

## CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO CỬ NHÂN NGÀNH TRUYỀN THÔNG QUỐC TẾ

### 1. THÔNG TIN CHUNG

Ngành đào tạo: **TRUYỀN THÔNG QUỐC TẾ** bao gồm 2 chuyên sâu:

Chuyên sâu 1: **Truyền thông quốc tế chuyên nghiệp**

Chuyên sâu 2: **Truyền thông Marketing quốc tế**

Mã ngành: 7320107

Cơ sở đào tạo và cấp bằng: **HỌC VIỆN NGOẠI GIAO**

Đơn vị tổ chức giảng dạy: **KHOA TRUYỀN THÔNG & VĂN HÓA ĐỐI NGOẠI**

Tên văn bằng: **BẰNG CỬ NHÂN  
NGÀNH TRUYỀN THÔNG QUỐC TẾ**

Trình độ đào tạo: **ĐẠI HỌC**

Hình thức đào tạo: **CHÍNH QUY**

Thời gian đào tạo: **04 NĂM**

Số lượng học phần:

Số lượng tín chỉ:

Ngôn ngữ đào tạo: **TIẾNG VIỆT, TIẾNG ANH, TIẾNG PHÁP, TIẾNG TRUNG, TIẾNG HÀN**

### 2. MỤC TIÊU ĐÀO TẠO VÀ CHUẨN ĐẦU RA

#### 2.1. Mục tiêu

##### 2.2.1. Mục tiêu chung

Chương trình đào tạo ngành Truyền thông quốc tế được chia làm 2 hướng đào tạo chuyên sâu: Truyền thông quốc tế chuyên nghiệp và Truyền thông Marketing quốc tế.

Mục tiêu chung nhằm đào tạo đội ngũ cử nhân Truyền thông quốc tế với nền tảng kiến thức tốt, thành thạo kỹ năng truyền thông hiện đại, biết vận dụng sáng tạo các kiến thức nền tảng đa dạng (chính trị quốc tế, kinh tế quốc tế, luật pháp quốc tế). Sử dụng thành thạo 01 ngoại ngữ chính (tiếng Anh, Trung, Pháp) và 01 ngoại ngữ thứ hai (tự chọn) vào hoạt động truyền thông quốc tế trong môi trường hội nhập, nhằm phục vụ cho công cuộc phát triển và hội nhập toàn diện của đất nước trong giai đoạn mới (2021-2030).

### **2.1.2. Mục tiêu cụ thể**

Mục tiêu cụ thể của chương trình đào tạo ngành Truyền thông quốc tế được xác định như sau:

**Về kiến thức:** Đào tạo cử nhân am hiểu các *kiến thức cốt lõi về truyền thông* nói chung và *Truyền thông quốc tế* nói riêng, đặc biệt là các kiến thức về kinh tế - văn hóa – xã hội, truyền thông đối ngoại, quan hệ công chúng và xây dựng thương hiệu. Cụ thể, đào tạo đội ngũ cử nhân chương trình Truyền thông quốc tế có *kiến thức chuyên sâu* trong lĩnh vực: báo chí – truyền thông, hoạch định chiến lược truyền thông, xây dựng và phát triển thương hiệu, quan hệ công chúng, truyền thông đối ngoại, truyền thông marketing và quảng cáo.

**Về kỹ năng:** Đào tạo đội ngũ cử nhân có *kỹ năng ngoại ngữ đạt bậc 5/6* theo khung năng lực ngoại ngữ 6 bậc dùng cho Việt Nam. Đội ngũ cử nhân có kỹ năng thuần thục về giao tiếp, diễn thuyết và bảo vệ ý tưởng, đàm phán chiến lược; đáp ứng nhu cầu của thị trường lao động trong và ngoài nước. Đào tạo đội ngũ cử nhân có *kỹ năng sáng tạo ý tưởng, lập kế hoạch và tổ chức thực hiện* các vấn đề chuyên môn. Bên cạnh đó, sinh viên tốt nghiệp có *kỹ năng phân tích, tổng hợp, nghiên cứu, tự học tập suốt đời* nhằm liên tục nâng cao năng lực trong quá trình làm việc sau này.

**Về tinh thần và thái độ làm việc:** Có trách nhiệm cao trong công việc; có đạo đức nghề nghiệp; tôn trọng và chấp hành pháp luật; có ý thức tổ chức kỷ luật; năng động, nhiệt tình và có tinh thần hợp tác trong công việc

## **2.2. Chuẩn đầu ra**

Chuẩn đầu ra của CTĐT có những yêu cầu nhất định về năng lực chuyên môn; năng lực ngoại ngữ; năng lực ứng dụng công nghệ thông tin cơ bản cũng như năng lực

sử dụng thành thạo các công cụ, thiết bị truyền thông hiện đại; năng lực dẫn dắt, chủ trì và làm việc nhóm; kỹ năng tác nghiệp trong môi trường số nói chung và môi trường truyền thông số, ngoại giao số nói riêng.

<b>STT</b>	<b>MÃ</b>	<b>CHUẨN ĐẦU RA</b>	<b>MỨC ĐỘ</b>
<b>2.1. KIẾN THỨC</b>			
1	KT1	Nhận thức và có hiểu biết cơ bản về hệ thống chính trị, kinh tế, xã hội Việt Nam và các nước trên thế giới. Nắm vững quan điểm, đường lối của Đảng Cộng sản Việt Nam, hệ thống chính sách pháp luật của nhà nước Việt Nam, luật pháp quốc tế nói chung.	4/6
2	KT2	Nắm vững kiến thức nền tảng trong lĩnh vực quan hệ quốc tế, kinh tế quốc tế, luật quốc tế, và đặc biệt là báo chí - truyền thông trong nước cũng như truyền thông quốc tế.	4/6
3	KT3	Vận dụng các kiến thức nền tảng trong hệ thống kiến thức của lĩnh vực truyền thông và lĩnh vực marketing để hoạch định và phân tích chính sách, chiến lược truyền thông trong khối cơ quan nhà nước, doanh nghiệp tư nhân và các tổ chức quốc tế.	4/6
4	KT4	Nắm rõ và phân tích được hệ thống kiến thức vận dụng trong truyền thông, truyền thông marketing, quan hệ công chúng và truyền thông văn hoá - xã hội và các vấn đề toàn cầu.	4/6
5	KT5	Phân tích được cấu trúc và bản chất của hoạt động truyền thông và truyền thông marketing ở các cấp độ và phạm vi khác nhau, từ quy mô các tổ chức - doanh nghiệp, tới quy mô quốc gia, khu vực và toàn cầu.	4/6

<b>2.2. KỸ NĂNG</b>			
6	KN1	Thu thập, phân tích và đánh giá dữ liệu để giải quyết vấn đề về truyền thông; xây dựng đề án chiến lược truyền thông, quản trị rủi ro, quản trị khủng hoảng trong lĩnh vực báo chí - truyền thông, truyền thông marketing.	3/5
7	KN2	Giao tiếp liên văn hóa, quan hệ đối ngoại.	3/5
8	KN3	Tổng hợp, phân tích, bình luận tình hình thời sự quan hệ quốc tế.	4/5
9	KN4	Sản xuất tin bài, quy trình xuất bản tin bài, tổ chức họp báo, gặp gỡ báo chí, tổ chức sự kiện, quảng bá và truyền thông đối ngoại.	4/5
10	KN5	Làm việc độc lập, làm việc nhóm, lập kế hoạch thực hiện dự án báo chí - truyền thông, kỹ năng, thuyết trình, đàm phán, lãnh đạo.	4/5
11	KN6	Ngoại ngữ: sử dụng thành thạo 01 ngoại ngữ chính (tiếng Anh/ tiếng Pháp/ hoặc tiếng Trung) và có kỹ năng cơ bản đối với 01 ngoại ngữ phụ.	4/5
12	KN7	Truyền thông số và Ngoại giao số: sử dụng thành thạo các thiết bị kỹ thuật số cơ bản như: máy chụp ảnh, máy quay phim ghi hình, điện thoại thông minh, thiết bị di động... và các ứng dụng biên tập nội dung số như: Adobe Photoshop, Adobe Premiere; ứng dụng trong sáng tạo thông điệp, sản phẩm truyền thông, ngoại giao số. Bên cạnh đó, nắm vững các kỹ năng cơ bản về tin học văn phòng (MS Office: Word, Excel, PowerPoint; bộ Office 365).	4/5
<b>2.3. MỨC ĐỘ TỰ CHỦ VÀ TRÁCH NHIỆM</b>			
13	NLTC1	Có tính trung thực, sáng tạo, có trách nhiệm với nghề nghiệp, có ý thức phục vụ nhân dân, có khả năng thích nghi với môi trường làm việc toàn cầu.	4/5
14	NLTC2	Có năng lực chuyên môn, điều phối và phát huy trí tuệ tập thể. Trung thành với lợi ích quốc gia – dân tộc, có trách nhiệm đối với cộng đồng.	4/5

*Ghi chú: Điểm mức độ yêu cầu theo thang năng lực Bloom: Kiến thức (1-6), Dave: Kỹ năng (1-5), Krathwohl: Đạo đức và trách nhiệm (1-5)*

### **3. VỊ TRÍ VIỆC LÀM SAU KHI TỐT NGHIỆP**

Cử nhân tốt nghiệp chương trình đào tạo ngành Truyền thông quốc tế có khả năng hòa nhập và thích ứng môi trường nghề nghiệp đa dạng: mọi loại hình doanh nghiệp và cơ quan quản lý nhà nước. Cử nhân có thể đảm nhiệm nhiều nội dung công việc như:

- Nhà báo, biên tập viên, tác nghiệp trong lĩnh vực báo chí và thông tin đối ngoại.
- Chuyên viên làm công tác thông tin đối ngoại, truyền thông quốc tế và hợp tác quốc tế tại các Bộ, ban, ngành.
- Chuyên viên quan hệ công chúng làm việc tại các công ty đa quốc gia, các công ty, tập đoàn của nhà nước, các công ty tư nhân trong và ngoài nước.
- Chuyên viên truyền thông và phụ trách dự án cho các tổ chức phi chính phủ trong và ngoài nước.
- Chuyên viên hoạch định chiến lược truyền thông marketing.
- Chuyên viên quản trị truyền thông marketing
- Trợ giảng, giảng viên giảng dạy, nghiên cứu chuyên sâu về truyền thông quốc tế, quan hệ công chúng và ngoại giao văn hóa và nghiên cứu liên ngành truyền thông và quan hệ quốc tế, kinh tế quốc tế và luật quốc tế.

Ngoài ra, cử nhân có thể tự tạo lập doanh nghiệp về lĩnh vực Truyền thông quốc tế với các định hướng đa dạng.

### **4. TIÊU CHÍ TUYỂN SINH**

Theo Quy chế tuyển sinh của Bộ giáo dục & Đào tạo và Đề án tuyển sinh của Học viện Ngoại giao.

### **5. QUY TRÌNH ĐÀO TẠO, ĐIỀU KIỆN TỐT NGHIỆP**

#### **5.1. Quy trình đào tạo**

Thời gian đào tạo 04 năm theo quy chế của Bộ Giáo dục và Đào tạo và quy định của Học viện Ngoại giao về đào tạo đại học hệ chính quy theo hệ thống tín chỉ (gồm cả thực tập và làm khóa luận tốt nghiệp, được chia làm 08 học kỳ).

Sinh viên lựa chọn 1 trong hai định hướng chuyên sâu trong ngành Truyền thông quốc tế, gồm Truyền thông quốc tế chuyên nghiệp hoặc Truyền thông Marketing quốc tế.

## 5.2. Điều kiện tốt nghiệp

Cuối mỗi khóa học, sinh viên có đủ tất cả các điều kiện sau đây sẽ được xét và công nhận tốt nghiệp:

STT	Điều kiện	Tiêu chí thực hiện
1	Phẩm chất đạo đức	Có phẩm chất đạo đức tốt. Cho đến thời điểm xét tốt nghiệp không bị truy cứu trách nhiệm hình sự hoặc không trong thời gian bị kỷ luật từ mức đình chỉ học tập trở lên.
2	Kết quả học tập	Tích lũy đủ số tín chỉ và học phần quy định của ngành đào tạo. Điểm trung bình tích lũy của toàn khóa học phải đạt từ 2.0/4.0 trở lên.
3	Ngoại ngữ	Có chứng chỉ Ngoại ngữ quốc tế cho từng ngoại ngữ theo quy định của Học viện.
4	Tin học	Có chứng chỉ hoặc đạt trình độ theo quy định của Học viện Ngoại giao
5	Giáo dục quốc phòng, giáo dục thể chất	Có chứng chỉ Giáo dục Quốc phòng - An ninh. Hoàn thành học phần Giáo dục thể chất theo quy định của Học viện.
6	Học phí	Hoàn thành nghĩa vụ học phí theo quy định của Học viện.
7	Thư viện	Hoàn trả sách, tài liệu... theo quy định của Học viện.
8	Trách nhiệm cộng đồng	Đạt đủ Điểm sinh hoạt động cộng đồng theo quy định của Học viện.

## 6. CẤU TRÚC CỦA CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO

### 6.1. Khối kiến thức giáo dục đại cương:

17 tín chỉ

STT	Tên học phần	Mã học phần	Số tín chỉ	Ngôn ngữ giảng dạy
1	Triết học Mác - Lênin	FC.001.03	03	Tiếng Việt
2	Kinh tế chính trị Mác - Lênin	FC.002.02	02	Tiếng Việt
3	Chủ nghĩa xã hội khoa học	FC.003.02	02	Tiếng Việt
4	Tư tưởng Hồ Chí Minh	FC.004.02	02	Tiếng Việt
5	Lịch sử Đảng Cộng sản Việt Nam	FC.005.02	02	Tiếng Việt
6	Pháp luật đại cương	IL.003.02	02	Tiếng Việt
7	Tin học (Kỹ thuật công nghệ truyền thông)	IC.041.02	02	Tiếng Việt
8	Giáo dục thể chất	AAD.001.03	03	Tiếng Việt
9	Giáo dục quốc phòng	AAD.002.08	08	Tiếng Việt
<b>Học phần lựa chọn:</b> <i>Sinh viên chọn 01 học phần (02 TC) trong số các học phần dưới đây:</i>				
10	Kỹ năng thuyết trình	IC.049.02	02	Tiếng Việt
11	Kỹ năng dẫn chương trình	IC.042.02	02	Tiếng Việt

**6.2. Khối kiến thức giáo dục chuyên nghiệp:****73 tín chỉ**

STT	Tên học phần	Mã học phần	Số tín chỉ	Ngôn ngữ giảng dạy
<b>Kiến thức cơ sở khối ngành</b>		<b>04 TC</b>		
1	Văn hoá Việt Nam và hội nhập quốc tế	IC.043.02	02	Tiếng Việt
2	Các loại hình nghệ thuật cơ bản	IC.040.02	02	Tiếng Việt
<b>Kiến thức cơ sở ngành</b>		<b>15 TC</b>		
1	Lý thuyết truyền thông	IC.008.03	03	Tiếng Việt
2	Đại cương quan hệ công chúng quốc tế	IC.043.03	03	Ngoại ngữ
3	Truyền thông quốc tế và truyền thông đối ngoại	IC.009.03	03	Tiếng Việt
4	Phương pháp nghiên cứu truyền thông	IC.005.03	03	Tiếng Việt
5	Pháp luật, đạo đức và vấn đề bản quyền truyền thông	IC.006.03	03	Tiếng Việt
<b>Kiến thức bổ trợ</b>		<b>12 TC</b>		
1	Chính sách đối ngoại Việt Nam từ 1975 đến nay	IR.007.03	03	Tiếng Việt
2	Công tác ngoại giao	IR.025.03	03	Tiếng Việt
3	Kinh tế đối ngoại Việt Nam	IE.007.03	03	Tiếng Việt
4	Công pháp quốc tế	IL.005.03	03	Tiếng Việt

