

TRƯỜNG ĐẠI HỌC MỞ TP. HỒ CHÍ MINH
KHOA QUẢN TRỊ KINH DOANH

ĐỀ CƯƠNG MÔN HỌC

Quan Hệ

CÔNG CHÚNG

Năm học: 2008 – 2009

PHẦN A: THÔNG TIN TỔNG QUÁT

MỤC TIÊU CỦA MÔN HỌC

Môn học này giới thiệu những nguyên tắc cơ bản của Quan hệ công chúng (Public Relations- PR). Mục đích là cung cấp những kiến thức nền tảng về PR mà từ đó có thể áp dụng vào thực tiễn.

Hàn thành môn học này, học viên sẽ:

- Hiểu rõ PR sẽ được đặt ở vị trí nào trong mối quan hệ liên quan với các lĩnh vực nghiên cứu và nghề nghiệp khác.
- Hiểu rõ những nguyên tắc và lí thuyết nền tảng của PR và tìm hiểu xem chúng đã được phát triển như thế nào.
- Hiểu rõ tầm quan trọng của truyền thông trong hoạt động PR, những kỹ năng cơ bản cần thiết khi giao tiếp với giới truyền thông và các công cụ của PR.
- Hiểu rõ hơn về hoạt động PR trong một số tổ chức.

YÊU CẦU CỦA MÔN HỌC

Sinh viên cần tham gia đầy đủ các buổi học để dễ dàng nắm được những vấn đề cốt lõi của môn học.

THỜI LƯỢNG CỦA MÔN HỌC

Quan hệ công chúng là môn học gồm 3 đơn vị học trình (45 tiết) được phân bổ như sau:

- | | |
|---|----|
| ▪ Số tiết lý thuyết: | 30 |
| ▪ Số tiết bài tập và báo cáo chuyên đề: | 15 |

PHƯƠNG PHÁP GIẢNG DẠY

Môn học này trình bày những khái niệm căn bản của PR nên phương pháp chủ yếu là giảng lí thuyết kết hợp với bài tập và báo cáo chuyên đề.

ĐÁNH GIÁ KẾT QUẢ HỌC TẬP

- Bài tập, thảo luận, kiểm tra... trong quá trình học: 30% tổng điểm
- Bài thi hết môn: 70% tổng điểm.

TÀI LIỆU HỌC TẬP

- Wilcox, Dennis L. and Cameron, Glen T. 2006, *Public Relations Strategies and Tactics*, 8th edition, Pearson Education, Inc., Boston.

PHÂN BỐ THỜI GIAN GIẢNG DẠY

TT	NỘI DUNG	Số tiết
1	• Giới thiệu về PR	4
2	• Lịch sử của PR	2
3	• Nhận diện các vấn đề của PR (Research)	3
4	• Lập kế hoạch (Action)	3
5	• Giao tiếp (Communication)	3
6	• Đánh giá (Evaluation)	3
7	• Quan hệ với truyền thông	3
8	• Quản trị khủng hoảng trong hoạt động PR	3
9	• Luật pháp và đạo đức trong hoạt động PR	3
10	• Hoạt động PR trong các tổ chức	3
	<i>Tổng số tiết lý thuyết</i>	30
	Thảo luận nhóm	6
	➤ Sinh viên thuyết trình PR trong thực tiễn	3
	Tham quan thực tế hoặc nghe báo cáo chuyên đề	3
	Ôn tập và giải đáp thắc mắc	3
	<i>Tổng số tiết bài tập</i>	15
	<i>Tổng số tiết cả môn học</i>	45

PHẦN B: NỘI DUNG MÔN HỌC

	Mục tiêu yêu cầu	NỘI DUNG CHÍNH	Những kiến thức cốt lõi cần nắm
1. GIỚI THIỆU VỀ PR	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Phần này giới thiệu cho sinh viên các khái niệm cơ bản về PR. 	<ul style="list-style-type: none"> • Các định nghĩa khác nhau về PR. • Quan hệ công chúng như một tiến trình. • Các thành phần của PR. • PR khác với Báo chí (Journalism) như thế nào? • PR khác với Quảng cáo (Advertising) như thế nào? • PR khác với Tiếp thị (Marketing) như thế nào? • PR hỗ trợ Marketing như thế nào? • Hợp nhất các hoạt động (báo chí, quảng cáo, tiếp thị) trong một tổ chức. • Những tổ chức sử dụng PR. • Những kỹ năng thiết yếu cho người làm công tác PR. 	<ul style="list-style-type: none"> • Hiểu hoạt động PR như một tiến trình. • Phân biệt PR với các khái niệm khác.
2. LỊCH SỬ CỦA PR	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Giới thiệu lịch sử hình thành PR. 	<ul style="list-style-type: none"> • Nguồn gốc của PR • Thời đại của những người tiên phong về PR • Thời kỳ phát triển của PR • PR trong thế kỷ 21. 	<ul style="list-style-type: none"> • Nắm rõ nguồn gốc hình thành và phát triển của PR
3. NHẬN DIỆN CÁC VẤN ĐỀ CỦA PR	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Hiểu rõ tầm quan trọng của việc nghiên cứu trong công tác PR và cách thức nhận diện các vấn đề 	<ul style="list-style-type: none"> • Tầm quan trọng của việc nghiên cứu • Các phương pháp nghiên cứu. • Xây dựng bảng câu hỏi điều tra • Các hình thức tiếp cận để lấy thông tin. 	<ul style="list-style-type: none"> • Tầm quan trọng của việc nghiên cứu và các phương pháp nghiên cứu

