

ỦY BAN NHÂN DÂN THÀNH PHỐ HÀ NỘI
TRƯỜNG CAO ĐẲNG NGHỀ CÔNG NGHỆ CAO HÀ NỘI

**KHỐI LƯỢNG KIẾN THỨC TỐI THIỂU VÀ YÊU CẦU VỀ NĂNG
LỰC MÀ NGƯỜI HỌC PHẢI ĐẠT ĐƯỢC SAU KHI TỐT NGHIỆP**

TRÌNH ĐỘ: CAO ĐẲNG

NGÀNH/NGHỀ: QUAN HỆ CÔNG CHÚNG

MÃ NGÀNH/NGHỀ: 6320108

Ngày tháng năm 2021

KHỐI LƯỢNG KIẾN THỨC TỐI THIỂU VÀ YÊU CẦU VỀ NĂNG

LỰC MÀ NGƯỜI HỌC PHẢI ĐẠT ĐƯỢC SAU KHI TỐT NGHIỆP (CHUẨN ĐẦU RA)

TRÌNH ĐỘ: CAO ĐẲNG

NGÀNH/NGHỀ: QUAN HỆ CÔNG CHÚNG

1. Giới thiệu chung về ngành/ngề

Quan hệ công chúng (sau đây viết tắt là PR) trình độ cao đẳng là ngành, nghề xây dựng, cải thiện hình ảnh về một cá nhân, một công ty, chuyển phát thông tin tới giới truyền thông và thu hút sự chú ý của họ, đáp ứng yêu cầu bậc 5 trong Khung trình độ quốc gia Việt Nam.

Mặc dù hiệu quả không thể đo lường chi tiết như ở lĩnh vực marketing và quảng cáo, nhưng việc tạo ra hình ảnh riêng và tăng thiện ý từ phía khách hàng, công chúng là những kết quả cuối cùng mà người làm PR phải đạt tới.

Vai trò chính của PR trong hoạt động xúc tiến thương mại là giúp công ty truyền tải các thông điệp tích cực đến khách hàng và những nhóm công chúng quan trọng của họ. Sau khi các nội dung tới nhóm đối tượng mục tiêu thông qua PR, sản phẩm và dịch vụ của doanh nghiệp sẽ đi vào nhận thức của khách hàng; từ đó, định hướng thái độ và hành vi của họ dễ dàng hơn.

Trong các doanh nghiệp hiện nay, phạm vi hoạt động của PR rất rộng, nhưng đa phần tập trung ở các mảng: tổ chức các sự kiện đặc biệt; khắc phục khủng hoảng, bất ổn; duy trì quan hệ với giới truyền thông, với các cơ quan chức trách; tổ chức các hoạt động truyền thông đối nội ... Bên cạnh đó, PR còn làm các công việc như: chuẩn bị thông tin tài trợ, từ thiện, tổ chức các hoạt động thể hiện trách nhiệm xã hội của cá nhân/doanh nghiệp.

Phạm vi công việc và nhiệm vụ cụ thể của nghề PR là lập kế hoạch khuếch trương hình ảnh công ty, triển khai hành động, xem xét các nguy cơ khủng hoảng truyền thông có thể xảy ra từ một hoạt động/bình luận trên mạng xã hội, tìm cách giải quyết những rắc rối liên quan tới hình ảnh công ty. Các nội dung công việc chủ yếu bao gồm truyền thông đối nội, truyền thông đối ngoại, tổ chức sự kiện, quản trị mạng xã hội, chăm sóc khách hàng, viết nội dung truyền thông, xử lý khủng hoảng truyền thông... Cường độ làm việc cao, chịu áp lực về thời gian và yêu cầu đảm bảo sự hài lòng của doanh nghiệp, khách hàng và đối tác.

