

CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO

NGÀNH: MARKETING

MÃ NGÀNH: 7340115

(Ban hành kèm theo Quyết định số 368/QĐ-NTT ngày 26 tháng 6 năm 2020
của Hiệu trưởng Trường Đại học Nguyễn Tất Thành)

I. THÔNG TIN CHUNG

1. Giới thiệu về chương trình đào tạo

- Tên ngành đào tạo:
 - Tên tiếng Anh: Marketing
 - Tên tiếng Việt: Marketing
- Trình độ đào tạo: Đại học
- Loại hình đào tạo: Chính quy.
- Khóa học áp dụng: 2020 - 2023
- Thời gian đào tạo: 3 năm
- Tên văn bằng tốt nghiệp:
 - Tên tiếng Việt: Cử nhân Marketing
 - Tên tiếng Anh: The Degree of Bachelor Marketing
- Tên đơn vị cấp bằng: Trường Đại học Nguyễn Tất Thành
- 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.

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

- **Đối tượng tuyển sinh:** Học sinh tốt nghiệp THPT hoặc tương đương.
- **Tiêu chí tuyển sinh, tổ hợp môn tuyển:**
 - **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:**
 - (1) A00: Toán, Vật lý, Hoá
 - (2) A01: Toán, Vật lý, Tiếng Anh
 - (3) D01: Toán, Ngữ văn, Tiếng Anh
 - (4) D07: Toán, Hóa học, Tiếng Anh
3. **Các điều kiện tốt nghiệp:** Theo Quyết định số 243/QĐ-NTT ngày 08/5/2020 về việc ban hành Chuẩn đầu ra các ngành đào tạo trình độ Đại học hệ chính quy khóa 2020.
4. **Thang điểm:**
- Thang điểm học phần được chuyển thành điểm chữ như sau:
 - + **Loại đạt:**
 - A (8,5 -10): Giỏi
 - B (7,0 – 8,4): Khá
 - C (5,5 – 6,9): Trung bình
 - D (4,0 -5,4): Trung bình yếu
 - + **Loại không đạt:**
 - F (dưới 4,0): Kém
 - Cách tính điểm trung bình chung học kỳ và điểm trung bình chung tích lũy, mức điểm chung của mỗi học phần được quy đổi sang điểm số như sau (điểm hệ 4):
 - A tương đương với 4
 - B tương đương với 3
 - C tương đương với 2
 - D tương đương với 1
 - F tương đương với 0

II. NĂNG LỰC CẦN ĐẠT CỦA SINH VIÊN TỐT NGHIỆP, MỤC TIÊU VÀ KẾT QUẢ HỌC TẬP MONG ĐỢI CỦA CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO

1. Các năng lực cần đạt của sinh viên tốt nghiệp (Graduate Attributes- GAs)

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, Thăm 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).

2. Mục tiêu đào tạo của chương trình (Programe Educational Objectives – PEOs)

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.

3. 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.

III. NỘI DUNG CHƯƠNG TRÌNH

1. Nguyên tắc thiết kế chương trình đào tạo (program ideas)

- **Bộ môn Marketing - Khoa Quản trị kinh doanh thiết kế chuẩn đầu ra, cấu trúc và nội dung Chương trình đào tạo theo trình tự như sau:**
- Phân tích năng lực nghề nghiệp của người làm nghề quản trị nhân lực;
- Tổ chức Hội thảo DACUM để lấy ý kiến các nhà lãnh đạo và người lành nghề trong lĩnh vực nguồn nhân lực về các năng lực cũng như xác định các công việc cần thực hiện theo từng năng lực;
- Xây dựng chuẩn đầu ra của Chương trình đào tạo cử nhân Marketing;

- Xác định các môn học cần giảng dạy nhằm đáp ứng chuẩn đầu ra của Chương trình
đào tạo gồm: Chuẩn đầu ra, phương pháp kiểm tra đánh giá, nội dung giảng dạy để sinh viên đạt được các kết quả học tập mong đợi;
- Thiết kế cấu trúc Chương trình đào tạo cân đối giữa 2 khối kiến thức: Khối kiến thức đại cương, Khối kiến thức giáo dục chuyên nghiệp;
- Thiết kế lộ trình học tập có tính kết nối hệ thống giữa các môn học lý thuyết, môn học thực hành trong trường và môn học thực hành ngoài trường nhằm giúp sinh viên đạt được chuẩn đầu ra.

▪ **Nguyên tắc tổ chức các môn học, cách thức tích hợp kỹ năng, cấu trúc các nhóm học phần:**

- Thiết kế đề cương chi tiết các môn học theo trình tự: Xây dựng chuẩn đầu ra, phương pháp kiểm tra đánh giá và nội dung giảng dạy.
- Trước khi xây dựng đề cương, một số các môn học được Khoa/Bộ môn giao nhiệm vụ vừa giảng dạy kiến thức, kỹ năng và thái độ của môn học; vừa giảng dạy thêm các kỹ năng nghề nghiệp và kỹ năng mềm cho sinh viên;
- Một số môn học có kiến thức chuyên sâu nghề nghiệp như: Kỹ năng và Quản trị bán hàng, Quản trị truyền thông tích hợp IMC, Kế hoạch Marketing trong doanh nghiệp, Chiến lược marketing, Quản trị dịch vụ khách hàng, Quản trị thương hiệu

2. Mối liên hệ của các học phần/môn học trong việc hình thành năng lực sinh

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	Kỹ 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)			
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

3. Tóm tắt các khối lượng kiến thức

Kiến thức toàn khóa học: 148 (Chưa bao gồm GDTC và GDQP)

Trong đó:

- Kiến thức đại cương: 51 tín chỉ Tỷ lệ: 34,5%
- Kiến thức chuyên nghiệp: 97 tín chỉ Tỷ lệ: 65,5%
 - + Kiến thức cơ sở ngành: 32 tín chỉ Tỷ lệ: 21,6%
 - + Kiến thức chuyên ngành: 56 tín chỉ Tỷ lệ: 37,8%
 - + Thực tập: 3 tín chỉ Tỷ lệ: 2%
 - + Khóa luận tốt nghiệp: 6 tín chỉ Tỷ lệ: 4,1%

4. Khung chương trình đào tạo

TT	MÃ SỐ	TÊN HỌC PHẦN	TÍN CHỈ	SỐ TIẾT		Môn học trước (a), song hành (c), tiên quyết (b)	Hình thức giảng dạy
				LT	TH		
I	KIẾN THỨC GIÁO DỤC ĐẠI CƯƠNG		51	615	273		
	Bắt buộc		49	585	273		
1	75580	Triết học Mác - Lê nin	3	45	0		Elearning
2	75581	Kinh tế Chính trị Mác – Lê nin	2	30	0	075580 (a)	Elearning
3	75582	Chủ nghĩa Xã hội khoa học	2	30	0	075580 (a) 075581 (a)	Elearning
4	75583	Lịch sử Đảng Cộng Sản Việt Nam	2	30	0	075580 (a) 075584 (c)	Elearning
5	75584	Tư tưởng Hồ Chí Minh	2	30	0	075580 (a) 075583 (c)	Elearning
6	070011	Pháp luật đại cương	2	30	0		Lý thuyết
7	001789	Toán cao cấp C1	2	30	0		Lý thuyết
8	073493	Tin học MOS 1 (Windows, Word)	2	0	60		Thực hành
9	073494	Tin học MOS 2 (Excel, Powerpoint)	2	0	60		Thực hành
10	001030	Xác suất thống kê	2	30	0		Lý thuyết
11	071340	Qui hoạch tuyến tính	2	30	0		Lý thuyết
12	073499	Tiếng Anh tổng quát 1	3	30	30		LT+TH
13	073500	Tiếng Anh tổng quát 2	3	30	30	073499 (a)	LT+TH
14	073501	Tiếng Anh giao tiếp quốc tế 1	3	30	30	073500 (a)	Lý thuyết
15	073502	Tiếng Anh giao tiếp quốc tế 2	3	30	3	073501 (a)	Lý thuyết
16	073503	Tiếng Anh giao tiếp quốc tế 3	3	30	30	073502 (a)	LT+TH
17	073504	Tiếng Anh giao tiếp quốc tế 4	3	30	30	073503 (a)	LT+TH
18	070006	Kỹ năng giao tiếp	2	30	0		Lý thuyết
19	070007	Kỹ năng giao tiếp (HP2)	2	30	0	070006 (a)	Lý thuyết
20	071485	Tâm lý học đại cương	2	30	0		Lý thuyết
21	073513	Khởi nghiệp	2	30	0		Lý thuyết kết hợp đề án
22	070023	Giáo dục thể chất	5	15	90		LT+TH
23	070022	Giáo dục quốc phòng	8	90	30		LT+TH
	Tự chọn		2	30	0		

TT	MÃ SỐ	TÊN HỌC PHẦN	TÍN CHỈ	SỐ TIẾT		Môn học trước (a), song hành (c), tiên quyết (b)	Hình thức giảng dạy
				LT	TH		
24	070182	Phương pháp tính	2	30	0		Lý thuyết
25	075651	Kỹ năng bán hàng	2	30	0		Lý thuyết
II	KIẾN THỨC GIÁO DỤC CHUYÊN NGHIỆP		91	1245	240		
II.1	Kiến thức cơ sở ngành		32	480	0		
	Bắt buộc		30	450	0		
26	075069	Nhập môn ngành Quản trị marketing	2	30	0		Lý thuyết
27	000840	Kinh tế vi mô	3	45	0		Lý thuyết
28	000841	Kinh tế vĩ mô	3	45	0		Lý thuyết
29	032005	Marketing căn bản	3	45	0		Lý thuyết
30	070353	Quản trị học	3	45	0		Lý thuyết
31	071871	Thống kê kinh doanh	2	30	0		Lý thuyết
32	073010	Kinh tế lượng ứng dụng trong kinh doanh	3	45	0		Lý thuyết
33	071500	Luật kinh doanh	2	30	0		Lý thuyết
34	073114	Hành vi khách hàng	3	45	0		Lý thuyết
35	000838	Kinh tế quốc tế	3	45	0		Lý thuyết
36	071487	Nguyên lý kế toán	3	45	0		Lý thuyết
	Tự chọn		2	30	0		
37	075415	Kỹ năng quản trị sự thay đổi	2	30	0		Lý thuyết
38	071486	Kỹ năng thuyết trình	2	30	0		Lý thuyết
II.2	Kiến thức ngành/chuyên ngành		59	765	240		
	Kiến thức ngành		27	375	60		
	Bắt buộc		23	315	60		
39	075423	E- marketing và thương mại điện tử	3	30	30		LT+TH
40	075436	Tiếng Anh chuyên ngành Marketing	3	30	30		LT+TH
41	075440	Phương pháp nghiên cứu thị trường	3	45	0		Lý thuyết
42	075471	Quản trị sản xuất và chất lượng	3	45	0		Lý thuyết
43	075461	Quản trị Marketing	3	45	0		Lý thuyết
44	075462	Quản trị chiến lược	3	45	0		Lý thuyết
45	075452	Quản trị nguồn nhân lực	3	45	0		Lý thuyết
46	073561	Quản trị rủi ro trong kinh doanh	2	30	0		Lý thuyết
	Tự chọn		4	60	0		
47	075419	Tổ chức sự kiện	2	30	0		Lý thuyết

