

**ĐỀ CƯƠNG**  
**CHI TIẾT HỌC PHẦN**

## HỌC PHẦN. TRIẾT HỌC

### 1.Thông tin học phần:

- Tên học phần tiếng Anh: Philosophy
- Mã học phần: 073318
- Số tín chỉ: 3
  - +Lý thuyết: 30 tiết
  - +Thảo luận – Bài tập:30 giờ

- Tự học: 60 giờ
- Bộ môn phụ trách: Bộ Môn LLCT
- Tính chất học phần: Học phần bắt buộc

### 2.Mô tả ngắn tắt nội dung của học phần:

Nội dung chương trình theo thông tư 08/2013/TT-BGDĐT: Ban hành chương trình Triết học khối không chuyên ngành Triết học trình độ đào tạo thạc sĩ, tiến sĩ. Chương trình môn Triết học có 8 chương : Khái luận về triết học; Bản thể luận; Phép biện chứng; Nhận thức luận; Học thuyết hình thái kinh tế - Xã hội; Triết học chính trị; Ý Thức xã hội; Triết học về con người

### 3.Mục tiêu của học phần: Sau khi học xong học viên có khả năng:

- Vận dụng được tri thức triết học cho công việc nghiên cứu thuộc lĩnh vực các khoa học xã hội, nhân văn;

-Nâng cao nhận thức cơ sở lý luận triết học của đường lối cách mạng Việt Nam, đặc biệt là đường lối cách mạng Việt Nam trong thời kỳ đổi mới.

- Hoàn thiện và nâng cao kiến thức triết học trong chương trình Lý luận chính trị ở bậc đại học nhằm đáp ứng yêu cầu đào tạo các chuyên ngành khoa học xã hội – nhân văn ở trình độ sau đại học.

-Chủ động tích cực tham gia vào thảo luận, có tư duy sáng tạo và khả năng nghiên cứu độc lập.

### 4.Nội dung chi tiết học phần

#### Chương 1: Khái luận về triết học

##### 1.1.Triết học và vấn đề cơ bản của triết học

###### 1.1.1.Triết học và đối tượng của triết học.

###### 1.1.1.Vấn đề cơ bản của triết học và chức năng cơ bản của triết học.

##### 1.2. Sự hình thành, phát triển tư tưởng triết học trong lịch sử

###### 1.2.1. Những vấn đề có tính quy luật của sự hình thành, phát triển tư tưởng triết học trong lịch sử.

###### 1.2.2. Sự ra đời và phát triển của triết học phương Đông.

- 1.2.3.Sự ra đời và phát triển của triết học phương Tây.
  - 1.2.4. Khái lược về sự ra đời và phát triển tư tưởng triết học Việt Nam thời phong kiến.
1. 3. Triết học Mác - Lênin và vai trò của nó trong đời sống xã hội
- 1.3.1.Triết học Mác – Lênin.
  - 1.3.2.Vai trò của triết học Mác - Lênin trong đời sống xã hội.
- 1.4.Sự kế thừa, phát triển và vận dụng sáng tạo của Chủ tịch Hồ Chí Minh và Đảng cộng sản Việt Nam trong thực tiễn cách mạng Việt Nam
- 1.4.1. Sự kế thừa, phát triển của Chủ tịch Hồ Chí Minh.
  - 1.4.2. Sự vận dụng sáng tạo của Đảng Cộng sản Việt Nam trong thực tiễn cách mạng Việt Nam.

## **Chương 2: Bản thể luận**

- 2.1. Khái niệm bản thể luận và nội dung bản thể luận trong lịch sử triết học phương Đông, phương Tây
- 2.1.1.Khái niệm bản thể luận.
  - 2.1.2.Một số nội dung cơ bản của bản thể luận trong triết học phương Đông (Ấn Độ và Trung Hoa cổ - trung đại) và giá trị của nó.
  - 2.1.3. Một số nội dung cơ bản của bản thể luận triết học phương Tây trong lịch sử đương đại và giá trị của nó.
- 2.2. Nội dung bản thể luận trong triết học Mác-Lênin
- 2.2.1. Cách tiếp cận giải quyết vấn đề bản thể luận trong triết học Mác – Lênin.
  - 2.2.2.Quan niệm của triết học Mác – Lênin về vật chất
  - 2.2.3.Quan điểm của triết học Mác-Lênin về nguồn gốc và bản chất của ý thức.
  - 2.2.4. Mối quan hệ giữa vật chất và ý thức trong hoạt động thực tiễn.
- 2.3.Mối quan hệ khách quan - chủ quan và ý nghĩa đối với sự nghiệp đổi mới ở Việt Nam hiện nay
- 2.3.1. Mối quan hệ khách quan và chủ quan.
  - 2.3.2. Nguyên tắc kết hợp tôn trọng khách quan với phát huy tính năng động chủ quan trong nhận thức và thực tiễn.
  - 2.3.3.Vấn đề kết hợp tôn trọng khách quan với phát huy tính năng động chủ quan trong công cuộc đổi mới ở Việt Nam hiện nay.

## **Chương 3: Phép biện chứng**

- 3.1. Khái quát về sự hình thành, phát triển của phép biện chứng trong lịch sử
- 3.1.1.Lịch sử khái niệm “biện chứng” và khái niệm “siêu hình”.
  - 3.1.2. Phép biện chứng “tự phát” (sơ khai) trong nền triết học Trung Quốc Ấn Độ và Hy Lạp cổ đại.

- 3.2. Các nguyên lý và quy luật cơ bản của phép biện chứng duy vật
- 3.2.1. Hai nguyên lý cơ bản của phép biện chứng duy vật.
  - 3.2.2. Các quy luật cơ bản và các cặp phạm trù của phép biện chứng duy vật.
  - 3.2.3. Các quy luật cơ bản của phép biện chứng
  - 3.2.4. Các cặp phạm trù cơ bản của phép biện chứng
- 3.3. Những nguyên tắc phương pháp luận cơ bản của phép biện chứng duy vật trong nhận thức và thực tiễn
- 3.3.1. Những nguyên tắc phương pháp luận biện chứng duy vật.
  - 3.3.2. Sự vận dụng các nguyên tắc phương pháp luận biện chứng duy vật trong quá trình đổi mới ở Việt Nam.

#### **Chương 4: Nhận thức luận**

- 4.1. Các quan niệm chính trong lịch sử triết học về nhận thức
- 4.2. Lý luận nhận thức duy vật biện chứng
  - 4.2.1. Các nguyên tắc và đối tượng của lý luận nhận thức duy vật biện chứng.
  - 4.2.2. Các giai đoạn cơ bản của quá trình nhận thức.
  - 4.2.3. Biện chứng của quá trình nhận thức
  - 4.2.4. Quan điểm biện chứng duy vật về chân lý
- 4.3. Phương pháp đặc thù của nhận thức xã hội
- 4.4. Nguyên tắc thống nhất giữa lý luận và thực tiễn trong sự nghiệp đổi mới ở Việt Nam hiện nay
  - 4.4.1. Nội dung của nguyên tắc.
  - 4.4.2. Vận dụng nguyên tắc thống nhất lý luận và thực tiễn trong sự nghiệp đổi mới ở Việt Nam hiện nay.

#### **Chương 5: Học thuyết hình thái kinh tế - Xã hội**

- 5.1. Các phương pháp tiếp cận khác nhau về xã hội và sự vận động, phát triển của lịch sử nhân loại
- 5.2. Những nội dung khoa học và cách mạng của học thuyết hình thái kinh tế - xã hội
  - 5.2.1. Sản xuất vật chất là nền tảng của sự vận động, phát triển xã hội
  - 5.2.2. Biện chứng giữa lực lượng sản xuất và quan hệ sản xuất
  - 5.2.3. Biện chứng giữa cơ sở hạ tầng và kiến trúc thượng tầng của xã hội
  - 5.2.4. Sự phát triển các hình thái kinh tế - xã hội là một quá trình lịch sử tự nhiên.
- 5.3. Giá trị khoa học và cách mạng của học thuyết hình thái kinh tế - xã hội đối với sự nghiệp đổi mới ở Việt Nam hiện nay
  - 5.3.1. Vấn đề lựa chọn con đường phát triển của xã hội Việt Nam
  - 5.3.2. Vấn đề phát triển kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa ở Việt

## **Chương 6: Triết học chính trị**

6.1. Các quan niệm về chính trị trong lịch sử triết học

6.1.1 Quan niệm của triết học ngoài mácxit về chính trị

6.1.2. Quan điểm của triết học Mác - Lênin về chính trị.

6.1.3. Quan niệm đương đại về hệ thống chính trị.

6.2. Các phương diện cơ bản về chính trị trong đời sống xã hội

6.2.1. Vấn đề giai cấp và đấu tranh giai cấp

6.2.2. Dân tộc và vấn đề quan hệ giai cấp - dân tộc - nhân loại

6.2.3. Nhà nước - Tổ chức đặc biệt của quyền lực chính trị

6.3. Vấn đề đổi mới chính trị ở Việt Nam hiện nay

6.3.1. Vấn đề phát huy dân chủ ở Việt Nam hiện nay

6.3.2. Vấn đề đổi mới hệ thống chính trị ở Việt Nam hiện nay

6.3.4. Vấn đề xây dựng nhà nước pháp quyền ở Việt Nam hiện nay

6.3.5. Ý nghĩa của đổi mới chính trị đối với việc nghiên cứu, phát triển khoa học xã hội và nhân văn.