Sinh viên có thể lựa chọn Chuyên sâu Truyền thông quốc tế chuyên nghiệp hoặc Truyền thông Marketing quốc tế:



<b>Kiến thức chuyên ngành</b> <i>Chuyên sâu Truyền thông quốc tế chuyên nghiệp</i>			<b>42 TC</b>	
<b>Học phần bắt buộc</b>			<b>15 TC</b>	
1	Xây dựng chiến lược truyền thông	IC.044.03	03	Ngoại ngữ
2	Ngoại giao văn hóa	IC.010.03	03	Tiếng Việt
3	Báo in và báo mạng - điện tử	IC.011.03	03	Tiếng Việt
4	Phát thanh và truyền hình	IC.012.03	03	Tiếng Việt
5	Truyền thông và phát triển xã hội	IC.017.03	03	Tiếng Việt
<b>Học phần tự chọn</b>			<b>27 TC</b>	
<b>Định hướng 1: Báo chí - Truyền thông quốc tế</b>			<b>12 TC</b>	
<i>Sinh viên chọn 04 học phần (12 tín chỉ) trong số các học phần dưới đây:</i>				
1	Ngôn ngữ báo chí - truyền thông	IC.007.03	03	Tiếng Việt
2	Sản xuất sản phẩm truyền thông quốc tế	IC.014.03	03	Ngoại ngữ
3	Ứng dụng truyền thông quốc tế	IC.015.03	03	Ngoại ngữ
4	Công chúng của truyền thông	IC.016.03	03	Ngoại ngữ
5	Truyền thông, chính trị và xã hội	IC.018.03	03	Ngoại ngữ
6	Truyền thông mạng xã hội	IC.019.03	03	Tiếng Việt
7	Truyền thông hội tụ và đa phương tiện	IC.020.03	03	Ngoại ngữ
8	Phân tích sự kiện quốc tế trên truyền thông	IC.045.03	03	Ngoại ngữ
<b>Định hướng 2: Quan hệ công chúng</b>			<b>06 TC</b>	
<i>Sinh viên chọn 02 học phần (06 TC) trong số các học phần dưới đây:</i>				
1	Gây quỹ và vận động tài trợ	IC.023.03	03	Ngoại ngữ
2	Xây dựng thương hiệu	IC.024.03	03	Ngoại ngữ
3	Quan hệ công chúng chính phủ	IC.025.03	03	Tiếng Việt
4	Kỹ năng viết diễn thuyết	IC.026.03	03	Tiếng Việt
5	Kỹ năng viết cho quan hệ công chúng	IC.028.03	03	Tiếng Việt
6	Kỹ năng chủ trì hội nghị	E.026.03	3	Tiếng Việt

7	Quản trị tổ chức sự kiện	IC.046.03	03	Ngoại ngữ
<b>Định hướng 3: Truyền thông và các vấn đề toàn cầu</b> <b>09 TC</b>				
<i>Sinh viên chọn 03 học phần (tổng cộng 09 TC) trong số các học phần dưới đây:</i>				
1	Ứng dụng ngoại giao văn hóa	IC.029.02	03	Ngoại ngữ
2	Toàn cầu hóa và giao tiếp liên văn hóa	IC.047.03	03	Ngoại ngữ
3	Giao thoa văn hóa	IC.032.02	03	Tiếng Việt
4	Đất nước học	IC.033.02	03	Ngoại ngữ
5	Kỹ năng ngoại giao số	IC.034.03	03	Tiếng Việt
6	Tôn giáo và văn hoá trong quan hệ quốc tế	IC.048.03	03	Tiếng Việt
<b>Kiến thức chuyên ngành</b>				
<b>Chuyên sâu Truyền thông Marketing quốc tế</b> <b>42 TC</b>				
<b>Học phần bắt buộc</b> <b>15 TC</b>				
1	Truyền thông Marketing	MC.001.03	03	Tiếng Việt
2	Kinh doanh quốc tế	IE.042.03	03	Tiếng Việt
3	Marketing số	MC.002.03	03	Tiếng Việt
4	Xây dựng chiến lược truyền thông	IC.044.03	03	Tiếng Việt
5	Nghiên cứu thị trường	MC.003.03	03	Tiếng Việt
<b>Học phần tự chọn</b> <b>27 TC</b>				
<b>Định hướng 1: Truyền thông Marketing tích hợp</b> <b>12 TC</b>				
<i>Sinh viên chọn 04 học phần (12 tín chỉ) trong số các học phần dưới đây:</i>				
1	Ứng dụng Truyền thông Marketing	MC.006.03	03	Tiếng Việt
2	Công chúng của truyền thông	IC.016.03	03	Tiếng Việt
3	Truyền thông và phát triển xã hội	IC.017.03	03	Tiếng Việt
4	Truyền thông mạng xã hội	IC.019.03	03	Tiếng Việt
5	Truyền thông hội tụ và đa phương tiện	IC.020.03	03	Tiếng Việt
6	Sáng tạo sản phẩm truyền thông	MC.004.03	03	Tiếng Việt
7	Marketing trong bối cảnh toàn cầu hóa	MC.005.03	03	Tiếng Việt

<b>Định hướng 2: Quan hệ công chúng (QHCC)</b> <span style="float: right;"><b>06 TC</b></span>				
<i>Sinh viên chọn 02 học phần (06 TC) trong số các học phần dưới đây:</i>				
1	Gây quỹ và vận động tài trợ	IC.023.03	03	Ngoại ngữ
2	Xây dựng thương hiệu	IC.024.03	03	Ngoại ngữ
3	Kỹ năng viết diễn thuyết	IC.026.03	03	Ngoại ngữ
4	Sáng tạo nội dung cho quan hệ công chúng	IC.028.03	03	Tiếng Việt
5	Kỹ năng chủ trì hội nghị	E.026.03	03	Tiếng Việt
6	Quản trị tổ chức sự kiện	IC.046.03	03	Ngoại ngữ
<b>Định hướng 3: Quảng cáo</b> <span style="float: right;"><b>09 TC</b></span>				
<i>Sinh viên chọn 03 học phần (tổng cộng 09 TC) trong số các học phần dưới đây:</i>				
1	Xây dựng thông điệp quảng cáo	MC.007.03	03	Tiếng Việt
2	Công chúng của truyền thông	IC.016.03	03	Ngoại ngữ
3	Kế hoạch phương tiện quảng cáo	MC.009.03	03	Tiếng Việt
4	Thiết kế quảng cáo	MC.010.03	03	Tiếng Việt
5	Dự án sản xuất TVC quảng cáo	MC.011.03	03	Tiếng Việt

*\*Với các học phần học bằng ngoại ngữ, tùy theo qui mô lớp học và tùy theo môn học, các học phần có thể được dạy bằng tiếng Anh, tiếng Pháp, tiếng Trung, tiếng Nhật, tiếng Hàn.*

**3. Kiến thức ngoại ngữ:****16 tín chỉ\***

STT	Tên học phần		Số tín chỉ	Ngôn ngữ giảng dạy
1	Ngoại ngữ chính	Tiếng Anh	16	Tiếng Anh
2		Tiếng Pháp	16	Tiếng Pháp
3		Tiếng Trung Quốc	16	Tiếng Trung
4		Tiếng Nhật	16	Tiếng Nhật
5		Tiếng Hàn	16	Tiếng Hàn
6	Ngoại ngữ 2		08	Tiếng Anh, Trung, Pháp, Nhật, Hàn

\* không bao gồm Ngoại ngữ 2

(Sinh viên lựa chọn học 1 trong 5 ngoại ngữ: tiếng Anh, tiếng Trung Quốc, tiếng Pháp, tiếng Nhật, tiếng Hàn và được chọn ngôn ngữ thứ hai để học trong 4 kỳ học đầu tiên. Phần thiết kế chương trình và mô tả các học phần Ngoại ngữ tại Phụ lục kèm theo)

**4. Kiến thức hướng nghiệp:****09 tín chỉ**

STT	Tên học phần	Mã học phần	Số tín chỉ	Ngôn ngữ giảng dạy
1	Hướng nghiệp	AAD.039.06	06	Tiếng Việt
2	Thực tập cuối khóa	IC.038.03	03	Tiếng Việt

**5. Kiến thức tốt nghiệp:****10 tín chỉ**

<b>STT</b>	<b>Tên học phần</b>	<b>Mã học phần</b>	<b>Số tín chỉ</b>	<b>Ngôn ngữ giảng dạy</b>
1	<b>Tốt nghiệp:</b> a/ Viết Khóa luận b/ Bài tập dự án/ sản phẩm truyền thông c/Học phần Truyền thông quốc tế chuyên sâu	IC.037.10	10	Tiếng Việt hoặc Tiếng Anh/ Pháp/ Trung Quốc/ Hàn Quốc



10	Văn hoá Việt Nam và hội nhập quốc tế	IC.043.02	4				4		3		4	4			4
11	Các loại hình nghệ thuật cơ bản	IC.040.02	3									3			3
12	Lý thuyết truyền thông	IC.002.03		3	3	4	3			3	3	4			4
13	Đại cương quan hệ công chúng quốc tế	IC.043.03		2	3	3		3	4		3	4			4
14	Phương pháp nghiên cứu truyền thông	IC.005.03		3	3					4		4			4
15	Pháp luật, đạo đức và vấn đề bản quyền truyền thông	IC.006.03	3	3	3	3	3			3	3	4			4
16	Ngôn ngữ báo chí - truyền thông	IC.007.03			3	3	3			3		4			4
17	Chính sách đối ngoại Việt Nam từ 1975 đến nay	IR.007.03	3									4			4
18	Công tác ngoại giao	IR.025.03	3									4			4
19	Kinh tế đối ngoại Việt Nam	IE.007.03	3									4			4
20	Công pháp quốc tế	IL.005.03	3									4			4
21	Truyền thông quốc tế và truyền thông đối ngoại	IC.009.03		4	4	4	4			3	3	4			4
22	Báo in và báo mạng - điện tử	IC.011.03		3	3	3				4	4	5			4
23	Phát thanh và truyền hình	IC.012.03		3	4	3				4	4	5			4
24	Ngoại giao văn hóa	IC.010.03		2	3	3			3		4	4			4

25	Gây quỹ và vận động tài trợ	IC.023.03		3	4	4					3	4				4
26	Sản xuất sản phẩm truyền thông quốc tế	IC.014.03			4	5	5	4		4		4				4
27	Ứng dụng truyền thông quốc tế	IC.015.03		5	5	5	5			4	4	4				4
28	Công chúng của truyền thông	IC.016.03		5	5	5	5			4	4	4			4	
29	Truyền thông và phát triển xã hội	IC.017.03		4	4	4	4			4	4	4			4	
30	Truyền thông, chính trị và xã hội	IC.018.03	2	3	3		4		3	4	4				4	
31	Truyền thông mạng xã hội	IC.019.03		4	4	5	5	5			4	4			5	
32	Phân tích sự kiện QT trên TT	IC.045.03		4	4	4				4	4	4				4
33	Truyền thông hội tụ và đa phương tiện	IC.020.03		4		5	5					5				4
34	Xây dựng chiến lược truyền thông	IC.044.03		2	3	3					3	4				4
35	Xây dựng thương hiệu	IC.024.03		3	4	4					3	4			4	
36	Quan hệ công chúng chính phủ	IC.025.03		3	4	4					3	4			4	4
37	Kỹ năng viết diễn thuyết	IC.026.03		4	4	4				4	4	5			4	
38	Kỹ năng viết cho quan hệ công chúng	IC.028.03		3	4	4					3	4				4
39	Kỹ năng chủ trì hội nghị	E.039.03				4					4	4			4	
40	Kỹ năng thuyết trình	IC.049.02				4					4	4			4	
41	Kỹ năng dẫn chương trình	IC.042.02				4					4	4			4	



42	Quản trị tổ chức sự kiện	IC.046.03		3	4	4					4	4				4
43	Ứng dụng ngoại giao văn hóa	IC.029.02			3	4			3		3	3			4	
44	Toàn cầu hóa và giao tiếp liên văn hóa	IC.047.03		4	3	4			5			4			4	
45	Tôn giáo và văn hoá trong quan hệ quốc tế	IC.048.03		3	3				3	4		4			4	
46	Giao thoa văn hóa	IC.032.02		4	3	4			5		4	4			4	
47	Đất nước học	IC.033.02		3	3	4			4		3	4			4	
48	Kỹ năng ngoại giao số	IC.034.03		3	4	4					4	5				4
49	Truyền thông Marketing	MC.001.03		4	3	3		4			2	3	3		4	
50	Marketing số	MC.002.03		4	3	4		4			2	3	3	2		4
51	Nghiên cứu thị trường	MC.003.03		4	3	3	2	4			3					4
52	Ứng dụng Truyền thông Marketing	MC.006.03			4	4	3				3	4	3		3	4
53	Sáng tạo sản phẩm truyền thông marketing	MC.004.03		4	3	4			4			4	3	4		4
54	Marketing trong bối cảnh toàn cầu hóa	MC.005.03	2	3	3			3					3	3	4	
55	Xây dựng thông điệp quảng cáo	MC.007.03		4	3	3	3	3			4	3		3	4	
56	Kinh doanh quốc tế	IE.042.03		3	3				2	4					4	

57	Kế hoạch phương tiện quảng cáo	MC.009.03		4	3	3		4			3	4	2			4
58	Thiết kế quảng cáo	MC.010.03		4		3		3			4	4	3	4		4
59	Dự án sản xuất TVC quảng cáo	MC.011.03		4	4	4		4			4	3	3	4	3	4
60	Ngoại ngữ (Tiếng Anh)												4		4	
61	Ngoại ngữ (Tiếng Pháp)												4		4	
62	Ngoại ngữ (Tiếng Trung)												4		4	
63	Ngoại ngữ 2												3		4	
64	Hướng nghiệp	AAD.039.06		3	4	4	4	3	3	4	4				4	4
65	Thực tập tốt nghiệp	IC.038.03		5	5	5	5	4	4	4	4	4			4	4
66	Học phần tốt nghiệp	IC.037.10		6	6	6	6	5	5	5	5	5			4	4

## 8. KẾ HOẠCH GIẢNG DẠY DỰ KIẾN

### 8.1. Chuyên sâu Truyền thông quốc tế chuyên nghiệp

STT	Tên học phần	Số tín chỉ
<b>HỌC KỲ 1</b>		<b>17</b>
1	Triết học Mác - Lênin	03
2	Văn hoá Việt Nam và hội nhập quốc tế	02
3	Lý thuyết truyền thông	03
4	Tin học (Kỹ thuật công nghệ truyền thông)	02
5	Các loại hình nghệ thuật cơ bản	02
6	<b>Chọn 1 trong 2 học phần:</b> - Kỹ năng thuyết trình - Kỹ năng dẫn chương trình	02
7	Ngoại ngữ chính	03
8	Ngoại ngữ 2* (I)	02
* Học phần không tính tín chỉ		
<b>HỌC KỲ 2</b>		<b>16</b>
1	Kinh tế chính trị Mác - Lênin	02
2	Truyền thông quốc tế và truyền thông đối ngoại	03
3	Phát thanh và truyền hình	03
4	Đại cương quan hệ công chúng quốc tế	03
5	Ngoại ngữ chính	03
6	Pháp luật đại cương	02

