

**BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO**

**TRƯỜNG ĐẠI HỌC VĂN LANG**

## **CHUẨN ĐẦU RA**

**Ngành: Quan hệ công chúng- Mã số: 52360708**

### ***1. Về kiến thức***

**a.** Trang bị cho sinh viên kiến thức chuyên ngành sâu về lĩnh vực PR: Về vị trí vai trò của quan hệ công chúng trong xã hội và với doanh nghiệp; về bản chất của hoạt động PR, các hình thái và phương thức PR trong nội bộ và với cộng đồng; Hiểu biết sâu về các lĩnh vực hoạt động PR và nhiệm vụ cụ thể trong từng lĩnh vực. Cử nhân tốt nghiệp ngành PR có trình độ chuyên môn, hiểu biết thực tế và năng lực nghề nghiệp có thể giải quyết các công việc cần thiết, có thể thực hiện các chức trách công tác PR tại các đơn vị, tổ chức có liên quan.

**b.** Có kiến thức vững vàng về hoạt động truyền thông, hiểu rõ vai trò, chức năng của truyền thông - báo chí đối với xã hội; hiểu về các loại hình báo chí như báo in, báo nói, báo hình, báo điện tử; hiểu biết các công đoạn chủ yếu trong quy trình hoạt động sáng tạo truyền thông và phục vụ cho PR. Nắm vững đặc trưng, nguyên tắc và phương pháp tác nghiệp các thể loại chính trong báo chí như viết tin, chính luận, phỏng vấn, phóng sự, điều tra... và thực hành trong thực tiễn, góp phần thực hiện tốt các nhiệm vụ về PR cũng như báo chí.

**c.** Được tích lũy những kiến thức cơ bản về Nguyên lý cơ bản của Chủ nghĩa Mác - Lênin, Đường lối cách mạng của Đảng Cộng sản Việt Nam, Tư tưởng Hồ Chí Minh, từ đó xây dựng tinh thần yêu nước, phẩm chất chính trị, đáp ứng yêu cầu xây dựng và bảo vệ Tổ quốc; các kiến thức về quản lý, điều hành, pháp luật và bảo vệ môi trường liên quan đến chuyên ngành PR để có thể hành nghề và tiếp tục học tập ở trình độ cao hơn.

**d.** Được trang bị những kiến thức cơ bản về quy luật khoa học tự nhiên và xã hội - nhân văn, về văn hóa,... hiểu biết về cấu trúc xã hội và các quan hệ giữa các thành tố đó trong đời sống xã hội; các nguyên lý và mối quan hệ của kinh tế với PR trong thực tiễn để thừa hành nhiệm vụ và xử lý công việc chuyên ngành đạt kết quả cao.

## **2. Về kỹ năng**

**a.** Cử nhân ngành Quan hệ công chúng và Truyền thông sau đào tạo có đủ kiến thức lý thuyết và thực tiễn của ngành để có thể hoàn thành công việc trong các hoạt động PR như: Tổ chức quan hệ và thông qua các cơ quan truyền thông xây dựng và bảo vệ thương hiệu, quản trị thông tin, xử lý khủng hoảng, thực hiện các hình thức marketing; Tổ chức quản trị một đơn vị PR; Hoạch định chiến lược và lập kế hoạch PR cho một đơn vị, một tổ chức; Biết cách xây dựng kế hoạch và thực hiện các chương trình quảng cáo theo chiến lược của đơn vị, tổ chức.

**b.** Có kỹ năng phân tích, tổng hợp, đánh giá dữ liệu và thông tin, phán đoán và xử lý tình huống, sử dụng các thành tựu mới về khoa học công nghệ để giải quyết những vấn đề thực tế hay trừu tượng trong lĩnh vực hoạt động PR và truyền thông.

