

BẢN MÔ TẢ CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO

NGÀNH: MARKETING

MÃ NGÀNH: 7340115

(Ban hành kèm theo Quyết định số ~~367~~ QĐ-NTT ngày 26 tháng 6 năm 2020 về việc ban hành Bản mô tả chương trình đào tạo của Hiệu trưởng Trường Đại học Nguyễn Tất Thành)

1. Tên ngành đào tạo:

- Tên tiếng Việt: Marketing
- Tên tiếng Anh: Marketing

2. Trình độ đào tạo: Đại học

3. Loại hình đào tạo: Chính quy.

4. Khóa học áp dụng: 2020 - 2023

5. Thời gian đào tạo: 3 năm

6. Tên văn bằng tốt nghiệp: Cử nhân Marketing

7. Tên đơn vị cấp bằng: Trường Đại học Nguyễn Tất Thành

8. Đơn vị đào tạo

- + Khoa Quản trị kinh doanh
- + Địa chỉ văn phòng: 331 Quốc lộ 1A, Phường An Phú Đông, Quận 12, Tp.HCM.
- + Điện thoại liên lạc: 028-62565693, Số lẻ: 222.

9. Các tiêu chí tuyển sinh và yêu cầu đầu vào của chương trình đào tạo

- **Phương thức 1:** Xét kết quả Kỳ thi tốt nghiệp THPT là điểm cộng 03 môn thi theo tổ hợp môn xét tuyển đạt ngưỡng đảm bảo chất lượng đầu vào ĐH tối thiểu theo quy định của Bộ Giáo dục và Đào tạo.
- **Phương thức 2:** Xét điểm học bạ của học sinh THPT, thí sinh chọn 1 trong 3 phương thức sau:
 - (1) Xét tổng điểm của tổ hợp 3 môn xét tuyển trong năm học lớp 12 đạt từ 18 điểm trở lên;
 - (2) Xét điểm trung bình học bạ cả năm lớp 12 đạt từ 6,0 trở lên;
 - (3) Xét điểm trung bình 5 học kỳ gồm 2 học kỳ của năm lớp 10, 2 học kỳ của năm lớp 11 và học kỳ 1 của năm lớp 12 đạt từ 6,0 trở lên.

- **Phương thức 3:** Xét điểm thi do Trường Đại học Nguyễn Tất Thành tổ chức;
- **Phương thức 4:** Xét kết quả bài thi kiểm tra đánh giá năng lực của ĐHQG Tp. HCM
- **Phương thức 5:** Tuyển thẳng các học sinh đạt giải trong các kỳ thi học sinh giỏi quốc gia và quốc tế
- **Các tổ hợp môn xét tuyển:**
 - A00: Toán, Vật lý, Hoá
 - A01: Toán, Vật lý, Tiếng Anh
 - D01: Toán, Ngữ văn, Tiếng Anh
 - D07: Toán, Hóa học, Tiếng Anh

10. Thông tin về các chứng nhận kiểm định

- Trường ĐH Nguyễn Tất Thành đạt chuẩn 4 Sao do tổ chức kiểm định QS STARS cấp năm 2019;
- Trường ĐH Nguyễn Tất Thành đạt chuẩn kiểm định do Bộ Giáo Dục & Đào Tạo cấp năm 2017;
- Chương trình đào tạo cử nhân Quản trị kinh doanh do Khoa QTKD – Trường Đại học Nguyễn Tất Thành đạt chuẩn kiểm định quốc tế AUN-QA năm 2019.

11. Các năng lực của sinh viên tốt nghiệp

Thị trường lao động yêu cầu sinh viên tốt nghiệp phải có các năng lực sau đây:

- **GA1.** Hoạch định, tổ chức, lãnh đạo và kiểm soát các hoạt động Marketing, với 4Ps: (1) Quản trị sản phẩm, (2) Định giá, (3) Kênh Marketing và (4) Truyền thông Marketing.
- **GA2.** Thấu hiểu các kiến thức quản trị liên quan trong môi trường toàn cầu: Quản trị quan hệ khách hàng, Quản trị lực lượng bán hàng, Quản trị chuỗi cung ứng, Quản trị nhân sự, Quản trị tài chính và Khởi sự kinh doanh để hỗ trợ hữu hiệu cho việc ra quyết định Marketing.
- **GA3.** Xây dựng quan hệ người-người (Hỗ trợ đồng sự, Huấn luyện nhân viên, Đóng góp sáng kiến, Xây dựng mối quan hệ, Làm việc nhóm, Trao đổi kinh nghiệm, Tham gia cộng đồng nghề nghiệp);
- **GA4.** Năng lực giao tiếp (Thuyết trình, Đàm phán, Tranh luận, Giao tiếp bằng cử chỉ, Giao tiếp bằng văn bản, Giao tiếp xã hội, Sử dụng đa phương tiện trong giao tiếp, Đàm thoại xã hội, Ứng xử văn hóa, Xác định phong cách, Tạo sự tin cậy)
- **GA5.** Phát triển bản thân (Tìm kiếm, Thẩm tra, Phân tích, Đánh giá, Tư duy phản biện, Giải quyết vấn đề, Ngoại ngữ, Tin học quản lý, Tư duy sáng tạo, Tư duy hệ thống, Tư duy logic, Định hướng nghề nghiệp, Phân tích tình huống)

- **GA6.** Phẩm chất (Trách nhiệm xã hội, Đáng tin cậy, Trung thành, Hành xử chuyên nghiệp, Kiên định, Thích ứng, Liêm chính, Đạo đức, Ham học hỏi, Cập nhật kiến thức, Khiêm tốn, Kiên nhẫn, Tập trung, Nỗ lực cạnh tranh, Đam mê, chịu khó).

