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 10 tháng 8 năm 2026

BẢN MÔ TẢ CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO

Ngành: Truyền thông đa phương tiện

Khoá học: 2026 – 2030

(Ban hành kèm theo Quyết định số: 901/QĐ-ĐHPĐ-ĐT, ngày 10 tháng 8 năm 2026 của Hiệu trưởng Trường Đại học Phương Đông)

1. Thông tin chung về chương trình đào tạo

Tên chương trình đào tạo (CTĐT)	
Truyền thông đa phương tiện	
Đơn vị cấp bằng	**Đơn vị giảng dạy**
Trường Đại học Phương Đông	Trường Đại học Phương Đông
Khoa quản lý	
Công nghệ số 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	
7320104	
Điều kiện tuyển sinh	
- **Đối tượng tuyển sinh**: Thí sinh đã tốt nghiệp trung học phổ thông hoặc tương đương theo quy định của Bộ Giáo dục và Đào tạo. - **Phương thức tuyển sinh**: Thực hiện theo các phương thức tuyển sinh được Trường Đại học Phương Đông công bố trong Đề án tuyển sinh hằng năm, bao gồm xét tuyển theo kết quả học tập trung học phổ thông, xét tuyển theo kết quả kỳ thi tốt nghiệp trung học phổ thông và các phương thức tuyển sinh khác theo quy định của Nhà trường.	

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 Truyền thông đa phương tiện	3,5 năm	Chính quy tập trung	Tháng 9/2026	Đào tạo trực tiếp tại các cơ sở của Nhà trường, kết hợp học tập trực tuyến, kiến tập, thực hành và thực tập thực tế tại doanh nghiệp, tổ chức và các đơn vị liên quan.
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	03	1	0	04	
3	Tiến sĩ	11	0	0	11	
4	Thạc sĩ	27	02	0	29	
5	Cử nhân	02	0	0	02	
TỔNG CỘNG		43	03	0	46	

3. Vị trí công tác sau khi tốt nghiệp

- Sau khi tốt nghiệp ngành Truyền thông đa phương tiện, người học có thể làm việc tại các cơ quan báo chí, doanh nghiệp truyền thông, quảng cáo, tổ chức sự kiện, sản xuất nội dung số, cơ quan nhà nước, tổ chức xã hội và các đơn vị có bộ phận truyền thông, marketing. Các vị trí phù hợp gồm chuyên viên truyền thông, chuyên viên nội dung số, chuyên viên truyền thông số, biên tập viên, chuyên viên thiết kế và sản xuất nội dung đa phương tiện, chuyên viên tổ chức sự kiện, chuyên viên truyền thông nội bộ và các vị trí liên quan.
- Đồng thời, người học có thể tiếp tục học tập ở trình độ cao hơn hoặc tham gia giảng dạy, nghiên cứu khi đáp ứng các yêu cầu chuyên môn theo quy định.

4. Mục tiêu và chuẩn đầu ra của CTĐT

4a. Triết lý giáo dục và chiến lược dạy - học của ngành đào tạo	
Chương trình đào tạo ngành Truyền thông đa phương tiện được triển khai theo triết lý giáo dục lấy người học làm trung tâm, học đi đôi với hành, gắn đào tạo với thực tiễn nghề nghiệp và khuyến khích đổi mới sáng tạo. Người học được tạo điều kiện phát triển kiến thức, kỹ năng nghề nghiệp, tư duy phản biện, năng lực sáng tạo và khả năng thích ứng với sự thay đổi của công nghệ và môi trường truyền thông. Chiến lược dạy - học chú trọng kết hợp giữa lý thuyết và thực hành; tăng cường học tập theo dự án, giải quyết vấn đề, làm việc nhóm, trải nghiệm thực tế và ứng dụng công nghệ số, trí tuệ nhân tạo trong học tập. Hoạt động đào tạo được gắn với doanh nghiệp và các tình huống nghề nghiệp nhằm giúp người học hình thành năng lực thực hành, khả năng tự học, học tập suốt đời và đáp ứng yêu cầu của lĩnh vực truyền thông đa phương tiện.	
4b. Mục tiêu của CTĐT	
Chương trình đào tạo ngành Truyền thông đa phương tiện theo định hướng ứng dụng nhằm giúp người học phát triển năng lực nghề nghiệp trong lĩnh vực truyền thông đa phương tiện; vận dụng hiệu quả kiến thức và kỹ năng chuyên môn trong sáng tạo nội dung, thiết kế, sản xuất và tổ chức các hoạt động truyền thông trên nền tảng số; thích ứng với sự phát triển của công nghệ và môi trường truyền thông hiện đại; đồng thời thể hiện trách nhiệm nghề nghiệp, năng lực đổi mới sáng tạo và học tập suốt đời, đáp ứng nhu cầu của thị trường lao động và xã hội.	
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 và công nghệ số trong học tập, nghiên cứu và nghề nghiệp thuộc lĩnh vực truyền thông đa phương tiện.
PLO 2	**Phân tích** các nguyên lý, quy trình và phương thức cơ bản của truyền thông, báo chí, marketing và thiết kế đồ họa trong hoạt động truyền thông số.
PLO 3	**Vận dụng** kiến thức về sáng tạo nội dung, công nghệ và thiết kế vào quá trình sản xuất, hoàn thiện sản phẩm truyền thông đa phương tiện trong thực tiễn nghề nghiệp.
Kỹ năng:	
PLO 4	**Sử dụng** công nghệ số, trí tuệ nhân tạo và ngoại ngữ trong học tập, nghiên cứu và hoạt động chuyên môn thuộc lĩnh vực truyền thông đa phương tiện.
PLO 5	**Vận dụng** kỹ năng giao tiếp, thuyết trình, tư duy phản biện và làm việc nhóm trong môi trường truyền thông số và bối cảnh hội nhập quốc tế.

