

**CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO TRÌNH ĐỘ ĐẠI HỌC**  
**NGÀNH ĐÀO TẠO: CÔNG NGHỆ VÀ KINH DOANH THỰC PHẨM**

**ĐỀ CƯƠNG CHI TIẾT HỌC PHẦN**  
**KQ03204: QUAN HỆ CÔNG CHÚNG (PUBLIC RELATION)**

**I. Thông tin về học phần**

- Mã học phần: KQ03204
- Học kì: **5**
- Tín chỉ: **2 (Lý thuyết: 2 – Thực hành: 0- Tự học: 6)**
- Giờ tín chỉ đối với các hoạt động học tập
  - + Học lý thuyết trên lớp: 20 tiết
  - + Làm bài tập trên lớp: 5 tiết
  - + Thuyết trình và thảo luận trên lớp: 5 tiết
- Tự học: 60 tiết (theo kế hoạch cá nhân hoặc hướng dẫn của giảng viên)
- Đơn vị phụ trách:
  - Bộ môn: Quản trị kinh doanh
  - Khoa: Kế toán và QTKD
- Học phần thuộc khối kiến thức:

Đại cương <input type="checkbox"/>		Cơ sở ngành <input type="checkbox"/>		Chuyên ngành 1 x	
Bắt buộc <input type="checkbox"/>	Tự chọn <input type="checkbox"/>	Bắt buộc <input type="checkbox"/>	Tự chọn <input type="checkbox"/>	Bắt buộc <input type="checkbox"/>	Tự chọn <input checked="" type="checkbox"/>

- Học phần học song hành: Không
- Học phần tiên quyết: Không
- Ngôn ngữ giảng dạy: tiếng Anh  Tiếng Việt

**II. Mục tiêu và kết quả học tập mong đợi**

**II. Chuẩn đầu ra của chương trình đào tạo và mục tiêu, kết quả học tập mong đợi của học phần**

*\* Các chuẩn đầu ra và chỉ báo của chương trình đào tạo mà học phần đóng góp:*

<b>Chuẩn đầu ra</b>	<b>Chỉ báo đánh giá việc thực hiện được chuẩn đầu ra</b>
Sau khi hoàn tất chương trình, sinh viên có thể:	
<b>Kiến thức chuyên môn</b>	
<b>CDR3: Vận dụng</b> kiến thức chuyên sâu về quản trị, kế toán, tài	3.3. Hoạch định chiến lược marketing thực phẩm

<b>Chuẩn đầu ra</b> Sau khi hoàn tất chương trình, sinh viên có thể:	<b>Chỉ báo đánh giá việc thực hiện được chuẩn đầu ra</b>
chính và marketing vào quản lý các hoạt động kinh doanh thực phẩm.	
<b>Kỹ năng chung</b>	
<b>CDR6. Giao tiếp</b> đa phương tiện, đa văn hoá một cách hiệu quả; Có năng lực ngoại ngữ đạt trình độ B1 theo quy định của Bộ GDĐT	6.1. Vận dụng linh hoạt giao tiếp đa phương tiện trong các hoạt động nghề nghiệp
<b>CDR7.</b> Làm việc nhóm đạt mục tiêu đề ra ở vị trí là thành viên hay người trưởng nhóm..	7.1 Tổng hợp ý kiến, phối hợp với các thành viên trong công việc
<b>CDR8. Sử dụng</b> tư duy phản biện và sáng tạo để giải quyết các vấn đề trong nghiên cứu, sản xuất và kinh doanh thực phẩm một cách hiệu quả.	8.2 Sử dụng tư duy phản biện và sáng tạo để giải quyết các vấn đề trong sản xuất và kinh doanh thực phẩm
<b>CDR12. Xây dựng</b> phương án giải quyết các tình huống thực tiễn trong sản xuất và kinh doanh thực phẩm.	12.2. Xây dựng phương án giải quyết các tình huống thực tiễn trong kinh doanh thực phẩm.
<b>Năng lực tự chủ và trách nhiệm</b>	
<b>CDR13. Thể hiện</b> tinh thần khởi nghiệp và có động cơ học tập suốt đời.	13.1. Thể hiện tinh thần khởi nghiệp
<b>CDR14. Thể hiện</b> trách nhiệm xã hội và đạo đức nghề nghiệp, tuân thủ các quy định và luật về sản xuất và kinh doanh thực phẩm.	14.1 Thể hiện trách nhiệm xã hội và đạo đức nghề nghiệp