12. Mục tiêu đào tạo

Sinh viên sau khi tốt nghiệp trở thành người:

- **PEO1.** Quản trị, tư vấn các hoạt động liên quan đến 4Ps (Sản phẩm, Giá, Phân phối, Truyền thông) của các tổ chức, doanh nghiệp nhằm đạt được mục tiêu đề ra một cách hiệu quả và chuyên nghiệp.
- **PEO2.** Hoạch định, tổ chức thực hiện, phân tích và đánh giá dự án nghiên cứu thị trường; đồng thời phục vụ cho việc ra quyết định marketing đáp ứng yêu cầu của doanh nghiệp, tổ chức trong và ngoài nước.
- **PEO3.** Liên tục mở rộng kiến thức, sáng tạo và đổi mới, tự khởi nghiệp cho ngành Marketing và các lĩnh vực liên quan, mang lại lợi ích cho cộng đồng.

13. Kết quả học tập mong đợi/Chuẩn đầu ra của chương trình đào tạo

Sinh viên tốt nghiệp (SVTN) ngành Marketing có:

Kiến thức:

- **ELO1 (K1):** Vận dụng kiến thức khoa học tự nhiên, khoa học xã hội, công nghệ, văn hóa, chính trị, pháp luật, và sự hiểu biết về các vấn đề đương đại trong thực tế lĩnh vực ngành nghề.
- **ELO2 (K2):** Phân tích các xu hướng Marketing, nhu cầu của thị trường, nguồn lực của tổ chức dựa trên việc vận dụng các khái niệm, các lý thuyết, các mô hình, và các cách tiếp cận của ngành Marketing.
- **ELO3 (K3):** Đánh giá tầm quan trọng của các tác động của các yếu tố trong môi trường, sự đa dạng và toàn cầu hoá đến tổ chức và các quyết định Marketing.
- **ELO4 (K4):** Xây dựng kế hoạch Marketing dựa trên quan điểm kinh doanh tích cực nhằm mang đến lợi ích cho khách hàng, cộng đồng và xã hội.

Kỹ năng

- **ELO5 (S1):** Sáng tạo, linh hoạt trong giải quyết vấn đề.
- **ELO6 (S2):** Giao tiếp hiệu quả trong các bối cảnh với nhiều phương thức khác nhau.
- **ELO7 (S3):** Vận dụng các khung làm việc khác nhau, các kỹ năng về kỹ thuật và công nghệ hiện đại vào việc quản lý các lĩnh vực marketing.
- **ELO8 (S4):** Khảo cứu thông qua một hệ thống các hoạt động thu thập, phân tích và xử lý thông tin bằng các phương pháp định tính và định lượng nhằm đưa ra kết luận cho các vấn đề trong Marketing.

Thái độ

- **ELO9 (A1):** Tuân thủ pháp luật, thể hiện sự hiểu biết về các chuẩn mực đạo đức và trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp.
- **ELO10 (A2):** Thích ứng sự thay đổi trong nhiều bối cảnh, định hướng tương lai rõ ràng, thể hiện động cơ khởi nghiệp và học tập suốt đời.

14. Mối liên hệ giữa Năng lực cần đạt của sinh viên tốt nghiệp (Graduate Attributes -GAs) với Mục tiêu (Program Educational Objectives – PEOs) và Kết quả học tập mong đợi của chương trình đào tạo (Program Expected Learning Outcomes – ELOs)

14.1. Mối liên hệ giữa năng lực cần đạt của sinh viên tốt nghiệp với mục tiêu và kết quả học tập mong đợi của chương trình đào tạo

Năng lực cần đạt của SVTN (GAs)	Kết quả học tập mong đợi/ Chuẩn đầu ra của CTĐT (ELOs)													
	PEO 1	PEO 2	PEO 3	ELO 1	ELO 2	ELO 3	ELO 4	ELO 5	ELO 6	ELO 7	ELO 8	ELO 9	ELO 10	
GA1	✓		✓		✓	✓	✓	✓						
GA2	✓	✓	✓		✓	✓			✓	✓	✓			
GA3														
GA4		✓							✓					
GA5			✓	✓				✓					✓	
GA6			✓									✓		

