

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

CÁC NGÀNH MÔN HỌC

QUẢN LÝ CÔNG CHỨC

Năm học: 2009 – 2010

PHẦN A: THÔNG TIN TỔNG QUÁT

MỤC TIÊU CỦA MÔN HỌC

Giúp sinh viên hiểu rõ Quan hệ công chúng (PR) là gì? Vì sao ngày nay các doanh nghiệp cần phải biết và ứng dụng PR. Các hoạt động chính của PR là gì? Đánh giá hiệu quả các hoạt động PR. Cuối cùng trong quá trình, sinh viên có khả năng nắm bắt những yêu cầu cơ bản của ngành PR.

YÊU CẦU CỦA MÔN HỌC

Hiệu suất môn này sinh viên cần trang bị trình độ kiến thức về marketing.

THI LƯỜNG CỦA MÔN HỌC

PR là một môn học 3 tín chỉ học trình (45 tiết) được phân bổ như sau:

- Số giờ học lý thuyết: 30 tiết
- Số giờ bài tập và thảo luận: 15 tiết

PHƯƠNG PHÁP GIÁNG DẠY

Phương pháp giảng dạy của môn học là giảng lý thuyết kết hợp với các chương trình thực tế đã có thực hiện bên trong các công ty trong và ngoài nước hoặc những nhân viên các kinh doanh khác nhau. Trong thời gian học, giảng viên sẽ mời mời vài báo cáo viên trong lĩnh vực PR nói chuyện trao đổi với lớp. Ngoài ra lớp học sẽ được chia ra làm nhiều nhóm thực hiện một số chương trình PR cụ thể do giảng viên gợi ý. Sinh viên được khuyến khích, làm ý bài tập, tham gia thảo luận tình huống thì sẽ được nâng cao trình độ kiến thức và kỹ năng có liên quan đến nội dung môn học.

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. Thời gian làm bài là 60 phút, các tham khảo tài liệu trong khi làm bài.

K HO CH GI NG D Y

| Bu i h c | N i dung | S t i t |
|----------|--|---------|
| 1. | <ul style="list-style-type: none"> ● Khái quát môn học, giới thiệu tài liệu và hướng dẫn cách học. ● Bài 1: Tổng quan về ngành PR và yêu cầu đối với ngành PR. | 5 |
| 2. | <ul style="list-style-type: none"> ● Bài 2: Các kỹ năng và phương pháp truyền thông hiệu quả. ● Sinh viên làm bài tập rèn luyện kỹ năng. | 5 |
| 3. | <ul style="list-style-type: none"> ● Bài 3: Cách viết thông cáo báo chí và quy trình tổ chức họp báo. ● Sinh viên tập viết Thông cáo báo chí. | 5 |
| 4. | <ul style="list-style-type: none"> ● Bài 4: Hoạt động tài trợ của doanh nghiệp. ● Sinh viên nghe Báo cáo viên trình bày về cách thức đánh giá mức độ hấp dẫn tài trợ. | 5 |
| 5. | <ul style="list-style-type: none"> ● Bài 5: Tổ chức sự kiện và các hoạt động PR khác biệt. ● Sinh viên làm bài tập thiết kế một sự kiện theo gợi ý của giảng viên. | 5 |
| 6. | <ul style="list-style-type: none"> ● Bài 6: Kỹ năng đàm phán và phương pháp giải quyết khủng hoảng trong kinh doanh. ● Sinh viên nghe Báo cáo viên trình bày về một trường hợp khủng hoảng trong thực tế. | 5 |
| 7. | <ul style="list-style-type: none"> ● Bài 7: Đánh giá hiệu quả các hoạt động PR. ● Sinh viên tổ chức nhóm thảo luận trình bày và xu hướng các tiêu chí đánh giá chương trình. | 5 |
| 8. | <ul style="list-style-type: none"> ● Bài 8: Lập kế hoạch PR và tổ chức phòng PR nội bộ. ● Sinh viên nghe trình bày về một kế hoạch PR cụ thể. | 5 |
| 9. | <ul style="list-style-type: none"> ● Sinh viên thực hiện báo cáo tài. | 5 |

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Quan hệ công chúng – Bài học công chúng thành “FAN” của doanh nghiệp – NXB Trẻ – Business Edge – 2006.
2. Quản lý báo chí & PR lên ngôi – NXB Trẻ – Al Ries & Laura Ries – Thời báo KTSG – 2005.
3. PR Hiệu Quả – NXB Trẻ TP HCM – First News Trí Việt Publishing Co., Ltd. – 2005.
4. Phá vỡ bí ẩn PR – NXB Trẻ – Ngô Thị Phương Anh và Ngô Anh Thi – 2003.
5. Nhập môn PR – NXB Trẻ – Việt Hoa – Công ty Cổ phần Tinh Việt – 2007.
6. Những bí quyết cần biết thành công trong PR – NXB Trẻ – First News – Philip HENSLOWE 2007.
7. PR Power – Mackays of Chatham – 2002.
8. Public Relations for Marketing Professionals – Mac Milan Business – 1998.
9. Public Relation Handbook – Prentice Hall Australia – 1996.
10. Public Relations Practices – Allen H. Center & Patrick Jackson – 1995.