**\* Mục tiêu:**

- Học phần nhằm giúp người học đạt được những kiến thức về quan hệ công chúng, nguyên tắc của giao tiếp, truyền thông liên các nhân và truyền thông qua phương tiện thông tin đại chúng để truyền thông một cách hiệu quả
- Học phần rèn luyện cho người học có kỹ năng về kỹ năng vận dụng linh hoạt các kỹ năng về giao tiếp, lãnh đạo quản lý, làm việc nhóm, chỉnh sửa video thực hiện trong công việc.
- Học phần hình thành cho người học thái độ chủ động, tích cực trong học tập, nghiên cứu và tổ chức công việc liên quan tới lĩnh vực quản lý và có tinh thần trách nhiệm, đạo đức nghề nghiệp

**\* Kết quả học tập mong đợi của học phần**

Học phần đóng góp cho Chuẩn đầu ra sau đây của CTĐT theo mức độ sau:

*I – Giới thiệu (Introduction); P – Thực hiện (Practice); R – Củng cố (Reinforce); M – Đạt được (Master)*

Mã HP	Tên HP	Mức độ đóng góp của học phần cho CDR của CTĐT						
		3.3	6.1	7.1	8.2	12.2	13.1	14.1
KQ03327	Quản trị kênh phân phối	P	R	R	R	P	P	P

Ký hiệu	KQHTMĐ của học phần	CDR của
---------	---------------------	---------

	<b>Hoàn thành học phần này, sinh viên thực hiện được</b>	<b>CTĐT</b>
Kiến thức		
K1	Hoạch định chương trình PR	3.3
Kỹ năng		
K2	Vận dụng linh hoạt giao tiếp truyền thông trong các hoạt động nghề nghiệp	6.1
K3	Tổng hợp ý kiến, phối hợp với các thành viên trong công việc	7.1
K4	Sử dụng tư duy phản biện và sáng tạo để giải quyết các vấn đề thực hiện hoạt động PR của các tổ chức sản xuất kinh doanh thực phẩm	8.2
K5	Xây dựng phương án giải quyết các tình huống thực tiễn chương trình PR trong kinh doanh thực phẩm.	12.2
Năng lực tự chủ và trách nhiệm		
K6	Thể hiện sự tích cực trong học tập, nghiên cứu nâng cao trình độ chuyên môn nghiệp vụ về thực hiện hoạt động quan hệ công chúng	13.1
K7	Thể hiện trách nhiệm xã hội và đạo đức nghề nghiệp	14.1

### III. Nội dung tóm tắt của học phần

**KQ03327. Quản trị kênh phân phối (Management of Distribution Channel). (2TC: 2 – 0 - 6).**

Mô tả vắn tắt nội dung: Học phần này gồm **Khái quát về quản trị kênh phân phối; Các chủ thể tham gia kênh phân phối; Hành vi trong kênh và môi trường hoạt động của các kênh phân phối; Chiến lược kênh phân phối; Thiết kế kênh và tuyển chọn thành viên; Quản lý dòng chảy kênh và khuyến khích thành viên kênh; Đánh giá các thành viên kênh.**

### IV. Phương pháp giảng dạy và học tập

#### 1. Phương pháp giảng dạy

Bảng 1: Phương pháp giảng dạy

<b>KQHTMĐ PPGD</b>	<b>K1</b>	<b>K2</b>	<b>K3</b>	<b>K4</b>	<b>K5</b>	<b>K6</b>	<b>K7</b>
Thuyết giảng	X	X	x	x	x	x	x
Tổ chức học tập theo nhóm	X	X	x	x	x	x	x
E-learning	X	X	x	x	x	x	x

#### 2. Phương pháp học tập

- Tiếp thu các kiến thức trên lớp
- Làm việc nhóm
- Tự học
- E-learning.