7	Ngoại ngữ 2** (II)	02
8	Giáo dục thể chất**	03
9	Giáo dục quốc phòng**	08
** Học phần không tính tín chỉ		
<b>HỌC KỲ 3</b>		<b>16</b>
1	Chủ nghĩa xã hội khoa học	02
2	Phương pháp nghiên cứu truyền thông	03
3	Xây dựng chiến lược truyền thông	03
4	Chính sách đối ngoại của Việt Nam từ 1975 đến nay	03
5	Ngoại ngữ chính	03
6	Ngoại ngữ 2*** (III)	02
7	Hướng nghiệp (1)	02
Học phần Hướng nghiệp (1) sẽ được học vào học kỳ hè (Sinh viên sẽ được đi thực tế, kiến tập tại các cơ quan báo chí/ truyền thông quốc tế/đối ngoại)		
*** Học phần không tính tín chỉ		
<b>HỌC KỲ 4</b>		<b>17</b>
1	Tư tưởng Hồ Chí Minh	02
2	Báo in và báo mạng - điện tử	03
3	Pháp luật, đạo đức và vấn đề bản quyền truyền thông	03
4	Học phần tự chọn 1 (QHCC)	03
5	Công pháp quốc tế	03
6	Ngoại ngữ chính	03
7	Ngoại ngữ 2 (IV)****	02
**** Học phần không tính tín chỉ		
<b>HỌC KỲ 5</b>		<b>15</b>
1	Lịch sử Đảng cộng sản Việt Nam	02
2	Học phần tự chọn 1 (TTCTQT)	03

3	Học phần tự chọn 2 (QHCC)	03
4	Ngoại giao văn hoá	03
5	Ngoại ngữ chính	02
6	Hướng nghiệp (2)	02
<p>Học phần Hướng nghiệp (2) sẽ được học vào học kỳ hè (Sinh viên sẽ được đi thực tế, kiến tập tại các công ty đa quốc gia, các công ty truyền thông)</p>		
<b>HỌC KỲ 6</b>		<b>17</b>
1	Kinh tế đối ngoại Việt Nam	03
2	Truyền thông & phát triển xã hội	03
3	Học phần tự chọn 2 (TTCTQT)	03
4	Học phần tự chọn 1 (NGVH)	03
5	Ngoại ngữ chính	02
6	Công tác ngoại giao	03
<b>HỌC KỲ 7</b>		<b>14</b>
1	Học phần tự chọn 3 (TTCTQT)	03
2	Học phần tự chọn 2 (NGVH)	03
3	Học phần tự chọn 3 (NGVH)	03
4	Học phần tự chọn 4 (TTCTQT)	03
5	Hướng nghiệp (3)	02
<p>Học phần Hướng nghiệp (3) sẽ được học vào học kỳ hè (Sinh viên sẽ được đi thực tế, kiến tập tại các bộ phận truyền thông của các cơ quan chính phủ, các tổ chức phi chính phủ)</p>		
<b>HỌC KỲ 8</b>		<b>13</b>
1	Thực tập tốt nghiệp	03
2	Sinh viên lựa chọn 1 trong 3 hình thức ( <i>tự chọn có điều kiện</i> ):	
	i. Khóa luận tốt nghiệp	10
	ii. Bài tập dự án/Sản phẩm truyền thông quốc tế	10
	iii. Học phần Truyền thông quốc tế tổng hợp	10

*Lưu ý: Các học phần được sắp xếp theo học kỳ là dự kiến, sinh viên có thể lựa chọn học các học phần tự chọn và có thể điều chỉnh thời gian học dựa trên nhu cầu của mình.*

## **8.2. Chuyên sâu Truyền thông Marketing quốc tế**

<b>STT</b>	<b>Tên học phần</b>	<b>Số tín chỉ</b>
<b>HỌC KỲ 1</b>		<b>17</b>
1	Triết học Mác - Lênin	03
2	Văn hoá Việt Nam và hội nhập quốc tế	02
3	Lý thuyết truyền thông	03
4	Tin học	02
5	Các loại hình nghệ thuật cơ bản	02
6	Kỹ năng thuyết trình	02
7	Ngoại ngữ chính	03
8	Ngoại ngữ 2* (I)	02
* Học phần không tính tín chỉ		
<b>HỌC KỲ 2</b>		<b>16</b>
1	Kinh tế chính trị Mác - Lênin	02
2	Truyền thông Marketing	03
3	Nghiên cứu thị trường	03
4	Đại cương quan hệ công chúng quốc tế	03
5	Ngoại ngữ chính	03
6	Pháp luật đại cương	02
7	Ngoại ngữ 2** (II)	02
8	Giáo dục thể chất**	03
9	Giáo dục quốc phòng**	08
** Học phần không tính tín chỉ		

<b>HỌC KỲ 3</b>		<b>16</b>
1	Chủ nghĩa xã hội khoa học	02
2	Phương pháp nghiên cứu truyền thông	03
3	Xây dựng chiến lược truyền thông	03
4	Chính sách đối ngoại của Việt Nam từ 1975 đến nay	03
5	Ngoại ngữ chính	03
6	Ngoại ngữ 2*** (III)	02
7	Hướng nghiệp (1)	02
<p>Học phần Hướng nghiệp (1) sẽ được học vào học kỳ hè (Sinh viên sẽ được đi thực tế, kiến tập tại các cơ quan báo chí/ truyền thông quốc tế/đối ngoại)  *** Học phần không tính tín chỉ</p>		
<b>HỌC KỲ 4</b>		<b>17</b>
1	Tư tưởng Hồ Chí Minh	02
2	Marketing số	03
3	Pháp luật, đạo đức và vấn đề bản quyền truyền thông	03
4	Học phần tự chọn 1 (QHCC)	03
5	Công pháp quốc tế	03
6	Ngoại ngữ chính	03
7	Ngoại ngữ 2 (IV)****	02
<p>**** Học phần không tính tín chỉ</p>		
<b>HỌC KỲ 5</b>		<b>15</b>
1	Lịch sử Đảng cộng sản Việt Nam	02
2	Học phần tự chọn 1 (IMC)	03
3	Học phần tự chọn 2 (QHCC)	03
4	Truyền thông quốc tế và truyền thông đối ngoại	03
5	Ngoại ngữ chính	02
6	Hướng nghiệp (2)	02

Học phần Hướng nghiệp (2) sẽ được học vào học kỳ hè (Sinh viên sẽ được đi thực tế, kiến tập tại các công ty đa quốc gia, các công ty truyền thông)		
<b>HỌC KỲ 6</b>		<b>17</b>
1	Kinh tế đối ngoại Việt Nam	03
2	Truyền thông & phát triển xã hội	03
3	Học phần tự chọn 2 (IMC)	03
4	Học phần tự chọn 1 (QC)	03
5	Ngoại ngữ chính	02
6	Công tác ngoại giao	03
<b>HỌC KỲ 7</b>		<b>14</b>
1	Học phần tự chọn 3 (IMC)	03
2	Học phần tự chọn 2 (QC)	03
3	Học phần tự chọn 3 (QC)	03
4	Học phần tự chọn 4 (IMC)	03
5	Hướng nghiệp (3)	02
Học phần Hướng nghiệp (3) sẽ được học vào học kỳ hè (Sinh viên sẽ được đi thực tế, kiến tập tại các bộ phận truyền thông của các cơ quan chính phủ, các tổ chức phi chính phủ)		
<b>HỌC KỲ 8</b>		<b>13</b>
1	Thực tập tốt nghiệp	03
2	Sinh viên lựa chọn 1 trong 3 hình thức ( <i>tự chọn có điều kiện</i> ):	
	i. Khóa luận tốt nghiệp	10
	ii. Bài tập dự án/Sản phẩm truyền thông quốc tế	10
	iii. Học phần Truyền thông quốc tế tổng hợp	10

*Lưu ý: Các học phần được sắp xếp theo học kỳ là dự kiến, sinh viên có thể lựa chọn học các học phần tự chọn và có thể điều chỉnh thời gian học dựa trên nhu cầu của mình.*



## **9. MÔ TẢ CÁC HỌC PHẦN**

### **1. Triết học Mác - Lênin**

Số tín chỉ: **03**

Điều kiện tiên quyết: **Không**

Học phần *Triết học Mác-Lênin* giới thiệu một cách có hệ thống những quan điểm triết học cơ bản của C. Mác, Ph. Ăngghen và V. I. Lênin với tư cách là hệ thống những quan điểm duy vật biện chứng về tự nhiên, xã hội và tư duy. Triết học Mác-Lênin là thế giới quan và phương pháp luận khoa học, cách mạng của giai cấp công nhân, nhân dân lao động và các lực lượng tiên bộ xã hội trong nhận thức và cải tạo xã hội. Triết học Mác - Lênin là học phần đầu tiên, là điều kiện tiên quyết cho các học phần khoa học lý luận Mác - Lênin trong chương trình đại học, cao đẳng.

Sau khi hoàn thành học phần, sinh viên có thể vận dụng phương pháp luận vào hoạt động nhận thức và hoạt động thực tiễn, từng bước xây dựng niềm tin, lý tưởng cách mạng, từng bước xác lập thế giới quan, nhân sinh quan và phương pháp luận khoa học để từ đó tiếp cận các khoa học chuyên ngành.

### **2. Kinh tế chính trị Mác - Lênin**

Số tín chỉ: **02**

Điều kiện tiên quyết: **Triết học Mác - Lênin**

Học phần *Kinh tế chính trị Mác-Lênin* giới thiệu một cách có hệ thống những quan điểm cơ bản của C. Mác, Ph. Ăngghen và V. I. Lênin về kinh tế - chính trị học: lý luận về sản xuất giá trị thặng dư trong nền kinh tế thị trường tự do cạnh tranh tư bản chủ nghĩa, về chủ nghĩa tư bản độc quyền và chủ nghĩa tư bản độc quyền nhà nước, cơ sở lý luận cơ bản của các mối quan hệ kinh tế trong nền kinh tế thị trường và kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa.

Sau khi hoàn thành học phần, sinh viên có thể vận dụng được vào hoạt động kinh tế - xã hội, củng cố thế giới quan khoa học, hình thành phương pháp luận khoa học để từ đó tiếp cận các khoa học chuyên ngành như kinh tế học, kinh tế vi mô, kinh tế vĩ mô.

### **3. Chủ nghĩa xã hội khoa học**

Số tín chỉ: **02**

Điều kiện tiên quyết: **Triết học Mác-Lênin**

Học phần **Chủ nghĩa xã hội khoa học** giới thiệu một cách có hệ thống những quan điểm cơ bản của C. Mác, Ph. Ăngghen và V. I. Lênin về việc xây dựng một chế độ xã hội mới để thay thế cho các xã hội còn tồn tại tình trạng bất bình đẳng giai cấp. Học phần này nghiên cứu các quy luật và tính quy luật chính trị - xã hội để luận giải cho tính tất yếu ra đời của hình thái kinh tế - xã hội Cộng sản chủ nghĩa và cách thức, con đường để định hướng cho Giai cấp công nhân và nhân dân lao động xây dựng thành công chế độ xã hội đó.

Sau khi hoàn thành học phần, sinh viên hiểu được các nội dung, quan điểm cơ bản về chủ nghĩa xã hội, vận dụng được vào hoạt động nhận thức và hoạt động thực tiễn; từng bước xây dựng niềm tin, lý tưởng cách mạng vào sự nghiệp xây dựng chủ nghĩa xã hội ở Việt Nam trong giai đoạn hiện nay.

#### **4. Tư tưởng Hồ Chí Minh**

Số tín chỉ: **02**

Điều kiện tiên quyết: **Triết học Mác-Lênin, Kinh tế chính trị Mác-Lênin, Chủ nghĩa xã hội khoa học**

Học phần **Tư tưởng Hồ Chí Minh** giới thiệu có hệ thống tư tưởng Hồ Chí Minh về con đường cách mạng Việt Nam, từ cách mạng dân tộc, dân chủ nhân dân đến cách mạng XHCN. Đó là các quan điểm về vấn đề dân tộc, cách mạng giải phóng dân tộc; về đại đoàn kết dân tộc, kết hợp sức mạnh dân tộc với sức mạnh thời đại; về CNXH và con đường quá độ lên CNXH ở Việt Nam; về Đảng Cộng sản Việt Nam, về xây dựng nhà nước của dân, do dân, vì dân; về đạo đức, văn hóa và xây dựng con người mới; về vận dụng sáng tạo chủ nghĩa Mác - Lênin vào điều kiện Việt Nam; về kết tinh tinh hoa văn hóa dân tộc và trí tuệ thời đại nhằm giải phóng dân tộc, giai cấp và giải phóng con người.

Sau khi hoàn thành học phần, sinh viên có thể vận dụng các nguyên tắc phương pháp luận Hồ Chí Minh để xem xét, luận giải đường lối chính sách của Đảng Cộng sản Việt Nam; vận dụng thế giới quan và phương pháp luận Hồ Chí Minh vào thực tiễn sự nghiệp đổi mới hiện nay; thực hành theo tư tưởng và tấm gương đạo đức Hồ Chí Minh.

## 5. Lịch sử Đảng cộng sản Việt Nam

Số tín chỉ: **02**

Điều kiện tiên quyết: **Triết học Mác-Lênin, Kinh tế chính trị Mác-Lênin, Chủ nghĩa xã hội khoa học, Tư tưởng Hồ Chí Minh**

Học phần *Lịch sử Đảng Cộng sản Việt Nam* cung cấp cho sinh viên những hiểu biết cơ bản về đối tượng, phương pháp nghiên cứu học phần LS Đảng CSVN/Đường lối cách mạng của Đảng cộng sản Việt Nam, sự ra đời của Đảng, đường lối đấu tranh giành chính quyền 1930 - 1945, đường lối kháng chiến chống thực dân Pháp, kháng chiến chống đế quốc Mỹ và đường lối thời kì đổi mới: đường lối công nghiệp hoá, đường lối xây dựng nền kinh tế thị trường định hướng XHCN, đường lối xây dựng hệ thống chính trị, đường lối văn hoá và giải quyết các vấn đề xã hội và đường lối đối ngoại.

Sau khi hoàn thành học phần, sinh viên hiểu được sự ra đời của Đảng Cộng sản Việt Nam; nắm được đường lối, chủ trương, quan điểm của Đảng qua các thời kì lãnh đạo cách mạng Việt Nam; nhận diện được những cơ sở để Đảng hoạch định đường lối, chủ trương, quan điểm của Đảng; vận dụng đường lối, chủ trương, quan điểm của Đảng vào công tác chuyên môn và trong cuộc sống; tin tưởng, góp phần tuyên truyền đường lối, chủ trương, quan điểm của Đảng trong nhân dân.

## 6. Tin học (Kỹ thuật công nghệ truyền thông)

Số tín chỉ: **02**

Điều kiện tiên quyết: **Không**

Học phần *Tin học (Kỹ thuật công nghệ truyền thông)* thuộc khối Kiến thức giáo dục đại cương. Học phần trang bị cho sinh viên những kiến thức và kỹ năng cơ bản về tin học, đặc biệt là các kỹ thuật và các phần mềm được sử dụng trong ngành truyền thông; từ đó sinh viên có thể vận dụng những kỹ năng tin học trong các học phần chuyên ngành của ngành truyền thông.

Qua học phần, sinh viên có thể sử dụng một cách cơ bản tin học văn phòng như soạn thảo văn bản, trình bày, và sử dụng các phần mềm chỉnh sửa ảnh, phần mềm dựng và biên tập phim và các phần mềm đồ họa.

