BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC PHƯƠNG ĐÔNG

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

Hà Nội, ngày 21 tháng 8 năm 2025

BẢN MÔ TẢ CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO

Ngành: Quan hệ công chúng

Khoá học: 2026-2030

(Ban hành kèm theo Quyết định số: 663 /QĐ-ĐHPĐ-ĐT, ngày 21 tháng 08 năm 2025 của Hiệu trưởng Trường Đại học Phương Đông)

1. Thông tin chung về chương trình đào tạo

Tên chương trình đào tạo (CTĐT)	
Quan hệ công chúng	
Đơn vị cấp bằng	**Đơn vị giảng dạy**
Trường Đại học Phương Đông	Trường Đại học Phương Đông
Khoa quản lý	
Công nghệ thông tin và Truyền thông	
Trang thông tin điện tử của khoa	
https://www.phuongdong.edu.vn/khoa-cong-nghe-so-truyen-thong	
Tên văn bằng	
Cử nhân	
Mã ngành đào tạo	
7320108	
Điều kiện tuyển sinh	
Ngành Quan hệ công chúng tuyển sinh theo các phương thức sau: - Phương thức 1: Xét tuyển dựa vào kết quả kỳ thi tốt nghiệp THPT năm 2026 - Phương thức 2: Xét tuyển dựa vào kết quả học tập bậc THPT (học bạ) - Phương thức 3: Xét tuyển thẳng theo quy định tại Điều 8 Quy chế tuyển sinh của Bộ Giáo dục và Đào tạo - Phương thức 4: Xét tuyển dựa vào kết quả bài thi đánh giá năng lực (ĐGNL) của Đại học Quốc gia Hà Nội hoặc Kết quả kỳ thi đánh giá tư duy (ĐGTD) của Đại học Bách khoa Hà Nội	

Thời gian và hình thức đào tạo				
Chương trình	**Thời gian đào tạo**	**Hình thức đào tạo**	**Thời gian bắt đầu áp dụng**	**Phương thức đào tạo**
Cử nhân Quan hệ công chúng	4 năm	Chính quy tập trung	Tháng 9/2026	Lên lớp trực tiếp tại các cơ sở; học trực tuyến; kiến tập, thức tập thực tế
Ngôn ngữ giảng dạy chính				
Tiếng Việt				
Ngôn ngữ dùng để đánh giá				
Tiếng Việt				

2. Đội ngũ giảng viên và chuyên viên/nhân viên cơ hữu

TT	Học hàm – Học vị	Số lượng				Ghi chú
		Giảng viên cơ hữu	Cán bộ quản lý	Chuyên viên/nhân viên	Tổng cộng	
1	Giáo sư	0	0	0	0	
2	Phó Giáo sư	1	0	0	1	
3	Tiến sĩ	16	0	0	16	
4	Thạc sĩ	23	0	0	23	
5	Cử nhân	0	0	0	0	
TỔNG CỘNG		**40**	**0**	**0**	**40**	

3. Vị trí công tác sau khi tốt nghiệp

- Chuyên viên quan hệ công chúng; Chuyên viên truyền thông doanh nghiệp; Chuyên viên truyền thông nội bộ; Chuyên viên quan hệ báo chí và người có ảnh hưởng; Chuyên viên truyền thông số, quản trị mạng xã hội và sáng tạo nội dung; Chuyên viên tổ chức và quản trị sự kiện; Chuyên viên quản trị thương hiệu; Chuyên viên truyền thông marketing tích hợp; Chuyên viên truyền thông cộng đồng và trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp; Chuyên viên truyền thông và xử lý khủng hoảng tại các tổ chức trong và ngoài nước;
- Nhà nghiên cứu, giảng dạy trong các trường cao đẳng, đại học, viện nghiên cứu.

4. Mục tiêu và chuẩn đầu ra của CTĐT

4a. Triết lý giáo dục và chiến lược dạy - học của ngành đào tạo
Trường Đại học Phương Đông xây dựng triết lý giáo dục lấy người học làm trung tâm, đề cao vai trò chủ thể trong hành trình khám phá tri thức và phát triển nhân cách. Nhà trường kiến tạo một môi trường học thuật mở, nuôi dưỡng tinh thần tự học, tư duy phản biện, năng lực nghiên cứu và sáng tạo, đồng thời khuyến khích ứng dụng tri thức vào thực tiễn để phục vụ cộng đồng.

4b. Mục tiêu của CTĐT	
Chương trình đào tạo ngành Quan hệ công chúng nhằm đào tạo cử nhân có kiến thức và năng lực chuyên môn về quan hệ công chúng, truyền thông và marketing; có khả năng vận dụng công nghệ số, dữ liệu và trí tuệ nhân tạo trong hoạt động nghề nghiệp; đáp ứng yêu cầu của thị trường lao động và các bên liên quan. Người học sau khi tốt nghiệp có khả năng thực hiện và phát triển nghề nghiệp trong các lĩnh vực quan hệ công chúng, truyền thông doanh nghiệp, truyền thông số, quản trị thương hiệu và các lĩnh vực liên quan. Chương trình được thiết kế theo định hướng ứng dụng, chú trọng thực hành nghề nghiệp, tư duy phản biện, đổi mới sáng tạo, khả năng làm việc nhóm và hội nhập; đồng thời hình thành ý thức tuân thủ pháp luật, đạo đức nghề nghiệp, trách nhiệm xã hội, năng lực tự học và thích ứng với sự thay đổi của môi trường truyền thông. Mục tiêu của chương trình phù hợp với sứ mệnh, tầm nhìn, giá trị cốt lõi và triết lý giáo dục của Trường Đại học Phương Đông; đồng thời đáp ứng các yêu cầu của Khung trình độ quốc gia Việt Nam và các quy định hiện hành về giáo dục đại học.	
4c. Chuẩn đầu ra của CTĐT	
Kiến thức:	
PLO 1	**Áp dụng** kiến thức nền tảng về lý luận chính trị, pháp luật, văn hóa, khoa học xã hội, kinh tế, quản trị, phát triển bền vững và công nghệ số trong học tập, nghiên cứu và hoạt động nghề nghiệp quan hệ công chúng.
PLO 2	**Phân tích** các nguyên lý, quy trình và mô hình nền tảng về quan hệ công chúng, truyền thông, báo chí, quảng cáo, marketing và thiết kế đồ họa trong môi trường số.
PLO 3	**Vận dụng** kiến thức về sáng tạo nội dung, công nghệ, thiết kế, sản xuất và hoàn thiện sản phẩm truyền thông trong hoạt động quan hệ công chúng.
PLO 4	**Sử dụng** công nghệ số, trí tuệ nhân tạo và ngoại ngữ trong học tập, nghiên cứu và hoạt động chuyên môn quan hệ công chúng.
Kỹ năng:	
PLO 5	**Vận dụng** kỹ năng giao tiếp, thuyết trình, tư duy phản biện, đàm phán và làm việc nhóm trong môi trường học tập, nghề nghiệp và hội nhập quốc tế.
PLO 6	**Phân tích** dữ liệu về công chúng, thị trường, nền tảng số và hiệu quả truyền thông trong hoạt động ra quyết định quan hệ công chúng.
PLO 7	**Phân tích** ý tưởng, thông điệp, kế hoạch và yêu cầu sản phẩm truyền thông trong hoạt động thiết kế, sản xuất và triển khai quan hệ công chúng.
PLO 8	**Vận dụng** kỹ năng viết, biên tập, sáng tạo nội dung và tổ chức sản xuất truyền thông trong các chiến dịch, dự án quan hệ công chúng trên nền tảng số.
Năng lực tự chủ và trách nhiệm:	
PLO 9	**Tuân thủ** pháp luật, quy định chuyên môn, chuẩn mực đạo đức nghề nghiệp và trách nhiệm xã hội trong hoạt động quan hệ công chúng.
PLO 10	**Thể hiện** năng lực tự chủ, tự học, tư duy độc lập, đổi mới sáng tạo, thích ứng và trách nhiệm trong học tập và hoạt động nghề nghiệp quan hệ công chúng.

4.d. Những đặc điểm khác của CTĐT

i) Khả năng quốc tế hóa/toàn cầu hóa

- Chương trình đào tạo trang bị cho sinh viên kiến thức, kỹ năng nghề nghiệp, năng lực ngoại ngữ và năng lực ứng dụng công nghệ số, giúp sinh viên có khả năng làm việc trong môi trường truyền thông đa văn hóa, đáp ứng yêu cầu của thị trường lao động trong nước và quốc tế.
- Sinh viên được tiếp cận các tài liệu chuyên ngành trong và ngoài nước; tham gia các hoạt động học thuật, giao lưu, trao đổi và hợp tác với giảng viên, chuyên gia, tổ chức trong nước và quốc tế. Qua đó, sinh viên phát triển năng lực giao tiếp liên văn hóa, mở rộng tư duy nghề nghiệp và khả năng thích ứng với môi trường Quan hệ công chúng – truyền thông trong bối cảnh hội nhập quốc tế.

ii) Các vấn đề khác

- Chương trình cung cấp cơ hội học tập cho tất cả sinh viên không phân biệt quốc gia, dân tộc, giới tính, tuổi tác và người khuyết tật.
- Các môn học/học phần tự chọn được thiết kế để cung cấp cho người học cơ hội lựa chọn chuyên ngành/chuyên sâu phù hợp với sở thích, năng lực và nhu cầu xã hội.

