

Tp. Hồ Chí Minh, ngày tháng năm 2015

## ĐỀ CƯƠNG CHI TIẾT HỌC PHẦN

### 1. THÔNG TIN CHUNG VỀ HỌC PHẦN

#### 1.1. Tên học phần: Quan hệ công chúng

Tên tiếng Anh: Public Relations (Viết tắt: PR)

- Mã học phần:
- Số tín chỉ: 03 (lên lớp)
- Áp dụng cho ngành: Marketing
- Chuyên ngành: Quản trị thương hiệu; Truyền thông marketing
- Cấp đào tạo: Đại học
- Hình thức đào tạo: chính quy – học chế tín chỉ.

#### 1.2. Khoa/Bộ môn phụ trách học phần:

#### 1.3. Mô tả học phần:

- Vai trò, Vị trí học phần, các kiến thức trang bị cho sinh viên (SV):
  - Mang lại cho sinh viên những kiến thức học thuật cơ bản của lĩnh vực quan hệ công chúng (PR). Giúp sinh viên hiểu rõ PR sẽ được đặt ở vị trí nào trong mối quan hệ liên quan với các lĩnh vực kinh doanh, marketing và nghề nghiệp khác.
  - Giúp sinh viên hiểu rõ tầm quan trọng của truyền thông trong hoạt động PR, có khả năng nghiên cứu “đur luận xã hội”, vận dụng những kỹ năng cơ bản và các hoạt động PR thực tiễn nhằm thông đạt đến các nhóm công chúng liên quan.
  - Trang bị cho sinh viên – người học những kiến thức và kỹ năng nhằm giúp họ có khả năng phân tích – hoạch định (chiến lược và chiến thuật) PR cho một tổ chức hoặc doanh nghiệp, khả năng tổ chức thực hiện và kiểm tra quá trình thực hiện kế hoạch chiến lược PR.
  - Nâng cao kỹ năng thực hành PR cho sinh viên – người học:
    - Xây dựng được một bản kế hoạch chiến dịch PR của tổ chức hoặc doanh nghiệp (định hướng: kế hoạch PR cho một sản phẩm/nhãn hàng/thương hiệu cụ thể);
    - Tổ chức thực hiện, kiểm soát và đánh giá – đo lường được hiệu quả (hiệu suất) “quá trình thực thi kế hoạch PR”;
    - Ứng dụng chức năng đặc biệt của PR nhằm quản lý – xử lý sự cố và khủng hoảng của tổ chức hoặc doanh nghiệp.
- Yêu cầu của học phần: Bắt buộc
- Các học phần tiên quyết: nghiên cứu marketing, hành vi người tiêu dùng, quản trị marketing, Truyền thông marketing (IMC); Kỹ năng viết; Sáng tạo thông điệp; ...
- Các học phần học trước: kiến thức ngành marketing

- Các học phần học song hành: đo lường trong marketing
- Các yêu cầu khác đối với học phần (nếu có):
- Phân bổ giờ tín chỉ đối với hoạt động: **45** tiết
  - Nghe giảng lý thuyết: 27 tiết
  - Làm bài tập (trên lớp): 5 tiết
  - Thảo luận (trên lớp): 13 tiết (bao gồm: báo cáo/trình bày đề tài theo nhóm)
  - Thực hành, thực tập: Ngoài giờ (*thực tế ở hiện trường: qua bài tập cá nhân/nhóm*)
  - Hoạt động theo nhóm: Ngoài giờ (khoảng 45 tiết)
  - Tự học, tự nghiên cứu: Ngoài giờ (khoảng 45 tiết)

## 2. MỤC TIÊU CỦA HỌC PHẦN

### 2.1. Mục tiêu đào tạo chung của học phần

#### - Kiến thức:

- Nhận thức được vai trò của công tác quan hệ công chúng (PR) và trách nhiệm của người phụ trách thông tin marketing/PR tại các tổ chức trong giai đoạn hiện nay.
- Giải thích và phân tích được quy trình hoạch định – xây dựng kế hoạch PR;
- Đánh giá được thực trạng cũng như hiệu quả công tác truyền thông marketing/PR của tổ chức cụ thể, và liên hệ (so sánh/đối chiếu) với thực tế công tác truyền thông marketing/PR của các tổ chức hoặc doanh nghiệp trên thị trường.
- Hiểu rõ và phân biệt được nội dung: mục đích và mục tiêu PR; chiến lược và chiến thuật PR; mối quan hệ giữa thông điệp – kênh – phương tiện truyền thông; ...

