

## CH NG TRÌNH ÀO T O

(Ban hành kèm theo Quy t nh s 99/2019/Q - HHV ngày 09 tháng 04 n m 2019  
c a Hi u tr ng Tr ng i h c Hùng V ng TP. H Chí Minh)

**Tên ch ng trình :** Truy n thông a ph ng ti n

**Trình ào t o :** i h c

**Ngành ào t o :** Truy n thông a ph ng ti n

**Mã s :** 7320104

**Hình th c ào t o :** Chính quy

### 1. M C TIÊU

#### 1.1. M c tiêu chung

Ch ng trình ào t o c nhân truy n thông a ph ng ti n nh m ào t o ngu n nhân l c có ph m ch t o c ngh nghi p, yêu ngh và trách nhi m v i xã h i, n m v ng và th c hi n úng ng l i chính sách c a ng và Nhà n c. c trang b ki n th c c b n v khoa h c xã h i nhân v n, chuyên ngành ng d ng vào các l nh v c trong cu c s ng, qu n tr website, t ch c th c hi n các ch ng trình, các d án phát tri n truy n thông a ph ng ti n các c quan, t ch c và doanh nghi p. Kh n ng làm vi c c l p, t h c, t nghi n c u áp ng yêu c u th c ti n.

#### 1.2. M c tiêu c th

##### 1.2.1. Ki n th c

- Có ki n th c c b n v khoa h c xã h i và nhân v n; khoa h c t nhiên; anh v n giao ti p c b n, tin h c ng d ng trong v n phòng.

- Có ki n th c c b n v lý lu n và th c ti n phù h p v i chuyên ngành, kh n ng sáng t o và t ch c s n xu t s n ph m truy n thông a ph ng ti n; hi u và ng d ng lý thuy t nh qu n tr truy n thông;

- Có ki n th c chuyên sâu v quy trình và ph ng pháp sáng t o, t ch c s n xu t các s n ph m truy n thông a ph ng ti n.

##### 1.2.2. K n ng

###### \* K n ng ngh nghi p

- K n ng nh n di n, sáng t o và th c hành n i dung truy n thông a ph ng ti n.

- K n ng t ch c, i u hành ho t ng s n xu t s n ph m truy n thông a ph ng ti n và các k thu t truy n thông s trong các doanh nghi p truy n thông.

### \* Các kỹ năng khác có liên quan

- Kỹ năng giao tiếp, thuyết trình, thảo luận, làm việc nhóm; sử dụng ngoại ngữ, tin học trong công việc chuyên môn;
- Kỹ năng tổng hợp, phân tích, xử lý tình huống, quản lý và lãnh đạo trong hoạt động truyền thông.

### 1.2.3. Phẩm chất đạo đức, thái độ nghề nghiệp

- Có phẩm chất chính trị vững vàng, tác phong tốt; thực hiện và chấp hành tốt nhiệm vụ, chính sách của Đảng và pháp luật của Nhà nước;
- Có ý thức kỷ luật, thái độ trung thực và đạo đức nghề nghiệp đúng đắn; có tâm huyết, cần cù, tài;
- Làm việc độc lập và nhóm trong điều kiện làm việc thay đổi, chịu trách nhiệm cá nhân và vì nhóm; thích nghi với các môi trường làm việc khác nhau.

### \* Vị trí làm việc sau khi tốt nghiệp

- Vị trí chuyên môn trong sản xuất và kinh doanh sản phẩm truyền thông đa phương tiện (giám đốc sản xuất, biên tập viên, diễn viên, sản xuất và kinh doanh bản quyền sản phẩm truyền thông đa phương tiện, giám đốc Marketing tại các công ty kinh doanh sản phẩm truyền thông số ...).
- Vị trí chuyên viên quảng cáo, marketing, quan hệ công chúng quản trị thương hiệu, quản trị truyền thông trong ngành hàng; quản trị Content marketing, quản trị website của các cơ quan và doanh nghiệp; quản lý chiến lược, quản lý và phát triển chiến lược truyền thông đa phương tiện...

- Nhà tài trợ, nhà sản xuất sản phẩm và quản lý hoạt động truyền thông;
- Chuyên gia nghiệp vụ chuyên sản xuất, kinh doanh sản phẩm truyền thông.