5. Các chương trình và quy định được tham khảo

5.a. Đối sánh CTĐT với các trường trong và ngoài nước và các quy định phù hợp được tham khảo

- Khung trình độ quốc gia Việt Nam (bậc 6 - đại học).
- Đối sánh CTĐT với các trường:

+ Trong nước: Chương trình đào tạo ngành Quan hệ công chúng được đối sánh với Học viện Báo chí và Tuyên truyền và Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn – Đại học Quốc gia Hà Nội. Kết quả đối sánh cho thấy sự tương thích về mục tiêu đào tạo, chuẩn đầu ra, cấu trúc chương trình và các nhóm kiến thức chuyên môn trong lĩnh vực Quan hệ công chúng, truyền thông

+ Nước ngoài: Chương trình đào tạo được đối sánh với RMIT University (Australia) và University of Florida (USA). Kết quả đối sánh cho thấy sự tương thích về mục tiêu đào tạo, chuẩn đầu ra và cấu trúc chương trình; đặc biệt ở các nội dung về chiến lược quan hệ công chúng, nghiên cứu và phân tích công chúng, truyền thông số, sáng tạo nội dung, quản trị danh tiếng, truyền thông khủng hoảng, đạo đức nghề nghiệp và thực hành nghề nghiệp.

5b. Điều kiện tốt nghiệp

1. Sinh viên tích lũy đủ 135 tín chỉ theo thiết kế của CTĐT. Cụ thể, điểm bình quân tích lũy toàn khóa đạt từ 2.0 trở lên (theo thang điểm 4); có chứng chỉ giáo dục quốc phòng; có điểm đạt môn giáo dục thể chất; và thỏa mãn một số yêu cầu khác của Nhà trường (nếu có).
2. Thang xếp loại tốt nghiệp theo điểm bình quân tích lũy toàn khóa (thang điểm 4):
   - Xuất sắc: từ 3.6 đến 4.0
   - Giỏi: từ 3.20 đến 3.59
   - Khá: từ 2.50 đến 3.19
   - Trung bình: từ 2.00 đến 2.49

6. Nội dung và tổ chức thực hiện CTĐT

6.a. Cấu trúc và kế hoạch thực hiện CTĐT

TT	Phân bổ HK	Mã học phần	Tên học phần (tiếng Việt)	Số TC	Số giờ					BB /TC	Điều kiện TQ	Học phần SH	Học phần HT
					Tổng	LT	TH	ĐA	TT				
1	1	POL710001	Triết học Mác - Lênin	3		45				BB			
2	1	FOS710001	Anh văn 1	3		30	30			BB			
3	1	ITE710001	Kỹ năng số	2			60			BB			
4	1	JMC722002	Nhập môn quan hệ công chúng	3		45				BB			
5	2	POL710002	Kinh tế chính trị Mác-Lênin	2		30				BB	POL710001		
6	2	LAW710006	Pháp luật đại cương	2		30				BB			
7	2	VNS710001	Cơ sở văn hóa Việt Nam	2		30				BB			
8	2	FOS710002	Anh văn 2	3		30	30			BB	FOS710001		
9	2	JMC722001	Lý thuyết quan hệ công chúng	3		45				BB			
10	2	JMC722003	Lý thuyết quảng cáo	3		45				BB			
11	3	POL710003	Chủ nghĩa xã hội khoa học	2		30				BB	POL710002		
12	3	FOS710003	Anh văn 3	3		30	30			BB	FOS710002		
13	3	BUS721001	Marketing căn bản	3		45				BB			
14	3	JMC720004	Thiết kế đồ hoạ truyền thông	3		30	30			BB			
15	3	JMC720005	Nhiếp ảnh kỹ thuật số	2		15	30			BB			
16	3	JMC710005	Phương pháp nghiên cứu KH	2		30				BB			
17	3	SPO760001	Giáo dục thể chất	3						BB			
18	4	POL710004	Tư tưởng Hồ Chí Minh	2		30				BB	POL710003		

TT	Phân bổ HK	Mã học phần	Tên học phần (tiếng Việt)	Số TC	Số giờ					BB /TC	Điều kiện TQ	Học phần SH	Học phần HT
					Tổng	LT	TH	ĐA	TT				
19	4	FOS710004	Anh văn 4	3		30	30			BB	FOS710003		
20	4	ITE710002	Khám phá AI	2			60			BB	ITE710001		
21	4	JMC720002	Tâm lý học truyền thông	2		30				BB			
22	4	JMC720006	Kỹ thuật quay và dựng phim	3		30	30			BB			JMC720005
23	4	MGT720001	Quản trị học	3		45				BB			
24	5	POL710005	Lịch sử Đảng cộng sản Việt Nam	2		30				BB			POL710004
25	5	FOS710005	Anh văn 5	3		30	30			BB	FOS710004		
26	5	JMC722004	Kỹ năng viết cho PR và Quảng cáo	3		30	30			BB			JMC720002
27	5	JMC722006	Hành vi tiêu dùng	3		45				BB			BUS721001
28	5	MIL760001	Giáo dục quốc phòng	11						BB			
29	6	JMC732002	Quản trị các kênh truyền thông số	3		30	30			BB			
30	6	JMC732003	Quan hệ báo chí và người có ảnh hưởng	2		15	30			BB			
31	6	JMC732005	Chiến lược PR	3		30	30			BB			
32	6	JMC730010	Tổ chức và quản trị sự kiện	3		30	30			BB			
33	7	JMC720001	Pháp luật và đạo đức truyền thông	2		30				BB			
34	7	JMC722005	Nghệ thuật nói trước công chúng	3		30	30			BB			

TT	Phân bổ HK	Mã học phần	Tên học phần (tiếng Việt)	Số TC	Số giờ					BB /TC	Điều kiện TQ	Học phần SH	Học phần HT
					Tổng	LT	TH	ĐA	TT				
35	7	JMC732001	Thẩm định tin tức	3		45				BB			
36	7	JMC730003	Nghệ thuật sáng tạo quảng cáo	3		30	30			BB			
37	7	JMC730007	Truyền thông doanh nghiệp	2		30				BB			
38	7	JMC732009	Tiếng Anh chuyên ngành	3		45				BB			
39	8	JMC712001	Khởi nghiệp và sáng tạo PR	2		30				BB			
40	8	JMC730002	Sản xuất chương trình truyền thông	3		30	30			BB			JMC720006
41	8	JMC730004	Truyền thông marketing tích hợp	3		30	30			BB			
42	8	JMC730005	Kể chuyện đa nền tảng bằng AI	3		30	30			BB			ITE710002
43	8	JMC730006	Xây dựng và quản trị Website truyền thông	3		30	30			BB			
44	8	JMC732006	Dự án ngành Quan hệ công chúng	2		30				BB			
45	9	JMC732004	Xây dựng kịch bản truyền thông	3		30	30			BB			JMC722004
46	9	JMC730008	Xây dựng và quản trị thương hiệu	3		30	30			BB			JMC722006
47	9	JMC730009	Xử lý khủng hoảng truyền thông	3		30	30			BB			
		Tự chọn (Chọn 2 trong 4 học phần)											
48	9	JMC730001	Thiết kế ấn phẩm truyền thông	3		30	30			TC			

TT	Phân bổ HK	Mã học phần	Tên học phần (tiếng Việt)	Số TC	Số giờ					BB /TC	Điều kiện TQ	Học phần SH	Học phần HT
					Tổng	LT	TH	ĐA	TT				
49	9	JMC730011	Sản xuất phim quảng cáo	3		30	30			TC			
50	9	JMC732007	Truyền thông nội bộ	3		30	30			TC			
51	9	JMC732008	Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp	3		30	30			TC			
52	10	JMC742001	Thực tập doanh nghiệp	2					90	BB			
53	10	JMC752001	Khóa luận tốt nghiệp	8						BB	JMC742001		
		Học phần thay thế khóa luận TN											
54	10	JMC770001	Quản trị quan hệ khách hàng	3		45				BB			
55	10	JMC772001	Quản trị tài chính truyền thông	2		30				BB			
56	10	JMC772002	Nghiên cứu truyền thông	3		45				BB			

6.b. Mô tả vắn tắt nội dung các học phần

TT	Tên môn học/học phần	TC	Nội dung
1	Triết học Mác - Lênin	3	Triết học Mác – Lênin là một trong ba bộ phận cấu thành Chủ nghĩa Mác - Lênin. Nội dung học phần gồm 3 chương, nghiên cứu những quy luật vận động, phát triển chung nhất của tự nhiên, xã hội và tư duy; xây dựng thế giới quan duy vật, phương pháp luận khoa học, cách mạng, vận dụng vào hoạt động nhận thức khoa học và thực tiễn cách mạng.
2	Kinh tế chính trị Mác - Lênin	2	Học phần Kinh tế chính trị Mác - Lênin cung cấp cho sinh viên kiến thức lý luận như: Khái quát sự ra đời, phát triển, đối tượng, phương pháp và ý nghĩa của việc nghiên cứu Kinh tế chính trị Mác - Lênin; Hàng hóa, thị trường và vai trò của các chủ thể tham gia thị trường; Giá trị thặng dư trong nền kinh tế thị trường; Cạnh tranh và độc quyền trong nền kinh tế thị trường; Kinh tế thị trường định hướng xã hội