**c.** Có năng lực chuyên môn xử lý và dẫn dắt vấn đề ở quy mô địa phương và các vùng miền như: tổ chức sự kiện, tổ chức hội nghị, họp báo, phát ngôn, tư vấn cho lãnh đạo trong đối thoại với báo chí, quảng bá thương hiệu, thuyết trình viên, tư vấn chiến lược phát triển và giới thiệu hình ảnh; xây dựng những chương trình an sinh xã hội...Biết viết báo cáo, viết bài PR, thông cáo báo chí, dự thảo các văn kiện PR cho lãnh đạo doanh nghiệp. Có khả năng tổ chức các tập san nội bộ, sản xuất các chương trình video, tổ chức điều tra dư luận xã hội, đề xuất các sáng kiến...

**d.** Kỹ năng làm việc nhóm, xây dựng và tạo mối quan hệ tốt với con người, có khả năng làm chủ bản thân; năng tự tư duy, sáng tạo trong các tình huống.

## **3. Về năng lực tự chủ và trách nhiệm**

**a.** Có năng lực dẫn dắt chuyên môn nghiệp vụ về chuyên ngành PR và truyền thông; có sáng kiến trong quá trình thực hiện nhiệm vụ; có khả năng tự định hướng, thích nghi với môi trường làm việc khác nhau; tự học tập tích lũy kiến thức, kinh nghiệm để nâng cao trình độ chuyên môn nghiệp vụ; có khả năng đưa ra được kết luận về các vấn đề chuyên môn, nghiệp vụ thông thường và một số vấn đề phức tạp về mặt kỹ thuật; có năng lực lập

kế hoạch điều phối, phát huy trí tuệ tập thể; có năng lực đánh giá và cải tiến các hoạt động chuyên môn ở quy mô trung bình.

**b.** Có ý thức trách nhiệm công dân, trách nhiệm xã hội và trách nhiệm đối với đơn vị, công ty. Có tinh thần yêu nước, ý thức dân tộc và đạo đức nghề nghiệp đúng đắn. Có lòng say mê nghề nghiệp.

**c.** Có ý thức tổ chức kỷ luật và tác phong công nghiệp. Có sức khỏe và ý chí phấn đấu trong công việc và trong cuộc sống, để có thu nhập cho cá nhân và xây dựng đất nước.

#### **4. Vị trí và khả năng công tác sau khi tốt nghiệp**

- Làm nhân viên PR, nhân viên quảng cáo, tiếp thị, marketing tại các đơn vị, tổ chức trong và ngoài hệ thống tổ chức nhà nước, các loại hình doanh nghiệp trong nước và doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài. Làm phát ngôn viên chuyên nghiệp, làm MC hay chuyên viên tuyên truyền, tổ chức sự kiện cho một tổ chức, doanh nghiệp.

- Làm phóng viên, biên tập viên tại các cơ quan báo, tạp chí, hãng thông tấn, đài phát thanh, đài truyền hình.

- Làm cán bộ giảng dạy, cán bộ nghiên cứu tại các cơ sở đào tạo, nghiên cứu về PR và truyền thông, làm cán bộ chức năng trong công ty, doanh nghiệp; hoặc các cơ quan, đơn vị tổ chức chính trị - xã hội.

#### **5. Khả năng nâng cao trình độ**

- Sinh viên sau khi tốt nghiệp đại học chính quy tại Đại học Văn Lang có thể học lên thạc sĩ, tiến sĩ chuyên ngành PR tại các cơ sở đào tạo PR trong cả nước. Khối lượng kiến thức và năng lực người học sau khi tốt nghiệp trình độ thạc sĩ, tiến sĩ tuân thủ theo Quy định của Bộ Giáo dục – Đào tạo.

- Về chuyên ngành báo chí - truyền thông, trong tương lai gần, Trường có kế hoạch hợp tác, liên kết tạo sự liên thông với các cơ sở đào tạo và nghiên cứu trong nước và quốc tế để nâng cao trình độ trong những năm tới.