

## QUYẾT ĐỊNH

Về việc ban hành Chương trình đào tạo trình độ Đại học ngành Truyền thông đa phương tiện - Mã ngành 7320104

### HIỆU TRƯỞNG TRƯỜNG ĐẠI HỌC GIA ĐỊNH

Căn cứ Quyết định số 959/QĐ-TTg ngày 31/07/2007 của Thủ tướng Chính phủ về việc thành lập Trường Đại học tư thục Công nghệ - Thông tin Gia Định;

Căn cứ Quyết định số 1982/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ ngày 18/10/2016 về việc Phê duyệt Khung trình độ quốc gia;

Căn cứ Quyết định số 1851/QĐ-TTg ngày 20/11/2017 của Thủ tướng Chính phủ về việc đổi tên Trường Đại học tư thục Công nghệ - Thông tin Gia Định thành Trường Đại học Gia Định;

Căn cứ Thông tư số 17/2021/TT-BGDĐT ngày 22/6/2021 của Bộ trưởng Bộ Giáo dục và Đào tạo về quy định chuẩn chương trình đào tạo; xây dựng, thẩm định và ban hành chương trình đào tạo các trình độ của giáo dục đại học;

Căn cứ Quyết định số 186/2023/GDU/QĐ-HT ngày 29/9/2023 của Hội đồng trường về việc bổ nhiệm chức danh Hiệu trưởng Trường Đại học Gia Định;

Căn cứ Quyết định số 1727/2023/GDU/QĐ-HT ngày 5/12/2023 của Hiệu trưởng Trường Đại học Gia Định về việc Ban hành quy định về chuẩn CTĐT; xây dựng, thẩm định, ban hành chuẩn đầu ra và CTĐT trình độ đại học tại Trường Đại học Gia Định;

Căn cứ Biên bản họp số 41/2024/BB-GDU ngày 11/06/2024 của Hội đồng Khoa học và Đào tạo Trường Đại học Gia Định;

Xét đề nghị của Trưởng phòng Đào tạo và Quản lý khoa học và Trưởng khoa Khoa Truyền thông số.

### QUYẾT ĐỊNH:

**Điều 1.** Ban hành kèm theo Quyết định này “Chương trình đào tạo trình độ Đại học ngành Truyền thông đa phương tiện – Mã ngành 7320104”.

**Điều 2.** Chương trình đào tạo này được áp dụng từ khóa tuyển sinh năm 2024.

**Điều 3.** Trưởng phòng Đào tạo và Quản lý khoa học, Trưởng các Khoa, Bộ môn; Trưởng các đơn vị và các cá nhân có liên quan chịu trách nhiệm thi hành Quyết định này. Quyết định có hiệu lực kể từ ngày ký./.

Nơi nhận:

- Như Điều 3;

- Lưu: VT, P.ĐT&QLKH.



**BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO  
TRƯỜNG ĐẠI HỌC GIA ĐỊNH**



**CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO  
TRÌNH ĐỘ ĐẠI HỌC**

**NGÀNH: TRUYỀN THÔNG ĐA PHƯƠNG TIỆN**

**Khóa 18/ năm 2024**

*(Ban hành kèm theo Quyết định số: 674/2024/QĐ-GDU ngày 26 tháng 6 năm 2024  
của Hiệu trưởng Trường Đại học Gia Định)*

*Tp. Hồ Chí Minh, tháng 06 năm 2024*

**CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO**  
**TRÌNH ĐỘ ĐẠI HỌC**  
**Ngành: TRUYỀN THÔNG ĐA PHƯƠNG TIỆN**  
**Khóa: K18/ 2024**

**I. THÔNG TIN CHUNG VỀ CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO**

1.1	Tên chương trình đào tạo (tiếng Việt)	Truyền thông đa phương tiện
	Tên chương trình đào tạo (tiếng Anh)	Multimedia communications
1.2	Mã ngành đào tạo	7320104
1.3	Hình thức đào tạo	Chính quy
1.4	Thời gian đào tạo	8 học kì
1.5	Đối tượng tuyển sinh	Thực hiện theo Đề án tuyển sinh hàng năm của Trường
1.6	Số tín chỉ người học phải tích lũy	120
1.7	CTĐT được tham chiếu đối sánh khi xây dựng chương trình đào tạo	Trường ĐH KHxHNV TPHCM, Trường ĐH Công nghệ Tp. HCM, Trường ĐH FPT, Trường ĐH Assumption, Trường ĐH Hàn Quốc, Trường ĐH Minh Truyền
1.8	Thông tin về đánh giá, kiểm định chương trình đào tạo	Kiểm định cơ sở giáo dục
1.9	Khoa quản lý CTĐT	Truyền Thông Số

**II. TRIẾT LÝ GIÁO DỤC, TẦM NHÌN VÀ SỨ MẠNG**

**2.1 Sứ mệnh**

Đào tạo công dân số - Kiến tạo tương lai.

**2.1 Tầm nhìn**

Trở thành đại học dẫn đầu về chuyên đổi số.

**2.2 Triết lý giáo dục**

Triết lý giáo dục của Trường Đại học Gia Định: Chọn lọc - Ứng dụng – Đại chúng.

### III. MỤC TIÊU VÀ CHUẨN ĐẦU RA CỦA CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO

#### 3.1 Mục tiêu của chương trình đào tạo (Program Objectives: POs)

Mục tiêu của chương trình đào tạo ngành Truyền thông Đa phương tiện được xây dựng phù hợp với tầm nhìn, sứ mạng, mục tiêu chiến lược và triết lý giáo dục của trường Đại học Gia Định.

- **Mục tiêu về kiến thức:**

Chương trình đào tạo thực hiện các mục tiêu về kiến thức như sau:

MTVKT1. Trang bị được kiến thức về hệ thống về chủ nghĩa Mác-Lênin, tư tưởng Hồ Chí Minh, chính sách, pháp luật của Nhà nước, đạo đức nghề nghiệp, ý thức phục vụ cộng đồng, phát triển bản thân và tinh thần khởi nghiệp

MTVKT2. Vận dụng các kiến thức nền tảng về truyền thông, quảng cáo, marketing, truyền thông Đa phương tiện để làm cơ sở tiếp thu kiến thức ngành và chuyên ngành Truyền thông Đa phương tiện.

MTVKT3. Đưa vào thực tế các kiến thức, kỹ năng từ lý luận đến thực tiễn chuyên sâu của ngành Truyền thông Đa phương tiện để tự tin tham gia thị trường lao động sau khi tốt nghiệp.

- **Mục tiêu về kỹ năng:**

Chương trình đào tạo thực hiện các mục tiêu về kỹ năng như sau:

MTKN1: Kết hợp các kỹ năng mềm, kỹ năng ngoại ngữ, kỹ năng phân biện, phê phán và tư duy sáng tạo, kỹ năng nghề nghiệp trong truyền đạt vấn đề và giải pháp tới mọi người trong hoạt động nghề nghiệp.

MTKN2. Phát triển kỹ năng về công nghệ, xử lý số liệu để đáp ứng yêu cầu thiết kế, sáng tạo và sản xuất các sản phẩm của ngành Truyền thông và Truyền thông Đa phương tiện.

MTKN3: Quản lý kỹ năng tác nghiệp, ứng dụng và phát triển các sản phẩm quảng cáo, dự án truyền thông Đa phương tiện

- **Mục tiêu mức tự chủ và trách nhiệm:**

Chương trình đào tạo thực hiện các mục tiêu về mức chủ và trách nhiệm như sau:

MTNL1. Sẵn sàng làm việc trong mọi môi trường nghề nghiệp

MTNL2. Chia sẻ khả năng lập kế hoạch, điều phối, quản lý các nguồn lực và giám sát các hoạt động trong công việc với đồng nghiệp.

MTNL3: Sẵn sàng chịu trách nhiệm trước tổ chức, xã hội.

### 3.2 Chuẩn đầu ra của chương trình đào tạo (Program Learning Outcomes: PLOs)

Chuẩn đầu ra (PLOs)	Mô tả chuẩn đầu ra	Mức độ đạt được theo thang đo Bloom
<b>Kiến thức</b>		
PLO1	<i>Vận dụng</i> được kiến thức về khoa học lý luận chính trị... trong các hoạt động thực tiễn và nghiên cứu về Truyền thông.	(3)
PLO2	<i>Vận dụng</i> được các kiến thức cơ bản về khoa học xã hội và nhân văn, kiến thức liên ngành như marketing, quảng cáo, truyền thông, báo chí... để áp dụng trong học tập và nghiên cứu;	(3)
PLO3	<i>Vận dụng</i> được các lý thuyết cơ bản về Truyền thông, phân tích được các quy trình xây dựng kế hoạch Truyền thông, từ đó áp dụng được vào việc xây dựng kế hoạch Truyền thông Đa phương tiện trong từng lĩnh vực như doanh nghiệp, chính phủ, truyền thông nội bộ, marketing số, xử lý khủng hoảng...	(3)
<b>Kỹ năng</b>		
PLO4	Phát triển trình độ tiếng Anh trong hoạt động nghề nghiệp.	(4), (5)
PLO5	Kết hợp các kỹ năng phân tích, phản biện, phê phán và tư duy sáng tạo; Kỹ năng giao tiếp, thuyết trình, truyền đạt vấn đề và giải pháp tới người nghe trong môi trường công việc. Kết hợp kỹ năng lập kế hoạch và tổ chức thực hiện, đánh giá hiệu quả các chiến dịch, các dự án truyền thông, marketing, xây dựng và quảng bá thương hiệu, tổ chức sự kiện.	(5), (6)
PLO6	Kết hợp kỹ năng quản lý, phát triển các sản phẩm quảng cáo truyền thông Đa phương tiện, các dự án truyền thông Đa phương tiện.	(5), (6)
<b>Mức tự chủ và trách nhiệm</b>		
PL07	Thể hiện khả năng làm việc độc lập hoặc làm việc theo nhóm trong mọi điều kiện môi trường làm việc. Thể hiện quyết định chuyên môn và quan điểm cá	(2), (6)

Chuẩn đầu ra (PLOs)	Mô tả chuẩn đầu ra	Mức độ đạt được theo thang đo Bloom
	nhân trong lĩnh vực chuyên môn về Truyền thông Đa phương tiện.	
PLO8	Phối hợp, hỗ trợ với những người khác thực hiện nhiệm vụ xác định như nghiên cứu, lập kế hoạch, triển khai và đánh giá một chương trình Truyền thông Đa phương tiện cụ thể.	(2), (6)
PLO9	Sẵn sàng chịu trách nhiệm đối với đồng nghiệp trong lĩnh vực Truyền thông Đa phương tiện.	(2), (6)

### 3.3 Ma trận quan hệ giữa Mục tiêu và Chuẩn đầu ra của chương trình đào tạo

Stt	Mục tiêu của CTĐT (POs)	Chuẩn đầu ra của CTĐT (PLOs)								
		1	2	3	4	5	6	7	8	9
1.	Trang bị được kiến thức về hệ thống về chủ nghĩa Mác-Lênin, tư tưởng Hồ Chí Minh, chính sách, pháp luật của Nhà nước, đạo đức nghề nghiệp, ý thức phục vụ cộng đồng, phát triển bản thân và tinh thần khởi nghiệp	X								
2.	Vận dụng các kiến thức nền tảng về truyền thông, quảng cáo, marketing, truyền thông Đa phương tiện để làm cơ sở tiếp thu kiến thức ngành và chuyên ngành Truyền thông Đa phương tiện.		X							
3.	Đưa vào thực tế các kiến thức, kỹ năng từ lý luận đến thực tiễn chuyên sâu của ngành Truyền thông Đa phương tiện để tự tin tham gia thị trường lao động sau khi tốt nghiệp.			X						

Stt	Mục tiêu của CTĐT (POs)	Chuẩn đầu ra của CTĐT (PLOs)								
		1	2	3	4	5	6	7	8	9
4.	MTKN1: Kết hợp các kỹ năng mềm, kỹ năng ngoại ngữ, kỹ năng phân biện, phê phán và tư duy sáng tạo, kỹ năng nghề nghiệp trong truyền đạt vấn đề và giải pháp tới mọi người trong hoạt động nghề nghiệp.				X					
5.	Phát triển kỹ năng về công nghệ, xử lý số liệu để đáp ứng yêu cầu thiết kế, sáng tạo và sản xuất các sản phẩm của ngành Truyền thông và Truyền thông Đa phương tiện.					X				
6.	Quản lý kỹ năng tác nghiệp, ứng dụng và phát triển các sản phẩm quảng cáo, dự án truyền thông Đa phương tiện						X			
7.	MTNL1. Sẵn sàng làm việc trong mọi môi trường nghề nghiệp							X		
8.	MTNL2. Chia sẻ khả năng lập kế hoạch, điều phối, quản lý các nguồn lực và giám sát các hoạt động trong công việc với đồng nghiệp.								X	
9.	MTNL3: Sẵn sàng chịu trách nhiệm trước tổ chức, xã hội.									X

### 3.4 Vị trí việc làm và khả năng học tập nâng cao trình độ sau khi tốt nghiệp

#### 3.4.1 Vị trí việc làm sau tốt nghiệp

Cử nhân Truyền thông Đa phương tiện của Trường ĐH Gia Định có khả năng tham gia nhiều vị trí công tác trong các cơ quan, đơn vị trong và ngoài nước hoạt động liên quan đến lĩnh vực truyền thông Đa phương tiện như: đài Truyền hình, hãng sản xuất phim Điện ảnh, phim truyền hình, phim hoạt hình,... cơ quan báo chí, Nhà xuất bản, công ty Giải trí, Quảng cáo, tổ chức sự kiện và quan hệ công chúng; làm việc tại bộ phận truyền thông của

các cơ quan, tổ chức xã hội, đoàn thể, doanh nghiệp trong nước và quốc tế, làm trợ giảng trong các trường đại học, khởi nghiệp về truyền thông Đa phương tiện... cụ thể như sau:

Cán bộ quản lý (Lãnh đạo; Giám đốc; Trưởng các phòng ban, bộ phận; Quản lý về nội dung: Marketing, Kinh doanh, Truyền thông)

Cán bộ, nhân viên Biên tập nội dung, Sáng tạo nội dung, nhân viên, sản xuất chương trình truyền hình, Phóng viên, Biên tập viên, chương trình Truyền hình, chương trình Phát thanh.....

Giảng viên, cán bộ nghiên cứu Trường Đại học, Cao đẳng,...

#### **3.4.2 Khả năng học tập nâng cao trình độ sau khi tốt nghiệp**

Sinh viên có thể tiếp tục tham gia các chương trình đào tạo sau đại học Thạc sĩ ở Việt Nam, hoặc các nước khác với các học bổng rất đa dạng và phong phú về chuyên môn, các lĩnh vực khoa học khác như Quản trị truyền thông, Quan hệ công chúng, Truyền thông Đa phương tiện...