	Mục tiêu yêu cầu	NỘI DUNG CHÍNH	Những kiến thức cốt lõi cần nắm
4. LẬP KẾ HOẠCH	❖ Cần hiểu rõ tầm quan trọng của việc lập kế hoạch và các bước tiến hành để lập 1 kế hoạch tốt.	<ul style="list-style-type: none"> • Giá trị của việc lập kế hoạch • Các phương pháp lập kế hoạch • Các yếu tố cơ bản của một chương trình PR cụ thể 	<ul style="list-style-type: none"> • Hiểu thấu đáo cách tiến hành lập kế hoạch của một chương trình PR.
5. GIAO TIẾP	❖ Cần hiểu rõ tầm quan trọng của việc giao tiếp trong tiến trình PR và nội dung của việc giao tiếp.	<ul style="list-style-type: none"> • Mục đích của việc giao tiếp • 6 yếu tố của việc giao tiếp <ul style="list-style-type: none"> ○ Nhận thông điệp ○ Thông điệp và khán giả mục tiêu ○ Ngôn ngữ truyền tải ○ Độ tin cậy của thông điệp ○ Độ nhớ của thông điệp ○ Độ thấm thấu của thông điệp 	<ul style="list-style-type: none"> • Tầm quan trọng của việc giao tiếp • Các yếu tố của việc giao tiếp
6. ĐÁNH GIÁ	❖ Sinh viên cần hiểu rõ mục đích của việc đánh giá và những phương cách đánh giá	<ul style="list-style-type: none"> • Mục tiêu của việc đánh giá • Các công cụ đánh giá: <ul style="list-style-type: none"> ○ Đo lường việc sản xuất ○ Đo lường sự trình bày của thông điệp ○ Đo lường sự nhận thức của khán giả ○ Đo lường thái độ của khán giả ○ Đo lường hành động của khán giả • Những phương cách đo lường khác 	<ul style="list-style-type: none"> • Mục đích của việc đánh giá. • Các phương cách đánh giá.
7. QUAN HỆ VỚI TRUYỀN THÔNG	❖ Sinh viên cần nắm rõ mối quan hệ giữa PR và truyền thông, phương cách tiếp cận với giới truyền thông và các công cụ của PR	<ul style="list-style-type: none"> • Các hình thức truyền thông và mối quan hệ với PR <ul style="list-style-type: none"> ○ Truyền thông in ấn (Print Media): báo, tạp chí, sách. ○ Truyền thông nói và hình ảnh (Spoken and Visual Media): đài phát thanh, truyền hình. • Các phương cách tiếp cận với giới truyền thông • Các công cụ của PR: 	<ul style="list-style-type: none"> • Mối quan hệ giữa PR và truyền thông • Các phương cách tiếp cận với giới truyền thông • Các công cụ của PR.

	Mục tiêu yêu cầu	NỘI DUNG CHÍNH	Những kiến thức cốt lõi cần nắm
		<ul style="list-style-type: none"> ○ Thông cáo báo chí (Media Release) ○ Họp báo (Media Conference) ○ Tổ chức các buổi nói chuyện (Talk shows) ○ PR trên mạng (Web) ○ Sự kiện và tài trợ (Event and Sponsorship) 	
8. QUAN HỆ KHỦNG HOẢNG	❖ Sinh viên cần nắm vững các loại khủng hoảng và các phương cách giải quyết chúng.	<ul style="list-style-type: none"> • Khủng hoảng là gì • Khủng hoảng xảy ra khi nào • Các loại khủng hoảng • Các tổ chức nào tham gia giải quyết khủng hoảng • Vai trò của người làm PR • Kế hoạch chi tiết để giải quyết khủng hoảng • Những vấn đề thường xảy ra khi giải quyết khủng hoảng 	<ul style="list-style-type: none"> • Các loại khủng hoảng • Các cách giải quyết khủng hoảng
9. LUẬT PHÁP & ĐẠO ĐỨC TRONG PR	❖ Sinh viên cần nắm vững những vấn đề liên quan đến luật pháp và đạo đức của nghề PR.	<ul style="list-style-type: none"> • Đạo đức trong hoạt động PR. • Những thách thức cho những người làm công tác PR. • Bản quyền và luật sở hữu trí tuệ • Các văn bản pháp luật liên quan 	<ul style="list-style-type: none"> • Đạo đức của nghề PR • Một số quy định về pháp luật
10. HOẠT ĐỘNG PR TRONG CÁC TỔ CHỨC	❖ Sinh viên cần nắm rõ tình hình hoạt động PR trong một số tổ chức	<ul style="list-style-type: none"> • Hoạt động PR trong các công ty. • Hoạt động PR trong các tổ chức chính phủ. • Hoạt động PR trong các tổ chức phi chính phủ • Hoạt động PR trong các tổ chức phi lợi nhuận • Hoạt động PR trong các tổ chức giáo dục. • Hoạt động PR trong các tổ chức giải trí, thể thao và du lịch 	<ul style="list-style-type: none"> • Hoạt động PR trong các tổ chức

Các chủ đề thảo luận

- PR trong các công ty kinh doanh
- PR trong các cơ quan công quyền
- PR trong các tổ chức giáo dục
- PR trong các tổ chức phi chính phủ
- PR trong các tổ chức phi lợi nhuận
- PR trong các tổ chức giải trí, thể thao và du lịch

Viết đề cương: ThS. Vân Thị Hồng Loan

Duyệt đề cương: TS. Đoàn Thị Mỹ Hạnh

Ngày duyệt đề cương: 01/12/2008