PLO 6	**Phân tích** dữ liệu về công chúng, thị trường, nền tảng số và hiệu quả truyền thông phục vụ quá trình ra quyết định trong lĩnh vực truyền thông đa phương tiện..
PLO 7	**Phân tích** ý tưởng, thông điệp, kế hoạch và yêu cầu của sản phẩm truyền thông đa phương tiện trong quá trình thiết kế và sản xuất.
PLO 8	**Áp dụng** kỹ năng viết, biên tập, sáng tạo nội dung và tổ chức hoạt động truyền thông trong các dự án truyền thông đa phương tiện.
Năng lực tự chủ và trách nhiệm:	
PLO 9	**Tuân thủ** pháp luật, chuẩn mực đạo đức nghề nghiệp, yêu cầu trách nhiệm xã hội và các quy định trong lĩnh vực truyền thông đa phương tiện.
PLO10	**Thể hiện** năng lực tự chủ, tự học, đổi mới sáng tạo, khả năng thích ứng trong học tập và hoạt động nghề nghiệp.

4d. Những đặc điểm khác của CTĐT

i) Khả năng quốc tế hóa/toàn cầu hóa

- Chương trình đã trang bị cho sinh viên những năng lực để có thể làm việc trong môi trường đa văn hóa, đáp ứng những yêu cầu của thị trường lao động trong và ngoài nước.
- Sinh viên được học tập với những giảng viên giàu kinh nghiệm, uy tín, là những nhà nghiên cứu trong và ngoài nước. Nhà trường và Khoa cũng có những hoạt động trao đổi quốc tế để tạo ra môi trường đa văn hóa, giúp sinh viên dễ dàng hòa nhập vào môi trường nghề nghiệp 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

5a. 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: 1. Học viện Công nghệ Bưu chính Viễn thông

2. Học viện Báo chí và Tuyên truyền

+ Nước ngoài: 1. Curtin University, Australia

2. RMIT University, Australia

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

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

Chương trình đào tạo gồm 135 tín chỉ, được thực hiện trong 10 học kỳ (3,5 năm).

Trong đó có 113 tín chỉ bắt buộc (BB), 14 tín chỉ tự chọn (TC) và 8 tín chỉ Khóa luận tốt nghiệp hoặc các học phần thay thế tốt nghiệp.

TT	Phân bổ học kỳ	Mã học phần	Tên học phần (tiếng Việt)	Số tín chỉ	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	45				BB			
2	1	FOS710001	Anh văn 1	3	60	30	30			BB			
3	1	ITE710001	Kỹ năng số	2	60		60			BB			
4	1	JMC721001	Nhập môn truyền thông đa phương tiện	3	45	45				BB			
5	2	POL710002	Kinh tế chính trị Mác-Lenin	2	30	30				BB	POL710001		
6	2	LAW710006	Pháp luật đại cương	2	30	30				BB			
7	2	VNS710001	Cơ sở văn hóa Việt Nam	2	30	30				BB			
8	2	FOS710002	Anh văn 2	3	60	30	30			BB	FOS710001		
9	2	JMC711002	Kỹ thuật soạn thảo văn bản	2	60		60			BB			
10	2	JMC720004	Thiết kế đồ họa truyền thông	3	60	30	30			BB			
11	3	POL710003	Chủ nghĩa xã hội khoa học	2	30	30				BB	POL710002		
12	3	FOS710003	Anh văn 3	3	60	30	30			BB	FOS710002		

TT	Phân bổ học kỳ	Mã học phần	Tên học phần (tiếng Việt)	Số tín chỉ	Số giờ					BB/TC	Điều kiện TQ	Học phần SH	Học phần HT
					Tổng	LT	TH	ĐA	TT				
13	3	BUS721001	Marketing căn bản	3	45	45				BB			
14	3	JMC720005	Nhiếp ảnh kỹ thuật số	2	45	15	30			BB			
15	3	JMC720002	Tâm lý học truyền thông	2	30	30				BB			
16	3	JMC710005	Phương pháp nghiên cứu khoa học	2	30	30				BB			
17	3	SPO760001	Giáo dục thể chất	3									
18	4	POL710004	Tư tưởng Hồ Chí Minh	2	30	30				BB	POL710001 POL710002 POL710003		
19	4	FOS710004	Anh văn 4	3	60	30	30			BB	FOS710003		
20	4	ITE710002	Khám phá AI	2	60		60			BB	ITE710001		
21	4	JMC721002	Kỹ năng viết cho truyền thông	3	60	30	30			BB			JMC720002
22	4	JMC720006	Kỹ thuật quay và dựng phim	3	60	30	30			BB			JMC720005
23	4	JMC721004	Đồ họa chuyển động 2D	3	60	30	30			BB			
24	5	POL710005	Lịch sử Đảng Cộng sản Việt Nam	2	30	30				BB			
25	5	FOS710005	Anh văn 5	3	60	30	30			BB	FOS710004		
26	5	BUS733011	Marketing số	3	45	45				BB			BUS721001
27	5	MIL760001	Giáo dục quốc phòng	11									