### 1.2.4. Kỹ năng cốt lõi, nâng cao trình độ sau khi tốt nghiệp

- Tiếp tục học tập nâng cao và hoàn thiện kiến thức cơ bản, kiến thức chuyên sâu trình độ cao học báo chí và thông tin.
- Nghiên cứu sau tốt nghiệp có thể là nguồn tài liệu nghiên cứu, giảng dạy và làm việc trong truyền thông đa phương tiện tại các cơ quan nghiên cứu và cơ sở đào tạo.

## 2. CHUẨN ĐẦU RA (Learning Outcomes)

### 2.1. Kiến thức

#### 2.1.1. Kiến thức giáo dục đại học

- Hiểu biết về các nguyên lý cơ bản của chủ nghĩa Mác-Lênin, nguyên lý cách mạng xã hội Việt Nam, tư tưởng Hồ Chí Minh;
- Hiểu và áp dụng các kiến thức về an ninh, quốc phòng và thực tiễn biện pháp rèn luyện sức khỏe đáp ứng yêu cầu xây dựng, củng cố nền quốc phòng toàn dân;
- Yêu cầu trình độ ngoại ngữ theo Khung năng lực ngoại ngữ Việt Nam;

- Có khả năng sử dụng máy tính và các phần mềm thông dụng áp dụng các yêu cầu về giao tiếp internet và ứng dụng tin, số nhận thức văn bản hành chính và học thuật.

### **2.1.2. Kỹ năng thực hành**

- Có kiến thức về mô hình và lý thuyết truyền thông, các loại hình truyền thông, phân tích các lý thuyết, mô hình và loại hình truyền thông ứng dụng;

- Nhận biết và hiểu các vấn đề lý luận và thực tiễn của quản trị truyền thông; nhìn nhận và giải quyết vấn đề thực tiễn về quản trị truyền thông;

- Có kiến thức trong các hoạt động truyền thông nội bộ, ngoại bộ, xã hội...; vận dụng các loại hình quảng cáo, kế hoạch sử dụng các phần tử truyền thông;

- Có kiến thức về mô hình và quy trình phát hành báo in và phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến chất lượng phát hành báo in.

### **2.1.3. Kỹ năng thực hành**

- Hiểu những kiến thức và kỹ năng cơ bản về thông tin ngoại bộ, truyền thông quốc tế và vai trò trong hệ thống thông tin;

- Vận dụng quy trình và phương pháp thị trường, tổ chức sản xuất và ứng dụng sản phẩm truyền thông ứng dụng tin như nhiếp ảnh, Phim ngắn, Megastory, Video, 2D, 3D và Animation...;

- Nhận thức các hoạt động truyền thông trong các lĩnh vực và phương pháp nghiên cứu ứng dụng trong phát triển sản phẩm truyền thông ứng dụng tin.

### **2.1.4. Kỹ năng thực hành**

- Có kiến thức thực hành liên quan việc xây dựng và phát triển thế hệ mới, bản quyền và sở hữu trí tuệ;

- Hiểu các công tác quản trị truyền thông trong kinh doanh và xử lý các tình huống khẩn cấp.

## **2.2. Kiến thức chuyên ngành**

### **\* Kiến thức**

- Kiến thức phân tích và áp dụng kiến thức vào hành hoạt động sản xuất sản phẩm truyền thông ứng dụng tin trong doanh nghiệp và các cơ quan, tổ chức...;

- Biết xây dựng, thực hiện tổ chức sản xuất sản phẩm truyền thông như nhiếp ảnh, Phim ngắn, Video âm nhạc, Megastory, hình ảnh 2D, 3D, Animations...;

- Nhận diện, phân tích và đánh giá tiêu chuẩn sản phẩm, các dòng sản phẩm thông qua hoạt động truyền thông;

- Có khả năng tổ chức, tổ chức nghiên cứu thích ứng với yêu cầu nghề nghiệp; có kiến thức chuyên ngành, phân tích, xử lý tình huống, quản lý trong hoạt động truyền thông.

