

## CHƯƠNG TRÌNH CHUYÊN NGÀNH QUẢNG CÁO, QUAN HỆ CÔNG CHÚNG VÀ THƯƠNG HIỆU

- 1) **Tên chương trình:** Cử nhân Quảng cáo, Quan hệ công chúng và Thương hiệu (BA (Hons) Advertising, Public Relations and Branding)
- 2) **Đơn vị cấp bằng:** Đại học Middlesex (Vương quốc Anh)
- 3) **Đơn vị giảng dạy:** Học viện Báo chí và Tuyên truyền
- 4) **Bằng cấp cuối cùng:** Cử nhân (Danh dự)
- 5) **Ngôn ngữ giảng dạy:** Tiếng Anh
- 6) **Loại hình đào tạo:** Chính quy tập trung
- 7) **Tiêu chuẩn đầu vào** :
  - Tiếng Anh: IELTS 6.0 (không có kỹ năng nào dưới 5.0).
  - Chương trình Đại cương: Hoàn thành Chương trình Đại cương do Học viện Báo chí và Tuyên truyền tổ chức và giảng dạy.

\* Thí sinh đạt IELTS 6.0 (không có kỹ năng nào dưới 5.0) được phép học song song Chương trình đại cương và Chương trình chuyên ngành. Thí sinh chưa đạt IELTS 6.0 phải hoàn thành Chương trình đại cương trước khi học Chương trình chuyên ngành.
- 8) **Mục tiêu của Chương trình:**
  - Trang bị cho sinh viên kiến thức và hiểu biết về các hoạt động, quy trình và bối cảnh xã hội và thương mại của quảng cáo, PR và thương hiệu;
  - Tăng cường cơ hội việc làm sau tốt nghiệp bằng việc kết hợp lý thuyết với thực hành nhằm trang bị cho sinh viên kiến thức và năng lực làm việc trong các lĩnh vực hội tụ về quảng cáo, PR và thương hiệu;
  - Giải quyết nhu cầu của nền kinh tế kỹ thuật số đối với những sinh viên tốt nghiệp có các kỹ năng về phương pháp luận và chuyên môn để phân tích mô hình và dữ liệu số và đưa ra hành động theo bản chất.
  - Phát triển kỹ năng và năng lực truyền thông của sinh viên trong việc truyền đạt ý tưởng hiệu quả ở các hình thức truyền thông khác nhau và nền tảng trực tuyến;
  - Giúp sinh viên phát triển đa dạng các kỹ năng chuyên môn cần thiết nhằm sản xuất nội dung truyền thông đa phương tiện;
  - Giúp sinh viên có thể ứng dụng tư duy sáng tạo vào các hoạt động truyền thông quảng bá;
  - Giúp sinh viên phát triển kỹ năng trí tuệ chung có thể chuyển đổi, đặc biệt là kỹ năng phân tích, tổng hợp và đánh giá;
  - Khuyến khích và phát triển kỹ năng làm việc độc lập và làm việc nhóm để đạt hiệu quả công việc cao/ đạt tiêu chuẩn ngành;
  - Giúp sinh viên phát triển các kỹ năng cần thiết nhằm triển khai công việc hiệu quả trong bối cảnh học thuật và làm việc chuyên nghiệp.

## **9) Chuẩn đầu ra**

### **A. Kiến thức và hiểu biết**

Khi hoàn thành chương trình này, những sinh viên thành công sẽ có kiến thức và hiểu biết về:

- Lịch sử, hoạt động và các quá trình của ngành quảng cáo, PR và thương hiệu (bao gồm các hoạt động nghiên cứu, lập kế hoạch, kế toán và sáng tạo) trong bối cảnh của ngành truyền thông và văn hoá đương đại;
- Các phương thức nghiên cứu định lượng và định tính khác nhau trong lý luận và thực tiễn quảng cáo, PR và thương hiệu như thế nào;
- Cách thức mà chiến lược và kỹ thuật quảng bá sử dụng để tạo ra ý nghĩa văn hóa và hiệu ứng xã hội và chính trị;
- Các nghiên cứu về thực tiễn và thương mại trong việc thiết kế và quản lý thương hiệu trong các ngành công nghiệp;
- Các vấn đề trọng tâm và quan điểm lý thuyết quan trọng để củng cố việc nghiên cứu học thuật về văn hóa quảng bá.