## **Chương 7: Ý Thức xã hội**

7.1. Khái niệm tồn tại xã hội, ý thức xã hội

7.1.1. Khái niệm tồn tại xã hội và các yếu tố cơ bản hợp thành tồn tại xã hội

7.1.2. Khái niệm ý thức xã hội và kết cấu cơ bản của ý thức xã hội

7.2. Vai trò quyết định của tồn tại xã hội đối với ý thức xã hội và tính độc lập tương đối của ý thức xã hội

7.2.1. Vai trò quyết định của tồn tại xã hội đối với ý thức xã hội

7.2.2. Tính độc lập tương đối của ý thức xã hội và vai trò của ý thức xã hội đối với tồn tại xã hội

7.2.3. Xây dựng nền tảng tinh thần của xã hội Việt Nam hiện nay

7.2.4. Một số vấn đề cơ bản của việc xây dựng nền tảng tinh thần của xã hội Việt Nam hiện nay.

## **Chương 8: Triết học về con người**

8.1. Khái lược các quan điểm triết học về con người trong lịch sử

8.1.1. Triết học phương Đông

8.1.2. Triết học phương Tây trước Mác

8.1.3. Quan niệm về con người trong một số trào lưu triết học ngoài mác-xít đương đại

8.2. Quan điểm triết học Mác – Lênin về con người

8.2.1. Khái niệm con người

8.2.2. Các phương diện tiếp cận nguồn gốc, bản chất con người

- 8.2.3. Hiện tượng tha hoá của con người và vấn đề giải phóng con người
- 8.3. Vấn đề con người trong tư tưởng nhân văn Hồ Chí Minh
- 8.4. Vấn đề phát huy nhân tố con người trong sự nghiệp đổi mới ở Việt Nam hiện nay
  - 8.4.1. Quan niệm triết học về nhân tố con người
  - 8.4.2. Phát huy nhân tố con người trong sự nghiệp đổi mới ở nước ta hiện nay

## **5.Giáo trình và tài liệu tham khảo**

### **5.1.Sách, giáo trình chính:**

PGS.TS. Đoàn Quang Thọ, – *Giáo trình Triết học* (Dùng cho nghiên cứu sinh và học viên cao học, NXB chính trị -Hành chính, 2010

### **5.2. Tài liệu tham khảo:**

[1]. Bộ Giáo dục và Đào tạo: *Giáo trình Triết học* (Dành cho học viên cao học, NCS không thuộc chuyên ngành Triết học), Nxb. Chính trị quốc gia. Hà Nội, 2012

[2]. Maurice Cornforth: *Triết học mở và xã hội mở* (Người dịch – Đỗ Minh Hợp), Nxb. Khoa học Xã hội, Hà Nội, 2012

[3]. Đại học Quốc gia TP HCM: *Sức sống của Chủ nghĩa Mác – Lênin trong thời đại ngày nay*, Nxb. Chính trị quốc gia, Hà Nội, 2014

[4]. PGS.TS. Nguyễn Thế Nghĩa – TS. Thái Thị Thu Hương: *Những vấn đề cơ bản và cấp bách của Triết học Mácxít*. Nxb. Chính trị quốc gia, Hà Nội, 2014

[5]. Một số tác phẩm kinh điển của C.Mác, Ph.Ăngghen và V.I. Lênin, toàn tập

[6]. Văn kiện Đại hội Đảng toàn quốc từ Đại hội VI đến Đại hội XII của Đảng

[7]. Một số tạp chí chuyên ngành và một số trang web:

<http://www.tapchidangcongsan.org.vn>

<http://www.tapchikinhte.com.vn>

<http://www.gdtd.vn.edunew.vn>

## **6.Phương pháp đánh giá học phần:**

Áp dụng theo thang điểm 10, phân chia cho từng hình thức kiểm tra, đánh giá như sau:

- Điểm làm tiểu luận cá nhân hoặc kiểm tra: 20%
- Điểm làm bài tập nhóm: 20%
- Điểm thi kết thúc học phần: 60%

## HỌC PHẦN. TIẾNG ANH

### 1. Thông tin học phần:

- Tên học phần tiếng Anh: English
- Mã học phần: 073954
- Số tín chỉ: 3
  - + Nghe giảng lý thuyết: 30 tiết
  - + Thảo luận - bài tập: 30 giờ
  - + Tự học: 60 giờ

- Bộ môn phụ trách: Khoa ngoại ngữ

- Tính chất học phần: bắt buộc

### 2. Mô tả vắn tắt nội dung của học phần:

Nội dung học phần nhằm trang bị cho học viên một số kiến thức chuyên sâu và kỹ thuật, xử lý các tình huống giao tiếp kinh doanh hiệu quả của một thương nhân, trong môi trường văn hóa quốc tế, thương mại quốc tế cũng . Với các nội dung :Functions: Những hoạt động thực tiễn áp dụng những cấu trúc đã học trong Student's Book và chuyển thể thành những hoạt động giao tiếp (Speaking);Vocabulary: Ôn tập từ ngữ bằng các hoạt động trong những ngữ cảnh cụ thể;Word-building: Những bài tập cụ thể giúp học sinh xây dựng từ ngữ và tự làm giàu vốn từ ngữ cho mình; Listening: Những đề tài kinh doanh được lồng ghép trong các tình huống giao tiếp thực tế và điển hình; Reading: Những bài đọc hiểu giúp sinh viên tích lũy kiến thức có liên quan trong các hoạt động kinh doanh. Grammar review: Thực hành ôn tập những điểm cơ bản và thiết yếu của văn phạm Anh ngữ

### 3.Mục tiêu của học phần: *Sau khi học xong học viên có khả năng:*

-Vận dụng được trong từng ngữ cảnh và sự thay đổi của môi trường kinh doanh, cách thức hoạt động của các công ty đa quốc gia (MNC); các phương thức thâm nhập thị trường thế giới và khu vực.

-Vận dụng và xây dựng được các chiến lược marketing, chiến lược tài chính, chiến lược bán hàng, chiến lược nhân sự của các công ty MN

- Sử dụng được các kỹ thuật để quản trị hoạt động kinh doanh của các công ty trong nước có giao dịch với công ty nước ngoài.

-Có kỹ năng giao tiếp bằng tiếng Anh trong các tình huống kinh doanh, kỹ năng phân tích nghiên cứu thị trường, quản trị , quảng bá, kỹ năng phân tích môi trường kinh doanh

-Thực hành và cải thiện các kỹ năng giao tiếp nhằm học viên giao tiếp bằng Tiếng Anh trong lĩnh vực chuyên môn của mình tự tin hơn, lưu loát hơn và chính xác hơn.

-Sử dụng được từ vựng, ngôn ngữ chuyên ngành thương mại và nắm những cấu trúc ngữ pháp cơ bản thiết yếu để vận dụng vào thực tế.

-Chủ động trong việc học tập, thực hành nhằm giúp học viên tự tin khi bước vào môi trường làm việc thực tế. Có khả năng ứng xử tích cực trong các phương pháp giao tiếp tiếng Anh hiệu quả.

#### **4. Nội dung chi tiết học phần:**

Review vocabulary, grammar from Unit 1- Unit 7

##### **Unit 8: Dealing with problems**

- 8.1. What seems to be the problem?
- 8.2. We all make mistakes- sometimes!
- 8.3. Complaining and apologizing
- 8.4. Friday afternoon: Delivery problems
- 8.5. Only the best is good enough
- 8.6. Monday morning: After- sales problems

##### **Unit 9: Visitors and travelers**

- 9.1. Did you have a good journey?
- 9.2. Hotels and accommodation
- 9.3. Local knowledge: You are the expert!
- 9.4. Eating, socializing and telling stories
- 9.5. Organizing a conference

##### **Unit 10: Marketing**

- 10.1. The marketing mix
- 10.2. Advertisement and commercials
- 10.3. Promoting products and brands
- 10.4. Possibility, Probability and certainty
- 10.5. Marketing your own region

Thảo luận Bài báo quốc tế có chủ đề liên quan: Học viên đọc trước tại nhà và đến lớp thuyết trình nhóm.

##### **Unit 11: Meetings**

- 11.1. Different kinds of meeting (formal/informal meeting)
- 11.2. How to take part in the meeting
- 11.3. One-to-one meetings
- 11.4. Larger group meeting

Mid-Term Test

## **Unit 12: Processes and operations**

- 12.1. How does it work?
- 12.2. What do I have to do?
- 12.3. A production process
- 12.4. When things go wrong... What do we do
- 12.5. Memorandom

Thảo luận Bài báo quốc tế có chủ đề liên quan: Học viên đọc trước tại nhà và đến lớp thuyết trình nhóm.