TT	Tên môn học/học phần	TC	Nội dung
			chủ nghĩa và các quan hệ lợi ích kinh tế ở Việt Nam; Công nghiệp hóa, hiện đại hóa và hội nhập kinh tế quốc tế của Việt Nam.
3	Chủ nghĩa xã hội khoa học	2	Học phần Chủ nghĩa xã hội khoa học là học phần bắt buộc thuộc khối kiến thức giáo dục đại cương trong chương trình đào tạo trình độ đại học của tất cả các ngành học. Học phần trang bị cho sinh viên những kiến thức cơ bản, hệ thống về chủ nghĩa xã hội khoa học; về sứ mệnh lịch sử của giai cấp công nhân, về chủ nghĩa xã hội và thời kỳ quá độ lên CNXH, dân chủ XHCN và Nhà nước XHCN, cơ cấu xã hội - giai cấp và liên minh giai cấp, về vấn đề dân tộc và tôn giáo, vấn đề gia đình trong thời kỳ quá độ lên CNXH.
4	Tư tưởng Hồ Chí Minh	2	Học phần có kết cấu 6 chương. Chương 1: Trình bày những kiến thức cơ bản về một số vấn đề chung của môn học như khái niệm, đối tượng, phương pháp nghiên cứu và ý nghĩa học tập. Chương 2: Trình bày cơ sở, quá trình hình thành, phát triển và giá trị tư tưởng Hồ Chí Minh. Từ chương 3 đến chương 6: Trình bày một số nội dung cơ bản trong hệ thống tư tưởng Hồ Chí Minh như: Tư tưởng về độc lập dân tộc và CNXH; tư tưởng về Đảng Cộng sản Việt Nam và Nhà nước của nhân dân, do nhân dân, vì nhân dân; tư tưởng về đại đoàn kết toàn dân tộc và đoàn kết quốc tế; tư tưởng về văn hóa, đạo đức, con người.
5	Lịch sử Đảng Cộng sản Việt Nam	2	Lịch sử Đảng Cộng sản Việt Nam trang bị cho sinh viên những kiến thức về: (i) đối tượng, mục đích, nhiệm vụ, phương pháp nghiên cứu; (ii) sự ra đời và quá trình lãnh đạo của Đảng từ khi thành lập cho đến nay; (iii) tổng kết những thành tựu, hạn chế, bài học kinh nghiệm về sự lãnh đạo cách mạng của Đảng qua các thời kỳ lịch sử.
6	Pháp luật đại cương	2	Trang bị khối kiến thức đại cương về Nhà nước và Pháp luật cung cấp cho người học hiểu rõ các vấn đề sau: Sự ra đời, bản chất, đặc điểm, chức năng, các kiểu, các hình thức của Nhà nước và Pháp luật trong lịch sử, để thấy rõ vị trí, vai trò đặc biệt quan trọng của Nhà nước và Pháp luật trong việc điều chỉnh các quan hệ xã hội nhằm thiết lập và duy trì một trật tự xã hội cộng đồng phát triển; trang bị kiến thức đại cương về một số ngành luật quan trọng trong Hệ thống pháp luật Việt Nam như: Luật Hiến pháp; Luật hành chính Việt Nam; Luật Hình sự và tố tụng hình sự; Luật Dân sự và Tố tụng dân sự….Phân tích các quy phạm pháp luật, hệ thống pháp luật, quan hệ pháp luật, thực hiện pháp luật, vi phạm pháp luật và trách nhiệm pháp lý. Trên cơ sở đó khẳng định pháp luật là công cụ hữu hiệu nhất để Nhà nước quản lý mọi mặt đời sống xã hội, bảo vệ trật tự, an toàn xã hội, các quyền và lợi ích hợp pháp của cá nhân và tổ chức.

TT	Tên môn học/học phần	TC	Nội dung
7	Cơ sở văn hóa Việt Nam	2	Học phần Cơ sở văn hóa Việt Nam cung cấp cho sinh viên hệ thống kiến thức nền tảng về văn hóa học và văn hóa Việt Nam, bao gồm khái niệm, đặc điểm, cấu trúc, tiến trình, không gian và loại hình văn hóa; đồng thời làm rõ vai trò của văn hóa trong lịch sử dựng nước, giữ nước và phát triển đất nước. Học phần được tổ chức thành 06 chương, giới thiệu các bình diện cơ bản của văn hóa Việt Nam từ văn hóa nhận thức, văn hóa tổ chức đời sống cá nhân và cộng đồng đến văn hóa ứng xử với môi trường tự nhiên và xã hội. Thông qua các hoạt động học tập và thảo luận, sinh viên được rèn luyện khả năng phân tích các hiện tượng văn hóa, nhận diện quá trình giao lưu và tiếp biến văn hóa, đồng thời phát triển kỹ năng giao tiếp, làm việc nhóm, tư duy phản biện và ý thức bảo tồn, phát huy các giá trị văn hóa dân tộc trong bối cảnh hội nhập và phát triển.
8	Anh văn 1	3	Anh văn 1 (AV1) là học phần thuộc khối kiến thức đại cương, cung cấp cho người học kiến thức và kỹ năng tiếng Anh cơ bản ở trình độ A1 theo CEFR (tương đương IELTS 3.0). Học phần giúp người học trình bày, mô tả và trao đổi được thông tin cơ bản về bản thân và các chủ đề quen thuộc trong đời sống, học tập; đồng thời bước đầu hình thành kỹ năng thuyết trình, làm việc nhóm và tư duy phản biện. Nội dung học phần tập trung vào bốn nhóm vấn đề: từ vựng và ngữ pháp cơ bản ở trình độ A1; kỹ năng nghe – đọc hiểu văn bản, hội thoại ngắn về chủ đề quen thuộc; kỹ năng nói – viết trình bày thông tin cá nhân; và các hoạt động rèn luyện các kỹ năng sử dụng tiếng Anh căn bản. Kiến thức và kỹ năng của học phần là cơ sở để người học tiếp tục học AV2 và phát triển năng lực sử dụng tiếng Anh.
9	Anh văn 2	3	Anh văn 2 (AV2) là học phần thuộc khối kiến thức đại cương, tiếp nối AV1, cung cấp cho người học kiến thức và kỹ năng tiếng Anh cơ bản ở trình độ A2 theo CEFR (tương đương IELTS 3.5). Học phần giúp người học trình bày, mô tả và trao đổi mạch lạc hơn về các chủ đề quen thuộc liên quan đến trải nghiệm, môi trường và lịch sử; tiếp tục rèn luyện kỹ năng thuyết trình, làm việc nhóm và giải quyết vấn đề. Nội dung học phần tập trung vào bốn nhóm vấn đề: từ vựng và ngữ pháp ở trình độ A2; kỹ năng nghe – đọc hiểu văn bản, hội thoại về chủ đề quen thuộc; kỹ năng nói – viết mô tả, kể chuyện và trình bày quan điểm đơn giản; và các hoạt động rèn luyện các kỹ năng sử dụng tiếng Anh căn bản. Kiến thức và kỹ năng của học phần là cơ sở để người học tiếp tục học AV3 và phát triển năng lực sử dụng tiếng Anh.
10	Anh văn 3	3	Anh văn 3 (AV3) là học phần thuộc khối kiến thức đại cương, cung cấp cho người học kiến thức và kỹ năng tiếng Anh ở trình độ A2+ theo CEFR (tương đương IELTS 4.0). Học phần giúp người học trình

TT	Tên môn học/học phần	TC	Nội dung
			bày, so sánh – đối chiếu và lý giải nguyên nhân – kết quả về các chủ đề quen thuộc trong đời sống hằng ngày; phát triển kỹ năng diễn đạt quan điểm cá nhân bằng cấu trúc rõ ràng hơn. Nội dung học phần tập trung vào bốn nhóm vấn đề: từ vựng và ngữ pháp ở trình độ A2+; kỹ năng nghe – đọc hiểu văn bản, hội thoại có độ dài và độ phức tạp tăng dần; kỹ năng nói – viết diễn đạt vấn đề – giải pháp, so sánh – đối chiếu; và các hoạt động rèn luyện các kỹ năng sử dụng tiếng Anh căn bản. Kiến thức và kỹ năng của học phần là cơ sở để người học tiếp tục học AV4 và phát triển năng lực sử dụng tiếng Anh.
11	Anh văn 4	3	Anh văn 4 (AV4) là học phần thuộc khối kiến thức đại cương, cung cấp cho người học kiến thức và kỹ năng tiếng Anh đạt trình độ B1 theo CEFR (tương đương IELTS 4.5). Học phần giúp người học phân tích, tóm tắt và trình bày lập luận về các chủ đề quen thuộc trong đời sống và học tập; phát triển kỹ năng phân tích ưu – nhược điểm và bảo vệ quan điểm cá nhân. Nội dung học phần tập trung vào bốn nhóm vấn đề: từ vựng và ngữ pháp ở trình độ B1; kỹ năng nghe – đọc hiểu, tóm tắt nội dung chính và chi tiết của văn bản, hội thoại; kỹ năng nói – viết trình bày bài phát biểu và bài luận phân tích ưu – nhược điểm; và các hoạt động rèn luyện các kỹ năng sử dụng tiếng Anh căn bản. Kiến thức và kỹ năng của học phần là cơ sở để người học tiếp tục học AV5 và phát triển năng lực sử dụng tiếng Anh.
12	Anh văn 5	3	Anh văn 5 (AV5) là học phần cuối thuộc khối kiến thức đại cương, cung cấp cho người học kiến thức và kỹ năng tiếng Anh ở trình độ B1+ theo CEFR (tương đương IELTS 5.0). Học phần giúp người học phân tích các mối quan hệ logic, quan điểm và luận điểm trong văn bản, hội thoại; đồng thời trình bày bài nói, viết báo cáo và bài luận có cấu trúc rõ ràng. Nội dung học phần tập trung vào bốn nhóm vấn đề: từ vựng và ngữ pháp ở trình độ B1+; kỹ năng nghe – đọc hiểu, phân tích văn bản, hội thoại có cấu trúc phức tạp; kỹ năng nói – viết trình bày, xử lý tình huống và viết báo cáo, bài luận; và các hoạt động rèn luyện các kỹ năng sử dụng tiếng Anh căn bản. Kiến thức và kỹ năng của học phần là cơ sở để người học đạt chuẩn đầu ra tiếng Anh của chương trình, phục vụ học tập chuyên ngành và tham gia các kỳ thi chứng chỉ tiếng Anh quốc tế.
13	Kỹ năng số	2	Học phần cung cấp kiến thức và kỹ năng cơ bản về năng lực số, bao gồm khai thác dữ liệu và thông tin, giao tiếp và hợp tác trên môi trường số, ứng dụng trí tuệ nhân tạo tạo sinh trong học tập và công việc, sáng tạo nội dung số, xử lý dữ liệu bằng các công cụ số và bảo đảm an toàn thông tin. Thông qua các bài thực hành và dự án ứng dụng, người học phát triển năng lực sử dụng công nghệ số, giải quyết vấn