TT	MÃ SỐ	TÊN HỌC PHẦN	TÍN CHỈ	SỐ TIẾT		Môn học trước (a), song hành (c), tiên quyết (b)	Hình thức giảng dạy
				LT	TH		
48	073115	Hành vi tổ chức	2	30	0		Lý thuyết
49	075421	Kỹ năng giao tiếp trong kinh doanh	2	30	0		Lý thuyết
50	071507	Chăm sóc khách hàng	2	30	0		Lý thuyết
	Kiến thức chuyên ngành		32	390	180		
51	075434	Kỹ năng và Quản trị bán hàng	4	45	30		LT+TH
52	075441	Quản trị marketing dịch vụ	3	45	0		Lý thuyết
53	075433	Quản trị truyền thông tích hợp IMC	3	45	0		Lý thuyết
54	075435	Kế hoạch Marketing trong doanh nghiệp	4	30	60		LT+TH
55	075443	Chiến lược marketing	3	45	0		Lý thuyết
56	075444	Marketing quốc tế	3	45	0		Lý thuyết
57	075442	Quản trị dịch vụ khách hàng	3	45	0		Lý thuyết
58	075431	Quản trị thương hiệu	3	45	0		Lý thuyết
59	075414	Quan hệ công chúng	3	45	0		Lý thuyết
60	075445	Thực tập ngành Marketing	3	0	90		Thực hành
III	TỐT NGHIỆP		6	0	180		
61	075446	Khóa luận tốt nghiệp/Hoặc môn thay thế KLTN	6		180		Thực hành

5. Phân bổ tiến độ giảng dạy các học phần dự kiến:

TT	MÃ SỐ	TÊN HỌC PHẦN	Tín chỉ	Mã môn học trước (a), song hành (c), tiên quyết (b)
I	HỌC KỲ 1		11	
Bắt buộc			9	
1	070022	Giáo dục quốc phòng	8	
2	001789	Toán cao cấp C1	2	
3	070011	Pháp luật đại cương	2	
4	073499	Tiếng Anh tổng quát 1	3	
5	075069	Nhập môn ngành Quản trị marketing	2	
Tự chọn			2	
1	075651	Kỹ năng bán hàng	2	
2	070182	Phương pháp tính	2	

TT	MÃ SỐ	TÊN HỌC PHẦN	Tín chỉ	Mã môn học trước (a), song hành (c), tiên quyết (b)
II	HỌC KỲ 2		12	
1	070023	Giáo dục thể chất	5	
2	001030	Xác suất thống kê	2	
3	070006	Kỹ năng giao tiếp	2	
4	071340	Qui hoạch tuyến tính	2	
5	073500	Tiếng Anh tổng quát 2	3	073499 (a)
6	070353	Quản trị học	3	
III	HỌC KỲ 3		18	
Bắt buộc			16	
1	075580	Triết học Mác - Lê nin	3	
2	075581	Kinh tế Chính trị Mác – Lê nin	2	075580 (a)
3	032005	Marketing căn bản	3	
4	073501	Tiếng Anh giao tiếp quốc tế 1	3	
5	070007	Kỹ năng giao tiếp (HP2)	2	
6	075414	Quan hệ công chúng	3	
Tự chọn			2	
1	075415	Kỹ năng quản trị sự thay đổi	2	
2	071486	Kỹ năng thuyết trình	2	
IV	HỌC KỲ 4		16	
Bắt buộc			12	
1	075582	Chủ nghĩa Xã hội khoa học	2	075580 (a)
2	071485	Tâm lý học đại cương	2	
3	073502	Tiếng Anh giao tiếp quốc tế 2	3	73501 (a)
4	071500	Luật kinh doanh	2	
5	000840	Kinh tế vi mô	3	
Tự chọn			4	
1	075419	Tổ chức sự kiện	2	
2	073115	Hành vi tổ chức	2	
3	075421	Kỹ năng giao tiếp trong kinh doanh	2	
4	071507	Chăm sóc khách hàng	2	
V	HỌC KỲ 5		21	
1	075583	Lịch sử Đảng Cộng Sản Việt Nam	2	075580 (a)
2	073493	Tin học MOS 1 (Windows, Word)	2	
3	073503	Tiếng Anh giao tiếp quốc tế 3	3	073502 (a)

TT	MÃ SỐ	TÊN HỌC PHẦN	Tín chỉ	Mã môn học trước (a), song hành (c), tiên quyết (b)
4	073114	Hành vi khách hàng	3	
5	075452	Quản trị nguồn nhân lực	3	
6	000841	Kinh tế vĩ mô	3	
7	071871	Thống kê kinh doanh	2	
8	075461	Quản trị Marketing	3	
VI	HỌC KỲ 6		21	
1	075584	Tư tưởng Hồ Chí Minh	2	075580 (a)
2	073494	Tin học MOS 2 (Excel, Powerpoint)	2	
3	073504	Tiếng Anh giao tiếp quốc tế 4	3	073503 (a)
4	073010	Kinh tế lượng ứng dụng trong kinh doanh	3	
5	071487	Nguyên lý kế toán	3	
6	000838	Kinh tế quốc tế	3	
7	075431	Quản trị thương hiệu	3	
8	073513	Khởi nghiệp	2	
VII	HỌC KỲ 7		17	
1	075423	E- marketing và thương mại điện tử	3	
2	075433	Quản trị truyền thông tích hợp IMC	3	
3	075434	Kỹ năng và Quản trị bán hàng	4	
4	075435	Kế hoạch Marketing trong doanh nghiệp	4	
5	075436	Tiếng Anh chuyên ngành Marketing	3	
VIII	HỌC KỲ 8		17	
1	073561	Quản trị rủi ro trong kinh doanh	2	
2	075471	Quản trị sản xuất và chất lượng	3	
3	075445	Thực tập ngành Marketing	3	
4	075440	Phương pháp nghiên cứu thị trường	3	
5	075441	Quản trị marketing dịch vụ	3	
6	075442	Quản trị dịch vụ khách hàng	3	
IX	HỌC KỲ 9		15	
1	075443	Chiến lược marketing	3	
2	075444	Marketing quốc tế	3	

TT	MÃ SỐ	TÊN HỌC PHẦN	Tín chỉ	Mã môn học trước (a), song hành (c), tiên quyết (b)
3	075462	Quản trị chiến lược	3	
4	075446	Khóa luận tốt nghiệp	6	

6. Ma trận thể hiện sự đóng góp của các môn học/ học phần vào Chuẩn đầu ra trong chương trình đào tạo

N (Non support): Không đóng góp cho Chuẩn đầu ra. Đây là những môn học dạy các kiến thức/kỹ năng không liên quan đến Chuẩn đầu ra.

S (Support): Có đóng góp cho Chuẩn đầu ra. Đây là những môn dạy kiến thức/kỹ năng làm cơ sở cho việc đạt được Chuẩn đầu ra.

H (Highly support): Đóng góp nhiều cho Chuẩn đầu ra. Đây là những môn học dạy kiến thức/kỹ năng thực hành các yêu cầu của Chuẩn đầu ra ở mức cơ bản hay nâng cao.

TT	Mã môn học	Tên môn học	Tín chỉ	ELO1 (K1)	ELO2 (K2)	ELO3 (K3)	ELO4 (K4)	ELO5 (S1)	ELO6 (S2)	ELO7 (S3)	ELO8 (S4)	ELO9 (A1)	ELO10 (A2)	Tổng
1	075580	Triết học Mác - Lê nin	3	S	N	N	N	S	S	N	N	S	S	5
2	075581	Kinh tế Chính trị Mác – Lê nin	2	S	N	N	N	S	S	N	N	S	S	5
3	075582	Chủ nghĩa Xã hội khoa học	2	S	N	N	N	S	S	N	N	S	S	5
4	075583	Lịch sử Đảng Cộng Sản Việt Nam	2	S	N	N	N	S	S	N	N	S	S	5
5	075584	Tư tưởng Hồ Chí Minh	2	S	N	N	N	S	S	N	N	S	S	5
6	070011	Pháp luật đại cương	2	H	N	N	N	S	S	N	N	S	S	5
7	001789	Toán cao cấp C1	2	H	N	N	N	S	N	N	N	S	N	3
8	073493	Tin học MOS 1 (Windows, Word)	2	S	N	N	N	N	S	N	N	N	S	3
9	073494	Tin học MOS 2 (Excel, Powerpoint)	2	S	N	N	N	N	S	N	N	N	S	3
10	001030	Xác suất thống kê	2	H	N	N	N	S	N	N	N	S	N	3
11	071340	Qui hoạch tuyến tính	2	H	N	N	N	S	N	N	N	S	N	3
12	073499	Tiếng Anh tổng quát 1	3	S	N	N	N	S	H	N	N	S	S	5
13	073500	Tiếng Anh tổng quát 2	3	S	N	N	N	S	H	N	N	S	S	5