## **Unit 13: Jobs and careers**

- 13.1. The ideal job?
- 13.2. What difference between job and career?
- 13.3. Applying for a job
- 13.4. Applications and interviews
- 13.5. Who should we short list?
- 13.6. Interviews and releasing result of interview

## **Unit 14: Sales and negotiation**

- 14.1 Selling and buying
- 14.2 The sales process
- 14.3 Selling your product
- 14.4 Negotiating on the phone
- 14.5 Getting it right in negotiations
- 14.6 Negotiating an international deal

Thảo luận Bài báo quốc tế có chủ đề liên quan: Học viên đọc trước tại nhà và đến lớp thuyết trình nhóm

## **Unit 15: A special project**

- 15.1. January: The product
- 15.2. February: Finding a location
- 15.3. March: Choosing the location and the personnel
- 15.4. April: Supplier & distribution/ Marketing & sales
- 15.5. May: The meeting
- 15.6. De-briefing: Follow-up discussion

\*Thảo luận bài báo quốc tế có chủ đề liên quan: Học viên đọc trước tại nhà và đến lớp thuyết trình nhóm.

### **Revision and consolidation :**

- hệ thống hóa toàn bộ chương trình tiếng Anh chuyên ngành đã học trong 8 buổi trước.

• rút ra bài học mang tính ứng dụng trong quản lý kinh doanh. Mặc khác, thông qua bài báo quốc tế này nhằm trang bị học viên phương pháp nghiên cứu nâng cao nhằm tạo tiền đề cho học viên quen dần với điều kiện nghiên cứu và phát triển học thuật trong môi trường hội nhập quốc tế.

Nội dung: Tổng kết nội dung kiến thức từ Unit 1 tới Unit 15 của sách New International Business English đồng thời sửa chữa các lỗi học viên thường mắc phải thông qua các kỹ thuật sau:

- 1 .Grammar revision
2. Vocabulary revision
3. Function revision
4. Word- building revision
5. Writing: Midway international

Ngoài ra, giảng viên tổng kết các bài báo quốc tế đã được thảo luận tại lớp.

#### **5. Tài liệu học tập:**

##### **5.1. Sách, giáo trình chính :**

-Leo Jones, Richard Alexander, *New International Business English*, Student's book, , Cambridge University Press 2013 (Unit 8 - Unit 15)

-Richard Alexander , *New International Business English*, Workbook, Leo Jones, , Cambridge University Press 2013(Unit 8 - Unit 15)

-*International Articles/Papers* (for reading comprehension) :Journal of International Business Studies; Journal of International Marketing ; International Business Review;Journal of World Business

##### **5.2. Tài liệu tham khảo :**

- [1] Cotton, D & Falvey, D, *Market Leader Pre-Intermediate.*, Longman,2014
- [2] . Milne, J.M., *Business Language Practice* , Language Teaching Publications, 2004
- [3] Liz Taylo, *International Express, New Edition Intermediate.*, Oxford University Press, 2006

#### **6. Phương pháp đánh giá học phần:**

Áp dụng theo thang điểm 10, phân chia cho từng hình thức kiểm tra, đánh giá như sau:

- Điểm làm tiểu luận cá nhân hoặc kiểm tra: 20%
- Điểm làm bài tập nhóm: 20%
- Điểm thi kết thúc học phần: 60%

(

(

## **HỌC PHẦN . PHƯƠNG PHÁP LUẬN NGHIÊN CỨU KHOA HỌC**

### **1. Thông tin học phần:**

- Tên học phần tiếng Anh: Research methods
- Mã học phần: 073925
- Số tín chỉ: 3
  - +Lý thuyết: 30 tiết
  - +Thảo luận – Bài tập: 30 giờ
  - +Tự học: 60 giờ

- Bộ môn phụ trách: Quản trị kinh doanh
- Tính chất học phần: Học phần bắt buộc

### **2. Mô tả ngắn gọn nội dung của học phần:**

Nội dung học phần gồm: những vấn đề lý luận cơ bản về phương pháp nghiên cứu khoa học. Trong đó học viên sẽ được nghe, hiểu nội dung những phạm trù cơ bản như: Khoa học, nguồn gốc của khoa học, con đường đi tới khoa học của nhân loại, nghiên cứu khoa học, các loại hình nghiên cứu khoa học, các loại đề tài nghiên cứu khoa học, phương pháp nghiên cứu khoa học; cách chọn và đặt tên một đề tài nghiên cứu khoa học, luận cứ luận chứng khoa học, đối tượng nghiên cứu, đối tượng khảo sát, nội hàm và ngoại diên của một đề tài, các bước thực hiện và thể hiện một đề tài khoa học

### **3. Mục tiêu của học phần: Sau khi học xong học viên có khả năng:**

- Hiểu được các nội dung cơ bản về nghiên cứu khoa học.
- Biết thể hiện một công trình khoa học bằng ngôn ngữ khoa học và các qui định về các cấu phần và đánh số chuẩn quốc gia.
- Xây dựng được một đề cương đầu thầu đề tài khoa học cấp cơ sở, cấp ngành, cấp nhà nước và xây dựng được đề cương cho đề tài luận văn thạc sĩ.
- Chủ động tích cực tham gia vào thảo luận, có tư duy sáng tạo và khả năng nghiên cứu độc lập.

### **4. Nội dung chi tiết học phần:**

#### **Chương 1: Những vấn đề cơ bản về khoa học và nghiên cứu khoa học**

##### **1.1. Khoa học và con đường đi tới khoa học của nhân loại.**

###### **1.1.1. Khái niệm, nguồn gốc và con đường đi tới khoa học.**

###### **1.1.1.1. Khái niệm của khoa học**

###### **1.1.1.2. Nguồn gốc của Khoa học.**

###### **1.1.2. Con đường đi tới khoa học của nhân loại**

###### **1.1.2.1. Sự phát triển của khoa học trong lịch sử nhân loại.**

###### **1.1.2.2. Đặc điểm của quá trình phát triển các ngành khoa học.**

1.2. Nghiên cứu khoa học và đặc điểm của nghiên cứu khoa học.

1.2.1. Nghiên cứu khoa học

1.2.2. Đặc điểm của NCKH

1.2.3. Các loại hình NCKH

1.3. Đề tài nghiên cứu khoa học

1.3.1. Khái niệm đề tài

1.3.2. Đặc điểm của một đề tài NCKH

1.3.3. Cách tìm kiếm một đề tài NCKH

1.3.4. Qui mô và cấp độ một đề tài NCKH

## **Chương 2: Phương pháp chung nghiên cứu khoa học**

2.1. Khái niệm về phương pháp và phương pháp luận

2.1.1. Khái niệm về phương pháp

2.1.2. Khái niệm về phương pháp luận

2.1.3. Quan hệ giữa phương pháp và phương pháp luận

2.2. Phương pháp nghiên cứu khoa học.

2.2.1. Phương pháp NCKH và các đặc điểm

2.2.2. Một số phương pháp chung về NCKH

## **Chương 3: Thông tin tư liệu khoa học**

3.1. Thông tin tư liệu: khái niệm, chức năng và các hình thức

3.1.1. Khái niệm về thông tin khoa học

3.1.2. Chức năng của thông tin khoa học

3.1.3. Các hình thức tồn tại của thông tin tư liệu khoa học

3.2. Phương pháp phân tích tư liệu khoa học.

3.2.1. Phân tích theo chiều sâu

3.2.2. Phân tích theo chiều rộng

3.3. Tổng hợp và đánh giá tư liệu

## **Chương 4: Phương pháp thực hiện một đề tài khoa học**

4.1. Các bước chuẩn bị cho một đề tài NCKH

4.1.1. Lựa chọn và xác định một đề tài NCKH

4.1.2. Xây dựng một đề cương cho đề tài NCKH

4.1.3. Các loại hình nghiên cứu khoa học

4.1.4. Mô tả phương pháp sử dụng trong đề tài NCKH

4.1.5. Luận đề, luận cứ và luận chứng.

4.1.6. Dự kiến sản phẩm tạo ra

4.1.7. Những vấn đề còn tiếp tục nghiên cứu

#### 4.1.8. Tài liệu tham khảo

### 4.2. Lập kế hoạch thực hiện đề tài NCKH

#### 4.2.1. Nguồn nhân lực

#### 4.2.2. Nguồn tài chính

#### 4.2.3. Nguồn thông tin tư liệu

#### 4.2.4. Nguồn vật lực cho đề tài NCKH

### **Chương 5: Phương pháp thể hiện một công trình nghiên cứu khoa học**

#### 5.1. Các giai đoạn thể hiện một công trình NCKH

##### 5.1.1. Viết bản thảo

##### 5.1.2. Hoàn chỉnh bản thảo

#### 5.2. Kết cấu một công trình NCKH

##### 5.2.1. Phần mở đầu

##### 5.2.2. Phần nội dung (phần chính)

##### 5.2.3. Phần kết luận

#### 5.3. Hình thức trình bày một công trình khoa học

##### 5.3.1. Trang bìa

##### 5.3.2. Bảng ký hiệu chữ viết tắt

##### 5.3.3. Trang mục lục

##### 5.3.4. Cách đánh số thứ tự chương, tiết

##### 5.3.5. Danh mục tài liệu tham khảo

##### 5.3.6. Phụ lục

#### 5.4. Ngôn ngữ, văn phong trong đề tài NCKH

#### 5.5. Bản tóm tắt công trình và kiến nghị.

\* **Bài tập thực hành:** lập đề cương một đề tài khoa học cấp ngành, cấp bộ và cấp nhà nước và đặc biệt lập đề cương cho một luận án tiến sỹ và thạc sỹ chuyên ngành. Làm một đề tài khoa học và thiết thực là biết cách thực hiện một đề tài tốt nghiệp cấp thạc sỹ.