PH N B: NỘI DUNG MÔN HỌC

| | M c tiêu | N i dung chính | Ki n th c c t lõi |
|---|--|---|--|
| Bài 1: T ng quan v ngh PR và yêu c u i v i ngh PR | ❖Gi i thi u khái ni m c b n v PR và giúp sinh viên làm quen v i ho t ng PR t i các doanh nghi p hi n nay. | <ul style="list-style-type: none"> ○ Các khái ni m PR. ○ Nh ng i t ng công chúng mà PR c n h ng t i. ○ Các ho t ng chính c a PR. ○ Vì sao doanh nghi p c n làm PR. PR khác v i Qu ng cáo và Marketing nh th nào? ○ Nh ng yêu c u i v i ng i làm ngh PR. | <ul style="list-style-type: none"> ● Sinh viên hi u PR nh m t môn khoa h c hành vi trong ng x v i th tr ng/ khách hàng. ● Nh ng ki n th c, k n ng c n thi t c a ng i làm PR và ngh PR thông d ng âu. |
| Bài 2: Các k n ng và ph ng pháp truy n thông hi u qu | ❖Giúp sinh viên rèn luy n các k n ng c n thi t nh m hoàn thi n vi c xây d ng quan h v i gi i truy n thông. | <ul style="list-style-type: none"> ○ K n ng biên so n (vi t). ○ K n ng hi u ính. ○ K n ng thuy t trình. ○ K n ng làm vi c nhóm. ○ Khái ni m truy n thông, qui trình truy n thông cá nhân và t ch c. ○ Các hình th c giao ti p v i gi i truy n thông | <ul style="list-style-type: none"> ● Gi i truy n thông bao g m nh ng ai? ● Nguyên t c làm vi c c a h . ● Các hình th c giao ti p, cung c p thông tin cho h và c bi t cách th c gi m i quan h thân thi t v i h . |
| Bài 3: Cách vi t thông cáo báo chí và qui trình t ch c h p báo | <ul style="list-style-type: none"> ❖H ng d n sinh viên các b c vi t m t thông cáo báo chí hi u qu . ❖Gi i thi u qui trình t ch c l bu i h p báo. | <ul style="list-style-type: none"> ○ M c ích, vai trò c a TCBC. ○ Ai th ng xuyên tí p xúc TCBC, s d ng nó khi nào. ○ N i dung c b n c a TCBC. ○ Các thông tin c n chu n b . ○ H p báo là gì? Khi nào c n h p báo. ○ Các b c t ch c h p báo. | <ul style="list-style-type: none"> ● Cách th c trình bày, t tiêu , n i dung TCBC làm sao thu hút gi i truy n thông a tin. ● T ch c h p báo c n chu n b nh ng gì, t m quan tr ng c a nó và hi u qu mà nó mang l i cho doanh nghi p. |
| Bài 4: Ho t ng tài tr c a doanh nghi p | ❖Giúp sinh viên hi u ho t ng tài tr giúp gi cho doanh nghi p và cách th c ánh giá b h s xin tài tr . | <ul style="list-style-type: none"> ○ Tài tr là gì? ○ Nh ng lý do th c hi n tài tr . ○ u và khuy t i m c a ho t ng tài tr . ○ Các b c c n th c hi n khi tài tr . | <ul style="list-style-type: none"> ● Tài tr s tranh th c nh ng c h i qu ng bá trên các ph ng ti n truy n thông v i chi phí r h n t doanh nghi p th c hi n mà v n t c hi u qu cao. |