2. Kiến thức

- + Mô tả được vị trí, vai trò của quan hệ công chúng trong hoạt động truyền thông của doanh nghiệp;
- + Trình bày được quy trình lập kế hoạch và thực hiện chiến dịch quan hệ công chúng nói riêng và truyền thông nói chung;
- + Liệt kê được các hoạt động truyền thông đối nội và đối ngoại trong hoạt động của doanh nghiệp;
- + Trình bày được quy trình tổ chức sự kiện truyền thông;
- + Mô tả được quy trình xử lý khủng hoảng truyền thông;
- + Trình bày được quy trình viết, phong cách viết các ấn phẩm truyền thông, chú trọng đặc biệt đến vai trò và lợi ích của thông cáo báo chí trong hoạt động truyền thông của doanh nghiệp;
- + Mô tả được các nguyên tắc đạo đức trong nghề quan hệ công chúng và kỹ năng giao tiếp, đàm phán trong kinh doanh truyền thông;
- + Xác định được khái niệm, mục đích thuyết trình, các thành phần của thông điệp và các bước khi thuyết trình trước công chúng;
- + Mô tả được tác động của thị trường và môi trường trong việc xây dựng các mối quan hệ với các nhóm công chúng của doanh nghiệp;
- + Mô tả được những kiến thức cơ bản về digital marketing và ứng dụng hiệu quả của từng công cụ phù hợp với mục tiêu của từng chiến dịch truyền thông;
- + Trình bày được các chức năng của marketing trong doanh nghiệp, phương pháp và công cụ xây dựng chiến lược truyền thông marketing tích hợp (IMC);
- + Liệt kê được các yếu tố cơ bản về pháp luật của Nhà nước, chú trọng đặc biệt về luật quảng cáo và luật báo chí; nguyên tắc khai thác và sử dụng thông tin, quy định về bản quyền, sở hữu trí tuệ;
- + Trình bày được những kiến thức cơ bản về chính trị, văn hóa, xã hội, pháp luật, quốc phòng an ninh, giáo dục thể chất theo quy định.

3. Kỹ năng

- + Lập được kế hoạch và thực hiện chiến dịch quan hệ công chúng ngắn hạn, trung hạn và dài hạn;

+ Thực hiện được hoạt động lập kế hoạch và tổ chức sự kiện truyền thông cho doanh nghiệp;

+ Phối hợp được các công cụ truyền thông đa phương tiện; vận dụng được kiến thức về thiết kế đồ họa, đồng bộ hoá âm thanh và hình ảnh, video vào thực tế sản xuất các sản phẩm truyền thông;

+ Soạn thảo được các nội dung trên các phương tiện truyền thông nhằm quảng bá thông tin doanh nghiệp;

+ Xây dựng được cơ bản thông điệp truyền thông trong tình huống khủng hoảng;

+ Sử dụng được các công cụ và phương thức truyền thông đối nội và đối ngoại thông dụng;

+ Tổ chức được các hoạt động quan hệ công chúng cho doanh nghiệp;

+ Lựa chọn được nhân lực và tổ chức được các chương trình huấn luyện - đào tạo đội ngũ nhân viên cho hoạt động quan hệ công chúng của doanh nghiệp;

+ Ứng dụng được khoa học kỹ thuật vào hoạt động quan hệ công chúng;

Đánh giá được hoạt động quan hệ công chúng của doanh nghiệp và đưa ra được những tư vấn hợp lý cho lãnh đạo doanh nghiệp;

Sử dụng được công nghệ thông tin cơ bản theo quy định; khai thác, xử lý, ứng dụng công nghệ thông tin trong công việc chuyên môn của ngành, nghề;

Sử dụng được ngoại ngữ cơ bản, ứng dụng được ngoại ngữ vào công việc chuyên môn của ngành, nghề.

4. Mức độ tự chủ, chịu trách nhiệm

- Có khả năng tổ chức làm việc theo nhóm, sáng tạo, ứng dụng khoa học kỹ thuật công nghệ cao, giải quyết các tình huống phức tạp trong thực tế sản xuất, kinh doanh.

- Có tác phong công nghiệp, tuân thủ nghiêm ngặt quy trình, quy phạm và kỷ luật lao động.

- Đánh giá được chất lượng công việc sau khi hoàn thành.

- Chịu trách nhiệm cá nhân và trách nhiệm đối với nhóm;

5. Vị trí việc làm sau khi tốt nghiệp

Sau khi tốt nghiệp người học có năng lực đáp ứng các yêu cầu tại các vị trí việc làm của ngành, nghề bao gồm:

- Quan hệ công chúng;

- Truyền thông đối ngoại;

- Truyền thông đối nội;
- Tổ chức sự kiện;
- Quản trị mạng xã hội;
- Chăm sóc khách hàng;
- Viết nội dung truyền thông.

6. Khả năng học tập, nâng cao trình độ

- Có khả năng tự học tập, nghiên cứu chuyên sâu về nghề và lĩnh vực có liên quan
- Tiếp tục học lên trình độ cao hơn.