TT	Tên môn học/học phần	TC	Nội dung
			đề và thích ứng với môi trường học tập, làm việc trong bối cảnh chuyển đổi số. Nội dung này được xây dựng trên cơ sở sáu mô-đun của đề cương tham khảo.
14	Khám phá AI	2	Môn học bao gồm 6 chương. *Chương 1: tổng quan về trí tuệ nhân tạo.* Giới thiệu các khái niệm cơ bản về AI, cơ chế hoạt động và sự phát triển của AI trong bối cảnh chuyển đổi số. Hướng dẫn sinh viên nhận diện khả năng, giới hạn và tác động của AI đối với học tập, nghề nghiệp và xã hội. *Chương 2: năng lực hiểu biết AI.* Hướng dẫn sinh viên hình thành năng lực hiểu, đánh giá và kiểm chứng đầu ra của AI. Nhận diện các rủi ro liên quan đến độ tin cậy, bảo mật dữ liệu, đạo đức, bản quyền và trách nhiệm khi sử dụng AI trong học tập và công việc. *Chương 3: kỹ thuật Prompting: giao tiếp, kiểm soát và cộng tác với AI.* Hướng dẫn sinh viên xây dựng prompt hiệu quả và cải thiện kết quả đầu ra thông qua quá trình tương tác với AI. Áp dụng các kỹ thuật prompting để hỗ trợ học tập, nghiên cứu và giải quyết các công việc thực tế. *Chương 4: từ Transformer đến AI tạo sinh văn bản.* Giới thiệu nguyên lý tạo sinh văn bản của các mô hình ngôn ngữ hiện đại. Hướng dẫn sinh viên sử dụng AI tạo sinh để xây dựng, chỉnh sửa và hoàn thiện nội dung phục vụ học tập và công việc. Trong quá trình sử dụng AI, sinh viên đánh giá độ tin cậy của thông tin và thực hiện các nguyên tắc sử dụng AI có trách nhiệm. *Chương 5: Từ AI Code Assistant đến công cụ No-Code / Low-Code.* Hướng dẫn sinh viên sử dụng AI như một trợ lý hỗ trợ lập trình và phát triển sản phẩm số. Áp dụng AI để xây dựng các ứng dụng đơn giản, đồng thời đánh giá và kiểm soát chất lượng kết quả do AI tạo ra trong quá trình cộng tác với AI. *Chương 6: từ Diffusion đến AI tạo sinh hình ảnh và video.* Giới thiệu nguyên lý tạo sinh hình ảnh bằng AI và các ứng dụng trong thực tiễn. Hướng dẫn sinh viên sử dụng AI để xây dựng các sản phẩm hình ảnh phục vụ học tập và công việc. Trong quá trình sáng tạo, sinh viên nhận diện các vấn đề về độ tin cậy, bản quyền và trách nhiệm khi sử dụng nội dung do AI tạo ra.
15	Khởi nghiệp và sáng tạo PR	2	Học phần trang bị cho người học tư duy khởi nghiệp và năng lực sáng tạo trong lĩnh vực quan hệ công chúng – truyền thông. Nội dung đi từ bản chất của khởi nghiệp và khởi nghiệp sáng tạo trong ngành PR, phương pháp phát hiện cơ hội và hình thành ý tưởng, đến xây dựng mô hình kinh doanh (Business Model Canvas), phát triển sản phẩm/dịch vụ PR khác biệt, lập kế hoạch khởi nghiệp và gọi vốn. Người học được rèn luyện quy trình từ ý tưởng đến đề án khởi nghiệp hoàn chỉnh, thực hành thuyết trình, bảo vệ ý tưởng (pitching) trước hội đồng và điều chỉnh dự án theo phản hồi. Học phần đặt trọng tâm vào bối cảnh thị trường dịch vụ truyền thông tại Việt Nam, đặc biệt là mô hình agency quy mô nhỏ, freelance

TT	Tên môn học/học phần	TC	Nội dung
			và các dịch vụ PR số đang phát triển; đồng thời nuôi dưỡng tinh thần đổi mới sáng tạo, khả năng thích ứng và ý thức trách nhiệm nghề nghiệp cho người học.
16	Phương pháp nghiên cứu khoa học	2	Học phần cung cấp những kiến thức cơ bản về phương pháp nghiên cứu khoa học; hướng dẫn vận dụng năng lực số, công nghệ số và chuẩn dữ liệu trong tìm kiếm, quản lý và sử dụng thông tin phục vụ học tập và nghiên cứu. Học phần trang bị phương pháp nghiên cứu khoa học; hướng dẫn người học phân tích vấn đề nghiên cứu, xây dựng kế hoạch nghiên cứu và vận dụng các phương pháp thu thập, xử lý, trình bày kết quả nghiên cứu khoa học. Đồng thời, học phần giúp người học phân tích kết quả thực hiện kế hoạch học tập, nghiên cứu và phát triển bản thân nhằm đáp ứng yêu cầu nghề nghiệp và sự thay đổi của công nghệ.
17	Lý thuyết quan hệ công chúng	3	Học phần cung cấp cho sinh viên những kiến thức nền tảng về lý thuyết và nguyên lý của quan hệ công chúng trong bối cảnh truyền thông hiện đại và chuyển đổi số. Nội dung học phần bao gồm sự hình thành và phát triển của ngành quan hệ công chúng; các nguyên lý, mô hình và lý thuyết truyền thông ứng dụng; quản trị công chúng và các bên liên quan; xây dựng hình ảnh và danh tiếng tổ chức; quy trình xây dựng ý tưởng, thông điệp và hoạch định hoạt động quan hệ công chúng; các chiến lược và công cụ truyền thông; đạo đức nghề nghiệp, pháp luật, cùng các phương pháp đo lường và đánh giá hiệu quả hoạt động quan hệ công chúng. Đồng thời, học phần giúp người học phát triển năng lực phân tích các nguyên lý, quy trình và mô hình nền tảng của quan hệ công chúng trong môi trường số; phân tích ý tưởng, thông điệp và kế hoạch truyền thông phục vụ thiết kế và triển khai các chiến dịch quan hệ công chúng; đồng thời hình thành năng lực tự học, tư duy độc lập và chủ động cập nhật các xu hướng, công nghệ mới trong lĩnh vực quan hệ công chúng, góp phần đáp ứng các chuẩn năng lực
18	Pháp luật và đạo đức truyền thông	2	Học phần cung cấp kiến thức nền tảng về hệ thống pháp luật điều chỉnh hoạt động truyền thông, báo chí và các chuẩn mực đạo đức nghề nghiệp trong lĩnh vực truyền thông và quan hệ công chúng. Nội dung bao gồm các khái niệm và quy định pháp luật cơ bản về báo chí, xuất bản, quảng cáo, sở hữu trí tuệ, bảo vệ thông tin và quyền riêng tư, cùng các nguyên tắc, quy tắc đạo đức nghề nghiệp và trách nhiệm xã hội của người làm truyền thông. Người học được rèn luyện tư duy phản biện và kỹ năng làm việc nhóm thông qua phân tích các tình huống, vụ việc pháp lý - đạo đức thực tiễn. Học phần được thiết kế theo ba cấp độ kiến thức cơ bản, nâng cao và mở rộng, giúp người học hình thành ý thức tuân thủ pháp luật và ứng xử có đạo đức, trách nhiệm trong hoạt động nghề nghiệp.

