR hoặc tổ chức.	Phân tích đầy đủ, logic quy trình, thiết kế và phương pháp nghiên cứu thị trường; so sánh được ưu điểm, hạn chế và điều kiện áp dụng của các phương pháp; đề xuất được phương pháp phù hợp với bối cảnh marketing, truyền thông – PR hoặc tổ chức.
CLO2: Đánh giá được chất lượng khoa học và giá trị ứng dụng của dữ liệu, phương pháp xử lý và báo cáo kết quả nghiên cứu thị trường	Không đánh giá được hoặc đánh giá sai các yêu cầu trong nghiên cứu thị trường; chưa nhận diện được các vấn đề giá trị ứng dụng của dữ liệu, phương pháp xử lý và báo cáo kết quả nghiên cứu thị trường.	Đánh giá được một số yêu cầu cơ bản trong nghiên cứu thị trường; nhận diện chung chung về các vấn đề giá trị ứng dụng của dữ liệu, phương pháp xử lý và báo cáo kết quả nghiên cứu thị trường.	Đánh giá tương đối đầy đủ các yêu cầu kiến thức trong nghiên cứu thị trường; nhận diện được tương đối đầy đủ về các vấn đề giá trị ứng dụng của dữ liệu, phương pháp xử lý và báo cáo kết quả nghiên cứu thị trường.	Đánh giá sâu sắc, có tiêu chí rõ ràng trong thu thập, xử lý và báo cáo dữ liệu, phân tích được hệ quả nghề nghiệp, pháp lý và xã hội; đề xuất giải pháp khả thi bảo đảm tính trung thực, minh bạch và chất lượng báo cáo nghiên cứu

Mô tả tổng quát mức năng lực qua điểm số (10 điểm)

- **Mức Giỏi (8.5 – 10):** Hiểu rõ kiến thức, giải thích logic, có khả năng liên hệ thực tiễn.
- **Mức Khá (7.0 – 8.4):** Nắm vững nội dung cơ bản, giải thích tương đối đầy đủ.
- **Mức Trung bình (5.0 – 6.9):** Hiểu ở mức cơ bản, còn hạn chế trong giải thích và liên hệ.
- **Mức Yếu (<5.0):** Chưa nắm được kiến thức cốt lõi, trả lời thiếu chính xác.

b. Rubric đánh giá thuyết trình và phân biện

Mục tiêu: Đo lường kỹ năng Tâm vận động (CLO3) qua phản xạ tư duy và tương tác trực tiếp.

STT	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	CLO đo lường	Xuất sắc (8.5 - 10)	Khá (7.0 - 8.4)	Trung bình (5.0 - 6.9)	Yếu (< 5.0)
1	Kỹ năng diễn đạt & thao tác tư duy	30%	CLO3 Tâm vận động Mức 4	Diễn đạt trôi chảy, có điểm nhấn, phối hợp hiệu quả lời nói, ánh mắt, cử chỉ và phương tiện trình chiếu; xử lý mạch tư duy linh hoạt khi trình bày đề cương nghiên cứu thị trường, gồm vấn đề, mục tiêu, câu hỏi, phương pháp, mẫu, công cụ thu thập và kế hoạch xử lý dữ liệu.	Trình bày rõ ràng, mạch lạc; sử dụng ngôn ngữ cơ thể tương đối phù hợp; thao tác tư duy logic khi giải thích các thành phần chính của đề cương nghiên cứu thị trường; truyền tải được trọng tâm vấn đề nghiên cứu và phương pháp đề xuất.	Nêu được ý chính của đề cương nhưng còn phụ thuộc nhiều vào slide/tài liệu; diễn đạt chưa thật liền mạch; thao tác tư duy còn đơn giản; giải thích vấn đề, mục tiêu, phương pháp hoặc dữ liệu chưa đầy đủ.	Diễn đạt lúng túng, chủ yếu đọc slide; không kiểm soát được bài nói; mạch tư duy rời rạc; trình bày sai lệch hoặc thiếu các thành phần cơ bản của đề cương nghiên cứu thị trường.

STT	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	CLO đo lường	Xuất sắc (8.5 - 10)	Khá (7.0 - 8.4)	Trung bình (5.0 - 6.9)	Yếu (< 5.0)
2	Năng lực phản biện trực tiếp	40%	CLO3 Tâm vận động Mức 4	Phản xạ nhanh trước câu hỏi; trả lời đúng trọng tâm; biên luận sắc sảo, có căn cứ về lựa chọn vấn đề, thiết kế nghiên cứu, phương pháp, mẫu, công cụ thu thập và xử lý dữ liệu; bảo vệ quan điểm vững vàng trước chất vấn.	Trả lời đúng trọng tâm câu hỏi; lập luận khá logic và thuyết phục; giải thích được cơ sở lựa chọn phương pháp, mẫu, công cụ thu thập hoặc kế hoạch xử lý dữ liệu; có thể điều chỉnh câu trả lời khi được hỏi sâu hoặc phản biện thêm	Trả lời được một phần câu hỏi nhưng còn lúng túng; lập luận chưa chặt chẽ; căn cứ lựa chọn phương pháp, mẫu hoặc công cụ thu thập dữ liệu chưa rõ; ví dụ minh họa chưa thật phù hợp với bối cảnh nghiên cứu thực trường.	Không phản biện được, né tránh câu hỏi hoặc trả lời sai lệch; không giải thích được lựa chọn thiết kế nghiên cứu, phương pháp, mẫu, công cụ thu thập hoặc kế hoạch xử lý dữ liệu; không bảo vệ được quan điểm khi bị chất vấn

STT	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	CLO đo lường	Xuất sắc (8.5 - 10)	Khá (7.0 - 8.4)	Trung bình (5.0 - 6.9)	Yếu (< 5.0)
3	Kỹ năng phối hợp & tương tác nhóm	30%	CLO3 Tâm vận động Mức 4	Phối hợp nhịp nhàng giữa các thành viên, phân vai rõ ràng theo các phần của đề cương nghiên cứu; hỗ trợ nhau hiệu quả khi trình bày và phản biện; tương tác tích cực với giảng viên và người học để hoàn thiện phương án nghiên cứu.	Nhóm có phân công rõ; chuyển tiếp tương đối mạch lạc giữa các nội dung như vấn đề, mục tiêu, phương pháp, công cụ và dữ liệu; các thành viên hỗ trợ nhau tốt trong phần trình bày và trả lời câu hỏi.	Có phân công nhiệm vụ nhưng phối hợp chưa đồng đều; chuyển tiếp còn rời rạc; một số thành viên tham gia hạn chế trong tương tác và phản biện; sự liên kết giữa các phần của đề cương nghiên cứu chưa thật rõ.	Hoạt động nhóm rời rạc, thiếu phân công hoặc phối hợp; không thể hiện được vai trò của làm việc nhóm trong trình bày và phản biện; các thành viên không hỗ trợ nhau để bảo vệ đề cương nghiên cứu.

c. Rubric đánh giá tiểu luận

TT	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	CLO đo lường	Yếu (<5.0)	Trung bình (5.0–6.9)	Khá (7.0–8.4)	Giỏi (8.5–10)
1	Kiến thức về quy trình, thiết kế và phương pháp nghiên cứu thị trường	20%	CLO1	Trình bày sai hoặc thiếu các khái niệm, quy trình, thiết kế và phương pháp nghiên cứu thị trường;	Nêu được một số nội dung cơ bản về quy trình, thiết kế và phương pháp nghiên cứu thị trường	Phân tích tương đối đúng quy trình, thiết kế và phương pháp nghiên cứu thị trường, nhận diện được	Phân tích chính xác, logic và có hệ thống quy trình, thiết kế và phương pháp nghiên cứu thị trường; so

TT	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	CLO đo lường	Yếu (<5.0)	Trung bình (5.0–6.9)	Khá (7.0–8.4)	Giỏi (8.5–10)
				nhầm lẫn giữa nghiên cứu định tính, định lượng hoặc không gắn được với bối cảnh marketing, truyền thông – PR và tổ chức.	nhưng còn khái quát; phân biệt định tính, định lượng chưa rõ, liên hệ bối cảnh còn hạn chế.	đặc điểm nghiên cứu định tính, định lượng; có liên hệ với bối cảnh marketing, truyền thông – PR hoặc tổ chức.	sánh/lựa chọn phương pháp phù hợp, liên hệ thực tiễn thuyết phục trong bối cảnh marketing, truyền thông – PR và tổ chức.
2	Kiến thức về nghiên cứu và chất lượng dữ liệu, báo cáo	30%	CLO2	Không nhận diện được yêu cầu trong thu thập, xử lý và báo cáo dữ liệu; sử dụng dữ liệu thiếu kiểm chứng; trình bày kết quả sai lệch hoặc thiếu minh bạch.	Nhận diện được một số yêu cầu về kiến thức nhưng phân tích còn sơ lược; việc báo mật, đồng thuận, trung thực dữ liệu hoặc chất lượng báo cáo còn thiếu rõ ràng.	Đánh giá tương đối đúng các yêu cầu kiến thức trong thu thập, xử lý và báo cáo dữ liệu; có xem xét tính trung thực, báo mật, minh bạch và chất lượng thông tin trong bài tiểu luận.	Đánh giá đầy đủ, sâu sắc các yêu cầu và chất lượng dữ liệu/báo cáo; lập luận rõ về trung thực học thuật, báo mật, đồng thuận, tránh sai lệch dữ liệu và trình bày kết quả có trách nhiệm
3	Thiết kế đề cương nghiên cứu thị trường	30%	CLO3	Đề cương thiếu cấu trúc hoặc không phù hợp tình huống, chưa xác định rõ	Thiết kế được một số thành phần của đề cương nhưng còn rời rạc; vẫn	Thiết kế tương đối đầy đủ đề cương nghiên cứu thị trường; xác định	Thiết kế đề cương đầy đủ, logic, khả thi và phù hợp tình huống; các thành phần

TT	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	CLO đo lường	Yếu (<5.0)	Trung bình (5.0–6.9)	Khá (7.0–8.4)	Giỏi (8.5–10)
				vấn đề, mục tiêu, câu hỏi nghiên cứu, đối tượng/mẫu, phương pháp, công cụ thu thập và kế hoạch xử lý dữ liệu.	đề, mục tiêu, phương pháp, mẫu hoặc công cụ thu thập dữ liệu chưa nhất quán; kế hoạch xử lý dữ liệu còn chung chung.	được vấn đề, mục tiêu, câu hỏi, phương pháp, mẫu, công cụ thu thập và hướng xử lý dữ liệu; các thành phần có liên kết cơ bản	liên kết chặt chẽ từ vấn đề nghiên cứu đến mục tiêu, câu hỏi, phương pháp, mẫu, công cụ, thu thập và xử lý dữ liệu.
4	Tính học thuật, tinh thần tự học, hợp tác và trách nhiệm trong tiểu luận	20%	CLO4	Bài làm thiếu nghiêm túc; nộp trễ hoặc không đúng yêu cầu; sao chép, trích dẫn sai; ít thể hiện tinh thần tự học, hợp tác và trách nhiệm đạo đức trong thực hiện nhiệm vụ nghiên cứu.	Có ý thức thực hiện nhiệm vụ nhưng còn thụ động; trình bày, trích dẫn hoặc phân nhóm chưa tốt; mức độ tự học, hợp tác và trách nhiệm đạo đức còn hạn chế.	Thể hiện tinh thần tự học, hợp tác và trách nhiệm tương đối tốt; bài viết trình bày rõ, trích dẫn cơ bản đúng; hoàn thành đúng tiến độ và tuân thủ yêu cầu đạo đức nghiên cứu.	Thể hiện nhất quán tinh thần tự học, hợp tác và trách nhiệm đạo đức; bài viết có tính học thuật, trích dẫn phù hợp, trình bày chuyên nghiệp, đúng hạn và có minh chứng đóng góp rõ ràng

Lưu ý cho việc thống kê đạt chuẩn:

- CLO2 (Nhận thức): Được đo lường chủ yếu qua Tiêu chí 1 của bài viết. Nếu sinh viên đạt từ 5.0 trở lên ở tiêu chí này, nghĩa là đã đạt chuẩn CLO2 ở mức độ "Hiệu".
- CLO3 (Tâm vận động): Được đo lường tổng hợp qua Tiêu chí 2 của tiểu luận và tất cả tiêu chí thuyết trình. Đây là điểm số thể hiện kỹ năng biện luận và phản xạ thực tế của sinh viên.

12. Tài liệu phục vụ cho học phần

12.1. Tài liệu chính

Giáo trình nghiên cứu thị trường, Nguyễn Đình Thọ - Nguyễn Thị Mai Trang, NXB Lao Động, 2015.

12.2. Tài liệu tham khảo

Quản lý sự thay đổi và chuyển tiếp – NXB Tổng hợp TP. HCM. 2015.

TP. Hồ Chí Minh, ngày 04 tháng 06 năm 2025

Trưởng Khối ngành

(Ký và ghi rõ họ tên)



Nguyễn Thị Hồng Thủy

Giảng viên

(Ký và ghi rõ họ tên)



Nguyễn Thị Hồng Thủy



PHIẾU CHẤM THUYẾT TRÌNH VÀ PHẢN BIỆN NHÓM
Đánh giá theo Rubrics năng lực thực hiện CLO3

Học phần: Nghiên cứu thị trường
Lớp/Nhóm:
Chủ đề
Giảng viên chấm:
Ngày chấm:

STT	Tiêu chí đánh giá	Điểm	Xuất sắc (85-100-%)	Khá (70-84%)	Trung bình (50-69%)	Yếu (<50%)	Điểm thành phần
1	Kỹ năng diễn đạt & thao tác tư duy	3	Diễn đạt trôi chảy; phối hợp nhuần nhuyễn ngôn ngữ cơ thể; làm chủ hoàn toàn bài nói.	Trình bày rõ ràng; mạch lạc; tự tin trong truyền tải nội dung.	Nói rõ ý nhưng còn phụ thuộc tài liệu, thao tác trình diễn chưa chuyên nghiệp.	Diễn đạt lúng túng; chủ yếu đọc slide; không kiểm soát được bài nói.	
2	Năng lực phản biện trực tiếp	4	Phản xạ cực nhanh; biên luận sắc sảo; bảo vệ quan điểm vững vàng.	Trả lời đúng trọng tâm; lập luận logic và thuyết phục.	Trả lời được nhưng còn lúng túng; lập luận chưa chặt chẽ.	Không phản biện được hoặc giải thích sai lệch vấn đề.	
3	Kỹ năng phối hợp & tương tác nhóm	3	Phối hợp nhịp nhàng; hỗ trợ nhau hoàn hảo trong phản biện.	Phân công rõ ràng; hỗ trợ nhau tốt trong phần trình bày.	Các thành viên có tham gia nhưng tương tác còn yếu.	Hoạt động rời rạc; không thể hiện vai trò làm việc nhóm.	
TỔNG ĐIỂM							10.0

Nhận xét của giảng viên:



Điểm số
.....

Điểm chữ
.....

Xếp loại
.....

Mức đạt CLO
.....

