



BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG CAO ĐẲNG SÀI GÒN

CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM
Độc lập - Tự do - Hạnh phúc

CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO QUAN HỆ CÔNG CHÚNG

(Ban hành kèm theo Quyết định số 86-250/CĐ-SG ngày 11 tháng 10 năm 2025
của Hiệu trưởng Trường Cao đẳng Sài Gòn)

Ngành, nghề:	Quan hệ công chúng
Mã ngành, nghề:	6320108
Trình độ đào tạo:	Cao đẳng
Đối tượng tuyển sinh:	Tốt nghiệp Trung học phổ thông hoặc tương đương
Thời gian khóa học:	2 năm

1. Giới thiệu chương trình/mô tả ngành, nghề đào tạo

Ngành Quan hệ công chúng (PR) đào tạo sinh viên trở thành những chuyên gia truyền thông chuyên nghiệp, có khả năng xây dựng và duy trì hình ảnh tích cực cho tổ chức trong bối cảnh truyền thông số phát triển mạnh mẽ. Chương trình học cung cấp kiến thức nền tảng và chuyên sâu về truyền thông đại chúng, quản lý sự kiện, xây dựng thương hiệu cá nhân và doanh nghiệp, kỹ năng viết và phát ngôn, cùng với kỹ năng xử lý khủng hoảng truyền thông. Sinh viên còn được rèn luyện khả năng làm việc nhóm, tư duy chiến lược, và ứng dụng công nghệ truyền thông mới thông qua các học phần thực hành như: Viết cho truyền thông, Quan hệ báo chí, Truyền thông số, và Tổ chức sự kiện.

Sau khi tốt nghiệp, sinh viên có thể đảm nhận các vị trí như chuyên viên quan hệ công chúng, truyền thông nội bộ, quản lý sự kiện, truyền thông số và xây dựng thương hiệu tại các doanh nghiệp, tổ chức xã hội, cơ quan truyền thông – góp phần nâng cao hình ảnh và uy tín của tổ chức trong thời đại số hóa.

2. Mục tiêu đào tạo

2.1. Mục tiêu chung

Chương trình đào tạo ngành Quan hệ công chúng hướng đến việc phát triển nguồn nhân lực có phẩm chất chính trị, đạo đức và sức khỏe tốt; có năng lực chuyên môn vững vàng, đáp ứng yêu cầu phát triển kinh tế - xã hội trong bối cảnh hội nhập quốc tế và kỷ nguyên số. Sinh viên được rèn luyện ý thức tổ chức kỷ luật, tác phong chuyên nghiệp, tinh thần trách nhiệm cao, trung thực và cẩn trọng trong công việc.

Chương trình cung cấp cho sinh viên kiến thức nền tảng và chuyên sâu về lĩnh vực quan hệ công chúng, truyền thông, quảng bá thương hiệu, cùng với các kỹ năng thực hành về viết thông cáo báo chí, xây dựng chiến lược truyền thông, tổ chức sự kiện, quản lý khủng hoảng và truyền thông nội bộ. Sinh viên còn được trang bị khả năng ứng dụng hiệu quả các công cụ truyền thông kỹ thuật số trong việc kết nối với công chúng và nâng cao hình ảnh thương hiệu.

Sau khi tốt nghiệp, sinh viên có thể xây dựng và triển khai các kế hoạch truyền thông tổng thể, phối hợp tổ chức sự kiện, sản xuất nội dung truyền thông đa nền tảng, phát triển và duy trì mối quan hệ với các bên liên quan như báo chí, khách hàng, đối tác – góp phần tạo dựng và củng cố uy tín của tổ chức trong môi trường truyền thông hiện đại.

2.2. Mục tiêu cụ thể

Chương trình đào tạo nguồn nhân lực:

- Hiểu và vận dụng được các kiến thức cơ bản về truyền thông đại chúng, khoa học xã hội, quản trị truyền thông và môi trường truyền thông hiện đại trong bối cảnh hội nhập và chuyển đổi số.