### **3.5 Điều kiện tốt nghiệp**

Sinh viên được xét và công nhận tốt nghiệp khi:

- Sinh viên được công nhận tốt nghiệp khi hội đủ các điều kiện được quy định bởi Quy chế đào tạo đại học hệ chính quy theo thể thống tín chỉ hiện hành của Trường Đại học Gia Định;
- Tại thời điểm xét tốt nghiệp, sinh viên không bị truy cứu trách nhiệm hình sự, không đang trong thời gian bị kỷ luật ở mức đình chỉ học tập;
- Có các Chứng chỉ Giáo dục Quốc phòng – An ninh;
- Có kết quả đạt môn Giáo dục thể chất ;
- Có đơn đề nghị xét tốt nghiệp trong trường hợp đủ điều kiện tốt nghiệp trước hạn hoặc trễ hạn so với thời gian thiết kế của khóa học;
- Đáp ứng các điều kiện về ngoại ngữ, tin học theo quy định của Trường Đại học Gia Định;



#### IV. CẤU TRÚC VÀ NỘI DUNG CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO

##### 4.1 Cấu trúc chương trình đào tạo

TT	Khối kiến thức	Tổng số TC	Số TC bắt buộc và tự chọn	
			Bắt buộc	Tự chọn
A	Khối kiến thức giáo dục đại cương	44		
B	Khối kiến thức giáo dục chuyên nghiệp	76		
1.	Kiến thức cơ sở ngành	22	18	4
2.	Kiến thức ngành	44	36	8
3.	Thực tập tốt nghiệp	10	10	
<b>Tổng số</b>		<b>120</b>		

##### 4.2 Nội dung chương trình đào tạo theo các khối kiến thức

TT	Mã học phần	Tên học phần	Khối lượng kiến thức			Bắt buộc/ Tự chọn	Điều kiện tiên quyết	Học trước - học sau
			Số TC	LT	TH			
<b>I. Khối kiến thức giáo dục đại cương (44 TC)</b>								
<b>1.1. Lý luận chính trị</b>			<b>11</b>	<b>11</b>	<b>0</b>			
1.	00112001	Chủ nghĩa xã hội khoa học	2	2		BB		
2.	00112006	Kinh tế chính trị Mác Lênin	2	2		BB		
3.	00112021	Tư tưởng Hồ Chí Minh	2	2		BB		
4.	00113018	Triết học Mác Lênin	3	3		BB		
5.	00112008	Lịch sử Đảng CSVN	2	2		BB		
<b>1.2. Khoa học xã hội</b>			<b>3</b>	<b>3</b>	<b>0</b>			
6.	00113010	Pháp luật đại cương	3	3		BB		
<b>1.3. Giáo dục thể chất (không tích lũy)</b>			<b>3</b>		<b>3</b>			
7.	00113005	Giáo dục thể chất	3		3	BB		
<b>1.4. Giáo dục quốc phòng (không tích lũy)</b>			<b>8</b>					
8.	00118004	Giáo dục quốc phòng-an ninh	8		8	BB		

TT	Mã học phần	Tên học phần	Khối lượng kiến thức			Bắt buộc/ Tự chọn	Điều kiện tiên quyết	Học trước - học sau
			Số TC	LT	TH			
<b>1.5. Ngoại ngữ - Tin học</b>			<b>18</b>	<b>12</b>	<b>6</b>			
9.	00113014	Tiếng Anh 1	3	2	1	BB		
10.	00113015	Tiếng Anh 2	3	2	1	BB	00113014	
11.	00113016	Tiếng Anh 3	3	2	1	BB	00113015	
12.	00113021	Tiếng Anh 4	3	2	1	BB	00113016	
13.	00113022	Tiếng Anh 5	3	2	1	BB	00113021	
14.	00113023	Khoa học máy tính và chuyển đổi số	3	2	1	BB		
<b>1.6 Kiến thức đại cương theo khối ngành (kiến thức cơ bản của khối ngành)</b>			<b>12</b>	<b>9</b>	<b>3</b>			
15.	03113044	Khởi nghiệp	3	2	1	BB		
16.	17113016	Kinh tế vi mô	3	3	0	BB		
17.	12113040	Quản trị học	3	2	1	BB		
18.	00113007	Kỹ năng mềm	3	2	1	BB		
<b>II. Khối kiến thức giáo dục chuyên nghiệp (76TC)</b>								
<b>2.1 Kiến thức cơ sở ngành</b>			<b>22</b>	<b>18</b>	<b>4</b>			
<b>Học phần bắt buộc</b>			<b>18</b>	<b>16</b>	<b>2</b>			
19.	03113039	Truyền thông mới (New Media)	3	3	0	BB		
20.	03113023	Ngôn ngữ truyền thông	3	3	0	BB		
21.	03113027	Quản trị dự án truyền thông	3	1	2	BB	12113040	
22.	03113003	Cảm thụ nghệ thuật nghe nhìn	3	3	0	BB		
23.	03113002	Các phương pháp nghiên cứu truyền thông	3	3	0	BB		
24.	03113132	Đạo đức truyền thông	3	3	0	BB	00113010	
<b>Học phần tự chọn (chọn 4 TC)</b>			<b>4</b>	<b>2</b>	<b>2</b>			
25.	03114001	Học kỳ doanh nghiệp 1 (Trải nghiệm thực tế và thực hành môn học)	4		4	TC		

TT	Mã học phần	Tên học phần	Khối lượng kiến thức			Bắt buộc/ Tự chọn	Điều kiện tiên quyết	Học trước - học sau
			Số TC	LT	TH			
26.	03112021	Nghệ thuật nói trước công chúng	2	1	1	TC		
27.	00112003	Văn hóa truyền thông	2	1	1	TC		
28.	03112014	Giao tiếp truyền thông	2	1	1	TC		
29.	03112045	Kỹ năng viết trong truyền thông	2	1	1	TC		
<b>2.2. Kiến thức ngành</b>			<b>25</b>	<b>15</b>	<b>10</b>			
<b>Học phần bắt buộc</b>			<b>21</b>	<b>13</b>	<b>8</b>			
30.	03113046	Kỹ thuật Video	3	1	2	BB		
31.	03113062	Kỹ thuật Audio	3	1	2	BB		
32.	03113042	Xây dựng và phát triển nội dung	3	3	0	BB		03113040
33.	03113029	Quy trình sản xuất sản phẩm truyền thông	3	2	1	BB	03113042	
34.	03113047	Quản trị rủi ro và xử lý khủng hoảng truyền thông	3	2	1	BB		12113040
35.	03113048	Xây dựng chiến lược truyền thông & marketing tích hợp	3	2	1	BB		03113047
36.	03113036	Tiếng Anh chuyên ngành TT	3	2	1	BB		00113022
<b>Học phần tự chọn (chọn 2 trong 4 học phần)</b>			<b>4</b>	<b>2</b>	<b>2</b>			
37.	03112005	Chiến lược marketing sản phẩm truyền thông	2	1	1	TC		03113048
38.	03112004	Cấu trúc khung chương trình	2	1	1	TC		03113040
39.	03112050	Truyền thông sáng tạo	2	1	1	TC		03113040
40.	03112049	Truyền thông và quảng cáo trên nền tảng số	2	1	1	TC		00113023
<b>2.3. Kiến thức chuyên ngành/ngành nâng cao</b>			<b>19</b>	<b>7</b>	<b>12</b>			
<b>2.3.1 Kiến thức chuyên ngành/ngành nâng cao chuyên ngành Sản xuất Truyền thông</b>								

TT	Mã học phần	Tên học phần	Khối lượng kiến thức			Bắt buộc/ Tự chọn	Điều kiện tiên quyết	Học trước - học sau
			Số TC	LT	TH			
<i>(Truyền hình, Phim, Quảng cáo) (New Media Production)</i>								
<b>Học phần bắt buộc</b>			<b>15</b>	<b>5</b>	<b>10</b>			
41.	03113033	Sản xuất sản phẩm quảng cáo, TVC	3	1	2	BB	03113029	
42.	03113032	Sản xuất phim	3	1	2	BB	03113029	
43.	03113051	Sản xuất chương trình giải trí	3	1	2	BB	03113029	
44.	03113052	Sản xuất radio và podcast	3	1	2	BB	03113029	
45.	03113022	Nghiệp vụ đạo diễn	3	1	2	BB	03113029	
<b>Học phần tự chọn (chọn 2 trong 4 môn)</b>			<b>4</b>	<b>2</b>	<b>2</b>			
46.	03112053	Ứng dụng công nghệ trong truyền thông	2	1	1	TC		00113023
47.	03112038	Tổ chức và quản trị sự kiện	2	1	1	TC		12113040
48.	03112034	Thiết kế và quản trị sân khấu	2	1	1	TC		12113040 03113053
49.	03112016	Kinh doanh sản phẩm truyền thông	2	1	1	TC		12113040
<b>2.3.2 Kiến thức chuyên ngành/ngành nâng cao chuyên ngành Xây dựng và Quản trị kênh Truyền thông độc lập (đa kênh) (Media Channel Management)</b>								
<b>Học phần bắt buộc</b>			<b>15</b>	<b>8</b>	<b>7</b>			
50.	03113054	Chiến lược và chiến thuật đa kênh trong truyền thông	3	2	1	BB		12113040 03113005
51.	03113016	Kinh doanh sản phẩm truyền thông	3	2	1	BB		12113040 03113050

TT	Mã học phần	Tên học phần	Khối lượng kiến thức			Bắt buộc/ Tự chọn	Điều kiện tiên quyết	Học trước - học sau
			Số TC	LT	TH			
52.	03113055	Đề án: Quản lý dự án truyền thông đa kênh	3	1	2	BB		12113040
53.	03113056	Thiết kế ấn phẩm truyền thông	3	2	1	BB		03113053
54.	03113057	Kỹ xảo và hiệu ứng	3	1	2	BB		03113046 03113062
<b>Học phần tự chọn (chọn 2 trong 4 môn)</b>			<b>4</b>	<b>2</b>	<b>2</b>			
55.	03112058	Truyền thông mạng xã hội	2	1	1	TC		
56.	03112059	Văn hoá đại chúng Châu Á và Việt Nam	2	1	1	TC		
57.	06112003	Marketing nội dung	2	1	1	TC		
58.	03112060	Marketing thông qua người nổi tiếng	2	1	1	TC		
<b>2.3.2 Kiến thức chuyên ngành/ngành nâng cao chuyên ngành Truyền thông giao tiếp</b>			<b>19</b>	<b>12</b>	<b>7</b>			
<b>Học phần bắt buộc</b>			<b>15</b>	<b>10</b>	<b>5</b>			
59.	03113041	Viết cho PR	3	2	1	BB		
60.	03113028	Quản trị truyền thông doanh nghiệp	3	2	1	BB		03113048
61.	03113006	Chiến lược PR	3	2	1	BB		03113028
62.	03113037	Tổ chức sự kiện	3	2	1	BB		12113040
63.	03113061	Thiết kế và trình bày bài thuyết trình multimedia	3	2	1	BB		03113053
<b>Học phần tự chọn (chọn 2 trong 4 môn)</b>			<b>4</b>	<b>2</b>	<b>2</b>			
64.	03112025	PR chuyên biệt	2	1	1	TC		
65.	03112043	Xử lý khủng hoảng	2	1	1	TC		
66.	06112003	Marketing nội dung	2	1	1	TC		
67.	03112060	Marketing thông qua người nổi tiếng	2	1	1	TC		
<b>2.4 Học kỳ doanh nghiệp /Đồ án tốt nghiệp</b>			<b>10</b>	<b>0</b>	<b>10</b>	BB		

TT	Mã học phần	Tên học phần	Khối lượng kiến thức			Bắt buộc/ Tự chọn	Điều kiện tiên quyết	Học trước - học sau
			Số TC	LT	TH			
68.	03114007	Học kỳ doanh nghiệp 2	4		4	BB		
<i>Học phần tự chọn: chọn Đồ án tốt nghiệp hoặc 02 môn thay thế</i>								
69.	03116001	Đồ án tốt nghiệp	6		4	TC		
70.	03113130	Môn học thay thế 1	3		3	TC		
71.	03113131	Môn học thay thế 2	3		3	TC		
<b>Tổng cộng</b>			<b>120</b>	<b>77</b>	<b>43</b>			

**Ghi chú:** Chương trình trên chưa bao gồm các học phần bắt buộc: Giáo dục thể chất, Giáo dục quốc phòng - An ninh và chuẩn đầu ra Tin học, Ngoại ngữ.

#### V. MA TRẬN THỂ HIỆN SỰ ĐÓNG GÓP CÁC HỌC PHẦN VÀO CHUẨN ĐẦU RA CỦA CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO

TT	Tên học phần	Chuẩn đầu ra Chương trình đào tạo								
		Kiến thức			Kỹ năng			Mức tự chủ và trách nhiệm		
		PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5	PLO6	PLO7	PLO8	PLO9
1.	Kinh tế chính trị Mác-Lê Nin	x								
2.	Triết học Mác-Lê Nin	x								
3.	Chủ nghĩa xã hội khoa học	x								
4.	Tư tưởng Hồ Chí Minh	x								
5.	Lịch sử Đảng CSVN	x								
6.	Pháp luật đại cương	x								x
7.	Giáo dục thể chất	x								
8.	Giáo dục quốc phòng	x								x
9.	Tiếng Anh 1 (English 1)				x					
10.	Tiếng Anh 2 (English 2)				x					
11.	Tiếng Anh 3 (English 3)				x					
12.	Tiếng Anh 4 (English 4)				x					
13.	Tiếng Anh 5 (English 5)				x					
14.	Khoa học máy tính và chuyển đổi số (Computer and Digital Transformation)	x			x		x			

TT	Tên học phần	Chuẩn đầu ra Chương trình đào tạo								
		Kiến thức			Kỹ năng			Mức tự chủ và trách nhiệm		
15.	Khởi nghiệp (Entrepreneurship)	x					x	x		
16.	Kinh tế vi mô (Microeconomics)		x		x				x	
17.	Quản trị học (Principles of Management)		x			x	x	x		
18.	Kỹ năng mềm (Soft Skills)	x	x				x	x	x	x
19.	Truyền thông mới (New Media)		x	x		x		x		
20.	Ngôn ngữ truyền thông		x				x	x		
21.	Quản trị dự án truyền thông (Media Production Management)			x		x			x	
22.	Cảm thụ nghệ thuật nghe nhìn (Art Appreciation)	x	x	x						
23.	Các phương pháp nghiên cứu truyền thông (Media Research)	x	x	x		x	x	x	x	
24.	Đạo đức truyền thông	x	x	x		x		x	x	x
25.	Học kỳ doanh nghiệp 1 (Trải nghiệm thực tế và thực hành môn học)	x	x	x	x	x	x	x	x	x
26.	Nghệ thuật nói trước công chúng (Public Speaking)	x			x			x		x
27.	Cơ sở văn hóa Việt Nam (Vietnam Culture Foundation)	x	x			x	x	x	x	x
28.	Giao tiếp truyền thông (Communication)	x	x				x	x	x	x
29.	Kỹ năng viết trong truyền thông (Writing skills in media)			x		x	x	x		

TT	Tên học phần	Chuẩn đầu ra Chương trình đào tạo								
		Kiến thức			Kỹ năng			Mức tự chủ và trách nhiệm		
30.	Kỹ thuật Video (Audiavideo Techniques)		x	x			x	x	x	
31.	Kỹ thuật Audio (Audiavideo Techniques)		x	x			x	x	x	x
32.	Xây dựng và phát triển nội dung (Content Generation)		x	x			x	x	x	x
33.	Quy trình sản xuất sản phẩm truyền thông (Project Management)		x	x	x			x	x	x
34.	Quản trị rủi ro và xử lý khủng hoảng truyền thông (Media risk and crisis management)		x	x	x			x	x	x
35.	Xây dựng chiến lược truyền thông & marketing tích hợp (IMC Plan)		x	x	x			x	x	x
36.	Tiếng Anh chuyên ngành TT (English in Media and Communication)			x	x	x		x	x	x
37.	Chiến lược marketing sản phẩm truyền thông (Media Products Marketing)		x	x	x			x	x	
38.	Cấu trúc khung chương trình (Media Channel Management)		x	x	x			x	x	
39.	Truyền thông sáng tạo (Creative Media)		x	x	x			x	x	x
40.	Truyền thông và quảng cáo trên nền tảng số (Digital Marketing)		x	x	x			x	x	x
41.	Sản xuất sản phẩm quảng cáo TVC (TVC and Advertisement Production)		x	x			x	x	x	x