GIẢNG VIÊN CHẤM
(Ký và ghi rõ họ tên)



PHIẾU CHẤM TIÊU LUẬN
Đánh giá theo Rubrics đánh giá năng lực làm tiêu luận qua CLOs

Học phần: **Nghiên cứu thị trường**

Lớp/Nhóm/Cá nhân:

Chủ đề:

Giảng viên chấm:

Ngày chấm

TT	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	CLO đo	Yếu < 5,0	Trung bình 5,0–6,9	Kha 7,0–8,4	Xuất sắc 8,5–10	Điểm
1	Kiến thức về quy trình, thiết kế và phương pháp nghiên cứu thị trường	20%	CLO1	Trình bày sai hoặc thiếu các khái niệm, quy trình, thiết kế và phương pháp nghiên cứu thị trường; nhầm lẫn giữa nghiên cứu định tính, định lượng hoặc không gắn được với bối cảnh marketing, truyền thông – PR và tổ chức.	Nếu được một số nội dung cơ bản về quy trình, bản vẽ quy trình, thiết kế và phương pháp nghiên cứu thị trường nhưng còn khái quát; phân biệt định tính, định lượng chưa rõ; liên hệ bối cảnh còn hạn chế.	Phân tích tương đối đúng quy trình, thiết kế và phương pháp nghiên cứu thị trường; nhận diện được đặc điểm nghiên cứu định tính, định lượng; có liên hệ với bối cảnh marketing, truyền thông – PR hoặc tổ chức.	Phân tích chính xác, logic và có hệ thống quy trình, thiết kế và phương pháp nghiên cứu thị trường, so sánh/lựa chọn phương pháp phù hợp; liên hệ thực tiễn thuyết phục trong bối cảnh marketing, truyền thông – PR và tổ chức.	
2	Kiến thức về nghiên cứu	30%	CLO2	Không nhận diện được yếu cầu trong thu thập,	Nhận diện được một số yếu cầu	Đánh giá tương đối đúng các yếu	Đánh giá đầy đủ, sâu sắc các yếu cầu và chất	



TT	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	CLO đo	Yếu < 5,0	Trung bình 5,0-6,9	Khá 7,0-8,4	Xuất sắc 8,5-10	Điểm
	và chất lượng dữ liệu, báo cáo			xử lý và báo cáo dữ liệu; sử dụng dữ liệu thiếu kiểm chứng; trình bày kết quả sai lệch hoặc thiếu minh bạch.	về kiến thức nhưng phân tích còn sơ lược; việc báo mật, đồng thuận, trung thực dữ liệu hoặc chất lượng báo cáo còn thiếu rõ ràng.	cấu kiến thức trong thu thập, xử lý và báo cáo dữ liệu; có xem xét tính trung thực, báo mật, minh bạch và chất lượng thông tin trong bài tiểu luận.	lượng dữ liệu/báo cáo; lập luận rõ về trung thực học thuật, bao mật, đồng thuận, tránh sai lệch dữ liệu và trình bày kết quả có trách nhiệm.	
3	Thiết kế đề cương nghiên cứu thí trường	30%	CLO3	Đề cương thiếu cấu trúc hoặc không phù hợp tình huống, chưa xác định rõ vấn đề, mục tiêu, câu hỏi nghiên cứu, đối tượng/mẫu, phương pháp, công cụ thu thập và kế hoạch xử lý dữ liệu	Thiết kế được một số thành phần của đề cương nhưng còn rời rạc; vấn đề, mục tiêu, phương pháp, mẫu hoặc công cụ thu thập dữ liệu chưa nhất quán; kế hoạch xử lý dữ liệu còn chung chung.	Thiết kế tương đối đầy đủ đề cương nghiên cứu thí trường; xác định được vấn đề, mục tiêu, câu hỏi, phương pháp, công cụ thu thập và hướng xử lý dữ liệu; các thành phần có liên kết cơ bản.	Thiết kế đề cương đầy đủ, logic, khả thi và phù hợp tình huống; các thành phần liên kết chặt chẽ từ vấn đề nghiên cứu đến mục tiêu, câu hỏi, phương pháp, mẫu, công cụ, thu thập và xử lý dữ liệu.	



TT	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	CLO đo	Yếu < 5,0	Trung bình 5,0-6,9	Khá 7,0-8,4	Xuất sắc 8,5-10	Điểm
4	Tính học thuật, thần tư học, hợp tác và trách nhiệm trong luận	20%	CLO4	Bài làm thiếu nghiêm túc; nộp trễ hoặc không đúng yêu cầu; sao chép, trích dẫn sai; ít thể hiện tinh thần tư học, hợp tác và trách nhiệm đạo đức trong thực hiện nhiệm vụ nghiên cứu.	Có ý thức thực hiện nhiệm vụ nhưng còn thụ động, trình bày, trích dẫn hoặc phân công nhóm chưa tốt; mức độ tư học, hợp tác và trách nhiệm đạo đức còn hạn chế.	Thể hiện tinh thần tư học, hợp tác và trách nhiệm trong đối tốt; bài viết trình bày rõ, trích dẫn cơ bản đúng; hoàn thành đúng tiến độ và tuân thủ yêu cầu đạo đức nghiên cứu.	Thể hiện nhất quán tinh thần tư học, hợp tác và trách nhiệm đạo đức; bài viết có tính học thuật, trích dẫn phù hợp, trình bày chuyên nghiệp, đúng hạn và có minh chứng đóng góp rõ ràng.	
TỔNG ĐIỂM								

Nhận xét của giảng viên:

Điểm số
...

Điểm chữ
...

Xếp loại
...

Mức đạt CLO
...

GIẢNG VIÊN CHẤM
(Ký và ghi rõ họ tên)

Trưởng Đại học Văn Hiến





ĐỀ CƯƠNG CHI TIẾT HỌC PHẦN

1. Thông tin về học phần

- Tên học phần: **Trình bày sản phẩm truyền thông (Communication Products)**
- Mã học phần: PUR428
- Số tín chỉ: 03
- Cấp đào tạo: Đại học
- Loại học phần: Tự chọn
- Học phần tiên quyết/ Học phần trước: PUR311
- Đơn vị phụ trách: Khoa Khoa học Xã hội và Nhân văn
- Số tín chỉ: 02 ; Số giờ: 150 , trong đó:
 - Hoạt động giảng dạy trên lớp: 45 Giờ
 - + Giờ giảng: 30 Giờ
 - + Thảo luận: 15 Giờ
 - Giờ kiểm tra: ... Giờ
 - Giờ tự học: 105 Giờ

2. Thông tin về giảng viên

Giảng viên 1:

- Họ và tên: Nguyễn Thị Hồng Thủy
- Chức danh, học vị: Thạc sỹ
- Thời gian làm việc: Giờ hành chính (8:00 -16:00)
- Địa điểm làm việc: Khoa Khoa học Xã hội và Nhân văn, Trường Đại học Văn Hiến
- Điện thoại: 0918058901
- Email: thuynth@vhu.edu.vn

Giảng viên 2:

- Giảng viên 1
- Họ và tên: Trần Xuân Tiến
- Chức danh, học vị: Thạc Sĩ
- Thời gian làm việc: Giờ hành chính (8:00 -16:00)
- Địa điểm làm việc: Khoa Khoa học Xã hội và Nhân văn, Trường Đại học Văn Hiến
- Điện thoại: 0911678023
- Email: TienTX2@vhu.edu.vn

3. Tóm tắt nội dung học phần

Học phần trang bị cho người học kiến thức cơ bản về các loại hình sản phẩm truyền thông hiện nay, nguyên tắc trình bày, thiết kế và sản xuất sản phẩm truyền thông phục vụ

hoạt động quảng bá thương hiệu, sản phẩm hoặc dịch vụ. Học phần tập trung vào việc nhận diện đặc điểm, vai trò, cấu trúc và yêu cầu thẩm mỹ của các sản phẩm truyền thông; đồng thời hướng dẫn người học thực hành thiết kế các ấn phẩm truyền thông, bộ nhận diện thương hiệu và sản phẩm quảng cáo truyền thông cơ bản. Thông qua quá trình học tập và thực hành đồ án, người học có khả năng vận dụng kiến thức về bố cục, màu sắc, hình ảnh, chữ, thông điệp và công cụ thiết kế để xây dựng sản phẩm truyền thông phù hợp với mục tiêu, đối tượng công chúng và bối cảnh truyền thông cụ thể. Hình thức đánh giá cuối kỳ của học phần là tiểu luận/đồ án sản phẩm truyền thông.

4. Mục tiêu của học phần

Học phần trang bị cho người học kiến thức cơ bản về sản phẩm truyền thông, bao gồm đặc điểm, vai trò, phân loại, nguyên tắc trình bày, yêu cầu thẩm mỹ và quy trình thiết kế sản phẩm truyền thông phục vụ thương hiệu, sản phẩm hoặc dịch vụ. Trên cơ sở đó, học phần rèn luyện khả năng vận dụng kiến thức về bố cục, màu sắc, hình ảnh, chữ, thông điệp và công cụ thiết kế để xây dựng các sản phẩm truyền thông cơ bản, đặc biệt là bộ nhận diện thương hiệu và sản phẩm quảng cáo truyền thông trong tình huống học tập hoặc tổ chức giả định. Học phần đồng thời hình thành tinh thần chủ động, sáng tạo, hợp tác, trách nhiệm trong thực hành thiết kế sản phẩm truyền thông; ý thức tuân thủ yêu cầu thẩm mỹ, đạo đức truyền thông, bản quyền hình ảnh, thông tin và tính phù hợp với công chúng mục tiêu.

5. Chuẩn đầu ra của học phần

Sau khi hoàn thành học phần này, người học có thể:

Mã CDR	Nội dung chuẩn đầu ra	Mức độ
CLO1	Phân tích được nguyên tắc và quy trình thiết kế sản phẩm truyền thông trong bối cảnh thương hiệu, sản phẩm hoặc dịch vụ.	Mức 4 (Phân tích)
CLO2	Đánh giá được chất lượng và hiệu quả trình bày của sản phẩm truyền thông theo mục tiêu, thông điệp, công chúng và bối cảnh truyền thông.	Mức 5 (Đánh giá)
CLO3	Hình thành được bộ sản phẩm truyền thông cho thương hiệu, sản phẩm hoặc dịch vụ trong tình huống giả định.	Mức 4 (Phối hợp)
CLO4	Thể hiện được tinh thần tự học, sáng tạo, hợp tác, trách nhiệm nghề nghiệp và ý thức đạo đức, bản quyền trong thực hiện sản phẩm truyền thông.	Mức 5 (Đặc trưng hóa giá trị)

Ma trận liên kết/tương thích giữa CLOs và PLOs

Chuẩn đầu ra	PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5	PLO6	PLO7	PLO8
CLO1		X						
CLO2					X			
CLO3						X		
CLO4							X	

6. Nội dung chi tiết của học phần

6.1. Lý thuyết

Chương/Mục	Nội dung
Chương 1	Tổng quan về thiết kế thông tin và sản phẩm truyền thông
1.1	Khái niệm thiết kế thông tin và sản phẩm truyền thông
1.2	Vai trò của thiết kế thông tin trong truyền thông thương hiệu, sản phẩm và dịch vụ
1.3	Mối liên hệ giữa thiết kế thông tin, thiết kế truyền thông và công chúng mục tiêu
1.4	Các dạng sản phẩm truyền thông phổ biến hiện nay
1.5	Tiêu chí nhận diện chất lượng và hiệu quả trình bày của sản phẩm truyền thông
1.6	Yêu cầu đạo đức, bản quyền và trách nhiệm nghề nghiệp khi sử dụng thông tin, hình ảnh, chữ và biểu tượng
Chương 2	Cơ bản về thiết kế truyền thông
2.1	Xây dựng ý tưởng và thông điệp thiết kế
2.2	Các nguyên tắc và quy luật trong thiết kế truyền thông
2.3	Các thành phần của một thiết kế: bố cục, màu sắc, hình ảnh, chữ và biểu tượng
2.4	Quy trình thiết kế sản phẩm truyền thông
2.5	Lựa chọn công chúng mục tiêu, bối cảnh truyền thông và kênh thể hiện sản phẩm
2.6	Đánh giá tính phù hợp của ý tưởng, thông điệp và hình thức trình bày theo mục tiêu truyền thông
Chương 3	Thiết kế bộ nhận diện thương hiệu
3.1	Ý tưởng và định hướng thiết kế bộ nhận diện thương hiệu
3.2	Ngôn ngữ thị giác cho bộ nhận diện thương hiệu: tên, logo, ý nghĩa, màu sắc, chữ và phong cách hình ảnh
3.3	Cấu trúc cơ bản của bộ nhận diện thương hiệu: logo, màu sắc, kiểu chữ, biểu tượng và quy chuẩn ứng dụng
3.4	Thực hành thiết kế bộ nhận diện thương hiệu cho thương hiệu, sản phẩm hoặc dịch vụ
3.5	Trình bày, phân biệt và điều chỉnh bộ nhận diện thương hiệu theo mục tiêu, thông điệp và công chúng
Chương 4	Thiết kế sản phẩm quảng bá, quảng cáo cho thương hiệu/sản phẩm/dịch vụ

Chương/Mục	Nội dung
4.1	Các sản phẩm truyền thông nhằm mục đích quảng cáo, quảng bá
4.2	Thiết kế sản phẩm truyền thông dạng in ấn: poster, brochure, catalogue, standee, banner
4.3	Thiết kế sản phẩm truyền thông kỹ thuật số: bài đăng mạng xã hội, banner số, infographic, video ngắn hoặc thumbnail
4.4	Lựa chọn hình ảnh, thông điệp, bố cục và định dạng phù hợp với nền tảng truyền thông
4.5	Đánh giá hiệu quả quảng bá, quảng cáo của sản phẩm theo mục tiêu, công chúng và bối cảnh truyền thông
4.6	Nhận diện rủi ro thường gặp trong trình bày sản phẩm quảng bá, quảng cáo và hướng điều chỉnh
Chương 5	Thiết kế, trình bày và đánh giá sản phẩm truyền thông
5.1	Xây dựng bộ sản phẩm truyền thông theo mục tiêu, thông điệp, công chúng và bối cảnh truyền thông
5.2	Hoàn thiện sản phẩm truyền thông bảo đảm tính thẩm mỹ, nhất quán nhận diện thương hiệu và khả năng ứng dụng
5.3	Trình bày, đánh giá, phản biện và điều chỉnh sản phẩm truyền thông theo yêu cầu nghề nghiệp, đạo đức và bản quyền
5.4	Thực hành: thiết kế bộ sản phẩm truyền thông cho thương hiệu, sản phẩm hoặc dịch vụ giả định

6.2. Thực hành

	Nội dung
6.2.1	Bài tập cá nhân
	Người học thực hành vận dụng kiến thức về thiết kế thông tin, nguyên tắc trình bày, bố cục, màu sắc, hình ảnh, chữ và thông điệp để phân tích một sản phẩm truyền thông hoặc xây dựng một thành phần của bộ sản phẩm truyền thông cho thương hiệu, sản phẩm hoặc dịch vụ.
6.2.2	Bài tập nhóm
	- Người học thảo luận nhóm theo các câu hỏi, tình huống hoặc yêu cầu do giảng viên giao liên quan đến ý tưởng thiết kế, bộ nhận diện thương hiệu, sản phẩm quảng bá, sản phẩm in ấn, sản phẩm kỹ thuật số và hiệu quả trình bày sản phẩm truyền thông. - Các nhóm báo cáo kết quả làm việc trước lớp, trình bày ý tưởng hoặc bộ sản phẩm truyền thông cho thương hiệu, sản phẩm hoặc dịch vụ giả định; đồng thời tham gia trao đổi, phản biện và hoàn thiện sản phẩm theo góp ý của giảng viên và các nhóm khác.