TT	Mã môn học	Tên môn học	Tín chỉ	ELO1 (K1)	ELO2 (K2)	ELO3 (K3)	ELO4 (K4)	ELO5 (S1)	ELO6 (S2)	ELO7 (S3)	ELO8 (S4)	ELO9 (A1)	ELO10 (A2)	Tổng
14	073500	Tiếng Anh tổng quát 2	3	S	N	N	N	S	H	N	N	S	S	5
15	073501	Tiếng Anh giao tiếp quốc tế 1	3	S	N	N	N	S	H	N	N	S	S	5
16	073502	Tiếng Anh giao tiếp quốc tế 2	3	S	N	N	N	S	H	N	N	S	S	5
17	073503	Tiếng Anh giao tiếp quốc tế 3	3	S	N	N	N	S	H	N	N	S	S	5
18	073504	Tiếng Anh giao tiếp quốc tế 4	3	S	N	N	N	S	H	N	N	S	S	5
19	070006	Kỹ năng giao tiếp	2	S	N	N	N	S	H	N	N	S	S	5
20	070007	Kỹ năng giao tiếp (HP2)	2	S	N	N	N	S	H	N	N	S	S	5
21	071485	Tâm lý học đại cương	2	S	N	N	N	S	S	N	N	S	S	5
22	073513	Khởi nghiệp	2	S	N	N	N	S	S	N	N	S	H	5
23	070023	Giáo dục thể chất	5	S	N	N	N	S	S	N	N	S	S	5
24	070022	Giáo dục quốc phòng	8	S	N	N	N	S	S	N	N	S	S	5
25	070182	Phương pháp tính (tự chọn)	2	H	N	N	N	S	N	N	N	S	N	3
26	075651	Kỹ năng bán hàng (tự chọn)	2	S	S	N	N	S	S	N	N	S	N	5
27	075069	Nhập môn ngành Quản trị marketing	2	S	S	S	N	N	N	N	N	S	S	5
28	000840	Kinh tế vi mô	3	H	S	N	N	N	N	N	N	S	N	3
29	000841	Kinh tế vĩ mô	3	H	S	N	S	N	N	N	N	S	N	4
30	032005	Marketing căn bản	3	S	S	N	N	N	N	N	N	N	S	3

TT	Mã môn học	Tên môn học	Tín chỉ	ELO1 (K1)	ELO2 (K2)	ELO3 (K3)	ELO4 (K4)	ELO5 (S1)	ELO6 (S2)	ELO7 (S3)	ELO8 (S4)	ELO9 (A1)	ELO10 (A2)	Tổng
31	070353	Quản trị học	3	S	S	S	N	N	S	N	N	S	S	6
32	071871	Thống kê kinh doanh	2	N	S	S	S	S	S	H	H	S	S	9
33	073010	Kinh tế lượng ứng dụng trong kinh doanh	3	N	S	S	S	S	S	H	H	S	S	9
34	071500	Luật kinh doanh	2	H	N	N	N	H	H	N	N	H	N	4
35	073114	Hành vi khách hàng	3	N	H	N	N	S	S	N	N	N	S	4
36	000838	Kinh tế quốc tế	3	H	S	N	N	N	N	N	N	S	N	3
37	071487	Nguyên lý kế toán	3	S	S	N	N	S	N	N	N	H	N	4
38	075415	Kỹ năng quản trị sự thay đổi (tự chọn)	2	N	S	S	N	N	N	N	N	S	S	4
39	071486	Kỹ năng thuyết trình (tự chọn)	2	N	N	N	N	N	H	N	N	N	S	2
40	075423	E- marketing và thương mại điện tử	3	S	S	S	S	S	S	H	S	S	N	9
41	075436	Tiếng Anh chuyên ngành Marketing	3	N	N	N	N	N	H	N	N	N	H	2
42	075440	Phương pháp nghiên cứu thị trường	3	S	H	N	N	S	S	S	H	S	S	8
43	075471	Quản trị sản xuất và chất lượng	3	S	H	S	N	S	S	S	N	S	N	7
44	075461	Quản trị Marketing	3	N	S	H	S	S	S	N	N	S	N	6
45	075462	Quản trị chiến lược	3	S	S	S	H	N	S	S	N	S	S	7
46	075452	Quản trị nguồn nhân lực	3	S	H	S	S	S	S	N	N	S	N	7
47	073561	Quản trị rủi ro trong kinh doanh	2	S	H	S	N	S	S	N	N	S	N	6

TT	Mã môn học	Tên môn học	Tín chỉ	ELO1 (K1)	ELO2 (K2)	ELO3 (K3)	ELO4 (K4)	ELO5 (S1)	ELO6 (S2)	ELO7 (S3)	ELO8 (S4)	ELO9 (A1)	ELO10 (A2)	Tổng
48	075419	Tổ chức sự kiện (tự chọn)	2	N	H	N	N	N	S	N	N	S	N	3
49	073115	Hành vi tổ chức (tự chọn)	2	S	S	S	N	S	S	H	N	S	S	8
50	075421	Kỹ năng giao tiếp trong kinh doanh (tự chọn)	2	H	N	N	N	N	N	S	N	H	N	3
51	071507	Chăm sóc khách hàng (tự chọn)	2	N	H	S	S	S	S	N	N	S	N	6
52	075434	Kỹ năng và Quản trị bán hàng	4	S	H	S	S	S	S	S	S	S	S	10
53	075441	Quản trị marketing dịch vụ	3	N	S	S	S	S	S	S	N	N	N	6
54	075433	Quản trị truyền thông tích hợp IMC	3	N	S	S	N	S	N	S	H	S	S	7
55	075435	Kế hoạch Marketing trong doanh nghiệp	4	S	S	H	S	S	S	S	S	S	N	9
56	075443	Chiến lược marketing	3	S	S	S	H	H	S	S	S	S	N	9
57	075444	Marketing quốc tế	3	N	S	S	S	S	S	N	N	S	N	6
58	075442	Quản trị dịch vụ khách hàng	3	N	S	N	S	N	S	N	N	S	N	4
59	075431	Quản trị thương hiệu	3	N	S	S	N	S	N	S	N	S	S	6
60	075414	Quan hệ công chúng	3	N	S	N	N	N	S	N	N	S	N	3
61	075445	Thực tập ngành Marketing	3	S	H	S	S	S	H	S	S	H	H	10
62	075446	Khóa luận tốt nghiệp/Hoặc môn thay thế KLTN	6	S	H	S	S	S	S	H	H	H	H	10
Tổng				47	33	22	16	46	48	15	10	55	38	330
Tổng (%)				14,2%	10%	6,6%	4,8%	13,9%	14,5%	4,5%	3,0%	16,6%	11,5%	100%

7. Mô tả tóm tắt nội dung các học phần

Triết học Mác – Lê nin: 3 tín chỉ

Học phần nghiên cứu hệ thống quan điểm và học thuyết khoa học của C.Mác, Ph.Ăngghen và V.I.Lênin về triết học, một trong ba bộ phận cấu thành của chủ nghĩa Mác – Lênin. Nội dung học phần được cấu trúc thành ba phần, tương ứng với sáu bài học. Phần mở đầu khái lược về triết học, triết học Mác – Lênin và vai trò của triết học Mác – Lênin trong đời sống xã hội; Phần thứ hai: Chủ nghĩa duy vật biện chứng; Phần thứ ba: Chủ nghĩa duy vật lịch sử.

Kinh tế chính trị Mác – Lênin: 2 tín chỉ

Học phần Kinh tế chính trị Mác - Lênin được xây dựng với 6 chương. Trong đó, chương 1 trình bày đối tượng, phương pháp nghiên cứu và các chức năng của kinh tế chính trị Mác - Lênin; chương 2, 3, 4, trình bày các vấn đề về hàng hóa và thị trường, sản xuất giá trị thặng dư, cạnh tranh và độc quyền trong nền kinh tế thị trường; chương 5, chương 6 gồm kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa; công nghiệp hóa, hiện đại hóa và hội nhập kinh tế quốc tế ở Việt Nam trong thời kỳ quá độ.

Chủ nghĩa Xã hội khoa học: 2 tín chỉ

Học phần Chủ nghĩa xã hội khoa học được xây dựng với 7 chương. Chương 1 trình bày những vấn đề cơ bản có tính nhập môn của chủ nghĩa xã hội khoa học (quá trình hình thành, phát triển của chủ nghĩa xã hội khoa học). Từ chương 2 đến chương 7 trình bày những nội dung của chủ nghĩa xã hội khoa học theo mục tiêu học phần.

Lịch sử Đảng Cộng Sản Việt Nam: 2 tín chỉ

Học phần cung cấp cho sinh viên, học viên những hiểu biết cơ bản có hệ thống về sự ra đời của Đảng (1920-1930), quá trình Đảng lãnh đạo cuộc đấu tranh giành chính quyền (1930-1945), lãnh đạo hai cuộc kháng chiến chống thực dân Pháp và đế quốc Mỹ xâm lược, hoàn thành giải phóng dân tộc, thống nhất đất nước (1945-1975), lãnh đạo cả nước quá độ lên chủ nghĩa xã hội và tiến hành công cuộc đổi mới (1975-2018). Qua đó khẳng định các thành công, nêu lên những hạn chế, tổng kết những kinh nghiệm về sự lãnh đạo cách mạng của Đảng để giúp người học nâng cao nhận thức, niềm tin đối với Đảng và khả năng vận dụng kiến thức đã học vào thực tiễn công tác, góp phần xây dựng và bảo vệ Tổ quốc Việt Nam xã hội chủ nghĩa.

Tư tưởng Hồ Chí Minh: 2 tín chỉ

Môn học Tư tưởng Hồ Chí Minh bao gồm 6 chương học trình bày các kiến thức tổng quan về đối tượng, phương pháp nghiên cứu cũng như khái niệm, nguồn gốc hình thành tư tưởng Hồ Chí Minh; tư tưởng Hồ Chí Minh về vấn đề dân tộc và chủ nghĩa xã hội, tư tưởng Hồ Chí Minh về Đảng Cộng sản và nhà nước Việt Nam, về đại đoàn kết dân tộc và đoàn kết quốc tế, về văn hoá, đạo đức con người.