TT	Phân bổ học kỳ	Mã học phần	Tên học phần (tiếng Việt)	Số tín chỉ	Số giờ					BB/TC	Điều kiện TQ	Học phần SH	Học phần HT
					Tổng	LT	TH	ĐA	TT				
28	6	JMC721003	Sản xuất Podcast	3	60	30	30			BB			JMC720006
29	6	MGT720001	Quản trị học	3	45	45				BB			
30	6	JMC730001	Thiết kế ấn phẩm truyền thông	3	60	30	30			BB			JMC720004
31	6	JMC730006	Xây dựng và quản trị Website truyền thông	3	60	30	30			BB			
32	6	JMC731027	Tiếng Anh chuyên ngành	3	45	45				BB			
33	7	JMC720001	Pháp luật và đạo đức truyền thông	2	30	30				BB			LAW710006
34	7	JMC730003	Nghệ thuật sáng tạo quảng cáo	3	60	30	30			BB			
35	7	JMC731004	Đo lường và phân tích dữ liệu truyền thông số	3	60	30	30			BB			
36	7	JMC731005	Truyền thông mạng xã hội	3	60	30	30			BB			
37	7	JMC731008	Sáng tạo nội dung Marketing	3	60	30	30			BB			
38	7	JMC731001	Quan hệ công chúng	2	30	30				TC			
39	7	JMC730007	Truyền thông doanh nghiệp	2	30	30				TC			
40	8	JMC730004	Truyền thông Marketing tích hợp	3	60	30	30			BB			BUS733011
41	8	JMC730005	Kể chuyện đa nền tảng bằng AI	3	60	30	30			BB			ITE710002

TT	Phân bổ học kỳ	Mã học phần	Tên học phần (tiếng Việt)	Số tín chỉ	Số giờ					BB/TC	Điều kiện TQ	Học phần SH	Học phần HT
					Tổng	LT	TH	ĐA	TT				
42	8	JMC731003	Chiến lược và kế hoạch truyền thông	3	60	30	30			BB			
43	8	JMC711001	Khởi nghiệp sáng tạo nội dung số	2	30	30				BB			
44	8	JMC730002	Sản xuất chương trình truyền thông	3	60	30	30			BB			JMC721003
45	8	JMC731006	Dự án đa phương tiện	2	30	30				BB			
46	9	JMC731007	Báo chí đa phương tiện	3	60	30	30			BB			JMC721002
47	9	JMC731009	Dựng hình 3D	3	60	30	30			TC			
48	9	JMC731010	Sản xuất phim hoạt hình	3	60	30	30			TC			
49	9	JMC731012	Thiết kế nhân vật	3	60	30	30			TC			
50	9	JMC731002	Thiết kế trải nghiệm người dùng	3	60	30	30			TC			
51	9	JMC730008	Xây dựng và quản trị thương hiệu	3	60	30	30			TC			
52	9	JMC730009	Xử lý khủng hoảng truyền thông	3	60	30	30			TC			
53	9	JMC730010	Tổ chức và quản trị sự kiện	3	60	30	30			TC			
54	9	JMC731013	Truyền thông quốc tế	3	60	30	30			TC			
55	10	JMC741001	Thực tập doanh nghiệp	2	90				90	BB			
56	10	JMC751001	Khóa luận tốt nghiệp	8	120			120			JMC741001		

TT	Phân bổ học kỳ	Mã học phần	Tên học phần (tiếng Việt)	Số tín chỉ	Số giờ					BB/TC	Điều kiện TQ	Học phần SH	Học phần HT
					Tổng	LT	TH	ĐA	TT				
57	10	JMC771001	Truyền thông hình ảnh	3	45	45							
58	10	JMC730011	Sản xuất phim quảng cáo	3	60	30	30						
59	10	JMC771002	Sáng tạo thông điệp truyền thông	2	30	30							

6b. 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, 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 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.
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 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 trang bị cho người học các kỹ năng cơ bản trong khai thác, tìm kiếm, đánh giá và quản lý dữ liệu, thông tin trên môi trường số; giao tiếp, hợp tác và làm việc trực tuyến. Người học được thực hành sử dụng các công cụ số và trí tuệ nhân tạo tạo sinh (GenAI) để sáng tạo nội dung, xử lý và phân tích dữ liệu, trình bày tài liệu và hỗ trợ giải quyết các vấn đề trong học tập và công việc. Học