- Thành thạo các công cụ và nền tảng truyền thông hiện đại; có khả năng xây dựng, triển khai và đánh giá hiệu quả các chiến dịch truyền thông tổng thể. Biết cách quản lý hình ảnh thương hiệu, quan hệ báo chí, tổ chức sự kiện và xử lý khủng hoảng truyền thông.

- Có khả năng phân tích công chúng mục tiêu, môi trường truyền thông và xu hướng dư luận xã hội để đề xuất chiến lược quan hệ công chúng phù hợp với đặc điểm tổ chức, doanh nghiệp.

- Có khả năng tư duy, phân tích, kỹ năng giao tiếp. Sử dụng được tiếng anh và công nghệ thông tin trong chuyên môn để thích nghi với môi trường hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp trong lĩnh vực quan hệ công chúng.

- Có phẩm chất đạo đức nghề nghiệp theo yêu cầu riêng của nghề, có trách nhiệm với xã hội và cộng đồng.

3. Vị trí việc làm sau khi tốt nghiệp

Sinh viên sau khi tốt nghiệp có thể đảm nhận các vị trí công việc như sau:

- Nhân viên quan hệ công chúng PR
- Nhân viên truyền thông
- Nhân viên nội dung mạng xã hội
- Nhân viên tổ chức sự kiện
- Nhân viên biên tập chương trình giải trí
- Nhân viên quản trị thương hiệu
- Nhân viên sáng tạo nội dung
- Nhân viên marketing

4. Khối lượng kiến thức và thời gian học tập

- Khối lượng kiến thức toàn khóa học: 90 tín chỉ, 2.520 giờ
- Số lượng môn học, mô đun: 27
- Khối lượng học tập các môn học chung 19 tín chỉ, 435 giờ
- Khối lượng học tập các môn học, mô đun chuyên môn: 71 tín chỉ, 2.085 giờ
- Khối lượng lý thuyết: 712 giờ; Thực hành, bài tập: 1.734 giờ, Kiểm tra: 74 giờ

5. Tổng hợp các năng lực của ngành, nghề

TT	Mã năng lực
I	Năng lực cơ bản (Năng lực chung)
1	NLCB-01: Phân tích, đánh giá và áp dụng các quy định pháp luật, đạo đức nghề nghiệp và chính sách xã hội trong các hoạt động quan hệ công chúng một cách hợp pháp, minh bạch và hiệu quả.
2	NLCB-02: Phát triển tư duy tổ chức, kỹ năng quản lý thời gian và sức khỏe bản thân để đáp ứng yêu cầu công việc trong môi trường cạnh tranh
3	NLCB-03: Thành thạo sử dụng các công cụ tin học cơ bản để xử lý, phân tích dữ liệu và hỗ trợ ra quyết định trong các hoạt động quan hệ công chúng.
4	NLCB-04: Giao tiếp tiếng Anh lưu loát trong các tình huống thương mại, đàm phán với đối tác và trao đổi thông tin chuyên môn
5	NLCB-05: Xây dựng và phát huy phẩm chất đạo đức nghề nghiệp, kỹ năng làm việc nhóm và giải quyết vấn đề trong môi trường đa dạng
II	Năng lực cốt lõi (năng lực chuyên môn)