### **\* Chuyên ngành**

+ Chuyên viên, nhân viên chuyên môn trong các doanh nghiệp, cơ quan sản xuất và kinh doanh sản phẩm truyền thông đa phương tiện; quản lý báo chí truyền thông bằng phương tiện tin tức và Website;

+ Nhà hoạt động xã hội sản xuất và quản lý hoạt động truyền thông đa phương tiện;

+ Các doanh nghiệp chuyên sản xuất, kinh doanh sản phẩm truyền thông đa phương tiện;

+ Cán bộ nghiên cứu, giảng dạy liên quan đến truyền thông đa phương tiện.

### 2.3. Năng lực chính và trách nhiệm

- Có phẩm chất chính trị, đạo đức nghề nghiệp; tuân thủ pháp luật; có lòng yêu nghề, tinh thần trách nhiệm công việc;

- Có ý thức học tập và rèn luyện nâng cao trình độ trong quá trình hình thành và phát triển đáp ứng yêu cầu công việc;

- Làm việc có lập, nhóm trong điều kiện làm việc thay đổi, chịu trách nhiệm cá nhân, với nhóm trong vị trí nhân viên, giám sát quy trình các vấn đề liên quan.

### 2.4. Phẩm chất cá nhân

- Phẩm chất đạo đức cá nhân: trung thực, kiên trì, tinh thần học tập, sáng tạo, lịch sự, gọn gàng, có lập trường, tận tâm;

- Phẩm chất đạo đức nghề nghiệp: nghiêm túc, nhiệt tình, chịu áp lực công việc, thích nghi với môi trường làm việc đa dạng, giao tiếp tốt, sẵn sàng vì công việc;

- Phẩm chất đạo đức xã hội: có trách nhiệm với xã hội và cộng đồng, vì công dân, tôn trọng pháp luật, thực hành kỷ luật lao động tích cực.

## 3. KHÍ LƯỢNG KIẾN THỨC TOÀN KHÓA HỌC: 125 tín chỉ

### 4. NỘI DUNG TUYỂN SINH

Học sinh có bằng tốt nghiệp THPT hay tương đương và thực hiện theo Quy chế tuyển sinh của Bộ Giáo dục và Đào tạo hiện hành.

### 5. QUY TRÌNH ĐÀO TẠO, KIỂM TRA VÀ ĐÁNH GIÁ

Đào tạo và công nhận điều kiện tốt nghiệp theo Quy chế đào tạo, kiểm tra và công nhận tốt nghiệp Cao đẳng - Đại học chính quy ban hành theo văn bản hướng dẫn số 17/VBHN-BGDĐT ngày 15 tháng 5 năm 2014 của Bộ trưởng Bộ Giáo dục và Đào tạo và các quy định hiện hành.

**6. THANG ĐIỂM:** Tính theo thang điểm 10 (tổng ÷ 10).

### 7. KHUNG CHƯƠNG TRÌNH

#### 7.1. Khung chương trình

STT	Mã học phần	Nội dung	Tín chỉ		
			Tổng	LT	TH
7.1		KIẾN THỨC GIÁO DỤC CƠ BẢN	<u>41</u>	<u>41</u>	<u>0</u>