#### - Kỹ năng:

- Khả năng nghiên cứu, phân tích, tổng hợp và đánh giá các dữ liệu nội bộ, thị trường phục vụ cho việc ra quyết định liên quan đến công tác quản trị PR.
- Có kỹ năng hoạch định – xây dựng kế hoạch chiến dịch PR cho sản phẩm – thương hiệu một cách thuận thực (yêu cầu: phối hợp các kiến thức của các môn học khác).
- Có khả năng giải quyết những bài tập tình huống liên quan đến công tác hoạch định như: xác định mục đích và mục tiêu PR; thâm nhập và phát triển “trí phần, tâm phần, thị phần”; xác định và phân bổ ngân sách – chí phí PR; quản lý – xử lý sự cố và khủng hoảng của tổ chức hoặc doanh nghiệp; tổ chức thực hiện và đánh giá công tác truyền thông PR dựa trên các nguồn lực hiện có; ...

#### - Thái độ:

- Ý thức được tầm quan trọng của thái độ ứng xử trong giao tiếp cá nhân (trao đổi, tranh luận, góp ý, phê bình, phản biện, ...) của bản thân sinh viên;
- Tinh thần thái độ hợp tác, giúp đỡ lẫn nhau thông qua bài tập nhóm;

- Tinh thần tích cực chủ động trong học tập (thể hiện trách nhiệm hoàn thành tốt nhiệm vụ trong việc thực hiện bài tập cá nhân, thảo luận và đề tài nhóm):
  - Đọc tài liệu, giáo trình,... ứng dụng lý thuyết môn học phục vụ thực hiện đề tài;
  - Tìm kiếm, thu thập thông tin thực tế phục vụ cho đề tài nghiên cứu;
- Phát triển kỹ năng tư duy phân tích, tổng hợp, đánh giá, là tiền đề cho khả năng – năng lực khám phá tìm tòi, sáng tạo có mục đích và mục tiêu cụ thể, rõ ràng;

## 2.2. Mục tiêu đào tạo cụ thể về kiến thức của học phần

### Chương 1: Khái quát PR và nghề PR

- Nhận biết và hiểu được đặc điểm, vai trò và chức năng của PR;
- Hiểu được định nghĩa PR; Phân biệt được PR với một số hình thức truyền thông liên quan như quảng cáo, quảng bá, tuyên truyền, branding, marketing.
- Phân tích được quá trình PR của một doanh nghiệp;
- Hiểu rõ đạo đức và trách nhiệm xã hội trong PR;
- Nhận biết được tố chất, kiến thức và kỹ năng cần có của nghề PR.

### Chương 2: Cơ sở lý thuyết về PR và nghiên cứu PR

- Nhận diện được các lý thuyết cơ bản: xã hội học, tâm lý học, lý thuyết về tổ chức.
- Hiểu được lý thuyết truyền thông và nghệ thuật thuyết phục;
- Hiểu rõ các mô hình truyền thông và cách tiếp cận thông tin đại chúng;
- Nắm được trình tự và nội dung tiến hành hoạt động nghiên cứu công chúng, công luận.

### Chương 3: Quản lý PR

- Nhận thức được “quản lý PR chiến lược”;
- Thiết lập được một kế hoạch chiến lược PR của doanh nghiệp.
- Nhận biết được các môi nguy hiểm tiềm tàng và lên kế hoạch phòng tránh cũng như giải quyết những sự cố bất ngờ.
- Nhận diện, ngăn chặn và giải quyết khủng hoảng truyền thông.

### Chương 4: Hoạt động PR thực tiễn

- Hiểu được vai trò, nhiệm vụ và nguyên tắc của PR trong quan hệ với 5 nhóm công chúng điển hình.
- Vận dụng linh hoạt và hiệu quả các hoạt động – thủ thuật PR cho từng nhóm công chúng.

### Chương 5: Kỹ năng PR

- Nắm được bản chất của tài trợ và đánh giá được hiệu quả của một chương trình tài trợ.
- Lập được “khung kế hoạch tổ chức một sự kiện” theo yêu cầu của doanh nghiệp.
- Hiểu và áp dụng được một số kỹ năng tác nghiệp PR cơ bản khác: viết và trình bày.