## V. Nhiệm vụ của sinh viên

- Chuyên cần: Tất cả sinh viên tham dự học phần này phải tham gia trên 75% thời lượng môn học
- Chuẩn bị cho bài giảng: Tất cả sinh viên tham dự học phần này phải chuẩn bị bài theo yêu cầu của giảng viên.
- Thuyết trình và Thảo luận: Tất cả sinh viên tham dự học phần này phải tham gia thảo luận nhóm tối thiểu 3 chủ điểm. Tổng số chủ điểm thảo luận: 5
- Thi giữa kỳ: Tất cả sinh viên phải tham gia bài thi giữa kỳ theo lịch của giảng viên
- Thi cuối kỳ: Tất cả sinh viên phải tham gia bài thi cuối kỳ theo lịch của học viện

## VI. Đánh giá và cho điểm

### 1. Thang điểm: 10

2. Điểm trung bình của học phần là tổng điểm của các rubric nhân với trọng số tương ứng của từng rubric

### 3. Phương pháp đánh giá

Bảng 2. Ma trận đánh giá

KQHTMD	K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	Thời gian/tuần học
<b>Đánh giá quá trình ( 50%)</b>								
Rubric 1. Tham dự lớp (10%)						X	x	Tuần 1-6
Rubric 2. Thảo luận nhóm (20%)	X	X	x	x	x	X	x	Tuần 2, 3, 5, 6
Kiểm tra giữa kỳ (20%)	X							4
<b>Đánh giá cuối kỳ (50%)</b>								
Thi cuối kỳ (50%)	X	X						Theo lịch thi của Học viện

### Rubric 1. Tham dự lớp

Tiêu chí	Trọng số (%)	Tốt 8.5 – 10 điểm	Khá 6.5 – 8.4 điểm	Trung bình 4.0 – 6.4 điểm	Kém 0 – 3.9 điểm
Mức độ tham gia trả lời các câu hỏi	50	Trả lời đúng trên 80 % câu hỏi	Trả lời đúng 50 % đến 80% câu hỏi	Trả lời đúng từ 30 % đến 50% số câu hỏi	Trả lời đúng dưới 30% câu hỏi
Thái độ tham gia	50	Luôn chủ động, giơ tay trả lời trên 80% các câu hỏi	Chủ động, giơ tay trả lời từ 50% đến 80% số câu hỏi	Ít chủ động, giơ tay trả lời dưới 50%	Chưa chủ động, không giơ tay trả lời câu hỏi
Thời gian tham dự lớp tối thiểu là 75% (theo quy định của Học viện)					

### Rubric 2. Thảo luận nhóm

Tiêu chí	Trọng số (%)	Tốt 8.5 – 10 điểm	Khá 6.5 – 8.4 điểm	Trung bình 4.0 – 6.4 điểm	Kém 0 – 3.9 điểm
Áp dụng các kiến thức	20	Phân tích đầy đủ, chính xác lý thuyết	Nêu đầy đủ, chính xác lý	Nêu đầy đủ, chính xác lý thuyết áp	Nêu chưa đầy đủ lý thuyết áp

quản trị doanh nghiệp để giải quyết các tình huống của tổ chức.		áp dụng để giải quyết tình huống đặt ra	thuyết áp dụng để giải quyết tình huống đặt ra, phân tích được từ 50% trở lên	dụng để giải quyết tình huống đặt ra, chưa phân tích	dụng để giải quyết tình huống
Lập kế hoạch và phân công việc	20	Lập kế hoạch, phân công công việc cụ thể cho từng thành viên trong nhóm	Có lập kế hoạch, nhưng phân công công việc cho chưa rõ ràng cho từng thành viên	Chỉ thực hiện một trong hai hoạt động lập kế hoạch hoặc phân công công viên	Không lập kế hoạch/phân công công việc
Cung cấp thông tin	20	Cung cấp thông tin đầy đủ, có tính cập nhật	Cung cấp thông tin khá đầy đủ, có tính cập nhật	Cung cấp ít thông tin, không cập nhật	Không cung cấp thông tin
Chất lượng sản phẩm	40	Sản phẩm đầy đủ, trình bày đúng trên 80% các nội dung yêu cầu	Sản phẩm khá đầy đủ, trình bày đúng từ 50% đến 80 % các nội dung yêu cầu	Sản phẩm chưa đầy đủ, trình bày đúng từ 30 % đến 50% số nội dung yêu cầu	Sản phẩm chưa đạt, trình bày đúng dưới 30% số nội dung yêu cầu