TT	Tên học phần	Chuẩn đầu ra Chương trình đào tạo								
		Kiến thức			Kỹ năng			Mức tự chủ và trách nhiệm		
42.	Sản xuất phim (Film and Movie Production)		x	x		x	x	x	x	
43.	Sản xuất chương trình giải trí (TV Show Production)		x	x		x	x	x	x	
44.	Sản xuất radio và podcast (Radio and Podcast Production)		x	x		x	x	x	x	
45.	Ứng dụng công nghệ trong truyền thông (Applying Technology in Media Production)		x	x		x	x	x	x	
46.	Tổ chức và quản trị sự kiện (Event management)		x	x		x	x	x	x	
47.	Thiết kế và quản trị sân khấu (Stage design and management)		x	x		x	x	x	x	
48.	Kinh doanh sản phẩm truyền thông (Media selling)		x	x		x	x	x	x	
49.	Chiến lược và chiến thuật đa kênh trong truyền thông (Multi-Channel Marketing Tactics and Strategy)		x	x		x	x	x	x	
50.	Kinh doanh sản phẩm truyền thông (Media selling)		x	x		x	x	x	x	x
51.	Đề án: Quản lý dự án truyền thông đa kênh (Media Project)		x	x		x	x	x	x	
52.	Quan hệ công chúng (Public Relation)		x	x		x	x	x	x	
53.	Truyền thông mạng xã hội (Social media)		x	x		x	x	x	x	
54.	Văn hoá đại chúng Châu Á và Việt Nam		x	x		x	x	x	x	

TT	Tên học phần	Chuẩn đầu ra Chương trình đào tạo								
		Kiến thức			Kỹ năng			Mức tự chủ và trách nhiệm		
55.	Marketing nội dung (Content marketing)		x	x		x	x	x	x	
56.	Marketing thông qua người nổi tiếng (Influencer marketing)			x		x	x	x	x	
57.	Học kỹ doanh nghiệp	x	x	x	x	x	x	x	x	x
58.	Đồ án tốt nghiệp	x	x	x	x	x	x	x	x	x
59.	Môn học thay thế 1	x	x	x	x	x	x	x	x	x
60.	Môn học thay thế 2	x	x	x	x	x	x	x	x	x

#### VI. KẾ HOẠCH THỰC HIỆN CHƯƠNG TRÌNH DỰ KIẾN

TT	Mã học phần	Tên học phần	Số TC	HP tiên quyết/học trước	Khoa quản lý HP	Ghi chú
<b>NĂM 1</b>						
<b>Học kỳ 1: 18 TC</b>						
1.	00113018	Triết học Mác Lênin	3		KHXH-NN	
2.	00113014	Tiếng Anh 1 (English 1)	3		KHXH-NN	
3.	17113016	Kinh tế vi mô (Microeconomics)	3		KHXH-NN	
4.	03113039	Truyền thông mới (New Media)	3		TTS	
5.	12113040	Quản trị học (Principles of Management)	3		KT-QT	
6.	03113003	Cảm thụ nghệ thuật nghe nhìn (Art Appreciation)	3		TTS	
<b>Học kỳ 2: 17 TC</b>						
7.	00113023	Khoa học máy tính và chuyển đổi số (Computer and Digital Transformation)	3		CNTT	
8.	00113015	Tiếng Anh 2 (English 2)	3	Tiếng Anh 1	KHXH-NN	
9.	03113044	Khởi nghiệp (Entrepreneurship)	3		KT-QT	

TT	Mã học phần	Tên học phần	Số TC	HP tiên quyết/học trước	Khoa quản lý HP	Ghi chú
10.	00112006	Kinh tế chính trị Mác Lênin	2		KHXH-NN	
11.	03113023	Ngôn ngữ truyền thông	3		TTS	
12.	00113007	Kỹ năng mềm (Soft Skills)	3		KHXH-NN	
<b>Học kỳ 3: 17 TC</b>						
13.	00113016	Tiếng Anh 3 (English 3)	3	Tiếng Anh 2	KHXH-NN	
14.	00112001	Chủ nghĩa xã hội khoa học	2		KHXH-NN	
15.	00113010	Pháp luật đại cương	3		KHXH-NN	
16.	03113027	Quản trị dự án truyền thông (Media Production Management)	3		TTS	
17.	03113002	Các phương pháp nghiên cứu truyền thông (Media Research)	3		TTS	
18.	03113048	Xây dựng chiến lược truyền thông & marketing tích hợp (IMC Plan)	3		TTS	
<b>Học kỳ 4 - 15 TC</b>						
19.	00113021	Tiếng Anh 4 (English 4)	3	Tiếng Anh 3	KHXH-NN	
20.	00112021	Tư tưởng Hồ Chí Minh	2		KHXH-NN	
21.	03113132	Đạo đức truyền thông	3		TTS	
22.	03113045	Kỹ năng viết trong truyền thông (Writing skills in media)	2		TTS	
23.	03113014	Giao tiếp truyền thông (Communication)	2		TTS	
24.	03113042	Xây dựng và phát triển nội dung (Content Generation)	3		TTS	
<b>Học kỳ 5: 17 TC</b>						
25.	00113022	Tiếng Anh 5 (English 5)	3	Tiếng anh 4	KHXH-NN	
26.	00112008	Lịch sử Đảng CSVN	2		KHXH-NN	

TT	Mã học phần	Tên học phần	Số TC	HP tiên quyết/học trước	Khoa quản lý HP	Ghi chú
27.	03113029	Quy trình sản xuất sản phẩm truyền thông (Project Management)	3	Xây dựng và phát triển nội dung	TTS	
28.	03113046	Kỹ thuật Video (Audivideo Techniques)	3		TTS	
29.	03113062	Kỹ thuật Audio (Audivideo Techniques)	3		TTS	
30.	03113047	Quản trị rủi ro và xử lý khủng hoảng truyền thông (Media risk and crisis management)	3	Quản trị học	TTS	
<b>Chuyên ngành Sản xuất Truyền thông (New Media Production)</b>						
<b>Học kỳ 6: 16 TC</b>						
31.	03113036	Tiếng Anh chuyên ngành TT (English in Media and Communication)	3	Tiếng Anh 5	TTS	
32.	03113049	Truyền thông sáng tạo (Creative Media)	2		TTS	
33.	03113033	Sản xuất sản phẩm quảng cáo TVC (TVC and Advertisement Production)	3		TTS	
34.	30113032	Sản xuất phim (Film and Movie Production)	3		TTS	
35.	03113053	Ứng dụng công nghệ trong truyền thông (Applying Technology in Media Production)	2		TTS	
36.	03113022	Nghệ vụ đạo diễn	3		TTS	
<b>Học kỳ 7: 10 TC</b>						
37.	03113051	Sản xuất chương trình giải trí (TV Show Production)	3		TTS	
38.	03113052	Sản xuất radio và podcast (Radio and Podcast)	3		TTS	

TT	Mã học phần	Tên học phần	Số TC	HP tiên quyết/học trước	Khoa quản lý HP	Ghi chú
		Production)				
39.	03113038	Tổ chức và quản trị sự kiện (Event management)	2		TTS	
40.	03113050	Truyền thông trên nền tảng số (Digital Marketing)	2			
<b>Chuyên ngành Xây dựng và Quản trị kênh Truyền thông độc lập (đa kênh)</b>						
<b>Học kỳ 6: 16 TC</b>						
41.	03113036	Tiếng Anh chuyên ngành TT (English in Media and Communication)	3		TTS	
42.	03113049	Truyền thông sáng tạo (Creative Media)	2		TTS	
43.	03113054	Chiến lược và chiến thuật đa kênh trong truyền thông (Muti-Channel Marketing Tactics and Strategy)	3		TTS	
44.	03113016	Kinh doanh sản phẩm truyền thông (Media selling)	3		TTS	
45.	06113003	Marketing nội dung (Content marketing)	2		TTS	
46.	03113057	Kỹ xảo và hiệu ứng	3		TTS	
<b>Học kỳ 7: 10 TC</b>						
47.	03113056	Thiết kế ấn phẩm truyền thông	3		TTS	
48.	03113055	Đề án: Quản lý dự án truyền thông đa kênh (Media Project)	3		TTS	
49.	03113060	Marketing thông qua người nổi tiếng (Influencer marketing)	2		TTS	
50.	03113050	Truyền thông trên nền tảng số (Digital Marketing)	2			
<b>Chuyên ngành Truyền thông giao tiếp</b>						
<b>Học kỳ 6: 16 TC</b>						

TT	Mã học phần	Tên học phần	Số TC	HP tiên quyết/học trước	Khoa quản lý HP	Ghi chú
51.	03113041	Viết cho PR	3		TTS	
52.	03113028	Quản trị truyền thông doanh nghiệp	3		TTS	
53.	03113025	PR chuyên biệt	2		TTS	
54.	03113036	Tiếng Anh chuyên ngành TT (English in Media and Communication)	3		TTS	
55.	03113049	Truyền thông sáng tạo (Creative Media)	2		TTS	
56.	03113061	Thiết kế và trình bày bài thuyết trình multimedia	3		TTS	
<b>Học kỳ 7</b>						
57.	03113037	Tổ chức sự kiện	3		TTS	
58.	03113050	Truyền thông trên nền tảng số (Digital Marketing)	2		TTS	
59.	03113060	Marketing thông qua người nổi tiếng (Influencer marketing)	2		TTS	
60.	03113006	Chiến lược PR	3		TTS	
<b>Học kỳ 8: 10 TC</b>						
61.		Đồ án tốt nghiệp	6		TTS	
62.		Thực tập tốt nghiệp	4		TTS	

## VII. PHƯƠNG THỨC GIẢNG DẠY VÀ HỌC TẬP

- Chương trình được biên soạn theo hướng đổi mới các phương pháp dạy và học đại học: giảm số giờ lý thuyết, dành nhiều thời gian cho sinh viên tự nghiên cứu, đọc tài liệu, thảo luận, làm các bài tập và thực tập;

- Tăng cường các phương tiện nghe nhìn, phương pháp dạy/học tích cực;

- Đảm bảo sách giáo khoa và tài liệu tham khảo cho sinh viên;

- Nhà trường đảm bảo và cung cấp, hướng dẫn cho sinh viên các thông tin về giáo trình, tài liệu học tập để sinh viên quyết định lựa chọn tài liệu học tập phù hợp học phần. Nhà trường khuyến khích, tạo mọi điều kiện, lịch trình học tập để sinh viên có năng động và chủ động trong tự học, tự tìm hiểu thu nhận kiến thức môn học;

- Tăng cường hiệu quả các buổi thực tập, phân công giảng viên theo dõi, giám sát các hoạt động học tập, rèn luyện của sinh viên, tổ chức kiểm tra khi kết thúc mỗi học phần.

### **7.1 Các chiến lược giảng dạy và học tập**

Hoạt động giảng dạy và học tập được thể kế cho chương trình đào tạo TTĐPT nhằm đảm bảo cho người học phát triển toàn diện về kiến thức, kỹ năng và thái độ. Chiến lược giảng dạy và học tập được áp dụng đa dạng nhằm giúp người học đạt được các chuẩn đầu ra của chương trình đào tạo. Chiến lược giảng dạy và học tập gồm 08 nhóm lớn: dạy học trực tiếp; dạy học online; dạy dựa vào hoạt động trải nghiệm; dạy dựa vào nghệ thuật; dạy dựa vào kỹ năng tư duy; dạy học tương tác; dạy học theo hướng nghiên cứu – giảng dạy, dạy học dựa vào công nghệ và tự học.

Việc áp dụng đa dạng các chiến lược dạy và học khác nhau nhằm giúp cho người học không những có kiến thức nền tảng chuyên môn và kiến thức xã hội mà còn có khả năng sử dụng các kiến thức này để cộng tác với người khác để phát triển năng lực,.....

Các chiến lược giảng dạy và học tập được sử dụng trong chương trình đào tạo cụ thể như sau:

#### **7.1.1 Chiến lược dạy học trực tiếp**

Chiến lược dạy học trực tiếp là chiến lược dạy học trong đó có các thông tin được truyền tải đến với người học theo cách trực tiếp, giảng viên trình bày và người học lắng nghe. Chiến lược này thường được áp dụng với các lớp học truyền thống và có hiệu quả khi muốn truyền đạt cho những người học những thông tin cơ bản, giải thích một kỹ năng mới. Các phương pháp giảng dạy theo chiến lược này được chương trình đào tạo ngành Marketing- TTĐPT áp dụng các phương pháp như:

+ **Giải thích cụ thể:** Giảng viên hướng dẫn và giải thích chi tiết cụ thể các nội dung liên quan đến bài học, giúp người học đạt được mục tiêu dạy học, kiến thức và kỹ năng.

+ **Thuyết giảng:** Giảng viên trình bày nội dung bài học và giải thích các nội dung trong bài giảng. Giảng viên là người thuyết trình, diễn giảng. Người học chỉ nghe giảng và ghi chú để tiếp nhận các kiến thức mà giảng viên truyền đạt.

+ **Tham luận:** Người học được tham gia vào các khóa học mà người diễn giảng, thuyết trình đến từ doanh nghiệp bên ngoài. Thông qua những trao đổi chia sẻ kinh nghiệm và hiểu biết của diễn giảng để giúp người học hình thành kiến thức tổng quan hay cụ thể về ngành, chuyên ngành đào tạo

+ **Câu hỏi gợi mở:** Giảng viên sử dụng các câu hỏi gợi mở hay các vấn đề và hướng dẫn giúp người học từng bước trả lời câu hỏi. Người học có thể tham gia vào thảo luận nhóm để cùng nhau giải quyết vấn đề đặt ra.

#### **7.1.2 Chiến lược dạy học dựa vào hoạt động trải nghiệm**

Chiến lược dạy học dựa vào hoạt động trải nghiệm là khuyến khích người học thực hiện, tạo cơ hội cho người học thực hành. Điều này, thúc đẩy người học khám phá, lựa chọn, giải quyết vấn đề và tương tác với các đối tượng khác. Các phương pháp giảng dạy theo chiến lược này được chương trình Marketing áp dụng gồm:

+ **Trò chơi:** Giảng viên tổ chức cho người học tìm hiểu một vấn đề hay thể nghiệm những hành động, những thái độ, những việc làm thông qua một trò chơi nào đó với một bộ quy tắc rõ ràng. Thông qua trò chơi, người học tiếp cận kiến thức một cách cạnh tranh và hợp tác với những người học cùng, giúp người học nhận ra quyết định của họ có ảnh hưởng như thế nào đối với bản thân và của những bạn học cùng tham gia trò chơi.

+ **Thực tập, thực tế:** Giảng viên tạo điều kiện cho người học áp dụng lý thuyết, các kiến thức đã học vào thực tiễn và hoạt động rèn luyện kỹ năng chuyên môn, nghiệp vụ thông qua việc tham quan, kiến tập, thực tập... tại doanh nghiệp, tổ chức hoặc các cơ sở thực tế khác. Qua đó, người học củng cố được kiến thức và rèn luyện kỹ năng, thái độ của người học trong suốt quá trình đào tạo.

+ **Tranh luận:** Giảng viên tổ chức cho người học thảo luận và tranh cãi về một vấn đề mà có ít nhất là hai quan điểm trái ngược nhau. Người học ở 1 nhóm chung quan điểm cùng nhau thảo luận, phân tích để biện hộ cho ý kiến của nhóm mình, hoặc dùng tư duy phản biện phân tích vấn đề và trả lời câu hỏi, đối đáp với nhóm đối lập.