### 3. NỘI DUNG HỌC PHẦN

Thời gian	Nội dung	Hình thức tổ chức dạy – học					Tài liệu tham khảo	Ghi chú
		Số tiết			Thực hành	Tự nghiên cứu		
		Lý thuyết	Bài tập	Thảo luận				
Tuần 01	<b>Chương 1: Khái quát PR và nghề PR</b> 1.1 Giới thiệu về môn học PR. 1.2 Lịch sử hình thành và phát triển. 1.3 Định nghĩa và phân biệt PR với một số hình thức truyền thông liên quan 1.4 Đặc điểm, vai trò và chức năng của PR.	4		1	5	5	✓ Sưu tầm sách, tài liệu tham khảo theo yêu cầu tối thiểu của học phần ✓ Đọc (1): chương 1 ✓ Đọc (2): chương 1 (15 – 74) ✓ Đọc (3): chương 1 (9-28); ✓ Đọc (4): chương 1 (5 – 30);	Đọc thêm (11) và (12):
Tuần 02	<b>Chương 1: Khái quát PR và nghề PR (tiếp)</b> 1.5 Các qui trình PR điển hình 1.6 Tổ chức thực hiện PR: phòng PR nội bộ hay thuê dịch vụ PR bên ngoài. 1.7 Đạo đức nghề nghiệp PR. 1.8 Kiến thức và tính cách cần có của người làm PR.	3	1	1	5	5	✓ Đọc (3): chương 5 (147 – 169); ✓ Đọc (4): chương 11 (419 – 439); ✓ Đọc thêm (2): ch.3 (129 – 198); ✓ Đọc thêm (23): (184 – 217);	Đọc thêm (6): Part I & II
Tuần 03	<b>Chương 2: Cơ sở lý thuyết về PR và nghiên cứu PR</b> 2.1 Cơ sở xã hội học, tâm lý học và lý thuyết về tổ chức; 2.2 Cơ sở lý thuyết truyền thông và nghệ thuật thuyết phục; 2.3 Tiếp cận thông tin đại chúng; 2.4 Nghiên cứu trong PR.	3		2	5	5	✓ Đọc (1): chương 2 ✓ Đọc (4): chương 2 (31 – 68) và ch.3 (69 – 112); ✓ Đọc thêm (7): ch.4 (63 – 88) và ch.5 (89 – 114) ✓ Đọc thêm (8): ch.4 (53 – 74) và ch.5 (77 – 96);	Đọc thêm (15) và (16)
Tuần 04	<b>Chương 3: Quản lý PR</b> 3.1 Quản lý PR chiến lược. 3.2 Lập kế hoạch chiến lược PR.	3	1	1	5	5	✓ Đọc (1): chương 3 ✓ Đọc (2): chương 2 (75 – 128);	Đọc thêm (9), (19) và

							✓ Đọc (5): từ ch.4 đến ch.9 (73-264);	(20)
Tuần 05	<b>Chương 3: Quản lý PR</b> 3.2 Lập kế hoạch chiến lược PR. 3.3 Quản lý vấn đề và rủi ro. 3.4 Quản lý khủng hoảng (truyền thông).	3	1	1	5	5	✓ Đọc (5): từ ch.4 đến ch.9 (73-264); ✓ Đọc (4): chương 9 (333 – 388) và chương 10 (389 – 418);	Đọc thêm (24) và (25)
Tuần 06	<b>Chương 4: Hoạt động PR thực tiễn</b> 4.1 PR với báo chí. 4.2 PR nội bộ. 4.3 PR với giới đầu tư. 4.4 PR với cộng đồng xã hội (địa phương/đa văn hoá). 4.5 PR với khách hàng.	4		1	5	5	✓ Đọc (1): chương 4 ✓ Đọc (2): chương 4 (199 – 238); ✓ Đọc (3): chương 3 (73 – 116); ✓ Đọc thêm (6): Phần III (211-395)	Đọc thêm (14), (21), và (22)
Tuần 07	<b>Chương 5: Kỹ năng PR</b> 5.1 Tài trợ (Các dạng tài trợ; Lợi ích và lý do tài trợ; Các lĩnh vực tài trợ, đánh giá một chương trình tài trợ) 5.2 Qui trình tổ chức một sự kiện (special events).	3	1	1	5	5	✓ Đọc (1): chương 5 ✓ Đọc (4): chương 7 (237 – 286) ✓ Đọc thêm (10): ch.22 (403 – 422) và ch.23 (423 – 439)	
Tuần 08	<b>Chương 5: Kỹ năng PR</b> 5.3 Căn bản về viết và các hình thức viết trong PR. 5.4 Qui trình và kỹ năng viết một tài liệu PR 5.5 Kỹ năng trình bày – thuyết trình và trả lời phỏng vấn	3	1	1	5	5	✓ Đọc (1): chương 5 ✓ Đọc (2): chương 5 (239 – 318); ✓ Đọc thêm (6): ch.17 (396 – 419) và ch.18 (420 – 439)	
Tuần 09	Báo cáo bài tập nhóm và thảo luận; Ôn tập – Tổng kết	1		4	5	5	✓ Đọc lại tài liệu và thuyết trình bài hoàn chỉnh, thảo luận trên lớp.	
<b>Cộng</b>	<b>45T</b>	<b>27T</b>	<b>5T</b>	<b>13 T</b>	45T	45T		