14.2. Mối liên hệ giữa mục tiêu và kết quả học tập mong đợi của chương trình đào tạo

Mục tiêu của CTĐT (PEOs)	Kết quả học tập mong đợi/ Chuẩn đầu ra của CTĐT (ELOs)									
	ELO 1	ELO 2	ELO 3	ELO 4	ELO 5	ELO 6	ELO 7	ELO 8	ELO 9	ELO 10
PEO1					✓			✓	✓	
PEO2			✓			✓	✓	✓		
PEO3	✓	✓		✓			✓		✓	✓

14.3. Mối liên hệ của các học phần/môn học trong việc hình thành năng lực sinh viên tốt nghiệp

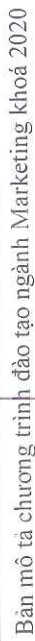
Các năng lực nghề của SVTN	CÁC MÔN HỌC/ HỌC PHẦN/ MODULE		THỜI LƯỢNG	
	Tên	Số lượng môn	Số tín chỉ	Tỉ lệ (%) / tổng tín chỉ
GA1	Quản trị marketing (3 tín chỉ)	5	15	10,1
	Quản trị chiến lược (3 tín chỉ)			
	Quản trị truyền thông tích hợp IMC (3 tín chỉ)			
	Chiến lược marketing (3 tín chỉ)			
	Quản trị marketing dịch vụ (3 tín chỉ)			
GA2	Phương pháp nghiên cứu thị trường (3 tín chỉ)	8	24	16,2
	Tổ chức sự kiện (3 tín chỉ)			
	Chăm sóc khách hàng (3 tín chỉ)			
	Marketing quốc tế (3 tín chỉ)			
	Quản trị dịch vụ khách hàng (3 tín chỉ)			
	Quản trị thương hiệu (3 tín chỉ)			
	Quan hệ công chúng (3 tín chỉ)			
	Hành vi tổ chức (3 tín chỉ)			
GA3	Kĩ năng và quản trị bán hàng (4 tín chỉ)	7	22	14,8
	Kế hoạch Marketing trong doanh nghiệp (4 tín chỉ)			
	Thực tập ngành (3 tín chỉ)			
	E- marketing và thương mại điện tử (3 tín chỉ)			
	Quản trị sản xuất và chất lượng (3 tín chỉ)			
	Quản trị rủi ro trong kinh doanh (2 tín chỉ)			
	Quản trị nguồn nhân lực (3 tín chỉ)			
GA4	Kỹ năng thuyết trình (2 tín chỉ)	3	6	4,1
	Kỹ năng giao tiếp trong kinh doanh (2 tín chỉ)			
	Kỹ năng quản trị sự thay đổi (2 tín chỉ)			

Các năng lực nghề của SVTN	CÁC MÔN HỌC/ HỌC PHẦN/ MODULE		THỜI LƯỢNG	
	Tên	Số lượng môn	Số tín chỉ	Tỉ lệ (%) / tổng tín chỉ
GA5	Khởi nghiệp (2 tín chỉ)	8	21	14,2
	Tiếng anh giao tiếp quốc tế 1 đến 4 (12 tín chỉ)			
	Tin học MOS1 và MOS2 (4 tín chỉ)			
	Tiếng Anh chuyên ngành Marketing (3 tín chỉ)			
GA6	Pháp luật đại cương (2 tín chỉ)	2	4	2,7