**Bảng 3. Chỉ báo thực hiện các kết quả học tập mong đợi của học phần**

<b>KQHTMĐ</b>	<b>Chỉ báo thực hiện KQHTMĐ</b>
K1	<p>Chỉ báo 1: Hoạch định chương trình PR của doanh nghiệp sản xuất kinh doanh thực phẩm</p> <p>Chỉ báo 2: Xây dựng chiến lược và chiến thuật truyền thông thực hiện chương trình PR</p> <p>Chỉ báo 3: Hoạch định ngân sách thực hiện chương trình PR</p>

#### **4. Các yêu cầu, quy định đối với học phần**

Không thuyết trình nhóm theo đúng lịch đã thông báo: Tất cả các nhóm không thuyết trình theo đúng lịch sẽ bị trừ 2 điểm

Sinh viên không tham gia thảo luận nhóm sẽ được 0 điểm thuyết trình

Sinh viên không làm bài kiểm tra cá nhân sẽ được 0 điểm

Sinh viên phải đọc bài, chuẩn bị bài trước theo yêu cầu của giáo viên.

#### **VII. Giáo trình/ tài liệu tham khảo**

##### **\* Sách giáo trình/Bài giảng:**

Lê Văn Hùng (2015) Bài giảng nguyên lý quan hệ công chúng. Đại học nông nghiệp

##### **\* Tài liệu tham khảo khác:**

1. Lưu Văn Nghiêm (2011). Quản trị quan hệ công chúng. Đại học Kinh tế quốc dân

2. Anne Gregory, Sáng tạo chiến dịch PR hiệu quả, Trung An và Việt Hà dịch, NXB trẻ Business Egde (MPDF), 2006, Quan hệ công chúng: Biến công chúng thành “Fan” của doanh nghiệp, NXB trẻ

1. Đinh Thúy Hằng, 2008, PR- Lý luận và ứng dụng, NXB Lao động và xã hội

### VIII. Nội dung chi tiết của học phần

Tuần	Nội dung	KQHTMD của học phần
1-2	<b>Chương 1: Tổng quan về PR</b>	
	<p><b>A/ Các nội dung chính trên lớp: (5 tiết)</b>  <b>Nội dung GD lý thuyết (3 tiết):</b>            1.1 Khái niệm về PR                1.1.1 Định nghĩa PR                1.1.2 Phân biệt PR và Quảng cáo, Báo chí                1.1.3 Khái niệm, đặc điểm công chúng            1.2 Lịch sử hình thành và phát triển PR                1.2.1 Lịch sử hình thành                1.2.2 Các quan điểm hình thành và phát triển            1.3 Vai trò PR trong Marketing Mix            1.4 Các hoạt động PR            1.5 Tiến trình PR            1.6 Xu hướng phát triển PR trên thế giới và Việt Nam  <b>Nội dung semina/thảo luận: (2 tiết)</b>            - Bài thảo luận từ hoạt động PR thực tiễn            - Hình thành ý tưởng dự án thực hiện hoạt động PR cho cửa hàng kinh doanh            - Hình thành nhóm kinh doanh</p>	K1, K2, K3, K4, K5
	<p><b>B/Các nội dung cần tự học ở nhà: (15 tiết)</b>            Đọc, tìm hiểu thực trạng hiện nay. Tìm hiểu đánh giá hoạt động PR</p>	
3-4	<b>Chương 2: Nghiên cứu và công chúng</b>	
	<p><b>A/Tóm tắt các nội dung chính trên lớp: (5 tiết)</b>  <b>Nội dung GD lý thuyết (3 tiết):</b>            2.1 Nghiên cứu                2.1.1 Mục đích                2.1.2 Phương pháp                2.1.3 Nội dung nghiên cứu                2.1.4 Ý nghĩa            2.2 Công chúng                2.2.1 Khái niệm                2.2.2 Phân loại công chúng                2.2.3 Mối quan hệ công chúng nội bộ và công chúng bên</p>	K1, K2, K3, K4, K5

