

ĐỀ CƯƠNG HỌC PHẦN
QUAN HỆ CÔNG CHÚNG
Public Relations

1. Mã học phần: ITS3051

2. Số tín chỉ: 2

3. Học phần tiên quyết: Không

4. Ngôn ngữ giảng dạy: Tiếng Việt

5. Giảng viên:

Họ và tên: Nguyễn Thị Thanh Huyền

Chức danh: học hàm, học vị: Phó Giáo sư, Tiến sĩ; Chủ nhiệm Bộ môn PR - Quảng cáo

Thời gian, địa điểm làm việc: *Giảng viên thông báo cho sinh viên vào giờ đầu tiên của học phần.*

Địa chỉ liên hệ: *Tầng 2, Nhà B 336 Nguyễn Trãi, Thanh Xuân, Hà Nội*

Điện thoại: 04.38581078

Email: huyenanh02@yahoo.com

6. Mục tiêu của học phần:

Học phần cung cấp cho sinh viên những kiến thức cơ bản về quan hệ công chúng như khái niệm, lịch sử hình thành và quá trình phát triển, những mô hình và quy trình Quan hệ công chúng hiện đại và khả năng ứng dụng, những nguyên tắc hoạt động của ngành, đồng thời sinh viên cũng có được hiểu biết về diện mạo của ngành Quan hệ công chúng trên thế giới và ở Việt Nam, thành thạo một số kỹ năng Quan hệ công chúng cơ bản, có thái độ tích cực về nghề Quan hệ công chúng.

7. Chuẩn đầu ra của học phần:

7.1. Kiến thức:

Sinh viên giải thích được vai trò, vị trí của Quan hệ công chúng trong xã hội hiện đại ở các khía cạnh sau:

- + Khái niệm về Quan hệ công chúng và Quan điểm về Quan hệ công chúng trên thế giới và Khu vực;
- + Lịch sử Quan hệ công chúng và mô hình Quan hệ công chúng
- + Quy trình PR;
- + Ứng dụng của PR;
- + Thực trạng của Quan hệ công chúng tại Việt Nam;
- + Nghề Quan hệ công chúng và một số nguyên tắc đạo đức nghề nghiệp

7.2. Kỹ năng:

Sinh viên có khả năng vận dụng kiến thức để thực hiện các yêu cầu sau đây khi hoàn thành học phần:

- + Phân tích, giải quyết vấn đề;
- + Sáng tạo trong cách truyền tải thông điệp đến công chúng
- + Viết và trình bày Thông cáo Báo chí;
- + Xây dựng kế hoạch và chuẩn bị tổ chức họp báo
- + Làm việc nhóm, làm việc độc lập
- + Thuyết trình

7.3. Thái độ:

Sau khi kết thúc học phần, người học tôn trọng sự đa dạng về quan điểm, niềm tin trong công việc. Nghiêm túc thực hiện các yêu cầu học tập, cầu thị với các kiến thức, kỹ năng mới; cởi mở, tranh luận và đặt câu hỏi và hợp tác và hỗ trợ bạn học, thành viên nhóm

8.Phương pháp kiểm tra, đánh giá:

8.1. Kiểm tra-đánh giá thường xuyên: 10 %

-Chuyên cần

8.2. Kiểm tra-đánh giá giữa kỳ và cuối kỳ

-Kiểm tra-đánh giá giữa kỳ: 30%

-Kiểm tra-đánh giá cuối kỳ (nêu rõ hình thức thi): 60% (Tiểu luận)

9.Giáo trình bắt buộc:

1. Nguyễn Thị Thanh Huyền, *Quan hệ công chúng: Lý luận và thực tiễn*, Nxb. Đại học Quốc gia Hà Nội, 2013
2. Đinh Thị Thúy Hằng (chủ biên), *Quan hệ công chúng Lý luận và Ứng dụng*, NXB Lao động Xã hội, 2008

10.Tóm tắt nội dung học phần :

Học phần giới thiệu lịch sử hình thành và phát triển của quan hệ công chúng trên thế giới và ở Việt Nam.

Học phần trình bày chức năng và vai trò của quan hệ công chúng cũng như quy trình và các nhiệm vụ cụ thể của quan hệ công chúng trong tổ chức.