## 7. Pháp luật đại cương

Số tín chỉ: **02**

Điều kiện tiên quyết: **Không**

Học phần ***Pháp luật đại cương*** thuộc Kiến thức cơ sở khối ngành. Học phần cung cấp cho sinh viên kiến thức cơ bản về pháp luật và một số ngành luật quan trọng của Việt Nam. Cụ thể, học phần chia làm hai nhóm kiến thức. Nhóm kiến thức thứ nhất cung cấp cho sinh viên một số khái niệm, thuật ngữ pháp lý cơ bản như pháp luật, nguồn của pháp luật (văn bản quy phạm pháp luật, tiền lệ pháp, tập quán pháp), xây dựng pháp luật, giải thích và áp dụng pháp luật. Nhóm kiến thức thứ hai cung cấp các kiến thức chung về ba ngành luật quan trọng trong pháp luật Việt Nam (luật hiến pháp, pháp luật dân sự, pháp luật hình sự...) như nguồn của từng ngành luật, đối tượng điều chỉnh, các nội dung/chế định cơ bản của từng ngành luật.

Sau khi học xong học phần, sinh viên có khả năng hiểu được các khái niệm cơ bản về pháp luật, mối quan hệ giữa pháp luật và các quy phạm xã hội khác như đạo đức, hay các điều lệ của các tổ chức, đoàn thể; có kiến thức khái quát về toàn bộ hệ thống pháp luật Việt Nam, bao gồm vị trí, hiệu lực pháp lý của các bộ phận cấu thành (các nguồn), đối tượng, phạm vi điều chỉnh của các ngành luật thực định và mối quan hệ của hệ thống pháp luật Việt Nam với luật pháp quốc tế.

## 8. Văn hoá Việt Nam và hội nhập quốc tế

Số tín chỉ: **02**

Điều kiện tiên quyết: **Không**

Học phần ***Văn hoá Việt Nam và hội nhập quốc tế*** thuộc Kiến thức cơ sở khối ngành. Học phần gồm 3 nội dung chính: Các kiến thức về văn hóa học, đối tượng, phương pháp nghiên cứu, các công cụ định vị văn hóa; ứng dụng Văn hóa học để khắc họa bản sắc Văn hóa Việt Nam trên các phương diện: tinh thần, thực tiễn, quá trình phát triển (diễn trình); tìm hiểu cơ hội và thách thức của văn hóa Việt Nam trong bối cảnh của nền kinh tế thị trường và hội nhập quốc tế.

Sau khi học xong học phần, sinh viên nhận diện được rõ ràng về bản sắc văn hóa Việt Nam; lĩnh hội được đường lối chính sách của Đảng và nhà nước ta về văn hóa; có khả năng sử dụng văn hóa Việt Nam trong ngoại giao văn hóa và giao tiếp liên văn hóa;

có khả năng đưa tin, tuyên truyền, quảng bá văn hóa Việt Nam; có kỹ năng làm việc độc lập, làm việc nhóm, giao tiếp, thuyết trình, liên quan đến các chủ đề văn hóa Việt Nam; hình thành ý thức tự hào dân tộc, trung thành với lợi ích quốc gia.

## **9. Các loại hình nghệ thuật cơ bản**

Số tín chỉ: **02**

Điều kiện tiên quyết: **Không**

Học phần cung cấp các kiến thức nền tảng về các loại hình nghệ thuật cơ bản, tập trung vào 3 mảng chính: âm nhạc, mỹ thuật và phim ảnh. Học phần bao gồm những kiến thức cơ bản về nghệ thuật nói chung, khái niệm và nguồn gốc của nghệ thuật cùng những đặc trưng xã hội - thẩm mỹ.

Sau khi hoàn thành học phần, sinh viên có kiến thức cơ bản về các loại hình nghệ thuật, phân biệt được sự khác nhau giữa các loại hình nghệ thuật cơ bản. Sinh viên có kỹ năng áp dụng những kiến thức cơ bản về các loại hình nghệ thuật trong công tác ngoại giao cũng như các hoạt động truyền thông. Sinh viên hệ chất lượng cao có cơ hội tham gia các hoạt động ngoại khóa tham quan các phòng tranh, các phim trường hoặc tham gia các buổi hòa nhạc để hiểu rõ hơn về các loại hình nghệ thuật cơ bản.

## **10. Lý thuyết truyền thông**

Số tín chỉ: **03**

Điều kiện tiên quyết: **Không**

Học phần ***Lý thuyết truyền thông*** là học phần bắt buộc thuộc Kiến thức cơ sở ngành. Học phần giới thiệu các kiến thức chung về truyền thông đại chúng: các khái niệm, mô hình truyền thông, đặc điểm, vai trò, chức năng của truyền thông đại chúng, lịch sử phát triển của truyền thông đại chúng, một số lý thuyết truyền thông đại chúng và truyền thông đại chúng tại Việt Nam.

Qua học phần, sinh viên nắm bắt được các quan điểm, khái niệm, lý thuyết cơ bản của truyền thông, nhận diện rõ ràng về hoạt động truyền thông đại chúng, phân biệt được sự khác biệt giữa truyền thông đại chúng với các cấp độ truyền thông khác, từ đó có nhận thức đúng đắn về vai trò, tác động của truyền thông đại chúng tới cá nhân và xã hội. Từ đó hình thành cho sinh viên thái độ, ứng xử và sử dụng truyền thông đại chúng một cách chuẩn mực, áp dụng các kiến thức về truyền thông trong các môi trường

văn hoá khác nhau. Nội dung học về lý thuyết truyền thông cũng giúp sinh viên lý giải được các hiện tượng đang diễn ra trong môi trường truyền thông, và vận dụng lý thuyết để phân tích các vấn đề truyền thông đã, đang diễn ra.

## **11. Đại cương quan hệ công chúng quốc tế**

Số tín chỉ: **03**

Điều kiện tiên quyết: **Không**

Học phần ***Đại cương quan hệ công chúng quốc tế*** là học phần tự chọn thuộc Khối kiến thức cơ sở ngành. Nội dung học phần gồm hai phần chính: giới thiệu tổng quan về quan hệ công chúng, quan hệ công chúng quốc tế và quan hệ công chúng ứng dụng. Học phần học bằng tiếng Việt và ngoại ngữ.

Qua học phần, sinh viên nắm vững cơ bản các kiến thức về quan hệ công chúng, quan hệ công chúng quốc tế và hình thành những hiểu biết nền tảng về những hoạt động ứng dụng trong lĩnh vực quan hệ công chúng, trong đó tập trung vào xây dựng chiến lược quan hệ công chúng, quan hệ công chúng doanh nghiệp, quan hệ công chúng cộng đồng. Có thể áp dụng những kiến thức cơ bản về quan hệ công chúng để hoạt động trong thực tế, có khả năng vận dụng kiến thức để PR; có kỹ năng xây dựng và thuyết trình đề án chiến lược quan hệ công chúng; có kỹ năng giao tiếp thành thạo bằng tiếng Việt và tiếng Anh trong quan hệ công chúng; có khả năng thích nghi làm việc trong môi trường làm việc quốc tế; có ý thức trách nhiệm cao và đạo đức nghề nghiệp trong lĩnh vực PR.

## **12. Phương pháp nghiên cứu truyền thông**

Số tín chỉ: **03**

Điều kiện tiên quyết: **Không**

Học phần ***Phương pháp nghiên cứu truyền thông*** là học phần bắt buộc thuộc Kiến thức cơ sở ngành. Học phần giới thiệu những thông tin cơ bản về phương pháp nghiên cứu một đề tài, một dự án truyền thông. Học phần giới thiệu những phương pháp nghiên cứu truyền thông cơ bản, giúp sinh viên hiểu biết về quy trình nghiên cứu truyền thông nói chung, các bước tiến hành một đề tài nghiên cứu cụ thể được áp dụng trong thực tế. Kết thúc khóa học, sinh viên có khả năng nghiên cứu độc lập một đề tài, dự án.

Qua học phần, sinh viên nắm vững các kiến thức về phương pháp nghiên cứu khoa học và hình thành những hiểu biết nền tảng về phương pháp nghiên cứu trong lĩnh

vực truyền thông; nắm vững các phương pháp cơ bản trong nghiên cứu truyền thông: Phương pháp nghiên cứu định tính, định lượng, phương pháp quan sát, phỏng vấn, điều tra bảng hỏi, phân tích thông điệp, phân tích thể chế/ tổ chức...; có khả năng phân tích, lên kế hoạch, các bước tiến hành thực hiện một dự án nghiên cứu truyền thông; nghiên cứu tình huống và kỹ năng nghiên cứu độc lập, làm việc nhóm; có nhận thức đúng đắn về nghiên cứu trong lĩnh vực truyền thông - báo chí chuyên nghiệp. Sinh viên chất lượng cao có cơ hội tham gia các hoạt động nghiên cứu khoa học cấp học viện hoặc cấp bộ dựa trên các đề tài nghiên cứu thông qua môn học.

### **13. Pháp luật, đạo đức và vấn đề bản quyền truyền thông**

Số tín chỉ: **03**

Điều kiện tiên quyết: **Không**

Học phần *Pháp luật và đạo đức truyền thông* là học phần bắt buộc thuộc Kiến thức cơ sở ngành. Học phần cung cấp cho sinh viên những kiến thức cơ bản về hệ thống pháp luật và đạo đức báo chí - truyền thông. Bên cạnh đó, sinh viên cũng được cung cấp các kiến thức, kỹ năng, năng lực tư duy, pháp lý trong các hoạt động báo chí – truyền thông.

Qua học phần, sinh viên hiểu và nắm vững các quy định về pháp luật, có hành vi đúng đắn chuẩn mực với những quy ước đạo đức phù hợp của người hoạt động truyền thông, hiểu biết các quy định về đạo đức, ý thức về pháp luật của các quốc gia trên thế giới. Sinh viên sẽ có những tri thức cơ bản, hệ thống và cập nhật các văn bản quy phạm pháp luật báo chí truyền thông, các khái niệm, lịch sử vấn đề; khái niệm về đạo đức, đạo đức nghề nghiệp, đạo đức nghề nghiệp nhà báo; cơ sở quy định đạo đức nghề nghiệp nhà báo; các quy ước đạo đức nghề nghiệp của báo chí; vấn đề tu dưỡng và rèn luyện đạo đức nghề nghiệp của nhà báo để người học hiểu biết thêm, tham khảo và vận dụng trong điều kiện báo chí Việt Nam đổi mới và hội nhập.

### **14. Kỹ năng ngoại giao số**

Số tín chỉ: **03**

Điều kiện tiên quyết: **Không**

Học phần *Kỹ năng ngoại giao số* là học phần tự chọn thuộc Khối kiến thức chuyên ngành. Học phần gồm hai nội dung chính: lý thuyết cơ bản về ngoại giao số và

thực hành kỹ năng ngoại giao số. Sau khi kết thúc học phần, sinh viên có thể hoạt động ngoại giao số chuyên nghiệp trên thực tiễn tại các đại sứ quán, các tổ chức quốc tế, các Bộ Ban ngành.

Qua học phần, sinh viên nắm vững lý thuyết về ngoại giao số và các kỹ năng ngoại giao số; nắm vững cách thức ứng dụng các phương tiện kỹ thuật số để hoạt động ngoại giao số chuyên nghiệp; có kỹ năng sáng tạo các chiến lược ngoại giao số; có kỹ năng làm việc độc lập, làm việc nhóm, lập kế hoạch ngoại giao số chuyên nghiệp; có năng lực trách nhiệm cao với tư cách là một nhà ngoại giao số, có ý thức phục vụ nhân dân, có khả năng thích nghi với môi trường làm việc ngoại giao toàn cầu; có năng lực chuyên môn, điều phối và phát huy trí tuệ tập thể, trung thành với lợi ích quốc gia - dân tộc, có trách nhiệm với cộng đồng với vai trò là một nhà ngoại giao số.

## **15. Ngôn ngữ báo chí - truyền thông**

Số tín chỉ: **03**

Điều kiện tiên quyết: **Đại cương truyền thông đại chúng**

Học phần *Ngôn ngữ báo chí - truyền thông* là học phần bắt buộc thuộc Kiến thức cơ sở ngành. Học phần trang bị cho người học những kiến thức chung về ngôn ngữ truyền thông; bản chất tín hiệu của ngôn ngữ và các loại tín hiệu được sử dụng trong ngôn ngữ truyền thông; tính chất của ngôn ngữ truyền thông; Nguyên tắc phối hợp các loại tín hiệu ngôn ngữ truyền thông; Sự tác động của xã hội và công nghệ tới sự phát triển của ngôn ngữ truyền thông và cách sử dụng ngôn ngữ truyền thông trong tác phẩm truyền thông: viết tít, lời dẫn, sapo, cách sử dụng ngôn ngữ lời nói, ngôn ngữ hình ảnh, ngôn ngữ viết.

Kết thúc học phần, người học có một số kỹ năng sử dụng ngôn ngữ truyền thông để sáng tạo tác phẩm truyền thông, giúp sinh viên hiểu sâu sắc bản chất của hành ngôn của các phương tiện truyền thông - báo chí, để ứng dụng trong nghề viết báo và cho truyền thông nói chung, hoặc phân tích thông điệp báo chí - truyền thông đại chúng như nguồn tư liệu nghiên cứu phục vụ cho các công việc trong lĩnh vực PR và Ngoại giao văn hóa.

## **16. Chính sách đối ngoại Việt Nam từ 1975 đến nay**

Số tín chỉ: **03**



Điều kiện tiên quyết: **Không**

Học phần *Chính sách đối ngoại Việt Nam từ 1975 đến nay* là học phần bắt buộc thuộc khối Kiến thức bổ trợ. Học phần cung cấp cho sinh viên những nội dung cơ bản về đường lối, chính sách đối ngoại của Đảng và Nhà nước Việt Nam kể từ năm 1975 đến nay, cũng như quá trình hoạch định và triển khai chính sách đối ngoại Việt Nam thời kỳ Đổi mới và chính sách của Việt Nam với một số đối tác chính.

Sau khi học xong học phần này, sinh viên nắm vững kiến thức chuyên sâu về quá trình đổi mới tư duy đối ngoại, các thành tố của chính sách đối ngoại Việt Nam; có khả năng phân tích và đánh giá một vấn đề đối ngoại cụ thể của Việt Nam; có khả năng trình bày về một vấn đề cụ thể trong chính sách đối ngoại. Sinh viên hình thành năng lực tự học, tích lũy kiến thức, và tự phát triển mở rộng các kiến thức có liên quan tới lĩnh vực quan hệ quốc tế, có khả năng đưa ra những nhận định, đánh giá cá nhân về các vấn đề đối ngoại và có nhận thức tốt về vai trò của chính sách đối ngoại trong bảo vệ lợi ích quốc gia - dân tộc của Việt Nam.

## **17. Công tác ngoại giao**

Số tín chỉ: **03**

Điều kiện tiên quyết: **Không**

Học phần *Công tác ngoại giao* là học phần bắt buộc thuộc khối Kiến thức bổ trợ. Học phần nhằm cung cấp cho sinh viên những kiến thức, kỹ năng cơ bản và hệ thống về công tác ngoại giao. Cụ thể, sinh viên được giới thiệu về những nghiệp vụ cơ bản của công tác ngoại giao như các cơ quan quan hệ đối ngoại ở trong nước và nước ngoài; công văn ngoại giao; ngoại giao kinh tế; ngoại giao văn hóa; công tác báo chí và thông tin đối ngoại; công tác lãnh sự; công tác lễ tân ngoại giao; phép lịch sự xã giao và tư tưởng, phương pháp, phong cách và nghệ thuật ngoại giao Hồ Chí Minh và được luyện tập các kỹ năng này.