### Ghi chú:

- Kết hợp các phương pháp: thuyết giảng, nêu vấn đề, mind map (sơ đồ tư duy), truy vấn, thảo luận nhóm. Có sự tương tác giữa giảng viên với sinh viên và giữa các sinh viên với nhau. Sinh viên sẽ làm việc độc lập và làm việc theo nhóm để giải quyết vấn đề và hoàn thành các bài tập được giao.
- Một điểm quan trọng của môn học này là nghiên cứu tình huống và tóm tắt nội dung (lý luận liên quan). Các tình huống và chủ đề nội dung lý luận sẽ được chỉ định trước cho từng nhóm và sẽ được nhóm chuẩn bị và trình bày trước lớp để kích thích thảo luận chuyên sâu trên lớp.

#### 4. TÀI LIỆU THAM KHẢO

- ❖ Bài giảng (1) do giảng viên phụ trách học phần tự biên soạn (Microsoft power point hoặc word) – sử dụng nội bộ dựa trên nghiên cứu và các công việc thực tế - trải nghiệm, có tham khảo và hệ thống lại bài giảng theo sách trong nước và nước ngoài.
- ❖ Sách tham khảo thêm (SV tự tìm đọc hoặc Gv sẽ cung cấp):
  - (2) Đinh Thị Thúy Hằng (chủ biên), *PR – Lý luận & ứng dụng*, NXB Lao động – Xã hội 2008.
  - (3) Đinh Thị Thúy Hằng (chủ biên), *PR – Kiến thức cơ bản và đạo đức nghề nghiệp*, NXB Lao động – Xã hội 2007.
  - (4) Lưu Văn Nghiêm, *Quản trị quan hệ công chúng* (sách chuyên khảo), NXB ĐH Kinh tế quốc dân 05/2009;
  - (5) Anne Gregory, *Sáng tạo chiến dịch PR hiệu quả* (Planning and managing public relations campaigns), NXB Trẻ 2007.
  - (6) Fraser P.Seitel, *The Practice of PR*, Published by Prentice Hall 2004;
  - (7) Doug Newsom, J.V.Turk, D.Kruckeberg, *This is PR - The Realities of Public Relations*, Published by Thomson 2004.
  - (8) Erica Weintraub Austin & Bruce E.Pinkleton, *Strategic Public Relations Management – Planning and Managing Effective Communication Programs*, Routledge 2009 (2nd edition);
  - (9) Ronald D.Smith, *Strategic Planning for Public Relations*, Routledge 2009 (third edition);
  - (10) Anthony Davis, *Mastering Public Relations*, Palgrave Macmillan 2004;
- ❖ Sách và tài liệu tham khảo thêm: (đọc thêm và phục vụ cho bài tập, tiểu luận cá nhân)
  - (11) Đinh Thị Thúy Hằng (chủ biên), *Ngành PR tại Việt Nam*, NXB Lao động – Xã hội 2010;
  - (12) Philip Henslowe, *Những bí quyết thành công trong PR* (Public Relations – A practical guide to the basics), NXB Trẻ 2007
  - (13) Frank Jefkins, *Phá vỡ bí ẩn PR*, NXB Trẻ 2007;
  - (14) The Missouri Group, *Nhà báo hiện đại* (News Reporting and Writing), NXB Trẻ 2007;
  - (15) Lê Thanh Bình, *Truyền thông đại chúng và phát triển xã hội*, NXB Chính trị Quốc gia 2008;
  - (16) Lê Minh Toàn, *Quản lý nhà nước về thông tin và truyền thông*, NXB Chính trị Quốc gia 2009;
  - (17) Đinh Công Tiến, *Tiếp thị bằng quan hệ công chúng*, NXB Thống Kê 2008;
  - (18) David Merman Scott, *Qui luật mới của PR & Tiếp thị* (The New Rule of Marketing & PR), NXB Trẻ 2008;
  - (19) Chip Health & Dan Health, *Tạo ra thông điệp kết dính* (Made to stick), NXB Trẻ 2008;
  - (20) Trần Anh (biên dịch), *62 chiến dịch PR xuất sắc*, NXB Lao Động 2008;
  - (21) William Esses, *Để báo giới trích dẫn lời bạn*, NXB Lao động – Xã hội 2009;
  - (22) Steven M.Bragg, *Điều hành hiệu quả bộ phận quan hệ nhà đầu tư* (Running an effective Investor Relations Department), NXB Tổng hợp TPHCM 2011;