### **5. Giáo trình và tài liệu tham khảo**

#### **5.1. Giáo trình chính:**

- Nguyễn Đình Thọ: *Phương pháp Nghiên cứu Khoa học trong Kinh doanh- Thiết kế và Thực hiện*, NXB Lao động – Xã hội, 2013

#### **5.2. Tài liệu tham khảo:**

[1].Lê Văn Huy, *Phương pháp nghiên cứu trong kinh doanh*. NXB Tài chính, 2014

[2].Nguyễn Đình Thọ & Nguyễn Thị Mai Trang, *Nghiên cứu khoa học trong quản trị kinh doanh*. NXB Thông kê, 2010

- [3].Hoàng Trọng & Chu Nguyễn Mộng Ngọc, *Phân tích dữ liệu nghiên cứu với SPSS*. NXB Hồng Đức, 2010
- [4].Sreejesh S.Mohapatra, SanjayAnusree M.R., *Business Research Methods*, Springer, 2014
- [5].Donald R. Cooper & Pamela S. Schindler, *Business Research Methods*, 12<sup>th</sup> edition. McGraw Hill, 2014

## **6. Phương pháp đánh giá học phần:**

Áp dụng theo thang điểm 10, phân chia cho từng hình thức kiểm tra, đánh giá như sau:

- Điểm làm tiểu luận cá nhân hoặc kiểm tra: 20%
- Điểm làm bài tập nhóm: 20%
- Điểm thi kết thúc học phần: 60%

(

(

## HỌC PHẦN. KINH TẾ HỌC QUẢN LÝ

### 1. Thông tin học phần: Kinh tế học quản lý

- Tên học phần tiếng Anh: Managerial Economics
- Mã học phần: 073926
- Số tín chỉ: 3
  - + Nghe giảng lý thuyết: 30 tiết
  - + Thảo luận - bài tập: 30 giờ
  - + Tự học: 60 giờ

- Bộ môn phụ trách: Khoa Quản trị Kinh doanh

- Tính chất học phần: bắt buộc

### 2. Mô tả văn tắt nội dung của học phần:

Học phần đề cập đến việc vận dụng các nguyên lý kinh tế học về cung cầu, độ co giãn vận dụng trong việc ra quyết định về chính sách giá cả, kinh doanh, đầu tư ngắn và dài hạn; vận dụng lý thuyết hành vi người tiêu dùng trong các quyết định thiết kế sản phẩm, marketing, bán hàng; vận dụng lý thuyết cạnh tranh và độc quyền trong phát triển chiến lược kinh doanh ngắn và dài hạn; vận dụng lý thuyết trò chơi trong các chiến lược thương lượng, đàm phán và lựa chọn chiến lược; vận dụng các nguyên lý về thông tin bất cân xứng, chi phí giao dịch, hàng hóa công, độc quyền... trong phát triển các chiến lược kinh doanh; và tiếp cận chính sách vĩ mô để phát triển chiến lược kinh doanh phù hợp

### 3. Mục tiêu của học phần: Sau khi học xong học viên có khả năng:

- Vận dụng các nguyên lý kinh tế học về cung cầu, độ co giãn vận dụng trong việc ra quyết định về chính sách giá cả, kinh doanh, đầu tư ngắn và dài hạn;
- Vận dụng lý thuyết hành vi người tiêu dùng trong các quyết định thiết kế sản phẩm, marketing, bán hàng;
- Vận dụng lý thuyết cạnh tranh và độc quyền trong phát triển chiến lược kinh doanh ngắn và dài hạn;
- Vận dụng lý thuyết trò chơi trong các chiến lược thương lượng, đàm phán và lựa chọn chiến lược;
- Vận dụng các nguyên lý về thông tin bất cân xứng, chi phí giao dịch, hàng hóa công, độc quyền... trong phát triển các chiến lược kinh doanh.
- Tiếp cận chính sách vĩ mô để phát triển chiến lược kinh doanh phù hợp
- Có kỹ năng xây dựng chiến lược; ra quyết định quản trị ở các cấp độ chiến lược, chiến thuật và tác nghiệp.

-Có phẩm chất đạo đức của nhà quản trị hoạt động trong môi trường kinh doanh nhiều thay đổi với tinh thần doanh nhân tích cực.

#### **4. Nội dung chi tiết học phần:**

##### **Chương 1: Nghiên cứu kinh tế học quản lý**

- 1.1. Các cấp độ quản trị doanh nghiệp: chiến lược, chiến thuật và tác nghiệp
- 1.2. Khả năng vận dụng các nguyên lý kinh tế học vận dụng trong các cấp quản trị doanh nghiệp
- 1.3. Vận dụng nguyên lý kinh tế học trong quyết định cấp chiến lược
- 1.4. Vận dụng nguyên lý kinh tế học trong quyết định cấp chiến thuật
- 1.5. Vận dụng nguyên lý kinh tế học trong quyết định cấp tác nghiệp

##### **Chương 2: Vận dụng lý thuyết cung, cầu trong các quyết định kinh doanh**

- 2.1. Tổng quan về các yếu tố tác động và quy luật cung, cầu
- 2.2. Dự báo cung cầu trong quyết định xây dựng kế hoạch kinh doanh ngắn hạn
- 2.3. Dự báo cung cầu trong quyết định chiến lược kinh doanh dài hạn
- 3.3. Phân tích cung, cầu trong lựa chọn các chiến thuật kinh doanh

##### **Chương 3: Lý thuyết về độ co dãn cung cầu trong các quyết định kinh doanh**

- 3.1. Nguyên lý về độ co dãn cung, cầu
- 3.2. Độ co dãn của cầu và chính sách giá, định vị chất lượng sản phẩm
- 3.3. Độ co dãn cung và các phương án chiến lược khác biệt trong kinh doanh.

##### **Chương 4: Lý thuyết cấu trúc thị trường và các chiến lược kinh doanh**

- 4.1. Khái quát về cấu trúc thị trường
- 4.2. Chiến lược liên minh với vai trò doanh nghiệp sản xuất hỗ trợ
- 4.3. Chiến lược phát triển mạng lưới cung ứng với vai trò sản xuất sản phẩm hoàn chỉnh
- 4.4. Chiến lược cạnh tranh trong thị trường cạnh tranh và độc quyền.
- 4.5. Chiến lược của người đi đầu và đi sau.

##### **Chương 5: Chi phí và hiệu quả của doanh nghiệp**

- 5.1. Các loại chi phí: Kinh tế, Kế toán, cơ hội, ẩn, chìm
- 5.2. Lý thuyết về mối liên hệ giữa chi phí và hiệu quả
- 5.3. Rủi ro kinh doanh và chi phí
- 5.4. Rủi ro tài chính và chi phí
- 5.5. Sử dụng các đòn bẩy chi phí để cải thiện hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp trong các tình huống kinh doanh.

##### **Chương 6: Độc quyền và giấc mơ của doanh nghiệp**

- 6.1. Tại sao độc quyền là giấc mơ của doanh nghiệp.
- 6.2. Những con đường khác nhau dẫn đến độc quyền.

6.3. Doanh nghiệp lựa chọn con được đạt được trạng thái độc quyền như thế nào qua những câu truyền đời thực.

6.4. Những cản trở trên con được chinh phục mục tiêu độc quyền qua những câu truyền đời thực.

### **Chương 7: Lý thuyết trò chơi và chiến lược kinh doanh**

7.1. Khái quát về lý thuyết trò chơi

7.2. Vận dụng lý trò chơi trong các chiến lược liên minh, liên kết và cạnh tranh

### **Chương 8: Thông tin bất cân xứng, chi phí giao dịch và quyết định kinh doanh**

8.1. Thông tin bất cân xứng: khái niệm, dấu hiệu và tác động tiêu cực

8.2. Chiến lược tiếp cận và sử dụng thông tin

8.3. Chi phí giao dịch: khái niệm và tác động tiêu cực

8.4. Chiến lược giảm thiểu chi giao dịch cho doanh nghiệp.

8.5. Gợi ý chính sách vĩ mô giảm chi phí giao dịch, thông tin bất cân xứng trong nền kinh tế

### **Chương 9: Chu kỳ kinh tế và chiến lược kinh doanh của doanh nghiệp**

9.1. Trình bày và giải thích chu kỳ kinh tế

9.2. Tiếp cận điều chỉnh chiến lược kinh doanh theo chu kỳ kinh tế

### **Chương 10: Chính sách kinh tế vĩ mô và chiến lược kinh doanh của doanh nghiệp**

10.1. Chính sách vĩ mô: tài khóa, tiền tệ, ngoại thương.

10.2. Điều chỉnh chiến lược theo hướng tận dụng cơ hội, tránh né thách thức từ chính sách.