Pháp luật đại cương: 2 tín chỉ

Nội dung: Học phần Pháp luật đại cương trang bị cho sinh viên hệ thống kiến thức lý luận cơ bản về nhà nước và pháp luật. Qua đó, sinh viên có được những hiểu biết ban đầu về nguồn gốc, bản chất, các đặc trưng của nhà nước và pháp luật; chức năng, vai trò, hình thức và các kiểu nhà nước; khái niệm pháp luật và các hình thức pháp luật; quy phạm pháp luật, quan hệ pháp luật, hệ thống pháp luật, thực hiện pháp luật, vi phạm pháp luật,

trách nhiệm pháp lý. Thông qua môn học, sinh viên được rèn luyện ý thức chấp hành pháp luật trong cuộc sống.

Toán Cao Cấp C1: 3 tín chỉ

Nội dung: Học phần này cung cấp cho sinh viên những kiến thức cơ bản về toán: Phép tính vi phân hàm một biến. Phép tính vi phân hàm nhiều biến. Phép tính tích phân hàm một biến. Phương trình vi phân.

Tin học MOS 1 (Windows, Word): 2 tín chỉ

Nội dung: Học phần đi vào các vấn đề liên quan đến một số khái niệm cơ bản về công nghệ thông tin (tin học, công nghệ thông tin), quá trình thu nhập, xử lý, lưu trữ, truyền tải thông tin (nhập, xuất); khái niệm và thao tác với hệ điều hành; khái niệm và cách quản lý thư mục/tập tin trên máy tính; thay đổi các tùy chọn trong Control Panel, cách sử dụng Internet; soạn thảo, trình bày, định dạng, quản lý, duy trì và chia sẻ tài liệu trên Microsoft Word.

Tin học MOS 2 (Excel, Powerpoint): 2 tín chỉ

Nội dung: Học phần đi vào các vấn đề liên quan đến một số khái niệm cơ bản về trang tính, số tính, nhập liệu, định dạng các kiểu dữ liệu, trình bày bảng tính; sử dụng công thức và hàm trong bảng tính; sắp xếp, trích lọc và tổ chức dữ liệu; chia sẻ tài liệu trên Microsoft Excel; học phần cũng đi vào các vấn đề liên quan đến xây dựng, tổ chức, sử dụng các đối tượng minh họa cũng như việc sử dụng các hiệu ứng trên Microsoft PowerPoint.

Xác suất thống kê: 2 tín chỉ

Nội dung: Lý thuyết xác suất thống kê giới thiệu các kiến thức bao gồm: lý thuyết xác suất, biến ngẫu nhiên và luật phân phối xác suất, lý thuyết mẫu và các bài toán cơ bản của thống kê như ước lượng, kiểm định giả thuyết, hồi qui và tương quan.

Quy hoạch tuyến tính: 2 tín chỉ

Nội dung: Học phần “Quy hoạch tuyến tính” cung cấp cho người học kiến thức nền tảng lý thuyết của qui hoạch tuyến tính về thuật toán đơn hình, bài toán đối ngẫu, bài toán vận tải, phương pháp sơ đồ mạng PERT – CPM. Hiểu được và biết vận dụng các kỹ năng xác lập và tính toán vào quá trình giải các bài toán ma trận để lựa chọn giải pháp giải quyết tối ưu cho các hàm kinh tế kỹ thuật trong hoạt động thực tiễn xã hội.

Tiếng Anh tổng quát 1: 3 tín chỉ

Nội dung: Tiếng Anh tổng quát 1 được giảng dạy cho sinh viên hệ Anh Văn không chuyên gồm 06 bài đầu của giáo trình World English 2 (60 tiết) và học online với nội dung do TTNN biên soạn. Cấp học này cung cấp cho sinh viên những kiến thức tiếng Anh cơ bản mức độ nâng cao, giúp sinh viên rèn luyện 4 kỹ năng nghe, nói, đọc, viết và thực hành các tình huống giao tiếp với các chủ đề thông thường về “bản thân, sở thích cá nhân, làm quen kết bạn, sức khỏe, lối sống, cột mốc quan trọng trong đời”.

Tiếng Anh tổng quát 2: 3 tín chỉ

Nội dung: Tiếng Anh tổng quát 2 được giảng dạy cho sinh viên hệ Anh Văn không chuyên gồm 06 bài sau của giáo trình World English 2 (60 tiết) và học online với nội dung do TTNN biên soạn. Cấp học này cung cấp cho sinh viên những kiến thức tiếng Anh cơ bản

mức độ nâng cao, giúp sinh viên tiếp tục rèn luyện 4 kỹ năng nghe, nói, đọc, viết và thực hành các tình huống giao tiếp với các chủ đề về “những mặt hàng cao cấp mắc tiền; thiên nhiên; cuộc sống trong quá khứ; đi du lịch; sự nghiệp và lễ hội”.

Tiếng Anh giao tiếp quốc tế 1: 3 tín chỉ

Nội dung: Tiếng Anh giao tiếp quốc tế 1 được giảng dạy cho sinh viên hệ Anh Văn không chuyên gồm 50% nội dung đầu của giáo trình Campus Toeic (60 tiết) và hệ thống bài tập trực tuyến do Trung Tâm Ngoại Ngữ biên soạn. Sinh viên tiếp tục học tiếng Anh ở cấp độ nâng cao, rèn luyện 4 nhóm kỹ năng nghe, nói, đọc, viết và thực hành các tình huống giao tiếp thực sự với giáo viên bản ngữ, đồng thời làm quen với các kỹ năng làm bài thi TOEIC.

Tiếng Anh giao tiếp quốc tế 2: 3 tín chỉ

Nội dung: Tiếng Anh giao tiếp quốc tế 2 được giảng dạy cho sinh viên hệ Anh Văn không chuyên gồm 50% nội dung còn lại của giáo trình Campus Toeic (60 tiết) và hệ thống bài tập trực tuyến do Trung Tâm Ngoại Ngữ biên soạn. Sinh viên tiếp tục học tiếng Anh ở cấp độ nâng cao, rèn luyện 4 nhóm kỹ năng nghe, nói, đọc, viết và thực hành các tình huống giao tiếp thực sự với giáo viên bản ngữ, đồng thời phát triển các kỹ năng làm bài thi TOEIC.

Tiếng Anh giao tiếp quốc tế 3: 3 tín chỉ

Nội dung: Tiếng Anh giao tiếp quốc tế 3 được giảng dạy cho sinh viên hệ Anh Văn không chuyên gồm 50% nội dung đầu của giáo trình Next Level Toeic (60 tiết) và hệ thống bài tập trực tuyến do Trung Tâm Ngoại Ngữ biên soạn. Ở cấp độ này, sinh viên tiếp tục học tiếng Anh ở cấp độ nâng cao, rèn luyện 4 nhóm kỹ năng nghe, nói, đọc, viết, đồng thời phát triển hơn nữa các kỹ năng làm bài thi TOEIC.

Tiếng Anh giao tiếp quốc tế 4: 3 tín chỉ

Nội dung: Tiếng Anh giao tiếp quốc tế 4 được giảng dạy cho sinh viên hệ Anh Văn không chuyên gồm 50% nội dung còn lại của giáo trình Next Level Toeic (60 tiết) và hệ thống bài tập trực tuyến do Trung Tâm Ngoại Ngữ biên soạn. Cấp học này cung cấp cho sinh viên những kiến thức tiếng Anh cơ bản ở mức độ nâng cao, giúp sinh viên tiếp tục rèn luyện 2 kỹ năng nghe - đọc và ôn luyện cho sinh viên những kiến thức, kỹ năng cần thiết để làm bài thi TOEIC quốc tế đạt mức điểm cao theo yêu cầu của nhà trường.

Kỹ năng giao tiếp 1: 02 tín chỉ

Nội dung: học phần “Kỹ năng giao tiếp” cung cấp cho người học những kiến thức cơ bản về tư duy giao tiếp xã hội và kỹ năng giao tiếp cơ bản trong hoạt động nghề nghiệp xã hội. Người học nắm vững những vấn đề khoa học cơ bản về tâm lý giao tiếp và nguyên tắc giao tiếp có hiệu quả trong hoạt động thuyết trình, phỏng vấn xin việc làm chuyên nghiệp, phân tích đánh giá bản thân, đề hình thành tính chủ động, năng động, tự tin trong quá trình lập nghiệp và học tập suốt đời. Biết vận dụng có hiệu quả các kỹ năng lắng nghe, ứng xử, điều hành, giải quyết vấn đề và kỹ năng sống trong giao tiếp khách hàng, đồng nghiệp thông qua các yếu tố ngôn ngữ nói, viết và ngôn ngữ cơ thể phù hợp với chuẩn mực đạo đức xã hội và môi trường xung quanh.

Kỹ năng giao tiếp (HP2): 02 tín chỉ

Nội dung: giới thiệu cho sinh viên những nguyên lý giao tiếp chuyên sâu, để từ đó ứng dụng các nguyên lý này vào giao tiếp trong cuộc sống, công việc và học tập. Cụ thể, sinh

viên sẽ biết vận dụng các nguyên lý giao tiếp hiệu quả vào việc viết E-mail, giao tiếp, thông báo, báo cáo Khoa học, các loại văn bản kinh doanh gửi cho khách. Sinh viên cũng sẽ được chuẩn bị các kỹ năng viết hồ sơ xin việc và phỏng vấn xin việc làm chuyên sâu. Trong khi học các kỹ năng viết e-mail, viết báo cáo, sinh viên sẽ được giao những bài tập làm trong nhóm (tại lớp hay tại nhà), từ đó sẽ hiểu cách làm việc nhóm hiệu quả nhất cũng như cách giao tiếp tốt nhất trong nhóm

Tâm lý học đại cương: 2 tín chỉ

Nội dung: Trang bị các khái niệm cơ bản của khoa học tâm lý và các phương pháp nghiên cứu trong tâm lý học làm cơ sở để hiểu được: • Nguồn gốc nảy sinh, hình thành và phát triển tâm lý, ý thức. • Bản chất của các quá trình tâm lý của con người như: Nhận thức; Xúc cảm – tình cảm; hành động và các thuộc tính tâm lý tạo nên cấu trúc nhân cách con người.