Sau khi hoàn thành học phần, sinh viên có kiến thức cơ bản và hệ thống về công tác ngoại giao; về các nghiệp vụ ngoại giao để có thể bắt đầu nghề ngoại giao; có kỹ năng nhất định trong việc tổ chức các sự kiện ngoại giao liên quan đến công tác lễ tân ngoại giao, họp báo, ngoại giao kinh tế, ngoại giao văn hóa, có khả năng làm việc độc lập và làm việc nhóm hay nghiên cứu một vấn đề liên quan đến nghiệp vụ ngoại giao;

có khả năng tự phát triển mở rộng các kiến thức có liên quan tới nghiệp vụ ngoại giao, đưa ra những ý kiến tham mưu về các vấn đề nghiệp vụ ngoại giao như lễ tân, báo chí, lãnh sự, có năng lực lập kế hoạch và dẫn dắt trong việc thực hiện các sự kiện ngoại giao.

## **18. Kinh tế đối ngoại Việt Nam**

Số tín chỉ: **03**

Điều kiện tiên quyết: **Không**

Học phần ***Kinh tế đối ngoại Việt Nam*** là học phần bắt buộc thuộc khối Kiến thức bổ trợ. Học phần trang bị cho sinh viên những kiến thức về những vấn đề chung về kinh tế đối ngoại như: cơ sở phát triển kinh tế đối ngoại, quá trình đổi mới chính sách kinh tế đối ngoại, quan điểm cơ bản phát triển kinh tế đối ngoại của Đảng và Nhà nước ta và thành tựu về phát triển kinh tế đối ngoại; một số vấn đề trong phát triển kinh tế đối ngoại nước ta hiện nay; các lĩnh vực chủ yếu của kinh tế đối ngoại: ngoại thương, đầu tư nước ngoài, hỗ trợ phát triển chính thức (ODA), du lịch quốc tế, xuất khẩu lao động và chuyên gia; vấn đề nâng cao năng lực cạnh tranh của nền kinh tế Việt Nam trong bối cảnh hội nhập; sự tham gia của Việt Nam trong một số tổ chức Kinh tế Quốc tế; quan điểm và chiến lược phát triển kinh tế đối ngoại của Việt Nam.

Sau khi kết thúc học phần, sinh viên được trang bị kỹ lưỡng những phương pháp để phân tích, thuyết trình những vấn đề thuộc lĩnh vực kinh tế đối ngoại, đồng thời biết vận dụng các kiến thức đã học để giải quyết các vấn đề cụ thể trong lĩnh vực kinh tế đối ngoại từ đó nâng cao kiến thức và khả năng đánh giá, đưa ra giải pháp, mô hình ý tưởng mới đối với chính sách kinh tế đối ngoại của Đảng và Nhà nước từ góc độ hội nhập. Học phần cũng giúp sinh viên rèn luyện khả năng phân tích, kỹ năng làm việc độc lập, làm việc nhóm cùng các kỹ năng giao tiếp trong môi trường kinh doanh đa văn hóa.

## **19. Công pháp quốc tế**

Số tín chỉ: **03**

Điều kiện tiên quyết: **Pháp luật đại cương**

Học phần ***Công pháp quốc tế*** là học phần bắt buộc thuộc khối Kiến thức bổ trợ. Học phần cung cấp cho sinh viên kiến thức chung về khung pháp lý quốc tế và kiến thức cơ bản về một số lĩnh vực pháp luật quốc tế như luật điều ước quốc tế, thẩm quyền quốc gia, miễn trừ quốc gia, trách nhiệm quốc gia, luật biển quốc tế, luật quốc tế về biên

giới lãnh thổ, luật tổ chức quốc tế, luật nhân quyền quốc tế, dân cư, quốc tịch, và giải quyết tranh chấp quốc tế.

Sau khi hoàn thành học phần, sinh viên có hiểu biết cơ bản về lịch sử hình thành và phát triển, các đặc điểm chính, chủ thể và nguồn của Công pháp quốc tế, cũng như một số lĩnh vực pháp luật quốc tế quan trọng; vận dụng được các kiến thức đã học để giải quyết những vấn đề pháp lý quốc tế.

## **20. Truyền thông quốc tế và truyền thông đối ngoại**

Số tín chỉ: **03**

Điều kiện tiên quyết: **Lý thuyết truyền thông**

Học phần *Truyền thông quốc tế và truyền thông đối ngoại* là học phần bắt buộc thuộc Khối kiến thức chuyên ngành. Học phần cung cấp cho sinh viên kiến thức tổng quan về truyền thông quốc tế cũng như các lý thuyết căn bản liên quan đến truyền thông quốc tế, các hoạt động truyền thông quốc tế trên thế giới và tình hình phát triển của TT đối ngoại tại Việt Nam. Theo đó, kiến thức được giảng dạy gồm các nội dung chính: Khái quát về truyền thông quốc tế (bao gồm các khái niệm cơ bản, lịch sử phát triển, các đặc điểm, vai trò, chức năng của truyền thông quốc tế); lý thuyết tiếp cận truyền thông quốc tế; giới thiệu truyền thông một số quốc gia; truyền thông đối ngoại tại Việt Nam.

Sau học phần, sinh viên hiểu rõ các khái niệm cơ bản về truyền thông nói chung và truyền thông quốc tế, truyền thông đối ngoại nói riêng; phân tích được các đặc điểm; đánh giá đầy đủ về vai trò, chức năng của truyền thông quốc tế và truyền thông đối ngoại. Sinh viên cũng có thể áp dụng các lý thuyết trong phân tích các hoạt động truyền thông quốc tế và đối ngoại, giúp tạo dựng kỹ năng phân tích và phản biện về chính sách và hoạt động truyền thông. Từ đó, sinh viên có thể tự phân loại các hoạt động truyền thông, tự thiết kế cách nghiên cứu chuyên đề về truyền thông quốc tế và truyền thông đối ngoại. Ngoài ra, sinh viên cũng sẽ tự rút ra bài học để hình thành thái độ tích cực, tiếp thu có chọn lọc trên cơ sở phân tích các dòng thông tin trên truyền thông quốc tế. Qua đó trau dồi bản lĩnh chính trị vững vàng, kỹ năng phân tích tin tức truyền thông để áp dụng trong công việc sau này.

## 21. Báo in và báo mạng - điện tử

Số tín chỉ: **03**

Điều kiện tiên quyết: **Không**

Học phần ***Báo in và báo mạng - điện tử*** là học phần bắt buộc thuộc Khối Kiến thức chuyên ngành. Học phần trang bị những kiến thức cơ bản về lý thuyết thể loại báo chí. Trên cơ sở đó người học sẽ thực hành các tác phẩm báo chí theo từng thể loại, loại hình được học.

Học phần Báo in và báo mạng - điện tử sẽ cung cấp các kiến thức chung về kỹ năng viết báo, gồm: lý thuyết chung về thể loại báo chí, cách thức xây dựng một tác phẩm báo chí thuộc các thể loại tin, bài phản ánh, bài phỏng vấn, bài bình luận; cách phát hiện, khai thác đề tài trong xây dựng tác phẩm, cách thực hiện phỏng vấn với các đối tượng khác nhau, và một số kỹ năng chuyên nghiệp trong nghề báo, đặc biệt chú trọng vào kỹ năng viết - kỹ năng nền tảng trong hoạt động nghề nghiệp truyền thông.

Kết thúc học phần, sinh viên hiểu được các kiến thức chung về lý thuyết báo chí, biết vận dụng được lý thuyết để triển khai ý tưởng để xây dựng được các tác phẩm báo viết hoàn chỉnh (bao gồm viết tin bài, phỏng vấn, viết bình luận). Từ đó sinh viên có thể kết hợp các thể loại đã học để sáng tạo nên tác phẩm báo chí theo phong cách riêng của mình. Sinh viên cũng có nhận thức đúng đắn về vai trò và sức ảnh hưởng của thông điệp báo chí, hình thành thái độ đúng đắn, có trách nhiệm với công việc, và say mê trong tác nghiệp báo chí.

## 22. Phát thanh và truyền hình

Số tín chỉ: **03**

Điều kiện tiên quyết: **Không**

Học phần ***Phát thanh và truyền hình*** là học phần tự chọn trong khối Kiến thức chuyên ngành. Học phần này là phần 2 trong loạt 3 học phần trang bị những kiến thức cơ bản về lý thuyết và thực hành về các thể loại báo chí. Ở học phần 2 này, sinh viên sẽ học các kỹ năng phát hiện đề tài, triển khai khai thác vấn đề để sáng tạo các tác phẩm phát thanh và truyền hình.

Qua học phần này, sinh viên nắm được những đặc trưng cơ bản của tác phẩm báo chí phát thanh và truyền hình về mặt hình ảnh và âm thanh; nhận thức được vai trò

và vận dụng ngôn ngữ âm thanh và hình ảnh trong quá trình sáng tạo tác phẩm báo chí phát thanh, truyền hình; nắm vững quy trình sáng tạo tác phẩm báo chí phát thanh, truyền hình; có khả năng thực hiện một tác phẩm phát thanh, viết kịch bản và làm được một tin phát thanh và xây dựng một bản tin phát thanh; có khả năng thực hiện một tác phẩm truyền hình, viết kịch bản và làm được một tin truyền hình từ 30-45 giây.

### **23. Ngoại giao văn hóa**

Số tín chỉ: **03**

Điều kiện tiên quyết: **Văn hóa Việt Nam và hội nhập quốc tế**

Học phần *Ngoại giao văn hoá* là học phần bắt buộc thuộc Khối kiến thức chuyên ngành. Học phần Ngoại giao Văn hóa cung cấp cho sinh viên kiến thức tổng quan về: các nội dung cơ bản của ngoại giao văn hóa; cơ sở thực tiễn của ngoại giao văn hóa; cơ sở lý luận của ngoại giao văn hóa; các công cụ của ngoại giao văn hóa (chủ yếu là công cụ truyền thông đại chúng và công cụ văn hóa đại chúng); và các quan điểm của Đảng và Nhà nước ta về ngoại giao văn hóa.

Sau khi kết thúc học phần, sinh viên hiểu rõ khái niệm ngoại giao văn hóa; phân biệt ngoại giao văn hóa với ngoại giao công chúng; nhận biết về sự cần thiết và lợi ích của việc sử dụng văn hóa như sức mạnh mềm; hiểu được lịch sử của ngoại giao văn hóa; phân tích, so sánh, đối chiếu các học thuyết về ngoại giao văn hóa; áp dụng cơ chế chuyển hóa thông tin và cơ chế chuyển hóa văn hóa thành sức mạnh vào thực tiễn; hiểu được quan điểm, mục tiêu, chủ thể, công cụ của ngoại giao văn hóa Việt Nam; áp dụng kỹ năng giao tiếp liên văn hóa, tác nghiệp ngoại giao, kỹ năng quảng bá và tuyên truyền văn hóa đối ngoại, kỹ năng sử dụng văn hóa cho mục tiêu ngoại giao vào thực tiễn và hình thành ý thức tự hào về ngoại giao văn hóa Việt Nam, lòng trung thành với lợi ích quốc gia, dân tộc trong lĩnh vực văn hóa đối ngoại.

### **24. Gây quỹ và vận động tài trợ**

Số tín chỉ: **03**

Điều kiện tiên quyết: **Đại cương quan hệ công chúng quốc tế**

Học phần *Gây quỹ và vận động tài trợ* là học phần bắt buộc thuộc Khối kiến thức chuyên ngành. Học phần sẽ trang bị nền tảng kiến thức cho sinh viên truyền thông về bức tranh tổng quan, các khái niệm cơ bản của môi trường “phi lợi nhuận” cũng như

ý nghĩa của hoạt động Gây quỹ và huy động tài trợ. Sinh viên cũng sẽ được trang bị kiến thức về thế nào là một hoạt động Gây quỹ và huy động tài trợ hợp pháp và nhân văn; hiểu được cách lên kế hoạch, xác định những nguồn tài trợ, lựa chọn phương thức truyền thông hiệu quả và làm sao để phát triển được những mối quan hệ cần thiết.

Thông qua học phần, sinh viên truyền thông nắm vững được các kiến thức về Gây quỹ và huy động tài trợ; hiểu rõ bức tranh về môi trường “phi lợi nhuận”; nắm được quy trình và những yếu tố cần thiết trong hoạt động Gây quỹ và xin tài trợ (bao gồm cả vấn đề pháp lý và đạo đức) để có thể áp dụng xây dựng một kế hoạch truyền thông phù hợp (bằng Tiếng Việt và Tiếng Anh); biết cách chủ động tạo lập, củng cố và tăng cường các mối quan hệ cần thiết; có khả năng làm việc độc lập cũng như làm việc nhóm trong xây dựng kế hoạch Gây quỹ và xin tài trợ.

## **25. Sản xuất sản phẩm truyền thông quốc tế**

Số tín chỉ: **03**

Điều kiện tiên quyết: **Đại cương quan hệ công chúng quốc tế**

Học phần *Sản xuất sản phẩm truyền thông quốc tế* là học phần bắt buộc thuộc khối Kiến thức chuyên ngành. Học phần chú trọng việc xây dựng kỹ năng thực hành sản xuất các sản phẩm truyền thông, ứng dụng cho quan hệ công chúng, truyền thông đại chúng, cụ thể là các sản phẩm truyền thông, quảng cáo động.

Qua học phần, sinh viên nắm vững các kiến thức về các sản phẩm truyền thông hiện đại; nắm vững các phương pháp cơ bản trong phân tích các sản phẩm truyền thông ứng dụng rộng rãi cho nhiều lĩnh vực. Hình thành một số ý tưởng sáng tạo trong lĩnh vực truyền thông, PR, quảng cáo; nghiên cứu tình huống, phân tích, hoạch định kế hoạch truyền thông thực tiễn từ chiến lược PR chung; hình thành kỹ năng tổ chức sản xuất, thực hiện tác phẩm, thiết kế sáng tạo tác phẩm truyền thông hiện đại.

## **26. Ứng dụng truyền thông quốc tế**

Số tín chỉ: **03**

Điều kiện tiên quyết: **Truyền thông quốc tế**

Học phần *Ứng dụng truyền thông quốc tế* là học phần tự chọn thuộc khối Kiến thức chuyên ngành. Học phần cung cấp kiến thức chuyên sâu về truyền thông đại chúng của các quốc gia, mối quan hệ giữa truyền thông đại chúng với các thiết chế xã hội của

quốc gia đó.

Thông qua phân tích một số mô hình báo chí - truyền thông của các quốc gia, sinh viên rút ra những nhận thức có tính hệ thống về các hệ thống truyền thông trên thế giới; sinh viên có thể áp dụng mô hình phân tích để độc lập nghiên cứu về truyền thông của các quốc gia trên thế giới.

## **27. Công chúng của truyền thông**

Số tín chỉ: **03**

Điều kiện tiên quyết: **Lý thuyết truyền thông**

Học phần *Công chúng của truyền thông* là học phần tự chọn thuộc khối Kiến thức chuyên ngành. Học phần giới thiệu những thông tin cơ bản về công chúng, công chúng truyền thông, ứng xử của công chúng đối với truyền thông và tiếp nhận các sản phẩm truyền thông; tầm quan trọng của việc xác định và nghiên cứu các nhóm công chúng trong truyền thông.