7. Phân bổ thời gian theo tiết (1 tín chỉ = 15 giờ)

Chương	Tên chương	Số giờ				
		Giờ giảng	Thảo luận	Giờ kiểm tra	Giờ Tự học	Tổng
1	Tổng quan về thiết kế thông tin và sản phẩm truyền thông	6	2		15	23
2	Cơ bản về thiết kế truyền thông	6	3		20	29
3	Thiết kế bộ nhận diện thương hiệu	6	3		25	34
4	Thiết kế sản phẩm quảng bá, quảng cáo cho thương hiệu/sản phẩm/dịch vụ	6	3		25	34
5	Thiết kế, trình bày và đánh giá sản phẩm truyền thông	6	4		20	30
	Tổng	30	15		105	150

CÁC CHỦ ĐỀ THẢO LUẬN VÀ THUYẾT TRÌNH

1. Vai trò của thiết kế thông tin trong sản phẩm truyền thông hiện nay
2. Nguyên tắc thiết kế truyền thông và ứng dụng trong xây dựng thông điệp thương hiệu
3. Thiết kế bộ nhận diện thương hiệu: tên, logo, màu sắc, chữ và ngôn ngữ thị giác
4. Thiết kế sản phẩm truyền thông in ấn cho thương hiệu, sản phẩm hoặc dịch vụ
5. Thiết kế sản phẩm truyền thông kỹ thuật số cho nền tảng mạng xã hội
6. Đánh giá chất lượng và hiệu quả trình bày của một bộ sản phẩm truyền thông

Mã trận liên kết/tương thích giữa CLOs và nội dung (các chương) của học phần

Nội dung chương	CLO1	CLO2	CLO3	CLO4
Chương 1. Tổng quan về thiết kế thông tin và sản phẩm truyền thông	X	X		
Chương 2. Cơ bản về thiết kế truyền thông	X	X	X	
Chương 3. Thiết kế bộ nhận diện thương hiệu		X	X	X
Chương 4. Thiết kế sản phẩm quảng bá, quảng cáo cho thương hiệu/sản phẩm/dịch vụ		X	X	X
Chương 5. Thiết kế, trình bày và đánh giá sản phẩm truyền thông	X	X	X	X

8. Phương pháp giảng dạy - học

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

- Thuyết giảng

- Phát vấn
- Giải quyết vấn đề
- Tự học có hướng dẫn
- Thuyết trình – phản biện nhóm

Ma trận liên kết/tương thích giữa CLOs với phương pháp giảng dạy- học

Phương pháp giảng dạy	CLO1	CLO2	CLO3	CLO4
Thuyết giảng	X	X		
Phát vấn	X	X		
Giải quyết vấn đề		X	X	X
Tự học có hướng dẫn	X	X	X	X
Thuyết trình – phản biện nhóm		X	X	X

9. 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).
- Đọc tài liệu bắt buộc và tham khảo thêm tài liệu do giảng viên giới thiệu.
- Hoàn thành đầy đủ các bài tập cá nhân, bài làm thuyết trình nhóm.
- Tham gia tiểu luận kết thúc học phần.

10. 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.

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

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

TT	Điểm thành phần	Hình thức đánh giá	Trọng số
1	Giữa kỳ	Chuyên cần (dự lớp 10%) + Thuyết trình – Phản biện nhóm (30%)	40%
2	Kết thúc học phần	Tiểu luận	60%

Điểm đánh giá quá trình: trọng số 40%, bao gồm:

- Điểm chuyên cần: trọng số 10%

Tiêu chí đánh giá	Mức độ đạt chuẩn quy định					Trọng số
	Mức F (0-3.9)	Mức D (4.0-5.4)	Mức C (5.5-6.9)	Mức B (7.0-8.4)	Mức A (8.5-10)	
Chuyên cần, tham gia học tập (CLO4)	Vắng quá 30% số buổi; không tham gia hoạt động học tập.	Tham gia dưới 50% số buổi; chuẩn bị bài rất hạn chế	Tham gia khoảng 50%-70% số buổi; có chuẩn bị nhưng đóng góp chưa thường xuyên.	Tham gia khoảng 70%-90% số buổi, chuẩn bị bài và đóng góp tương đối tích cực.	Tham gia đầy đủ; chuẩn bị bài tốt; tích cực thảo luận, hỗ trợ nhóm và nộp nhiệm vụ đúng hạn	100%

- Điểm kiểm tra thường xuyên: tổng số 30%. Theo thang điểm 10, dựa trên đáp án và hướng dẫn điểm được thiết kế sẵn.

11.2. Kế hoạch đo CLOs

Đánh giá người học	CLOs	Trọng số	Miền	Thời gian lấy dữ liệu	Công cụ đánh giá	Ghi chú	Điểm lấy dữ liệu
Thi cuối kỳ (Tiểu luận/đồ án cuối kỳ)	CLO1; CLO2;	60%	Kiến thức	Tuần 9	Tiểu luận/đồ án sản phẩm truyền thông – Rubric đánh giá tiểu luận/đồ án (11.3.c)	Đánh giá mức độ phân tích nguyên tắc, thành phần và quy trình thiết kế thông tin, thiết kế truyền thông; đánh giá chất lượng và hiệu quả trình bày sản phẩm theo mục tiêu, thông điệp, công chúng và bối cảnh, thiết kế bộ sản phẩm truyền thông, nhận diện thương hiệu, sản phẩm quảng bá in ấn	Lấy dữ liệu đo từ CLO1; CLO2

Đánh giá người học	CLOs	Trọng số	Miền	Thời gian lấy dữ liệu	Công cụ đánh giá	Ghi chú	Điểm lấy dữ liệu
						hoặc kỹ thuật số.	
Quá trình	CLO2; CLO3	30%	Kiến thức và kỹ năng	Tuần 1–8	Bài tập tình huống; thảo luận; thuyết trình – phân biện nhóm; bài tập thực hành thiết kế (11.3.b)	Đánh giá khả năng nhận xét chất lượng, hiệu quả trình bày sản phẩm truyền thông; phát triển ý tưởng, trình bày, phân biện, điều chỉnh thiết kế và hoàn thiện sản phẩm theo yêu cầu học tập.	Lấy dữ liệu đo từ CLO2, CLO3
Quá trình	CLO4	10%	Tự chủ và trách nhiệm học tập	Suốt học kỳ (Tuần 1–9)	Bảng kiểm chuyên cần, quan sát lớp; theo dõi tiến độ sản phẩm/nhật ký nhóm (11.3.a)	Theo dõi tinh thần tự học, sáng tạo, hợp tác, trách nhiệm nghề nghiệp và ý thức đạo đức, bản quyền trong quá trình thực hiện sản phẩm truyền thông.	Lấy dữ liệu đo từ CLO4

11.3. Công cụ đo CLO:

a. Ma trận đặc tả

Hình thức đánh giá	Nội dung trọng tâm	CLO	Mức độ (Bloom)	Công cụ đo	Minh chứng
Chuyên cần & tham gia (10%)	Tham gia thảo luận, phát vấn, phân biện và thực hiện nhiệm vụ học tập liên quan đến thiết kế thông tin, thiết kế truyền thông, ý thức tự học, hợp tác, đạo đức và bản quyền trong thực hiện sản phẩm truyền thông	CLO4	Thái độ Level 5 Evaluate	Bảng kiểm chuyên cần; quan sát lớp	Số điểm danh, ghi nhận của giảng viên; minh chứng tham gia thảo luận, phân biện và làm việc nhóm

Hình thức đánh giá	Nội dung trọng tâm	CLO	Mức độ (Bloom)	Công cụ đo	Minh chứng
Thuyết trình nhóm (30%)	Phân tích nguyên tắc, thành phần và quy trình thiết kế; trình bày ý tưởng bộ nhận diện thương hiệu, sản phẩm quảng bá, sản phẩm in ấn hoặc kỹ thuật số; đánh giá chất lượng và hiệu quả trình bày sản phẩm theo mục tiêu, thông điệp, công chúng và bối cảnh truyền thông.	CLO2, CLO3	Level 4–5 Analyze – Evaluate	Rubric thuyết trình & phản biện nhóm; phiếu đánh giá sản phẩm/ý tưởng thiết kế	Slide thuyết trình; bản mô tả ý tưởng; sản phẩm mẫu/phác thảo; phiếu đánh giá; ghi nhận phản biện
Tiểu luận/đồ án cuối kỳ (60%)	Thiết kế và trình bày bộ sản phẩm truyền thông cho thương hiệu, sản phẩm hoặc dịch vụ giả định, thể hiện rõ ý tưởng, thông điệp, công chúng mục tiêu, lựa chọn hình ảnh, màu sắc, chữ, bố cục, sản phẩm in ấn/kỹ thuật số và tiêu chí đánh giá hiệu quả trình bày.	CLO1, CLO2	Level 4–5 Analyze – Evaluate;	Rubric tiểu luận cuối kỳ thông qua đánh giá bộ sản phẩm truyền thông	Bài tiểu luận thể hiện bộ sản phẩm truyền thông

Rubrics định nghĩa mức năng lực cho các CLO1 - CLO2

CLO	Mức 1: YẾU (0–4.9)	Mức 2: TRUNG BÌNH (5.0–6.9)	Mức 3: KHÁ (7.0–8.4)	Mức 4: GIỎI (8.5–10)
CLO1: Phân tích được nguyên tắc, thành phần và quy trình thiết kế thông tin, thiết kế truyền thông trong bối cảnh thương hiệu, sản phẩm hoặc dịch vụ.	Không phân tích được hoặc phân tích sai các nguyên tắc, thành phần và quy trình thiết kế; nội dung trình bày rời rạc, thiếu liên hệ với bối cảnh thương hiệu, sản phẩm hoặc dịch vụ	Phân tích được một phần nguyên tắc, thành phần hoặc quy trình thiết kế; nhận diện được một số yếu tố thiết kế nhưng còn thiếu, chưa chính xác hoặc liên hệ bối	Phân tích đúng phần lớn nguyên tắc, thành phần và quy trình thiết kế; chỉ ra được mối liên hệ tương đối rõ giữa thiết kế thông tin, thiết kế truyền thông và bối	Phân tích đầy đủ, chính xác và logic các nguyên tắc, thành phần và quy trình thiết kế; liên hệ sâu với bối cảnh thương hiệu/sản phẩm/dịch vụ, có ví dụ minh

		cảnh còn hạn chế.	cảnh thương hiệu/sản phẩm/dịch vụ.	hoa phù hợp và lập luận thuyết phục.
CLO2: Đánh giá được chất lượng và hiệu quả trình bày của sản phẩm truyền thông theo mục tiêu, thông điệp, công chúng và bối cảnh truyền thông.	Không đánh giá được hoặc đánh giá sai chất lượng và hiệu quả trình bày; không xác định được tiêu chí về mục tiêu, thông điệp, công chúng và bối cảnh truyền thông.	Đánh giá được một số khía cạnh của sản phẩm truyền thông nhưng tiêu chí còn chung chung; nhận xét về mục tiêu, thông điệp, công chúng hoặc bối cảnh còn thiếu căn cứ và chưa nhất quán.	Đánh giá tương đối rõ chất lượng và hiệu quả trình bày của sản phẩm truyền thông, sử dụng được các tiêu chí về mục tiêu, thông điệp, công chúng và bối cảnh, nhưng lập luận hoặc minh chứng chưa thật sâu.	Đánh giá toàn diện, có căn cứ và thuyết phục chất lượng, hiệu quả trình bày của sản phẩm truyền thông; vận dụng rõ tiêu chí mục tiêu, thông điệp, công chúng, bối cảnh và đưa ra nhận xét/đề xuất cải thiện phù hợp.

Mô tả tổng quát mức năng lực qua điểm số (10 điểm)

- **Mức Giỏi (8.5 – 10):** Hiểu rõ kiến thức, giải thích logic, có khả năng liên hệ thực tiễn.
- **Mức Khá (7.0 – 8.4):** Nắm vững nội dung cơ bản, giải thích tương đối đầy đủ.
- **Mức Trung bình (5.0 – 6.9):** Hiểu ở mức cơ bản, còn hạn chế trong giải thích và liên hệ.
- **Mức Yếu (<5.0):** Chưa nắm được kiến thức cốt lõi, trả lời thiếu chính xác

b. Rubric đánh giá thuyết trình và phản biện

Mục tiêu: Đo lường kỹ năng Tâm vận động (CLO3) qua phản xạ tư duy và tương tác trực tiếp

ST T	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	CLO đo lường	Xuất sắc (8.5 - 10)	Khá (7.0 - 8.4)	Trung bình (5.0 - 6.9)	Yếu (< 5.0)
1	Kỹ năng diễn đạt & thao tác tư duy	30%	CLO3 Tâm vận động Mức 4	Diễn đạt trôi chảy, có điểm nhấn, phối hợp hiệu quả lời nói, ánh mắt, cử chỉ và phương tiện	Trình bày rõ ràng, mạch lạc; sử dụng ngôn ngữ cơ thể tương đối phù hợp; thao tác tư duy logic khi giải	Nêu được ý chính nhưng còn phụ thuộc nhiều vào slide/tài liệu; diễn đạt chưa thật liên mạch; thao	Diễn đạt lúng túng, chủ yếu đọc slide; không kiểm soát được bài nói; mạch tư duy rời rạc hoặc

ST T	Tiêu chí đánh giá	Trọn g số	CLO đo lượng	Xuất sắc (8.5 - 10)	Khá (7.0 - 8.4)	Trung bình (5.0 - 6.9)	Yếu (< 5.0)
				trình chiếu; xử lý mạch tư duy linh hoạt khi trình bày ý tưởng, bố cục, màu sắc, chữ, hình ảnh và thông điệp của sản phẩm truyền thông	thích ý tưởng thiết kế, lựa chọn hình ảnh, màu sắc, chữ và cấu trúc trình bày sản phẩm truyền thông.	tác tư duy trong phân tích ý tưởng, bố cục và thông điệp sản phẩm còn đơn giản.	trình bày sai lệch ý tưởng, bố cục, thông điệp và yêu cầu của sản phẩm truyền thông.
2	Năng lực phản biện trực tiếp	40%	CLO3 Tâm vận động Mức 4	Phản xạ nhanh trước câu hỏi; trả lời đúng trọng tâm; biện luận sắc sảo, có căn cứ; bảo vệ vững vàng lựa chọn thiết kế, ngôn ngữ thị giác, thông điệp, công chúng mục tiêu và kênh trình bày sản phẩm truyền thông.	Trả lời đúng trọng tâm câu hỏi; lập luận khá logic và thuyết phục; có thể điều chỉnh câu trả lời khi được hỏi sâu về mục tiêu, công chúng, thông điệp, bố cục, màu sắc hoặc công cụ thiết kế.	Trả lời được một phần câu hỏi nhưng còn lúng túng; lập luận chưa chặt chẽ; ví dụ hoặc căn cứ phản biện chưa thật phù hợp với bối cảnh thiết kế sản phẩm truyền thông	Không phản biện được, né tránh câu hỏi hoặc trả lời sai lệch; không bảo vệ được quan điểm thiết kế, thông điệp, công chúng mục tiêu hoặc cách trình bày sản phẩm khi bị chất vấn trực tiếp.
3	Kỹ năng phối hợp & tương tác nhóm	30%	CLO3 Tâm vận động Mức 4	Phối hợp nhịp nhàng giữa các thành viên; phân vai rõ ràng theo các phần ý tưởng, thiết kế, trình bày và phần	Nhóm có phân công rõ; chuyển tiếp tương đối mạch lạc; các thành viên hỗ trợ nhau tốt trong phần trình bày, giải thích thiết kế	Có phân công nhiệm vụ nhưng phối hợp chưa đồng đều; chuyển tiếp còn rời; một số thành viên tham gia hạn chế trong	Hoạt động nhóm rời rạc; thiếu phân công hoặc phối hợp; không thể hiện được vai trò làm việc nhóm trong