Tuần	Nội dung	KQHTMD của học phần
	ngoài 2.2.4 Công chúng và nhóm công chúng <b>Nội dung semina/thảo luận: (2 tiết)</b> Tìm kiếm các cơ hội thực hiện hoạt động PR	
	<b>B/ Bài tập về nhà: 15 tiết</b>	
5-6	<b>Chương 3: Lập kế hoạch thực hiện chương trình PR</b>	
	<b>A/ Tóm tắt các nội dung chính trên lớp: (5 tiết)</b> <b>Nội dung GD lý thuyết (5): 3 tiết</b> 3.1 Sự cần thiết phải lập kế hoạch cho chương trình PR 3.2 Phương pháp lập kế hoạch 3.3 Các bước lập kế hoạch 3.4 Trình tự lập kế hoạch PR 3.5 Một số tình huống <b>Nội dung semina/thảo luận: (2 tiết)</b> -Project môn học (làm theo nhóm; 3-5 SV/nhóm): Giai đoạn 1: Lập 01 kế hoạch chi tiết về dự án kinh doanh trong Doanh nghiệp nhỏ và HTX, đánh giá tính khả thi và chuẩn bị triển khai thực tiễn.	K1, K2, K3, K4, K5, K6
	<b>B/Các nội dung cần tự học ở nhà: (15 tiết)</b> Tìm hiểu, gặp gỡ và trao đổi với ít nhất 5 người là chủ các cửa hàng, chủ doanh nghiệp nhỏ, Chủ nhiệm HTX...về kinh nghiệm kinh doanh	
7-8	<b>Chương 4: Các hoạt động PR trong doanh nghiệp</b>	
	<b>A/ Tóm tắt các nội dung chính trên lớp: (5 tiết)</b> <b>Nội dung GD lý thuyết: (3 tiết)</b> 4.1 Hoạt động PR trong doanh nghiệp 4.2 Tổ chức các hoạt động đối ngoại, đối nội: 4.2.1 Soạn thảo thông cáo báo chí cho giới truyền thông 4.2.2 Tổ chức họp báo, đón tiếp khách tham quan 4.2.3 Tổ chức các buổi phỏng vấn lãnh đạo cho các cơ quan truyền thông 4.3 Biên tập và xuất bản tạp chí cho các đối tượng liên quan 4.4 Tổ chức các sự kiện 4.4.1 Triển lãm, hội thảo giới thiệu sản phẩm 4.4.2 Hội nghị khách hàng 4.4.3 Hợp tác thương mại, thăm dò ý kiến, tạo lập hình ảnh và ấn tượng 4.4.4 Xử lý khủng hoảng (Nội dung, nguyên tắc) <b>Nội dung semina/thảo luận: (2 tiết)</b>	K1, K2, K3, K4, K5

Tuần	Nội dung	KQHTMD của học phần
	- Bài tập tình huống về hoạt động PR	
	<b>B/Các nội dung cần tự học ở nhà: (15 tiết)</b> Tìm hiểu, gặp gỡ và trao đổi với chủ doanh nghiệp, chuyên gia Marketing thực hiện các hoạt động PR	
	<b>Chương 5: PR với truyền thông</b>	
9-10	<b>A/ Tóm tắt các nội dung chính trên lớp: (5 tiết)</b> <b>Nội dung GD lý thuyết: (3 tiết)</b> 5.1 Khái niệm truyền thông 5.2 Sơ đồ truyền thông cá nhân, tổ chức 5.3 Các hình thức truyền thông: 5.3.1 Truyền thông in ấn 5.3.2 Truyền thông nói 5.3.3 Truyền thông bằng hình ảnh 5.3.4 Truyền thông online 5.4 Nội dung truyền thông 5.5 Các phong cách tiếp cận với truyền thông <b>Nội dung semina/thảo luận: (2 tiết)</b> - Bài tập tình huống về thực hiện quan hệ truyền thông – họp báo, phỏng vấn báo chí,... <b>B/Các nội dung cần tự học ở nhà: (15 tiết)</b> Tìm hiểu các hoạt động truyền thông, quan hệ truyền thông của doanh nghiệp.	K1, K2, K3, K4, K5
	<b>Chương 6: Đánh giá PR</b>	
11-13	<b>A/ Tóm tắt các nội dung chính trên lớp: (5 tiết)</b> <b>Nội dung GD lý thuyết: (3 tiết)</b> 6.1 Khái niệm 6.2 Điều kiện cần và đủ để đánh giá hoạt động PR 6.3 Phương pháp đánh giá PR 6.4 Đánh giá hoạt động PR trong doanh nghiệp 6.4.1 Đánh giá đầu ra 6.4.2 Đánh giá hiệu quả 6.5 Chỉ tiêu đánh giá <b>Nội dung semina/thảo luận: (2 tiết)</b>	K1, K2, K3, K4, K5, K6, K7