Qua học phần, sinh viên nắm vững các kiến thức về công chúng, công chúng truyền thông, thói quen, hoạt động tiếp nhận các sản phẩm truyền thông của công chúng; nắm vững các phương pháp cơ bản áp dụng trong nghiên cứu công chúng truyền thông: Phương pháp quan sát, phỏng vấn, điều tra bảng hỏi, phân tích thông điệp, và hình thành những hiểu biết nền tảng về vai trò của công chúng trong quá trình truyền thông; tầm quan trọng cách thức phương pháp nghiên cứu công chúng trong lĩnh vực truyền thông; kỹ năng thiết kế một nghiên cứu, thu thập số liệu, phân tích số liệu và sử dụng các kết quả nghiên cứu công chúng để lập kế hoạch truyền thông hiệu quả, phù hợp với các nhóm công chúng cụ thể; kỹ năng nghiên cứu độc lập, làm việc nhóm, kỹ năng phản biện, và kỹ năng phân tích.

## **28. Truyền thông và phát triển xã hội (học bằng ngoại ngữ)**

Số tín chỉ: **03**

Điều kiện tiên quyết: **Không**

Học phần *Truyền thông và phát triển xã hội* là học phần tự chọn thuộc Kiến thức chuyên ngành. Học phần trang bị cho học viên các kiến thức về Truyền thông và phát triển xã hội; các yếu tố và mô hình phát triển xã hội trên quy mô toàn cầu, quy mô khu vực, và liên hệ với tình hình phát triển quy mô quốc gia.

Qua học phần, sinh viên nắm được các lý thuyết truyền thông và phát triển xã hội liên quan; nhận thức sâu sắc ảnh hưởng của truyền thông đối với xã hội và nhìn nhận truyền thông trong mối tương quan với các mục tiêu phát triển; kỹ năng xây dựng chiến lược truyền thông; kỹ năng truyền thông nhóm/ truyền thông đại chúng nhằm thay đổi thái độ, hành vi công chúng và kỹ năng phản biện về vai trò của truyền thông đối với chính sách; nâng cao nhận thức của sinh viên về vai trò của truyền thông đối với sự phát triển của xã hội, và thay đổi hành vi của con người - công chúng. Sinh viên chất lượng cao sẽ được học học phần này thông qua việc đi thực địa, làm việc với các cộng đồng bản địa để xây dựng các dự án truyền thông phát triển xã hội cho cộng đồng.

## **29. Truyền thông, chính trị và xã hội**

**Số tín chỉ: 03**

Điều kiện tiên quyết: **Không**

Học phần ***Truyền thông, chính trị và xã hội*** là học phần tự chọn thuộc khối Kiến thức chuyên ngành. Nội dung học phần gồm: lý luận về mối quan hệ giữa chính trị, kinh tế, khoa học kỹ thuật, các tổ chức truyền thông và xã hội; các cuộc tranh luận về ảnh hưởng của truyền thông lên xã hội; quy chế hoạt động và sự kiểm soát của các tổ chức truyền thông, cách thức truyền thông ảnh hưởng đến các hoạt động chính trị và tiến trình dân chủ; bản chất của việc sản xuất tin tức và khoa học công nghệ về truyền thông đã ảnh hưởng đến sự thay đổi của xã hội. Sau khi kết thúc học phần, sinh viên có thể hoạt động truyền thông trong lĩnh vực chính.

Qua học phần, sinh viên nắm vững kiến thức cơ bản về ảnh hưởng của truyền thông; mối quan hệ giữa truyền thông, chính trị và xã hội. Nắm vững cách phân tích các trường hợp các tổ chức truyền thông ảnh hưởng đến xã hội về các vấn đề chính trị; có kỹ năng phân tích và lên kế hoạch truyền thông gây ảnh hưởng trong chính trị và xã hội; có năng lực phục vụ nhân dân, thích nghi với môi trường làm việc toàn cầu; có năng lực chuyên môn, điều phối và phát huy trí tuệ tập thể, trung thành với lợi ích quốc gia, dân tộc, có trách nhiệm phục vụ cộng đồng.

## **30. Truyền thông mạng xã hội**

**Số tín chỉ: 03**

Điều kiện tiên quyết: **Không**



Học phần ***Truyền thông mạng xã hội*** là học phần tự chọn thuộc khối Kiến thức chuyên ngành. Học phần cung cấp kiến thức để định vị quá trình hình thành, phát triển và ứng dụng của truyền thông mạng xã hội theo tiến trình thời gian. Tiếp cận vấn đề theo hướng học thuật và liên văn hoá, học phần giải thích chi tiết về những khái niệm chủ chốt về truyền thông mạng xã hội, cùng với đó, phân tích những ví dụ cụ thể nhằm giúp sinh viên hiểu và có tư duy phản biện về truyền thông mạng xã hội trong bối cảnh truyền thông và văn hoá không ngừng thay đổi.

Qua học phần, sinh viên nắm được các lý thuyết về truyền thông mạng xã hội và hiểu biết các trang mạng xã hội, phân tích ảnh hưởng của truyền thông mạng xã hội tới các sản phẩm văn hoá, đánh giá vai trò của truyền thông xã hội trong quan hệ công chúng, kỹ năng sử dụng mạng xã hội cho mục đích truyền thông, quan hệ công chúng, bao gồm: tạo nội dung, chạy chiến dịch truyền thông, quảng bá đến công chúng mục tiêu; nâng cao nhận thức của sinh viên về vai trò của truyền thông xã hội đối với cá nhân, tổ chức, đồng thời hình thành ý thức về đạo đức sử dụng mạng xã hội.

### **31. Phân tích sự kiện quốc tế trên truyền thông**

Số tín chỉ: **03**

Điều kiện tiên quyết: **Lý thuyết truyền thông**

Học phần ***Phân tích sự kiện quốc tế trên truyền thông*** là học phần tự chọn thuộc khối Kiến thức chuyên ngành. Nội dung học phần bao gồm các cụm chuyên đề truyền thông, quan hệ quốc tế, các lý thuyết liên ngành giữa truyền thông và quan hệ quốc tế. Trong quá trình học, sinh viên thực hành phân tích các sự kiện trên truyền thông quốc tế có ảnh hưởng tới quan hệ quốc tế ở các cấp độ toàn cầu, quốc gia, cá nhân, thể hiện trên các khía cạnh chính trị, kinh tế, văn hóa.

Học phần giúp sinh viên nhận thức được mối quan hệ giữa truyền thông và quan hệ quốc tế. Sinh viên phân tích mối tương tác giữa truyền thông quốc tế và quan hệ quốc tế, từ đó rút ra mô hình tương tác của mối quan hệ này, nắm được vai trò quyền lực của truyền thông trong mối tương quan với quan hệ quốc tế. Sinh viên có thể độc lập nghiên cứu về truyền thông và quan hệ quốc tế từ góc độ tiếp cận liên ngành, viết các bài bình luận, phân tích về quan hệ quốc tế để đăng tải trên báo chí, hoặc làm các nghiên cứu chuyên sâu hơn.

### **32. Truyền thông hội tụ và đa phương tiện**

Số tín chỉ: **03**

Điều kiện tiên quyết: **Không**

Học phần *Truyền thông hội tụ và đa phương tiện* là học phần tự chọn thuộc khối Kiến thức chuyên ngành. Học phần giới thiệu những thông tin cơ bản về các loại hình phương tiện truyền thông đa phương tiện. Học phần giới thiệu mô hình hội tụ truyền thông, giúp sinh viên hiểu biết về quy trình sáng tạo một tác phẩm báo chí truyền thông đa phương tiện trong thực tế. Kết thúc khóa học, sinh viên có khả năng thực hiện một bài báo, một tác phẩm ứng dụng tính đa phương tiện trong truyền thông hiện đại.

Qua học phần, sinh viên nắm vững các kiến thức về các loại hình phương tiện truyền thông và hình thành những hiểu biết nền tảng về lĩnh vực truyền thông đa phương tiện; nắm vững các phương pháp cơ bản trong phân tích các tác phẩm truyền thông đa phương tiện: về nội dung, về thể hiện. Có khả năng phân tích, lên kế hoạch, các bước tiến hành thực hiện một tác phẩm báo chí - truyền thông đa phương tiện; có nhận thức đúng đắn về ứng dụng đa phương tiện trong lĩnh vực truyền thông - báo chí chuyên nghiệp, có khả năng ứng dụng, sáng tạo tác phẩm báo chí - truyền thông đa phương tiện.

### **33. Xây dựng chiến lược truyền thông**

Số tín chỉ: **03**

Điều kiện tiên quyết: **Đại cương quan hệ công chúng quốc tế**

Học phần *Xây dựng chiến lược truyền thông* là học phần tự chọn, thuộc khối Kiến thức chuyên ngành. Học phần gồm hai nội dung chính: kiến thức tổng quan về xây dựng chiến lược PR và cách thức hoạch định chiến lược PR cụ thể. Kết thúc khóa học, sinh viên có thể hoạch định, xây dựng đề án chiến lược PR và áp dụng trong thực tiễn nghề nghiệp PR.

Qua học phần, sinh viên nắm vững cơ bản các kiến thức về xây dựng chiến lược quan hệ công chúng, nắm vững kiến thức về cách thức viết đề án quan hệ công chúng; có kỹ năng xây dựng chiến lược PR và quản lý khủng hoảng khi thực hiện chiến lược PR; có kỹ năng làm việc độc lập, làm việc nhóm, lập kế hoạch, giao tiếp, thuyết trình đề án chiến lược PR trên thực tiễn; có tính trung thực, sáng tạo, có trách nhiệm khi xây dựng và thực hiện đề án chiến lược PR.

### **34. Xây dựng thương hiệu**

Số tín chỉ: **03**

Điều kiện tiên quyết: **Không**

Học phần ***Xây dựng thương hiệu*** là học phần tự chọn, thuộc khối Kiến thức chuyên ngành. Học phần gồm 2 nội dung chính: lý luận về thương hiệu và xây dựng thương hiệu ở tất cả các cấp độ từ thấp đến cao bao gồm: thương hiệu cá nhân, thương hiệu tổ chức, thương hiệu địa phương, thương hiệu quốc gia) và ứng dụng xây dựng và truyền thông thương hiệu trong hội nhập quốc tế. Kết thúc học phần, sinh viên có thể hoạt động chuyên nghiệp trong lĩnh vực xây dựng thương hiệu ở cấp độ quốc gia lẫn quốc tế.

Qua học phần, sinh viên nắm vững các kiến thức về xây dựng thương hiệu nói chung. Và sau đó sử dụng các kiến thức lý thuyết về xây dựng thương hiệu để xây dựng thương hiệu cá nhân, thương hiệu tổ chức, thương hiệu địa phương và xây dựng thương hiệu quốc gia. Học phần nhấn mạnh cách thức xây dựng và truyền thông thương hiệu, có kỹ năng xây dựng và thuyết trình đề án thương hiệu khi hội nhập quốc tế; có khả năng sáng tạo các chiến lược truyền thông thương hiệu để hội nhập và cạnh tranh quốc tế; có năng lực chuyên môn, điều phối và phát huy trí tuệ tập thể, trung thành với lợi ích quốc gia - dân tộc, trách nhiệm với cộng đồng khi xây dựng thương hiệu.

### **35. Quan hệ công chúng chính phủ**

Số tín chỉ: **03**

Điều kiện tiên quyết: **Đại cương quan hệ công chúng quốc tế**

Học phần ***Quan hệ công chúng chính phủ*** là học phần tự chọn, thuộc Khối kiến thức chuyên ngành. Học phần gồm 2 nội dung chính: PR chính phủ lý luận và ứng dụng PR chính phủ thông qua phân tích các trường hợp PR chính phủ điển hình ở các nước trên thế giới và Việt Nam. Kết thúc học phần, sinh viên có thể hoạt động chuyên nghiệp trong lĩnh vực PR chính phủ.

Qua học phần, sinh viên: nắm vững các kiến thức về PR chính phủ, nắm vững xây dựng chiến lược PR chính phủ; có kỹ năng xây dựng và thực hiện đề án chiến lược PR chính phủ trên thực tiễn ( bằng tiếng Việt và tiếng Anh); có kỹ năng làm việc độc lập, làm việc nhóm khi hoạt động PR chính phủ trên thực tiễn; có tính trung thực và

trách nhiệm khi hoạt động nghề nghiệp PR chính phủ; có năng lực chuyên môn, điều phối và phát huy trí tuệ tập thể, trung thành với lợi ích quốc gia - dân tộc, trách nhiệm với công đồng khi hoạt động trong lĩnh vực PR chính phủ.

### **36. Kỹ năng viết diễn thuyết**

Số tín chỉ: **03**

Điều kiện tiên quyết: **Đại cương quan hệ công chúng quốc tế**

Học phần *Kỹ năng viết diễn thuyết* là học phần tự chọn, thuộc Khối kiến thức chuyên ngành. Học phần cung cấp cho sinh viên những nguyên tắc căn bản của nghệ thuật diễn thuyết. Học phần phân tích ba nguyên tắc vàng trong diễn thuyết và phương pháp để tạo ra một nội dung hấp dẫn và đáng nhớ. Học phần cũng tập trung vào kỹ năng viết và biên tập của sinh viên thông qua các bài tập về cách thu hút khán giả và tạo ra các trích dẫn.

Qua học phần, sinh viên có khả năng định hình các yếu tố tạo nên một bài diễn thuyết hay và 3 nguyên tắc vàng trong diễn thuyết; áp dụng các nguyên tắc viết hiệu quả; kiểm soát được sự chú ý của khán giả trong suốt buổi diễn thuyết; truyền tải nội dung qua các phương tiện truyền thông và các phương tiện truyền thông xã hội.

### **37. Kỹ năng viết cho quan hệ công chúng**

Số tín chỉ: **03**

Điều kiện tiên quyết: **Đại cương quan hệ công chúng quốc tế**

Học phần *Kỹ năng viết cho quan hệ công chúng* là học phần tự chọn, thuộc Khối kiến thức chuyên ngành. Học phần gồm 2 nội dung: lý thuyết về các kỹ năng viết cơ bản trong PR và thực hành các kỹ năng viết cho PR. Sau khi kết thúc học phần, sinh viên có thể hoạt động viết chuyên nghiệp trong lĩnh vực PR.

Qua học phần, sinh viên: Nắm vững sự khác biệt giữa các loại bài viết trong PR, nắm vững cấu trúc của các bài viết trong PR và các hình thức viết chuẩn; Nắm vững cách viết, thiết kế thông điệp, nội dung phù hợp với mục tiêu của từng bài viết và loại hình PR, có kỹ năng xây dựng bài viết, xây dựng đề án trong PR; có kỹ năng sáng tạo style viết riêng của cá nhân; có tính trung thực, sáng tạo, có trách nhiệm với nghề nghiệp, trong lĩnh vực viết và sáng tạo PR, có khả năng thích nghi cao với môi trường làm việc toàn cầu với vai trò của một nhà PR chuyên nghiệp.

### **38. Kỹ năng chủ trì hội nghị**

Số tín chỉ: **03**

Điều kiện tiên quyết: **Không**

Học phần ***Kỹ năng chủ trì hội nghị*** là học phần tự chọn, thuộc Khối kiến thức chuyên ngành. Học phần cung cấp những kiến thức và kỹ năng chủ trì hội nghị cơ bản. Sinh viên được giới thiệu cụ thể các bước của quá trình tổ chức hội nghị, chuẩn bị bài thuyết trình, phù hợp cho từng loại hội nghị và từng nhóm đối tượng khán giả.

Qua học phần, sinh viên sẽ hiểu có kiến thức về chủ trì hội nghị, nắm bắt được các kỹ năng của một nhà diễn giả, kiểm soát được sự chú ý của khán giả, khuyến khích tham gia thảo luận. Từ đó áp dụng vào các hoạt động tổ chức, chủ trì hội nghị.