ST T	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	CLO đo lượng	Xuất sắc (8.5 - 10)	Khá (7.0 - 8.4)	Trung bình (5.0 - 6.9)	Yếu (< 5.0)
				biện; hỗ trợ nhau hiệu quả; tương tác tích cực với giảng viên và người học để hoàn thiện bộ sản phẩm truyền thông.	và trả lời câu hỏi phản biên.	trình bày, tương tác hoặc phản biện về sản phẩm truyền thông.	trình bày, giải thích, bảo vệ và hoàn thiện sản phẩm truyền thông.

c. Rubric đánh giá tiểu luận

TT	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	CLO đo lượng	Yếu (<5.0)	Trung bình (5.0–6.9)	Khá (7.0–8.4)	Giỏi (8.5–10)
1	Kiến thức về thiết kế thông tin và thiết kế truyền thông	20%	CLO1	Trình bày sai hoặc thiếu các khái niệm cơ bản về thiết kế thông tin, sản phẩm truyền thông, không làm rõ nguyên tắc, thành phần và quy trình thiết kế.	Nêu được một số khái niệm, nguyên tắc và thành phần thiết kế nhưng còn khái quát; quy trình thiết kế trình bày chưa đầy đủ hoặc thiếu liên hệ với sản phẩm truyền thông.	Phân tích tương đối đúng nguyên tắc, thành phần và quy trình thiết kế thông tin, thiết kế truyền thông; có liên hệ với thương hiệu, sản phẩm hoặc dịch vụ nhưng chưa sâu.	Phân tích chính xác, logic nguyên tắc, thành phần và quy trình thiết kế; liên hệ rõ với mục tiêu truyền thông, thương hiệu, sản phẩm hoặc dịch vụ; lập luận có cơ sở.
2	Đánh giá chất lượng và hiệu quả trình bày sản phẩm	30%	CLO2	Không xác định được tiêu chí đánh giá; nhận xét cảm tính, rời rạc;	Đánh giá được một số khía cạnh của sản phẩm nhưng tiêu chí còn	Đánh giá tương đối rõ chất lượng và hiệu quả trình bày; có sử dụng	Đánh giá sâu, có tiêu chí rõ ràng; phân tích thuyết phục chất lượng, hiệu

TT	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	CLO đo lường	Yếu (<5.0)	Trung bình (5.0–6.9)	Khá (7.0–8.4)	Giỏi (8.5–10)
	truyền thông			chưa chỉ ra được mức độ phù hợp giữa sản phẩm với mục tiêu, thông điệp, công chúng và bối cảnh truyền thông.	chung, nhận xét về mục tiêu, thông điệp, công chúng hoặc bối cảnh truyền thông chưa đầy đủ.	tiêu chí về mục tiêu, thông điệp, công chúng và bối cảnh; nêu được ưu điểm, hạn chế cơ bản.	quá trình bày và sự phù hợp của sản phẩm với mục tiêu, thông điệp, công chúng, bối cảnh; đề xuất cải thiện hợp lý.
3	Thiết kế và trình bày bộ sản phẩm truyền thông	30%	CLO3	Sản phẩm không phù hợp yêu cầu; thiếu thành phần chính của bộ sản phẩm; bố cục, màu sắc, chữ, hình ảnh và thông điệp rời rạc hoặc sai lệch mục tiêu truyền thông.	Thiết kế được một số thành phần sản phẩm nhưng còn đơn giản; bố cục, màu sắc, chữ, hình ảnh hoặc thông điệp chưa thống nhất; tính khả thi và tính ứng dụng còn hạn chế	Thiết kế tương đối đầy đủ bộ sản phẩm truyền thông/nhận diện/quảng bá; bố cục, màu sắc, chữ, hình ảnh và thông điệp khá thống nhất; phù hợp phần lớn với tình huống giả định.	Thiết kế đầy đủ, sáng tạo và nhất quán bộ sản phẩm truyền thông; ngôn ngữ thị giác rõ, thông điệp phù hợp công chúng mục tiêu; sản phẩm có tính thẩm mỹ, khả thi và ứng dụng cao.
4	Tính học thuật, trách nhiệm, đạo đức và bản quyền	20%	CLO4	Bài làm thiếu nghiêm túc; nộp trễ; sao chép hoặc trích dẫn	Có ý thức thực hiện nhiệm vụ nhưng còn thiếu chủ động; trình bày học	Thể hiện trách nhiệm và tinh thần hợp tác tương đối tốt; bài viết trình bày	Thể hiện nhất quán tinh thần tự học, sáng tạo, hợp tác và trách nhiệm

TT	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	CLO do lường	Yếu (<5.0)	Trung bình (5.0–6.9)	Khá (7.0–8.4)	Giỏi (8.5–10)
				không đúng; ít thể hiện trách nhiệm, tinh thần hợp tác, ý thức đạo đức và bản quyền trong sử dụng thông tin/hình ảnh.	thuật, trích dẫn nguồn, sử dụng hình ảnh/chất liệu thiết kế còn hạn chế, hợp tác nhóm chưa ổn định.	rõ; có trích dẫn cơ bản; chú ý đến đạo đức, bản quyền và hoàn thành nhiệm vụ đúng yêu cầu.	nghe nghiệp; tuân thủ đạo đức, bản quyền; trình bày học thuật, trích dẫn phù hợp; nộp đúng hạn.

Lưu ý cho việc thống kê đạt chuẩn:

- CLO2 (Nhận thức): Được đo lường chủ yếu qua Tiêu chí 1 của bài viết. Nếu sinh viên đạt từ 5.0 trở lên ở tiêu chí này, nghĩa là đã đạt chuẩn CLO2 ở mức độ "Hiếu".
- CLO3 (Tâm vận động): Được đo lường tổng hợp qua Tiêu chí 2 của tiểu luận và tất cả tiêu chí thuyết trình. Đây là điểm số thể hiện kỹ năng biện luận và phản xạ thực tế của sinh viên.

12. Tài liệu phục vụ cho học phần

12.1. Tài liệu chính

- Đỗ Thị Thu Hằng (chủ biên), Giáo trình tổ chức sản xuất sản phẩm truyền thông đại chúng, H.: Thông tin và Truyền thông, 2022.

12.2. Tài liệu tham khảo

- Quản lý sự thay đổi và chuyển tiếp – NXB Tổng hợp TP. HCM, 2015.
- Nguyễn Văn Dũng, Truyền thông: Lý thuyết và kỹ năng cơ bản, NXB Lao Động, 2018

TP. Hồ Chí Minh, ngày 04 tháng 06 năm 2025

Trưởng Khối ngành

(Ký và ghi rõ họ tên)



Nguyễn Thị Hồng Thủy

Giảng viên

(Ký và ghi rõ họ tên)



Nguyễn Thị Hồng Thủy



PHIẾU CHẤM THUYẾT TRÌNH VÀ PHẢN BIỆN NHÓM
Đánh giá theo Rubrics năng lực thực hiện CLO3

Học phần: Trình bày sản phẩm truyền thông

Lớp/Nhóm:

Chủ đề:

Giảng viên chấm:

Ngày chấm:

STT	Tiêu chí đánh giá	Điểm	Xuất sắc (85-100-%)	Khá (70-84%)	Trung bình (50-69%)	Yếu (<50%)	Điểm thành phần
1	Kỹ năng diễn đạt & thao tác tư duy	3	Diễn đạt trôi chảy; phối hợp nhuần nhuyễn ngôn ngữ cơ thể; làm chủ hoàn toàn bài nói.	Trình bày rõ ràng; mạch lạc; tư tin trong truyền tải nội dung.	Nói rõ ý nhưng còn phụ thuộc tài liệu; thao tác trình diễn chưa chuyên nghiệp.	Diễn đạt lúng túng; chủ yếu đọc slide; không kiểm soát được bài nói.	
2	Năng lực phản biện trực tiếp	4	Phản xạ cực nhanh; biện luận sắc sảo; bảo vệ quan điểm vững vàng.	Trả lời đúng trọng tâm; lập luận logic và thuyết phục	Trả lời được nhưng còn lúng túng; lập luận chưa chặt chẽ.	Không phản biện được hoặc giải thích sai lệch vấn đề.	
3	Kỹ năng phối hợp & tương tác nhóm	3	Phối hợp nhịp nhàng; hỗ trợ nhau hoàn hảo trong phản biện.	Phân công rõ ràng; hỗ trợ nhau tốt trong phần trình bày.	Các thành viên có tham gia nhưng tương tác còn yếu.	Hoạt động rời rạc; không thể hiện vai trò làm việc nhóm.	
TỔNG ĐIỂM							10.0

Nhận xét của giảng viên:



Điểm số
... ..

Điểm chữ
... ..

Xếp loại
... ..

Mức đạt CLO
... ..

GIẢNG VIÊN CHẤM
(Ký và ghi rõ họ tên)



PHIẾU CHẤM TIỂU LUẬN

Đánh giá theo Rubrics đánh giá năng lực làm tiểu luận qua CLOs

Học phần:
Lớp/Nhóm/Cá nhân:
Chủ đề:
Giảng viên chấm:
Ngày chấm:

TT	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	CLO đo	Yếu < 5,0	Trung bình 5,0-6,9	Khá 7,0-8,4	Xuất sắc 8,5-10	Điểm
1	Kiến thức về thiết kế thông tin và thiết kế truyền thông	20%	CLO1	Trình bày sai hoặc thiếu các khái niệm cơ bản về thiết kế thông tin, sản phẩm truyền thông; không làm rõ nguyên nhân và quy trình thiết kế.	Nêu được một số khái niệm, nguyên tắc và thành phần thiết kế nhưng còn khái quát, quy trình thiết kế trình bày chưa đầy đủ hoặc thiếu liên hệ với sản phẩm truyền thông.	Phân tích tương đối đúng nguyên tắc, thành phần và quy trình thiết kế thông tin, thiết kế truyền thông; có liên hệ với thương hiệu, sản phẩm hoặc dịch vụ nhưng chưa sâu.	Phân tích chính xác, logic nguyên tắc, thành phần và quy trình thiết kế; liên hệ rõ với mục tiêu truyền thông, thương hiệu, sản phẩm hoặc dịch vụ, lập luận có cơ sở.	
2	Đánh giá chất lượng và hiệu quả trình bày sản phẩm truyền thông	30%	CLO2	Không xác định được tiêu chí đánh giá; nhận xét cảm tính, rời rạc; chưa chỉ ra được mức độ phù hợp giữa sản	Đánh giá được một số khía cạnh của sản phẩm nhưng tiêu chí còn chung; nhận xét về mục tiêu,	Đánh giá tương đối rõ chất lượng và hiệu quả trình bày; có sử dụng tiêu chí về mục tiêu, thông điệp, công chúng và bối	Đánh giá sâu, có tiêu chí rõ ràng, phân tích thuyết phục chất lượng, hiệu quả trình bày và sự phù hợp của sản phẩm với mục	



TT	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	CLO đo	Yếu < 5,0	Trung bình 5,0-6,9	Khá 7,0-8,4	Xuất sắc 8,5-10	Điểm
3	Thiết kế và trình bày bộ sản phẩm truyền thông	30%	CLO3	Sản phẩm không phù hợp yêu cầu; thiếu thành phần chính của bộ sản phẩm; bố cục, màu sắc, chữ, hình ảnh và thông điệp rời rạc hoặc sai lệch mục tiêu truyền thông.	Thiết kế được một số thành phần sản phẩm nhưng còn đơn giản; bố cục, màu sắc, chữ, hình ảnh hoặc thông điệp chưa thống nhất; tính khả thi và tính ứng dụng còn hạn chế.	Thiết kế tương đối đầy đủ bộ sản phẩm truyền thông/ nhận diện/quảng bá; bố cục, màu sắc, chữ, hình ảnh và thông điệp khá thống nhất; phù hợp phần lớn với tính hướng giá định.	Thiết kế đầy đủ, sáng tạo và nhất quán bộ sản phẩm truyền thông; ngôn ngữ thị giác rõ; thông điệp phù hợp công chúng mục tiêu; sản phẩm có tính thẩm mỹ, khả thi và ứng dụng cao.	
4	Tính học thuật, trách nhiệm, đạo đức và bản quyền	20%	CLO4	Bài làm thiếu nghiêm túc; nộp trễ; sao chép hoặc trích dẫn không đúng; ít thể hiện trách nhiệm, tính thần hợp tác, ý thức đạo đức và bản quyền trong sử dụng.	Có ý thức thực hiện nhiệm vụ nhưng còn thiếu chủ động; trình bày học thuật, trích dẫn nguồn, sử dụng hình ảnh/chất liệu thiết kế còn hạn chế; hợp tác	Thể hiện trách nhiệm và tính thần hợp tác tương đối tốt; bài viết trình bày rõ; có trích dẫn cơ bản; chú ý đến đạo đức, bản quyền và hoàn thành nhiệm vụ đúng yêu cầu.	Thể hiện nhất quan tình thần tư học, sáng tạo, hợp tác và trách nhiệm nghề nghiệp; tuân thủ đạo đức, bản quyền; trình bày học thuật, trích dẫn phù hợp; nộp đúng hạn.	