| | M c tiêu | N i dung chính | Ki n th c c t lõi |
|--|--|---|--|
| Bài 5: T ch c s ki n và các ho t ng PR khác h tr | <ul style="list-style-type: none"> ❖ H ng d n sinh viên qui trình t ch c s ki n ng d i góc m t công ty Event chuyên nghi p. | <ul style="list-style-type: none"> ○ T ch c s ki n là gì? Vì sao ph i t ch c. ○ Các b c t ch c s ki n thành công. ○ Các ch ng trình PR h tr cho s ki n. | <ul style="list-style-type: none"> ● Nh ng vi c c n chu n b và nh ng i u l u ý khi t ch c s ki n. ● Nh ng ho t ng PR nào có th h tr t t nh t cho lo i hình s ki n c a doanh nghi p. |
| Bài 6: Kh ng ho ng và ph ng pháp gi i quy t kh ng ho ng | <ul style="list-style-type: none"> ❖ Giúp sinh viên nhìn nh n nh th nào c g i là kh ng ho ng trong kinh doanh. Các b c gi i quy t kh ng ho ng và phòng ng a. | <ul style="list-style-type: none"> ○ Trình bày m t vài tình hu ng kh ng ho ng trong th c t . ○ Nh ng vi c c n làm tr c, trong và sau kh ng ho ng. ○ Gi i pháp phòng tránh và x lý kh ng ho ng hi u qu . | <ul style="list-style-type: none"> ● Bi t cách qu n lý các m i quan h t t nh t phòng tránh kh ng ho ng. ● Các ph ng pháp phòng tránh kh ng ho ng thông d ng cho các doanh nghi p Vi t Nam. |
| Bài 7: ánh giá hi u qu các ho t ng PR | <ul style="list-style-type: none"> ❖ Trình bày các tiêu chí và các b c ánh giá tính hi u qu c a các ch ng trình PR. | <ul style="list-style-type: none"> ○ Trình bày m t vài tình hu ng trong th c t . ○ Các tiêu chí ánh giá và m t vài i m c n l u ý. ○ Các b c ánh giá tính hi u qu ch ng trình và ph ng pháp ánh giá. | <ul style="list-style-type: none"> ● Cung c p các tiêu chí ánh giá nh tính và nh l ng. Các ph ng pháp k thu t thu th p thông tin th tr ng. ● Theo dõi các thông tin trên m t báo và nh giá bài báo tr c, trong và sau khi ch ng trình th c hi n. |
| Bài 8: L p k ho ch PR và t ch c phòng PR n i b | <ul style="list-style-type: none"> ❖ H ng d n cách th c l p l k ho ch PR cho doanh nghi p nh m t m c tiêu trong n m. ❖ T ch c phòng PR n i b cho doanh nghi p. | <ul style="list-style-type: none"> ○ ánh giá tình hình th tr ng. ○ Thi t l p m c tiêu PR. ○ Xác nh i t ng ch ng trình c n ti p c n. ○ L a ch n ph ng ti n truy n thông h u hi u nh t. ○ Ho ch nh ngân sách và ch ng trình hành ng. ○ Các tiêu chí ánh giá k t qu . ○ T ch c phòng PR n i b . | <ul style="list-style-type: none"> ● Ph ng pháp phân tích th tr ng, i th c nh tranh & doanh nghi p t ánh giá ● Các m c tiêu PR/ Marketing mà doanh nghi p có th h ng t i. ● Các ph ng ti n truy n thông hi n h u trên th tr ng và t m nh h ng c a nó i v i công chúng. ● T ch c phòng PR n i b v i các ch c n ng riêng bi t. |

| | Mục tiêu | Nội dung chính | Kiểm thức cốt lõi |
|---|---|---|---|
| Sinh viên thực hiện báo cáo tài. | <ul style="list-style-type: none"> ❖ Giúp sinh viên có nền tảng kiến thức áp dụng vào lý thuyết đã học trên lớp. | <ul style="list-style-type: none"> ○ Giới thiệu sản phẩm mới. ○ Tổ chức sự kiện. ○ Tổ chức họp báo. ○ Giới quý khách hàng. ○ Chương trình tài trợ. ○ Chương trình khuyến mãi. | <ul style="list-style-type: none"> ● Rèn luyện kỹ năng làm việc nhóm, thuyết trình. ● Thu thập, tổng hợp thông tin thị trường và cách tiếp cận thị trường của đội nhóm. ● Tổ chức báo cáo tài trên lớp như mô hình thật. |

MÔ TẢ CHI TIẾT BÀN LUẬN, THUYẾT TRÌNH

Tùy vào điều kiện thực tế tại lớp, giảng viên và sinh viên sẽ chọn nội dung trong các chủ đề sau đây. Chú ý là các nội dung thảo luận này chỉ mang tính chất tham khảo và không có tính chất bắt buộc, có thể thay thế bằng các nội dung khác tương đương.

- Nhận diện các vấn đề nghiên cứu trong PR.
- Luật pháp và đạo đức trong nghề PR.
- Nguyên nhân và các bài học từ những thành công, thất bại PR nổi tiếng.
- PR trong xây dựng thương hiệu.
- PR và Blog – trách nhiệm xã hội trong kinh doanh.
- Các nhân phẩm nổi bật trong việc PR cho doanh nghiệp.

Viết bằng: **ThS Đinh Tiên Minh**

Duyệt bằng: **TS. Đoàn Thị Minh Hằng**

Ngày duyệt bằng: **08 – 09 – 2009**