### **B. Kỹ năng nhận thức (tư duy)**

Khi hoàn thành chương trình này, những sinh viên thành công sẽ có khả năng:

- Vận dụng tích cực các lý thuyết và mô hình tư duy chính liên quan đến hoạt động thực tiễn và lý luận về quảng cáo, PR và thương hiệu;
- Phân tích ý nghĩa của các văn bản truyền thông, sử dụng các phương pháp khác nhau phù hợp với chương trình (như ngữ nghĩa học, phân tích nội dung, phân tích thông tin);
- Tư duy sáng tạo, nghiên cứu và giải quyết vấn đề trong các bối cảnh thực tiễn và lý thuyết;
- Đóng góp hiệu quả trong môi trường làm việc nhóm thông qua việc tự ý thức và gắn kết cảm thông;
- Thích ứng với thực tế làm việc mới, công nghệ mới và phát triển môi trường tiêu dùng;

### **C. Kỹ năng thực hành**

Khi hoàn thành chương trình, những sinh viên thành công sẽ có khả năng:

- Tổng hợp và đánh giá thông tin từ các nghiên cứu sơ cấp và thứ cấp nhằm mục đích xây dựng câu hỏi nghiên cứu, viết bài, báo cáo, bài thuyết trình và luận văn;
- Dựa vào các nghiên cứu sơ cấp và thứ cấp để lập kế hoạch, sản xuất và đánh giá: các ý tưởng sáng tạo; các chiến lược quảng bá và nội dung cho các phương tiện truyền thông khác nhau;
- Làm việc tự tin theo phương thức tự định hướng trong cả các bài tập lớn và nhỏ, thể hiện các kỹ năng quản lý thời gian, tổ chức cá nhân và tự tư duy;
- Truyền thông ý nghĩa một cách hiệu quả và với sự hiểu biết về các chuẩn mực nghề nghiệp trong các loại hình và thể loại văn bản truyền thông quảng bá khác nhau (như kịch bản quảng cáo; thông cáo báo chí; thiết kế thương hiệu)
- Làm việc hiệu quả ở cả môi trường thực tế và trên môi trường ảo.

#### D. Kỹ năng làm việc

Khi hoàn thành chương trình này, sinh viên thành công sẽ có khả năng:

- Suy nghĩ tích cực và định vị, đánh giá và sử dụng hiệu quả thông tin nhằm tiến hành nghiên cứu và triển khai sản phẩm sáng tạo theo tiêu chuẩn nghề;
- Hiểu nhu cầu thông tin của các nhóm công chúng khác nhau và giao tiếp hiệu quả thông qua các kênh và nền tảng tương tác phù hợp;
- Làm việc cộng tác, quản lý và triển khai dự án như một thành viên trong nhóm;
- Thể hiện kỹ năng tính toán thông qua nghiên cứu định lượng, dự toán ngân sách và lập kế hoạch truyền thông;
- Dự thảo và soạn thảo tốt các văn bản quảng bá, ví dụ: nội dung bằng chữ và hình ảnh cho các phương tiện truyền thông khác nhau.

#### E. Cấu trúc chương trình (30 tín chỉ/học phần)

Năm	TT	Học phần	Mã học phần
<b>NĂM 1</b>	1	Brands, Media and Society <i>Thương hiệu, truyền thông và xã hội</i>	APM 1000
	2	Creative Advertising <i>Quảng cáo sáng tạo</i>	APM 1001
	3	Public Relations Practice <i>Quan hệ công chúng thực hành</i>	APM 1002
	4	Content Design <i>Thiết kế nội dung</i>	APM 1200
<b>NĂM 2</b>	5	Understanding Consumer Culture <i>Nghiên cứu văn hóa tiêu dùng</i>	APM 2000
	6	Brand Management <i>Quản trị thương hiệu</i>	APM 2001
	7	Campaign Planning <i>Lập kế hoạch chiến dịch</i>	APM 2002
	8	Promotional Video Production <i>Sản xuất video quảng bá</i>	APM 2250
<b>NĂM 3</b>	9	Independent Project <i>Dự án độc lập</i>	APM 3000
	10	Digital Advertising <i>Quảng cáo công nghệ số</i>	APM 3001
	11	Social Media and Public Relations <i>Truyền thông xã hội và PR</i>	APM 3002
	12	Campaigns and Social Impact <i>Chiến dịch và tác động xã hội</i>	APM 3003