

I. THÔNG TIN CHUNG

Module/môn: PRE101 Nhập môn Quan hệ công chúng	Kỳ áp dụng: SP2024	% điểm: 60%
Người điều phối của FPT Polytechnic: Anhltn20	Ngày ban hành:	
Bài assignment này đòi hỏi sinh viên phải dùng khoảng 48h làm để hoàn thành		
Chuẩn đầu ra môn học: CLO1. Xác định được các kiến thức cơ bản về các hoạt động truyền thông của doanh nghiệp, tầm quan trọng và các bước xây dựng mối quan hệ với giới truyền thông cho doanh nghiệp. CLO2. Vận dụng được các kiến thức cơ bản về marketing trong việc xây dựng các chiến dịch truyền thông và tổ chức sự kiện. CLO3: Xác định được những vấn đề về truyền thông và toàn cầu hóa, kiến thức thiết yếu trong việc quản lý khủng hoảng. CLO4: Thực hành đạo đức nghề nghiệp, Xây dựng lộ trình nghề nghiệp của mình. CLO5. Xây dựng được kỹ năng giao tiếp tốt bằng lời nói: qua điện thoại, giao tiếp trực tiếp. CLO6. Xây dựng được kỹ năng giao tiếp, diễn tả bằng văn bản viết qua email, báo cáo, bài báo. CLO7. Xác định được vai trò và trách nhiệm của người thiết kế các chiến dịch quảng cáo, truyền thông và tổ chức sự kiện. CLO8. Xác định được tính bền vững và nhu cầu phát triển bền vững của nghề Quan hệ công chúng		

II. HƯỚNG DẪN LÀM ASSIGNMENT

Chuẩn đầu ra của dự án	Kỹ năng: <ul style="list-style-type: none"> - Xác định các mảng việc chính của nghề PR (CLO1, CLO2, CLO3, CLO7, CLO8). - Xác định các kỹ năng cần thiết của người PR (CLO5, CLO6). - Xác định được lộ trình công danh nghề nghiệp, và xác định những kiến thức, kỹ năng và thái độ mà người PR cần trau dồi để đạt được mục tiêu nghề nghiệp (CLO4).
-------------------------------	--

Các công cụ cần có	Internet, máy tính
Tài nguyên	Giáo trình và tài nguyên môn học “Nhập môn quan hệ công chúng”
Nguồn tham khảo	<ul style="list-style-type: none"> - Một số sách liên quan như: Kỹ năng phỏng vấn báo chí, Kỹ năng viết cho người PR, Quan hệ báo chí, Tổ chức sự kiện, truyền thông nội bộ... - Tìm kiếm trên internet/các website của doanh nghiệp
Số trang yêu cầu	Tối thiểu 6 trang giấy A4

ĐẶT VẤN ĐỀ

Assignment yêu cầu sinh viên tiến hành lựa chọn một doanh nghiệp vừa và nhỏ, tìm hiểu về yêu cầu đối với chuyên viên PR của doanh nghiệp đó, đối chiếu với năng lực bản thân để xây dựng chương trình học tập và rèn luyện hướng đến mục tiêu trở thành chuyên viên PR của doanh nghiệp vừa và nhỏ sau khi ra trường.

Việc xây dựng lộ trình công danh cho sinh viên tại một doanh nghiệp cụ thể ở Việt Nam cần đáp ứng các yêu cầu cụ thể sau:

1. *Lựa chọn doanh nghiệp để tìm hiểu về doanh nghiệp và công việc của người PR*
2. *Phân tích năng lực của bản thân*
3. *Mô tả về tính chất, yêu cầu của các mảng việc chính trong nghề PR*
4. *Xây dựng lộ trình công danh và chương trình hành động để đạt được mục tiêu đề ra*

Các công việc yêu cầu cụ thể như sau:

N1- Lựa chọn doanh nghiệp để nghiên cứu

1. Tóm tắt nội dung ngắn gọn về doanh nghiệp

- Tên doanh nghiệp, lịch sử hình thành và phát triển.
- Sơ đồ tổ chức, vị trí của PR trong sơ đồ tổ chức đó.
- Lĩnh vực hoạt động và sản phẩm/ dịch vụ chủ yếu.