- (23) Hoàng Xuân Phương & Nguyễn Thị Ngọc Châu, *Phong cách PR chuyên nghiệp*, NXB Lao động – Xã hội 2012;
- (24) Robert R.Ulmer – Timothy L. Sellnow – Mathew W.Seeger, *Truyền thông hiệu quả trong khủng hoảng*, NXB Tri thức 2009;
- (25) Gary Mc Cusker, *Nguyên nhân & bài học từ những thất bại PR nổi tiếng thế giới*, First News – NXB Trẻ 2007.

## 5. PHƯƠNG PHÁP ĐÁNH GIÁ KẾT QUẢ HỌC TẬP HỌC PHẦN

### 5.1 Qui định chung:

Điểm đánh giá quá trình và điểm thi kết thúc học phần được chấm theo thang điểm 10 (từ 0 đến 10)

- **Điểm đánh giá quá trình:**                   **0 – 10**                   **Trọng số: 40%**
- **Điểm thi kết thúc học phần:**               **0 – 10**                   **Trọng số: 60%**

TT	Nhiệm vụ và các hoạt động đánh giá	Trọng số	Yêu cầu
1	Chuyên cần	5%	SV có mặt trong các buổi học (GV điểm danh qua bài kiểm tra ngắn, bài tập, gọi tên phát biểu,... vào bất kỳ thời điểm nào)
2	Thực hành – kiểm tra	5%	Cá nhân; SV làm các bài tập nhỏ, tình huống cụ thể, ... tại lớp
3	Bài tập về nhà	5%	Cá nhân; SV thực hiện các bài tập, tiểu luận tại nhà (2 – 3 bài)
4	Bài tập thảo luận tình huống trên lớp	5%	Theo nhóm (5 – 7 SV/nhóm), thảo luận và trình bày trên lớp, viết giấy nộp cho GV
5	Bài tập nhóm (01 bài tập lớn gồm nhiều phần)	10%	Phân nhóm (5 – 7 SV/nhóm), chọn chủ đề, thu thập số liệu, nghiên cứu thị trường, viết bài và thuyết trình trên lớp (thời gian trình bày và trả lời không quá 30 phút)
6	Thi giữa kỳ	10%	Cá nhân; Thi viết tự luận, thời gian: 30 – 45 phút
7	Thi cuối kỳ	60%	Cá nhân; Thi viết tự luận, thời gian: 60 – 75 phút
8	Điểm thưởng	5%	SV tích cực phát biểu trên lớp và có ý tưởng hay – sáng tạo (2 – 3 lần trở lên trong tất cả các buổi học)
	Điểm tổng	100%	Tối đa là 10 điểm (bao gồm điểm thưởng)

### Yêu cầu cơ bản đối với sinh viên:

- Sinh viên phải dự học – nghe giảng trên lớp, đúng giờ, đủ giờ.
- Tham gia đầy đủ bài tập, thảo luận và báo cáo thuyết trình trên lớp (Tình huống thảo luận: thảo luận về các vấn đề do giảng viên và sinh viên khác đặt ra, thực hiện tại nhà và trên lớp);
- Tự học, tự nghiên cứu: tích cực đọc thêm các tài liệu tham khảo.
- Không sử dụng điện thoại di động trong lớp; SV chỉ được sử dụng máy tính trong lớp học cho thuyết trình, thảo luận và các bài tập nhóm hoặc được giảng viên cho phép; SV

không nói chuyện và làm việc riêng, không được ăn uống hay dùng kẹo cao su trong giờ học – trên lớp.