			phần đồng thời cung cấp kiến thức và kỹ năng về an toàn, bảo mật thông tin, quyền riêng tư, bản quyền, đạo đức và ứng xử có trách nhiệm trong môi trường số.
14	Khám phá AI	2	Học phần cung cấp kiến thức nền tảng về trí tuệ nhân tạo và AI tạo sinh, bao gồm khả năng, giới hạn, tác động và các rủi ro khi sử dụng AI. Người học được thực hành kỹ thuật prompting, kiểm chứng và đánh giá đầu ra AI; ứng dụng các công cụ AI tạo sinh để hỗ trợ học tập, công việc và phát triển các sản phẩm số như văn bản, hình ảnh, video và ứng dụng đơn giản. Học phần đồng thời hình thành năng lực sử dụng AI có trách nhiệm, chú trọng liêm chính học thuật, bản quyền, quyền riêng tư, an toàn dữ liệu và trách nhiệm của người dùng đối với sản phẩm do AI hỗ trợ tạo ra.
15	Kỹ thuật soạn thảo văn bản	2	Học phần Kỹ thuật soạn thảo văn bản trang bị cho sinh viên ngành Truyền thông đa phương tiện những kiến thức cơ bản về thể thức và kỹ thuật trình bày văn bản, văn bản quản lý nhà nước và kỹ thuật soạn thảo văn bản hành chính, bao gồm: khái quát về văn bản và văn bản quản lý; thể thức và kỹ thuật trình bày văn bản theo Nghị định số 30/2020/NĐ-CP; phương pháp soạn thảo các loại văn bản hành chính thông dụng như: Quyết định, tờ trình, công văn, báo cáo, biên bản, thông báo, giấy mời, hợp đồng. Học phần đồng thời mở rộng sang văn bản truyền thông (thông cáo báo chí, văn bản truyền thông nội bộ) và ứng dụng công nghệ thông tin (phần mềm văn phòng, kỹ thuật trộn thư) trong soạn thảo, ban hành văn bản. Sau khi hoàn thành học phần, sinh viên có khả năng soạn thảo văn bản đúng thể thức quy định, biên tập văn bản chuyên nghiệp và vận dụng vào hoạt động truyền thông của tổ chức, doanh nghiệp.
16	Khởi nghiệp sáng tạo nội dung số	2	Học phần Khởi nghiệp sáng tạo nội dung số cung cấp cho người học những kiến thức nền tảng và kỹ năng ứng dụng về khởi sự kinh doanh trong lĩnh vực kinh tế sáng tạo và truyền thông số. Nội dung học phần tập trung vào: Quy trình khai phá ý tưởng và phân tích thị trường nội dung số. Phương pháp xây dựng mô hình kinh doanh, chiến lược định vị và thương mại hóa sản phẩm nội dung trên các nền tảng số (YouTube, TikTok, Podcast, Social Media,...). Ứng dụng công nghệ số và trí tuệ nhân tạo (AI) để nâng cao hiệu suất sáng tạo và tối ưu hóa vận hành dự án. Các quy định pháp luật về an ninh mạng, sở hữu trí tuệ, bản quyền tác giả và đạo đức nghề nghiệp trong môi trường sáng tạo số. Học phần hướng tới việc giúp sinh viên xây dựng hoàn chỉnh một Đề án khởi nghiệp sáng tạo nội dung số có tính khả thi, làm nền tảng cho hoạt động nghề nghiệp thực tiễn.

17	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.
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 đa phương tiện. 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.
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 truyền thông đa phương tiện	3	Học phần Nhập môn Truyền thông đa phương tiện cung cấp kiến thức nền tảng về khái niệm, đặc điểm, vai trò, cấu trúc và các lĩnh vực ứng dụng của truyền thông đa phương tiện trong xã hội số. Sinh viên tiếp cận các lý thuyết cơ bản về truyền thông, công chúng, thông điệp, sản phẩm truyền thông và mục tiêu truyền thông. Ở cấp độ nâng cao, học phần giới thiệu quy trình hình thành ý tưởng, nhận diện yêu cầu sản phẩm, nguyên tắc phối hợp giữa nội dung, hình ảnh, âm thanh, video và các nền tảng số. Sinh viên được làm quen với các công nghệ, phần mềm và xu hướng phát triển như truyền thông số, mạng xã hội, môi trường đa nền tảng, trí tuệ nhân tạo và dữ liệu truyền thông. Học phần vận dụng phương pháp quan sát, phân tích tình huống, thảo luận, thuyết trình và đánh giá sản phẩm. Qua đó, sinh viên nhận diện các thành tựu, triển vọng nghề nghiệp và định hướng phát triển năng lực cá nhân trong lĩnh vực truyền thông đa phương tiện.
22	Kỹ năng viết cho truyền thông	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 truyền thông đa phương tiện. Nội dung bao gồm các nguyên tắc và phương pháp viết cho truyền thông, kỹ thuật xây dựng ý tưởng, thông điệp, cấu trúc và văn phong phù hợp với từng nền tảng và nhóm công chúng; 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 được phân tích ý tưởng, thông điệp và kế hoạch truyền thông, 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 truyền thông trên nền tảng số.
23	Thiết kế đồ họa 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.
24	Nhiếp ảnh kỹ thuật số	2	Học phần Nhiếp ảnh kỹ thuật số 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.
25	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 truyền thông đa phương tiện. Nội dung học 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.
26	Sản xuất Podcast	3	Học phần trang bị kiến thức và kỹ năng thực hành sản xuất chương trình audio podcast trên các nền tảng số. Sinh viên được hướng dẫn toàn bộ quy trình từ nghiên cứu khán giả, lập kế hoạch, viết kịch bản âm thanh, kỹ thuật thu âm, xử lý hậu kỳ (lọc nhiễu, phối nhạc nền, tiếng động, ứng dụng AI) đến tối ưu hóa file và xuất bản sản phẩm. Học phần cũng chú trọng rèn luyện kỹ năng làm việc nhóm và ý thức tuân thủ bản quyền, sở hữu trí tuệ trong sáng tạo nội dung số.
27	Đồ họa chuyển động 2D	3	Học phần cung cấp kiến thức và kỹ năng về thiết kế đồ họa chuyển động 2D (Motion Graphics) phục vụ truyền thông số bằng phần mềm Adobe After Effects. Sinh viên được trang bị kiến thức về nguyên lý diễn hoạt, quy trình thiết kế và sản xuất Motion Graphics; kỹ năng phân tích yêu cầu của sản phẩm truyền thông đa phương tiện, xây dựng ý tưởng, storyboard và lựa chọn hình thức thể hiện,