2. Tìm hiểu về công việc của người PR trong doanh nghiệp

- Chức năng nhiệm vụ của phòng PR (nếu có) và mô tả công việc của người PR.
- Yêu cầu về trình độ, năng lực, kỹ năng của người PR trong doanh nghiệp đó.
- Xác định cơ hội và thách thức người PR phải đối mặt trên thực tế.

N2- Phân tích năng lực của bản thân

- Đánh giá bản thân qua các công cụ trắc nghiệm tổ chất (Bài trên lớp 1).
- Trắc nghiệm tính cách theo MBTI (<http://www.isee.com.vn/TracNghiem/TinhDiemDetail?id=16>).
- Tự xác định những điểm mạnh, yếu của bản thân.

N3- Mô tả về tính chất, yêu cầu của các mảng việc trong nghề PR trên thực tế

- Mô tả yêu cầu của các mảng việc chính của nghề PR như Hoạch định chiến lược PR, PR đối nội, Quan hệ báo chí, Tổ chức sự kiện, Quản trị khủng hoảng, Quan hệ cộng đồng.
- Trình bày các kỹ năng cần thiết của nghề PR: Kỹ năng viết, Kỹ năng phỏng vấn và trả lời phỏng vấn báo chí, Kỹ năng xây dựng mối quan hệ.

N4- Xây dựng lộ trình công danh và chương trình hành động để đạt mục tiêu đề ra

- Đối chiếu năng lực cá nhân của sinh viên với yêu cầu của các mảng công việc chính trong nghề PR.
- Xác định những kiến thức, kỹ năng và thái độ sinh viên cần rèn luyện và trau dồi thêm.
- Xác định lộ trình công danh
- Đề xuất chương trình hành động cụ thể để đạt mục tiêu trở thành chuyên viên PR của DN đó sau khi ra trường.

III. ĐÁNH GIÁ THEO GIAI ĐOẠN

- Giai đoạn 1: Sinh viên nộp trên LMS sản phẩm (N1) và (N2) của assignment.
- Giai đoạn 2: Sinh viên nộp trên LMS sản phẩm (N3) và (N4) của assignment.

**BẢNG 1: ĐÁNH GIÁ NỘI DUNG SẢN PHẨM THEO TỪNG GIAI ĐOẠN
(Thang điểm 10)**

Sản phẩm	8<=Điểm <=10	5=<Điểm <8	Điểm <5
N1 (20%)	<ul style="list-style-type: none"> - Cung cấp đầy đủ, rõ ràng và chính xác các thông tin về doanh nghiệp, bản mô tả công việc và yêu cầu đối với người PR của doanh nghiệp. - Đến doanh nghiệp thực tế để phỏng vấn trực tiếp chuyên viên PR và cán bộ quản lý PR. Từ đó, đánh giá được đầy đủ những cơ hội và thách thức của công việc PR. 	<ul style="list-style-type: none"> - Thiếu từ 1- 2 mục thông tin về doanh nghiệp và 1 -2 mục thông tin về mô tả công việc và yêu cầu đối với người PR. - Đã đến công ty và phỏng vấn nhưng chưa thu thập đầy đủ thông tin nên còn thiếu từ 1-2 đặc điểm trong phần nhận định về cơ hội, thách thức 	<ul style="list-style-type: none"> - Thiếu ít nhất 3 mục thông tin về doanh nghiệp và 3 phần thông tin về mô tả công việc của PR. - Chưa đến công ty hoặc chưa thực hiện phỏng vấn, chưa đưa ra được những nội dung chính xác về cơ hội và thách thức của công việc PR.