10.3. “Mẹo nhỏ” trong dự báo chính sách vĩ mô của chính phủ.

## **5. Tài liệu học tập:**

### **5.1. Sách, giáo trình chính :**

-Hoàng Văn Hoan, *Bài giảng Kinh tế học quản lý*, Học viện hành chính, 2010

-Vũ Kim Dung ( chủ biên), *Giáo trình kinh tế vĩ mô*, ĐHBKHN, 2012

-Nguyễn Như Ý, Trần Thị Bích Dung, Nguyễn Mạnh Hà, *Kinh tế vi mô*, NXB Tổng hợp TP.HCM, 2012

### **5.2. Tài liệu tham khảo**

[1] Allen., *Managerial Economics*. Norton. Chapters 14-16, 2009

[2] Frank, R. H. (2008). *Microeconomics and behaviour*. McGraw Hill. Chapters 6 & 17, 2008

[3] Wall,S., Minocha, S. and Rees, B, *International Business*, Pearson. Chapter 6, 2010

[4] Grimes, P, Register, C. and Sharp, A , *Economics of Social Issues*, McGraw Hill. Chapters 4, 6 and 15, 2009

[5] Rasmusen, E. (2007). *Games and Information*, Blackwell. Chapters 7-9

## **6. Phương pháp đánh giá học phần:**

Áp dụng theo thang điểm 10, phân chia cho từng hình thức kiểm tra, đánh giá như sau:

- Điểm làm tiểu luận cá nhân hoặc kiểm tra: 20%
- Điểm làm bài tập nhóm: 20%
- Điểm thi kết thúc học phần: 60%

(

(

## **HỌC PHẦN. NGHỆ THUẬT LÃNH ĐẠO**

### **1. Thông tin học phần:** Nghệ thuật lãnh đạo

- Tên học phần tiếng Anh: Leadership
- Mã học phần: 073949
- Số tín chỉ: 3
- Giờ tín chỉ đối với các hoạt động:
  - + Nghe giảng lý thuyết: 30 tiết
  - + Thảo luận - Bài tập: 30 giờ
  - + Tự học: 30 giờ

- Bộ môn phụ trách: Quản trị kinh doanh
- Tính chất học phần: Bắt buộc

### **2. Mô tả vắn tắt nội dung của học phần:**

Học phần Lãnh đạo là học phần lựa chọn trong chương trình đào tạo cao học . Học phần nghiên cứu lãnh đạo dưới góc độ phục vụ cho các nhà lãnh đạo, nhà quản lý cũng như nhà chuyên môn. Học phần này được thiết kế theo các chuyên đề, trong đó cung cấp những kiến thức nâng cao và sâu hơn về lãnh đạo, đặc biệt chú ý đến kỹ năng lãnh đạo ở các cấp độ lãnh đạo cá nhân, lãnh đạo nhóm, lãnh đạo tổ chức, lãnh đạo xã hội.

### **3. Mục tiêu của học phần:** Sau khi học xong học viên có khả năng:

- Trình bày được hệ thống về lãnh đạo và các mô hình lãnh đạo, trong đó đi sau mô hình lãnh đạo theo các cấp độ: cá nhân, nhóm, tổ chức và xã hội;
- Hiểu được quy trình lãnh đạo các nội dung, phương pháp và công cụ lãnh đạo.
- Sử dụng được các phương pháp và công cụ lãnh đạo để thực hành lãnh đạo ở các cấp độ.
- Có khả năng hoạt động với tư cách nhà lãnh đạo, người tư vấn cho lãnh đạo.
- Tích cực, chủ động tham gia thảo luận vào bài giảng, có tư duy sáng tạo, có khả năng nghiên cứu độc lập để quyết định phương hướng phát triển nhiệm vụ công việc được giao có hiệu quả.

### **4. Nội dung chi tiết học phần:**

#### **Chương 1: Tổng quan về lãnh đạo**

##### **1.1. Bản chất lãnh đạo**

- 1.1.1. Các cách tiếp cận lãnh đạo
- 1.1.2. Sự phân biệt giữa lãnh đạo và quản lý

##### **1.2. Người lãnh đạo và phong cách lãnh đạo**

- 1.2.1. Người lãnh đạo và những phẩm chất cần thiết của người lãnh đạo

- 1.2.2. Phong cách lãnh đạo
- 1.2.3. Yếu tố đạo đức trong lãnh đạo
- 1.3. Các mô hình lãnh đạo
  - 1.3.1. Theo cách tiếp cận tình huống
  - 1.3.2. Theo cách tiếp cận hành vi
  - 1.3.3. Theo cách tiếp cận vai trò

### **Chương 2: Lãnh đạo cá nhân**

- 2.1. Cơ sở khoa học của lãnh đạo cá nhân
  - 2.1.1. Đặc điểm tâm lý cá nhân
  - 2.1.2. Các lý thuyết về nhu cầu và động cơ của con người
  - 2.1.3. Mối quan hệ giữa người lãnh đạo và người bị lãnh đạo
- 2.2. Phương pháp lãnh đạo cá nhân
  - 2.2.1. Các mô hình xác định lãnh đạo cá nhân
  - 2.2.2. Các phương pháp lãnh đạo cá nhân ( tạo động lực cho con người )

### **Chương 3: Lãnh đạo nhóm**

- 3.1. Nhóm và các giai đoạn phát triển của nhóm
  - 3.1.1. Các loại nhóm
  - 3.1.2. Các giai đoạn phát triển của nhóm
  - 3.1.3. Đặc điểm tâm lý nhóm
- 3.2 Nội dung lãnh đạo nhóm
  - 3.2.1. Thiết lập nguyên tắc về cách thức ra quyết định và các tiêu chí về hành vi ứng xử
  - 3.2.2. Xây dựng kế hoạch và lịch trình công việc ( làm rõ mục tiêu và xác định các nhiệm vụ )
  - 3.2.3. Phân công nhiệm vụ cho các thành viên trong nhóm
  - 3.2.4. Xây dựng và thực hiện cơ chế kết hợp và chia sẻ thông tin
  - 3.2.5. Cơ chế khen thưởng
  - 3.2.6. Giám sát và đánh giá

### **Chương 4: Lãnh đạo tổ chức**

- 4.1. Người lãnh đạo tổ chức
  - 4.1.1. Vai trò người lãnh đạo tổ chức
  - 4.1.2. Các phẩm chất cần thiết để trở thành người lãnh đạo tổ chức
  - 4.1.3. Điều kiện tiên quyết để lãnh đạo tổ chức
- 4.2. Những nội dung cơ bản của lãnh đạo tổ chức
  - 4.2.1. Xác định sứ mạng, tầm nhìn
  - 4.2.2. Ra quyết định quyết đoán

- 4.2.3. Mở rộng quyền lực ảnh hưởng
- 4.2.4. Giao tiếp hiệu quả
- 4.2.5. Tạo và duy trì động cơ cho các nhân viên – những người đi theo

### **Chương 5: Lãnh đạo xã hội**

- 5.1. Đặc trưng lãnh đạo xã hội
  - 5.1.1. Lãnh đạo xã hội và chính trị
  - 5.1.2. Đặc trưng lãnh đạo xã hội
- 5.2. Nội dung lãnh đạo xã hội
  - 5.2.1. Đường lối và ra quyết sách
  - 5.2.2. Thực hiện quyết sách
  - 5.2.3. Xác lập cơ cấu tổ chức
  - 5.2.4. Sử dụng người
  - 5.2.5. Cách điều hành và phương pháp lãnh đạo

### **5. Tài liệu tham khảo :**

- [1]. Harvard Business School Publishing Corporation, Bộ sásh “*Các kỹ năng quản lý hiệu quả*” - Tài liệu dịch : Managers toolkit, NXB Tổng hợp TP. Hồ Chí Minh, 2004
- [2]. Kotter, J. & Bennis, W. “*Tư duy lại lãnh đạo: Trở thành lãnh đạo của các Lãnh Đạo và các nền Văn Hóa và các Liên Minh*” trong Rowan Gibson, Warren G. Bennis (Ed.) Tư duy lại tương lai. VAPEC., 2007
- [3]. Nguyễn Hữu Lam, *Nghệ thuật lãnh đạo*. NXB Thông Kê, 2008
- [4]. Đoàn Thị Thu Hà, Nguyễn Thị Ngọc Huyền, Đỗ Thị Hải Hà, *Giáo trình Quản lý học*, NXB Trường Đại học Kinh tế quốc dân, 2013
- [5]. Chu Văn Thành (cb) – Lê Thanh Bình (2004), *Bàn về khoa học và nghệ thuật lãnh đạo*, NXB Chính trị quốc gia, Hà Nội, 2004
- [6]. Barbara Kellerman, “*What Every Leader Needs to Know about Followers*”, Harvard Business Review, Dec, 2007.
- [7]. Linda Hill and Kend Lineback “*Are You a Good Boss or a Great One*”. Harvard Business Review, January-February, 2011.
- [8]. Stewart Friedman, “*Be A Better Leader, Have Richer Life*”, Harvard Business Review, April, 2008.
- [9]. Russell Eisenstat, Michael Beer, Nathaniel Foote, Tobias Fredberg, & Flemming Norrgren, “*The Uncompromising Leader*”, Havard Business Review, July-August, 2008.
- [10]. Teresa Amabile & Mukti Khaire, “*Creativity and The Role of The Leader*”, Harvard Business Review, Oct, 2008.