### **39. Kỹ năng thuyết trình**

Số tín chỉ: **02**

Điều kiện tiên quyết: **Không**

Học phần ***Kỹ năng thuyết trình*** là học phần tự chọn thuộc Khối kiến thức chuyên ngành. Học phần này bao gồm 2 phần: lý thuyết và thực hành. Học phần cung cấp cho người học kiến thức cơ bản nhất về quy trình thực hiện một bài trình bày (thuyết trình) trước một nhóm khán giả/người nghe. Kiến thức và nội dung bao gồm như tìm và tổng hợp thông tin, phác thảo đề cương (chuẩn bị trước khi thuyết trình), cấu trúc một bài thuyết trình (giới thiệu/ phần mở đầu bài thuyết trình, nội dung chính bài thuyết trình, xử lý kết thúc một bài thuyết trình), sử dụng giáo cụ trực quan (ảnh, video). Sau học phần này, người học sẽ có thể thực hiện một bài thuyết trình rõ ràng và mạch lạc trước khán giả.

### **40. Kỹ năng dẫn chương trình**

Học phần ***Kỹ năng dẫn chương trình*** là học phần tự chọn thuộc Khối kiến thức chuyên ngành. Học phần này bao gồm 2 phần: lý thuyết và thực hành. Học phần cung cấp cho người học kiến thức cơ bản nhất về quy trình thực hiện kỹ năng dẫn chương trình tại các sự kiện và dẫn chương trình truyền hình. Kiến thức và nội dung bao gồm như tìm và tổng hợp thông tin, phác thảo đề cương (chuẩn bị trước khi dẫn chương trình), cấu trúc của một phần dẫn chương trình (giới thiệu/ phần mở đầu, nội dung chính, xử lý kết thúc), sử dụng giáo cụ trực quan (ảnh, video). Sau học phần này, người học sẽ

có thể thực hiện dẫn chương trình rõ ràng và mạch lạc tại các hội nghị, hội thảo, sự kiện cũng như bước đầu dẫn các chương trình cơ bản trên truyền hình.

#### **41. Ứng dụng ngoại giao văn hóa**

Số tín chỉ: **02**

Điều kiện tiên quyết: **Ngoại giao văn hóa**

Học phần ***Ứng dụng ngoại giao văn hóa*** là học phần tự chọn thuộc Khối kiến thức chuyên ngành. Học phần được giảng dạy bằng tiếng Anh cho sinh viên lớp CLC, cung cấp kiến thức về lịch sử ngoại giao văn hóa, nội dung chính sách và thực tiễn triển khai chính sách ngoại giao văn hóa của một số nước trên thế giới như Mỹ, Trung Quốc, Nga, Nhật Bản... từ đó rút ra kinh nghiệm tham khảo cho việc đề ra chính sách và nâng cao hiệu quả thực thi chính sách ngoại giao văn hóa ở Việt Nam.

Sau khi học xong học phần, sinh viên có khả năng phân tích các trường hợp nghiên cứu ngoại giao văn hóa của các nước, đặc biệt là ngoại giao văn hóa đặc sắc của các chính khách, chính trị gia, vận dụng một cách sáng tạo và hiệu quả chính sách và thực tiễn triển khai chính sách của các nước trên thế giới vào thực tiễn ngoại giao văn hóa ở Việt Nam, được dành nhiều thời gian hình thành và phát triển kỹ năng phân tích chính sách ngoại giao văn hóa của các nước, được trang bị kỹ năng phân tích sự kiện ngoại giao văn hóa của các nước, các kỹ năng làm ngoại giao văn hóa trong bối cảnh hội nhập quốc tế, hình thành thái độ tích cực, tiếp thu có chọn lọc thành công trong công tác làm ngoại giao văn hóa của các nước trên thế giới và áp dụng sáng tạo vào trường hợp ngoại giao văn hóa của Việt Nam. Sinh viên có thái độ tự hào về ngoại giao văn hóa Việt Nam, trung thành với lợi ích văn hóa đối ngoại của dân tộc, có ý thức nâng cao danh tiếng, uy tín và hình ảnh quốc gia.

#### **42. Quản trị tổ chức sự kiện**

Số tín chỉ: **03**

Điều kiện tiên quyết: **Đại cương quan hệ công chúng quốc tế**

Học phần ***Quản trị tổ chức sự kiện*** là học phần tự chọn, thuộc Khối kiến thức chuyên ngành. Học phần cung cấp hệ thống các khái niệm, lý thuyết về tổ chức sự kiện trong môi trường truyền thông - quan hệ công chúng hiện đại. Học phần cũng chú trọng tới việc giới thiệu quy trình tổ chức sự kiện nói chung cũng như quy trình tổ chức các

loại hình sự kiện riêng biệt. Kết thúc khóa học, sinh viên có khả năng thực hiện một dự án - đề xuất tổ chức sự kiện bao gồm: ý tưởng thực hiện, thiết kế sân khấu, kịch bản chương trình, kế hoạch truyền thông... có tính ứng dụng cao.

Qua học phần, sinh viên nắm vững các kiến thức về các loại hình sự kiện truyền thông - quan hệ công chúng hiện đại; nắm vững các phương pháp cơ bản trong việc phân tích các yếu tố cấu thành và các yếu tố ảnh hưởng tác động đến các sự kiện. Hình thành một số ý tưởng sáng tạo trong việc đề xuất tổ chức các sự kiện trong môi trường hiện đại; xây dựng các phương án trong quy trình quản trị sự kiện và các thước đo định tính về kết quả, mục tiêu của các sự kiện.

### **43. Toàn cầu hóa và văn hóa**

Số tín chỉ: **03**

Điều kiện tiên quyết: **Không**

Học phần *Toàn cầu hóa và văn hóa* là học phần tự chọn 2 tín chỉ thuộc Khối kiến thức chuyên ngành. Học phần được giảng dạy bằng tiếng Anh cho sinh viên lớp CLC, cung cấp kiến thức về các khái niệm cơ bản và đặc trưng của toàn cầu hóa văn hóa, tác động của toàn cầu hóa đối với văn hóa, các xu thế văn hóa trong bối cảnh toàn cầu hóa, cách ứng xử của các nền văn hóa đối với làn sóng toàn cầu hóa, tác động của truyền thông đến quá trình toàn cầu hóa văn hóa và một số đặc trưng, xu thế và vấn đề bảo tồn bản sắc của văn hóa Việt Nam trong bối cảnh toàn cầu hóa.

Sau khi học xong học phần, sinh viên có khả năng phân tích các đặc trưng cơ bản của toàn cầu hóa, tác động của toàn cầu hóa đối với văn hóa; đối chiếu, so sánh các xu thế văn hóa và các cách ứng xử của các nền văn hóa đối với làn sóng toàn cầu hóa, liên hệ tới cách ứng xử của văn hóa Việt Nam trong bối cảnh toàn cầu hóa, được dành nhiều thời gian trang bị kỹ năng phân tích các hiện tượng văn hóa, xu thế văn hóa, cách ứng xử của các nền văn hóa trên thế giới dưới tác động của toàn cầu hóa, được trang bị kỹ năng phê bình, đánh giá, biện minh và tranh luận trước các hiện tượng, xu thế văn hóa và phản tư văn hóa trong bối cảnh toàn cầu hóa, đặc biệt được trang bị các kỹ năng phân tích tác động của truyền thông đối với quá trình toàn cầu hóa văn hóa, hình thành một thái độ tích cực, đúng đắn với hiện tượng toàn cầu hóa hiện nay, đặc biệt là sự thay đổi của văn hóa trong bối cảnh toàn cầu hóa, luôn trung thành với lợi ích văn hóa quốc

gia – dân tộc, đặc biệt là vấn đề bảo vệ bản sắc văn hóa dân tộc trong bối cảnh toàn cầu hóa văn hóa, có trách nhiệm đối với cộng đồng trong nước và quốc tế dưới tác động của làn sóng toàn cầu hóa.

#### **44. Tôn giáo và văn hóa trong quan hệ quốc tế**

Số tín chỉ: **03**

Điều kiện tiên quyết: **Không**

Học phần *Tôn giáo và văn hóa trong quan hệ quốc tế* là học phần tự chọn thuộc khối Kiến thức chuyên ngành. Học phần là học phần chuyên sâu, thuộc nhóm các học phần của chuyên ngành Ngoại giao văn hóa. Nội dung học phần gồm 2 nhóm vấn đề chính: Giới thiệu nội dung cơ bản của những tôn giáo lớn (Ấn Độ giáo, Phật giáo, Do Thái giáo, Kitô giáo và Hồi giáo), và phân tích ảnh hưởng của những tôn giáo này đối với đời sống chính trị quốc tế đương đại.

Qua học phần, sinh viên nắm vững được kiến thức nền tảng về tôn giáo và quan hệ quốc tế giữa các tôn giáo; nhận diện được rõ ràng về các hình thái tôn giáo lớn trên thế giới và những xung đột tôn giáo trong đời sống chính trị quốc tế hiện nay; phân biệt được sự khác nhau về hệ giá trị định hướng hành vi của các tôn giáo; nhận thức đúng về vai trò của các tôn giáo trong quan hệ quốc tế; vận dụng được kiến thức truyền thông để phân tích các xung đột tôn giáo; rèn luyện kỹ năng giao tiếp liên văn hóa, tác nghiệp ngoại giao văn hóa; có kỹ năng tổng hợp, phân tích tin tức quốc tế liên quan đến văn hóa, tôn giáo, sắc tộc; có khả năng làm việc độc lập, làm việc nhóm, lập kế hoạch, thuyết trình liên quan đến các vấn đề tôn giáo/ sắc tộc trên trường quốc tế; hình thành khả năng thích nghi với môi trường làm việc toàn cầu.

#### **45. Giao thoa văn hóa**

Số tín chỉ: **03**

Điều kiện tiên quyết: **Không**

Học phần *Giao thoa văn hóa* là học phần tự chọn 2 tín chỉ thuộc Khối kiến thức chuyên ngành. Học phần cung cấp các kiến thức cơ bản về giao tiếp liên văn hóa, các mô hình giao tiếp liên văn hóa, vai trò của giao tiếp liên văn hóa, vai trò của truyền thông đối với các hình thức giao lưu tiếp biến văn hóa hiện nay, các vấn đề trong giao tiếp liên văn hóa và các kỹ năng cần thiết trong môi trường giao tiếp liên văn hóa. Ngoài



ra, học phần cũng cung cấp kiến thức tổng quan về lịch sử giao tiếp liên văn hóa, các vấn đề trong giao tiếp liên văn hóa và cách ứng xử của Việt Nam trong môi trường giao tiếp liên văn hóa.

Sau khi kết thúc học phần, sinh viên có khả năng hiểu được các khái niệm về văn hóa, giao tiếp, giao tiếp liên văn hóa; phân biệt được sự giống và khác nhau giữa các khái niệm giao tiếp liên văn hóa, giao thoa văn hóa và tiếp biến văn hóa; phân tích được mô hình giao tiếp liên văn hóa của các nền văn hóa khác nhau trên thế giới; phân tích được vai trò của giao tiếp liên văn hóa đối với cá nhân, xã hội và đối với quan hệ quốc tế; ứng dụng được kiến thức về giao tiếp liên văn hóa để làm rõ các vấn đề trong giao tiếp liên văn hóa như cú sốc văn hóa, thành kiến, phân biệt văn hóa và xung đột tôn giáo, văn hóa. Học phần cũng tăng thời lượng học các kỹ năng, giúp sinh viên có khả năng thiết lập các chiến thuật giao tiếp trong bối cảnh truyền thông quốc tế, truyền thông đối ngoại hoặc trong các sự kiện ngoại giao, hình thành các kỹ năng giao tiếp liên văn hóa hiệu quả, phân tích được cách thức truyền thông văn hóa khác nhau của các quốc gia và có khả năng phân tích lịch sử, vấn đề trong giao tiếp liên văn hóa tại Việt Nam cũng như có thái độ tích cực, cách ứng xử phù hợp trong môi trường giao tiếp liên văn hóa tại nước ta.

#### **46. Đất nước học**

Số tín chỉ: **03**

Điều kiện tiên quyết: **Không**

Học phần **Đất nước học** là học phần tự chọn thuộc Khối kiến thức chuyên ngành. Học phần cung cấp cho sinh viên kiến thức về các khái niệm trong nghiên cứu văn hóa như: quốc gia dân tộc (nation-state), văn hóa (culture), quyền lực (power) và bản sắc (identity). Từ đó, bên cạnh việc nắm được kiến thức về lịch sử, địa lý, hệ thống chính trị, đặc điểm kinh tế, hệ giá trị văn hóa của các nước lớn như Anh và Mỹ, Nga, Trung Quốc sinh viên còn được trang bị kiến thức về cách tiếp cận đất nước như những kiến tạo lịch sử kết nối với nhau thành một hệ thống và định hình cách con người giải quyết vấn đề, cũng như cách thức sống chung với nhau.

Sau học phần này sinh viên có khả năng phân tích lịch sử, địa lý, hệ thống chính trị, đặc điểm kinh tế, hệ giá trị văn hóa của các nước lớn như Anh, Mỹ, Nga, Trung

Quốc, có khả năng đối chiếu so sánh đặc trưng của các quốc gia, có khả năng phân tích mối quan hệ giữa các đặc trưng của từng quốc gia trong việc hình thành cách thức con người giải quyết vấn đề, cũng như cách thức quốc gia đó ứng xử với các nước khác trong quan hệ quốc tế, được trang bị kỹ năng tổng hợp và phân tích tài liệu về lịch sử, địa lý, văn hóa, chính trị, kinh tế của một quốc gia, được trang bị kỹ năng so sánh, đối chiếu đặc trưng của các quốc gia, được trang bị kỹ năng tranh luận về thể chế chính trị, luật pháp của các quốc gia, hình thành niềm yêu thích, say mê khi tìm hiểu về đặc trưng của các quốc gia trên thế giới cũng như luận giải được việc tác động của những đặc trưng đó tới việc hình thành bản sắc quốc gia ở cấp độ cá nhân và cấp độ cộng đồng, đặc biệt là cách ứng xử của quốc gia đó trong quan hệ quốc tế.

#### **47. Truyền thông Marketing**

**Số tín chỉ: 03**

**Điều kiện tiên quyết: Không**

Học phần cung cấp cho sinh viên những hiểu biết cơ bản về đối tượng, phương pháp nghiên cứu, những lý thuyết cơ bản, các quan điểm quản trị truyền thông marketing; phân tích các nhân tố môi trường Truyền thông Marketing quốc tế và thị trường quốc tế làm cơ sở đánh giá và quản trị thời cơ của công ty kinh doanh; bản chất của Truyền thông Marketing quốc tế trong kinh doanh hiện đại; nội dung và quá trình thực hiện Truyền thông Marketing quốc tế trong tổ chức; tiếp cận và phân tích các hoạt động Truyền thông Marketing quốc tế đang diễn ra trên thị trường và ứng dụng linh hoạt kiến thức lý thuyết vào thực tế.

Sau khi kết thúc học phần, sinh viên có thể củng cố thêm kỹ năng tư duy, khả năng phân tích, ra quyết định, phát hiện và giải quyết vấn đề liên quan đến truyền thông marketing; vận dụng kiến thức để phân tích nội dung về các lĩnh vực khác nhau trong Truyền thông Marketing quốc tế và hoạt động của doanh nghiệp Việt Nam trong bối cảnh hội nhập quốc tế. Về kỹ năng, học phần chú trọng nâng cao khả năng làm việc độc lập, kết hợp làm việc nhóm thông qua các bài tập thuyết trình, mô hình giả định.