Sản phẩm	8<=Điểm <=10	5=<Điểm <8	Điểm <5
		của công việc PR.	
N2 (15%)	<ul style="list-style-type: none"> - Thực hiện đầy đủ các trắc nghiệm bản thân về tố chất và trắc nghiệm tính cách theo MBTI. - Xác định được đầy đủ những điểm mạnh, yếu của bản thân. 	<ul style="list-style-type: none"> - Chỉ thực hiện 1 trong 2 loại trắc nghiệm bản thân. - Xác định còn thiếu từ 2-3 điểm mạnh và yếu của bản thân 	<ul style="list-style-type: none"> - Chưa thực hiện bất kỳ trắc nghiệm nào. - Chưa xác định được những điểm mạnh yếu của bản thân
N3 (30%)	<ul style="list-style-type: none"> - Trình bày đầy đủ yêu cầu của các mảng việc chính của nghề PR như hoạch định chiến lược PR, PR đối nội, Quan hệ báo chí, Tổ chức sự kiện, Quản trị khủng hoảng, Quan hệ cộng đồng. - Trình bày đầy đủ những kỹ năng cần thiết của nghề PR: Kỹ năng viết, Kỹ năng Phỏng vấn, kỹ năng xây dựng mối quan hệ. 	<ul style="list-style-type: none"> - Trình bày thiếu từ 1-3 yêu cầu của từng mảng việc hoặc thiếu từ 1-3 mảng việc trong 6 mảng việc chính của nghề PR. - Trình bày thiếu từ 1-3 đặc điểm trong từng kỹ năng hoặc thiếu 1 trong 3 kỹ năng cần thiết của nghề PR. 	<ul style="list-style-type: none"> - Trình bày thiếu từ 4 yêu cầu trở lên của từng mảng việc hoặc thiếu 3 mảng việc trở lên trong 6 mảng việc chính của nghề PR. - Trình bày thiếu từ 4 đặc điểm trở lên trong từng kỹ năng hoặc thiếu 2 trong 3 kỹ năng cần thiết của nghề PR.
N4 (35%)	<ul style="list-style-type: none"> - Đối chiếu toàn bộ năng lực cá nhân với yêu cầu thực tế của nghề PR, từ đó xác định được đầy đủ những kiến thức, kỹ năng và thái độ SV cần rèn luyện và trau dồi thêm. - Vạch ra được lộ trình công danh và đề xuất chương trình hành động hợp lý và khả thi để giúp SV đạt mục tiêu trở thành chuyên viên PR của DN đó sau khi ra 	<ul style="list-style-type: none"> - Xác định còn thiếu từ 1-3 yêu cầu về kiến thức, kỹ năng và thái độ SV cần rèn luyện và trau dồi thêm. - Vạch ra được lộ trình công danh và đề xuất chương trình hành động cụ thể nhưng vẫn còn từ 1-3 mục trong chương trình hành động chưa hợp lý để có thể giúp SV 	<ul style="list-style-type: none"> - Xác định còn thiếu 4 yêu cầu trở lên về kiến thức, kỹ năng và thái độ SV cần rèn luyện và trau dồi thêm. - Vạch ra được lộ trình công danh và đề xuất chương trình hành động nhưng không hoàn toàn khả thi trên thực tế để có thể giúp SV đạt được mục tiêu đề ra.

Sản phẩm	8<=Điểm <=10	5=<Điểm <8	Điểm <5
	trường.	đạt được mục tiêu trở thành chuyên viên PR của DN đó sau khi ra trường.	Hoặc SV chưa đưa ra được lộ trình công danh và cũng chưa đề xuất chương trình hành động cụ thể theo yêu cầu của dự án môn học.

Lưu ý: Trọng số sản phẩm linh hoạt tùy thuộc vào tầm quan trọng và độ khó của sản phẩm

IV. ĐÁNH GIÁ CUỐI MÔN

Theo Phiếu chấm Assignment cuối môn kèm theo

1. Chấm Tài liệu
2. Chấm tại buổi bảo vệ