Khởi nghiệp: 2 tín chỉ

Nội dung: Cung cấp cho sinh viên những kiến thức cơ bản, kỹ năng về lập kế hoạch hàng năm cho các bộ phận trong công ty và lập dự án khởi nghiệp, như: tổng quan về kế hoạch kinh doanh, nội dung và quá trình lập kế hoạch kinh doanh, thu thập thông tin, kế hoạch tiếp thị, kế hoạch sản xuất, kế hoạch nhân sự, kế hoạch tài chính, phân tích rủi ro trong lập kế hoạch kinh doanh, đánh giá kế hoạch kinh doanh và các vấn đề thực tiễn, triển khai một kế hoạch kinh doanh mẫu.

Giáo dục quốc phòng: 8 tín chỉ

Nội dung: Gồm 3 phần

Phần I trang bị cho sinh viên những kiến thức cơ bản về đối tượng, phương pháp nghiên cứu môn học Giáo dục quốc phòng – an ninh; Quan điểm của chủ nghĩa Mác-Lênin, tư tưởng Hồ Chí Minh về chiến tranh, quân đội và bảo vệ Tổ quốc; Xây dựng nền quốc phòng toàn dân, an ninh nhân dân; Chiến tranh nhân dân bảo vệ Tổ quốc Việt Nam xã hội chủ nghĩa; Xây dựng lực lượng vũ trang nhân dân Việt Nam; Kết hợp phát triển kinh tế - xã hội với tăng cường củng cố quốc phòng – an ninh; Nghệ thuật quân sự Việt Nam; Với những kiến thức được trang bị giúp cho sinh viên nhận thức đúng về nguồn gốc, bản chất và tính chất của chiến tranh, nắm được các quan điểm của Đảng về xây dựng nền quốc phòng toàn dân, lực lượng vũ trang nhân dân bảo vệ Tổ quốc Việt Nam xã hội chủ nghĩa, bước đầu tìm hiểu về nghệ thuật đánh giặc của ông cha ta và nghệ thuật quân sự Việt Nam từ khi có Đảng và Chủ tịch Hồ Chí Minh lãnh đạo.

Phần II trang bị cho sinh viên những kiến thức cơ bản về phòng chống chiến lược “diễn biến hòa bình”, bạo loạn lật đổ của các thế lực thù địch đối với cách mạng Việt Nam; Phòng chống địch tiến công hòa lực bằng vũ khí công nghệ cao; Xây dựng lực lượng dân quân tự vệ, lực lượng dự bị động viên và động viên công nghiệp quốc phòng; Xây dựng và bảo vệ chủ quyền lãnh thổ, biên giới quốc gia; Một số nội dung cơ bản về dân tộc, tôn giáo và đấu tranh phòng chống địch lợi dụng vấn đề dân tộc và tôn giáo chống phá cách mạng Việt Nam; Những vấn đề cơ bản về bảo vệ an ninh quốc gia và giữ gìn trật tự, an toàn xã hội; Những vấn đề cơ bản về đấu tranh phòng chống tội phạm và tệ nạn xã hội; Xây dựng phong trào toàn dân bảo vệ an ninh Tổ quốc; Với những kiến thức được trang bị giúp cho sinh viên có niềm tin chiến thắng trong phòng chống chiến lược “diễn biến hòa bình” bạo loạn lật đổ của các thế lực thù địch bảo vệ vững chắc Tổ quốc Việt Nam xã

hội chủ nghĩa. Vận dụng linh hoạt những kiến thức đã học về quốc phòng, an ninh vào thực tiễn trong học tập và công tác.

Phần III trang bị cho sinh viên những kiến thức cơ bản về: Đội ngũ đơn vị và ba môn quân sự phối hợp; Sử dụng bản đồ địa hình quân sự; Giới thiệu một số loại vũ khí bộ binh; Thuốc nổ; Phòng chống vũ khí hủy diệt lớn; Cấp cứu ban đầu vết thương chiến tranh; Tùng người trong chiến đấu tiến công và phòng ngự; Kỹ thuật bắn súng tiểu liên AK(CKC); Với những kiến thức được trang bị giúp cho sinh viên có những kiến thức chung về quân sự phổ thông, những kỹ năng quân sự cần thiết nhằm đáp ứng yêu cầu xây dựng, củng cố lực lượng vũ trang nhân dân, sẵn sàng thực hiện nghĩa vụ bảo vệ Tổ quốc xã hội chủ nghĩa.

Giáo dục thể chất: 05 tín chỉ

Gồm 2 nội dung:

Nội dung của học phần 1- Cờ vua: Trang bị cho sinh viên những tri thức cơ bản của môn học, những lý thuyết về kỹ - chiến thuật cơ bản các giai đoạn của một ván đấu. Sinh viên biết cách suy nghĩ độc lập và sáng tạo trong khi giải quyết các nhiệm vụ, các tình huống nảy sinh trong một ván cờ, nắm vững và vận dụng được các kỹ chiến thuật cơ bản vào thực tiễn từng giai đoạn ván cờ. Có kỹ năng vận dụng các kiến thức về môn học. Rèn luyện năng lực tư duy, trí nhớ và năng lực tâm lý, khả năng tập trung, tính quyết đoán, lòng tự trọng và tính kỷ luật của sinh viên.

Nội dung của học phần 2 - Taekwondo: Trang bị cho sinh viên một số điều luật thi đấu của môn Taekwondo. Hiểu được nguyên lý kỹ thuật của các đòn chân, các đòn tay, bài quyền số 1 và phương pháp thi đấu của môn Taekwondo. Thực hiện thành thạo các thế tấn, đòn tay, đòn chân, các phương pháp thi đấu và bài quyền số 1. Với môn học mang đậm tính nghệ thuật sẽ giúp học viên yêu thích môn học, tạo hưng phấn và kích thích người tập tích cực tập luyện thường xuyên nhằm nâng cao sức khỏe và thể tự vệ.

Phương pháp tính: 2 Tín chỉ

Nội dung: Cung cấp cho người học kiến thức nền tảng lý thuyết về sai số, các phương pháp nội suy đa thức, phương pháp giải gần đúng phương trình, đạo hàm, tích phân xác định, phương trình vi phân thường. Hiểu được và biết vận dụng các kỹ năng tính toán mức độ sai số cho phép vào trong quá trình tìm các giải pháp tối ưu mang tính khả thi khả dụng cho các bài toán kỹ thuật công nghệ cụ thể, các hàm kinh tế xã hội, đáp ứng các mục tiêu đặt ra trong hoạt động thực tiễn xã hội của các ngành, chuyên ngành.

Kỹ năng bán hàng: 2 tín chỉ

Nội dung: Môn học giúp sinh viên hiểu được tầm quan trọng của việc kinh doanh và cụ thể là hoạt động bán hàng trong doanh nghiệp. Trang bị cho sinh viên những kiến thức cơ bản và các kỹ năng cần thiết về công tác chuẩn bị bán hàng, tiếp cận các cửa hàng, giới thiệu sản phẩm dịch vụ, xử lý các phản bác và cách kết thúc đơn hàng; cũng như các kiến thức hỗ trợ giúp bán hàng có hiệu quả.. Kết thúc môn học, sinh viên có thể biết cách tiếp cận bán hàng, khai thác các kỹ năng để bán được hàng, phát triển các kỹ năng cần thiết để vận dụng trong thực tế sau này.

Nhập môn ngành QT Marketing: 2 tín chỉ

Nội dung: Học phần cung cấp cho sinh viên những kiến thức cơ bản về Marketing: các khái niệm, thuật ngữ cơ bản của Marketing, xu hướng phát triển của Marketing hiện nay

với phương pháp học tập môn marketing một cách hiệu quả. Bên cạnh đó môn học giới thiệu cho sinh viên các tố chất, tư duy, kỹ năng và thái độ cần có của người làm marketing trong các lĩnh vực như quảng cáo, truyền thông, nghiên cứu thị trường, các dịch vụ hỗ trợ hay đảm nhận các vị trí cụ thể trong doanh nghiệp.

Kinh tế vi mô: 3 tín chỉ

Nội dung: Cung cấp cho sinh viên những kiến thức căn bản về Kinh tế vi mô như: những vấn đề cơ bản về kinh tế vi mô, thị trường, cầu và cung, lý thuyết hành vi của người tiêu dùng, lý thuyết về sản xuất và chi phí, lý thuyết cạnh tranh hoàn toàn, lý thuyết độc quyền hoàn toàn, lý thuyết cạnh tranh không hoàn toàn.

Kinh tế vĩ mô: 3 tín chỉ

Nội dung: Cung cấp cho sinh viên những kiến thức căn bản về: Khái quát về kinh tế vĩ mô, Cách tính sản lượng quốc gia, Lý thuyết xác định sản lượng cân bằng quốc gia, Chính sách tài khóa và chính sách ngoại thương, Tiền tệ ngân hàng và chính sách tiền tệ, Mô hình IS-LM, Mô hình tổng cung tổng cầu, Lạm phát và thất nghiệp, Phân tích vĩ mô trong nền kinh tế mở.

Marketing căn bản: 3 tín chỉ

Nội dung: Cung cấp cho sinh viên những kiến thức căn bản về hoạt động marketing như: nhập môn marketing, môi trường marketing, hành vi khách hàng, nghiên cứu marketing, phân khúc thị trường – lựa chọn thị trường mục tiêu – định vị trong thị trường, chiến lược sản phẩm, chiến lược định giá, chiến lược phân phối, chiến lược xúc tiến, lập kế hoạch, tổ chức, thực hiện và kiểm soát marketing.