TT	Tên môn học/học phần	TC	Nội dung
19	Tâm lý học truyền thông	2	Học phần cung cấp những kiến thức cơ bản về các quy luật và hiện tượng tâm lý của con người trong hoạt động truyền thông. Nội dung học phần tập trung nghiên cứu các quá trình tâm lý như cảm giác, tri giác, chú ý, ghi nhớ, cảm xúc, động cơ và thái độ; cơ chế hình thành và thay đổi nhận thức, niềm tin và hành vi của công chúng dưới tác động của các thông điệp truyền thông. Học phần đồng thời phân tích các yếu tố tâm lý ảnh hưởng đến hiệu quả truyền thông, hành vi tiếp nhận thông tin trên các nền tảng số và mạng xã hội. Thông qua các hoạt động phân tích tình huống, thảo luận nhóm và nghiên cứu các hiện tượng truyền thông thực tiễn, sinh viên được phát triển khả năng phân tích hành vi công chúng, vận dụng kiến thức tâm lý học trong lĩnh vực truyền thông, quảng cáo, quan hệ công chúng và marketing, đồng thời hình thành năng lực tự học, tư duy phản biện và trách nhiệm nghề nghiệp.
20	Marketing căn bản	3	Học phần Marketing căn bản trang bị cho người học những kiến thức nền tảng về marketing hiện đại, giúp sinh viên hiểu được bản chất, vai trò và chức năng của marketing trong hoạt động của doanh nghiệp và tổ chức. Sau khi hoàn thành học phần, sinh viên nắm được các kiến thức cốt lõi về môi trường marketing, hành vi khách hàng, phương pháp nghiên cứu thị trường, chiến lược phân khúc – mục tiêu – định vị (STP) và các chính sách marketing hỗn hợp (4P); đồng thời có khả năng vận dụng các nguyên lý marketing để phân tích môi trường kinh doanh, nhận diện nhu cầu khách hàng, lựa chọn thị trường mục tiêu và đề xuất các giải pháp marketing phù hợp với mục tiêu và điều kiện của tổ chức trong bối cảnh chuyển đổi số. Học phần cũng hướng tới việc phát triển năng lực ứng dụng công nghệ số và trí tuệ nhân tạo (AI) vào các hoạt động nghiên cứu thị trường, phân tích dữ liệu và xây dựng ý tưởng marketing, góp phần hình thành tư duy sáng tạo, khả năng làm việc nhóm và ra quyết định dựa trên thông tin trong môi trường kinh doanh thực tiễn.
21	Nhập môn quan hệ công chúng	3	Học phần Nhập môn Quan hệ công chúng cung cấp cho người học kiến thức nền tảng về sự hình thành, khái niệm, bản chất, vai trò và chức năng của quan hệ công chúng trong tổ chức và xã hội. Nội dung học phần gồm các nhóm công chúng, bên liên quan, mô hình và quy trình quan hệ công chúng; mối quan hệ giữa quan hệ công chúng với báo chí, quảng cáo, marketing và truyền thông marketing tích hợp; các lĩnh vực hoạt động, vị trí nghề nghiệp và yêu cầu đối với người làm quan hệ công chúng. Người học bước đầu nhận diện vấn đề truyền thông, xác định công chúng, mục tiêu, ý tưởng và thông điệp qua các tình huống đơn giản; phân tích một số hoạt động quan hệ công chúng của doanh nghiệp,

TT	Tên môn học/học phần	TC	Nội dung
			cơ quan và tổ chức xã hội. Học phần cũng giới thiệu các nguyên tắc pháp luật, đạo đức nghề nghiệp, trách nhiệm xã hội và xu hướng quan hệ công chúng trong môi trường số.
22	Lý thuyết quảng cáo	3	Học phần Lý thuyết Quảng cáo cung cấp kiến thức nền tảng về hoạt động quảng cáo, môi trường quảng cáo, hành vi khách hàng, nguyên tắc sáng tạo và các phương tiện quảng cáo phổ biến. Sinh viên được trang bị kỹ năng phân tích, lựa chọn phương tiện, xây dựng ý tưởng và thiết kế các hoạt động quảng cáo phù hợp với mục tiêu truyền thông. Đồng thời, học phần phát triển tư duy sáng tạo, kỹ năng làm việc nhóm, tự học và ý thức nghề nghiệp, tạo nền tảng cho việc học các học phần chuyên ngành và triển khai các hoạt động quảng cáo trong thực tiễn.
23	Kỹ năng viết cho PR và Quảng cáo	3	Học phần cung cấp kiến thức và rèn luyện kỹ năng viết, biên tập và sáng tạo nội dung cho các loại hình sản phẩm PR và quảng cáo. Nội dung bao gồm các nguyên tắc và phương pháp viết cho PR, quảng cáo; kỹ thuật xây dựng ý tưởng, thông điệp, cấu trúc và văn phong phù hợp với từng loại sản phẩm (thông cáo báo chí, bài PR, bản tin nội bộ, hồ sơ báo chí, nội dung mạng xã hội, kịch bản và copy quảng cáo), từng nền tảng và từng nhóm công chúng, khách hàng mục tiêu; quy trình biên tập, hoàn thiện văn bản; cùng cách khai thác công nghệ và công cụ số hỗ trợ sáng tạo nội dung. Người học phân tích ý tưởng, thông điệp và kế hoạch truyền thông thực tế, thực hành viết nhiều thể loại sản phẩm trong các dự án mô phỏng thực tế. Học phần được thiết kế theo ba cấp độ cơ bản, nâng cao và mở rộng, hướng tới hình thành năng lực viết chuyên nghiệp và ý thức tự chủ, tự học trong sáng tạo nội dung PR và quảng cáo trên nền tảng số.
24	Nghệ thuật nói trước công chúng	3	Học phần Nghệ thuật nói trước công chúng trang bị cho sinh viên hệ thống kiến thức nền tảng và kỹ năng thực hành bài bản về diễn thuyết, thuyết trình và phát biểu trước đám đông trong các bối cảnh học tập, môi trường làm việc chuyên nghiệp và sự kiện truyền thông. Nội dung học phần tập trung vào: Tâm lý học công chúng, nguyên lý kiểm soát sự lo âu và kỹ thuật làm chủ bản thân khi đứng trước đám đông. Quy trình cấu trúc bài diễn thuyết (mở bài gây ấn tượng, phát triển luận điểm logic và kết luận thuyết phục) gắn với phân tích đặc điểm người nghe. Kỹ thuật ngôn ngữ cơ thể (ánh mắt, điệu bộ, tư thế), kỹ thuật kiểm soát giọng nói (nhịp điệu, âm lượng, nhấn giọng) và kết hợp công cụ hỗ trợ trực quan.

TT	Tên môn học/học phần	TC	Nội dung
			Đạo đức ngôn từ, văn hóa ứng xử công cộng và kỹ năng xử lý các tình huống bất ngờ khi phát biểu trước công chúng.
25	Hành vi tiêu dùng	3	Học phần cung cấp cho sinh viên những kiến thức nền tảng về hành vi tiêu dùng, tập trung vào các nguyên lý, quy trình và mô hình phân tích hành vi khách hàng trong bối cảnh marketing, truyền thông và môi trường số. Nội dung học phần bao gồm các yếu tố tâm lý, cá nhân, xã hội và văn hóa ảnh hưởng đến quá trình ra quyết định mua; các mô hình hành vi người tiêu dùng; phương pháp thu thập, xử lý và phân tích dữ liệu hành vi khách hàng nhằm đánh giá hiệu quả hoạt động marketing và truyền thông. Đồng thời, học phần giúp người học vận dụng kiến thức để đề xuất các giải pháp marketing phù hợp, đồng thời nâng cao nhận thức về đạo đức nghề nghiệp, trách nhiệm xã hội, quyền riêng tư, bảo vệ dữ liệu cá nhân và tuân thủ các quy định về bản quyền, sở hữu trí tuệ trong hoạt động marketing và quan hệ công chúng, góp phần đáp ứng các chuẩn năng lực
26	Thiết kế đồ hoạ truyền thông	3	Học phần Thiết kế đồ họa truyền thông cung cấp cho người học nền tảng về ngôn ngữ thị giác và quy trình thiết kế đồ họa phục vụ hoạt động truyền thông. Nội dung bao gồm nguyên lý bố cục, màu sắc, chữ, hình ảnh, nhận diện thông điệp, phân tích công chúng và yêu cầu sản phẩm trên các nền tảng số. Người học được thực hành sử dụng phần mềm thiết kế, công cụ số và công cụ AI hỗ trợ để tạo, chỉnh sửa, hoàn thiện và xuất bản các sản phẩm đồ họa cơ bản như poster, banner, nội dung mạng xã hội hoặc ấn phẩm số. Học phần chú trọng năng lực phân tích brief, lựa chọn giải pháp thiết kế phù hợp mục tiêu truyền thông, đồng thời rèn luyện ý thức sử dụng hình ảnh, phông chữ, tài nguyên thiết kế đúng bản quyền và có trách nhiệm xã hội.
27	Nhiếp ảnh kỹ thuật số	2	Học phần Kỹ thuật nhiếp ảnh cung cấp cho sinh viên kiến thức và kỹ năng cơ bản về nhiếp ảnh chuyên nghiệp, bao gồm nguyên lý hoạt động và sử dụng máy ảnh kỹ thuật số, các thể loại nhiếp ảnh, bố cục hình ảnh, ánh sáng, màu sắc và kỹ thuật hậu kỳ chỉnh sửa ảnh. Sinh viên được rèn luyện kỹ năng chụp ảnh với máy ảnh DSLR/Mirrorless, xử lý hậu kỳ bằng phần mềm chuyên dụng và ứng dụng vào thiết kế các sản phẩm truyền thông, quảng cáo và các dự án truyền thông thực tế.
28	Kỹ thuật quay và dựng phim	3	Học phần Kỹ thuật quay và dựng phim trang bị cho người học kiến thức và kỹ năng cơ bản đến nâng cao về sản xuất video/film ngắn phục vụ hoạt động truyền thông và quan hệ công chúng. Nội dung học