			kỹ thuật, phần mềm và quy trình thực hiện phù hợp. Thông qua các bài tập và dự án thực hành, sinh viên có khả năng thiết kế và sản xuất sản phẩm đồ họa chuyển động 2D đáp ứng mục tiêu truyền thông; đồng thời tuân thủ các quy định về bản quyền, sở hữu trí tuệ và trách nhiệm xã hội trong quá trình thiết kế, sản xuất và khai thác sản phẩm truyền thông số.
28	Marketing số	3	Học phần Marketing số (Digital Marketing) cung cấp cho người học hệ thống kiến thức và kỹ năng về việc ứng dụng nền tảng, công cụ và công nghệ số trong hoạch định, triển khai và đánh giá hoạt động marketing của doanh nghiệp. Nội dung tập trung vào tổng quan và chiến lược Marketing số; phân tích môi trường và hành vi khách hàng trực tuyến; nghiên cứu thị trường số; quản trị quan hệ khách hàng (CRM); thiết kế trải nghiệm khách hàng số; Content Marketing, Website, SEO/SEM, Social Media, Email, quảng cáo số, Influencer/KOL, Mobile Marketing, Affiliate Marketing và thương mại điện tử. Học phần đồng thời giới thiệu việc ứng dụng AI, Big Data và các công cụ phân tích dữ liệu trong sáng tạo nội dung, cá nhân hóa trải nghiệm khách hàng, tối ưu chiến dịch và đo lường hiệu quả Marketing số. Bên cạnh đó, CSR, ESG và các Mục tiêu Phát triển Bền vững (SDGs) được lồng ghép trong quá trình xây dựng chiến lược, nội dung và hoạt động truyền thông, góp phần hình thành tư duy Marketing số hiệu quả, đổi mới, có trách nhiệm, minh bạch và hướng tới phát triển bền vững.
29	Quản trị học	3	Quản trị học là môn học thuộc lĩnh vực quản trị dành cho sinh viên các ngành kinh tế - quản trị kinh doanh, được phổ biến rộng rãi trong chương trình giảng dạy trong các trường đại học kinh tế và kinh doanh ở các nước trên thế giới và trong nước. Học phần bao gồm các khái niệm, định nghĩa, bản chất và đặc trưng cơ bản của hoạt động quản trị, các kỹ năng cần thiết của nhà quản trị, môi trường quản trị, các lý thuyết (trường phái) quản trị khác nhau cả cổ điển và hiện đại. Phần lớn thời gian và trọng tâm của chương trình dành để đi sâu nghiên cứu, tìm hiểu các chức năng của quản trị như: hoạch định; tổ chức; lãnh đạo điều hành và kiểm tra, kiểm soát. Ngoài ra chương trình cũng cung cấp một số vấn đề mới của quản trị học hiện đại như quản trị thông tin và ra quyết định, quản trị sự đổi mới/thay đổi, quản trị xung đột, quản trị rủi ro và cơ hội của một doanh nghiệp.
30	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.
31	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.
32	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.
33	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 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.
34	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 đa phương tiện; hướng dẫn sử dụng các công cụ trí tuệ nhân tạo và công nghệ số để hỗ trợ xây dựng ý tưởng, sáng tạo nội dung, biên tập và phát triển sản phẩm truyền thông trên nhiều nền tảng. Học phần cũng trang bị kỹ năng tổ chức nội dung phù hợp với đặc điểm của từng nền tảng truyền thông số, đồng thời rèn luyện năng lực đổi mới sáng tạo, thích ứng với sự phát triển của công nghệ AI và trách nhiệm trong học tập cũng như hoạt động nghề nghiệp.
35	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.
36	Chiến lược và kế hoạch truyền thông	3	Học phần cung cấp kiến thức và kỹ năng xây dựng chiến lược, kế hoạch truyền thông cho doanh nghiệp, tổ chức và các chiến dịch truyền thông xã hội. Nội dung học phần bao gồm nghiên cứu công chúng, phân tích môi trường truyền thông, xác định mục tiêu và thông điệp, lựa chọn chiến lược, công cụ và kênh truyền thông, lập ngân sách và đánh giá hiệu quả truyền thông. Sinh viên được thực hành xây dựng kế hoạch truyền thông tích hợp thông qua các dự án và tình huống thực tiễn.
37	Đo lường và phân tích dữ liệu truyền thông số	3	Học phần cung cấp kiến thức và kỹ năng về đo lường và phân tích dữ liệu truyền thông số nhằm đánh giá hiệu quả hoạt động truyền thông và hỗ trợ ra quyết định trong lĩnh vực truyền thông đa