6	NLCL-01: Thực hiện được các hoạt động nghiên cứu công chúng và phân tích môi trường truyền thông nhằm định hướng xây dựng chiến lược truyền thông và các chương trình quan hệ công chúng phù hợp.
7	NLCL-02: Sử dụng thành thạo các công cụ và phần mềm chuyên dụng trong truyền thông và PR để thu thập, xử lý thông tin, đánh giá mức độ ảnh hưởng, đo lường hiệu quả chiến dịch truyền thông và hỗ trợ ra quyết định truyền thông chiến lược.
8	NLCL-03: Lên kế hoạch, triển khai và tối ưu hóa các hoạt động quan hệ công chúng trên các kênh truyền thông đa nền tảng nhằm nâng cao hình ảnh tổ chức, kết nối với công chúng mục tiêu và tăng cường độ phủ truyền thông.
9	NLCL-04: Triển khai và đánh giá hiệu quả các chiến dịch truyền thông, quản lý các mối quan hệ báo chí – công chúng, tổ chức sự kiện và xử lý khủng hoảng truyền thông nhằm bảo vệ và gia tăng uy tín thương hiệu của tổ chức.
10	NLCL-05: Nắm vững các nguyên lý và kỹ thuật truyền thông trong lĩnh vực quan hệ công chúng và vận dụng linh hoạt vào các chiến lược xây dựng hình ảnh, phát ngôn, quảng bá, tương tác trên các kênh truyền thông và nền tảng số.
III	Năng lực nâng cao
11	NLNC-01: Sử dụng được tiếng Anh chuyên ngành trong giao tiếp, đàm phán, xây dựng hợp đồng và thực hiện các hoạt động quan hệ công chúng với đối tác quốc tế, góp phần mở rộng thị trường và nâng cao năng lực hội nhập toàn cầu.
12	NLNC-02: Xây dựng, quản lý và phát triển nội dung truyền thông trên các nền tảng như website, mạng xã hội, email marketing... nhằm truyền tải hiệu quả thông điệp thương hiệu, thu hút công chúng và nâng cao hiệu quả truyền thông của tổ chức.
13	NLNC-03: Trình bày được quy trình xây dựng kế hoạch truyền thông và tổ chức sự kiện; biết cách đo lường, đánh giá và điều chỉnh hoạt động truyền thông phù hợp với loại hình tổ chức, đảm bảo tuân thủ pháp luật (như Luật quảng cáo, Luật an ninh mạng...). Đồng thời, duy trì sức khỏe thể chất, tinh thần và khả năng làm việc nhóm để đáp ứng yêu cầu khắt khe trong ngành PR.
14	NLNC-04: Sáng tạo và sản xuất nội dung truyền thông đa phương tiện (video, hình ảnh, bài viết...) một cách chuyên nghiệp. Ứng dụng công nghệ hiện đại để thiết kế, phân tích dữ liệu và triển khai chiến dịch hiệu quả trên nền tảng số. Kết hợp kỹ năng ngoại ngữ, tư duy sáng tạo và tinh thần làm việc nhóm để tăng hiệu suất làm việc trong môi trường cạnh tranh.
15	NLNC-05: Phân tích được ảnh hưởng của môi trường kinh doanh và truyền thông đến vị thế thương hiệu; ứng dụng kiến thức để xây dựng chiến lược truyền thông phù hợp với đặc điểm văn hóa – xã hội, bảo vệ lợi ích cộng đồng, tôn trọng chủ quyền quốc gia. Sử dụng thành thạo công nghệ để thu thập, xử lý dữ liệu, triển khai chiến dịch chính xác và hiệu quả.