### **6. Phương pháp đánh giá học phần:**

Áp dụng theo thang điểm 10, phân chia cho từng hình thức kiểm tra, đánh giá như sau:

- Điểm làm tiểu luận cá nhân hoặc kiểm tra: 20%
- Điểm làm bài tập nhóm: 20%
- Điểm thi kết thúc học phần: 60%

(

(

## **HỌC PHẦN. QUẢN TRỊ MARKETING NÂNG CAO**

### **1. Thông tin học phần:**

- Tên học phần tiếng Anh: Marketing Management
- Mã học phần: 073928
- Số tín chỉ: 3
  - + Nghe giảng lý thuyết: 30 tiết
  - + Thảo luận - bài tập: 30 giờ
  - + Tự học: 60 giờ

- Bộ môn phụ trách: Khoa QTKD

- Tính chất học phần: bắt buộc

### **2. Mô tả vắn tắt nội dung của học phần:**

Học phần cung cấp những kiến thức và kỹ năng tổng hợp thông qua việc phân tích các vấn đề của quản lý marketing và marketing chiến lược. Giúp học viên hoàn toàn có khả năng lập các kế hoạch marketing hiệu quả cho doanh nghiệp và các kiến thức về rủi ro và sự ảnh hưởng của rủi ro tới các yếu tố thành công của dự án Marketing

### **3. Mục tiêu của học phần: Sau khi học xong học viên có khả năng:**

- Hiểu được nội dung, qui trình tổ chức và kiểm tra đánh giá các hoạt động marketing trong doanh nghiệp;

- Phân tích và đánh giá được các hoạt động Marketing
- Lập kế hoạch và dự toán được ngân sách cho hoạt động Marketing của doanh nghiệp
- Thực hiện được chiến lược Marketing toàn cầu, E Marketing và có những giải pháp dự phòng rủi ro cho chiến lược Marketing.

- Tôn trọng và thực hiện nghiêm túc các nghiệp vụ, đạo đức của người làm công tác nghiên cứu khoa học trong lĩnh vực Quản trị kinh doanh

### **4. Nội dung chi tiết học phần:**

#### **Chương 1. Tổng quan về quản lý Marketing**

- 1.1. Quản lý Marketing trong doanh nghiệp
- 1.2. Sự ra đời và phát triển quản lý Marketing
- 1.3. Quản lý quá trình Marketing
- 1.4. Marketing của thế kỷ 21 Marketing kết nối

#### **Chương 2. Chiến lược Marketing**

- 2.1. Các vấn đề cơ bản về chiến lược Marketing
- 2.2. Mô hình cơ bản của chiến lược Marketing
- 2.3. Chuỗi giá trị trong chiến lược Marketing

### **Chương 3. Hệ thống thông tin và nghiên cứu Marketing phục vụ hoạt động Quản lý Marketing**

- 3.1. Hệ thống thông tin Marketing
- 3.2. Nghiên cứu Marketing
- 3.3. Đo lường và dự báo cầu thị trường

### **Chương 4. Quản lý ảnh hưởng của môi trường tới hoạt động Marketing**

- 4.1. Khái niệm và nội dung của môi trường Marketing
- 4.2. Các yếu tố thuộc về môi trường Marketing (Môi trường bên trong và bên ngoài)
- 4.3. Những tác động chính của môi trường vĩ mô

### **Chương 5. Phân tích ngành và đối thủ cạnh tranh**

- 5.1. Quan niệm Marketing về cạnh tranh
- 5.2. Phân tích các đối thủ cạnh tranh
- 5.3. Các kiểu chiến lược Marketing của đối thủ cạnh tranh

### **Chương 6. Chiến lược nhánh trong Marketing**

- 6.1. Tuyển dụng và quản lý lực lượng bán hàng
- 6.2. Xây dựng giá trị nhãn hiệu truyền thống
- 6.3. Tổ chức hoạt động Marketing trong doanh nghiệp

### **Chương 7. Marketing toàn cầu**

- 7.1. Khái niệm về Marketing toàn cầu
- 7.2. Thách thức đối với Marketing toàn cầu
- 7.3. Thâm nhập và xây dựng thương hiệu trên thị trường toàn cầu

### **Chương 8. E-Marketing**

- 8.1. Xây dựng chiến lược E-Marketing
- 8.2. Các công cụ hỗ trợ và đánh giá hiệu quả Marketing trực tuyến

### **Chương 9. Kiểm tra và đánh giá**

- 9.1. Sự cần thiết và nguyên tắc kiểm tra đánh giá
- 9.2. Đánh giá tình hình triển khai các hoạt động Marketing
- 9.3. Đánh giá hiệu quả các hoạt động Marketing
- 9.4. Kiểm tra chi phí và khả năng sinh lời của các hoạt động Marketing

### **Chương 10. Rủi ro và dự phòng rủi ro trong Marketing**

- 10.1. Những yếu tố gây nên yếu tố rủi ro trong chiến lược Marketing của doanh nghiệp
- 10.2. Giải pháp phòng tránh rủi ro

## **5. Tài liệu học tập:**

### **5.1. Sách, giáo trình chính :**

Kotler, P. And Keller K.L., *Marketing Management*, 14<sup>th</sup>, Prentice Hall, 2012

## **5.2.Tài liệu tham khảo :**

- [1].Lê Thế Giới ( chủ biên), *Quản trị Marketing định hướng giá trị*, NXB Tài chính, 2014
- [2].Philip Kotler, *Quản trị Marketing*, NXB lao động, 2012
- [1].Trương Đình Chiến, *Quản trị Marketing*, NXB ĐH KTQD, 2010

## **6. Phương pháp đánh giá học phần:**

Áp dụng theo thang điểm 10, phân chia cho từng hình thức kiểm tra, đánh giá như sau:

- Điểm làm tiểu luận cá nhân hoặc kiểm tra: 20%
- Điểm làm bài tập nhóm: 20%
- Điểm thi kết thúc học phần: 60%

(

(

## HỌC PHẦN. QUẢN TRỊ CHIẾN LƯỢC NÂNG CAO

### 1. Thông tin học phần: Quản trị chiến lược nâng cao

- Tên học phần tiếng Anh: Strategic Management

- Mã học phần: 073930

- Số tín chỉ: 3

+ Nghe giảng lý thuyết: 30 tiết

+ Thảo luận - bài tập: 30 giờ

+ Tự học: giờ

- Bộ môn phụ trách: khoa Quản trị kinh doanh.

- Tính chất học phần: bắt buộc

### 2. Mô tả vắn tắt nội dung của học phần:

Nội dung gồm những kiến thức, kỹ năng nâng cao về quản trị chiến lược như: xác định lĩnh vực kinh doanh cốt lõi, các giá trị cốt lõi và tầm nhìn của doanh nghiệp; hình thành mục tiêu chiến lược của doanh nghiệp để thực hiện sứ mệnh trong chu kỳ chiến lược; đánh giá thế và lực của doanh nghiệp trong chu kỳ chiến lược; phát hiện thời cơ chiến lược của doanh nghiệp; thực thi chiến lược hướng đích thông qua chuỗi các biện pháp: thay đổi tổ chức; thiết lập hệ thống khuyến khích và trợ lực; nhận thức và phản ứng với những thay đổi và sai lệch chiến lược.

### 3. Mục tiêu của học phần: Sau khi học xong học viên có khả năng:

- Hiểu được những kiến thức nâng cao về các vấn đề liên quan đến công tác quản trị chiến lược trong doanh nghiệp.

- Phân tích được chiến lược, chọn lựa chiến lược, thực thi chiến lược của công ty trong môi trường kinh doanh bất định và toàn cầu.

- Áp dụng được kiến thức vào nghiên cứu thị trường thực tiễn.

- Tích cực, chủ động tham gia thảo luận vào bài giảng, có tư duy sáng tạo, có khả năng nghiên cứu độc lập để quyết định phương hướng phát triển nhiệm vụ công việc được giao có hiệu quả.

### 4. Nội dung chi tiết học phần:

#### Chương 1: Xác định sứ mệnh và mục tiêu chiến lược

##### 1.1. Sứ mệnh của doanh nghiệp

1.1.1. Các căn cứ hình thành sứ mệnh của doanh nghiệp

1.1.2. Nội dung của bản tuyên bố sứ mệnh của doanh nghiệp

##### 1.2. Xác định mục tiêu chiến lược

1.2.1. Phân biệt mục tiêu chiến lược với các loại mục tiêu khác của doanh nghiệp

1.2.2. Các yêu cầu đối với hệ thống mục tiêu chiến lược

- 1.2.3. Các nhân tố ảnh hưởng đến việc hình thành hệ thống mục tiêu chiến lược
- 1.2.4. Lựa chọn mục tiêu chiến lược.