			phương tiện. Sinh viên được trang bị kiến thức về các nguyên lý, quy trình và mô hình đo lường hiệu quả truyền thông số; sử dụng các công cụ số, công cụ trí tuệ nhân tạo và phần mềm phân tích dữ liệu để thu thập, xử lý, trực quan hóa và phân tích dữ liệu truyền thông. Thông qua các bài tập và dự án thực hành, sinh viên có khả năng phân tích dữ liệu nhằm đánh giá hiệu quả hoạt động truyền thông và hỗ trợ ra quyết định; đồng thời hình thành năng lực tự chủ, tự học và tư duy trong học tập, nghiên cứu và hoạt động nghề nghiệp.
38	Truyền thông mạng xã hội	3	Học phần Truyền thông mạng xã hội trang bị cho sinh viên hệ thống kiến thức toàn diện và kỹ năng thực hành chuyên sâu về truyền thông trên các nền tảng mạng xã hội phổ biến (Facebook, TikTok, YouTube, Instagram, LinkedIn, Zalo...). Nội dung học phần tập trung vào: Nguyên lý vận hành, thuật toán phân phối nội dung và đặc điểm hành vi của công chúng trên các nền tảng mạng xã hội. Quy trình lập kế hoạch chiến lược truyền thông mạng xã hội; sáng tạo và sản xuất nội dung đa phương tiện tối ưu cho từng nền tảng. Kỹ năng phân tích dữ liệu, theo dõi chỉ số hiệu quả (KPIs), lắng nghe mạng xã hội (Social Listening) và quản trị truyền thông trực tuyến. Năng lực tự chủ, khả năng thích ứng linh hoạt trước sự thay đổi của công nghệ/thuật toán và tuân thủ chuẩn mực trách nhiệm truyền thông số.
39	Dự án đa phương tiện	2	Học phần Dự án đa phương tiện trang bị cho sinh viên kiến thức nền tảng về tổ chức sản xuất sản phẩm truyền thông đa phương tiện dưới góc độ quản lý dự án: khái niệm, mô hình quản lý (top-down, thác nước, mẫu, xoắn ốc), quy trình xác định nhu cầu và phạm vi dự án. Ở mức nâng cao, học phần cung cấp phương pháp xác định giải pháp kỹ thuật, quản lý tiến độ, nguồn lực, chi phí, chất lượng và rủi ro trong tổ chức sản xuất sản phẩm truyền thông. Ở mức mở rộng, sinh viên vận dụng toàn bộ kiến thức để tổ chức triển khai một dự án truyền thông đa phương tiện hoàn chỉnh cho khách hàng/tổ chức thực tế, làm việc theo nhóm, thuyết trình và bảo vệ sản phẩm dự án trước hội đồng, qua đó phát triển năng lực quản lý, giải quyết vấn đề và trách nhiệm nghề nghiệp.
40	Báo chí đa phương tiện	3	Học phần cung cấp cho người học kiến thức cơ bản về báo chí đa phương tiện, bao gồm lịch sử hình thành, khái niệm, vai trò và đặc trưng; mô hình tổ chức tòa soạn báo chí đa phương tiện; quy trình sản xuất, biên tập và phát hành nội dung báo chí trên các nền tảng. Thông qua các hoạt động học tập và thực hành, người học từng bước hình thành kỹ năng sản xuất và biên tập các sản phẩm báo chí đa phương tiện phù hợp với yêu cầu của môi trường truyền thông hiện đại.

41	Sáng tạo nội dung Marketing	3	Học phần giới thiệu các nguyên tắc và phương pháp sáng tạo nội dung marketing trong môi trường số. Nội dung tập trung vào nghiên cứu công chúng, xây dựng ý tưởng, phát triển thông điệp thương hiệu, sáng tạo nội dung đa nền tảng cho website, mạng xã hội và chiến dịch marketing số. Sinh viên được thực hành xây dựng kế hoạch nội dung, ứng dụng công nghệ số và AI trong sản xuất nội dung, đồng thời phát triển tư duy sáng tạo và khả năng thích ứng với các xu hướng truyền thông mới.
42	Quan hệ công chúng	2	Học phần cung cấp kiến thức nền tảng về quan hệ công chúng, quản trị danh tiếng và xây dựng hình ảnh tổ chức. Nội dung học phần bao gồm quan hệ báo chí, truyền thông nội bộ, truyền thông cộng đồng, xây dựng thông điệp và quản lý quan hệ với các nhóm công chúng. Thông qua các bài tập thực hành và tình huống nghề nghiệp, sinh viên được phát triển các kỹ năng cần thiết trong lĩnh vực PR hiện đại.
43	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. 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.
44	Dựng hình 3D	3	Học phần cung cấp kiến thức nền tảng và kỹ năng thực hành tạo hình trong không gian 3 chiều ứng dụng cho truyền thông đa phương tiện và quảng cáo. Sinh viên nắm vững quy trình dựng hình (3D modeling), trải UV, gán chất liệu (texturing), thiết lập ánh sáng và xuất ảnh/video (rendering) bằng các phần mềm chuyên dụng và công cụ hỗ trợ. Qua đó, người học phát triển tư duy thẩm mỹ không gian, khả năng giải quyết bài toán kỹ thuật và tuân thủ bản quyền tài sản số.
45	Sản xuất phim hoạt hình	3	Học phần cung cấp kiến thức và kỹ năng về sản xuất phim hoạt hình phục vụ truyền thông số thông qua việc vận dụng các nguyên lý diễn hoạt, quy trình tiền kỳ, sản xuất và hậu kỳ cùng các phần mềm chuyên ngành, công cụ số và trí tuệ nhân tạo. Sinh viên được trang bị kiến thức về quy trình sản xuất phim hoạt hình và kỹ năng phân tích yêu cầu của sản phẩm truyền thông đa phương tiện nhằm lựa chọn hình thức thể hiện, kỹ thuật, phần mềm, công cụ và quy trình sản xuất phù hợp với mục