## 5.2 Các chỉ tiêu đánh giá kết quả học tập:

- a. **Chuyên cần:** Giảng viên sẽ cho các bài tập, kiểm tra ngắn, gọi tên phát biểu ngẫu nhiên, ... nhằm điểm danh trong các buổi học

Điểm	9 – 10	7 – <9	5 – <7	3 – <5	0 – <3
Tiêu chí					
Có mặt trên lớp	Trên 8 buổi	7 – 8 buổi	6 buổi	5 buổi	Dưới 4 buổi

### b. Thực hành kiểm tra và bài tập về nhà: thang điểm 10

- **Thực hành kiểm tra:** bài tập tự luận, trắc nghiệm cá nhân (2 – 3 bài; 15 – 20 phút/bài)
- **Bài tập về nhà:** bài tập tình huống, tiểu luận cá nhân (2 – 3 bài);

### c. Thuyết trình theo nhóm

Điểm	9 – 10	7 – <9	5 – <7	3 – <5	0 – <3
Tiêu chí					
Hình thức trình bày bài thuyết trình (15%)	- Font chữ, màu sắc sáng rõ; - Kết cấu nội dung trình bày logic; - Kết hợp chữ, hình ảnh minh họa và thông tin thể hiện qua bảng – biểu đồ hợp lý;	- Font chữ, màu sắc sáng rõ; - Kết cấu nội dung trình bày logic; - Kết hợp chữ, hình ảnh minh họa và thông tin thể hiện qua bảng – biểu đồ chưa hợp lý	- Font chữ, màu sắc sáng rõ; - Kết cấu nội dung trình bày chưa logic; - Kết hợp chữ, hình ảnh minh họa và thông tin thể hiện qua bảng – biểu đồ chưa nhiều;	- Font chữ, màu sắc không rõ; - Kết cấu nội dung trình bày chưa logic - Chưa có nhiều thông tin thông tin thể hiện qua bảng – biểu đồ;	Không đạt yêu cầu
Nội dung bài thuyết trình (35%)	-Nêu rõ mục tiêu, giới hạn đề tài -Có thông tin, số liệu minh họa cập nhật -Có nhận định riêng của nhóm - Đề xuất kế hoạch	-Nêu rõ mục tiêu, giới hạn đề tài -Có thông tin, số liệu minh họa nhưng chưa cập nhật -Có nhận định riêng của nhóm nhưng chưa rõ, chưa đúng trọng tâm	-Nêu rõ mục tiêu, giới hạn đề tài -Có thông tin, số liệu minh họa nhưng chưa cập nhật -Chưa có nhận định riêng của nhóm	-Chưa rõ mục tiêu, giới hạn đề tài -Có thông tin, số liệu minh họa nhưng chưa cập nhật -Không có nhận định riêng của nhóm	-Không đạt tất cả yêu cầu
Hỗ trợ kỹ thuật (15%)	- Power point, phim, ảnh, mô hình,nhạc.. - Phối hợp tốt và ấn tượng các công cụ hỗ trợ	- Power point, phim, ảnh, mô hình,nhạc.. - Phối hợp khá tốt các công cụ hỗ trợ	- Power point, phim, ảnh - Phối hợp chưa tốt các công cụ hỗ trợ	Chỉ trình chiếu Power point	Không có bất kỳ các thiết bị hỗ trợ nào