15. Cấu trúc chương trình đào tạo

CẤU TRÚC CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO NGÀNH MARKETING				
CÁC MÔN ĐẠI CƯƠNG (25TC)	CÁC MÔN CƠ SỞ NGÀNH (32TC)	CÁC MÔN CHUYÊN NGÀNH (27TC)	QUY NHẠM MARKETING (148 TC)	
CHÍNH TRỊ (11TC) 1. Triết học Mác-Lênin (3TC) 2. Kinh tế chính trị Mác-Lênin (2TC) 3. Chủ nghĩa xã hội khoa học (2TC) 4. Lịch sử ĐCSVN (2TC) 5. Tư tưởng Hồ Chí Minh (2TC) PHÁP LUẬT (2TC) 1. Pháp luật đại cương (2TC) TÂM LÝ (2TC) 1. Tâm lý học đại cương (2TC) TOÁN (6C) 1. Toán cao cấp C1 (2TC) 2. Xác suất thống kê (2TC) 3. Quy hoạch tuyến tính (2TC) KHƠI NGHIỆP: 2TC TỰ CHỌN (2TC) 1. Kỹ năng bán hàng (2TC) 2. Phương pháp tính (2TC)	1. Nhập môn ngành Quản trị marketing (2TC) 2. Kinh tế vi mô (3TC) 3. Kinh tế vĩ mô (3TC) 4. Kinh tế quốc tế (3TC) 5. Marketing căn bản (3TC) 6. Quản trị học (3TC) 7. Thống kê kinh doanh (2TC) 8. Kinh tế lượng ứng dụng trong kinh doanh (3TC) 9. Luật kinh doanh 10. Hành vi khách hàng (3TC) 11. Kinh tế quốc tế (3TC) 12. Nguyên lý kế toán (3TC) TỰ CHỌN (2TC) 1. Kỹ năng thuyết trình (2TC) 2. Kỹ năng quản trị sự thay đổi (2TC)	1. E- marketing và thương mại điện tử (3TC) 2. Tiếng Anh CN Marketing (3TC) 3. Phương pháp nghiên cứu thị trường (3TC) 4. Quản trị sản xuất và chất lượng (3TC) 5. Quản trị Marketing (3TC) 6. Quản trị chiến lược (3TC) 7. Quản trị nguồn nhân lực (3TC) 8. Quản trị rủi ro trong kinh doanh (2TC) TỰ CHỌN (4TC) 1. Tổ chức sự kiện (2TC) 2. Chăm sóc khách hàng (2TC) 3. Hành vi tổ chức (2TC) 4. Kỹ năng giao tiếp trong KD (2TC)	CÁC MÔN ĐIỀU KIỆN (13 TC) 1. Giáo dục thể chất (5TC) 2. Giáo dục quốc phòng (8TC)	
CÁC MÔN BỔ TRỢ ĐẠI CƯƠNG (26TC)	TRẢI NGHIỆM THỰC TIỄN (3TC)	CÁC MÔN CHUYÊN SÂU (20TC)	CÁC MÔN ĐIỀU KIỆN (13 TC)	
NGOẠI NGỮ (18TC) 1. Tiếng anh tổng quát 1 (3TC) 2. Tiếng anh tổng quát 2 (3TC) 3. Tiếng anh GTQT 1 (3TC) 4. Tiếng anh GTQT 2 (3TC) 5. Tiếng anh GTQT 3 (3TC) 6. Tiếng anh GTQT 4 (3TC) CÔNG NGHỆ THÔNG TIN (4TC) 1. Tin học MOS 1 (2TC) 2. Tin học MOS 2 (2TC) KỸ NĂNG (4TC) 1. Kỹ năng giao tiếp (2TC) 2. Kỹ năng giao tiếp (HP2) (2TC)	1. Thực tập ngành Marketing (3TC)	1. Kỹ năng và Quản trị bán hàng (4TC) 2. QT Marketing (3TC) 3. Quản trị truyền thông tích hợp IMC (3TC) 4. Kế hoạch Marketing trong doanh nghiệp (4TC) 5. Chiến lược marketing (3TC) 6. Marketing quốc tế (3TC) 7. Quản trị dịch vụ khách hàng (3TC) 8. Quản trị thương hiệu (3TC) 9. Quan hệ công chúng (3TC)	CÁC MÔN ĐIỀU KIỆN (13 TC) 1. Giáo dục thể chất (5TC) 2. Giáo dục quốc phòng (8TC)	

SƠ ĐỒ KẾ HOẠCH HÓA ĐẠO TẠO NGÀNH MARKETING



17. Đối sánh chương trình đào tạo

17.1. Đối sánh Kết quả học tập mong đợi/ Chuẩn đầu ra

Đối sánh trong nước:

TT	KQHTMD Chương trình đào tạo ngành Marketing của Trường ĐH Nguyễn Tất Thành	KQHTMD Chương trình đào tạo ngành Marketing của Trường ĐH Tài Chính Marketing	KQHTMD Chương trình đào tạo ngành Marketing của Trường ĐH Tài Chính TP. HCM	Nhận xét
1	Áp dụng kiến thức Toán, khoa học, văn hoá, xã hội, chính trị, luật pháp và sự hiểu biết về các vấn đề đương đại vào phân tích và lý giải các tình huống khác nhau của ngành Marketing.	Nắm vững kiến thức cơ bản về chính trị, tư tưởng, pháp luật kinh doanh; Nắm vững kiến thức cơ bản về kinh tế vi mô, vĩ mô, kinh tế lượng, nguyên lý kế toán, tài chính;	Nắm vững kiến thức giáo dục đại cương theo chuẩn chương trình đào tạo quốc gia khối ngành kinh tế, quản lý và kinh doanh và ngành Marketing, các kiến thức về luật căn bản và luật kinh tế.	Chuẩn đầu ra của các trường khác tương đồng về nội dung nhưng ở mức độ thấp hơn trong thang Bloom
2	Phân tích các xu hướng Marketing, nhu cầu của thị trường, nguồn lực của tổ chức dựa trên việc vận dụng các khái niệm, các lý thuyết, các mô hình, và các cách tiếp cận của ngành Marketing	Nắm vững các nguyên lý, công cụ và qui trình marketing;	Nắm kiến thức căn bản, cập nhật và phát triển về quản trị kinh doanh, marketing và marketing số (digital marketing) gồm: các nguyên lý kinh doanh hiện đại, và nguyên lý về thương mại điện tử, các nguyên lý của quản trị, nguyên lý của marketing, các hoạt động quản trị chiến lược doanh nghiệp....	Tương đồng
3	Đánh giá tầm quan trọng của các tác động của các yếu tố trong môi trường, sự đa dạng và toàn cầu hoá đến tổ chức và các quyết định Marketing.	Phân tích, đánh giá được các yếu tố môi trường marketing, đối thủ cạnh tranh và nội lực của doanh nghiệp phục vụ cho hoạt động quản trị	Nắm kiến thức rộng và bao quát về kinh tế và kinh doanh bao gồm: kiến thức về kinh tế học vi mô, vĩ mô, các kiến thức về kinh tế xã hội, các kiến thức về môi trường và thị trường	Tương đồng