#### **48. Marketing số (Tiếp thị số)**

**Số tín chỉ: 03**

**Điều kiện tiên quyết: Đại cương Truyền thông Marketing**

Học phần cung cấp cho người học kiến thức căn bản về marketing trên nền tảng kỹ thuật số; cách thức ứng dụng các công cụ marketing trên Internet trong lĩnh vực kinh doanh điện tử như website, blog, mạng xã hội, SEO, email ...; hoạt động tiếp thị truyền thông xã hội ( bao gồm tiếp thị qua người có tầm ảnh hưởng); tự động hóa tiếp thị bằng trí tuệ nhân tạo và công nghệ đám mây; các kỹ năng xây dựng và quản trị kế hoạch marketing số cho mô hình kinh doanh của cá nhân hay doanh nghiệp; khuôn khổ pháp lý trong tiếp thị trực tuyến (bao gồm cả an ninh mạng).

Kết thúc học phần, sinh viên có thể trình bày về những kiến thức nền tảng của hoạt động marketing số; giải thích và thuyết trình các kế hoạch tiếp thị trực tuyến; ứng dụng các phương tiện tiếp thị trực tuyến vào hoạt động thực tiễn (SEM, Facebook Marketing, Email Marketing, Content Marketing,...); sử dụng công cụ phân tích từ khóa trong việc đánh giá đo lường kết quả thực hiện chiến dịch marketing trực tuyến.

#### **49. Nghiên cứu thị trường**

Số tín chỉ: 03

Điều kiện tiên quyết: **Đại cương Truyền thông Marketing**

Học phần nhằm trang bị cho sinh viên kiến thức cơ bản về nghiên cứu thị trường trong các lĩnh vực khác nhau: truyền thông marketing, quản trị truyền thông – PR, văn hóa tổ chức doanh nghiệp và xã hội, nghiên cứu về giới trẻ, nghiên cứu người lao động và nghiên cứu về sự hài lòng của khách hàng. Sinh viên được yêu phát triển kỹ năng làm việc nhóm và vận dụng lý thuyết vào thực tế.

Kết thúc học phần, sinh viên có kiến thức và kỹ năng về các hoạt động như: lập kế hoạch, thu thập và phân tích dữ liệu thị trường; thuyết trình kết quả nghiên cứu; xây dựng và giải quyết các vấn đề tiếp thị một cách tối ưu thông qua hoạt động nghiên cứu thị trường; thực hiện và đánh giá các dự án nghiên cứu tiếp thị. Đặc biệt, học phần chú trọng đến việc hướng dẫn sinh viên cách xây dựng vấn đề, thiết kế nghiên cứu, lựa chọn các phương pháp thay thế thu thập dữ liệu (bao gồm cả định tính và định lượng) và các kỹ thuật phân tích dữ liệu.

#### **50. Ứng dụng Truyền thông Marketing**

Số tín chỉ: **03**

Điều kiện tiên quyết: **Đại cương Truyền thông Marketing**

Học phần tự chọn thuộc khối Kiến thức chuyên ngành, nhằm cung cấp kiến thức chuyên sâu về Truyền thông Marketing quốc tế tại các doanh nghiệp trong một số lĩnh vực nhất định. Học phần giúp sinh viên rèn luyện các kỹ năng thiết thực, như: phân tích mối quan hệ giữa Truyền thông Marketing quốc tế với kế hoạch phát triển đường dài của doanh nghiệp; đo lường tính hiệu quả của hoạt động Truyền thông Marketing quốc tế theo từng mô hình kinh doanh.

Thông qua phân tích một số dự án Truyền thông Marketing quốc tế điển hình, sinh viên rút ra những nhận thức có tính hệ thống về cách thức ứng dụng Truyền thông Marketing quốc tế vào phát triển doanh nghiệp; sinh viên cũng có thể áp dụng mô hình phân tích để độc lập nghiên cứu về hoạt động Truyền thông Marketing quốc tế của các công ty, loại hình doanh nghiệp đa dạng.

### **51. Sáng tạo sản phẩm truyền thông marketing**

Số tín chỉ: 03

Điều kiện tiên quyết: **Đại cương Truyền thông Marketing**

Học phần được xây dựng dựa trên các khái niệm nhập môn về sáng tạo sản phẩm Truyền thông Marketing quốc tế nhằm phát hành trên các phương tiện khác nhau; bộ công cụ phục vụ quá trình sản xuất sản phẩm truyền thông; cách thức xây dựng nội dung cho các nền tảng Truyền thông Marketing quốc tế mới nổi.

Kết thúc học phần, sinh viên nắm vững kiến thức và hình thành kỹ năng cơ bản trong việc viết, sáng tạo và quản lý nội dung cho truyền thông marketing; cách thức sử dụng các nội dung này để giao tiếp với các nhóm công chúng trên nhiều nền tảng, bao gồm cả truyền thông xã hội và truyền thông kỹ thuật số. Sinh viên có cơ hội phát triển kỹ năng làm việc nhóm, thực hiện sản xuất sản phẩm truyền thông marketing.

### **52. Marketing trong bối cảnh toàn cầu hóa**

Số tín chỉ: 03

Điều kiện tiên quyết: **Đại cương truyền thông marketing**

Học phần sẽ trang bị nền tảng kiến thức cho sinh viên về các khái niệm, nguyên tắc hoạt động của Marketing và Truyền thông Marketing quốc tế trong bối cảnh quốc tế. Sinh viên được củng cố kỹ năng phân tích và đánh giá những thách thức đặt ra bởi xu hướng toàn cầu hóa. bạn sẽ khám phá và đề xuất các phương pháp tiếp cận phù hợp

và cách ứng phó thực tế cho những tình huống này.

Sau khi kết thúc học phần, sinh viên nắm vững kiến thức nâng cao về môi trường Truyền thông Marketing quốc tế toàn cầu đương đại; hiểu về vai trò và tác động của các nền tảng truyền thông toàn cầu kể từ những năm 1980; tiếp cận việc tích hợp hoạt động quảng cáo, tiếp thị và quan hệ công chúng trong hoạt động kinh doanh hiện đại. Bằng việc phân tích các nghiên cứu điển hình về chiến dịch tiếp thị đến từ các thương hiệu toàn cầu, sinh viên hiểu được vai trò của người làm Truyền thông Marketing quốc tế trong việc thiết lập các quy định khác nhau và kết hợp văn hóa trong lĩnh vực truyền thông, nhấn mạnh tầm quan trọng của bối cảnh quốc gia và khu vực trong môi trường toàn cầu.

### **53. Xây dựng thông điệp quảng cáo**

Số tín chỉ: 03

Điều kiện tiên quyết: **Không**

Học phần tự chọn thuộc khối kiến thức chuyên ngành, giúp trang bị cho sinh viên những khái niệm cơ bản về hoạt động xây dựng thông điệp và nội dung cho quảng cáo. Đồng thời, học phần củng cố các kỹ năng phân tích công chúng, nghiên cứu thị trường và đánh giá hiệu quả các nền tảng phát hành quảng cáo.

Kết thúc học phần, sinh viên nắm vững kiến thức về quy trình xây dựng thông điệp, sáng tạo nội dung cho chiến dịch quảng cáo dưới nhiều hình thức (hình ảnh, văn bản, video,...). Sinh viên bước đầu biết cách viết thông điệp quảng cáo dựa trên ý tưởng truyền thông tiếp thị một sản phẩm cho một đối tượng người tiêu dùng cụ thể. Học phần được thiết kế với các bài tập thực hành, bài tập nhóm nhằm thúc đẩy kỹ năng làm việc theo nhóm, kỹ năng hợp tác và điều phối dự án của sinh viên.

### **54. Kinh doanh quốc tế**

Số tín chỉ: 03

Điều kiện tiên quyết: **Không**

Kinh doanh quốc tế là học phần 3 tín chỉ, thuộc nhóm kiến thức cơ sở khối ngành của khối kiến thức giáo dục chuyên nghiệp. Học phần Kinh doanh quốc tế I trang bị cho người học những kiến thức và kỹ năng cơ bản về phân tích các yếu tố thuộc môi trường kinh doanh quốc gia và quốc tế có ảnh hưởng đến các doanh nghiệp kinh doanh quốc

tế. Học phần đề cập các vấn đề chủ yếu sau đây: (1) Cung cấp cái nhìn toàn cảnh về kinh doanh quốc tế, làm rõ bản chất, quy mô, hình thức kinh doanh quốc tế, phân tích những ảnh hưởng của quá trình toàn cầu hóa đến kinh doanh quốc tế; (2) Giải thích sự khác biệt giữa các quốc gia về văn hóa, chính trị - luật pháp, kinh tế, và phân tích tác động của những khác biệt đó đến hoạt động của các doanh nghiệp kinh doanh quốc tế; (3) Mô tả và giải thích tác động của các yếu tố thuộc môi trường quốc tế đến kinh doanh quốc tế, bao gồm môi trường thương mại và đầu tư quốc tế, xu thế hội nhập kinh tế trên thế giới, và hoạt động của hệ thống tài chính – tiền tệ quốc tế. Học phần này có mối liên hệ chặt chẽ với các học phần Kinh tế quốc tế, Hội nhập kinh tế quốc tế, Marketing quốc tế.

### **55. Kế hoạch phương tiện quảng cáo**

Số tín chỉ: 03

Điều kiện tiên quyết: **Không**

Học phần tự chọn thuộc khối kiến thức chuyên ngành, nhằm cung cấp cho sinh viên những kiến thức cốt lõi về phương tiện (công cụ) trong quảng cáo, cách thức xây dựng và triển khai chiến dịch quảng cáo và tích hợp cùng lúc nhiều công cụ để tối ưu hiệu quả. Học phần được xây dựng trên các nền tảng lý thuyết và bài tập thực hành.

Kết thúc học phần, sinh viên hiểu rõ về mối liên hệ giữa các yếu tố đứng sau một chiến dịch quảng cáo thành công, bao gồm: khán giả, thông điệp và phương tiện quảng cáo. Sinh viên được tham gia thực hiện một loạt các chiến dịch thực tế trên các phương tiện khác nhau và đánh giá nghiêm túc mức độ thành công, tính hiệu quả của từng công cụ để rút ra bài học. Học phần được giảng dạy thông qua các bài giảng và hướng dẫn, sinh viên làm việc dưới hình thức cá nhân và hình thức nhóm.

### **56. Thiết kế quảng cáo**

Số tín chỉ: 03

Điều kiện tiên quyết: **Không**

Học phần tự chọn thuộc khối kiến thức chuyên ngành, tập trung củng cố khả năng thực hành cho sinh viên. Giảng viên là người hướng dẫn và theo sát các dự án thiết kế quảng cáo do sinh viên thực hiện. Môn học cũng rèn luyện kỹ năng phân tích, đánh giá và lập kế hoạch, tăng cường khả năng hệ thống hóa kiến thức và áp dụng vào thực tiễn.

Kết thúc học phần, sinh viên có thêm những hiểu biết nhất định về hoạt động thiết kế quảng cáo. Sinh viên hiểu hơn mối liên hệ giữa quảng cáo, công ty sản xuất, tư duy khái niệm, viết lách, làm việc nhóm và thiết kế sản phẩm. Sau khi hoàn thành dự án, sinh viên học cách đánh giá hiệu quả của chiến dịch và có những trải nghiệm thực tiễn đầu tiên, chuẩn bị hòa nhập vào môi trường làm việc chuyên nghiệp trong ngành truyền thông quảng cáo.

## **57. Dự án sản xuất TVC quảng cáo**

Số tín chỉ: 03

Điều kiện tiên quyết: **Không**

Học phần tự chọn thuộc khối kiến thức chuyên ngành, được thiết kế để nâng cao khả năng thực hành của sinh viên trong lĩnh vực tiếp thị và quảng cáo. Bằng việc cung cấp cơ hội để thực hiện dự án thực tế, sinh viên có cái nhìn sâu sắc về nghề nghiệp trong ngành truyền thông tiếp thị, truyền thông quảng cáo.

Kết thúc học phần, sinh viên phát triển các kỹ năng làm việc thông qua nhiệm vụ thực tế và nắm rõ cách thức ứng dụng kiến thức vào công việc cụ thể. Sinh viên có cơ hội làm việc trong môi trường chuyên nghiệp để thiết kế và cung cấp TVC quảng cáo cho các chiến dịch.

## **58. Các học phần Ngoại ngữ**

Phần mô tả tại Phụ lục kèm theo.

## **59. Học phần tốt nghiệp**

Số tín chỉ: 10

Điều kiện tiên quyết: **Đã tích lũy đủ số tín chỉ của các học phần trước đó**

*Sinh viên lựa chọn một trong ba hình thức: Viết khóa luận/ hoặc Làm bài tập dự án và sản phẩm truyền thông quốc tế/ hoặc Học học phần Truyền thông quốc tế tổng hợp. Cụ thể:*

### **a. Khóa luận tốt nghiệp (10 tín chỉ)**

Học phần giúp sinh viên hệ thống lại toàn bộ kiến thức đã học trong toàn khóa, trên cơ sở đó vận dụng vào giải quyết một vấn đề thực tiễn đặt ra ở một địa bàn cụ thể, dưới sự hướng dẫn của 1 giảng viên. Học phần giúp hình thành cho người học kỹ năng nghiên cứu khoa học và giải quyết một vấn đề thực tiễn đặt ra. Khi hoàn thành, bản

khóa luận thể hiện người học vận dụng kiến thức đã tích lũy trong toàn khóa học, ứng dụng vào giải quyết một vấn đề thực tiễn trong phạm vi chuyên ngành Truyền thông quốc tế, trình bày dưới dạng một đề tài khoa học theo Quy định về viết Khóa luận của Học viện Ngoại giao, Khoa Truyền thông và Văn hóa đối ngoại.

**b. Bài tập dự án và sản phẩm truyền thông quốc tế (10 Tín chỉ)**

Học phần Bài tập dự án và sản phẩm truyền thông quốc tế là học phần lựa chọn thuộc khối kiến thức tốt nghiệp của sinh viên. Sinh viên thực hiện công việc dưới sự hướng dẫn của giảng viên ở hai nội dung công việc chính sau:

+ **1. Bài tập dự án (04 tín chỉ):** Sinh viên xây dựng dự án truyền thông dưới sự hướng dẫn của giảng viên.

+ **2. Sản phẩm truyền thông quốc tế (06 tín chỉ):** Sinh viên sáng tạo một sản phẩm truyền thông hoàn thiện dưới sự hướng dẫn của giảng viên.

**c. Học phần Truyền thông quốc tế tổng hợp (10 tín chỉ):** Sinh viên sẽ học học phần tổng hợp 10 tín chỉ trong học kỳ 8 trước khi tốt nghiệp. Đây là tổ hợp gồm kiến thức chuyên sâu nâng cao của 3 học phần Truyền thông và quan hệ quốc tế nâng cao (4 tín chỉ), Ngoại giao văn hóa ứng dụng (3 tín chỉ) và Quan hệ công chúng nâng cao (3 tín chỉ).

Học phần nhấn mạnh các việc luyện tập các lý thuyết và kỹ năng nâng cao trong các nội dung học phần nêu trên.

<p style="text-align: center;"><b>Q. GIÁM ĐỐC</b></p>  <p style="text-align: center;"><b>Phạm Lan Dung</b></p>		<p style="text-align: right;"><i>Hà Nội, ngày      tháng      năm 2021</i></p> <p style="text-align: center;"><b>TRƯỞNG KHOA</b></p>  <p style="text-align: center;"><b>Vũ Tuấn Anh</b></p>
--	--	---