TT	Tên môn học/học phần	TC	Nội dung
			phần bao gồm phân tích yêu cầu sản phẩm, xây dựng phương án quay dựng, bố cục khuôn hình, ánh sáng, chuyển động máy, âm thanh, ngôn ngữ hình ảnh và nguyên lý dựng phim. Người học được thực hành tổ chức quay, nhập liệu, biên tập, xử lý hình ảnh và âm thanh, tạo phụ đề/đồ họa cơ bản, hoàn thiện và xuất bản sản phẩm video theo thông số kỹ thuật. Học phần cũng nhấn mạnh việc sử dụng công cụ số và AI trong hậu kỳ, quản lý file dự án, trích dẫn nguồn tư liệu, tuân thủ bản quyền hình ảnh, âm nhạc và các chuẩn mực nghề nghiệp khi công bố sản phẩm.
29	Quản trị học	3	Quản trị học là môn học nền tảng trong lĩnh vực quản trị, đóng vai trò bổ trợ thiết yếu cho sinh viên ngành Quan hệ công chúng - những người không chỉ sáng tạo nội dung mà còn phải hiểu cách tổ chức, vận hành, dẫn dắt các dự án truyền thông hiệu quả trong môi trường số hiện đại. Học phần cung cấp cái nhìn hệ thống về khái niệm, bản chất và đặc trưng của hoạt động quản trị, từ đó giúp sinh viên hình thành tư duy quản trị chuyên nghiệp, phù hợp với bối cảnh truyền thông đa nền tảng. Sinh viên sẽ được trang bị các kỹ năng quản trị cốt lõi như lập kế hoạch truyền thông, tổ chức nhóm sản xuất nội dung, lãnh đạo sáng tạo, giám sát tiến độ và đánh giá hiệu quả chiến dịch. Nội dung học phần còn bao gồm: Các trường phái lý thuyết quản trị từ cổ điển đến hiện đại. Các chức năng quản trị trọng yếu: hoạch định, tổ chức, lãnh đạo điều hành và kiểm tra kiểm soát - được áp dụng cụ thể trong quy trình xây dựng và triển khai chiến dịch truyền thông. Những vấn đề quản trị hiện đại như: quản trị thông tin và ra quyết định trong thời đại số, quản trị đổi mới sáng tạo, quản trị xung đột nhóm, quản trị rủi ro và nắm bắt cơ hội trong môi trường truyền thông biến động nhanh. Thông qua môn học, sinh viên sẽ có nền tảng tư duy quản trị để không chỉ làm việc hiệu quả trong các doanh nghiệp truyền thông - sáng tạo, mà còn có năng lực khởi nghiệp và dẫn dắt dự án cá nhân hoặc đội nhóm truyền thông đa phương tiện.
30	Thẩm định tin tức	3	Học phần Thẩm định tin tức cung cấp cho sinh viên kiến thức và kỹ năng về thu thập, phân tích, đánh giá và kiểm chứng thông tin trong môi trường truyền thông số. Nội dung học phần tập trung vào quy trình xác minh nguồn tin, đánh giá độ tin cậy của dữ liệu, kiểm chứng hình ảnh, video và nội dung trên mạng xã hội; nhận diện tin giả (Fake News), thông tin sai lệch (Misinformation), thông tin xuyên tạc (Disinformation), Deepfake và nội dung do trí tuệ nhân tạo (AI) tạo ra. Bên cạnh nền tảng lý thuyết, học phần hướng dẫn sinh viên sử dụng các công cụ kiểm chứng số, kỹ thuật điều tra nguồn mở (OSINT), khai thác dữ liệu trực tuyến và quy trình fact-checking theo tiêu chuẩn báo chí hiện đại. Thông qua các bài tập tình huống và dự án thực hành, sinh viên phát triển tư

TT	Tên môn học/học phần	TC	Nội dung
			duy phản biện, kỹ năng kiểm chứng thông tin, làm việc nhóm và ý thức nghề nghiệp, góp phần nâng cao chất lượng hoạt động báo chí, truyền thông và và quan hệ công chúng trong bối cảnh chuyển đổi số.
31	Quản trị các kênh truyền thông số	3	Học phần trang bị kiến thức và kỹ năng thực hành xây dựng, vận hành và tối ưu hóa hệ thống kênh truyền thông số (Social Media, Website, Email) cho tổ chức/doanh nghiệp. Sinh viên được hướng dẫn nghiên cứu thuật toán nền tảng, lập kế hoạch nội dung, ứng dụng công cụ quản trị tự động và AI, phân tích dữ liệu hiệu suất (KPIs, Reach, Engagement) để đánh giá và tối ưu kênh. Học phần đồng thời yêu cầu tuân thủ quy định về an toàn thông tin, bản quyền và đạo đức truyền thông trên môi trường số.
32	Quan hệ báo chí và người có ảnh hưởng	2	Học phần cung cấp kiến thức và rèn luyện kỹ năng thiết lập, duy trì và quản trị quan hệ giữa tổ chức với cơ quan báo chí, nhà báo và người có ảnh hưởng. Nội dung bao gồm vai trò của quan hệ báo chí trong hoạt động PR và mô hình truyền thông tích hợp PESO; quy trình tác nghiệp báo chí và hành lang pháp lý – đạo đức nghề nghiệp; kỹ năng xây dựng danh sách báo chí, viết thông cáo, chào tin, tổ chức họp báo, phát ngôn và xử lý thông tin bất lợi; tiêu chí lựa chọn, thẩm định và hợp tác với người có ảnh hưởng cùng các quy định về công bố nội dung quảng cáo. Người học thực hành triển khai và đo lường kế hoạch quan hệ báo chí – người có ảnh hưởng trong các dự án mô phỏng thực tế.
33	Xây dựng kịch bản truyền thông	3	Học phần cung cấp cho người học lý thuyết và quy trình xây dựng kịch bản cho các loại hình sản phẩm truyền thông phục vụ hoạt động quan hệ công chúng: TVC và phim quảng cáo, video PR và viral clip, phóng sự – phim doanh nghiệp, kịch bản sự kiện và kịch bản chương trình truyền thông trên nền tảng số. Nội dung đi từ nguyên lý kể chuyện (storytelling) và cấu trúc kịch bản, phân tích ý tưởng – thông điệp – công chúng, đến kỹ thuật viết kịch bản văn học và kịch bản phân cảnh, biên tập và hoàn thiện kịch bản theo chuẩn định dạng của từng loại hình. Người học thực hành theo quy trình chuyên nghiệp: tiếp nhận brief, phân tích yêu cầu, phát triển ý tưởng, viết và bảo vệ kịch bản, chỉnh sửa theo phản hồi. Học phần chú trọng gắn kịch bản với mục tiêu chiến dịch PR và đặc điểm công chúng Việt Nam, đồng thời nuôi dưỡng phong cách viết riêng và tư duy sáng tạo độc lập của người học.
34	Chiến lược PR	3	Học phần trang bị kiến thức và kỹ năng thực hành xây dựng, thực thi và đánh giá chiến lược PR hoàn chỉnh cho tổ chức/doanh nghiệp. Môn học đề cao tư duy chiến lược, năng lực phản biện độc lập và thấu hiểu công chúng sâu sắc của sinh viên, hạn chế sử dụng AI trong sáng tạo ý tưởng. Nội dung bao gồm: nghiên cứu công chúng, phát triển thông điệp cốt lõi, phối hợp kênh truyền thông (PESO), quản lý ngân

TT	Tên môn học/học phần	TC	Nội dung
			sách/rủi ro và đo lường hiệu quả PR. Học phần giúp sinh viên rèn luyện bản lĩnh nghề nghiệp, tính trung thực học thuật và tuân thủ chuẩn mực đạo đức Quan hệ công chúng.
35	Sản xuất chương trình truyền thông	3	Học phần cung cấp cho người học quy trình sản xuất một chương trình truyền thông hoàn chỉnh trên nền tảng số, bao gồm ba giai đoạn: tiền kỳ (phân tích yêu cầu sản phẩm, phát triển ý tưởng và định dạng chương trình, viết kịch bản, lập kế hoạch và dự toán, tổ chức ê-kíp), sản xuất (tổ chức trường quay hoặc hiện trường, ánh sáng, âm thanh, ghi hình đa máy, ghi hình phỏng vấn) và hậu kỳ (dựng phi tuyến, biên tập âm thanh, đồ họa – motion, chỉnh màu, phụ đề, đóng gói xuất bản). Người học được hướng dẫn sử dụng các công cụ công nghệ số và ứng dụng trí tuệ nhân tạo hỗ trợ trong từng khâu sản xuất, đồng thời làm quen với các chuẩn kỹ thuật và yêu cầu bản quyền khi phát hành trên nền tảng số. Học phần tổ chức theo mô hình ê-kíp sản xuất, mỗi người học đảm nhiệm một vai trò xác định và chịu trách nhiệm về phần việc của mình trong sản phẩm chung.
36	Nghệ thuật sáng tạo quảng cáo	3	Học phần trang bị cho người học nguyên lý, quy trình và kỹ thuật sáng tạo quảng cáo trong môi trường truyền thông số. Nội dung đi từ bản chất và chức năng của quảng cáo, phương pháp nghiên cứu công chúng và khai thác insight, đến quy trình hình thành ý tưởng sáng tạo chủ đạo (big idea), xây dựng concept, ngôn ngữ quảng cáo (copywriting, ngôn ngữ hình ảnh và âm thanh) và triển khai trên các định dạng đặc thù của từng nền tảng: TVC, video số, quảng cáo mạng xã hội, OOH, hợp tác KOL/KOC. Người học thực hành theo mô hình nhóm dự án: tiếp nhận brief, phân tích dữ liệu thị trường – công chúng, đề xuất chiến lược sáng tạo, sản xuất bộ sản phẩm quảng cáo và bảo vệ phương án trước hội đồng. Học phần đồng thời nhấn mạnh khung pháp lý về quảng cáo và các chuẩn mực đạo đức nghề nghiệp, giúp người học ý thức được ranh giới giữa sáng tạo và vi phạm.
37	Truyền thông marketing tích hợp	3	Học phần Truyền thông Marketing tích hợp trang bị cho sinh viên kiến thức nền tảng về khái niệm, vai trò, nguyên tắc và các công cụ của hệ thống truyền thông marketing tích hợp trong hoạt động truyền thông của tổ chức và xã hội hiện đại; quy trình truyền thông marketing tích hợp. Ở mức nâng cao, học phần cung cấp phương pháp lập kế hoạch truyền thông tích hợp: phân tích thị trường và khách hàng mục tiêu, định vị thương hiệu, thiết lập mục tiêu, phát triển thông điệp và ý tưởng lớn (Big Idea), xác định ngân sách và phối hợp các công cụ (quảng cáo, khuyến mãi, PR, marketing trực tiếp, truyền thông số). Ở mức mở rộng, sinh viên vận dụng toàn bộ kiến thức để thiết kế và bảo vệ một chương trình truyền