TT	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	CLO đo	Yếu < 5,0 dung thông tin/hình ảnh.	Trung bình 5,0-6,9 nhóm chưa ổn định.	Khả 7,0-8,4	Xuất sắc 8,5-10	Điểm
TỔNG ĐIỂM								

Nhận xét của giảng viên:

Điểm số	Điểm chữ	Xếp loại	Mức đạt CLO

GIẢNG VIÊN CHẤM
(Ký và ghi rõ họ tên)





ĐỀ CƯƠNG CHI TIẾT HỌC PHẦN

1. Thông tin về học phần

- Tên học phần: **Truyền thông doanh nghiệp/Corporate Communication**
- Mã học phần: **PUR441**
- Số tín chỉ: **3**
- Bậc đào tạo: **Đại học**
- Loại học phần: **Tự chọn, Thay thế khóa luận tốt nghiệp**
- Học phần tiên quyết/ Học phần trước: **MMC307**
- Đơn vị phụ trách: **Khoa Khoa học Xã hội và Nhân văn**
- Số tín chỉ: **03** ; Số giờ: **150** trong đó:
 - Hoạt động giảng dạy trên lớp: **45 Giờ**
 - + Giờ giảng: **30 Giờ**
 - + Thảo luận: **15 Giờ**
 - Giờ kiểm tra: **...** Giờ
 - Giờ tự học: **105 Giờ**

2. Thông tin về giảng viên

Giảng viên 1:

- Họ và tên: **Phạm Quốc Hưng**
- Chức danh, học vị: **Tiến sĩ**
- Thời gian làm việc: **Giờ hành chính (8.00 -16.00)**
- Địa điểm làm việc: **Khoa Khoa học Xã hội và Nhân văn, Trường Đại học Văn Hiến**
- Điện thoại: **0903676178**
- Email: **hungpq@vhu.edu.vn**

Giảng viên 2:

- Họ và tên: **Nguyễn Thị Hồng Thủy**
- Chức danh, học vị: **Thạc sĩ**
- Thời gian làm việc: **Giờ hành chính (8:00 -16:00)**
- Địa điểm làm việc: **Khoa Khoa học Xã hội và Nhân văn, Trường Đại học Văn Hiến**
- Điện thoại: **0918058901**
- Email: **thuynth@vhu.edu.vn**

3. Tóm tắt nội dung học phần

Học phần cung cấp cho sinh viên các khái niệm và thuật ngữ chuyên dụng trong lĩnh vực truyền thông doanh nghiệp, trang bị cho sinh viên những kiến thức và kỹ năng để xác định, phân biệt, phân tích các thành tố quan trọng (cả bên trong và bên ngoài) tác động đến hình ảnh và thương hiệu của một doanh nghiệp hoặc tổ chức. Môn học cung cấp cho sinh viên những kiến thức, kỹ năng lập chiến lược, vận hành và quản trị các kế hoạch truyền thông một cách hiệu quả, sử dụng linh hoạt các công cụ truyền thông tiên tiến, hiện đại giúp tiếp cận đối tượng công chúng mục tiêu một cách hiệu quả, lựa chọn phương thức phù hợp để tương tác, thiết lập và duy trì tốt các mối quan hệ với các cấp chính quyền, giới truyền thông, báo chí, các nhóm công chúng và các bên hữu quan khác. Dựa trên những kiến thức đó, sinh viên còn được hướng dẫn phương pháp và thực hành nghiên cứu, phân tích, đánh giá các chiến lược truyền thông cụ thể của các doanh nghiệp và tổ chức tại thị trường Việt Nam và trên thế giới, từ đó rút ra bài học kinh nghiệm cho bản thân và nghề nghiệp trong tương lai. Phương pháp đánh giá cuối kỳ của học phần là hình thức tiểu luận.

4. Mục tiêu của học phần

Học phần trang bị cho người học kiến thức nền tảng và chuyên sâu về truyền thông doanh nghiệp, bao gồm khái niệm, thuật ngữ, vai trò, chức năng và các thành tố bên trong, bên ngoài tác động đến hình ảnh, thương hiệu và hoạt động truyền thông của doanh nghiệp hoặc tổ chức. Trên cơ sở đó, học phần phát triển khả năng phân tích, xây dựng, vận hành và quản trị kế hoạch truyền thông doanh nghiệp; lựa chọn và sử dụng phù hợp các công cụ truyền thông để tiếp cận công chúng mục tiêu, duy trì quan hệ với giới truyền thông, chính quyền, khách hàng, đối tác và các bên hữu quan. Học phần đồng thời hình thành tư duy chiến lược, tinh thần chủ động, hợp tác, trách nhiệm nghề nghiệp và ý thức đạo đức trong nghiên cứu, phân tích, đánh giá các chiến lược truyền thông doanh nghiệp trong thực tiễn Việt Nam và quốc tế

5. Chuẩn đầu ra của học phần

Sau khi hoàn thành học phần này, người học có thể

Mã CDR	Nội dung chuẩn đầu ra	Mức độ
CLO1	Phân tích được vai trò, chức năng và quy trình truyền thông doanh nghiệp trong hoạt động xây dựng thương hiệu và quản trị quan hệ với công chúng.	Mức 4 (Phân tích)
CLO2	Đánh giá các tình huống truyền thông và nguyên nhân dẫn đến khủng hoảng truyền thông của doanh nghiệp hiệu quả.	Mức 5 (Đánh giá)

Mã CDR	Nội dung chuẩn đầu ra	Mức độ
CLO3	Xây dựng được các tình huống khủng hoảng truyền thông doanh nghiệp theo yêu cầu thực tiễn và nguyên tắc nghề nghiệp.	Mức 5 (Tự nhiên hóa)
CLO4	Thể hiện được làm việc nhóm trong hoạt động truyền thông tổ chức, doanh nghiệp hiệu quả nhất.	Mức 5 (Đặc trưng hóa các giá trị)

Ma trận liên kết /tương thích giữa CLOs và PLOs

Chuẩn đầu ra	PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5	PLO6	PLO7	PLO8
CLO1			X					
CLO2				X				
CLO3						X		
CLO4							X	X

6. Nội dung chi tiết của học phần

6.1. Lý thuyết

Chương	Nội dung
Chương 1.	Giao tiếp có chiến lược
Chương 2.	Tổng quan về chức năng truyền thông doanh nghiệp
Chương 3.	Bản sắc doanh nghiệp, hình ảnh doanh nghiệp và danh tiếng doanh nghiệp
Chương 4.	Quảng cáo doanh nghiệp
Chương 5.	Quan hệ truyền thông
Chương 6.	Truyền thông nội bộ
Chương 7.	Quan hệ đầu tư
Chương 8.	Quan hệ chính phủ
Chương 9.	Khủng hoảng truyền thông

6.2. Thực hành

	Nội dung
6.2.1	Bài tập cá nhân

	Nội dung
	Học phần được thiết kế theo hướng tăng cường thực hành – trải nghiệm – ứng dụng thực tiễn, giúp người học vận dụng kiến thức về truyền thông doanh nghiệp vào các tình huống cụ thể.
6.2.2	Bài tập nhóm
	Phân tích tình huống truyền thông doanh nghiệp thực tế (case study): nhận diện vấn đề truyền thông, đối tượng công chúng và thông điệp truyền thông phù hợp.
	Xây dựng kế hoạch truyền thông doanh nghiệp bao gồm mục tiêu, thông điệp, kênh truyền thông, ngân sách và thời gian triển khai
	-Thực hành thiết kế nội dung truyền thông: viết thông cáo báo chí, bài PR, nội dung truyền thông số (social media post, kịch bản truyền thông). -Làm việc nhóm xây dựng chiến dịch truyền thông mô phỏng cho một doanh nghiệp hoặc sản phẩm cụ thể. -Trình bày và bảo vệ kế hoạch truyền thông trước giảng viên và lớp học, kết hợp phản biện và chỉnh sửa -Kết quả thực hành giúp sinh viên: Hình thành kỹ năng xây dựng và triển khai kế hoạch truyền thông doanh nghiệp Rèn luyện tư duy phân tích và xử lý tình huống truyền thông Phát triển kỹ năng làm việc nhóm, thuyết trình và giao tiếp chuyên môn

7. Phân bổ thời gian theo tiết (1 tín chỉ = 15 giờ)

Chương	Tên chương	Số tiết tín chỉ					Ghi chú
		Lý thuyết	Bài tập	Thực hành	Tự học	Tổng	
1	Giao tiếp có chiến lược	3	1	1	10	15	
2	Tổng quan về chức năng truyền thông doanh nghiệp	3	1	1	10	15	
3	Bản sắc doanh nghiệp, hình ảnh doanh nghiệp và danh tiếng doanh nghiệp	3	1	2	10	16	
4	Quảng cáo doanh nghiệp	3		1	10	14	
5	Quan hệ truyền thông	3		1	10	14	

Chương	Tên chương	Số tiết tín chỉ					Ghi chú
		Lý thuyết	Bài tập	Thực hành	Tự học	Tổng	
6	Truyền thông nội bộ	3	1	1	10	15	
7	Quan hệ đầu tư	4	1	1	15	21	
8	Quan hệ chính phủ	4		1	15	20	
9	Khủng hoảng truyền thông	4		1	15	20	
Tổng		30	5	10	105	150	

CÁC CHỦ ĐỀ THẢO LUẬN VÀ THUYẾT TRÌNH

1. Truyền thông doanh nghiệp và vai trò trong quản trị hiện đại
2. Thương hiệu doanh nghiệp và chiến lược truyền thông.
3. Công cụ và kênh truyền thông doanh nghiệp
4. Truyền thông nội bộ và sự gắn kết nhân viên.
5. Quan hệ báo chí trong truyền thông doanh nghiệp.
6. Truyền thông khủng hoảng và quản trị rủi ro.
7. Trách nhiệm xã hội (CSR) và truyền thông cộng đồng.
8. Mạng xã hội và quản trị danh tiếng doanh nghiệp
9. Các yếu tố nào ảnh hưởng đến việc lựa chọn kênh truyền thông của doanh nghiệp?
10. Doanh nghiệp nên ưu tiên truyền thông truyền thống hay truyền thông số trong thời đại hiện nay?
11. Vai trò của mạng xã hội trong xây dựng hình ảnh doanh nghiệp là gì?

Ma trận liên kết/tương thích giữa CLOs và nội dung (các chương) của học phần

Nội dung chương	CLO1	CLO2	CLO3	CLO4
Chương 1. Giao tiếp có chiến lược	X	X		
Chương 2: Tổng quan về chức năng truyền thông doanh nghiệp	X	X		
Chương 3 Bản sắc doanh nghiệp, hình ảnh doanh nghiệp và danh tiếng doanh nghiệp	X	X	X	
Chương 4. Quảng cáo doanh nghiệp		X	X	
Chương 5 Quan hệ truyền thông		X	X	
Chương 6: Truyền thông nội bộ		X	X	X
Chương 7: Quan hệ đầu tư		X	X	X

Nội dung chương	CLO1	CLO2	CLO3	CLO4
Chương 8: Quan hệ chính phủ		X	X	X
Chương 9: Khủng hoảng truyền thông		X	X	X

8. Phương pháp giảng dạy – học

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

- Thuyết giảng
- Phát vấn
- Giải quyết vấn đề
- Tự học có hướng dẫn
- Thuyết trình – phân biện nhóm

Ma trận liên kết/tương thích giữa CLOs với phương pháp giảng dạy- học

Phương pháp giảng dạy	CLO1	CLO2	CLO3	CLO4
Thuyết giảng	X	X		
Phát vấn	X	X	X	
Giải quyết vấn đề		X	X	X
Tự học có hướng dẫn	X	X	X	X
Thuyết trình – phân biện nhóm			X	X

9. 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).
- Đọc tài liệu bắt buộc và tham khảo thêm tài liệu do giảng viên giới thiệu.
- Hoàn thành đầy đủ các bài tập cá nhân, bài làm thuyết trình nhóm
- Tham gia Tiểu luận kết thúc học phần.
- Tham dự kiểm tra giữa học kỳ

10. 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.

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

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

TT	Điểm thành phần	Hình thức đánh giá	Trọng số
1	Giữa kỳ	Chuyên cần (dự lớp 10%) + Thuyết trình – Phản biện nhóm (30%)	40%
2	Kết thúc học phần	Tiểu luận	60%

Điểm đánh giá quá trình: trọng số 40%, bao gồm.

- Điểm chuyên cần: trọng số 10%

Tiêu chí đánh giá	Mức độ đạt chuẩn quy định					Trọng số
	Mức F (0-3.9)	Mức D (4.0-5.4)	Mức C (5.5-6.9)	Mức B (7.0-8.4)	Mức A (8.5-10)	
Chuyên cần, tham gia học tập (CLO4)	Vắng quá 30% số buổi; không tham gia hoạt động học tập.	Tham gia dưới 50% số buổi, chuẩn bị bài rất hạn chế.	Tham gia khoảng 50%-70% số buổi; có chuẩn bị nhưng đóng góp chưa thường xuyên.	Tham gia khoảng 70%-90% số buổi; chuẩn bị bài và đóng góp tương đối tích cực.	Tham gia đầy đủ, chuẩn bị bài tốt; tích cực thảo luận, hỗ trợ nhóm và nộp nhiệm vụ đúng hạn.	100%

- Điểm kiểm tra thường xuyên: trọng số 30% Theo thang điểm 10, dựa trên đáp án và hướng dẫn điểm được thiết kế sẵn.

11.2. Kế hoạch đo CLOs

Đánh giá người học	CLOs	Trọng số	Miền	Thời gian lấy dữ liệu	Công cụ đánh giá	Ghi chú	Điểm lấy dữ liệu
Thi cuối kỳ	CLO1, CLO2;	60%	Kiến thức	Theo lịch thi học kỳ	Tiểu luận (12.3.a)	CLO1: Mức độ hiểu. CLO2: Mức độ vận dụng kiến thức	Lấy dữ liệu đo CLO1, CLO2
Quá trình	CLO2; CLO3	30%	Kiến thức và kỹ năng	Tuần 3-7	Bài tập nhóm, báo cáo	CLO2: Nội dung báo cáo.	Lấy dữ liệu đo

Đánh giá người học	CLOs	Trọng số	Miền	Thời gian lấy dữ liệu	Công cụ đánh giá	Ghi chú	Điểm lấy dữ liệu
Quá trình (chuyên cần/thái độ)					case study, thuyết trình (12.3.b,c).	CLO3: Kỹ năng phối hợp và biện luận.	CLO 2- CLO 3
	CLO4	10%	Thái độ	Suốt học kỳ (Tuần 1 - 9)	Bảng kiểm soát chuyên cần	Chăm chỉ, năng nổ, tích cực, trách nhiệm, hợp tác	Lấy dữ liệu đo CLO4

11.3. Công cụ đo CLO:

a. Ma trận đặc tả nội dung

Hình thức đánh giá	Nội dung trọng tâm	CLO	Mức độ (Bloom)	Công cụ đo	Minh chứng
Chuyên cần & tham gia (10%)	Tham gia thảo luận, phát vấn, phản biện; thể hiện tinh thần tự học, hợp tác và trách nhiệm trong các tình huống truyền thông doanh nghiệp trên lớp.	CLO4	Thái độ Level 5 Evaluate	Bảng kiểm chuyên cần; quan sát lớp; câu hỏi phát vấn; ghi nhận mức độ tham gia.	Sổ điểm danh; ghi nhận của GV, phiếu quan sát quá trình học tập.
Thuyết trình nhóm (30%)	Phân tích vấn đề truyền thông; xây dựng và trình bày kế hoạch/đề cương truyền thông doanh nghiệp; thảo luận về mục tiêu, thông điệp, kênh truyền	CLO2 ; CLO3	Level 5— Evaluate;	Rubric thuyết trình & phản biện nhóm; phiếu đánh giá nhóm/cá nhân.	Slide thuyết trình; đề cương nghiên cứu nhóm; phiếu

Hình thức đánh giá	Nội dung trọng tâm	CLO	Mức độ (Bloom)	Công cụ đo	Mình chứng
	thông, đối tượng công chúng và đánh giá hiệu quả truyền thông				đánh giá, nhân xét phản biện.
Tiểu luận cuối kỳ (60%)	Thiết kế đề án/tiểu luận về chiến lược hoặc kế hoạch truyền thông doanh nghiệp cho tình huống marketing/PR giả định hoặc thực tế, bao gồm phân tích vấn đề, mục tiêu, công chúng, chiến lược, thông điệp, công cụ truyền thông, kế hoạch triển khai và đánh giá	CLO1 ; CLO2	Level 4–5 Analyze – Evaluate;	Rubric tiểu luận cuối kỳ.	Bài tiểu luận/đề án; file nộp LMS; bảng chấm điểm theo rubric.