6. Nội dung chương trình

Mã MH, MĐ	Tên môn học, mô đun	Số tín chỉ	Thời gian học tập (giờ)			
			Tổng số	Trong đó		
				Lý thuyết	Thực hành/th ực tập /thảo l luận	Thi/ Kiểm tra
I	Các môn học chung					
POLI1322	Giáo dục chính trị	5	75	41	29	5
PCLW1201	Pháp luật	2	30	18	10	2
NDED1211	Giáo dục quốc phòng	3	75	36	35	4
PHED1021	Giáo dục thể chất	2	60	5	51	4
CAPP1121	Tin học	3	75	15	58	2
ENFD1224	Tiếng Anh	4	120	42	72	6
	Tổng Môn học chung	19	435	157	255	23
II	Các môn học, mô đun chuyên môn					
II.1	Môn học, mô đun cơ sở					
ENFD1225	Tiếng Anh tiền trung cấp	4	90	45	42	3
PBRL1212	Nhập môn Quan hệ công chúng	3	75	30	42	3
PCMK1212	Marketing căn bản	3	75	30	42	3
ECON1213	Kinh tế vi mô	3	75	30	42	3
JOMM1212	Các loại hình báo chí và truyền thông đại chúng	3	75	30	42	3
PCMG1212	Quản trị học	3	75	30	42	3
PRPJ1022	Đồ án cơ sở	2	90	0	90	0
	Tổng Môn cơ sở	21	555	195	342	18
II.2	Môn học, mô đun chuyên môn					
ENFD1226	Tiếng Anh trung cấp	4	90	45	42	3
BAIT2311	Tin học ứng dụng chuyên ngành	4	90	45	42	3
WISK2213	Kỹ năng viết trong quan hệ công chúng	3	75	30	42	3
PRCP1212	Xây dựng chiến dịch PR	3	75	30	42	3
PBRL1213	Quan hệ công chúng	3	75	30	42	3
PSCT1212	Tâm lý và văn hoá giao tiếp, truyền thông	3	75	30	42	3
PRPJ2023	Đồ án chuyên ngành	2	90	0	90	0
PRIT2041	Thực tập chuyên ngành	4	180	0	180	0
	Tổng Môn chuyên môn	26	750	210	522	18
II.3	Môn học, mô đun tự chọn, nâng cao					
BAEN2212	Tiếng Anh thương mại	4	120	30	87	3
MERI1212	Kỹ năng quan hệ báo chí và trả lời phỏng vấn báo chí	3	75	30	42	3
OGEV2212	Tổ chức sự kiện	3	75	30	42	3
MCMG2212	Kỹ năng xử lý khủng hoảng truyền thông	3	75	30	42	3
MTMD2212	Sáng tạo nội dung đa phương tiện	3	75	30	42	3
PRCO2082	Thực tập tốt nghiệp	8	360	0	360	0

Tổng Môn nâng cao	24	780	150	615	15
Tổng Chương trình	90	2520	712	1734	74

7. Hướng dẫn sử dụng chương trình

7.1. Các môn học chung

Chương trình môn học chung Pháp luật, Chính trị, Giáo dục thể chất, Tin học văn phòng do Bộ Lao động - Thương binh và Xã hội quy định, được sử dụng để giảng dạy.

Môn học Giáo dục quốc phòng và an ninh được tổ chức thực hiện, liên kết với Trường Quân sự Quân khu 7.

7.2. Các hoạt động ngoại khóa

Một năm học có 3 học kỳ. Thời gian học của mỗi học kỳ là 15 tuần bao gồm thời gian kiểm tra và thi.

Giữa mỗi học kỳ có 2-3 tuần nghỉ. Thời gian nghỉ Tết là 3 tuần.

Thời gian cho hoạt động ngoại khóa được bố trí ngoài thời gian đào tạo chính khóa, vào thời điểm thích hợp.

7.3. Hướng dẫn tổ chức kiểm tra kết thúc môn học

Căn cứ quy chế Tổ chức đào tạo, kiểm tra, thi, xét công nhận tốt nghiệp của Trường Cao đẳng Sài Gòn, thời gian tổ chức kiểm tra kết thúc môn học theo hướng dẫn cụ thể theo từng môn học và theo kế hoạch đào tạo của trường cụ thể cho từng học kỳ và từng năm học.

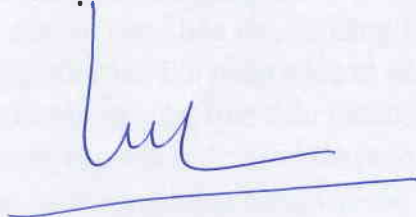
Hình thức và phương pháp kiểm tra đánh giá môn học được xác định cụ thể và có hướng dẫn trong đề cương môn học.

7.4. Hướng dẫn xét công nhận tốt nghiệp

Sinh viên học hết chương trình đào tạo theo từng ngành, nghề; tích lũy đủ số tín chỉ quy định và có điểm trung bình tích lũy từ 2.0/4.0 trở lên được công nhận tốt nghiệp.

Hiệu trưởng căn cứ vào kết quả xét công nhận tốt nghiệp để cấp bằng tốt nghiệp theo quy định của trường.

HIỆU TRƯỞNG



Tôn Thất Tín

PHÓ TRƯỞNG KHOA



Trần Thị Bích Hồng