+ **Thảo luận:** Giảng viên nêu ra các vấn đề học tập, tổ chức đối thoại, trao đổi ý kiến giữa giảng viên và người học, đề nghị và cho phép người học bày tỏ những kinh nghiệm của mình, chia sẻ ý tưởng với nhau, cùng nhau tìm lời giải đáp. Thông qua thảo luận, người học rèn luyện tinh thần hợp tác, phát triển được khả năng lắng nghe, hiểu, tổng hợp và phân tích; từ đó, khám phá sự đa dạng của vấn đề, nhận thức về sự tồn tại của các cách nhìn nhận khác nhau trong kỹ nguyên của khám phá tri thức.

### 7.1.3 Chiến lược dạy dựa vào nghệ thuật

Chiến lược dạy dựa vào nghệ thuật là việc áp dụng nghệ thuật vào việc dạy học, kích thích trí tưởng tượng, sự sáng tạo của người học, đồng thời phát triển cảm xúc, các kỹ năng cần thiết khi hành nghề Luật hoặc hoạt động trong ngành Luật như kỹ năng giao tiếp, giải quyết vấn đề, suy nghĩ phê phán và tư duy phản biện.

+ **Đóng vai:** Giảng viên tổ chức cho người học thực hành một số cách ứng xử nào đó trong một tình huống giả định. Người học được rèn luyện thực hành những kỹ năng ứng xử và bày tỏ thái độ trong môi trường học đường trước khi thực hành trong thực tiễn; gây hứng thú và chú ý cho người học; tạo điều kiện làm nảy sinh óc sáng tạo của người học, kích lệ sự thay đổi thái độ, hành vi của người học theo chuẩn mực hành vi đạo đức cá nhân và đạo đức nghề làm truyền thông. Phương pháp này có thể giúp đạt được chuẩn đầu ra theo tiêu



chuẩn CDIO như: Tư duy suy xét, phân biện (critical thinking); nhận biết về kiến thức, kỹ năng và thái độ cá nhân của bản thân.

#### 7.1.4 Chiến lược dạy kỹ năng tư duy

Chiến lược dạy kỹ năng tư duy là việc dạy cho người học cách thức suy nghĩ, lập luận, phân tích một cách logic của người làm truyền thông để tìm ra giải pháp hiệu quả cho một vấn đề pháp lý cụ thể.

+ **Giải quyết vấn đề:** Chiến lược dạy kỹ năng tư duy là việc dạy cho người học cách thức suy nghĩ, lập luận, phân tích một cách logic của người hành nghề Luật (hay bất kỳ những người nào làm việc trong ngành Luật) để tìm ra giải pháp hiệu quả cho một vấn đề pháp lý cụ thể. Cung cấp cho người học kỹ năng tư duy xác định chính xác vấn đề và định hướng giải quyết vấn đề theo đúng yêu cầu cần thiết cho vấn đề pháp lý cụ thể; người học vừa nắm được tri thức, vừa nắm được phương pháp linh hoạt tri thức, phát triển tư duy tích cực, tích lũy được năng lực thích ứng với đời sống xã hội, phát hiện kịp thời và giải quyết hợp lý các vấn đề nảy sinh.

+ **Hoạt động tư duy tìm ý tưởng:** hướng dẫn người học trong một thời gian ngắn nảy sinh được nhiều ý tưởng, nhiều giả định về một vấn đề nào đó, liên tục đặt ra những câu hỏi để làm rõ vấn đề pháp lý đặt ra và có được giải pháp giải quyết vấn đề.

#### 7.1.5 Chiến lược dạy học tương tác

Chiến lược dạy học tương tác là chiến lược dạy học hướng vào người học, giảng viên chỉ là người tổ chức môi trường học tập và hỗ trợ, tư vấn cho người học; trong quá trình dạy học, diễn ra các hoạt động tương tác đa dạng được tổ chức phù hợp, đòi hỏi tích cực và tự lực cao của người học.

+ **Học nhóm:** Giảng viên chia người học của một lớp học thành các nhóm nhỏ, trong một khoảng thời gian nhất định, mỗi nhóm tự hoàn thành các nhiệm vụ học tập trên cơ sở phân công và hợp tác làm việc nhóm. Kết quả làm việc của nhóm sẽ được trình bày và đánh giá trước toàn lớp. Phương pháp học nhóm giúp người học phát huy được tính tích cực, nâng cao tính trách nhiệm, phát triển kỹ năng làm việc nhóm và kỹ năng giao tiếp của người học.

#### 7.1.6 Phương pháp giảng dạy theo hướng nghiên cứu – Giảng dạy

Phương pháp giảng dạy theo hướng nghiên cứu – giảng dạy khuyến khích người học xác định vấn đề, đặt ra các câu hỏi nghiên cứu, tìm các phương pháp phù hợp để giải quyết vấn đề một cách có hiệu quả hoặc đưa ra kết luận dựa trên những bằng chứng thu thập được qua hoạt động nghiên cứu. Các phương pháp giảng dạy theo hướng nghiên cứu – giảng dạy được chương trình Luật áp dụng thường gồm:

+ **Nghiên cứu độc lập:** giảng viên hướng dẫn người học phát triển khả năng lập kế hoạch, tổ chức, nghiên cứu chủ đề một cách độc lập. Từ đó, phát triển mức độ tư duy và tăng cường động lực học tích cực của người học.

+ **Dự án nghiên cứu:** người học nghiên cứu một vấn đề, một chủ đề nào đó và viết báo cáo, viết kết luận.

+ **Trợ giảng và hỗ trợ học thuật:** người học tham gia hỗ trợ giảng viên trong các buổi học; hoặc tham gia các câu lạc bộ học thuật, các diễn đàn học thuật, các sân chơi pháp lý do Khoa và Trường tổ chức.

### 7.1.7 Chiến lược dạy học dựa vào công nghệ

Chiến lược dạy học dựa vào công nghệ là chiến lược sử dụng công nghệ hiện đại vào môi trường học tập, giúp cho quá trình giảng dạy sinh động, hiệu quả và tích cực hơn.

**E-learning:** là phương pháp giảng viên và người học dạy sử dụng các công cụ trực tuyến để hỗ trợ cho quá trình giảng dạy và học tập.

### 7.1.8 Chiến lược tự học:

Người học tiếp nhận và lưu giữ thông tin từ giảng viên và tự mình nghiên cứu, suy nghĩ sử dụng các năng lực trí tuệ (quan sát, so sánh, phân tích, tổng hợp...), chuyển hóa thành sản phẩm trí tuệ của bản thân. Hoạt động tự học tạo điều kiện cho người học hiểu sâu tri thức, mở rộng kiến thức, củng cố ghi nhớ vững chắc tri thức, biết vận dụng tri thức vào giải quyết các nhiệm vụ học tập.

+ **Bài tập ở Nhà** Giảng viên đưa, giao cho người học các bài tập, nhiệm vụ đa dạng để người học làm việc ở nhà. Thông qua việc giải quyết nhiệm vụ đặt ra, người học tăng cường được năng lực tự học, tích lũy nhiều kiến thức, rèn luyện và phát triển được kỹ năng như yêu cầu của giảng viên.

### 7.1.9 Phương pháp học theo trường hợp điển hình (case study):

Giảng viên đưa ra các các sự kiện, vụ việc thực tế có tính điển hình để sinh viên phân tích, tìm hiểu nguyên nhân, kết quả và phương thức giải quyết... từ đó rút ra các kết luận, những tri thức có ích.

## 7.2 Ma trận mối liên hệ giữa chiến lược giảng dạy và học tập (TLMs) để đạt chuẩn đầu ra (ELOs)

Chiến lược giảng dạy và học tập (TLMs)		Chuẩn đầu ra chương trình đào tạo (ELOs)								
		1	2	3	4	5	6	7	8	9
<b>1. Dạy học trực tiếp</b>										
TLM1	Giải thích cụ thể	x	x	x	x	x				
TLM2	Thuyết giảng	x	x	x	x	x				
TLM3	Tham luận	x					x	x		

Chiến lược giảng dạy và học tập (TLMs)		Chuẩn đầu ra chương trình đào tạo (ELOs)								
		1	2	3	4	5	6	7	8	9
TLM4	Câu hỏi gợi mở	x							x	x
<b>2. Dạy học dựa vào hoạt động trải nghiệm</b>										
TLM5	Trò chơi		x	x	x	x	x		x	x
TLM6	Thực tập, thực tế				x		x			x
TLM7	Tranh luận	x				x	x	x	x	x
TLM8	Thảo luận	x	x	x	x	x	x	x	x	x
<b>3. Chiến lược dạy và học dựa vào nghệ thuật</b>										
TLM9	Đóng vai		x		x	x	x		x	x
<b>4. Chiến lược dạy kỹ năng, tư duy</b>										
TLM9	Giải quyết vấn đề	x					x	x	x	x
TLM10	Hoạt động tư duy tìm ý tưởng	x					x	x	x	x
<b>5. Chiến lược dạy học tương tác</b>										
TLM11	Học nhóm		x	x	x	x	x	x		x
<b>6. Chiến lược giảng dạy theo hướng nghiên cứu – Giảng dạy</b>										
TLM12	Nghiên cứu độc lập				x		x		x	x
TLM13	Dự án nghiên cứu				x		x		x	x
TLM14	Trợ giảng và hỗ trợ học thuật				x		x		x	x
TLM15	Bài tập ở Nhà		x	x	x	x	x			
<b>8. Chiến lược dạy học dựa vào công nghệ</b>										
TLM16	E-Learning		x	x	x	x				

## VIII. PHƯƠNG PHÁP ĐÁNH GIÁ NGƯỜI HỌC

### 8.1 Các phương pháp đánh giá

Đánh giá kết quả người học là quá trình ghi chép, lưu trữ và cung cấp thông tin về sự tiến bộ của người học trong suốt quá trình dạy học. Việc đánh giá đảm bảo nguyên tắc rõ ràng, chính xác, công bằng, khách quan và phân hóa, liên tục định kỳ. Yêu cầu về tiêu chí đánh giá được thiết kế và công bố, làm rõ cho người học trước khi tham dự học.

Các thông tin về đánh giá được cung cấp chia sẻ kịp thời cho các bên liên quan gồm: người dạy; người học; phụ huynh và nhà quản lý. Từ đó, Nhà trường, Khoa, cố vấn học tập, giảng viên giảng dạy có những giải pháp, điều chỉnh, cải tiến về các hoạt động dạy học, đảm bảo định hướng và đạt được mục tiêu dạy học.

Các phương pháp đánh giá được sử dụng trong chương trình đào tạo được chia làm 02 loại chính là đánh giá theo tiến trình và đánh giá tổng kết/định kỳ (cuối kỳ, giữa kỳ). Các

hình thức, nội dung đánh giá được quy định cụ thể trong đề cương chi tiết của từng học phần

## 8.2 Đánh giá theo tiến trình

Đánh giá theo tiến trình là nhằm cung cấp kịp thời các thông tin phản hồi của người dạy và người học về những tiến bộ cũng như những điểm cần khắc phục xuất hiện trong quá trình dạy học.

Các phương pháp đánh giá cụ thể gồm: đánh giá chuyên cần; đánh giá bài tập; làm việc nhóm và thuyết trình

+ **Đánh giá chuyên cần:** Ngoài thời gian tự học, sự tham gia thường xuyên, đầy đủ các buổi học trên lớp, phòng thực hành, các buổi tham quan doanh nghiệp cũng phản ánh thái độ học tập của người học; sự tham gia đầy đủ các giờ học theo quy định giúp người học tiếp nhận kiến thức, rèn luyện kỹ năng một cách hệ thống, liên tục và hình thành thái độ tốt và đúng đắn, chấp hành tốt nội quy, nề nếp tại cơ quan, doanh nghiệp sau khi người học tốt nghiệp.

+ **Đánh giá bài tập:** Người học được yêu cầu thực hiện một số nội dung liên quan đến bài học trong giờ học hoặc ngoài giờ học trên lớp. Các bài tập này được thực hiện bởi một cá nhân hoặc một nhóm người học được đánh giá theo các tiêu chí cụ thể tùy giảng viên quy định nhưng không chiếm quá 10% tỷ trọng đánh giá quá trình.

+ **Làm việc nhóm:** Người học làm các bài tập thực hành nhóm hoặc làm báo cáo nhóm theo các chủ đề do giảng viên phân công hoặc chủ đề người học tự chọn có sự đồng ý của giảng viên dựa trên nội dung trong chương trình học. Hình thức đánh giá được quy định theo đặc trưng từng môn học và không chiếm quá 10% tỷ trọng đánh giá quá trình.

+ **Đánh giá thuyết trình:** Trong một số môn học, người học được yêu cầu làm việc theo nhóm để giải quyết một vấn đề, tình huống hay nội dung liên quan đến bài học và trình bày kết quả của nhóm trước các nhóm khác. Hoạt động không những giúp người học đạt được kiến thức chuyên ngành mà còn phát triển các kỹ năng như: kỹ năng giao tiếp; thương lượng; thuyết trình; làm việc nhóm.

+ **Kiểm tra vấn đáp:** Đối với các học phần ngoại ngữ liên quan đến kỹ năng nói, người học thực hiện bài kiểm tra vấn đáp với các giảng viên dựa trên các chủ đề đã được học trong học phần.

## 8.3 Đánh giá tổng kết/định kỳ (cuối kỳ, giữa kỳ)

Mục tiêu của loại đánh giá này là đưa ra những kết luận, phân hạng về mức độ đạt được mục tiêu và chất lượng đầu ra, sự tiến bộ của người học tại thời điểm ấn định trong quá trình dạy học gồm: đánh giá cuối chương trình học, đánh giá giữa học kỳ và đánh giá cuối học kỳ. Các phương pháp đánh giá được sử dụng của loại này bao gồm:

+ **Kiểm tra viết:** theo phương pháp đánh giá này, người học được yêu cầu trả lời một số câu hỏi, bài tập hay ý kiến cá nhân về những vấn đề liên quan đến yêu cầu chuẩn đầu ra về kiến thức của học phần và được đánh giá dựa trên đáp án được thiết kế sẵn. Thang điểm đánh giá được sử dụng trong phương pháp này là thang điểm 10. Số lượng câu hỏi trong bài đánh giá được thiết kế tùy thuộc vào yêu cầu nội dung kiến thức của học phần.

+ **Kiểm tra trắc nghiệm:** Phương pháp này cũng tương tự như phương pháp kiểm tra viết, người học được yêu cầu trả lời các câu hỏi liên quan dựa trên đáp án đã được thiết kế sẵn.

+ **Thuyết trình:** Phương pháp này cũng tương tự như phương pháp đánh giá thuyết trình trong loại đánh giá theo tiến trình.

+ **Thực hành:** Đánh giá khả năng thực hành kỹ năng chuyên môn.

+ **Báo cáo thực tập, khóa luận/chuyên đề tốt nghiệp:** Báo cáo thực tập tốt nghiệp, chuyên đề hay khóa luận tốt nghiệp được đánh giá bởi giảng viên hướng dẫn, hội đồng đánh giá khóa luận tốt nghiệp bằng cách sử dụng các phiếu đánh giá phù hợp với ngành đào tạo.

#### 8.4 Công cụ, tiêu chí đánh giá (Rubric)

Trên cơ sở các phương pháp đánh giá, Khoa KHXH-NN đã xây dựng các công cụ, tiêu chí cụ thể thực hiện việc đánh giá người học theo các Rubric. Tuy theo yêu cầu, mục tiêu và đặc trưng của từng môn học để lựa chọn phương pháp đánh giá cũng như Rubric đánh giá thích hợp. Cùng một phương pháp đánh giá có thể áp dụng Rubric khác nhau cho các học phần khác nhau.