TT	Tên môn học/học phần	TC	Nội dung
			thông marketing tích hợp hoàn chỉnh cho một thương hiệu/sản phẩm cụ thể, giám sát và đánh giá hiệu quả chương trình bằng các chỉ số đo lường (mức độ nhận biết, tương tác, ROI), qua đó phát triển năng lực hoạch định truyền thông và trách nhiệm nghề nghiệp.
38	Kể chuyện đa nền tảng bằng AI	3	Học phần Kể chuyện đa nền tảng bằng AI cung cấp kiến thức về nguyên tắc kể chuyện, ngôn ngữ hình ảnh và thiết kế trong truyền thông; hướng dẫn sử dụng công nghệ số và các công cụ trí tuệ nhân tạo để xây dựng ý tưởng, phát triển câu chuyện, sáng tạo nội dung, biên tập và tối ưu sản phẩm truyền thông trên nhiều nền tảng số. Học phần trang bị kỹ năng tổ chức và chuyển đổi nội dung phù hợp với đặc điểm, đối tượng và mục tiêu của từng nền tảng; đồng thời rèn luyện năng lực đổi mới sáng tạo, thích ứng với sự phát triển của công nghệ AI và trách nhiệm trong hoạt động nghề nghiệp.
39	Xây dựng và quản trị Website truyền thông	3	Học phần Xây dựng và quản trị Website truyền thông cung cấp cho người học kiến thức về công nghệ phát triển web, cấu trúc của website và quy trình xây dựng website phục vụ hoạt động truyền thông. Nội dung học phần tập trung vào phân tích yêu cầu, xác định chức năng, tổ chức nội dung và thiết kế giao diện phù hợp với mục tiêu, đối tượng công chúng và đặc điểm của từng website truyền thông. Người học được thực hành xây dựng, cập nhật và quản trị nội dung website bằng các công cụ và nền tảng công nghệ số. Học phần đồng thời hướng dẫn ứng dụng trí tuệ nhân tạo trong sáng tạo nội dung, hỗ trợ thiết kế, tối ưu hóa trải nghiệm người dùng và nâng cao hiệu quả hoạt động của website. Qua các nhiệm vụ học tập và bài tập thực hành, người học hình thành năng lực tự học, chủ động giải quyết vấn đề và có trách nhiệm trong quá trình xây dựng, phát triển và quản trị website truyền thông.
40	Truyền thông doanh nghiệp	2	Học phần Truyền thông doanh nghiệp trang bị cho sinh viên kiến thức hệ thống và kỹ năng thực hành về hoạt động truyền thông toàn diện trong tổ chức/doanh nghiệp. Nội dung học phần tập trung vào: Tổng quan về truyền thông doanh nghiệp: Vai trò, chiến lược định vị hình ảnh, xây dựng uy tín và văn hóa doanh nghiệp. Quy trình lập kế hoạch truyền thông đối nội (văn hóa nội bộ, gắn kết nhân viên) và truyền thông đối ngoại (quan hệ báo chí, quan hệ cộng đồng, nhà đầu tư). Phương pháp phân tích dữ liệu, theo dõi và đánh giá hiệu quả hoạt động truyền thông doanh nghiệp.

TT	Tên môn học/học phần	TC	Nội dung
			Quy định pháp lý, nguyên tắc ứng xử đạo đức nghề nghiệp và quy trình quản trị rủi ro/khủng hoảng truyền thông trong môi trường doanh nghiệp.
41	Dự án ngành Quan hệ công chúng	2	Học phần Dự án ngành Quan hệ công chúng là học phần tích hợp, giúp sinh viên vận dụng kiến thức và kỹ năng chuyên ngành để xây dựng, tổ chức thực hiện và đánh giá một dự án quan hệ công chúng gắn với tổ chức, thương hiệu hoặc cộng đồng. Nội dung học phần gồm xác định vấn đề truyền thông; phân tích bối cảnh, công chúng và dữ liệu liên quan; xây dựng mục tiêu, thông điệp, chiến lược và kế hoạch hoạt động; lập tiến độ, phân công nguồn lực, dự toán chi phí và chỉ số đánh giá; thiết kế, triển khai một số hạng mục của dự án; theo dõi kết quả và đề xuất điều chỉnh. Sinh viên sử dụng công cụ số để quản lý tiến độ, phối hợp nhóm, phát triển sản phẩm và trình bày kết quả. Học phần chú trọng năng lực tích hợp kiến thức, quản trị dự án, tự học, tự chủ và chịu trách nhiệm đối với nhiệm vụ cá nhân cũng như kết quả chung của nhóm.
42	Xây dựng và quản trị thương hiệu	3	Học phần cung cấp hệ thống lý luận và công cụ thực hành về xây dựng, phát triển và quản trị thương hiệu trong môi trường truyền thông số. Nội dung bao gồm: bản chất thương hiệu và tài sản thương hiệu; nghiên cứu thị trường – đối thủ – khách hàng phục vụ định vị; xây dựng nền tảng thương hiệu (sứ mệnh, tầm nhìn, giá trị cốt lõi, tính cách và giọng điệu thương hiệu); thiết kế hệ thống nhận diện thương hiệu và bộ hướng dẫn thương hiệu; chiến lược nội dung và quản trị điểm chạm thương hiệu trên các nền tảng số; đo lường sức khỏe thương hiệu và quản trị rủi ro danh tiếng. Người học thực hành theo nhóm dự án: chọn một thương hiệu thực tế, phân tích hiện trạng, đề xuất định vị và xây dựng hồ sơ thương hiệu hoàn chỉnh kèm hệ thống nội dung mẫu cho các kênh số.
43	Xử lý khủng hoảng truyền thông	3	Học phần cung cấp kiến thức và kỹ năng quản trị khủng hoảng truyền thông trong bối cảnh truyền thông số. Nội dung học phần tập trung vào nhận diện, dự báo, phòng ngừa và xử lý các tình huống khủng hoảng; xây dựng kế hoạch ứng phó; quản trị danh tiếng và phục hồi hình ảnh tổ chức sau khủng hoảng. Sinh viên được thực hành trên các tình huống thực tế nhằm nâng cao năng lực quản trị truyền thông trong môi trường nghề nghiệp.
44	Tổ chức và quản trị sự kiện	3	Học phần cung cấp kiến thức và kỹ năng tổ chức, quản trị các sự kiện trong lĩnh vực truyền thông, marketing và quan hệ công chúng. Nội dung học phần bao gồm xây dựng ý tưởng, thiết kế kịch bản, lập

TT	Tên môn học/học phần	TC	Nội dung
			kế hoạch tổ chức, quản lý nhân sự và ngân sách, kiểm soát rủi ro, truyền thông sự kiện và đánh giá hiệu quả sau sự kiện. Sinh viên được thực hành xây dựng hồ sơ sự kiện và triển khai các dự án mô phỏng nhằm phát triển năng lực quản lý và điều phối hoạt động sự kiện trong môi trường nghề nghiệp hiện đại.
45	Thiết kế ấn phẩm truyền thông	3	Học phần Thiết kế ấn phẩm truyền thông phát triển năng lực thiết kế, dàn trang và hoàn thiện các ấn phẩm phục vụ hoạt động truyền thông trên môi trường in ấn và nền tảng số. Nội dung bao gồm phân tích yêu cầu ấn phẩm, xác định mục tiêu, công chúng, thông điệp, định dạng, hệ nhận diện, kênh phát hành và các ràng buộc kỹ thuật. Người học được thực hành xây dựng bố cục, hệ thống chữ, màu sắc, hình ảnh, xử lý tư liệu, kiểm tra file và xuất bản sản phẩm đúng tiêu chuẩn kỹ thuật. Học phần chú trọng đồ án thiết kế ấn phẩm hoàn chỉnh, hồ sơ thiết kế và thuyết minh phương án, đồng thời rèn luyện ý thức tuân thủ bản quyền hình ảnh, phông chữ, tư liệu, quy định sở hữu trí tuệ và trách nhiệm xã hội trong thiết kế truyền thông.
46	Sản xuất phim quảng cáo	3	Học phần trang bị quy trình sáng tạo và sản xuất hoàn chỉnh các dạng phim quảng cáo (TVC, Viral Video, Short-form Video) phục vụ chiến dịch truyền thông thương hiệu. Sinh viên thực hành theo nhóm ê-kíp các bước: phân tích brief, phát triển ý tưởng lớn (Big Idea), viết kịch bản/storyboard, tổ chức tiền kỳ, vận hành thiết bị quay/chiếu sáng, thực hiện dựng phim - chỉnh màu - âm thanh hậu kỳ và xuất bản. Học phần đồng thời yêu cầu tuân thủ Luật Quảng cáo, bản quyền và đạo đức truyền thông.
47	Truyền thông nội bộ	3	Học phần cung cấp kiến thức và kỹ năng về truyền thông nội bộ trong cơ quan, tổ chức và doanh nghiệp. Nội dung học phần bao gồm vai trò của truyền thông nội bộ trong quản trị tổ chức; xây dựng chiến lược, kế hoạch và thông điệp truyền thông nội bộ; quản lý các kênh truyền thông nội bộ; tổ chức các hoạt động gắn kết nhân viên; xây dựng văn hóa doanh nghiệp; đo lường hiệu quả truyền thông nội bộ và xử lý các vấn đề phát sinh trong quá trình truyền thông nội bộ. Sinh viên được thực hành xây dựng kế hoạch truyền thông nội bộ và triển khai các dự án truyền thông nội bộ gắn với bối cảnh thực tiễn của tổ chức.
48	Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp	3	Học phần trang bị kiến thức nền tảng và kỹ năng thực hành xây dựng, triển khai và truyền thông chiến lược Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp (CSR). Sinh viên được nghiên cứu các mô hình CSR (Carroll, ESG, CSV), tiêu chuẩn quốc tế (GRI, ISO 26000), phương pháp gắn kết các bên liên quan, kỹ