STT	Mã học phần	Hệ phân	Tín chỉ		
			Tổng	LT	TH
<b>7.1.1</b>		<b>Lý luận Mác - Lênin và tư tưởng Hồ Chí Minh</b>	<b>10</b>	<b>10</b>	<b>0</b>
1.		Những nguyên lý cơ bản của chủ nghĩa Mác-Lênin	5	5	0
2.		Tư tưởng Hồ Chí Minh	2	2	0
3.		Nguyên lý cách mạng của Đảng Cộng Sản Việt Nam	3	3	0
<b>7.1.2</b>		<b>Khoa học xã hội - Nhân văn</b>	<b>13</b>	<b>13</b>	<b>0</b>
7.1.2.1		PHẦN B TBU C	9	9	0
4.		Pháp luật quốc gia	2	2	0
5.		Cơ sở văn hóa Việt Nam	2	2	
6.		Logic học	2	2	
7.		Quan hệ quốc tế	3	3	
7.1.2.2		PHẦN T CH N (Chọn 2 trong số các HP sau)	4	4	0
8.		Xã hội học quốc gia	2	2	
9.		Tâm lý học quốc gia	2	2	
10.		Kinh tế học quốc gia	2	2	
<b>7.1.3</b>		<b>Ngoại ngữ</b>	<b>14</b>	<b>14</b>	<b>0</b>
11.		Tiếng Anh 1	10	10	0
12.		Tiếng Anh 2	4	4	0
<b>7.1.4</b>		<b>Toán học - Tin học - Khoa học tự nhiên - Công nghệ - Môi trường</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>0</b>
13.		Toán cao cấp	2	2	
14.		Tin học ứng dụng cơ bản	2	2	0
<b>7.1.5</b>		<b>Giáo dục thể chất</b>	<b>3</b>		
15.		Giáo dục thể chất 1	2	0	
16.		Giáo dục thể chất 2	1	0	
<b>7.1.6</b>		<b>Giáo dục quốc phòng</b>	<b>8</b>		
<b>7.2</b>		<b>KIẾN THỨC GIÁO DỤC CHUYÊN NGHIỆP P</b>	<b>74</b>	<b>69</b>	<b>5</b>
<b>7.2.1</b>		<b>Kiến thức cơ sở ngành</b>	<b>27</b>	<b>27</b>	<b>0</b>
17.		Lý thuyết truyền thông	3	3	
18.		Pháp luật và đạo đức báo chí - truyền thông	3	3	
19.		Quản trị truyền thông	3	3	
20.		Quảng cáo và quan hệ công chúng	3	3	
21.		Công chúng truyền thông	3	3	
22.		Cơ sở lý luận và ngôn ngữ báo chí - truyền thông	3	3	
23.		Xã hội học truyền thông đại chúng	3	3	
24.		Sản xuất và phân phối báo chí	3	3	

STT	Mã h c ph n	H c ph n	Tín ch		
			T ng	LT	TH
25.		Tâm lý h c báo chí - truy n thông	3	3	
<b>7.2.2</b>		<b>Ki n th c ngành (&gt;=30 TC)</b>	<b>38</b>	<b>38</b>	
		PH N B T BU C	<b>28</b>	<b>23</b>	<b>5</b>
26.		ng d ng công c web và h a trong truy n thông a ph ng ti n	5	3	2
27.		M thu t	3	3	
28.		H th ng thông tin i ngo i và truy n thông qu c t	2	2	
29.		S n xu t ch ng trình d ng Audio	3	3	
30.		Biên t p s n ph m a ph ng ti n	3	3	
31.		S n xu t ch ng trình d ng Video	3	3	
32.		K thu t làm báo tr c tuy n	3	3	
33.		T ch c và an toàn thông tin	3	3	
34.		Th c t p chuyên ngành	3	0	3
		PH N T CH N ( <i>Ch n 5 trong s các HP sau</i> )	<b>10</b>	<b>10</b>	
35.		Truy n thông và m ng xã h i	2	2	
36.		Truy n thông ti p th tích h p	2	2	
37.		Truy n thông chính sách	2	2	
38.		Truy n thông doanh nghi p	2	2	
39.		Truy n thông giáo d c, khoa h c và công ngh	2	2	
40.		Truy n thông v n hóa, ngh thu t	2	2	
41.		Qu n tr - kinh doanh s n ph m truy n thông s	2	2	
42.		Nghiên c u th tr ng truy n thông	2	2	
43.		Phim ng n	2	2	
44.		K x o và hi u ng	2	2	
45.		D n ch ng trình	2	2	
46.		Nhi p nh	2	2	
<b>7.2.3</b>		<b>Ki n th c b tr</b>	<b>9</b>	<b>9</b>	
47.		Xây d ng và phát tri n th ng hi u	3	3	
48.		B n quy n và s h u trí tu	3	3	
49.		Qu n tr truy n thông trong kh ng ho ng	3	3	
<b>7.2.4</b>		<b>Th c t p t nghi p và khóa lu n t t nghi p</b>	<b>10</b>	<b>0</b>	<b>10</b>
7.2.4.1		Th c t p t nghi p	<u>5</u>	0	5
7.2.4.2		Khóa lu n t t nghi p ( <i>Sinh viên không làm khóa lu n thì ph i h c m t s h c ph n chuyên môn</i> )	<u>5</u>	0	5
		<b>T ng toàn khóa (Tín ch )</b>	<b>125</b>	<b>125</b>	