Rubrics định nghĩa mức năng lực cho các CLO1 - CLO2

CLO	Mức 1: YẾU (0–4.9)	Mức 2: TRUNG BÌNH (5.0–6.9)	Mức 3: KHÁ (7.0–8.4)	Mức 4: GIỎI (8.5–10)
CLO1: Phân tích và vận dụng kiến thức nền tảng về truyền thông doanh nghiệp	Không nắm được các khái niệm cơ bản; nhầm lẫn giữa PR, marketing, truyền thông nội bộ; không phân tích được, không giải thích được vai trò truyền thông doanh nghiệp.	.Phân tích, trình bày được khái niệm cơ bản nhưng chưa đầy đủ và thiếu logic; hiểu vai trò truyền thông ở mức sơ bộ; vận dụng còn máy móc, chưa linh hoạt.	.Phân tích đúng hệ thống khái niệm; cũng như phân tích được vai trò truyền thông doanh nghiệp trong một số tình huống thực tế; có liên hệ thực tiễn	Phân tích sâu, chi tiết hệ thống truyền thông doanh nghiệp; đánh giá hiệu quả truyền thông trong nhiều bối cảnh, liên hệ thực tiễn tốt, có đề xuất cải tiến và tư duy phản biện.

CLO	Mức 1: YẾU (0–4.9)	Mức 2: TRUNG BÌNH (5.0–6.9)	Mức 3: KHÁ (7.0–8.4)	Mức 4: GIỎI (8.5–10)
CLO2: Xây dựng kế hoạch truyền thông doanh nghiệp cơ bản	Không đánh giá được kế hoạch hoặc đánh giá kế hoạch còn rời rạc; thiếu mục tiêu, đối tượng, thông điệp; không có cấu trúc rõ ràng, logic.	Đánh giá được kế hoạch cơ bản nhưng thiếu một số thành phần (KPI, ngân sách, kênh truyền thông); logic chưa chặt chẽ, rời rạc.	Đánh giá việc xây dựng kế hoạch tương đối đầy đủ; xác định đúng mục tiêu, đối tượng, thông điệp, kênh truyền thông; có tính khả thi.	Đánh giá việc xây dựng kế hoạch truyền thông chuyên nghiệp; có chiến lược rõ ràng, KPI cụ thể, ngân sách hợp lý; lựa chọn kênh tối ưu; thể hiện tư duy chiến lược và sáng tạo cao

Mô tả tổng quát mức năng lực qua điểm số (10 điểm)

- **Mức Giỏi (8.5 – 10):** Đánh giá nội dung kiến thức, giải thích logic, có khả năng liên hệ thực tiễn đầy đủ.
- **Mức Khá (7.0 – 8.4):** Nắm vững, đánh giá nội dung kiến thức cơ bản, giải thích tương đối đầy đủ.
- **Mức Trung bình (5.0 – 6.9):** Hiểu ở mức cơ bản, còn hạn chế trong đánh giá, giải thích và liên hệ.
- **Mức Yếu (<5.0):** Chưa nắm được kiến thức cốt lõi, trả lời, đánh giá thiếu chính xác.

b. Rubric đánh giá thuyết trình và phản biện

Mục tiêu: Đo lường kỹ năng Tâm vận động (CLO3) qua phản xạ tư duy và tương tác trực tiếp.

STT	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	CLO đo lường	Xuất sắc (8.5 – 10)	Khá (7.0 – 8.4)	Trung bình (5.0 – 6.9)	Yếu (< 5.0)
1	Kỹ năng diễn đạt & thao tác tư duy	30%	CLO3 (Mức 3) Tâm vận động	Diễn đạt trôi chảy, có điểm nhấn; phối hợp hiệu quả lời nói, ánh mắt, cử chỉ và slide; tư duy linh hoạt khi trình	Trình bày rõ ràng, mạch lạc; sử dụng ngôn ngữ cơ thể phù hợp; tư duy logic khi	Nêu được ý chính nhưng còn phụ thuộc slide; diễn đạt chưa hẳn chưa mạch; tư duy đơn	Diễn đạt lúng túng, chủ yếu đọc slide; không kiểm soát bài nói; tư duy rời rạc; thiếu

STT	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	CLO đo lường	Xuất sắc (8.5 - 10)	Khá (7.0 - 8.4)	Trung bình (5.0 - 6.9)	Yếu (< 5.0)
				bày đề cương nghiên cứu thị trường (vấn đề, mục tiêu, câu hỏi, phương pháp, mẫu, công cụ và xử lý dữ liệu).	giải thích các thành phần chính của đề cương nghiên cứu; nêu được trọng tâm nghiên cứu và phương pháp.	giản, giải thích chưa đầy đủ vấn đề, mục tiêu hoặc phương pháp nghiên cứu	hoặc sai các thành phần cơ bản của đề cương nghiên cứu.
2	Năng lực phản biện trực tiếp	40%	CLO3 (Mức 3) Tâm vận động	Phản xạ cực nhanh; biên luận sắc sảo và bảo vệ quan điểm vững vàng trước chất vấn.	Trả lời đúng trọng tâm câu hỏi; lập luận khá logic và thuyết phục	Trả lời được nhưng còn lúng túng; lập luận chưa thực sự chặt chẽ.	Không phản biện được; hoặc giải thích sai lệch hoàn toàn vấn đề được hỏi.
3	Kỹ năng phối hợp & Tương tác nhóm	30%	CLO3 (Mức 3) Tâm vận động	Phối hợp nhịp nhàng, phân vai rõ ràng theo từng phần đề cương nghiên cứu; hỗ trợ nhau hiệu quả khi trình bày và phản biện; tương tác tích cực với giảng viên và lớp.	. Phân công rõ ràng; chuyển tiếp nội dung mạch lạc; các thành viên hỗ trợ tốt khi trình bày và trả lời câu hỏi.	Có phân công nhưng phối hợp chưa đồng đều; chuyển tiếp rời rạc; một số thành viên tham gia hạn chế.	Hoạt động nhóm rời rạc; thiếu phân công; không có sự phối hợp hoặc hỗ trợ khi trình bày và phản biện

c. Rubric đánh giá tiểu luận

TT	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	CLO đo lường	Yếu (<5.0)	Trung bình (5.0–6.9)	Khá (7.0–8.4)	Giỏi (8.5–10)
1	Phân tích vai trò, chức năng và quy trình truyền thông doanh nghiệp trong hoạt động xây dựng thương hiệu và quản trị quan hệ với công chúng.	20%	CLO1	Không nắm được các khái niệm cơ bản, nhầm lẫn giữa PR, marketing, truyền thông nội bộ; không phân tích được, không giải thích được vai trò truyền thông doanh nghiệp.	Phân tích, trình bày được khái niệm cơ bản nhưng chưa đầy đủ và thiếu logic; hiểu vai trò truyền thông ở mức sơ bộ; vận dụng còn máy móc, chưa7alinh hoạt.	Phân tích đúng hệ thống khái niệm; cũng như phân tích được vai trò truyền thông doanh nghiệp trong một số tình huống thực tế; có liên hệ thực tiễn.	Phân tích sâu, chi tiết hệ thống truyền thông doanh nghiệp, đánh giá hiệu quả truyền thông trong nhiều bối cảnh; liên hệ thực tiễn tốt, có đề xuất cải tiến và tư duy phản biện.
2	Đánh giá kế hoạch truyền thông doanh nghiệp cơ bản	30%	CLO2	Không đánh giá được kế hoạch hoặc đánh giá kế hoạch còn rời rạc; thiếu mục tiêu, đối tượng, thông điệp; không có cấu trúc rõ ràng, logic.	Đánh giá được kế hoạch cơ bản nhưng thiếu một số thành phần (KPI, ngân sách, kênh truyền thông); logic chưa chặt chẽ, rời rạc.	Đánh giá việc xây dựng kế hoạch tương đối đầy đủ; xác định đúng mục tiêu, đối tượng, thông điệp, kênh truyền thông; có tính khả thi.	Đánh giá việc xây dựng kế hoạch truyền thông chuyên nghiệp; có chiến lược rõ ràng, KPI cụ thể, ngân sách hợp lý; lựa chọn kênh tối ưu; thể hiện tư duy chiến lược và sáng tạo cao

TT	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	CLO đo lường	Yếu (<5.0)	Trung bình (5.0–6.9)	Khá (7.0–8.4)	Giỏi (8.5–10)
3	Thiết kế kế hoạch truyền thông doanh nghiệp cơ bản	30%	CLO3	Không thiết kế; không phân tích được, không giải thích được vai trò truyền thông doanh nghiệp	.Phân tích, trình bày được khái niệm cơ bản nhưng chưa đầy đủ và thiếu logic, hiểu vai trò truyền thông ở mức sơ bộ; vận dụng còn máy móc, chưa linh hoạt.	.Phân tích đúng hệ thống khái niệm, cũng như phân tích được vai trò truyền thông doanh nghiệp trong một số tình huống thực tế; có liên hệ thực tiễn.	Phân tích sâu, chi tiết hệ thống truyền thông doanh nghiệp; đánh giá hiệu quả truyền thông trong nhiều bối cảnh; liên hệ thực tiễn tốt, có đề xuất cải tiến và tư duy phản biện.
4	Tính học thuật, tinh thần tự học, hợp tác và trách nhiệm trong tiểu luận	20%	CLO4	. Thiếu nghiêm túc; nộp trễ hoặc sai yêu cầu; sao chép, trích dẫn sai; thiếu tinh thần tự học, hợp tác và trách nhiệm đạo đức nghiên cứu	. Có ý thức thực hiện nhưng còn thụ động; trình bày và trích dẫn chưa tốt; mức độ hợp tác và trách nhiệm còn hạn chế.	Thể hiện tinh thần tự học và hợp tác tương đối tốt; trình bày rõ ràng; trích dẫn cơ bản đúng; hoàn thành đúng tiến độ và tuân thủ đạo đức nghiên cứu.	Thể hiện nhất quán tinh thần tự học, hợp tác và trách nhiệm đạo đức; bài viết có tính học thuật, trích dẫn phù hợp, trình bày chuyên nghiệp, đúng hạn và có minh chứng đóng góp rõ ràng.

Lưu ý cho việc thống kê đạt chuẩn:

- CLO2 (Nhận thức): Được đo lường chủ yếu qua Tiêu chí 1 của bài viết. Nếu sinh viên đạt từ 5.0 trở lên ở tiêu chí này, nghĩa là đã đạt chuẩn CLO2 ở mức độ “Hiệu”.

• CLO3 (Tâm vận động): Được đo lường tổng hợp qua Tiêu chí 2 của bài viết và tất cả tiêu chí thuyết trình. Đây là điểm số thể hiện kỹ năng biện luận và phân xạ thực tế của sinh viên.

12. Tài liệu phục vụ cho học phần

12.1. Tài liệu chính

Annabel Dunstan, Imogen Osborne, Cao Yến Nhi dịch, *Truyền thông nội bộ: linh hồn của doanh nghiệp · The people business how ten leaders drive engagement through internal communications*, NXB Thế giới, 2022

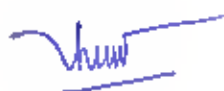
12.2. Tài liệu tham khảo

Quản lý sự thay đổi và chuyển tiếp – NXB Tổng hợp TP. HCM. 2015.

TP. Hồ Chí Minh, ngày 04 tháng 6 năm 2025

Trưởng Khối ngành

(Ký và ghi rõ họ tên)



Nguyễn Thị Hồng Thủy

Giảng viên

(Ký và ghi rõ họ tên)



Phạm Quốc Hưng



PHIẾU CHẤM THUYẾT TRÌNH VÀ PHẢN BIỆN NHÓM

Đánh giá theo Rubrics năng lực thực hiện CLO3

Học phần: Truyền thông doanh nghiệp

Lớp/Nhóm:

Chủ đề:

Giảng viên chấm

Ngày chấm:

STT	Tiêu chí đánh giá	Điểm	Xuất sắc (85-100-%)	Khá (70-84%)	Trung bình (50-69%)	Yếu (<50%)	Điểm thành phần
1	Kỹ năng diễn đạt & thao tác tư duy	3	Diễn đạt trôi chảy; phối hợp nhuần nhuyễn ngôn ngữ cơ thể, làm chủ hoàn toàn bài nói.	Trình bày rõ ràng; mạch lạc; tự tin trong truyền tải nội dung.	Nói rõ ý nhưng còn phụ thuộc tài liệu; thao tác trình diễn chưa chuyên nghiệp.	Diễn đạt lúng túng; chủ yếu đọc slide; không kiểm soát được bài nói.	
2	Năng lực phản biện trực tiếp	4	Phản xạ cực nhanh; biện luận sắc sảo; bảo vệ quan điểm vững vàng.	Trả lời đúng trọng tâm; lập luận logic và thuyết phục.	Trả lời được nhưng còn lúng túng; lập luận chưa chặt chẽ.	Không phản biện được hoặc giải thích sai lệch vấn đề.	
3	Kỹ năng phối hợp & tương tác nhóm	3	Phối hợp nhịp nhàng; hỗ trợ nhau hoàn hảo trong phản biện.	Phản công rõ ràng; hỗ trợ nhau tốt trong phần trình bày.	Các thành viên có tham gia nhưng tương tác còn yếu.	Hoạt động rời rạc; không thể hiện vai trò làm việc nhóm.	
TỔNG ĐIỂM							10.0

Nhận xét của giảng viên:



Điểm số

Điểm chữ

Xếp loại

Mức đạt CLO

GIẢNG VIÊN CHĂM
(Ký và ghi rõ họ tên)



PHIẾU CHẤM TIÊU LUẬN
Đánh giá theo Rubrics đánh giá năng lực làm tiêu luận qua CLOs

Học phần: Truyền thông doanh nghiệp

Lớp/Nhóm/Cá nhân:

Chủ đề:

Giảng viên chấm:

Ngày chấm:

TT	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	CLO đo	Yếu < 5,0	Trung bình 5,0-6,9	Khá 7,0-8,4	Xuất sắc 8,5-10	Điểm
1	Phân tích vai trò, chức năng và quy trình truyền thông doanh nghiệp trong hoạt động xây dựng thương hiệu và quản trị quan hệ với công chúng	20%	CLO1	Không nắm được các khái niệm cơ bản; nhầm lẫn giữa PR, marketing, truyền thông nội bộ, không phân tích được, không giải thích được vai trò truyền thông doanh nghiệp.	Phân tích, trình bày được khái niệm cơ bản nhưng chưa đầy đủ và thiếu logic; hiểu vai trò truyền thông ở mức sơ bộ; vận dụng còn máy móc, chưa linh hoạt.	Phân tích đúng hệ thống khái niệm; cũng như phân tích được vai trò truyền thông doanh nghiệp trong một số tình huống thực tế; có liên hệ thực tiễn.	Phân tích sâu, chi tiết hệ thống truyền thông doanh nghiệp; đánh giá hiệu quả truyền thông trong nhiều bối cảnh; liên hệ thực tiễn tốt, có đề xuất cải tiến và tư duy phản biện.	
2	Đánh giá kế hoạch truyền thông doanh nghiệp	30%	CLO2	Không đánh giá được kế hoạch hoặc đánh giá kế hoạch còn rời rạc; thiếu	Đánh giá được kế hoạch cơ bản nhưng thiếu một số thành phần	Đánh giá việc xây dựng kế hoạch tương đối đầy đủ; xác định đúng	Đánh giá việc xây dựng kế hoạch truyền thông chuyên nghiệp; có chiến lược rõ ràng,	