Quản trị học: 3 tín chỉ

Nội dung: Quản trị học cung cấp cho người học những kiến thức và kỹ năng nhằm thực hiện các hoạt động kết hợp các hoạt động cá nhân riêng lẻ trong một tổ chức để hoàn thành những mục tiêu chung. Môn học bắt đầu với quản trị là gì và nhà quản trị là ai, làm gì, làm việc ở đâu? Tại sao phải nghiên cứu quản trị? Những tác động của môi trường bên ngoài và bên trong của tổ chức ảnh hưởng đến việc lựa chọn đến việc ban hành quyết định hiệu quả của của một tổ chức. Chức năng của quản trị học bao gồm: hoạch định, tổ chức, lãnh đạo, kiểm tra được coi là nguyên lý căn bản được ứng dụng trong tất cả các lĩnh vực hoạt động quản trị.

Quản trị học là môn học rộng phục vụ cho mọi định hướng nghề nghiệp, không chỉ trong lĩnh vực kinh doanh mà cả trong lĩnh vực phi kinh doanh; không chỉ đối với hoạt động của tổ chức mà cả đối với hoạt động cá nhân riêng lẻ; bởi lẽ, để hoạt động có hiệu quả thì ở lĩnh vực nào cũng cần thiết phải có kiến thức quản trị.

Thống kê kinh doanh: 2 tín chỉ

Nội dung: Cung cấp cho sinh viên và những người trong lĩnh vực quản trị kinh doanh và kinh tế những kiến thức, kỹ thuật ứng dụng thống kê, phân tích dữ liệu, dự báo để ra quyết định và tìm giải pháp tối ưu cho các vấn đề.

Kinh tế lượng ứng dụng trong kinh doanh: 3 tín chỉ

Nội dung: Môn học cung cấp cho sinh viên cơ sở phương pháp luận đo lường các mối quan hệ kinh tế dựa vào các mô hình lý thuyết kinh tế, số liệu thực tế và thống kê toán. Qua đó, sinh viên biết cách tính toán, diễn dịch ý nghĩa của các hệ số hồi quy, đánh giá mức độ chính xác cũng như là độ phù hợp của mô hình hồi quy tuyến tính và nhận diện được tác động của các mối quan hệ kinh tế này.

Luật kinh doanh: 2 tín chỉ

Nội dung: Học phần cung cấp cho người học những kiến thức lý luận chung về luật Kinh doanh trong bối cảnh nền kinh tế thị trường; quy chế pháp lý của các chủ thể kinh doanh, qua đó, sinh viên có thể lựa chọn các loại hình doanh nghiệp phù hợp để khởi nghiệp trong tương lai. Ngoài ra, học phần cũng cung cấp những kiến thức về các loại hợp đồng kinh doanh và các quy định pháp luật về giải quyết tranh chấp trong kinh doanh.

Hành vi khách hàng: 3 tín chỉ

Nội dung: Cung cấp cho sinh viên những kiến thức căn bản về hành vi người tiêu dùng như: những vấn đề cơ bản về hành vi người tiêu dùng, phát triển và sử dụng thông tin về hành vi người tiêu dùng, động cơ, khả năng và cơ hội, nhận thức, kiến thức và trí nhớ, thái độ, tiến trình ra quyết định: nhận biết vấn đề, tìm kiếm thông tin, đánh giá và ra quyết định, tiến trình sau quyết định, ảnh hưởng của văn hóa và giai cấp xã hội đến hành vi người tiêu dùng, ảnh hưởng của tuổi tác, giới tính, hộ gia đình và truyền thông xã hội đến hành vi người tiêu dùng, ảnh hưởng của giá trị, tính cách và lối sống đến hành vi người tiêu dùng, hành vi tiêu dùng biểu tượng, chấp nhận, phản đối và phổ biến sản phẩm mới..

Kinh tế quốc tế: 3 tín chỉ

Nội dung: Cung cấp cho sinh viên những kiến thức cơ bản về kinh tế quốc tế như: những vấn đề chung về kinh tế quốc tế, lý thuyết cổ điển về mậu dịch quốc tế, lý thuyết hiện đại về mậu dịch quốc tế, thuế quan - một hình thức hạn chế mậu dịch, các hình thức hạn chế mậu dịch khác và đàm phán mậu dịch đa phương, liên kết kinh tế quốc tế, sự di chuyển nguồn lực quốc tế.

Nguyên lý kế toán: 3 tín chỉ

Nội dung: Môn nguyên lý Kế toán là môn học cung cấp những kiến thức nền tảng về kế toán, qua đó tạo cơ sở để tiếp tục học tập, nghiên cứu các môn học kế toán chuyên ngành.

Nội dung cơ bản của môn Nguyên lý Kế toán bao gồm việc trình bày và giải thích đối tượng của kế toán, các phương pháp kế toán được sử dụng để thu thập, xử lý, tổng hợp và cung cấp thông tin và một số nội dung kế toán cơ bản trong doanh nghiệp. Môn học nguyên lý kế toán sẽ rất bổ ích cho những ai muốn tìm hiểu, nghiên cứu về kế toán.

Kỹ năng quản trị sự thay đổi: 2 tín chỉ

Nội dung: Môn học trang bị cho người học những kiến thức cần thiết về sự thay đổi như: hình thức thay đổi, loại thay đổi những áp lực khiến cho tổ chức phải thay đổi... Người

học cũng được cung cấp các kiến thức về những mô hình quản trị sự thay đổi, quy trình quản trị sự thay đổi, những phản ứng của các cá nhân trong tổ chức trước những thay đổi. Từ đó, người học sẽ có thể vận dụng các kiến thức về quản trị sự thay đổi để lập được kế hoạch cho sự thay đổi, theo dõi, kiểm soát quá trình thay đổi, đưa ra những biện pháp xử lý những phản ứng của con người trước thay đổi trong tổ chức để đảm bảo hiệu quả cho tổ chức trong quá trình thay đổi. Môn học cũng giúp cho người học nhận thức được tầm quan trọng của việc quản trị sự thay đổi từ đó có thái độ tích cực hơn với những thay đổi trong cuộc sống.

Kỹ năng thuyết trình: 2 tín chỉ

Nội dung: Học phần này trang bị những khái niệm cơ bản về kỹ năng thuyết trình, tập trung phân tích yêu cầu, phương pháp cần áp dụng và thực hiện để hoạt động thuyết trình có hiệu quả cao. Đồng thời học phần còn cung cấp những cách thức giúp người học có thể tự đánh giá kết quả thuyết trình để tiến bộ hơn trong quá trình học tập, làm việc và giao tiếp.

E- marketing và thương mại điện tử: 3 tín chỉ

Nội dung: Cung cấp cho sinh viên những kiến thức về hoạt động thương mại và kinh doanh trực tuyến. Trên cơ sở đó, giúp sinh viên có được kiến thức nền tảng về thương mại điện tử, cơ sở vận hành thương mại điện tử (mạng LAN/WAN), hiểu về mạng trong và ngoài công ty (Intranet/Extranet), mạng toàn cầu (Internet) và các dịch vụ đi kèm... Bên cạnh đó sinh viên sẽ được cung cấp những mô hình cơ bản thương mại trực tuyến, hành vi của người mua hàng trực tuyến, các hình thức PR, Marketing trực tuyến và thanh toán trực tuyến...

Tiếng Anh chuyên ngành Marketing: 3 tín chỉ

Nội dung: Học phần sẽ cung cấp cho sinh viên những kiến thức và khái niệm tiếng anh liên quan đến hoạt động chuỗi cung ứng, gia tăng kỹ năng đọc viết cũng như năng lực giao tiếp tiếng anh thông thạo trong những bối cảnh liên quan đến chuỗi cung ứng. Học phần bao gồm 10 bài học và mỗi bài học sẽ giải quyết những khái niệm và vấn đề liên quan đến chuỗi cung ứng. Những bài học được thiết kế giúp cho sinh viên hiểu được những tình tiết thực tế thông qua tiếng anh. Bên cạnh đó, phần từ vựng chuyên ngành chuỗi cung ứng và văn phạm được lồng ghép vào những bài tập cuối mỗi bài học. Đảm bảo cho sinh viên có thể gia tính trải nghiệm qua từng bài học thông qua 4 kỹ năng nghe nói đọc viết.

Phương pháp nghiên cứu thị trường: 3 tín chỉ

Nội dung: Cung cấp cho sinh viên kiến thức cơ bản về kinh tế, giúp cho sinh viên có thể hiểu biết các chiến lược cạnh tranh, hoạch định nghiên cứu thị trường để đề ra các chiến lược tiếp thị đồng thời nhận biết được vị thế của các doanh nghiệp trên thị trường đồng thời nâng cao khả năng nghiên cứu thị trường của sinh viên.

Quản trị sản xuất và chất lượng: 3 tín chỉ

Nội dung: Môn học cung cấp cho sinh viên kiến thức cần thiết để quy trình hóa các hoạt động sản xuất, tổ chức là như thế nào. Các hoạt động tạo ra sản phẩm vật chất cũng như sản phẩm dịch vụ, bao gồm: tổng quát về việc vận hành doanh nghiệp, tổ chức sản xuất ra sao, bố trí sản xuất như thế nào, chiến lược sản xuất, làm cách nào để hoạch định tổng hợp, quản trị tồn kho, điều độ tác nghiệp nhằm đưa ra các quyết định quản trị đúng đắn, hợp lý trong quá trình vận hành của một tổ chức. Môn học cũng giới thiệu cho sinh viên kiến thức về quản lý chất lượng trong một đơn vị sản xuất hay dịch vụ như: quản lý chất lượng theo TQM, các công cụ quản lý chất lượng 5S, JIT, TPM... để quản lý và cải tiến chất lượng sản phẩm ngày càng tốt hơn nhằm bắt nhịp với sự phát triển kinh tế xã hội.

Quản trị Marketing: 3 tín chỉ

Nội dung: Môn học này cung cấp cho sinh viên những kiến thức về quản trị marketing như: Tổng quan và quản trị marketing, tạo dựng giá trị, sự thỏa mãn và lòng trung thành của khách hàng, hoạch định chiến lược marketing, hệ thống thông tin marketing và môi trường marketing, phân tích hành vi khách hàng, phân tích cạnh tranh và chiến lược cạnh tranh, phân đoạn thị trường và lựa chọn thị trường mục tiêu, chiến lược định vị và xây dựng thương hiệu.