TT	Tên môn học/học phần	TC	Nội dung
			năng lập dự án CSR, biên soạn Báo cáo phát triển bền vững và chiến lược truyền thông CSR minh bạch. Học phần giúp sinh viên rèn luyện tư duy chiến lược, năng lực nhận diện "Greenwashing" và ý thức trách nhiệm đạo đức đối với cộng đồng và môi trường.
49	Tiếng Anh chuyên ngành	3	Học phần cung cấp và rèn luyện vốn tiếng Anh chuyên ngành quan hệ công chúng, bao gồm hệ thống thuật ngữ, cấu trúc ngôn ngữ và văn phong học thuật đặc thù của lĩnh vực. Người học được rèn kỹ năng đọc hiểu và khai thác tài liệu chuyên ngành bằng tiếng Anh, kỹ năng nghe - nói, viết và thuyết trình về các chủ đề quan hệ công chúng, truyền thông thương hiệu, quan hệ báo chí và quản trị danh tiếng. Học phần chú trọng thực hành giao tiếp trong các tình huống học tập và nghề nghiệp mang tính quốc tế, đồng thời hướng dẫn phương pháp tự học và trau dồi ngoại ngữ. Nội dung được thiết kế theo ba cấp độ cơ bản, nâng cao và mở rộng, giúp người học sử dụng tiếng Anh như một công cụ hiệu quả để học tập suốt đời và hội nhập trong lĩnh vực quan hệ công chúng.
50	Thực tập doanh nghiệp	2	Học phần Thực tập doanh nghiệp tạo điều kiện cho sinh viên vận dụng kiến thức và kỹ năng chuyên môn về quan hệ công chúng, truyền thông và marketing trong môi trường nghề nghiệp thực tế. Trong thời gian thực tập, sinh viên được tiếp cận cơ cấu tổ chức, quy trình làm việc, yêu cầu chuyên môn và hoạt động truyền thông tại doanh nghiệp hoặc tổ chức. Sinh viên tham gia phân tích yêu cầu, lập kế hoạch và thực hiện các nhiệm vụ liên quan đến quan hệ công chúng, truyền thông doanh nghiệp, truyền thông số, sáng tạo nội dung, quan hệ báo chí, quản trị thương hiệu, tổ chức sự kiện và các hoạt động truyền thông phù hợp với vị trí thực tập dưới sự hướng dẫn của đơn vị. Học phần đồng thời giúp sinh viên phát triển năng lực tự học, tư duy chủ động, khả năng thích ứng, phối hợp công việc và xử lý các vấn đề phát sinh trong quá trình thực hiện nhiệm vụ. Kết thúc học phần, sinh viên tổng hợp kết quả thực tập, đánh giá kinh nghiệm nghề nghiệp và trình bày báo cáo theo yêu cầu của Nhà trường và doanh nghiệp.
51	Khóa luận tốt nghiệp	8	Học phần Khóa luận tốt nghiệp là học phần tổng hợp cuối khóa, giúp sinh viên vận dụng kiến thức và kỹ năng đã học để nghiên cứu một vấn đề thực tiễn thuộc lĩnh vực quan hệ công chúng. Nội dung học phần gồm xác định vấn đề và mục tiêu; xây dựng cơ sở lý luận; lựa chọn phương pháp nghiên cứu; thu thập, xử lý và phân tích thông tin; đề xuất giải pháp; phân tích yêu cầu, sản xuất và hoàn thiện sản phẩm truyền thông phù hợp với đề tài. Sinh viên lập kế hoạch, triển khai khóa luận dưới sự hướng dẫn của giảng viên, hoàn thiện báo cáo, trình bày và bảo vệ kết quả trước hội đồng. Học phần chú trọng khả

TT	Tên môn học/học phần	TC	Nội dung
			năng kết nối giữa nghiên cứu và thực tiễn nghề nghiệp, tính logic và khả thi của giải pháp, chất lượng sản phẩm truyền thông, năng lực tự chủ, tự học và tư duy độc lập của sinh viên.
52	Quản trị quan hệ khách hàng	3	Học phần Quản trị quan hệ khách hàng cung cấp cho sinh viên kiến thức về chiến lược, quy trình và các hoạt động quản trị quan hệ khách hàng. Học phần trang bị các phương pháp quản lý dữ liệu khách hàng, xây dựng và duy trì mối quan hệ với khách hàng, quản trị trải nghiệm khách hàng và ứng dụng các hệ thống CRM để nâng cao hiệu quả các hoạt động marketing, truyền thông và phát triển lòng trung thành của khách hàng.
53	Quản trị tài chính truyền thông	2	Học phần trang bị cho sinh viên kiến thức và kỹ năng quản trị tài chính trong hoạt động truyền thông và quan hệ công chúng. Nội dung bao gồm các nguyên tắc quản trị tài chính, lập và quản lý ngân sách truyền thông, phân tích chi phí, doanh thu và hiệu quả đầu tư (ROI), kiểm soát chi phí chiến dịch, quản trị rủi ro tài chính, phân tích dữ liệu đánh giá hiệu quả truyền thông và ra quyết định tài chính trong các dự án truyền thông. Đồng thời, học phần giúp người học xây dựng kế hoạch ngân sách phù hợp với mục tiêu truyền thông, phân tích hiệu quả đầu tư của các chiến dịch, phát triển tư duy phân tích, năng lực tự học và khả năng thích ứng với môi trường truyền thông số, đáp ứng các chuẩn năng lực
54	Nghiên cứu truyền thông	3	Học phần cung cấp cho sinh viên kiến thức nền tảng về phương pháp luận và quy trình nghiên cứu truyền thông, bao gồm xác định vấn đề nghiên cứu, thiết kế nghiên cứu, thu thập, xử lý, phân tích và diễn giải dữ liệu truyền thông trong bối cảnh quan hệ công chúng và truyền thông số. Nội dung học phần giúp người học vận dụng tư duy phản biện và kỹ năng làm việc nhóm để phân tích công chúng, thị trường, nền tảng số và đánh giá hiệu quả truyền thông, từ đó đề xuất các giải pháp và hỗ trợ ra quyết định trong hoạt động quan hệ công chúng. Đồng thời, học phần hướng dẫn sinh viên xây dựng và triển khai dự án nghiên cứu truyền thông, phát triển năng lực tự học, tư duy độc lập và khả năng thích ứng với các yêu cầu của môi trường nghề nghiệp, góp phần đạt các chuẩn năng lực.

7. Chuyển ngành đào tạo và học tập suốt đời

7.a. Sinh viên trường khác, ngành khác có thể chuyển đến?	Có thể	
7.b. Sinh viên có thể chuyển đi sang học ngành khác?	Có thể	
7.c. Cơ hội học sau đại học hoặc học 2 văn bằng		
Sau khi tốt nghiệp sinh viên có thể học tiếp thạc sĩ, tiến sĩ hoặc tham gia học văn bằng thứ 2 trong cùng lĩnh vực.		

8. Chất lượng và các tiêu chuẩn

Nhà trường và Khoa cam kết xây dựng môi trường học tập chủ động, trải nghiệm thực tế và linh hoạt thay đổi phương pháp giảng dạy nhằm đáp ứng nhu cầu nguồn nhân lực chất lượng cao của xã hội, đóng góp vào sự phát triển của đất nước và hòa nhập nhanh với mới trường quốc tế. Với những chính sách cụ thể như:

- Tạo ra môi trường học tập năng động, trải nghiệm thực tế, giúp người học phát huy năng lực cá nhân để có thể khởi nghiệp, học tập suốt đời;
- Tăng cường kết hợp với doanh nghiệp thực tế trong và ngoài nước để thực hiện phương thức đào tạo "Tuyển sinh – Đào tạo – Việc làm";
- Bám sát mục tiêu luôn gia tăng chất lượng đào tạo, nghiên cứu khoa học và dịch vụ cộng đồng bằng cách hiện đại hóa cơ sở vật chất, đổi mới phương pháp giảng dạy, đào tạo đội ngũ CB.GV.NV đạt tiêu chuẩn theo yêu cầu chất lượng để đảm bảo thực hiện chuẩn đầu ra đối với sinh viên;
- Phát triển mô hình giáo dục mở, xây dựng xã hội học tập dựa trên giáo dục số và CMCN 4.0;
- Gia tăng kiểm soát chất lượng toàn diện để tăng sự hài lòng của sinh viên và các bên liên quan.

9. Ngày thiết kế/rà soát Bản mô tả chương trình đào tạo

Ngày 21 tháng 8 năm 2025

DUYỆT	
Q. HIỆU TRƯỞNG	**TRƯỞNG KHOA**
TRƯỜNG ĐẠI HỌC PHƯƠNG ĐÔNG	
PGS. TS. Nguyễn Hữu Cương	**PGS. TS Nguyễn Minh Dân**