Các Rubric đánh giá được xây dựng chi tiết tương ứng phương pháp đánh giá, cụ thể như sau:

##### - Đánh giá chuyên cần

Tiêu chí	Tỷ lệ (%)	Mức chất lượng			
		Rất tốt	Đạt yêu cầu	Dưới mức yêu cầu	Không chấp nhận
		<i>Từ 10-7</i>	<i>Từ 7-5</i>	<i>từ 5-4</i>	<i>Dưới 4</i>
Hiện diện trên lớp	70	<i>Tham gia &gt;80% buổi học</i>	<i>Tham gia 70 - 80% buổi học</i>	<i>Tham gia 40-70% buổi học</i>	<i>Tham gia &lt;40% buổi học</i>
Tích cực	30	<i>Nhiệt tình trao đổi, phát biểu, trả lời nhiều câu hỏi</i>	<i>Có đặt/trả lời câu hỏi</i>	<i>Không tham gia thảo luận, trả lời, đóng góp khi được chỉ định</i>	<i>Không tham gia và không trả lời được khi có yêu cầu</i>

##### - Đánh giá bài tập

Trong quá trình học, sẽ có một số bài tập về nhà thực hiện, SV thực hiện bài tập và có kiểm tra ngẫu nhiên tại lớp), sẽ được cộng vào điểm giữa kỳ (tối đa là 2 điểm cộng)

Tiêu chí	Tỷ lệ (%)	Mức chất lượng			
		Rất tốt	Đạt yêu cầu	Dưới mức yêu cầu	Không chấp nhận
		2	1,5	1	0đ
Thực hiện bài tập	30	Đủ số bài và đúng hạn. Hình thức chăm chút đẹp	Đủ số bài và đúng hạn.	Số bài nộp đủ nhưng nộp trễ	Không nộp đủ số bài yêu cầu. Bài do người khác thực hiện
Nội dung	70	Đúng trên 80% yêu cầu kiến thức	Đúng 50-80% yêu cầu kiến thức	Đúng <50% nhưng có cố gắng thực hiện	Bài làm hoàn toàn sai yêu cầu kiến thức và nội dung không liên quan yêu cầu.

**- Đánh giá thuyết trình/làm việc nhóm**

Trong quá trình học sẽ có các chuyên đề được báo cáo, mỗi chuyên đề có khoảng 3 SV thực hiện. Sinh viên báo cáo chuyên đề sẽ được tối đa 2 điểm cộng vào điểm giữa kỳ. Điểm giữa kỳ tối đa là 10 điểm.

Tiêu chí	Tỷ lệ (%)	Mức chất lượng			
		Rất tốt	Đạt yêu cầu	Dưới mức yêu cầu	Không chấp nhận
		2	1,5	1	0đ
Nội dung	30	Trình bày đầy đủ nội dung yêu cầu về chủ đề, có thêm các nội dung liên quan đóng góp vào việc mở rộng kiến thức	Trình bày đầy đủ nội dung yêu cầu về chủ đề	Trình bày không đủ nội dung theo yêu cầu về chủ đề	Trình bày nội dung không liên quan hay nội dung quá sơ sài, không cung cấp được thông tin cần thiết.
Hình thức, báo cáo	20	Cách trình bày rõ ràng, dễ hiểu, có sáng tạo. Nhận được ý kiến/câu hỏi quan tâm	Cách trình bày rõ ràng, dễ hiểu.	Trình bày dạng đọc, không tạo được sự quan tâm từ người nghe	Trình bày quá sơ sài, người nghe không thể hiểu được nội dung
Trả lời câu hỏi	30	Các câu hỏi được trả lời đầy đủ, rõ ràng, và thỏa đáng	Trả lời được 70% câu hỏi.	Trả lời được 25%- 50% câu hỏi	Không trả lời được câu nào
Làm việc nhóm	20	Thể hiện sự cộng tác giữa các thành viên trong nhóm rõ ràng. Có phân chia câu trả lời và báo cáo giữa các thành viên	Có sự cộng tác giữa các thành viên trong nhóm nhưng chưa thể hiện rõ ràng	Không có sự kết hợp của các thành viên, có 1 hay vài thành viên chuẩn bị và báo cáo	Bài báo cáo chưa hoàn chỉnh, sai nội dung.

- Thi cuối kỳ

+ Dạng câu hỏi tự luận

Dạng câu hỏi	Rất tốt	Đạt yêu cầu	Không chấp nhận
	Từ 8-10	Từ 5-7	Dưới 4
Các câu hỏi tự luận	Trả lời/ giải thích câu hỏi với các kiến thức và sự hiểu biết vượt trội; thể hiện khả năng tổng hợp, phân tích và áp dụng sáng tạo	Trả lời/giải thích câu hỏi với các kiến thức chung/ ít chi tiết; thể hiện sự hạn chế về kết hợp, phân tích vấn đề; không có/ ít thể hiện sáng tạo	Không trả lời/giải thích được câu hỏi; không kết hợp, phân tích vấn đề; không thể hiện sáng tạo

+ Dạng câu hỏi trắc nghiệm

Dạng câu hỏi	Rất tốt	Đạt yêu cầu	Dưới mức yêu cầu	Không chấp nhận
	Từ 10-7	Từ 7-5	từ 5-4	Dưới 4
Trắc nghiệm và các câu hỏi tự luận	Nhớ và hiểu được các kiến thức đã học, vận dụng kiến thức đó trong một số tình huống thực tế và giải thích các khả năng xảy ra. Đủ kiến thức cho nội dung tiếp theo của môn học	Nhớ và hiểu được các kiến thức đã học, nhận diện được các vấn đề/ kiến thức trong một tình huống cho trước. Đủ kiến thức cho nội dung tiếp theo của môn học	Nhớ và hiểu được các kiến thức đã học. Chưa đủ kiến thức cho nội dung tiếp theo của môn học, cần tập trung nỗ lực	Không nhớ các kiến thức đã học. Không đủ kiến thức, cần trao đổi với giáo viên để quyết định tiếp tục học phần còn lại hay không, hay ngưng tiến độ môn học, hủy môn

- Đánh giá thực hành

Tiêu chí	Tỷ lệ (%)	Mức chất lượng		
		Rất tốt	Đạt yêu cầu	Không đạt
		Từ 10-7	Từ 7-5	
Hiện diện	10	Đi học đúng giờ, đầy đủ,	Đi học trễ (<2 buổi), không đầy đủ (vắng 1 buổi)	Vắng >1 buổi thực hành; Đi trễ >2 buổi.
Thái độ học tập	10	Thực hiện đủ nội dung, phát biểu, trả lời nhiều câu hỏi.	Thực hiện đủ nội dung, ít trả lời câu hỏi trong buổi thực hành	Không thực hiện đủ nội dung.
Làm việc nhóm	10	Thể hiện sự cộng tác giữa các thành viên trong nhóm rõ ràng	Thể hiện cộng tác trong nhóm không tốt	Không cộng tác thực hiện

- Báo cáo thực tập, khóa luận/chuyên đề tốt nghiệp

+ Điểm thực hiện đề cương (10%)

Tiêu chí	Tỷ lệ (%)	Mức chất lượng			
		Rất tốt	Đạt yêu cầu	Dưới mức yêu cầu	Không chấp nhận
		Từ 10-7	Từ 7-5	từ 5-4	Dưới 4
Lựa chọn lĩnh vực, tên và nội dung báo cáo	70	Hiểu rõ, có tư duy và góp ý cho lĩnh vực, tên và nội dung báo cáo	Hiểu rõ lĩnh vực, tên và nội dung báo cáo	Không hiểu rõ lĩnh vực, tên và nội dung báo cáo	Không có khả năng hiểu lĩnh vực, tên và nội dung báo cáo
Hoàn thành đúng hạn	30	Trước 1 tuần sau khi phân công	Đúng 1 tuần sau khi phân công	Trễ hơn 1 tuần nhưng trước 2 tuần sau phân công	Sau 2 tuần

+ Điểm sự chuyên cần tại cơ sở thực tập (20%)

Tiêu chí	Tỷ lệ (%)	Mức chất lượng			
		Rất tốt	Đạt yêu cầu	Dưới mức yêu cầu	Không chấp nhận
		10-7	7-5	5-4	0đ
Hiện diện tại đơn vị thực tập	30	Hiện diện >90% thời gian	Hiện diện <90%> 70% thời gian	Hiện diện <70%> 40% thời gian	Hiện diện ≤40%
Thực hiện, theo dõi, ghi nhận kết quả thực tập	70	Thực hiện đầy đủ, theo dõi sát, ghi chép rõ ràng, chính xác.	Thực hiện đầy đủ, theo dõi sát, ghi chép chưa đạt yêu cầu.	Thực hiện đầy đủ nhưng theo dõi và ghi chép chưa đạt yêu cầu.	Không thực hiện đủ và thiếu ghi chép.



**+ Điểm hoàn thành Báo cáo (20%)**

Tiêu chí	Tỷ lệ (%)	Mức chất lượng			
		Rất tốt	Đạt yêu cầu	Dưới mức yêu cầu	Không chấp nhận
		10-7	7-5	5-4	0đ
Tổng hợp và xử lý kết quả	30	Biết tổng hợp và biết cách xử lý số liệu, hiểu kết quả thống kê.	Biết tổng hợp biết cách xử lý số liệu nhưng không hiểu rõ kết quả thống kê	Biết tổng hợp nhưng không biết cách xử lý số liệu, không hiểu kết quả thống kê	Số liệu không rõ ràng, không đầy đủ.
Khả năng viết và trình bày	20	Viết và trình bày rõ ràng, logic. Chỉnh sửa 1 lần.	Viết và trình bày rõ ràng, chưa logic. Chỉnh sửa 2 lần.	Viết và trình bày không rõ ràng, không logic. Chỉnh sửa 3 lần.	Không có khả năng viết và trình bày kết quả Chỉnh sửa >3 lần.
Đánh giá về kiến thức	40	Có kiến thức tốt khi đánh giá kết quả, thảo luận có cơ sở, đưa ra nhận xét và đề nghị hợp lý	Có kiến thức tốt khi đánh giá kết quả, ít thảo luận, nhận xét và đề nghị chưa hợp lý	Thiếu kiến thức khi đánh giá kết quả, không thảo luận, nhận xét và đề nghị chưa hợp lý	Kiến thức sai và nhận xét kết quả không đúng.
Hoàn thành đúng hạn	10	Nộp đúng hạn	Nộp trong thời gian gia hạn	Nộp sau thời gian gia hạn	Không nộp

**+ Điểm chấm phân biệt Báo cáo (50%)**

Tiêu chí	Tỷ lệ %	Mức chất lượng				Điểm
		Rất tốt	Đạt yêu cầu	Dưới mức yêu cầu	Không chấp nhận	
		Từ 10-7	Từ 7-5	từ 5-4	Dưới 4	
Hình thức Báo cáo	20	Trình bày đúng format của khoa, cân đối giữa các phần, không có lỗi chính tả, có hình ảnh minh họa rõ ràng, chính xác.	Trình bày theo format nhưng không cân đối giữa các phần hoặc có khá nhiều lỗi chính tả, không có hình ảnh minh họa.	Trình bày không hoàn toàn đúng với format báo cáo, nhiều lỗi chính tả, không có hình ảnh minh họa.	Trình bày sai hoàn toàn với format Báo cáo, không đủ số trang quy định, quá nhiều lỗi chính tả, không đủ các phần của một báo cáo.	

Tiêu chí	Tỷ lệ %	Mức chất lượng				Điểm
		Rất tốt	Đạt yêu cầu	Dưới mức yêu cầu	Không chấp nhận	
		<i>Từ 10-7</i>	<i>Từ 7-5</i>	<i>từ 5-4</i>	<i>Dưới 4</i>	
Nội dung báo cáo	30	Đạt yêu cầu của một báo cáo trình độ đại học, chính xác về mặt khoa học cao	Đạt yêu cầu của một báo cáo trình độ đại học, chính xác về mặt khoa học ở cấp độ chấp nhận được	Đạt yêu cầu của một báo cáo trình độ đại học, nhưng độ chính xác về mặt khoa học không cao	Không đạt yêu cầu của một báo cáo trình độ đại học, không chính xác về mặt khoa học	
Kết quả đạt được	30	Kết quả thu thập chính xác, đáng tin cậy, xử lý thống kê đúng, có giá trị cao về mặt khoa học.	Kết quả thu thập chính xác, đáng tin cậy, xử lý thống kê đúng, nhưng không có giá trị cao về mặt khoa học.	Kết quả thu thập có độ chính xác không cao nhưng xử lý thống kê đúng, không có nhiều ý nghĩa về mặt khoa học.	Kết quả thu thập hoàn toàn không chính xác, không đáng tin cậy, xử lý thống kê sai, không có ý nghĩa về mặt khoa học.	
Hạn chế của báo cáo	20	Chỉ chỉnh sửa vài lỗi chính tả, lỗi đánh máy.	Số liệu trong các bảng biểu trình bày không rõ ràng và thiếu chính xác. Một vài kiến thức không đúng nhưng không sai kiến thức nền tảng.	Số liệu sai, làm ảnh hưởng đến nội dung báo cáo, sai kiến thức nền tảng.	Sửa toàn bộ báo cáo, cả mặt hình thức lẫn nội dung.	

## **IX. MÔ TẢ VẤN TẮT NỘI DUNG CÁC HỌC PHẦN**

### **9.1 Học phần Kinh tế chính trị Mác Lênin: 2 TC**

Học phần Kinh tế chính trị Mác – Lênin thuộc khối kiến thức lý luận chính trị bắt buộc sinh viên tất cả các ngành phải được trang bị theo quy định của Bộ Giáo dục và Đào tạo. Nội dung chương trình gồm 9 chương. Trong đó, chương 1 bàn về đối tượng, phương pháp nghiên cứu và chức năng của kinh tế chính trị Mác – Lê nin. Từ chương 2 đến chương 6 trình bày nội dung cốt lõi của Kinh tế chính trị Mác – Lê theo mục tiêu môn học. Cụ thể các vấn đề như: hàng hóa, thị trường và vai trò của các chủ thể trong nền kinh tế thị trường; Sản xuất giá trị thặng dư trong nền kinh tế thị trường; Cạnh tranh và độc quyền trong nền kinh tế thị trường; Kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa và các quan hệ lợi ích kinh tế ở Việt Nam; Công nghiệp hóa, hiện đại hóa và hội nhập kinh tế quốc tế của Việt Nam.

### **9.2 Học phần triết học Mác Lê-Nin: 3 TC**

Học phần Triết học Mác – Lênin thuộc khối kiến thức lý luận chính trị bắt buộc sinh viên tất cả các ngành phải được trang bị theo quy định của Bộ Giáo dục và Đào tạo. Học phần gồm 3 chương: Chương 1 trình bày những nét khái quát nhất về triết học, triết học Mác – Lê nin, vai trò của triết học Mác – Lê nin trong đời sống xã hội. Chương 2 trình bày những nội dung cơ bản của chủ nghĩa duy vật biện chứng, gồm vấn đề vật chất và ý thức; phép biện chứng duy vật; lý luận nhận thức của chủ nghĩa duy vật biện chứng. Chương 3 trình bày những nội dung cơ bản của chủ nghĩa duy vật lịch sử, gồm vấn đề hình thái kinh tế xã hội; giai cấp và dân tộc; nhà nước và cách mạng xã hội; ý thức xã hội; triết học về con người.

### **9.3 Chủ nghĩa xã hội khoa học: 2 TC**

Học phần Chủ nghĩa xã hội khoa học thuộc khối kiến thức lý luận chính trị bắt buộc sinh viên tất cả các ngành phải được trang bị theo quy định của Bộ Giáo dục và Đào tạo. Nội dung môn học gồm 7 chương: chương 1, trình bày những vấn đề cơ bản có tính nhập môn của Chủ nghĩa xã hội khoa học (quá trình hình thành, phát triển của Chủ nghĩa xã hội khoa học); từ chương 2 đến chương 7 trình bày những nội dung cơ bản của Chủ nghĩa xã hội khoa học theo mục tiêu môn học.