Quản trị chiến lược: 3 tín chỉ

Nội dung: Quản trị chiến lược xem xét và phân tích tình hình hoạt động của doanh nghiệp, các vấn đề về lập chiến lược và thực thi chiến lược theo quan điểm của giám đốc doanh nghiệp, cung cấp khung tổng quát để quản lý tổ chức và các bộ phận chức năng. Học phần cung cấp những kiến thức căn bản về những nguyên lý quản trị chiến lược và sự vận dụng thực tiễn doanh nghiệp như: những khái niệm về chiến lược và quản trị chiến lược các mô hình quản trị chiến lược, ứng dụng nguyên lý và chức năng quản trị vào chiến lược của doanh nghiệp (hoạch định chiến lược, tổ chức thực hiện chiến lược, đánh giá, kiểm soát và điều chỉnh thay đổi chiến lược doanh nghiệp phù hợp dưới những điều kiện môi trường, xu hướng phát triển thị trường và nguồn lực của doanh nghiệp).

Quản trị nguồn nhân lực: 3 tín chỉ

Nội dung: Giúp sinh viên hiểu rõ vai trò then chốt của nguồn nhân lực và quản trị nguồn nhân lực trong các tổ chức. Trang bị cho sinh viên những kiến thức chuyên sâu và các công cụ cần thiết về thu hút, phát triển và duy trì nhân sự trong doanh nghiệp; nắm được những quan điểm và xu hướng mới trong quản trị nguồn nhân lực, hiểu được các chức năng quản trị nguồn nhân lực, làm quen với các công cụ quản trị nguồn nhân lực, phát triển các kỹ năng cần thiết để vận dụng trong thực tế sau này. Môn học giúp Sinh viên nắm vững các cách thức thiết kế và trình bày một chủ đề cho trước, cho một đối tượng cụ thể một cách thuyết phục nhằm đạt được mục đích đã định.

Quản trị rủi ro trong kinh doanh: 2 tín chỉ

Nội dung: Môn học cung cấp cho sinh viên những kiến thức cơ bản về quản trị rủi ro và khủng hoảng, quản trị rủi ro chiến lược, môi trường văn hóa và những rủi ro, môi trường luật pháp - chính trị - kinh tế và các rủi ro, các rủi ro trong kinh doanh xuất nhập khẩu,

các công cụ để đánh giá khả năng quản trị khủng hoảng, và những công việc cần làm trước, trong và sau khủng hoảng.

Tổ chức sự kiện: 2 tín chỉ

Nội dung: Môn học cung cấp cho sinh viên (SV) các nguyên tắc cơ bản và cách thức thực hiện khi tổ chức hội họp, triển lãm, hội thảo, hội nghị, họp mặt... trong điều kiện Việt Nam hiện nay. - SV sẽ được hướng dẫn cách thu thập thông tin và các nguồn lực phục vụ cho công tác tìm ý tưởng, lên kế hoạch, tổ chức, giám sát và kết thúc các sự kiện. Các nhóm SV sẽ thực hành tổ chức các sự kiện dựa trên sự hướng dẫn của giảng viên.

Hành vi tổ chức: 2 tín chỉ

Nội dung: Cung cấp cho sinh viên những kiến thức cơ bản về hành vi tổ chức như: giới thiệu về hành vi tổ chức, những cơ sở của hành vi cá nhân: giá trị, thái độ và sự thỏa mãn đối với công việc, nhận thức và ra quyết định, động viên, những cơ sở của hành vi nhóm, xung đột, giao tiếp, văn hóa tổ chức, đổi mới và phát triển tổ chức.

Kỹ năng giao tiếp trong kinh doanh: 2 tín chỉ

Nội dung: Cung cấp cho sinh viên những kiến thức căn bản về giao tiếp trong kinh doanh như: tổng quan về hoạt động giao tiếp, cấu trúc của hoạt động giao tiếp, cơ sở của hoạt động giao tiếp, giao tiếp trong môi trường tổ chức, các kỹ năng giao tiếp thông dụng trong kinh doanh, kỹ năng giao tiếp, thương lượng trong kinh doanh.

Chăm sóc khách hàng: 2 tín chỉ

Nội dung: Môn học cung cấp cho sinh viên (SV) các nguyên tắc cơ bản và cách thức thực hiện khi tổ chức hội họp, triển lãm, hội thảo, hội nghị, họp mặt... trong điều kiện Việt Nam hiện nay. - SV sẽ được hướng dẫn cách thu thập thông tin và các nguồn lực phục vụ cho công tác tìm ý tưởng, lên kế hoạch, tổ chức, giám sát và kết thúc các sự kiện. Các nhóm SV sẽ thực hành tổ chức các sự kiện dựa trên sự hướng dẫn của giảng viên.

Kỹ năng và Quản trị bán hàng: 4 tín chỉ

Nội dung: Môn học nhằm trang bị cho sinh viên những kiến thức căn bản về quản trị bán hàng, cách phân tích và ứng dụng lý thuyết vào thực tế các hoạt động quản trị bán hàng của doanh nghiệp cũng như những kiến thức căn bản về hành vi khách hàng như những vấn đề cơ bản về hành vi người tiêu dùng, tiến trình ra quyết định mua hàng của người tiêu dùng.

Quản trị Marketing dịch vụ (3 tín chỉ)

Nội dung: Cung cấp những hiểu biết và kiến thức về những nguyên lý marketing dịch vụ và sự vận dụng chúng vào thực tiễn doanh nghiệp và nghiên cứu marketing dịch vụ, môi trường marketing và thị trường các doanh nghiệp; nhận dạng nhu cầu và hành vi khách hàng; phương pháp luận nghiên cứu marketing dịch vụ và nguyên lý ứng xử của doanh nghiệp với thị trường, gồm: các chiến lược thị trường, các chính sách marketing dịch vụ và tổ chức quản trị marketing dịch vụ của doanh nghiệp

Quản trị truyền thông tích hợp IMC: 3 tín chỉ

Nội dung: Môn học Cung cấp cho sinh viên những kiến thức cơ bản về quản trị chiêu thị/truyền thông tích hợp như: tổng quan quản trị truyền thông tích hợp, quá trình truyền thông tích hợp, quá trình ra quyết định tiêu dùng, phân khúc thị trường và định vị, thiết các mục tiêu chiêu thị và ngân sách chiêu thị, chào bán hàng trực tiếp, phát triển chiến lược bán hàng, thực hiện chiến lược bán hàng, quản trị khuyến mãi, khuyến mãi đối với người tiêu dùng, khuyến mãi đối với người trung gian và nhân viên bán hàng, giao tế, đánh giá và điều khiển chương trình, khía cạnh xã hội của truyền thông tích hợp.

Kế hoạch Marketing trong doanh nghiệp: 4 tín chỉ

Nội dung: Kế hoạch marketing (marketing plan) là một tài liệu bằng văn bản bao gồm những nội dung triển khai lộ trình của hoạt động marketing trong doanh nghiệp. Học phần này giúp sinh viên biết xây dựng kế hoạch Marketing từ những phân tích, nghiên cứu từ môi trường và thị trường để đề ra những chiến lược lớn với mục tiêu trung hạn, ngắn hạn cho cả công ty hoặc cho một nhóm sản phẩm, dịch vụ cụ thể của công ty.

Chiến lược Marketing: 3 tín chỉ

Nội dung: Môn học này là môn học chuyên sâu cho sinh viên ngành Quản trị Kinh doanh chuyên ngành Marketing. Do là môn chuyên sâu, môn học này tiếp tục trang bị những kiến thức chi tiết và cụ thể hơn sau khi sinh viên đã có những kiến thức cơ bản ở các môn Tiếp thị Căn bản và Quản trị Tiếp thị; giúp sinh viên nắm vững hơn nữa các kiến thức đã học và nâng cao khả năng phát triển các chiến lược tiếp thị hiệu quả cho cấp ngành kinh doanh cụ thể (business-level strategy). Sinh viên sẽ được tiếp cận với nhiều ý tưởng cũ và mới, được cập nhật theo tình hình phát triển kinh tế hiện tại, về chiến lược tiếp thị cạnh tranh.

Marketing quốc tế: 3 tín chỉ

Nội dung: Cung cấp cho sinh viên những kiến thức căn bản về marketing quốc tế như: Tổng quan marketing quốc tế, môi trường marketing quốc tế và nghiên cứu marketing quốc tế, phương pháp thâm nhập thị trường thế giới, chiến lược sản phẩm quốc tế, chiến lược giá quốc tế, phân phối sản phẩm quốc tế, chiến lược xúc tiến quốc tế, tổ chức hoạt động marketing quốc tế.

Quản trị dịch vụ khách hàng: 3 tín chỉ

Nội dung: Môn học quản trị quan hệ khách hàng nhằm phát triển các kiến thức cơ bản về việc tổ chức và điều hành các hoạt động chăm sóc khách hàng. Cụ thể, môn học này trang bị cho sinh viên các kiến thức cơ bản về vai trò và tầm quan trọng của quản trị quan hệ/dịch vụ khách hàng, chiến lược quan hệ khách hàng, quản trị cơ sở dữ liệu khách hàng, quản trị xung đột và duy trì sự hài lòng của khách hàng. Môn học cũng cung cấp kiến thức về kiểm tra đánh giá và điều chỉnh hoạt động quản trị quan hệ khách hàng.

Quản trị thương hiệu: 3 tín chỉ

Nội dung: Môn học cung cấp cho sinh viên các kiến thức căn bản về thương hiệu và quản trị thương hiệu bao gồm quan điểm về một số vấn đề cơ bản của thương hiệu, nắm được quy trình xây dựng và định vị thương hiệu, truyền thông và bảo vệ thương hiệu. Bên cạnh đó môn học cũng giúp cho sinh viên phát triển kỹ năng phân tích, đánh giá về các thương hiệu, cách quản trị thương hiệu để từ đó có nhận định và thái độ đúng đắn về công tác quản trị thương hiệu.