Tuần	Nội dung	KQHTMD của học phần
	<p>- Trình chiếu sản phẩm thực hiện hoạt động PR</p> <p><b>B/Các nội dung cần tự học ở nhà: (15 tiết)</b></p> <p><i>Chỉ tiêu đánh giá hoạt động PR</i></p> <p><b>Trình bày và nộp kết quả dự án</b></p> <p>Các nhóm báo cáo kết quả thực hiện dự án. Trình chiếu sản phẩm thực hiện hoạt động PR</p>	

### IX. Yêu cầu của giảng viên đối với học phần

- Phòng học: Phòng học có điều kiện tốt (Quạt, điều hoà...)
- Phương tiện phục vụ giảng dạy: Máy chiếu projector, loa, mic, ổ cắm, phấn, bảng.
- Có các điều kiện cần thiết để học tập E-learning.

**TRƯỞNG BỘ MÔN**  
(Ký và ghi rõ họ tên)

Hà Nội, ngày tháng năm  
**GIẢNG VIÊN BIÊN SOẠN**  
(Ký và ghi rõ họ tên)

**P. TRƯỞNG KHOA**  
(Ký và ghi rõ họ tên)

TS. Nguyễn Thị Thu Trang

**GIÁM ĐỐC**  
(Ký và ghi rõ họ tên)

TS. Nguyễn Hải Núi

**PHỤ LỤC: DANH SÁCH GIẢNG VIÊN, GIẢNG VIÊN HỖ TRỢ CÓ THỂ THAM GIA  
GIẢNG DẠY HỌC PHẦN**

**Giảng viên phụ trách môn học**

Họ và tên: Nguyễn Thị Thu Trang	Học hàm, học vị: Thạc sĩ
Địa chỉ cơ quan: Bộ môn Quản trị kinh doanh- Khoa Kế toán và Quản trị Kinh doanh	Điện thoại liên hệ: 01205011984
Email: <a href="mailto:nt2trang.kt@gmail.com">nt2trang.kt@gmail.com</a>	Trang web: <a href="http://ketoan.vnua.edu.vn/index.php/vi/">http://ketoan.vnua.edu.vn/index.php/vi/</a>
Cách liên lạc với giảng viên: Qua email Trực tiếp tại VP: Bộ môn QTKD, Khoa kế toán và QTKD, phòng 419, nhà hành chính, Học viện Nông nghiệp Việt Nam.	
Họ và tên: Phạm Thị Hương Dịu	Học hàm, học vị: Tiến sĩ
Địa chỉ cơ quan: Bộ môn Quản trị kinh doanh- Khoa Kế toán và Quản trị Kinh doanh	Điện thoại liên hệ:
Email:	Trang web: <a href="http://ketoan.vnua.edu.vn/index.php/vi/">http://ketoan.vnua.edu.vn/index.php/vi/</a>
Cách liên lạc với giảng viên: Qua email Trực tiếp tại VP:	
Họ và tên: Nguyễn Hải Núi	Học hàm, học vị: Tiến sĩ
Địa chỉ cơ quan: Bộ môn Quản trị kinh doanh- Khoa Kế toán và Quản trị Kinh doanh	Điện thoại liên hệ:
Email:	Trang web: <a href="http://ketoan.vnua.edu.vn/index.php/vi/">http://ketoan.vnua.edu.vn/index.php/vi/</a>
Cách liên lạc với giảng viên: Qua email Trực tiếp tại VP:	
Họ và tên: Trần Thị Thanh Huyền	Học hàm, học vị: Thạc sĩ
Địa chỉ cơ quan: Bộ môn Quản trị kinh doanh- Khoa Kế toán và Quản trị Kinh doanh	Điện thoại liên hệ:
Email:	Trang web: <a href="http://ketoan.vnua.edu.vn/index.php/vi/">http://ketoan.vnua.edu.vn/index.php/vi/</a>
Cách liên lạc với giảng viên: Qua email Trực tiếp tại VP:	