### **9.4 Tư tưởng Hồ Chí Minh: 2 TC**

Môn học tư tưởng Hồ Chí Minh thuộc khối kiến thức lý luận chính trị bắt buộc sinh viên tất cả các ngành phải được trang bị theo quy định của Bộ Giáo dục và Đào tạo. Học phần có 6 chương, cung cấp cho sinh viên kiến thức cơ bản về khái niệm, đối tượng, phương pháp nghiên cứu và ý nghĩa học tập môn tư tưởng Hồ Chí Minh; về cơ sở, quá trình hình thành và phát triển tư tưởng Hồ Chí Minh; Tư tưởng Hồ Chí Minh về độc lập dân tộc và chủ nghĩa xã hội; Đảng Cộng sản Việt Nam và Nhà nước của Nhân dân, do Nhân dân, vì Nhân dân; Đại đoàn kết toàn dân tộc và đoàn kết quốc tế; Văn hóa, con người; Đạo đức.

### **9.5 Lịch sử Đảng CSVN: 2 TC**

Môn học trang bị cho sinh viên sự hiểu biết về đối tượng, mục đích, nhiệm vụ, phương pháp nghiên cứu, học tập và những kiến thức cơ bản, cốt lõi, hệ thống về sự ra đời của Đảng (1920-1930), quá trình Đảng lãnh đạo cuộc đấu tranh giành chính quyền dân chủ nhân dân (1930-1945), lãnh đạo hai cuộc kháng chiến chống thực dân Pháp và đế quốc Mỹ xâm lược, hoàn thành giải phóng dân tộc, thống nhất đất nước (1945-1975), lãnh đạo cả nước quá độ lên chủ nghĩa xã hội và tiến hành công cuộc đổi mới (1975-2018). Qua đó khẳng định các thành công, nêu lên các hạn chế, tổng kết những kinh nghiệm về sự lãnh đạo cách mạng của Đảng để giúp người học nâng cao nhận thức, niềm tin đối với Đảng và khả năng vận dụng kiến thức đã học vào thực tiễn công tác, góp phần xây dựng và bảo vệ Tổ quốc Việt Nam xã hội chủ nghĩa.

### **9.6 Pháp luật đại cương: 3 TC**

Môn Pháp luật đại cương là học phần thuộc khối kiến thức giáo dục đại cương trong chương trình đào tạo cử nhân các ngành học không chuyên về luật. Môn học giúp người học có kiến thức phổ thông về nhà nước và pháp luật, từ đó có khả năng tự tìm hiểu nâng cao kiến thức pháp luật gắn với chuyên ngành đào tạo. Nội dung học phần Pháp luật đại cương bao hàm những vấn đề khái quát, cơ bản về nhà nước và pháp luật, như: Nguồn gốc, bản chất, chức năng, bộ máy, hình thức của nhà nước; nhà nước pháp quyền; nguồn gốc, bản chất, chức năng, hình thức của pháp luật. Quy phạm pháp luật; hệ thống pháp luật; quan hệ pháp luật; thực hiện pháp luật; vi phạm pháp luật và trách nhiệm pháp lý; ý thức pháp luật; những đặc trưng của một số ngành luật (đối tượng và phương pháp điều chỉnh) và nội dung một số qui định gắn với ngành học của sinh viên của các đạo luật, như: Hiến pháp và văn bản quy phạm pháp luật, trọng tâm là các quy định của pháp luật về dân sự, sở hữu trí tuệ, hình sự, hành chính, hôn nhân và gia đình, lao động, giáo dục, trách nhiệm của cơ quan nhà nước, cán bộ, công chức, một số vấn đề khái quát trong hợp tác pháp lý với các quốc gia khác.

### **9.7 Giáo dục thể chất: 3 TC**

Chương trình môn học Giáo dục thể chất nhằm cung cấp kiến thức, kỹ năng vận động cơ bản, hình thành thói quen luyện tập thể dục, thể thao để nâng cao sức khỏe, phát triển thể lực, tầm vóc, hoàn thiện nhân cách, nâng cao khả năng học tập, kỹ năng hoạt động xã hội với tinh thần, thái độ tích cực, góp phần thực hiện mục tiêu giáo dục toàn diện.

### **9.8 Giáo dục quốc phòng: 8 TC**

Học phần có 3 tín chỉ đề cập lý luận cơ bản của Đảng về đường lối quân sự, bao gồm: những vấn đề cơ bản Học thuyết Mác - Lê nin, tư tưởng Hồ Chí Minh về chiến tranh, quân đội và bảo vệ Tổ quốc; các quan điểm của Đảng về chiến tranh nhân dân, xây dựng lực lượng vũ trang, nền quốc phòng toàn dân, an ninh nhân dân; các quan điểm của Đảng về kết hợp phát triển kinh tế - xã hội với tăng cường củng cố quốc phòng, an ninh. Học phần giành

thời lượng nhất định giới thiệu một số nội dung cơ bản về lịch sử nghệ thuật quân sự Việt Nam qua các thời kỳ.

Sinh viên tự nghiên cứu về tư tưởng Hồ Chí Minh về quân sự và tình hình quốc phòng an ninh hiện nay dưới sự hướng dẫn của giảng viên.

### **9.9 Tiếng Anh 1 (English 1): 3 TC**

Học phần Tiếng Anh 1 trang bị cho người học một số kiến thức tiếng Anh cơ bản tổng quát, giúp người học rèn luyện các kỹ năng thực hành tiếng Anh nghe, nói, đọc, viết. Kết thúc học phần sinh viên sẽ có nền tảng kiến thức để tiếp tục học phần Tiếng Anh 2.

### **9.10 Tiếng Anh 2 (English 2): 3 TC**

Trang bị cho sinh viên có thể hiểu được các câu và cấu trúc được sử dụng thường xuyên liên quan đến nhu cầu giao tiếp cơ bản (như các thông tin về gia đình, bản thân, đi mua hàng, hỏi đường, việc làm). Sinh viên có thể trao đổi thông tin về những chủ đề đơn giản, quen thuộc hằng ngày. Sinh viên có thể giao tiếp đơn giản nếu người đối thoại nói chậm, rõ ràng và sẵn sàng hợp tác giúp đỡ.

### **9.11 Tiếng Anh 3 (English 3): 3 TC**

Trang bị cho sinh viên những kiến thức cơ bản về ngữ âm, từ vựng, ngữ pháp và các kỹ năng cần thiết nhằm thực hành giao tiếp thông thường cũng như bước đầu giao tiếp trong công việc chuyên ngành và kinh doanh. Sinh viên có thể xử lý hầu hết các tình huống xảy ra khi đến khu vực có sử dụng ngôn ngữ Anh.

### **9.12 Tiếng Anh 4 (English 4): 4 TC**

Môn học Tiếng Anh 4 Đọc - Viết - Nghe - Nói cung cấp cho sinh viên những kiến thức tổng hợp về:

- Các cấu trúc ngữ pháp tiếng Anh nâng cao ở dạng tích hợp một cách hệ thống thông qua các dạng thức văn bản mẫu theo quy chuẩn và văn phong học thuật;
- Những từ vựng được sử dụng trong các chủ đề xã hội chuyên sâu nhưng khá quen thuộc như nền giáo dục hiện đại, các vấn đề toàn cầu, xu thế thời đại, ...;
- Nguyên tắc phát âm, trọng âm với từ, cụm từ và câu trong các hoạt động nói bao gồm hội thoại và trình bày về một chủ đề cụ thể;
- Các kỹ năng ngôn ngữ đọc, nghe, nói, viết ở dạng nâng cao.

### **9.13 Tiếng Anh 5 (English 5): 5 TC**

Môn học Tiếng Anh 5 Đọc - Viết - Nghe - Nói cung cấp cho sinh viên những kiến thức tổng hợp về:

- Các cấu trúc ngữ pháp tiếng Anh nâng cao ở dạng tích hợp một cách hệ thống thông qua các dạng thức văn bản mẫu theo quy chuẩn và văn phong học thuật;
- Những từ vựng được sử dụng trong các chủ đề xã hội chuyên sâu nhưng khá quen thuộc như nền giáo dục hiện đại, các vấn đề toàn cầu, xu thế thời đại, ...;

- Nguyên tắc phát âm, trọng âm với từ, cụm từ và câu trong các hoạt động nói bao gồm hội thoại và trình bày về một chủ đề cụ thể;

- Các kỹ năng ngôn ngữ đọc, nghe, nói, viết ở dạng nâng cao.

#### **9.14 Khoa học máy tính và chuyển đổi số (Computer and Digital Transformation): 3 TC**

Trang bị kiến thức cơ bản về kiến trúc máy tính và hệ điều hành, bao gồm: kiến trúc máy tính tổng quát, kiến trúc bộ xử lý trung tâm, kiến trúc tập lệnh máy tính, cơ chế ống lệnh, hệ thống phân cấp bộ nhớ, hệ thống bus và thiết bị ngoài ra; khái niệm, nguyên lý hoạt động của hệ điều hành; các phương pháp quản lý hệ thống file; quản lý, điều độ tiến trình của CPU.

#### **9.15 Khởi nghiệp (Entrepreneurship): 3 TC**

Môn học này cung cấp kiến thức cơ bản về quá trình khởi tạo doanh nghiệp mới trong nền kinh tế thị trường. Môn học trình bày những nội dung cốt lõi như: Tổng quan về khởi nghiệp, quá trình sáng tạo và phát sinh ý tưởng kinh doanh, đánh giá cơ hội của đề án kinh doanh trên thị trường, vấn đề pháp luật trong khởi nghiệp, kế hoạch khởi nghiệp và chiến lược phát triển của doanh nghiệp trong giai đoạn đầu của quá trình hình thành và phát triển.

#### **9.16 Kinh tế vi mô (Microeconomics): 3 TC**

Môn học nhằm hướng đến các mục tiêu: (i) Cung cấp kiến thức nền tảng về kinh tế học nói chung và kinh tế học vi mô nói riêng; (ii) Thực hành một số kỹ năng cần thiết như: Kỹ năng đọc, kỹ năng tự học, kỹ năng làm việc nhóm.

Để đạt được các mục tiêu trên, môn học sẽ cung cấp cho người học những kiến thức cơ bản gồm: Mười nguyên lý kinh tế học; các lý thuyết về cung – cầu; các cấu trúc thị trường; lý thuyết hành vi của người tiêu dùng và của doanh nghiệp.

#### **9.17 Quản trị học (Principles of Management): 3 TC**

Cung cấp những kiến thức nền tảng về quản trị cho sinh viên kinh tế nói chung và đặc biệt sinh viên ngành kinh doanh thương mại, quản trị kinh doanh nói riêng. Giúp sinh viên hiểu chức năng cơ bản của quản trị là hoạch định, tổ chức, lãnh đạo và kiểm tra. Ngoài ra còn giới thiệu cho sinh viên các kỹ năng mà một nhà quản trị cần để thực hiện tốt vai trò và chức năng của quản trị; sinh viên có thể áp dụng lý thuyết đã học để thảo luận các tình huống quản trị đơn giản nhằm làm quen với cách giải quyết khác nhau đối với một vấn đề quản trị, từ đó có thể hiểu quản trị là một khoa học hay nghệ thuật giúp người học phải làm thế nào để có thể trở thành một nhà quản trị giỏi.

#### **9.18 Kỹ năng mềm (Soft Skills): 3 TC**

Môn học bao gồm 4 phần:

Kỹ năng học đại học: Cung cấp cho sinh viên những tri thức khái quát về các lý thuyết học tập, hiểu được bản chất của việc học, những năng lực học tập bậc cao phù hợp với bậc Đại học. Sinh viên sẽ được học về những kỹ năng cần thiết để có thể tự chủ trong học tập

như phương pháp tra tìm thông tin, nghe giảng và ghi chép trong lớp, kỹ năng đọc và phân hồi thông tin. Ngoài ra, môn học này còn cung cấp những kiến thức có ích khác cho cuộc sống sinh viên như lập kế hoạch cho sự tiến bộ của bản thân nhằm giúp sinh viên thích nghi tốt nhất với môi trường học tập ở bậc Đại học và hướng tới tinh thần học tập suốt đời.

**Kỹ năng giao tiếp:** Cung cấp cho sinh viên những kiến thức cơ bản về kỹ năng giao tiếp, thấu hiểu bản thân và nhận diện được đối tượng giao tiếp để có cách giao tiếp phù hợp. Sinh viên sẽ được học về những kỹ năng cơ bản liên quan đến giao tiếp như kỹ năng giao tiếp bằng ngôn ngữ; kỹ năng giao tiếp phi ngôn ngữ; kỹ năng lắng nghe, đặt câu hỏi và phản hồi.

**Kỹ năng làm việc nhóm và thuyết trình:** Cung cấp cho sinh viên kiến thức về cách xây dựng một bài thuyết trình hiệu quả, ý thức về nhóm và vai trò của mình trong nhóm. Sinh viên cũng được thực hành các kỹ năng liên quan đến thuyết trình và làm việc nhóm, những phương pháp hỗ trợ làm việc nhóm hiệu quả.

**Kỹ năng nghề nghiệp:** Giúp SV tìm hiểu bản thân và hoạch định mục tiêu cuộc đời, mục tiêu nghề nghiệp của mình. Đồng thời trang bị cho SV những kỹ năng tìm việc, viết CV và thư xin việc, kỹ năng trả lời phỏng vấn.

### **9.19 Truyền thông mới (New Media): 3 TC**

Môn học có tính tổng quan về truyền thông nghe nhìn. Phân biệt được truyền thông cũ và mới. Trang bị kiến thức về mặt lịch sử hình thành của các phương tiện truyền thông như Truyền hình, Radio, Phim, Điện thoại, Internet (MXH). Đặc biệt, khái quát được truyền thông vai trò của truyền thông mới ra đời đã tác động và thay đổi Thế giới hiện nay như thế nào...

### **9.20 Ngôn ngữ truyền thông: 3 TC**

Môn học được xây dựng và thiết lập dựa trên lý thuyết Truyền thông đã được phân chia theo thể loại sản phẩm truyền thông theo cấu trúc như sau:

- Báo viết (Báo giấy, Báo in): Ngôn ngữ là chữ viết + Hình ảnh tĩnh + Infographic
- Báo nói: Ngôn ngữ là Âm Thanh + Giọng nói + Âm Nhạc hiệu.
- Báo hình: Ngôn ngữ là Hình ảnh tĩnh, Hình ảnh động + Âm thanh + Giọng nói + Infographic.

- Báo điện tử: Ngôn ngữ là Chữ viết + Hình ảnh tĩnh, Hình ảnh động + Âm Thanh + Giọng nói + Infographic.

- Mạng xã hội: Tích hợp

### **9.21 Quản trị dự án truyền thông (Media Production Management): 3 TC**

Quản trị Dự án Truyền thông là môn học được thiết kế dưới dạng Project. Môn học có mục đích trang bị cho học viên có thêm kỹ năng xây dựng và quản lý một dự án Truyền thông cho một sản phẩm từ việc lên kế hoạch, hoạch định chiến lược phát triển cho sản

phẩm, kỹ thuật tương tác và quảng bá sản phẩm ra với công chúng với một mức kinh phí nhất định.

- Dự án phải có nhà tài trợ
- Trả quyền lợi cho nhà tài trợ
- Dự án phải có KOLs (Người nổi tiếng dẫn dắt - tác động công chúng) và trả quyền lợi cho KOLs
- Có thể kinh doanh được dự án.