Học phần làm rõ các khái niệm hay gây nhầm lẫn trong ngành truyền thông như quan hệ công chúng, quảng cáo, tuyên truyền, thông tin đại chúng, marketing, khuyến mại/mãi, v.v...

Học phần giới thiệu một số kỹ năng quan hệ công chúng như viết thông cáo báo chí và tổ chức sự kiện.

11.Nội dung chi tiết học phần:

PHẦN 1: GIỚI THIỆU CHUNG VỀ HỌC PHẦN

1. Đối tượng nghiên cứu của học phần
2. Phương pháp tổ chức thực hiện học phần

PHẦN 2: ĐẠI CƯƠNG QUAN HỆ CÔNG CHÚNG

1. Các khái niệm
 - 1.1. Quan hệ công chúng
 - 1.2. Quảng cáo
 - 1.3. Quảng bá
 - 1.4. Tuyên truyền
 - 1.5 Marketing
 - 1.6. Xúc tiến
 - 1.7 Các khái niệm khác
2. Vai trò và chức năng của Quan hệ công chúng
 - 2.1. Trong kinh doanh
 - 2.2. Trong quản lý nhà nước
 - 2.3. Trong lĩnh vực phi chính phủ, phi lợi nhuận
 - 2.4. Đối với các cá nhân
3. Các nội dung hoạt động của Quan hệ công chúng

- 3.1. Truyền thông
- 3.2. Quảng bá
- 3.3. Xúc tiến
- 3.4. Quan hệ báo chí
- 3.5. Marketing tích hợp
- 3.6. Quản lý vấn đề
- 3.7. Quản lý khủng hoảng
- 3.8. Vận động hành lang
- 3.9. Quan hệ tài chính
- 3.10. Quan hệ cộng đồng
- 3.11. Quan hệ nội bộ
- 3.12. Ngoại giao công
- 3.13. Quản lý sự kiện
- 3.14. Tài trợ
- 3.15. Gây quỹ
- 3.16. Nghiên cứu, đánh giá
- 3.17. Tư vấn hình ảnh, thương hiệu
- 3.18. Các hoạt động khác
- 4. Các công cụ của Quan hệ Công chúng
 - 4.1. Thông cáo báo chí, bài viết đăng báo
 - 4.2. Tờ rơi
 - 4.3. Các sự kiện đặc biệt
 - 4.4. Báo cáo hằng năm
 - 4.5. Thư hay thư điện tử
 - 4.6. Pa-nô áp-phích, biển hiệu
 - 4.7. Quảng cáo
 - 4.8. Diễn văn và các cuộc nói chuyện
 - 4.9. Hội thảo và các khóa đào tạo
 - 4.10. Các tour lưu diễn
 - 4.11. Bản tin nội bộ, bảng thông báo
 - 4.12. Vận động hành lang
 - 4.13. Gây quỹ
 - 4.14. Các công cụ khác
- 5. Lịch sử Quan hệ công chúng
 - 5.1. Trên thế giới
 - 5.2. Ở Việt Nam

PHẦN 3: KỸ NĂNG QUAN HỆ CÔNG CHÚNG

- 1. Viết thông cáo báo chí
 - 1.1. Khái niệm
 - 1.2. Vai trò, chức năng của thông cáo báo chí
 - 1.3. Bố cục của thông cáo báo chí
 - 1.4. Trình bày thông cáo báo chí
 - 1.5. Tài liệu gửi kèm
 - 1.6. Ảnh

- 1.7. Gửi thông cáo báo chí
- 2. Viết bài
 - 2.1. Tiêu chí chọn tin bài
 - 2.2. Thế nào là bài viết tốt
 - 2.3. Nguyên tắc viết cho PR
 - 2.4. Các bước thực hiện bài viết
 - 2.5. Mô hình bài viết
- 3. Tổ chức sự kiện
 - 3.1. Các sự kiện phổ biến
 - 3.2. Lý do tổ chức sự kiện
 - 3.3. Thế nào là sự kiện tốt?
 - 3.4. Các bước tổ chức sự kiện
 - 3.4.1. Nghiên cứu, xác định mục đích
 - 3.4.2. Xác định thời gian, địa điểm
 - 3.4.3. Lập kế hoạch
 - 3.4.4. Tổ chức thực hiện
 - 3.4.5. Đánh giá
 - 3.5. Ngân sách tổ chức sự kiện