TT	KQHTMD Chương trình đào tạo ngành Marketing của Trường ĐH Nguyễn Tất Thành	KQHTMD Chương trình đào tạo ngành Marketing của Trường ĐH Tài Chính Marketing	KQHTMD Chương trình đào tạo ngành Marketing của Trường ĐH Chính (UEF)	Nhận xét
		marketing của doanh nghiệp/tổ chức;	cạnh tranh quốc gia và quốc tế, các kiến thức về môi trường, thị trường và khách hàng của doanh nghiệp, các kiến thức về các yếu tố bên trong doanh nghiệp.	
4	Xây dựng kế hoạch Marketing dựa trên quan điểm kinh doanh tích cực nhằm mang đến lợi ích cho khách hàng, cộng đồng và xã hội.	Hoạch định, triển khai thi, đo lường đánh giá marketing ở cấp độ chiến lược và cấp độ chiến thuật cho doanh nghiệp/tổ chức.	Xây dựng kế hoạch/chương trình Marketing, kế hoạch của từng thành tố marketing tới các tổ chức/marketing thương mại của sản phẩm/dịch vụ doanh nghiệp, thương hiệu sản phẩm và thương hiệu doanh nghiệp.	Trương đồng
5	Giải quyết các vấn đề của ngành Marketing và các vấn đề liên quan bằng cách vận dụng tư duy phản biện và sáng tạo.			Các trường khác chưa có
6	Áp dụng các kỹ năng giao tiếp và làm việc nhóm chuyên nghiệp, hiệu quả trong bối cảnh đa dạng, đa văn hoá trong vai trò là một thành viên trong nhóm hay một nhà lãnh đạo truyền cảm hứng.	Vận dụng nhuần nhuyễn được các kỹ năng mềm như làm việc nhóm, thuyết trình, kỹ năng giải quyết vấn đề và khám phá, phát triển bản thân. Giao tiếp có hiệu quả bằng văn bản, bằng ngôn ngữ và phi ngôn ngữ với nội bộ và	Vận dụng kỹ năng giao tiếp và truyền thông, kỹ năng làm việc theo nhóm, kỹ năng lập báo cáo, trình diễn vấn đề, kỹ năng tin học, kỹ năng giao tiếp	Trương đồng

TT	KQHTMD Chương trình đào tạo ngành Marketing của Trường ĐH Nguyễn Tất Thành	KQHTMD Chương trình đào tạo ngành Marketing của Trường ĐH Tài Chính Marketing	KQHTMD Chương trình đào tạo ngành Marketing của Trường ĐH Tài Chính (UEF)	Nhận xét
		các bên liên quan trong bối cảnh hội nhập đa văn hóa;		
7	Vận dụng các khung làm việc khác nhau, các kỹ năng về kỹ thuật và công nghệ hiện đại vào việc quản lý các lĩnh vực marketing.			Các trường khác chưa có
8	Khảo cứu thông qua một hệ thống các hoạt động thu thập, phân tích và xử lý thông tin bằng các phương pháp định tính và định lượng nhằm đưa ra kết luận cho các vấn đề trong Marketing			Các trường khác chưa có
9	Tuân thủ pháp luật, thể hiện sự hiểu biết về các chuẩn mực đạo đức và trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp.	Đạt được năng lực tự chịu trách nhiệm cá nhân, trách nhiệm xã hội và đạo đức nghề nghiệp	Có ý thức vượt khó vươn lên trong học tập, trong thực hiện các nhiệm vụ và công việc, có ý thức phấn đấu vươn lên trở thành nhà quản trị giỏi, có ý thức và thực hiện nghiêm chỉnh chấp hành nội qui, qui chế và khả năng thích nghi với môi trường GD&ĐT trong nhà trường và các môi trường sống và làm việc nói chung. Tích cực tham gia các hoạt	Tương đồng

TT	KQHTMD Chương trình đào tạo ngành Marketing của Trường ĐH Nguyễn Tất Thành	KQHTMD Chương trình đào tạo ngành Marketing của Trường ĐH Tài Chính Marketing	KQHTMD Chương trình đào tạo ngành Marketing của Trường ĐH Tài Chính Marketing (UEF)	Nhận xét
			động chính trị - văn hóa – xã hội, ý thức thực hiện tốt trách nhiệm công dân và có quan hệ cộng đồng tốt. Tích cực tham gia công tác tập thể tổ và công tác nhóm trong và ngoài trường. Có trách nhiệm trong công việc được giao, đáp ứng các chuẩn mực đạo đức của nhà quản trị tại doanh nghiệp, có tác phong làm việc khoa học, thái độ làm việc đúng mực.	
10	Định hướng tương lai rõ ràng, thể hiện động cơ khởi nghiệp và học tập suốt đời.	Phát triển được thái độ tích cực, dân thân và sáng tạo trong nghề marketing và trong cuộc sống, Tự định hướng phát triển bản thân ở mức độ cao hơn với thái độ tích cực học tập suốt đời	Có ý thức tự học và tích cực cập nhật, phát triển và vận dụng các kiến thức về kinh doanh, marketing và quản trị thương hiệu hiện đại, sáng tạo, linh hoạt trong công việc.	Tương đồng