## **Chương 2: Phân tích chiến lược**

- 2.1. Đánh giá năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp
  - 2.1.1. Đánh giá các nguồn lực
  - 2.1.2. Đánh giá năng lực quản trị
  - 2.1.3. Đánh giá bí quyết công nghệ
- 2.2. Xác định và xây dựng năng lực cốt lõi của doanh nghiệp
  - 2.2.1. Xác định năng lực cốt lõi
  - 2.2.2. Xây dựng năng lực cốt lõi
- 2.3. Phân tích môi trường chiến lược
  - 2.3.1. Phân tích các xu thế biến động trong chu kỳ chiến lược
  - 2.3.2. Phân tích môi trường cạnh tranh ngành
- 2.4. Phát hiện cơ hội chiến lược
  - 2.4.1. Nhận diện các cơ hội
  - 2.4.2. Xác định cơ hội chiến lược của doanh nghiệp

## **Chương 3: Lựa chọn và tổ chức thực hiện chiến lược**

- 3.1. Lựa chọn chiến lược
  - 3.1. 1. Căn cứ lựa chọn
  - 3.1. 2. Yêu cầu khi lựa chọn chiến lược
  - 3.1. 3. Quy trình lựa chọn chiến lược
- 3.2. Thực hiện chiến lược
  - 3.2.1. Thực chất và vai trò của tổ chức thực hiện chiến lược
  - 3.2.2. Nội dung tổ chức thực hiện chiến lược
  - 3.2.3. Quản trị thay đổi trong thực hiện chiến lược
  - 3.2.4. Tạo môi trường văn hoá hỗ trợ thực hiện chiến lược

## **Chương 4: Đánh giá và điều chỉnh chiến lược**

- 4.1 Thực chất đánh giá chiến lược
  - 4.1.1. Mục tiêu đánh giá chiến lược
  - 4.1.2. Các yêu cầu
- 4.2. Quy trình đánh giá chiến lược
  - 4.2.1. Xác lập hệ thống chỉ tiêu đánh giá
  - 4.2.2. Các phương pháp đánh giá chiến lược
  - 4.2.3. Tổ chức thực hiện điều chỉnh chiến lược.

## **Chương 5: Nhận thức và phản ứng chiến lược**

- 5.1. Nhận thức trong chu trình chiến lược
  - 5.1.1. Nhận thức về thay đổi chiến lược
  - 5.1.2. Phân tích hệ thống báo cáo thông tin chiến lược
- 5.2. Xử lý các xung đột chính trị
  - 5.2.1. Thay đổi chiến lược và các lực cản phát sinh
  - 5.2.2. Giải quyết các lực cản nội bộ
- 5.3. Điều chỉnh chiến lược
  - 5.3.1. Thay đổi giải pháp chiến lược
  - 5.3.2. Điều chỉnh hành vi và cải thiện kết quả

## **Chương 6: Chiến lược trong môi trường toàn cầu**

- 6.1. Toàn cầu hóa và những vấn đề cần quan tâm trong quản trị chiến lược
  - 6.1.1. Những vấn đề đặt ra trong xu thế toàn cầu hóa
  - 6.1.2. Những áp lực mà các công ty phải đối mặt
- 6.2. Lựa chọn chiến lược
  - 6.2.1. Chiến lược đa quốc gia
  - 6.2.2. Chiến lược xuyên quốc gia
  - 6.2.3. Chiến lược quốc tế
  - 6.2.4. Chiến lược toàn cầu
- 6.3. Các phương thức thâm nhập thị trường nước ngoài
- 6.4. Các liên minh chiến lược toàn cầu

### **5. Tài liệu học tập:**

- [1]. Đào Duy Huân, *Quản trị chiến lược*, NXB Thông kê 2010
- [2]. Nguyễn Mạnh Hùng (chủ biên), *Quản trị chiến lược và chính sách kinh doanh*, NXB Phương Đông, 2013
- [3]. Đoàn Thị Hồng Vân, *Quản trị chiến lược*, NXB tổng hợp TP.HCM, 2011
- Peter Drucker, *Quản trị trong thời khủng hoảng*, NXB lao động, 2012
- [4]. Phạm Thị Thu Hương, *Quản trị chiến lược trong nền Kinh tế Toàn Cầu*. Bản in lần 2, NXB Khoa học Kỹ thuật, 2007
- [5]. Phan Phúc Hiếu, *Phân tích chiến lược hiện đại và ứng dụng*, NXB Giao thông Vận tải, Hà Nội, 2007.
- [6]. W. Chan Kim, Renee Mauborgne (Phương Thuý dịch), *Chiến lược đai dương xanh*, NXB Tri thức, Hà Nội, 2007.
- [5]. Nguyễn Hữu Lam- Đinh Thái Hoang- Phạm Xuân Lan, *Quản trị chiến lược phát triển lợi thế cạnh tranh*, NXB Thông kê, 2007
- [6]. Micheal E Porter, *Lợi thế cạnh tranh*, Bản dịch tiếng Việt của nhà xuất bản Trẻ, 2008

## **6. Phương pháp đánh giá học phần:**

Áp dụng theo thang điểm 10, phân chia cho từng hình thức kiểm tra, đánh giá như sau:

- Điểm làm tiểu luận cá nhân hoặc kiểm tra: 20%
- Điểm làm bài tập nhóm: 20%
- Điểm thi kết thúc học phần: 60%

(

(

## HỌC PHẦN. CHÍNH SÁCH CÔNG – QUẢN LÝ CÔNG

### 1. Thông tin học phần: Chính sách công - Quản lý công

- Tên học phần tiếng Anh:
- Mã học phần: 073937
- Số tín chỉ: 3
  - + Nghe giảng lý thuyết: 30 tiết
  - + Thảo luận - bài tập: 30 giờ
  - + Tự học: giờ

- Bộ môn phụ trách: khoa Quản trị kinh doanh.
- Tính chất học phần: bắt buộc

### 2. Mô tả ngắn nội dung của học phần:

Trang bị những kiến thức cơ bản về chính sách công, quản trị công cho người học là doanh nhân hoặc có triển vọng trở thành doanh nhân trong tương lai. Những kiến thức cơ bản này giúp cho người học nắm được mục tiêu, nhiệm vụ trong các hoạt động quản lý của nhà nước...; đặc điểm, vai trò, chu trình của chính sách công... Từ đó, tự giác thực hiện các quyền và nghĩa vụ của cá nhân, doanh nghiệp; nhận diện các cơ hội, lợi ích từ các chính sách của Nhà nước để phát triển bền vững cá nhân, doanh nghiệp.

### 3. Mục tiêu của học phần: Sau khi học xong học viên có khả năng:

- Giúp cho học viên có kiến thức về khu vực công; Các vấn đề cơ bản của Tài chính công trong khu vực công; cũng như tính hiệu quả của khu vực công;
- Hiểu rõ các chính sách của chính phủ thuộc khu vực công.
- Rèn luyện cho học viên kỹ năng về tìm kiếm thông tin, thảo luận nhóm, kỹ năng thuyết trình.

### 4. Nội dung chi tiết học phần:

Tuần	Nội dung
Tuần 1	<p><b>CHƯƠNG 1: TỔNG QUAN VỀ QUẢN LÝ CÔNG</b></p> <p><b>A/ Các nội dung chính trên lớp: (3 tiết)</b></p> <p><b>Nội dung GD lý thuyết: (2 tiết)</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>1.1. Khu vực công là gì?</li><li>1.2. Phân loại khu vực công và khu vực tư</li><li>1.3. Đối tượng của quản lý công</li></ul>

<b>Tuần</b>	<b>Nội dung</b>
	<p>1.4. Mục tiêu quản lý công 1.5. Các công cụ điều tiết quản lý công</p> <p><b>Nội dung seminar/thảo luận:</b> (1 tiết) Tình huống do giảng viên đưa ra</p> <p><b>B/ Các nội dung cần tự học ở nhà:</b> (10 tiết) SV đọc tài liệu [1] chương 1, [2] chương 1, [3] chương 1</p> <p><b>C/ Đánh giá kết quả học tập</b> <b>Phương pháp đánh giá:</b> Thảo luận nhóm, bài tập làm việc nhóm</p>
<b>Tuần 2</b>	<p><b>CHƯƠNG 2: HIỆU QUẢ KINH TẾ PARETO</b></p> <p><b>A/ Các nội dung chính trên lớp:</b> (4 tiết)</p> <p><b>Nội dung GD lý thuyết:</b> (3 tiết)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Khái niệm, các định lý về hiệu quả Pareto</li> <li>Các điều kiện để đạt được hiệu quả Pareto trong các lĩnh vực: trao đổi tiêu dùng; sản xuất; tổng hợp.</li> <li>Hai định lý cơ bản của kinh tế học phúc lợi.</li> </ol> <p><b>Nội dung seminar/thảo luận:</b> (1 tiết) Tình huống do giảng viên đưa ra</p> <p><b>B/ Các nội dung cần tự học ở nhà:</b> (10 tiết) SV đọc tài liệu [1] chương 2, [2] chương 2, [3] chương 2</p> <p><b>C/ Đánh giá kết quả học tập</b> <b>Phương pháp đánh giá:</b> Thảo luận nhóm, bài tập làm việc nhóm</p>
<b>Tuần 3</b>	<p><b>CHƯƠNG 3: HÀNG HÓA CÔNG VÀ SỰ LỰA CHỌN CÔNG CỘNG</b></p> <p><b>A/ Các nội dung chính trên lớp:</b> (10 tiết)</p> <p><b>Nội dung GD lý thuyết:</b> (8 tiết)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Khái niệm, phân loại hàng hóa công cộng;</li> <li>Tính hiệu quả trong việc sản xuất, cung ứng hàng hóa công cộng;</li> <li>Đường cầu về hàng hóa công cộng;</li> <li>Hàng hóa các nhân được cung cấp công cộng;</li> <li>Tính hiệu quả của việc cung cấp công cộng hàng hóa cá nhân;</li> <li>Lý thuyết trò chơi đối với hàng hóa công cộng;</li> <li>Lựa chọn công cộng: Cơ sở của lựa chọn công cộng và chi tiêu chính phủ;</li> </ol> <p><b>Nội dung seminar/thảo luận:</b> (2 tiết) Tình huống do giảng viên đưa ra</p>