			tiêu truyền thông. Thông qua các bài tập và dự án thực hành, sinh viên có khả năng sản xuất và hoàn thiện sản phẩm phim hoạt hình đáp ứng yêu cầu truyền thông; đồng thời tuân thủ các quy định về bản quyền, sở hữu trí tuệ và trách nhiệm xã hội trong hoạt động truyền thông đa phương tiện.
46	Thiết kế nhân vật	3	Học phần Thiết kế nhân vật trang bị cho người học kiến thức và kỹ năng phát triển nhân vật phục vụ sản phẩm truyền thông đa phương tiện, hoạt hình, video, trò chơi, nội dung số hoặc chiến dịch truyền thông. Nội dung học phần bao gồm phân tích ý tưởng, thông điệp, kịch bản, thế giới nội dung, tính cách nhân vật, tỷ lệ, hình khối, biểu cảm, màu sắc, trang phục và phong cách tạo hình. Người học được thực hành phác thảo, phát triển concept, xây dựng sheet nhân vật, hoàn thiện hồ sơ nhân vật và xuất file đúng tiêu chuẩn kỹ thuật bằng phần mềm thiết kế, công cụ số và AI hỗ trợ. Học phần chú trọng khả năng lý giải ý tưởng, tính nhất quán của nhân vật với mục tiêu truyền thông, đồng thời rèn luyện ý thức tuân thủ bản quyền nguồn tham khảo, sở hữu trí tuệ và trách nhiệm xã hội khi phát triển hình ảnh nhân vật.
47	Thiết kế trải nghiệm người dùng	3	Học phần cung cấp cho sinh viên kiến thức nền tảng về các nguyên lý, quy trình thiết kế trải nghiệm người dùng, các yếu tố cấu thành giao diện người dùng. Nội dung học phần bao gồm các phương pháp nghiên cứu người dùng, xây dựng wireframe, prototype và thiết kế giao diện phù hợp với nhu cầu và bối cảnh sử dụng thực tiễn. Trên cơ sở đó, người học phân tích các vấn đề thiết kế, yêu cầu người dùng, chức năng, giao diện và trải nghiệm người dùng trong quá trình thiết kế sản phẩm truyền thông số, đồng thời vận dụng tư duy phản biện và tư duy sáng tạo để đề xuất các giải pháp thiết kế phù hợp. Ngoài ra, học phần chú trọng hình thành trách nhiệm xã hội và đạo đức nghề nghiệp trong thiết kế trải nghiệm người dùng phù hợp với nhu cầu người dùng và chuẩn mực nghề nghiệp.
48	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.

49	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.
50	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 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.
51	Truyền thông quốc tế	3	Học phần cung cấp kiến thức nền tảng và chuyên sâu về truyền thông quốc tế trong bối cảnh toàn cầu hóa, bao gồm các lý thuyết, mô hình, xu hướng và đặc điểm của hoạt động truyền thông xuyên biên giới, giao tiếp liên văn hóa và quản trị hình ảnh, thông điệp trên phạm vi quốc tế. Người học tìm hiểu vai trò của các chủ thể, nền tảng và kênh truyền thông toàn cầu, đồng thời được rèn luyện năng lực tổ chức các hoạt động và dự án truyền thông quốc tế trên nền tảng số. Học phần chú trọng phát triển tư duy phản biện, kỹ năng làm việc nhóm đa văn hóa, năng lực đổi mới sáng tạo và khả năng thích ứng. Nội dung được thiết kế theo ba cấp độ cơ bản, nâng cao và mở rộng, giúp người học chủ động, sáng tạo và có trách nhiệm khi tham gia hoạt động truyền thông trong môi trường quốc tế.
52	Tiếng Anh chuyên ngành	3	Học phần cung cấp và rèn luyện vốn tiếng Anh chuyên ngành truyền thông đa phương tiện, 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 truyền thông, báo chí, marketing và sản xuất nội dung số. 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 truyền thông đa phương tiện.

53	Thực tập doanh nghiệp	2	Học phần Thực tập doanh nghiệp tạo điều kiện cho sinh viên vận dụng kiến thức về quy trình sản xuất và hoàn thiện sản phẩm truyền thông đa phương tiện 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 tiêu chuẩn sản phẩm tại doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực truyền thông đa phương tiện. Sinh viên tham gia phân tích yêu cầu, lập kế hoạch và thực hiện các nhiệm vụ liên quan đến thiết kế, sản xuất, chỉnh sửa và hoàn thiện sản phẩm truyền thông theo sự hướng dẫn của doanh nghiệp. 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 giải quyết 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.
54	Khóa luận tốt nghiệp	8	Học phần khóa luận tốt nghiệp (KLTN) được thực hiện trên cơ sở các kiến thức, kỹ năng mà sinh viên đã tích lũy trong quá trình học tập. Sinh viên vận dụng kiến thức cơ bản về phương pháp nghiên cứu khoa học và các kiến thức, kỹ năng chuyên môn nghiệp vụ có liên quan đến lĩnh vực truyền thông đa phương tiện vào việc lựa chọn và giải quyết vấn đề nghiên cứu. Sinh viên hình thành ý tưởng nghiên cứu, tìm nơi có điều kiện triển khai, được phân công giảng viên hướng dẫn; Lập đề cương nghiên cứu; Triển khai nghiên cứu, phân tích kết quả, tổng hợp và viết KLTN; Trình bày kết quả nghiên cứu trước Hội đồng chấm KLTN.
55	Truyền thông hình ảnh	3	Học phần Truyền thông hình ảnh cung cấp cho sinh viên những kiến thức nền tảng và chuyên sâu về vai trò của hình ảnh trong hoạt động truyền thông hiện đại; các nguyên lý của ngôn ngữ hình ảnh, mỹ thuật ứng dụng, tâm lý thị giác và kể chuyện bằng hình ảnh (Visual Storytelling) trong xây dựng thông điệp truyền thông. Học phần giúp sinh viên phân tích mối quan hệ giữa hình ảnh, nội dung và công chúng, đồng thời hiểu được quy trình xây dựng các sản phẩm truyền thông trực quan phục vụ hoạt động quan hệ công chúng, truyền thông doanh nghiệp, truyền thông marketing tích hợp và truyền thông số. Học phần chú trọng phát triển kỹ năng thiết kế và sản xuất các sản phẩm truyền thông hình ảnh trên nhiều nền tảng như website, mạng xã hội, báo điện tử và các nền tảng truyền thông số khác thông qua việc ứng dụng các phần mềm thiết kế đồ họa, xử lý hình ảnh, công nghệ số và trí tuệ nhân tạo (AI). Sinh viên được thực hành xây dựng hệ thống hình ảnh truyền thông, sáng tạo nội dung trực quan và triển khai các dự án truyền thông hình ảnh đáp ứng mục tiêu truyền thông