Đối sánh quốc tế

TT	KQHTMD Chương trình đào tạo ngành Marketing của Trường ĐH Nguyễn Tất Thành	KQHTMD Chương trình đào tạo ngành Marketing của University of Westminster	KQHTMD Chương trình đào tạo Marketing của Sheridan College Institute of Technology	Nhận xét
1	Áp dụng kiến thức Toán, khoa học, văn hoá, xã hội, chính trị, luật pháp và sự hiểu biết về các vấn đề đương đại vào phân tích và lý giải các tình huống khác nhau của ngành Marketing.	Áp dụng lý thuyết vào phân tích, giải thích các tình huống thực tế	Hiểu các khái niệm cốt lõi, phương pháp và sự phát triển của marketing nói chung cũng như một số lĩnh vực chuyên sâu	Tương đồng
2	Phân tích các xu hướng Marketing, nhu cầu của thị trường, nguồn lực của tổ chức dựa trên việc vận dụng các khái niệm, các lý thuyết, các mô hình, và các cách tiếp cận của ngành Marketing		Hiểu cách vận dụng của lý thuyết vào các tình huống thực tế nhằm cho thấy sự thích hợp khi vận dụng.	Tương đồng
3	Đánh giá tầm quan trọng của các tác động của các yếu tố trong môi trường, sự đa dạng và toàn cầu hoá đến tổ chức và các quyết định Marketing.	Phân tích và đánh giá các tình huống hội nhập của doanh nghiệp toàn cầu nhằm so sánh sự khác biệt khi áp dụng lý thuyết vào thực tế	Đánh giá ảnh hưởng của thay đổi mang tính toàn cầu hóa lên môi trường	Tương đồng
4	Xây dựng kế hoạch Marketing dựa trên quan điểm kinh doanh tích cực nhằm mang đến lợi ích cho khách hàng, cộng đồng và xã hội.	Xây dựng chiến lược marketing mix và kế hoạch marketing của doanh nghiệp trên cơ sở phân tích và đánh giá nghiêm túc các công cụ marketing	Phát triển kế hoạch marketing B2B và B2C phù hợp với tầm nhìn của doanh nghiệp trong điều kiện trong nước và quốc tế	Tương đồng
5	Giải quyết các vấn đề của ngành Marketing và các vấn đề liên quan bằng cách vận dụng tư duy phản biện và sáng tạo.		Vận dụng sáng tạo lý thuyết trong phân tích và đề xuất các giải pháp	Tương đồng

TT	KQHTMD Chương trình đào tạo ngành Marketing của Trường ĐH Nguyễn Tất Thành	KQHTMD Chương trình đào tạo ngành Marketing của University of Westminster	KQHTMD Chương trình đào tạo Marketing của Sheridan College Institute of Technology	Nhận xét
6	Áp dụng các kỹ năng giao tiếp và làm việc nhóm chuyên nghiệp, hiệu quả trong bối cảnh đa dạng, đa văn hoá trong vai trò là một thành viên trong nhóm hay một nhà lãnh đạo truyền cảm hứng.		Sử dụng kỹ năng giao tiếp trong phản biện, phân tích bao gồm cả giao tiếp bằng lời và văn bản	Tương đồng
7	Vận dụng các khung làm việc khác nhau, các kỹ năng về kỹ thuật và công nghệ hiện đại vào việc quản lý các lĩnh vực marketing.	Áp dụng kiến thức chuyên môn, công nghệ hiện đại vào các hoạt động marketing		Tương đồng
8	Khảo cứu thông qua một hệ thống các hoạt động thu thập, phân tích và xử lý thông tin bằng các phương pháp định tính và định lượng nhằm đưa ra kết luận cho các vấn đề trong Marketing	Thiết kế và thu thập dữ liệu, sử dụng các công cụ marketing thích hợp nhằm phân tích hành vi khách hàng	Phát triển khả năng thu thập, đánh giá, nhận xét và giải thích các thông tin. Sử dụng các phương pháp thích hợp để kiểm định giả thuyết	Tương đồng
9	Tuân thủ pháp luật, thể hiện sự hiểu biết về các chuẩn mực đạo đức và trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp.	Thể hiện sự hiểu biết của bản thân, sẵn sàng đón nhận và hội nhập văn hóa, kinh doanh, quản trị trong sự tôn trọng và hiểu biết	Hành vi của bản thân phù hợp với trách nhiệm xã hội	Tương đồng
10	Định hướng tương lai rõ ràng, thể hiện động cơ khởi nghiệp và học tập suốt đời.		Có khả năng tự học trong các tình huống khác nhau và học tiếp các chương trình khác	Tương đồng