#### **9.22 Cảm thụ nghệ thuật nghe nhìn (Art Appreciation): 3 TC**

Môn học được thiết kế theo 4 loại hình nghệ thuật cơ bản có liên quan đến công tác sản xuất sản phẩm truyền thông nghe nhìn, giúp sinh viên phát huy cũng như nâng cao khả năng cảm nhận, cảm thụ một tác phẩm nghệ thuật phục vụ cho công tác sản xuất tác phẩm truyền thông nghe nhìn trong tương lai:

1. Cảm thụ một tác phẩm văn học chuyển thể sang phim điện ảnh.
2. Cảm thụ hội hoạ - nhiếp ảnh
3. Cảm thụ âm nhạc

#### **9.23 Các phương pháp nghiên cứu truyền thông (Media Research): 3 TC**

Môn học giúp xây dựng 1 số các dự án có liên quan đến truyền thông, các bước tìm hiểu về đối tượng khách hàng, thu thập các thông tin để phục vụ các dự án, giúp người học có kiến thức tổng quan về 1 cuộc nghiên cứu, các phương pháp đặc trưng trong nghiên cứu truyền thông, thu thập, xử lý các dữ liệu phục vụ cho công trình nghiên cứu trong lĩnh vực truyền thông, viết báo cáo theo trình tự 1 cuộc nghiên cứu, tự tin trình bày các dự án truyền thông trước doanh nghiệp.

#### **9.24 Đạo đức truyền thông: 3 TC**

Hiểu những kiến thức cơ bản về đạo đức truyền thông, quản lý nhà nước đối với hoạt động truyền thông, các khái niệm cũng như các quy định cụ thể về hoạt động truyền thông; trách nhiệm của cơ quan báo chí, nhà báo, độc giả, khán thính giả, nhà xuất bản... trong lĩnh vực báo chí, truyền thông. Môn học còn hướng cho sinh viên tìm hiểu kiến thức cơ bản về đạo đức nghề báo, các quy tắc ứng xử của của những cá nhân tổ chức làm truyền thông.

#### **9.25 Nghệ thuật nói trước công chúng (Public Speaking): 2 TC**

Môn học Nghệ thuật nói trước công chúng sẽ giúp cho sinh viên có kỹ năng nói/đọc/điễn đạt theo các modul như sau:

- Kỹ năng xử lý văn bản
- Kỹ năng đọc/Nói/Dẫn chuyện
- Ngôn ngữ hình thể
- Kỹ năng nói và tương tác với công chúng



### **9.26 Văn hóa truyền thông (media culture): 2 TC**

Môn học cung cấp cho sinh viên cái nhìn tổng thể về khái niệm và tính đặc thù của văn hóa; Diễn trình lịch sử của văn hóa nhận thức và văn hóa tổ chức đời sống của cộng đồng các dân tộc Việt Nam, hiểu được những sắc thái đặc trưng của các không gian văn hóa tiêu biểu của đất nước, qua đó tích lũy vốn tri thức chung và sự hiểu biết về Tổ quốc, nâng cao lòng nhân ái và trách nhiệm của mỗi công dân đối với di sản văn hóa dân tộc và tương lai của văn hóa Việt Nam.

Học phần này đóng vai trò quan trọng trong việc cung cấp kiến thức nền tảng chung cho sinh viên chuyên ngành truyền thông. Để từ đó, sinh viên có nhãn quan xã hội học trong việc đưa ra nhận định, đánh giá và nhận xét về các vấn đề xã hội có liên quan.

### **9.27 Giao tiếp truyền thông (Communication): 2 TC**

Môn học được thiết kế phục vụ cho công tác đào tạo SV trở thành người hoạt động trong lĩnh vực truyền thông một cách chuyên nghiệp: Biết cách tương tác với truyền thông, tương tác với ống kính máy quay, tương tác giữa các nhân sự trong ngành, trong hiện trường. Đồng thời cũng trang bị kỹ năng mềm trong giao tiếp của người làm truyền thông.

### **9.28 Kỹ năng viết trong truyền thông (Writing skills in media): 2 TC**

Trong bối cảnh ngành truyền thông ngày càng phát triển, khóa học "Kỹ năng Viết trong Ngành Truyền thông" mang đến cho Sinh viên cơ hội hiểu rõ và phát triển kỹ năng viết đặc biệt cho lĩnh vực này. Khóa học dành cho những ai muốn theo đuổi sự nghiệp trong ngành truyền thông, từ biên tập viên, nhà văn, đến những người quan tâm đến nghệ thuật sáng tạo và viết lách. Nội dung Học phần bao gồm: Tìm hiểu cách viết cho các phương tiện truyền thông khác nhau như báo chí, truyền hình, radio và truyền thông trực tuyến; Phát triển khả năng sáng tạo và ứng dụng vào việc viết nội dung thu hút và độc đáo; Học cách tự biên tập và đánh giá công việc của Sinh viên để đảm bảo chất lượng cao. Sau khi hoàn thành học phần, sinh viên sẽ có được kỹ năng trong việc viết cho các phương tiện truyền thông, nắm vững nghệ thuật sáng tạo và có khả năng tự biên tập nội dung một cách chuyên nghiệp.

### **9.29 Kỹ thuật Video (Audiobook Techniques): 3 TC**

Học phần cung cấp cho sinh viên tri thức lý luận về video, các phương pháp sáng tạo và biên tập một sản phẩm video hoàn chỉnh, phương pháp thiết kế hệ thống chương trình video theo chủ đề và mục đích truyền thông. Học phần này trang bị cho sinh viên những kiến thức cơ bản về tư duy và cách quay, dựng hình ảnh để sản xuất được những sản phẩm Video; cung cấp hệ thống lý thuyết về Video; Đặc điểm và các dạng thức của Video clip; Những kỹ năng trong sản xuất Video từ viết các dạng kịch bản đến kỹ năng quay phim, dựng phim; Quy trình sản xuất Video; Thông qua những kiến thức lý thuyết để đạt được hiệu quả thực hành: Sản xuất một Video clip theo chủ đề.

### **9.30 Kỹ thuật Audio (Audiobook Techniques): 3 TC**

Học phần cung cấp cho sinh viên tri thức lý luận về audio, các phương pháp sáng tạo và biên tập một sản phẩm audio hoàn chỉnh, phương pháp thiết kế hệ thống chương trình audio theo chủ đề và mục đích truyền thông. Học phần có 3 chương, xoay quanh các kiến thức về vai trò của Audio trong môi trường truyền thông số, các đặc điểm của Audio, xu hướng sử dụng Audio, một số phần mềm biên tập âm thanh để sản xuất Audio trên máy tính, trên điện thoại thông minh và quy trình sản xuất Audio. Học phần cũng dành phần lớn thời lượng thực hành cho việc đào tạo các kỹ năng sản xuất audio, bao gồm kỹ năng sử dụng lời nói, âm nhạc trong Audio, kỹ năng thu và sử dụng tiếng động, kỹ năng viết và biên tập cho Audio, kỹ năng sử dụng các phương tiện kỹ thuật và phần mềm phục vụ sản xuất Audio.

### **9.31 Xây dựng và phát triển nội dung (Content Generation): 3 TC**

Là môn học trang bị cho sinh viên những kỹ năng cần thiết để trở thành người làm truyền thông chuyên nghiệp, lãnh nghề trong tương lai như: kỹ năng viết PR, biên tập, xây dựng và thiết kế nội dung cho các sản phẩm truyền thông như Kịch bản Truyền hình, Viral clip, TVC, Phim...

### **9.32 Quy trình sản xuất sản phẩm truyền thông (Project Management): 3 TC**

Môn học trang bị kiến thức về quy trình để thực hiện đầy đủ, đúng các bước sản xuất ra một sản phẩm truyền thông Nghe - Nhìn từ giai đoạn lên ý tưởng cho đến lúc kết thúc hoàn thiện và phát hành sản phẩm..

Đây cũng là môn giúp sinh viên ra trường cũng như người làm truyền thông hạn chế được rủi ro trong quá trình tiến hành sản xuất ra một sản phẩm truyền thông theo đúng tiêu chí bên ngoài thị trường yêu cầu/ đặt ra.

### **9.33 Quản trị rủi ro và xử lý khủng hoảng truyền thông (Media risk and crisis management): 3 TC**

Môn học Quản trị rủi ro và xử lý khủng hoảng truyền thông có kiến thức khoa học và nghệ thuật giao tiếp. Ứng dụng kỹ năng và kiến thức và các kỹ năng mềm đã được trang bị vào môn học này nhằm đảm bảo cho sinh viên hiểu và thực hiện được công tác xử lý khủng hoảng truyền thông cho Doanh nghiệp/Tổ chức/Cá nhân/Thương hiệu.

- Nhận diện và đánh giá được rủi ro và cấp độ rủi ro
- Tiến hành xử lý khủng hoảng khi khủng hoảng truyền thông xảy ra.
- Xây dựng cải tiến lại hình ảnh cho Doanh nghiệp/Tổ chức/Cá nhân/Thương hiệu.

### **9.34 Xây dựng chiến lược truyền thông & marketing tích hợp (IMC Plan): 3 TC**

Môn học phân tích mối tương quan giữa nội dung và phương tiện truyền thông, môn học sẽ dành thời lượng lớn cho các kiến thức căn bản về vai trò của kịch bản, format... trong sản xuất sản phẩm truyền thông, đọc hiểu và phân tích khả năng sản xuất các thể Chiến lược khung chương trình bắt đầu công việc nghiên cứu dựa trên các cơ sở thông tin từ các điều

nghiên thị trường khán thính giả bằng nhiều phương pháp khác nhau và sắp xếp các nội dung chương trình một cách hợp lý để thu hút khán giả mục tiêu đến với nội dung mục tiêu một cách hiệu quả nhất, giúp tăng thời lượng truy cập kênh và tăng thị phần của kênh. Bên cạnh đó, xây dựng chiến lược khung còn có mục tiêu: xây dựng được thói quen xem chương trình của kênh nơi khán thính giả, giúp tiết kiệm được chi phí sản xuất chương trình, hoạch định nguồn thu quảng cáo, tạo phong cách và sự khác biệt của kênh...

#### **9.35 Tiếng Anh chuyên ngành TT (English in Media and Communication): 3 TC**

Môn học trang bị cho SV những hiểu biết cơ bản về các quy định, quy chuẩn quốc tế về cách thức trình bày thư tín điện tử, và các hình thức giao tiếp trong môi trường doanh nghiệp, công sở, tiếp cận với các tình huống thực tế và thực hành soạn thảo thư điện tử. Bên cạnh đó, SV còn được tiếp cận các thuật ngữ giao tiếp bằng tiếng Anh và có kỹ năng giao tiếp cơ bản bằng tiếng Anh trong các tình huống giao tiếp liên quan đến quan hệ công chúng, quảng cáo, tiếp thị. Thông qua các hoạt động thực hành, trải nghiệm, SV sẽ được rèn luyện thái độ và tác phong cần có của người làm truyền thông chuyên nghiệp.

#### **9.36 Chiến lược marketing sản phẩm truyền thông (Media Products Marketing): 2 TC**

Môn học giúp sinh viên xây dựng chiến lược truyền thông cho sản phẩm truyền thông. Đồng thời, trang bị cho sinh viên hiểu về phương thức tiếp thị quảng bá cũng như quảng cáo cho một sản phẩm truyền thông như thế nào trên các phương tiện truyền thông đại chúng.

Và đây cũng là môn học trang bị kiến thức về quảng cáo trong sản phẩm truyền thông nghe nhìn trang bị kiến thức trong việc kêu gọi tài trợ, đầu tư cho việc sản xuất - kinh doanh sản phẩm truyền thông trong các dự án.

#### **9.37 Cấu trúc khung chương trình (Media Channel Management): 2 TC**

Để việc quản lý các kênh truyền thông được thành công và đảm bảo tính cạnh tranh với các kênh của đối thủ, ngoài việc đảm bảo chất lượng về nội dung, hình ảnh, quản lý các kênh cần phải có kiến thức và kỹ năng trong việc thiết kế và quản lý khung chương trình. Một kênh truyền hình, radio hoặc internet thành công là một kênh đảm bảo khung thời gian của các chương trình cạnh tranh và hợp lý, nội dung của các chương trình trong một kênh được sắp xếp một cách khoa học và các quảng cáo giữa hoặc trong các chương trình cũng phải được thiết kế và bố trí một cách logic. Học phần “Cấu trúc khung chương trình” giúp sinh viên có được kiến thức về cách thiết kế khung chương trình cho các kênh khác nhau, cách bố trí các nội dung khác nhau trên kênh và quản lý, thay đổi khung chương trình dựa trên chiến lược cạnh tranh của kênh.

### **9.38 Truyền thông sáng tạo (Creative Media): 2 TC**

Trong hoạt động sản xuất sản phẩm truyền thông và quảng bá các sản phẩm truyền thông, tư duy sáng tạo là yếu tố cần thiết để tạo nên sự khác biệt của thương hiệu và chiến dịch truyền thông. Để sáng tạo có hiệu quả, người làm truyền thông cần có kiến thức cơ bản về các kỹ thuật sáng tạo (VD: Chiến lược đại dương xanh, Kỹ thuật PSR (Problem-Solution-Result), Kỹ thuật brain-storm ngắn,...), cách tạo ra cảm hứng sáng tạo,... Đến với học phần “Truyền thông sáng tạo”, sinh viên sẽ bước qua các chương học như: Quy trình sáng tạo, Kế hoạch sáng tạo, Nguồn ý tưởng, Quản lý chất lượng sản phẩm sáng tạo,... Sau học phần, sinh viên có kiến thức về sáng tạo và các kỹ thuật sáng tạo nói chung để ứng dụng vào thực tiễn.

### **9.39 Truyền thông và quảng cáo trên nền tảng số (Digital Marketing): 2 TC**

Trong sự phát triển của các kênh trực tuyến (như công cụ tìm kiếm, mạng xã hội, các kênh phát hành âm nhạc và video,...) bên cạnh các công cụ quảng cáo truyền thống (như tivi, áp phích, áp phích,...), các nhà quảng cáo và công ty marketing cần phải tiếp cận những kênh mới này như những cơ hội và thách thức để tối đa hoá tiềm năng về doanh thu và lợi nhuận của doanh nghiệp. Đến với học phần “Truyền thông và quảng cáo trên nền tảng số” (Digital marketing), sinh viên sẽ được tiếp cận các kiến thức cơ bản về truyền thông và quảng cáo trên các nền tảng khác nhau thông qua các công cụ truyền thông và quảng cáo bao gồm: nền tảng thuộc sở hữu của công ty (website, email, trang mạng xã hội,...), nền tảng trả phí (quảng cáo trên công cụ tìm kiếm, quảng cáo trên mạng xã hội, quảng cáo thông qua người nổi tiếng,...). Kết thúc học phần, sinh viên có thể sử dụng các công cụ trên nền tảng số một cách hiệu quả để phục vụ cho kế hoạch truyền thông chung của doanh nghiệp.

### **9.40 Sản xuất sản phẩm quảng cáo TVC (TVC and Advertisement Production): 3 TC**

Môn học tổ chức dưới dạng thực hiện project tổ chức sản xuất ra một sản phẩm là phim ngắn, có tài trợ, có quảng cáo hoặc hiểu về quy trình và sản xuất ra một clip có khả năng viral.

Môn sản xuất sản phẩm Truyền thông Viral Clip sẽ giúp sinh viên áp dụng Quy trình sản xuất 5 bước để từ đó người học hoàn thành project là 1 Phim quảng cáo cho 1 sản phẩm/brand/tác phẩm/tổ chức/cá nhân Với nội dung giảng dạy cơ bản như sau: - Phương pháp thu thập thông tin từ khách hàng - Phân tích nhu cầu của khách hàng - Xây dựng lý lịch nhân vật - Final kịch bản - Phương thức sản xuất - Hậu kỳ và hoàn thiện sản phẩm.