Quan hệ công chúng: 3 tín chỉ

Nội dung: Học phần được thực hiện với mục tiêu trang bị cho SV những kiến thức cơ bản về tổng quan quan hệ công chúng, vai trò và tầm quan trọng của quan hệ công chúng trong lĩnh vực truyền thông, các thuyết cơ bản của quan hệ công chúng. Giúp sinh viên biết rõ quy trình và cách thức lập một kế hoạch PR đối nội và đối ngoại, cách đánh giá kế hoạch PR, truyền thông nội bộ, xây dựng mối quan hệ với báo chí, quan hệ với cộng đồng, quan hệ với tổ chức Chính Phủ và PR trong tổ chức Phi Chính Phủ, và các vấn đề khác trong PR như xử lý khủng hoảng, sử dụng mạng xã hội để PR.

Thực tập ngành Marketing: 3 tín chỉ

Nội dung: Học phần cung cấp cho sinh viên kiến thức nâng cao về marketing, môi trường marketing, các chiến lược về sản phẩm, các chiến lược về giá, phân tích cạnh tranh và chiến lược cạnh tranh. Người học có thể hiểu rõ hơn về quá trình quản trị marketing doanh nghiệp, biết cách lập kế hoạch chiến lược marketing, chương trình marketing và triển khai tổ chức thực hiện, kiểm tra và đánh giá.

Khóa luận tốt nghiệp: 6 tín chỉ

Nội dung: Với sự hướng dẫn của Giảng viên, sinh viên thực hiện viết khóa luận về một đề tài cụ thể thuộc chuyên ngành quản Quản trị Marketing.

Khóa luận tốt nghiệp được xem như một công trình nghiên cứu khoa học, yêu cầu sinh viên thực hiện phải nắm vững hệ thống kiến thức, có khả năng phân tích, tổng hợp và vận dụng sáng tạo hệ thống kiến thức về quản trị Marketing vào thực tế nhằm thực hiện tốt các chức năng quản trị trong doanh nghiệp; Giúp sinh viên hệ thống hóa các kiến thức, kỹ năng và vận dụng chúng trong đề tài khóa luận tốt nghiệp một cách có khoa học và sáng tạo; Rèn luyện và nâng cao khả năng tư duy, đặt vấn đề và giải quyết vấn đề. Rèn luyện cho sinh viên tính tự chủ, độc lập trong nghiên cứu và phát huy sở trường của mình trong công trình nghiên cứu khoa học.

Chuyên đề tốt nghiệp: tín chỉ

Nội dung: Chuyên đề tốt nghiệp được xem như một công trình nghiên cứu khoa học. Yêu cầu sinh viên tìm hiểu thực tiễn về những nội dung đã học và những vấn đề có liên quan tại đơn vị thực tế, từ đó phân tích, tổng hợp và vận dụng sáng tạo hệ thống kiến thức về quản trị kinh doanh vào thực tế nhằm thực hiện tốt các chức năng quản trị trong doanh nghiệp.

IV. ĐỐI SÁNH CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO ĐÃ THAM KHẢO

4.1. Đối sánh chương trình đào tạo 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)	58 môn/148 tín chỉ	50 môn/128 tín chỉ	51 môn/123 tín chỉ	
- Học phần đại cương	19 môn/37 tín chỉ	17 môn/36 tín chỉ	18 môn/35 tín chỉ	
- Học phần cơ sở ngành	17 môn/46 tín chỉ	14 môn/ 38 tín chỉ	14 môn/ 34 tín chỉ	
- Học phần chuyên ngành	20 môn/59 tín chỉ	17 môn/48 tín chỉ	17 môn/48 tín chỉ	
- Học phần tốt nghiệp	khóa luận (hoặc 2 môn)/6 tín chỉ	khóa luận (hoặc 2 môn)/6 tín chỉ	khóa luận (hoặc 2 môn)/6 tín chỉ	
Các chuyên ngành hẹp của ngành đào tạo (nếu có)	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/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.	Phương pháp giảng dạy chủ động lấy " <i>người học là trung tâm</i> ", người học - đối tượng của hoạt động "dạy", đồng thời là chủ thể của hoạt động "học" 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	Phương pháp giảng dạy rèn luyện cho sinh viên khả năng tự học. Vai trò của người thầy không còn là "người truyền đạt thông tin" nữa mà là người hướng dẫn cho người học đi tìm tri thức. Lớp học là môi trường giao tiếp giảng viên - sinh viên,	

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
Học phí	147.010.000 đồng/ khóa học	chưa rõ chữ không phải thụ động tiếp thu những tri thức đã được giảng viên sắp đặt.	sinh viên - sinh viên, tạo nên mối quan hệ hợp tác giữa các cá nhân trên để chiếm lĩnh kiến thức.	
		khoảng 80 triệu đồng/ khóa học	khoảng 120 triệu đồng/ khóa học	

4.2. Đối sánh chương trình đào tạo 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 tín chỉ	40 môn/120 tín chỉ	
- Học phần đại cương	19 môn/37 tín chỉ	11 môn/40 tín chỉ	15 môn/45 tín chỉ	
- Học phần cơ sở ngành	17 môn/46 tín chỉ	13 môn/36 tín chỉ	9 môn/27 tín chỉ	
- Học phần chuyên ngành	20 môn/59 tín chỉ	15 môn/35 tín chỉ	8 môn/24 tín chỉ	
- Học phần tốt nghiệp	khóa luận (hoặc 2 môn)/6 tín chỉ	Thực tập/ 9 tín chỉ	7 môn và thực tập tại doanh nghiệp	
Các chuyên ngành hẹp của ngành đào tạo (nếu có)	Không có	Không có	Không có	
Phương pháp giảng dạy/học	Phương pháp giảng dạy chủ động	Kết hợp giảng dạy, thực	Kết hợp giảng dạy, thực	

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
tập	(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 huy tính chủ động của người dạy.	hành, trải nghiệm thực tế tại doanh nghiệp	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)				

V. HƯỚNG DẪN THỰC HIỆN CHƯƠNG TRÌNH

5.1. Hình thức tổ chức giảng dạy:

- Theo Quy chế đào tạo đại học và cao đẳng hệ chính quy theo hệ thống tín chỉ, ban hành kèm theo Quyết định số 43/2007/QĐ-BGDĐT ngày 15 tháng 8 năm 2007 của Bộ trưởng Bộ Giáo dục và Đào tạo, Thông tư 57/2012/TT-BGDĐT ngày 27 tháng 12 năm 2012 “sửa đổi, bổ sung một số điều của Quy chế” của Bộ trưởng Bộ Giáo dục và Đào tạo
- Học tập chủ động, lấy người học làm trung tâm, kết hợp lý thuyết và thực hành thông qua các hoạt động dạy và học đa dạng như thuyết trình, thảo luận, nghiên cứu tình huống, E-Learning nhằm tăng cường khả năng tự học của sinh viên, nâng cao kiến thức và nghiệp vụ chuyên môn, phát triển kỹ năng mềm cần thiết cho hoạt động nghiên cứu và phát triển nghề nghiệp, phương châm học tập suốt đời.

5.2. Hình thức kiểm tra, đánh giá:

- Chuyên cần & thái độ học tập tích cực như: đặt câu hỏi và phát biểu ý kiến trong giờ học.
- Lý thuyết:
 - + Kiểm tra thường xuyên;
 - + Làm bài tập, thảo luận;
 - + Thi với hình thức trắc nghiệm và tự luận
- Thực hành:
 - + Tích cực hoạt động: làm việc nhóm, làm bài tập thực hành, đóng vai, đi thực tiễn ngoài thị trường và doanh nghiệp.
 - + Giải quyết tình huống; Giải quyết vấn đề;
 - + Tiểu luận, thuyết trình;
 - + Lập dự án khởi nghiệp;
 - + Kiến tập, thực tập nghề nghiệp và thực tập chuyên ngành
- Khóa luận tốt nghiệp/Chuyên đề tốt nghiệp
- Các hình thức kiểm tra đánh giá có sự khác nhau, đa dạng tùy theo môn học được mô tả chi tiết trong đề cương

5.3. Mô tả thêm các hướng dẫn khác do các đơn vị đào tạo, ngành đào tạo yêu cầu:

- Chương trình đào tạo ngành quản trị nhân lực được thiết kế theo chuẩn năng lực, kiến thức các môn học và module có tính kết nối hệ thống. Do đó, sinh viên học tập theo lộ trình mà Khoa, Bộ môn đã phân bổ theo học kỳ. trường hợp sinh viên đăng ký học vượt phải tham khảo ý kiến của Cố vấn học tập.

- Để đạt được kết quả học tập như mong đợi, sinh viên cần nghiêm túc tham dự các buổi học lý thuyết cũng như thực hành đầy đủ.

KT. HIỆU TRƯỞNG

(Ký tên và đóng dấu)



PHÓ HIỆU TRƯỞNG

TS. Trần Ái Cẩm

TRƯỞNG KHOA

(Ký tên và ghi rõ họ tên)

TS. Nguyễn Xuân Nhĩ

ĐIỀU 1. (1) Mọi người có quyền tự do ngôn luận, tự do báo chí, tự do kết nối và tự do tiếp cận thông tin.

ĐIỀU 2. (1) Mọi người có quyền tự do ngôn luận, tự do báo chí, tự do kết nối và tự do tiếp cận thông tin.

ĐIỀU 3. (1) Mọi người có quyền tự do ngôn luận, tự do báo chí, tự do kết nối và tự do tiếp cận thông tin.

ĐIỀU 4. (1) Mọi người có quyền tự do ngôn luận, tự do báo chí, tự do kết nối và tự do tiếp cận thông tin.

ĐIỀU 5. (1) Mọi người có quyền tự do ngôn luận, tự do báo chí, tự do kết nối và tự do tiếp cận thông tin.

ĐIỀU 6. (1) Mọi người có quyền tự do ngôn luận, tự do báo chí, tự do kết nối và tự do tiếp cận thông tin.



(1)