17.2. Đối sánh chương trình đào tạo

Đối sánh trong nước

Nội dung đối sánh	CTĐT ngành Marketing của Trường ĐH Nguyễn Tất Thành	CTĐT ngành Marketing của Trường ĐH Tài Chính Marketing	CTĐT ngành Marketing của Trường ĐH Kinh tế - Tài chính TP. HCM (UEF)	Nhận xét
Tổng số tín chỉ	148 (không tính GD thể chất và GDQP)	128 tín chỉ	123 tín chỉ	
Cấu trúc chương trình: (số lượng môn/tín chỉ)				
- Học phần đại cương	58 môn/148 tín chỉ	50 môn/128 tín chỉ	51 môn/123 tín chỉ	
- Học phần cơ sở ngành	19 môn/37 tín chỉ	17 môn/36 tín chỉ	18 môn/35 tín chỉ	
- Học phần chuyên ngành	17 môn/46 tín chỉ	14 môn/ 38 tín chỉ	14 môn/ 34 tín chỉ	
- Học phần tốt nghiệp	20 môn/59 tín chỉ	17 môn/48 tín chỉ	17 môn/48 tín chỉ	
Các chuyên ngành hẹp của ngành đào tạo (nếu có)	khóa luận (hoặc 2 môn)/6 tín chỉ	khóa luận (hoặc 2 môn)/6 tín chỉ	khóa luận (hoặc 2 môn)/6 tín chỉ	
Phương pháp giảng dạy/ học tập	Không có	Chuyên ngành Quản trị Marketing, Quản trị thương hiệu, Truyền thông Marketing	Chuyên ngành Quản trị Marketing, Quản trị thương hiệu, Quản trị quảng cáo	
	Phương pháp giảng dạy chủ động (Active Teaching) hướng tới việc hoạt động hóa, chủ động hóa hoạt động nhận thức của người học, tập trung vào phát huy tính chủ động của người học chứ không phải là tập trung vào phát	Phương pháp giảng dạy chủ động lấy “ <i>người học là trung tâm</i> ”, người học - đối tượng của hoạt động “ <i>day</i> ”, đồng thời là chủ thể của hoạt động “ <i>học</i> ” - được cuốn hút vào các hoạt động học tập do giảng viên tổ chức và chỉ đạo, thông qua đó tự lực khám phá những điều mình	Phương pháp giảng dạy rèn luyện cho sinh viên khả năng tự Vai trò của người thầy không còn là “ <i>người truyền đạt thông tin</i> ” nữa mà là người hướng dẫn cho người học đi tìm tri thức. Lớp học là môi trường giao tiếp giảng	

Nội dung đối sánh	CTĐT ngành Marketing của Trường ĐH Nguyễn Tất Thành	CTĐT ngành Marketing của Trường ĐH Tài Chính Marketing	CTĐT ngành Marketing của Trường ĐH Kinh tế - Tài chính TP. HCM (UEF)	Nhận xét
	huy tính chủ động của người dạy.	chưa rõ chứ không phải thụ động tiếp thu những tri thức đã được giảng viên sắp đặt.	viên - sinh viên, sinh viên - sinh viên, tạo nên mối quan hệ hợp tác giữa các cá nhân trên để chiếm lĩnh kiến thức.	
Học phí	147.010.000 đồng/ khóa học	khoảng 80 triệu đồng/ khóa học	khoảng 120 triệu đồng/ khóa học	

Đối sánh quốc tế

Nội dung đối sánh	CTĐT ngành Marketing của Trường ĐH Nguyễn Tất Thành	CTĐT ngành Marketing management của Trường ĐH The University of Akron, Mỹ	CTĐT ngành Marketing management của Trường ĐH Sheridan college, Canada	Nhận xét
Tổng số tín chỉ	148 (không tính GD thể chất và GDQP)	120	120	
Cấu trúc chương trình: (số lượng môn/tín chỉ)	58 môn/148 tín chỉ	40 môn/120 chỉ	40 môn/120 chỉ	
- Học phần đại cương	19 môn/37 tín chỉ	11 môn/40 chỉ	15 môn/45 chỉ	
- Học phần cơ sở ngành	17 môn/46 tín chỉ	13 môn/36 chỉ	9 môn/27 chỉ	
- Học phần chuyên ngành	20 môn/59 tín chỉ	15 môn/35 chỉ	8 môn/24 chỉ	
- Học phần tốt nghiệp	khóa luận (hoặc 2 môn)/6 tín chỉ	Thực tập/ 9 chỉ	7 môn và thực tập tại doanh nghiệp	