TT	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	CLO đo	Yếu < 5,0	Trung bình 5,0-6,9	Khá 7,0-8,4	Xuất sắc 8,5-10	Điểm
	nghiệp cơ bản			mục tiêu, đối tượng, thông điệp; không có cấu trúc rõ ràng, logic.	(KPI, ngân sách, kênh truyền thông); logic chưa chặt chẽ, rời rạc.	mục tiêu, đối tượng, thông điệp, kênh truyền thông; có tính khả thi.	KPI cụ thể, ngân sách hợp lý; lựa chọn kênh tối ưu; thể hiện tư duy chiến lược và sáng tạo cao	
3	Thiết kế kế hoạch truyền thông doanh nghiệp cơ bản	30%	CLO3	Không thiết kế; không phân tích được, không giải thích được vai trò truyền thông doanh nghiệp.	Phân tích, trình bày được khái niệm cơ bản nhưng chưa đầy đủ và thiếu logic; hiểu vai trò truyền thông ở mức sơ bộ; vận dụng còn máy móc, chưa linh hoạt.	Phân tích đúng hệ thống khái niệm, cũng như phân tích được vai trò truyền thông doanh nghiệp trong một số tình huống thực tế; có liên hệ thực tiễn.	Phân tích sâu, chi tiết hệ thống truyền thông doanh nghiệp; đánh giá hiệu quả truyền thông trong nhiều bối cảnh; liên hệ thực tiễn tốt, có đề xuất cải tiến và tư duy phản biện.	
4	Tính học thuật, thần tự học, hợp tác và trách nhiệm trong luận	20%	CLO4	Thiếu nghiêm túc; nộp trễ hoặc sai yêu cầu; sao chép, trích dẫn sai, thiếu tính thần tự học, hợp tác và trách nhiệm đạo đức nghiên cứu.	Có ý thức thực hiện nhưng còn thụ động; trình bày và trích dẫn chưa tốt; mức độ hợp tác và trách nhiệm còn hạn chế.	Thể hiện tính thần tự học và hợp tác tương đối tốt; trình bày rõ ràng; trích dẫn cơ bản đúng; hoàn thành đúng tiến độ và	Thể hiện nhất quán tính thần tự học, hợp tác và trách nhiệm đạo đức; bài viết có tính học thuật, trích dẫn phù hợp, trình bày chuyên nghiệp, đúng	



TT	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	CLO đo	Yếu < 5,0	Trung bình 5,0- 6,9	Khá 7,0-8,4	Xuất sắc 8,5-10	Điểm
						tuân thủ đạo đức nghiên cứu.	hạn và có minh chứng đóng góp rõ ràng.	
TỔNG ĐIỂM								

Nhận xét của giảng viên:

Điểm số	Điểm chữ	Xếp loại	Mức đạt CLO
.....			

GIẢNG VIÊN CHẤM
(Ký và ghi rõ họ tên)





ĐỀ CƯƠNG CHI TIẾT HỌC PHẦN

1. Thông tin về học phần

- Tên học phần: **Quản trị quan hệ khách hàng (Customer relationship management)**
- Mã học phần: MAN413
- Số tín chỉ: 03
- Bậc đào tạo: Đại học
- Loại học phần: Tự chọn, Thay thế khóa luận tốt nghiệp
- Học phần tiên quyết/ Học phần trước: MAR201
- Đơn vị phụ trách: Khoa Kinh tế - Quản trị
- Số tín chỉ: 03 ; Số giờ: 45 , trong đó:
 - Hoạt động giảng dạy trên lớp: 45 Giờ
 - + Giờ giảng: 35 Giờ
 - + Thảo luận: 10 Giờ
 - ♦ Giờ tự học: 105 Giờ

2. Thông tin về giảng viên

Giảng viên 1:

- Họ và tên: **Trần Thanh Quân**
- Chức danh, học vị: Giảng viên cơ hữu, Thạc sĩ
- Thời gian làm việc: Giờ hành chính (8:00 -16.00)
- Địa điểm làm việc: Khoa Kinh tế- Quản trị - Trường Đại học Văn Hiến
- Điện thoại: 093 141 8288
- Email: quantt@vhu.edu.vn

Giảng viên 2:

- Họ và tên: **Nguyễn Anh Phúc**
- Chức danh, học vị: Giảng viên cơ hữu, Thạc sĩ
- Thời gian làm việc: Giờ hành chính (8:00 -16:00)
- Địa điểm làm việc: Khoa Kinh tế- Quản trị - Trường Đại học Văn Hiến
- Điện thoại: 093.210.8880
- Email: phucna@vhu.edu.vn

3. Tóm tắt nội dung học phần

Học phần gồm 07 chương, trang bị cho người học các kiến thức nền tảng và kỹ năng thực hành về Customer Relationship Management (CRM – Quản trị quan hệ khách hàng) trong bối cảnh kinh doanh hiện đại. Nội dung học phần tập trung nghiên cứu bản chất của quan hệ khách hàng, vai trò của khách hàng trong hoạt động kinh doanh, các nguyên lý và quy trình quản trị quan hệ khách hàng, cũng như việc ứng dụng công nghệ và dữ liệu trong quản trị khách hàng tại doanh nghiệp.

Bên cạnh phần lý thuyết, học phần chú trọng phát triển năng lực phân tích và vận dụng thông qua các tình huống thực tiễn, hoạt động nhóm và dự án ứng dụng. Người học được tiếp cận các nội dung về xây dựng cơ sở dữ liệu khách hàng, phân loại khách hàng, quản trị trải nghiệm khách hàng, chăm sóc và duy trì lòng trung thành của khách hàng, thiết kế chiến lược CRM và đánh giá hiệu quả hoạt động CRM trong doanh nghiệp.

4. Mục tiêu của học phần

Học phần nhằm giúp người học hình thành nền tảng kiến thức và năng lực ứng dụng về Quản trị quan hệ khách hàng trong bối cảnh quan hệ công chúng, truyền thông tổ chức và hoạt động doanh nghiệp. Thông qua học phần, người học có khả năng phân tích vai trò, quy trình và các hoạt động quản trị quan hệ khách hàng; đánh giá phương pháp quản trị dữ liệu khách hàng, hành vi, trải nghiệm và hoạt động chăm sóc khách hàng/công chúng; vận dụng kiến thức Quản trị quan hệ khách hàng để thiết kế kế hoạch quản trị quan hệ khách hàng phù hợp với mục tiêu truyền thông, công chúng mục tiêu, nguồn lực và bối cảnh hoạt động của tổ chức. Học phần đồng thời góp phần hình thành tinh thần tự học, trung thực học thuật, hợp tác nhóm, trách nhiệm nghề nghiệp, ý thức bảo mật dữ liệu khách hàng, tôn trọng quyền riêng tư và tuân thủ các nguyên tắc đạo đức trong quản trị quan hệ khách hàng/công chúng.

5. Chuẩn đầu ra của học phần

Sau khi hoàn thành học phần này, người học có thể:

Mã CDR	Nội dung chuẩn đầu ra	Mức độ
CLO1	Phân tích được vai trò, quy trình và các hoạt động của Quản trị quan hệ khách hàng trong bối cảnh doanh nghiệp.	Mức 4 (Phân tích)
CLO2	Đánh giá được các phương pháp quản trị dữ liệu khách hàng, phân tích hành vi khách hàng và hoạt động chăm sóc khách hàng trong doanh nghiệp.	Mức 5 (Đánh giá)
CLO3	Thiết kế được kế hoạch quản trị quan hệ khách hàng phù hợp với mục tiêu truyền thông, dữ liệu khách hàng, nguồn lực và bối cảnh hoạt động của doanh nghiệp.	Mức 4 (Phối hợp)

Mã CDR	Nội dung chuẩn đầu ra	Mức độ
CLO4	Thể hiện tinh thần tự học, trung thực học thuật và khả năng phối hợp nhóm trong quá trình thực hiện kế hoạch Quản trị quan hệ khách hàng.	Mức 5 (Đặc trưng hóa các giá trị)

Ma trận liên kết/tương thích giữa CLOs và PLOs

Chuẩn đầu ra	PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5	PLO6	PLO7	PLO8
CLO1	X							
CLO2			X					
CLO3						X		
CLO4							X	

6. Nội dung chi tiết của học phần

6.1. Lý thuyết

Chương	Nội dung
Chương 1	KHÁI QUÁT VỀ QUẢN TRỊ QUAN HỆ KHÁCH HÀNG
1.1.	Khách hàng trong kinh doanh
1.2.	Bản chất của quản trị quan hệ khách hàng
1.3.	Quy trình thực hiện Dự án quản trị quan hệ khách hàng
1.4.	Các mô hình lý thuyết về quản trị quan hệ khách hàng
1.5.	Các giai đoạn phát triển tư duy quản trị quan hệ khách hàng
Chương 2	HIỂU BIẾT VỀ MỐI QUAN HỆ KHÁCH HÀNG
2.1.	Mối quan hệ khách hàng
2.2.	Chất lượng mối quan hệ khách hàng
2.3.	Các yếu tố thúc đẩy và cản trở đối với việc xây dựng quan hệ doanh nghiệp — khách hàng
2.4	Sự hài lòng của khách hàng, lòng trung thành và kết quả kinh doanh

Chương 3	QUẢN TRỊ VÒNG ĐỜI KHÁCH HÀNG
3.1.	Khái niệm vòng đời khách hàng
3.2.	Giá trị suốt đời của khách hàng (CLV)
3.3.	Các giai đoạn quản trị vòng đời khách hàng
Chương 4	CÁC QUYẾT ĐỊNH CHIẾN LƯỢC VỀ QUẢN TRỊ QUAN HỆ KHÁCH HÀNG
4.1.	Quản trị danh mục khách hàng
4.2.	Cung ứng giá trị cho khách hàng
4.3.	Quản trị trải nghiệm khách hàng
Chương 5	XÂY DỰNG CHIẾN LƯỢC QUẢN TRỊ QUAN HỆ KHÁCH HÀNG
5.1.	Khái quát về chiến lược quản trị quan hệ khách hàng
5.2.	Các yếu tố ảnh hưởng đến chiến lược CRM
5.3.	Các thành phần của chiến lược CRM (Nội dung của chiến lược CRM)
5.4.	Tiến trình xây dựng chiến lược CRM
Chương 6	PHÂN TÍCH QUẢN TRỊ QUAN HỆ KHÁCH HÀNG
6.1.	Xây dựng, quản lý và khai thác cơ sở dữ liệu khách hàng
6.2.	Nội dung phân tích trong quản trị quan hệ khách hàng
6.3.	Dữ liệu sử dụng trong CRM phân tích
6.4.	Một số chỉ tiêu đo lường phổ biến trong quản trị quan hệ khách hàng phân tích
Chương 7	QUẢN TRỊ XUNG ĐỘT & DUY TRÌ SỰ HÀI LÒNG KHÁCH HÀNG
7.1.	Tổ chức hoạt động CSKH
7.2.	Quản lý xung đột với khách hàng
7.3.	Xây dựng văn hóa dịch vụ khách hàng

6.2. Thực hành

TT	Nội dung
6.2.1	Bài tập cá nhân
	- Người học chuẩn bị và trả lời câu hỏi theo yêu cầu của giảng viên.
	- Thực hành phân tích tình huống và các hoạt động liên quan đến quản trị quan hệ khách hàng (CRM)
6.2.2	Bài tập nhóm
	- Người học thảo luận và giải quyết các tình huống thực tiễn về quản trị quan hệ khách hàng
	- Nhóm trình bày và báo cáo kết quả làm việc trước lớp.

7. Phân bổ thời gian theo tiết (1 tín chỉ = 15 giờ)

Chương	Tên chương	Giờ giảng	Thảo luận	Giờ kiểm tra	Giờ tự học	Tổng
Chương 1	Khái quát về Quản trị quan hệ khách hàng	5	1		15	21
Chương 2	Hiểu biết về mối quan hệ khách hàng	5	1		15	21
Chương 3	Quản trị vòng đời khách hàng	5	2		15	22
Chương 4	Các quyết định chiến lược về quản trị quan hệ khách hàng	5	2		15	22
Chương 5	Xây dựng chiến lược quản trị quan hệ khách hàng	5	2		15	22
Chương 6	Phân tích quản trị quan hệ khách hàng	5	1		15	21
Chương 7	Quản trị xung đột và duy trì sự hài lòng khách hàng	5	1		15	21
Tổng		35	10		105	150

CÁC CHỦ ĐỀ THẢO LUẬN VÀ THUYẾT TRÌNH

1. Những chiến lược CRM thành công của một số doanh nghiệp
2. Phân tích các tình huống, kinh nghiệm và những bài học rút ra từ các chiến lược CRM của các doanh nghiệp.
3. Phân tích/Tìm hiểu hiện trạng và đề xuất giải pháp quản trị quan hệ khách hàng của một doanh nghiệp cụ thể.

Ma trận liên kết/tương thích giữa CLOs và nội dung (các chương) của học phần

Nội dung chương	CLO1	CLO2	CLO3	CLO4
Chương 1: Khái quát về Quản trị quan hệ khách hàng	X			
Chương 2: Hiểu biết về mối quan hệ khách hàng	X	X		
Chương 3: Quản trị vòng đời khách hàng		X	X	
Chương 4: Các quyết định chiến lược về quản trị quan hệ khách hàng		X	X	
Chương 5: Xây dựng chiến lược quản trị quan hệ khách hàng			X	X
Chương 6: Phân tích quản trị quan hệ khách hàng		X	X	X
Chương 7: Quản trị xung đột và duy trì sự hài lòng khách hàng		X	X	X

8. Phương pháp giảng dạy - học

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

- Giải quyết vấn đề
- Hướng dẫn tự học
- Thuyết trình – phản luận nhóm

Ma trận liên kết/tương thích giữa CLOs với phương pháp giảng dạy- học

Phương pháp giảng dạy – học tập	CLO1	CLO2	CLO3	CLO4
Thuyết giảng	X	X	X	X
Giải quyết vấn đề	X	X	X	
Hướng dẫn tự học	X	X	X	X
Thuyết trình – phản luận nhóm		X	X	X

9. 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).
 - Đọc tài liệu bắt buộc và tham khảo thêm tài liệu do giảng viên giới thiệu.
 - Hoàn thành đầy đủ các bài tập cá nhân, bài làm thuyết trình nhóm
- Chủ động tham gia các hoạt động dự án nhóm, phân tích tình huống và phản biện học thuật liên quan đến CRM

- Tham gia tiểu luận kết thúc học phần.

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

Phương pháp học tập	CLO1	CLO2	CLO3	CLO4
Thuyết trình, phân biên và trao đổi trên lớp	X	X		X
Thảo luận và làm việc nhóm			X	X
Phân tích tình huống thực tiễn (case study) trong quản trị quan hệ khách hàng		X	X	X
Giải quyết vấn đề gắn với bối cảnh phát triển địa phương		X	X	X
Trình bày, thuyết trình kết quả học tập và nghiên cứu		X	X	X
Tự nghiên cứu tài liệu, chuẩn bị bài trước và sau giờ học	X	X		

10. 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.