			của tổ chức, doanh nghiệp và cộng đồng. Kết thúc học phần, sinh viên có khả năng phân tích các yếu tố tạo nên hiệu quả của truyền thông hình ảnh; thiết kế và phát triển các sản phẩm truyền thông trực quan; ứng dụng công nghệ số và AI trong quá trình sáng tạo nội dung; đồng thời xây dựng và triển khai dự án truyền thông hình ảnh phù hợp với yêu cầu nghề nghiệp, tuân thủ các quy định về đạo đức nghề nghiệp, pháp luật và sở hữu trí tuệ.
56	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.
57	Sáng tạo thông điệp truyền thông	2	Học phần Sáng tạo thông điệp truyền thông trang bị cho sinh viên kiến thức chuyên sâu và kỹ năng thực hành về quy trình tư duy, thiết kế và phát triển thông điệp truyền thông hiệu quả trong môi trường truyền thông đa nền tảng. Nội dung học phần tập trung vào: Bản chất, nguyên lý kết dính và cấu trúc của thông điệp truyền thông số. Quy trình phân tích Insight (thấu hiểu công chúng) để xác định ý tưởng chủ đạo (Big Idea) và thông điệp cốt lõi (Core Message). Kỹ năng thể hiện thông điệp qua các hình thức đa phương tiện (văn bản, hình ảnh, âm thanh, video) tối ưu cho từng nền tảng truyền thông. Đánh giá tính khả thi, chuẩn mực đạo đức, trách nhiệm xã hội và các phương pháp đo lường phản hồi/hiệu quả của thông điệp.

7. Chuyển ngành đào tạo và học tập suốt đời

7a. Sinh viên trường khác, ngành khác có thể chuyển đến?	Có thể	
7b. Sinh viên có thể chuyển đi sang học ngành khác?	Có thể	
7c. 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 không ngừng nâng cao chất lượng đào tạo, xây dựng môi trường học tập chủ động, sáng tạo, gắn với trải nghiệm thực tiễn và nhu cầu của thị trường lao động. Hoạt động đào tạo được tổ chức theo hướng linh hoạt, tăng cường đổi mới phương pháp giảng dạy, ứng dụng công nghệ và mở rộng hợp tác với doanh nghiệp nhằm phát triển năng lực nghề nghiệp, khả năng thích ứng, học tập suốt đời và hội nhập của người học.

Các định hướng và chính sách chất lượng chủ yếu gồm:

- Xây dựng môi trường học tập năng động, khuyến khích trải nghiệm thực tế, phát huy năng lực cá nhân, tinh thần đổi mới sáng tạo, khả năng khởi nghiệp và học tập suốt đời của người học;
- Tăng cường hợp tác với doanh nghiệp, tổ chức nghề nghiệp và các đối tác trong và ngoài nước nhằm gắn kết hoạt động đào tạo với thực tiễn, nâng cao cơ hội thực tập, trải nghiệm nghề nghiệp và việc làm cho sinh viên;
- Thường xuyên cải tiến chất lượng đào tạo, nghiên cứu khoa học và phục vụ cộng đồng thông qua đầu tư cơ sở vật chất, phát triển học liệu, đổi mới phương pháp giảng dạy và nâng cao năng lực đội ngũ cán bộ, giảng viên, nhân viên đáp ứng các tiêu chuẩn và yêu cầu bảo đảm chất lượng;
- Đẩy mạnh ứng dụng công nghệ số, phát triển phương thức giáo dục mở và môi trường học tập linh hoạt, phù hợp với xu thế chuyển đổi số và sự phát triển của khoa học, công nghệ;
- Tăng cường hệ thống bảo đảm chất lượng bên trong, thường xuyên thu thập và sử dụng thông tin phản hồi của người học, nhà tuyển dụng và các bên liên quan để cải tiến chương trình đào tạo, hoạt động giảng dạy và các dịch vụ hỗ trợ;
- Thực hiện rà soát, đánh giá và cải tiến liên tục nhằm bảo đảm chuẩn đầu ra của chương trình đào tạo, nâng cao mức độ hài lòng của người học và các bên liên quan, đáp ứng yêu cầu phát triển nguồn nhân lực và hội nhập quốc tế.

9. Ngày thiết kế/rà soát Bản mô tả chương trình đào tạo: Tháng 08 năm 2026

DUYỆT **HIỆU TRƯỞNG**	**TRƯỞNG KHOA**
PGS. TS. Nguyễn Hữu Cương	**PGS.TS Nguyễn Minh Dân**