Nội dung đối sánh	CTĐT ngành Marketing của Trường ĐH Nguyễn Tất Thành	CTĐT ngành Marketing management của Trường ĐH The University of Akron, Mỹ	CTĐT ngành Marketing management của Trường ĐH Sheridan college, Canada	Nhận xét
Các chuyên ngành hẹp của ngành đào tạo (nếu có)	Không có	Không có	Không có	
Phương pháp giảng dạy/học tập	Phương pháp giảng dạy chủ động (<i>Active Teaching</i>) hướng tới việc hoạt động hóa, chủ động hóa hoạt động nhận thức của người học, tập trung vào phát huy tính chủ động của người học chứ không phải là tập trung vào phát huy tính chủ động của người dạy.	Kết hợp giảng dạy, thực hành, trải nghiệm thực tế tại doanh nghiệp	Kết hợp giảng dạy, thực hành, trải nghiệm thực tế tại doanh nghiệp trong mỗi học kì	
Học phí	147.010.000 đồng/ khóa học	£62.000/khóa học	USD70.208/khóa học	
Các đối sánh khác (nếu có)				

18. Tầm nhìn và sứ mạng

- **Tầm nhìn và sứ mạng của Trường**

- ❖ **Tầm nhìn**

Đến năm 2025, Trường Đại học Nguyễn Tất Thành là một trường đại học ứng dụng và thực hành, đa ngành, đa bậc học, gắn với nhu cầu phát triển trong và ngoài nước, đạt chuẩn khu vực và quốc tế.

- ❖ **Sứ mạng**

Trường ĐH NTT cam kết cung cấp nguồn nhân lực có chất lượng, có sức cạnh tranh cao trên thị trường lao động trong và ngoài nước thông qua đào tạo, nghiên cứu và phục vụ cộng đồng, xã hội dựa trên liên minh chiến lược gắn kết với các doanh nghiệp và các viện nghiên cứu.

- **Tầm nhìn và sứ mạng của Khoa**

- ❖ **Tầm nhìn**

Khoa Quản trị kinh doanh theo hướng thực hành và nghiên cứu ứng dụng, phục vụ nhu cầu của các tổ chức và doanh nghiệp, đào tạo đạt chuẩn khu vực và quốc tế, tạo lập được uy tín cao tại Việt Nam và châu Á.

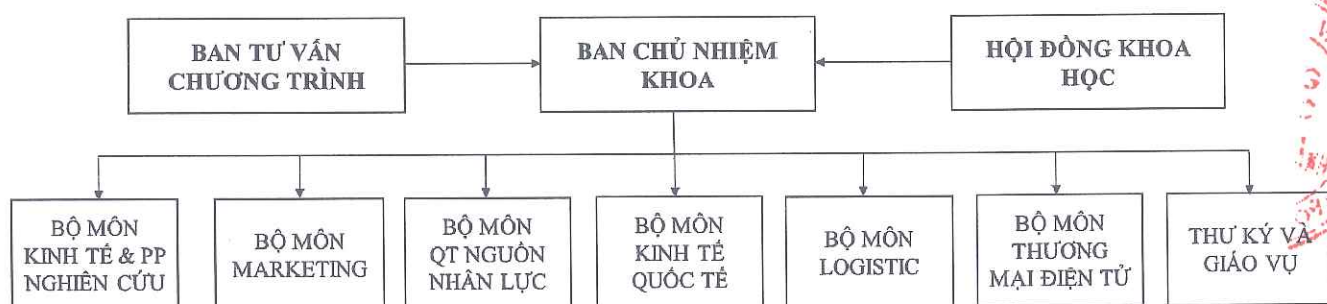
- ❖ **Sứ mạng**

Cung cấp nguồn nhân lực chất lượng và có tính cạnh tranh cao cho nhu cầu của TP.HCM, Việt Nam và khu vực.

Chuẩn bị cho sinh viên phát triển nghề nghiệp và phát triển cá nhân trong tương lai.

Tạo ra một môi trường thuận lợi cho các giảng viên, sinh viên, và các nhà nghiên cứu, để giảng dạy và nghiên cứu, chú trọng đến tính sáng tạo và khởi nghiệp của sinh viên.

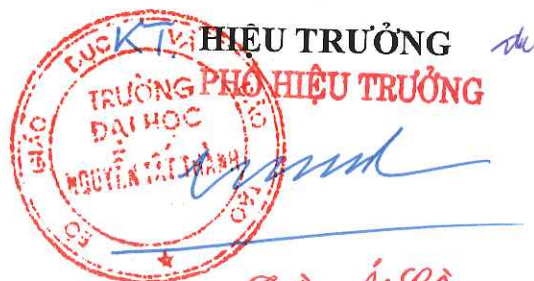
19. Sơ đồ tổ chức Khoa



20. Thông tin liên hệ

- Khoa Quản trị kinh doanh - Trường Đại học Nguyễn Tất Thành
- Địa chỉ: Lầu 1, Cơ sở An Phú Đông, số 331 Quốc lộ 1A, Phường An Phú Đông, Quận 12, Tp.HCM
- Điện thoại: 028 – 62565693, Số lẻ: 222
- Email: qtkd@ntt.edu.vn
- Website: www.qtkd.ntt.edu.vn

21. Thời điểm thiết kế/ điều chỉnh Bản mô tả chương trình đào tạo tiếp theo (dự kiến) Năm 2022



TS. Trần Ái Cẩm

TRƯỜNG KHOA

TS. Nguyễn Xuân Nhị