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

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

TT	Điểm thành phần	Hình thức đánh giá	Trọng số
1	Quá trình	Dự lớp + Thi (thuyết trình)	40%
2	Kết thúc học phần	Tiểu luận	60%

Điểm đánh giá quá trình: trọng số 40%, bao gồm:

- Điểm chuyên cần: trọng số 10%

Tiêu chí đánh giá	Mức độ đạt chuẩn quy định					Trọng số
	Mức F (0-3.9)	Mức D (4.0-5.4)	Mức C (5.5-6.9)	Mức B (7.0-8.4)	Mức A (8.5-10)	
Chuyên cần, tham gia học tập (CLO4)	Vắng quá 30% số buổi; không tham gia hoạt động học tập.	Tham gia dưới 50% số buổi; chuẩn bị bài rất hạn chế.	Tham gia khoảng 50%-70% số buổi; có chuẩn bị nhưng đóng góp	Tham gia khoảng 70%-90% số buổi; chuẩn bị bài và đóng góp	Tham gia đầy đủ; chuẩn bị bài tốt; tích cực thảo luận, hỗ trợ	100%

– Tiêu chí đánh giá	Mức độ đạt chuẩn quy định					Trọng số
	Mức F (0-3.9)	Mức D (4.0-5.4)	Mức C (5.5-6.9)	Mức B (7.0-8.4)	Mức A (8.5-10)	
			chưa thường xuyên.	tương đối tích cực.	nhóm và nộp bài đúng hạn	

- Điểm kiểm tra thường xuyên: trọng số 30% Theo thang điểm 10, dựa trên đáp án và hướng dẫn điểm được thiết kế sẵn.

11.2. Kế hoạch đo CLOs

Đánh giá người học	CLOs	Trọng số	Miền	Thời gian lấy dữ liệu	Công cụ đánh giá	Ghi chú	Điểm lấy dữ liệu
Thi cuối kỳ (Tiểu luận cuối kỳ)	CLO1; CLO2	60%	Kiến thức	Theo kế hoạch nhà trường	Tiểu luận cuối kỳ – Rubric đánh giá tiểu luận (11.3.c)	Đánh giá khả năng làm rõ vai trò, quy trình và hoạt động CRM; đánh giá các hoạt động quản trị dữ liệu khách hàng, hành vi khách hàng và chăm sóc khách hàng trong doanh nghiệp.	Lấy dữ liệu đo từ CLO1; CLO2
Quá trình	CLO3	30%	Kỹ năng	Tuần 1–8	Bài tập tình huống, thảo luận, thuyết trình và phản biện nhóm (11.3.b)	Đánh giá khả năng thiết kế kế hoạch CRM phù hợp với mục tiêu và bối cảnh hoạt động của doanh nghiệp thông qua hoạt động nhóm và thuyết trình.	Lấy dữ liệu đo từ CLO3

Quá trình	CLO4	10%	Tư chủ và trách nhiệm	Suốt học kỳ (Tuần 1-9)	Bảng kiểm quan sát học tập (11.3.a)	Đánh giá tình thần tự học, trung thực học thuật và khả năng phối hợp nhóm của sinh viên trong quá trình thực hiện kế hoạch CRM	Lấy dữ liệu đo từ CLO4
-----------	------	-----	-----------------------	------------------------	-------------------------------------	--	------------------------

11.3. Công cụ đo CLO:

a. Ma trận công cụ đánh giá

Hình thức đánh giá	Nội dung trọng tâm	CLO	Mức độ (Bloom)	Công cụ đo	Minh chứng
Chuyên cần & tham gia (10%)	Tham gia thảo luận, phát biểu, phản biện về các nội dung liên quan đến Customer Relationship Management; hợp tác và thực hiện các hoạt động nhóm trong quá trình học tập	CLO4	Thái độ – Mức 5 (Đặc trưng hóa các giá trị)	Bảng kiểm quan sát; đánh giá mức độ tham gia	Sổ điểm danh; ghi nhận của giảng viên
Thuyết trình nhóm (30%)	Phân tích hoạt động CRM, quản trị dữ liệu khách hàng, hành vi khách hàng và hoạt động chăm sóc khách hàng trong doanh nghiệp; trình bày và phân biên các vấn đề CRM	CLO2, CLO3	Level 4-5 (Phân tích – Đánh giá)	Rubric thuyết trình và phản biện nhóm; đánh giá giảng viên	Slide thuyết trình; video/hình ảnh báo cáo; phiếu đánh giá phân biên
Tiểu luận cuối kỳ (60%)	Thiết kế kế hoạch CRM phù hợp với mục tiêu và bối cảnh hoạt động của doanh nghiệp, phân tích và đánh giá các hoạt động quản trị quan hệ	CLO1, CLO2, CLO3	Level 4-5 (Phân tích – Đánh giá)	Rubric tiểu luận cuối kỳ	Bài tiểu luận nhóm

Hình thức đánh giá	Nội dung trọng tâm	CLO	Mức độ (Bloom)	Công cụ đo	Minh chứng
	khách hàng trong thực tiễn doanh nghiệp.				

Rubrics định nghĩa mức năng lực cho các CLO1, CLO2.

CLO	Mức 1: Yếu (0–4.9)	Mức 2: Trung bình (5.0–6.9)	Mức 3: Khá (7.0–8.4)	Mức 4: Giỏi (8.5–10)
CLO1: Làm rõ được vai trò, quy trình và các hoạt động của CRM trong bối cảnh doanh nghiệp.	Không làm rõ được vai trò, quy trình và hoạt động cơ bản của CRM trong doanh nghiệp	Làm rõ được một phần vai trò và hoạt động CRM nhưng còn thiếu tính liên kết và thực tiễn.	Làm rõ khá đầy đủ vai trò, quy trình và hoạt động CRM; có liên hệ với bối cảnh doanh nghiệp.	Làm rõ đầy đủ, logic và có liên hệ thực tiễn về vai trò, quy trình và hoạt động CRM trong doanh nghiệp
CLO2: Đánh giá được các phương pháp quản trị dữ liệu khách hàng, phân tích hành vi khách hàng và hoạt động chăm sóc khách hàng trong doanh nghiệp.	Không đánh giá được các hoạt động CRM hoặc đánh giá thiếu cơ sở.	Đánh giá được một số hoạt động CRM cơ bản nhưng lập luận chưa rõ ràng.	Đánh giá tương đối hợp lý các hoạt động quản trị dữ liệu, hành vi khách hàng và chăm sóc khách hàng.	Đánh giá logic, có lập luận thuyết phục và liên hệ thực tiễn doanh nghiệp.

Mô tả tổng quát mức năng lực qua điểm số (10 điểm)

- **Mức Giỏi (8.5 – 10):** Hiểu rõ kiến thức, giải thích logic, có khả năng liên hệ thực tiễn.
- **Mức Khá (7.0 – 8.4):** Nắm vững nội dung cơ bản, giải thích tương đối đầy đủ.
- **Mức Trung bình (5.0 – 6.9):** Hiểu ở mức cơ bản, còn hạn chế trong giải thích và liên hệ.
- **Mức Yếu (<5.0):** Chưa nắm được kiến thức cốt lõi, trả lời thiếu chính xác.

b. Rubric đánh giá thuyết trình và phản biện

Mục tiêu: Đo lường kỹ năng Tầm vận động (CLO3) qua phản xạ tư duy và tương tác trực tiếp.

S.TT	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	CLO đo lường	Xuất sắc (8.5–10)	Khá (7.0–8.4)	Trung bình (5.0–6.9)	Yếu (<5.0)
1	Kỹ năng diễn đạt và thao tác tư duy	30%	CLO3 Tâm vận động Mức 4	Trình bày rõ ràng, logic; diễn đạt mạch lạc kế hoạch CRM; lập luận chặt chẽ và có liên hệ thực tiễn doanh nghiệp.	Trình bày tương đối rõ ràng, lập luận hợp lý nhưng còn thiếu liên kết thực tiễn.	Trình bày được nội dung cơ bản nhưng diễn đạt chưa mạch lạc hoặc còn phụ thuộc tài liệu.	Diễn đạt rời rạc, thiếu logic, không làm rõ được kế hoạch CRM.
2	Năng lực phản biện trực tiếp	40%	CLO3 Tâm vận động Mức 4	Phản biện logic, trả lời đúng trọng tâm; bảo vệ được kế hoạch CRM bằng lập luận thuyết phục.	Trả lời đúng phần lớn câu hỏi; lập luận tương đối hợp lý.	Trả lời được câu hỏi cơ bản nhưng lập luận còn hạn chế.	Không phản biện được hoặc trả lời thiếu chính xác các vấn đề liên quan đến kế hoạch CRM.
3	Kỹ năng phối hợp và tương tác nhóm	30%	CLO3 Tâm vận động Mức 4	Phối hợp hiệu quả; các thành viên tham gia tích cực và hỗ trợ tốt trong quá trình thuyết trình, phản biện	Nhóm phối hợp tương đối tốt; có sự phân công nhiệm vụ tương đối rõ ràng	Có tham gia nhưng phối hợp chưa đồng đều giữa các thành viên.	Thiếu phối hợp, ít có sự tham gia hoặc không thể hiện vai trò trong nhóm.

c. Rubric đánh giá tiểu luận

STT	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	CLO đo lường	Xuất sắc (8.5–10)	Khá (7.0–8.4)	Trung bình (5.0–6.9)	Yếu (<5.0)
1	Nội dung và lập luận về CRM	40%	CLO2, CLO3	Nội dung đầy đủ, lập luận logic, phân tích rõ các hoạt động và chiến lược CRM phù hợp với thực tiễn doanh nghiệp.	Nội dung tương đối đầy đủ, lập luận hợp lý	Nội dung còn thiếu, lập luận chưa rõ ràng	Nội dung rời rạc, thiếu cơ sở và thiếu liên kết
2	Phân tích mức độ phù hợp của chiến lược CRM	30%	CLO3	Phân tích sâu và đánh giá hợp lý mức độ phù hợp của chiến lược CRM đối với mục tiêu doanh nghiệp	Phân tích tương đối phù hợp chiến lược CRM với bối cảnh doanh nghiệp.	Phân tích còn đơn giản, lập luận chưa rõ ràng.	Không phân tích được mức độ phù hợp của chiến lược CRM đối với tình huống doanh nghiệp.
3	Trình bày báo cáo	20%	CLO4	Báo cáo trình bày chuyên nghiệp, rõ ràng, đúng chuẩn học thuật	Báo cáo khá rõ ràng, hình thức phù hợp	Trình bày còn thiếu thống nhất hoặc chưa khoa học	Báo cáo thiếu logic, khó theo dõi
4	Phối hợp và tham gia nhóm	10%	CLO4	Phối hợp hiệu quả, chủ động và có trách nhiệm cao	Có tham gia và phối hợp tương đối tốt	Tham gia còn hạn chế	Ít tham gia hoặc không phối hợp với nhóm

12. Tài liệu phục vụ cho học phần

12.1. Tài liệu chính

Trương Đình Chiến và Nguyễn Hoài Long (2023), Quản trị quan hệ khách hàng, Nhà xuất bản đại học Kinh tế Quốc dân.

12.2. Tài liệu tham khảo

V Kumar, W. Reinartz, (2018) Customer Relationship Managememt- Concept, Strategy and Tools, Third Edition, Springer, USA.

TP. Hồ Chí Minh, ngày 04 tháng 06 năm 2025

Trưởng Khoa/Khối ngành

(Ký và ghi rõ họ tên)



Phan Thi Dieu

Giảng viên biên soạn

(Ký và ghi rõ họ tên)



Trần Thanh Quan



PHIẾU CHẤM THUYẾT TRÌNH VÀ PHẢN BIỆN NHÓM

Đánh giá theo Rubrics năng lực thực hiện CLO3

Học phần: Quản trị Quan hệ khách hàng

Lớp/Nhóm:

Chủ đề:

Giảng viên chấm:

Ngày chấm:

STT	Tiêu chí đánh giá	Điểm	Xuất sắc (85-100-%)	Khá (70-84%)	Trung bình (50-69%)	Yếu (<50%)	Điểm thành phần
1	Kỹ năng diễn đạt & thảo luận duy	3	Diễn đạt trôi chảy; phối hợp nhuần nhuyễn ngôn ngữ cơ thể; làm chủ hoàn toàn bài nói.	Trình bày rõ ràng; mạch lạc; tư tin trong truyền tải nội dung	Nói rõ ý nhưng còn phụ thuộc tài liệu, thảo luận diễn chưa chuyên nghiệp	Diễn đạt lúng túng; chủ yếu đọc slide; không kiểm soát được bài nói.	
2	Năng lực phản biện trực tiếp	4	Phản xạ cực nhanh; biện luận sắc sảo; bảo vệ quan điểm vững vàng.	Trả lời đúng trọng tâm; lập luận logic và thuyết phục.	Trả lời được nhưng còn lúng túng; lập luận chưa chặt chẽ.	Không phản biện được hoặc giải thích sai lệch vấn đề.	
3	Kỹ năng phối hợp & tương tác nhóm	3	Phối hợp nhịp nhàng; hỗ trợ nhau hoàn hảo trong phản biện.	Phân công rõ ràng; hỗ trợ nhau tốt trong phần trình bày.	Các thành viên có tham gia nhưng tương tác còn yếu.	Hoạt động rời rạc; không thể hiện vai trò làm việc nhóm.	
TỔNG ĐIỂM							10.0



Nhận xét của giảng viên:

Điểm số
..

Điểm chữ
.....

Xếp loại
.....

Mức đạt CLO
.....

GIẢNG VIÊN CHĂM
(Ký và ghi rõ họ tên)



PHIẾU CHẤM TIỂU LUẬN

Đánh giá theo Rubrics đánh giá năng lực làm tiểu luận qua CLOs

Học phần: Quản trị quan hệ khách hàng

Lớp/Nhóm/Cá nhân:

Chủ đề:

Giảng viên chấm:

Ngày chấm:

TT	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	CLO đo	Xuất sắc (85-100-%)	Khá (70-84%)	Trung bình (50-69%)	Yếu (<50%)	Điểm
1	Nội dung và lập luận về CRM	40%	CLO2, CLO3	Nội dung đầy đủ, lập luận logic, phân tích rõ các hoạt động và chiến lược CRM phù hợp với thực tiễn doanh nghiệp.	Nội dung tương đối đầy đủ, lập luận hợp lý	Nội dung còn thiếu, lập luận chưa rõ ràng	Nội dung rời rạc, thiếu cơ sở và thiếu liên kết	
2	Phân tích mức độ phù hợp của chiến	30%	CLO3	Phân tích sâu và đánh giá hợp lý mức độ phù hợp của chiến lược	Phân tích tương đối phù hợp chiến lược CRM	Phân tích còn đơn giản, lập luận chưa rõ ràng.	Không phân tích được mức độ phù	



TT	Tiêu chí đánh giá	Trọng số	CLO đo	Xuất sắc (85-100-%)	Khá (70-84%)	Trung bình (50-69%)	Yếu (<50%)	Điểm
	lược CRM			CRM đối với mục tiêu doanh nghiệp.	với bối cảnh doanh nghiệp.		hợp của chiến lược CRM đối với tình huống doanh nghiệp.	
3	Trình bày báo cáo	20%	CLO4	Báo cáo trình bày chuyên nghiệp, rõ ràng, đúng chuẩn học thuật	Báo cáo khá rõ ràng, hình thức phù hợp	Trình bày còn thiếu thống nhất hoặc chưa khoa học	Báo cáo thiếu logic, khó theo dõi	
4	Phối hợp và tham gia nhóm	10%	CLO4	Phối hợp hiệu quả, chủ động và có trách nhiệm cao	Có tham gia và phối hợp tương đối tốt	Tham gia còn hạn chế	Ít tham gia hoặc không phối hợp với nhóm	
TỔNG ĐIỂM								

Nhận xét của giảng viên:



Điểm số	Điểm chữ	Xếp loại	Mức đạt CLO
---------	----------	----------	-------------

GIẢNG VIÊN CHẤM
(Ký và ghi rõ họ tên)