Môn sản xuất sản phẩm Truyền thông TVC sẽ giúp sinh viên áp dụng Quy trình sản xuất 5 bước để từ đó người học hoàn thành project là 1 TVC quảng cáo cho 1 sản phẩm/brand/tổ chức/cá nhân. Với nội dung giảng dạy cơ bản như sau:

- Phương pháp thu thập thông tin từ khách hàng.
- Phân tích nhu cầu của khách hàng.

- Xây dựng và hoàn thiện ý tưởng và vẽ storyboard.
- Phương thức sản xuất - Hậu kỳ và hoàn thiện sản phẩm.

#### **9.41 Sản xuất phim (Film and Movie Production): 3 TC**

Môn học được thiết kế dưới dạng thực hiện project để hoàn thành một tác phẩm truyền thông mà cụ thể là 1 phim ngắn theo đúng quy trình, có quy định thời lượng, từ đó giúp người học trải nghiệm rõ hơn, học hỏi được nhiều hơn và áp dụng được nhiều môn học trước như Nghiệp vụ đạo diễn, Biên tập nội dung hay quy trình sản xuất để sản xuất ra một bộ phim.

#### **9.42 Sản xuất chương trình giải trí (TV Show Production): 3 TC**

Môn học này bao gồm các kiến thức căn bản về kỹ thuật audio-video : ngôn ngữ hình ảnh, màu sắc, căn bản về âm học, căn bản về kỹ thuật ánh sáng trong thu hình, các kỹ thuật căn bản trong thu và dựng hình và tiếng, cách sử dụng trang thiết bị kỹ thuật và phần mềm liên quan.

#### **9.43 Sản xuất radio và podcast (Radio and Podcast Production): 3 TC**

Đây là môn học liên quan đến báo nói, người học phải học để nắm được một sản phẩm thuần túy phục vụ cho nhu cầu nghe của thính giả có gì khác biệt so với một tác phẩm truyền hình, điện ảnh. Môn học trang bị cho người học phương thức và quy trình để sản xuất ra một chương trình phát thanh (radio) đạt chuẩn phát sóng từ nội dung đến âm thanh, tiếng động... để phát sóng được trên các kênh phát thanh hiện đại ngày nay.

#### **9.44 Thiết kế và trình bày bài thuyết trình Multimedia: 3 TC**

Môn học giúp sinh viên nhận thức được vai trò của ứng dụng đa dạng công cụ trong hoạt động thuyết trình; sử dụng thành thạo công cụ thiết kế đa phương tiện trên power point; luyện tập để thuyết trình một khách khoa học và hấp dẫn.

#### **9.45 Nghiệp vụ đạo diễn: 3 TC**

Môn học này giúp sinh viên Hiểu biết sâu sắc về quy trình sản xuất phim và truyền hình. Phát triển kỹ năng đạo diễn, bao gồm làm việc với diễn viên, chỉ đạo nghệ thuật, và quản lý ekip sản xuất. Phát triển khả năng sáng tạo và nắm bắt ý tưởng. Hiểu biết về cách thức phân tích và đánh giá các tác phẩm điện ảnh và truyền hình. Lịch sử và lý thuyết của điện ảnh và truyền hình. Các phương pháp và kỹ thuật đạo diễn. Kịch bản và cách phát triển ý tưởng thành kịch bản. Kỹ năng làm việc với diễn viên và ekip sản xuất. Quy trình sản xuất phim từ ý tưởng đến bản hoàn chỉnh. Các khía cạnh kỹ thuật như quay phim, chỉ đạo nghệ thuật, và chỉnh sửa. Phân tích và đánh giá các tác phẩm điện ảnh và truyền hình.

#### **9.46 Tổ chức và quản trị sự kiện (Event management): 2 TC**

Tổ chức và quản trị sự kiện là môn học trang bị kiến thức và kỹ năng để sinh viên học xong trở thành người quản lý sự kiện.

Môn học sẽ triển khai dạy kỹ năng triển khai quản lý và giám sát công tác tổ chức một sự kiện quy mô vừa và lớn theo hướng chuyên nghiệp.

Môn học giúp người học khái quát được công tác quản trị sân khấu sự kiện đến con người tham gia trong sự kiện.

#### **9.47 Thiết kế và quản trị sân khấu (Stage design and management): 2 TC**

Môn học giảng dạy tổng quan về phương thức và công tác lên ý tưởng và thiết kế cũng như quản trị một sân khấu cho một chương trình truyền hình hoặc một sự kiện theo nhiều dạng thức khác nhau, đồng thời cũng hỗ trợ cho người học kiến thức về âm thanh, ánh sáng và đạo cụ thiết bị cần thiết trên sân khấu biểu diễn.

#### **9.48 Chiến lược và chiến thuật đa kênh trong truyền thông (Multi-Channel Marketing Tactics and Strategy): 3 TC**

Mỗi kênh truyền thông có một chức năng riêng, yêu cầu nội dung và các chiến thuật riêng dựa trên khách hàng, khán giả mục tiêu và thuật toán (đối với các kênh truyền thông điện tử). Để quản lý được các kênh này, người làm truyền thông cần có kiến thức tổng quan về chiến lược và chiến thuật truyền thông cho từng kênh. Học phần “Chiến lược và chiến thuật đa kênh trong truyền thông” mang đến cho sinh viên các kiến thức về: Kênh truyền thông và nội dung các kênh truyền thông, Các lý thuyết về truyền thông và áp dụng, Báo chí và người nổi tiếng, Mạng xã hội, Phân tích người tiêu dùng các kênh,... Kết thúc học phần, sinh viên cần thực hiện một dự án mô phỏng để biết được cách áp dụng chiến thuật và chiến lược nào cho các kênh để đạt được mục tiêu truyền thông.

#### **9.49 Kinh doanh sản phẩm truyền thông (Media selling): 3 TC**

Kinh doanh sản phẩm truyền thông là môn học định hướng cho sinh viên hướng đến việc sản xuất ra sản phẩm truyền thông hướng đến đối tượng công chúng nào đó, lập kế hoạch để bán sản phẩm cho người dùng:

- Công chúng
- Nhà đài

Môn học cung cấp kỹ năng phân tích nội dung và am hiểu về sản phẩm, khung giờ phát sóng, giá thành quảng cáo... cũng như phương thức tìm kiếm tài trợ cả xây dựng khung trả quyền lợi tài trợ cho đối tác.

#### **9.50 Đề án: Quản lý dự án truyền thông đa kênh (Media Project): 3 TC**

Từ các kiến thức đã học trong các học phần trước, Đề án: Quản lý dự án truyền thông đa kênh yêu cầu sinh viên thực hiện một đề án quản lý truyền thông thực sự tuân thủ các bước trong việc thực hiện một chiến lược truyền thông. Chủ đề thực hiện cho các đề án sẽ đến từ các doanh nghiệp hoặc tổ chức đang hoạt động để sinh viên có được cái nhìn thực tế về khách hàng, thị trường truyền thông và phương thức truyền thông hiệu quả. Kết quả của Học phần được đánh giá dựa trên kết quả thực của dự án truyền thông.

### **9.51 Quan hệ công chúng (Public Relation): 3 TC**

Môn học mang tính chất khái quát về lý thuyết truyền thông, lý thuyết Quan hệ công chúng nhằm trang bị kiến thức nền cho sinh viên hình dung ra lĩnh vực PR hoạt động ra sao trong bối cảnh Doanh nghiệp và Xã hội đang có nhu cầu lớn về nhân sự.

QHCC trang bị kiến thức và phân biệt được mối quan hệ với Báo chí - Truyền thông - người làm PR và Công chúng.

### **9.52 Truyền thông mạng xã hội (Social media): 2 TC**

Trong sự phát triển của các kênh trực tuyến, đặc biệt là mạng xã hội, mà ngày càng trở thành điểm tập trung của người tiêu dùng, các doanh nghiệp không thể bỏ qua cơ hội quảng cáo và tiếp thị mà môi trường này mang lại. Chính vì vậy, khóa học Tiếp thị trên Mạng xã hội đã được thiết kế để giúp sinh viên tiếp cận và tận dụng những cơ hội đặc biệt này, đồng thời đối mặt và vượt qua những thách thức tiềm ẩn. Trong khóa học này, sinh viên sẽ được trang bị kiến thức cơ bản về Tiếp thị trên Mạng xã hội thông qua nền tảng như Facebook, Instagram, Tiktok,... Học phần sẽ đi sâu vào các chiến lược tiếp thị hiệu quả, cách tạo nội dung ấn tượng, và quản lý chiến dịch quảng cáo trên các nền tảng này. Kết thúc khóa học, Sinh viên sẽ có kỹ năng và hiểu biết cần thiết để thành công trong lĩnh vực tiếp thị đang trên đà phát triển này, giúp doanh nghiệp của Sinh viên nổi bật và tương tác mạnh mẽ trên mạng xã hội.

### **9.53 Văn hoá đại chúng Châu Á và Việt Nam (Asian and Vietnamese Pop Culture): 2 TC**

Học phần này được thiết kế để mang đến một hành trình toàn diện khám phá thế giới đa dạng và sôi động của văn hóa pop, với sự tập trung đặc biệt vào bối cảnh Châu Á và Việt Nam. Trong Học phần này, sinh viên sẽ đào sâu vào bức tranh phong phú của văn hóa pop Châu Á và Việt Nam, bao gồm nhiều yếu tố như âm nhạc, điện ảnh, truyền hình, thời trang, và truyền thông xã hội. Bằng cách xem xét sự phát triển của những hiện tượng văn hóa này, Sinh viên sẽ có được sự hiểu biết sâu sắc về ảnh hưởng văn hóa, lịch sử và nghệ thuật đang tác động vào văn hóa pop ở khu vực này. Học phần sẽ xoay quanh các mục tiêu: Phát triển sự nhạy bén và sự đánh giá những chi tiết văn hóa nằm sâu trong văn hóa đại chúng Châu Á và Việt Nam; Khám phá các phương tiện truyền thông khác nhau; Thẩm định cách toàn cầu hóa đã ảnh hưởng đến sự kết hợp và truyền bá của văn hóa pop Châu Á và Việt Nam.

### **9.54 Kỹ xảo và hiệu ứng: 3 TC**

Kỹ xảo hình ảnh là một lĩnh vực rất rộng lớn, được sử dụng và ứng dụng nhiều trong phim, game, đồ họa trình diễn. Kỹ xảo hình ảnh là tập hợp các quy trình trong đó hình ảnh được tạo ra và/ hoặc biến đổi so với cảnh quay thật để phù hợp với ý tưởng và nội dung của

sản phẩm. Kỹ xảo hình ảnh chủ yếu được sản xuất trong quá trình hậu kỳ, sử dụng nhiều công cụ và công nghệ như thiết kế đồ họa, xây dựng mô hình, hoạt họa ...

Nội dung chính của học phần gồm :

Chương 1. Tổng quan về kỹ xảo hình ảnh

Chương 2. Phương pháp thiết kế kỹ xảo hình ảnh

#### **9.55 Marketing nội dung (Content marketing): 2 TC**

Trong thời đại kỹ thuật số ngày nay, nội dung đóng vai trò quan trọng trong việc kết nối, thu hút và giữ chân khách hàng. Học phần "Marketing Nội Dung" sẽ giúp Sinh viên khám phá sâu rộng về cách tạo ra nội dung hấp dẫn và chiến lược tiếp thị nó một cách hiệu quả. Mục tiêu của khóa học bao gồm việc phát triển chiến lược nội dung từ nghiên cứu đến triển khai, tạo ra nội dung sáng tạo và giá trị phù hợp với đối tượng mục tiêu, cũng như kỹ năng quản lý và đánh giá hiệu suất của chiến dịch tiếp thị nội dung. Chương trình học sẽ bao gồm giới thiệu về tiếp thị nội dung, nghiên cứu đối tượng và phân loại, tạo nội dung và giọng điệu nhãn hiệu, phân phối và quảng bá nội dung, phân tích và đánh giá chiến dịch, cuối cùng là dự án cuối kỳ và thuyết trình.

#### **9.56 Marketing thông qua người nổi tiếng (Influencer marketing): 2 TC**

Tiếp thị ảnh hưởng không chỉ đơn thuần là việc sử dụng người nổi tiếng hoặc những cá nhân có ảnh hưởng lớn trên các nền tảng truyền thông xã hội. Nó còn là việc xây dựng mối liên kết chân thành giữa thương hiệu và người ảnh hưởng để truyền tải thông điệp một cách tự nhiên và thu hút đối tượng mục tiêu. Trong khóa học này, Sinh viên sẽ khám phá sâu về chiến lược tiếp thị ảnh hưởng, bao gồm cách chọn lựa và hợp tác với các người ảnh hưởng, cũng như cách xây dựng nội dung chất lượng và có ảnh hưởng. Sinh viên sẽ tìm hiểu về các công cụ đo lường hiệu suất và cách tối ưu hóa chiến lược tiếp thị ảnh hưởng. Ngoài ra, các kỹ năng cơ bản khi làm việc với người nổi tiếng cũng sẽ được giảng dạy như: Cách bố trí ngân sách cho hoạt động quảng bá, cách đàm phán và hợp đồng,...

#### **9.57 Học kỳ doanh nghiệp: 4 TC**

Học kỳ doanh nghiệp là một trong các hình thức của học phần "Thực tập và tốt nghiệp", được bố trí vào học kỳ cuối của chương trình đào tạo với khối lượng 10 tín chỉ. Sinh viên có khoảng thời gian gần 03 tháng tham gia làm việc thực tế tại các doanh nghiệp phù hợp với ngành/chuyên ngành được đào tạo.

#### **9.58 Đồ án tốt nghiệp: 6 TC**

Báo cáo tốt nghiệp và khóa luận tốt nghiệp cũng là học phần chiếm tỷ trọng điểm số cao nhất tất cả các môn học ở môi trường đào tạo chính quy. Do vậy sinh viên rất nỗ lực đạt điểm số cao đặc biệt là nhưng sinh viên chưa có điểm nổi bật trong suốt quá trình học tập.



### 9.59 Thực tập tốt nghiệp: 4 TC

Học phần này giúp người học tham gia vào hoạt động thực tế của ngành, chuyên ngành nhằm thực hành kỹ năng nghề nghiệp cũng như rèn luyện thái độ làm việc chuyên nghiệp, phát triển các mối quan hệ nhằm chuẩn bị cho nghề nghiệp tương lai. Vận dụng kiến thức lý thuyết và kỹ năng tư duy đã học vào việc quan sát, mô tả hoạt động của đơn vị thực tập. Kết thúc học phần, mỗi sinh viên phải trình bày kết quả làm việc của mình dưới hình thức một bản Báo cáo thực tập tốt nghiệp.

### 9.60 Đồ án 1 (Sản xuất chương trình truyền hình trực tiếp): 3 TC

Hướng dẫn sinh viên tổng hợp kiến thức cơ sở ngành và chuyên ngành, vận dụng vào thực tế để thực hiện sản xuất một chương trình truyền hình trực tiếp. Qua đó đánh giá về kiến thức, khả năng của sinh viên thông qua đồ án tốt nghiệp.

### 9.61 Đồ án 2 (Sản xuất phim, TVC): 3 TC

Hướng dẫn sinh viên tổng hợp kiến thức cơ sở ngành và chuyên ngành, vận dụng vào thực tế để thực hiện sản xuất phim, TVC. Qua đó đánh giá về kiến thức, khả năng của sinh viên thông qua đồ án tốt nghiệp.

Tp. Hồ Chí Minh, ngày 26 tháng 6 năm 2024

KT. HIỆU TRƯỞNG  
PHÓ HIỆU TRƯỞNG

TRƯỞNG KHOA



TS NGUYỄN VĂN HIẾN

TS. Nguyễn Mai Phương