Kỹ năng thuyết trình (25%)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Trình bày rất thuyết phục (rõ ràng, rành mạch, đi vào trọng tâm)</li> <li>- Phân bố thời gian và nội dung thuyết trình hợp lý;</li> <li>- Có sự giao tiếp – tương tác với lớp tốt;</li> <li>- Lắng nghe và trả lời câu hỏi thấu đáo;</li> <li>- Phối hợp nhóm tốt;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Trình bày khá thuyết phục (rõ ràng, rành mạch)</li> <li>- Phân bố thời gian và nội dung thuyết trình hợp lý;</li> <li>- Có sự giao tiếp – tương tác với lớp khá tốt;</li> <li>- Lắng nghe và trả lời câu hỏi nhưng chưa thấu đáo;</li> <li>- Phối hợp nhóm khá tốt;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Trình bày thuyết phục (đi vào trọng tâm nhưng chưa rõ);</li> <li>- Phân bố thời gian và nội dung thuyết trình chưa hợp lý;</li> <li>- Có sự giao tiếp – tương tác với lớp;</li> <li>- Trả lời câu chưa hỏi thấu đáo;</li> <li>- Phối hợp nhóm chưa tốt;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Trình bày không rõ ràng, rành mạch, chưa đi vào trọng tâm;</li> <li>- Không phân bố thời gian và nội dung thuyết trình</li> <li>- Có sự giao tiếp – tương tác với lớp;</li> <li>- Không lắng nghe cẩn thận và trả lời câu hỏi sai và lấp liếm;</li> <li>- Phối hợp nhóm chưa tốt;</li> </ul>	Không đạt tất cả yêu cầu
Thời gian (10%)	Đúng thời gian	Quá thời gian gần 5 phút	Quá thời gian từ 5-10 phút	Quá thời gian gần 15 phút	Quá 15 phút

#### d. Thảo luận bài nhóm trên lớp

Điểm Tiêu chí	9 – 10	7 – <9	5 – <7	3 – <5	0 – <3
Phân vai (30%)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Có phân công nhiệm vụ cụ thể cho các thành viên trong nhóm;</li> <li>- Luân phiên đổi vai trong các buổi thảo luận nhóm;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Có phân công nhiệm vụ cụ thể cho các thành viên trong nhóm;</li> <li>- Có luân phiên đổi vai trong các buổi thảo luận nhóm nhưng không thường xuyên;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Có phân công nhiệm vụ cụ thể cho các thành viên trong nhóm;</li> <li>- Quá phụ thuộc vào một vài thành viên trong nhóm;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Phân công nhiệm vụ cho các thành viên trong nhóm chưa rõ ràng;</li> <li>- Vẫn còn SV trong nhóm không tham gia thảo luận;</li> </ul>	Không đạt được các yêu cầu;
Phối hợp thảo luận (20%)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Phân bố thời gian cho quá trình thảo luận rất hợp lý;</li> <li>- Các thành viên làm tốt vai trò được phân công;</li> <li>- Thảo luận, thống nhất vấn đề và nội dung thảo luận;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Phân bố thời gian cho quá trình thảo luận hợp lý;</li> <li>- Các thành viên làm tốt vai trò được phân công nhưng chưa ổn định;</li> <li>- Thảo luận, thống nhất vấn đề và nội dung thảo luận;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Phân bố thời gian cho quá trình thảo luận hợp lý;</li> <li>- Chỉ một số thành viên làm tốt vai trò được phân công;</li> <li>- Thảo luận chưa nhiều, thống nhất vấn đề và nội dung thảo luận;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Phân bố thời gian cho quá trình thảo luận chưa hợp lý;</li> <li>- Các thành viên chưa làm tốt vai trò được phân công;</li> <li>- Thảo luận chưa nhiều, chưa thống nhất vấn đề và nội dung thảo luận;</li> </ul>	Không đạt được các yêu cầu

Kết quả đạt được (50%)	- Trình bày rõ ràng, súc tích; - Phân tích được vấn đề; - Nhận định được vấn đề; - Trả lời và trình bày xuất sắc vấn đề theo yêu cầu của GV	- Trình bày rõ ràng - Phân tích được vấn đề; - Nhận định được vấn đề; - Trả lời và trình bày đủ vấn đề theo yêu cầu của GV;	- Trình bày chưa rõ ràng; - Phân tích được vấn đề; - Nhận định được vấn đề; - Trả lời và trình bày sơ sài vấn đề theo yêu cầu của GV;	- Trình bày chưa logic; - Phân tích được vấn đề; - Nhận định được vấn đề; - Chưa trả lời câu hỏi theo yêu cầu của GV;	Không đạt được các yêu cầu;
------------------------	--	--	--	--	-----------------------------

**e. Bài tập kiểm tra – thi giữa kỳ:** Bài tập cá nhân, thời gian: 30 – 45 phút

**f. Thi cuối kỳ: Thi tự luận:**

- Thời gian: 60 – 75 phút;
- Dạng câu hỏi: lý thuyết (30% – 40%) và bài tập tình huống (60 – 70%)

**Duyệt**

**Hiệu trưởng**  
(Ký tên)

**Trưởng khoa**  
(Ký tên)

**Trưởng bộ môn**  
(Ký tên)