Tuần	Nội dung
	<p><b>B/ Các nội dung cần tự học ở nhà:</b> (10 tiết) SV đọc tài liệu [1] chương 3, [2] chương 3, [3] chương 3</p> <p><b>C/ Đánh giá kết quả học tập</b> <b>Phương pháp đánh giá:</b> Thảo luận nhóm, bài tập làm việc nhóm, thuyết trình nhóm</p>
Tuần 4	<p><b>CHƯƠNG 4: TÁC ĐỘNG NGOẠI VI VÀ HỆ THỐNG CHÍNH SÁCH CỦA CHÍNH PHỦ</b></p> <p><b>A/ Các nội dung chính trên lớp:</b> (10 tiết) <b>Nội dung GD lý thuyết:</b> (8 tiết)</p> <p>4.1 Yếu tố ngoại vi, phân loại;</p> <p>4.2 Tại sao xuất hiện yếu tố ngoại vi nền kinh tế kém hiệu quả;</p> <p>4.3 Các chính sách của chính phủ: Phạt tiền trên một đơn vị sản lượng; phạt tiền trên một đơn vị tác động tiêu cực; trợ cấp trên một đơn vị sản lượng; trợ cấp trên một đơn vị hạn chế sự tác động tiêu cực; hệ thống tiêu chuẩn; phạt hành chánh.</p> <p>4.4 Sự lựa chọn các chính sách.</p> <p><b>B/ Các nội dung cần tự học ở nhà:</b> (10 tiết) SV đọc tài liệu [1] chương 4, [2] chương 4, [3] chương 4, [4] chương 4</p> <p><b>C/ Đánh giá kết quả học tập</b> <b>Phương pháp đánh giá:</b> Thảo luận nhóm, bài tập làm việc nhóm, thuyết trình nhóm</p>
Tuần 5	<p><b>CHƯƠNG 5: QUẢN LÝ CHIẾN LƯỢC TRONG CÁC TỔ CHỨC</b></p> <p><b>A/ Các nội dung chính trên lớp:</b> (5 tiết) <b>Nội dung GD lý thuyết:</b> (3 tiết)</p> <p>5.1. Chiến lược là gì ?</p> <p>5.2. Chiến lược khu vực công</p> <p>Thảo luận: (2 tiết)</p> <p><b>B/ Đánh giá kết quả học tập</b> <b>Phương pháp đánh giá:</b> Thảo luận nhóm, bài tập làm việc nhóm, thuyết trình nhóm</p>

## 5. Tài liệu học tập:

Tài liệu/ giáo trình chính, bắt buộc:

- [1] Phan Huy Đường; Quản lý công, NXB Đại học Quốc gia Hà Nội, 2014
- [2] Jonathan Gruber (2012). Public Finance and Public Policy. Worth Publishers; Fourth Edition edition (December 1, 2012)
- [3] Nguyễn Trọng Bình, Hành chính công và Quản lý công, NXB Chính trị Quốc gia sự thật, 2015.

**Tài liệu/ giáo trình tham khảo:**

- [4] Jean Hindriks and Gareth D. Myles (2013). Intermediate Public Economics. The MIT Press; second edition edition (April 5, 2013)
  - [5] David N Hyman (2010). Public Finance: A Contemporary Application of Theory to Policy. Cengage Learning; 10 edition (June 24, 2010)
  - [6] Harvey Rosen and Ted Gayer (2013). Public Finance. McGraw Hill, 2013
- [1] Chương trình đào tạo kinh tế Fullbright, Quản lý công, lưu hành nội bộ, 2013.  
[2] Nguyễn Thuấn, Kinh tế công cộng, NXB Thông Kê, 2010.

**6. Phương pháp đánh giá học phần:**

Áp dụng theo thang điểm 10, phân chia cho từng hình thức kiểm tra, đánh giá như sau:

- Điểm làm tiểu luận cá nhân hoặc kiểm tra: 20%
- Điểm làm bài tập nhóm: 20%
- Điểm thi kết thúc học phần: 60%

## HỌC PHẦN. VĂN HÓA DOANH NGHIỆP

### 1.Thông tin học phần: Văn hóa doanh nghiệp

- Tên tiếng Anh: **Business Ethics**
- Mã học phần: 073948
- Số tín chỉ: 3
  - + Lý thuyết: 30 tiết
  - + Thảo luận- bài tập: 30 giờ
  - + Tự học: 30 giờ

- Bộ môn phụ trách: Quản trị kinh doanh

- Tính chất học phần: Bắt buộc

### 2.Mô tả văn tắt nội dung của học phần:

Học phần đạo đức kinh doanh giúp cho học viên kiến thức nâng cao một cách hệ thống về bản chất và vai trò của đạo đức và văn hóa kinh doanh trong các doanh nghiệp hoạt động trong môi trường kinh doanh năng động. Học phần không chỉ đề cập tới những văn hóa và đạo đức kinh doanh mà còn được phân tích trong mối liên hệ với các hoạt động và các vấn đề quan trọng khác trong quản trị doanh nghiệp.

### 3.Mục tiêu của học phần: Sau khi học xong học viên có khả năng:

- Hiểu được kiến thức cơ bản về đạo đức kinh doanh và văn hóa kinh doanh.
- Vận dụng được các nhân tố văn hóa, đạo đức trong hoạt động kinh tế, kinh doanh.
- Có kỹ năng phân tích và xử lý tình huống trong hoạt động kinh doanh.
- Áp dụng được đạo đức kinh doanh trong doanh nghiệp, trong nền kinh tế thị trường
- Nhận thức được tầm quan trọng của môn học để có thái độ học tập nghiêm túc, tích cực tham gia vào bài học, có tư duy sáng tạo.

### 4. Nội dung chi tiết học phần:

#### **Chương 1: Tiếp cận vấn đề đạo đức trong kinh doanh**

- 1.1.Đạo đức và đạo đức kinh doanh
- 1.2.Đạo đức kinh doanh và trách nhiệm xã hội
- 1.3. Sự cần thiết phải nghiên cứu đạo đức kinh doanh
- 1.4.Triết lý đạo đức và xu thế phát triển của các triết lý đạo đức
- 1.5. Doanh nghiệp kinh doanh có trách nhiệm

#### **Chương 2: Phân tích hành vi đạo đức**

- 2.1. Cách tiếp cận với quá trình ra quyết định về đạo đức.
- 2.2. Quá trình ra quyết định về đạo đức kinh doanh
- 2.3. Phân tích hành vi đạo đức

#### **Chương 3: Phát triển chương trình đạo đức kinh doanh**

- 3.1. Hành vi kinh doanh có trách nhiệm như một chiến lược
- 3.2. Thiết lập các chương trình đạo đức kinh doanh
- 3.3. Những tiêu chuẩn, quy trình và mong đợi đối với doanh nghiệp kinh doanh có trách nhiệm.
- 3.4. Cơ sở hạ tầng đạo đức kinh doanh.
- 3.5. Truyền thông và phản hồi về đạo đức kinh doanh

#### **Chương 4: Đưa đạo đức kinh doanh vào thực tiễn**

- 4.1. Xây dựng đạo đức trong kinh doanh.
- 4.2. Gắn kết doanh nghiệp kinh doanh có trách nhiệm.
- 4.3. Hành vi và tập quán kinh doanh có trách nhiệm.
- 4.4. Đánh giá chương trình và học hỏi về mặt tổ chức.

#### **Chương 5: Văn hóa doanh nghiệp**

- 5.1. Khái niệm văn hóa doanh nghiệp.
- 5.2. Các cấp độ văn hóa doanh nghiệp.
- 5.3. Tác động của văn hóa doanh nghiệp đối với sự phát triển của doanh nghiệp.
- 5.4. Các yếu tố ảnh hưởng tới sự hình thành văn hóa doanh nghiệp.
- 5.5. Các dạng văn hóa doanh nghiệp.
- 5.6. Xây dựng văn hóa doanh nghiệp Việt Nam trong quá trình hội nhập.

#### **Chương 6: Đổi mới văn hóa doanh nghiệp**

- 6.1. Vai trò của văn hóa doanh nghiệp.
- 6.2. Văn hóa doanh nghiệp với đặc tính tổ chức, với học tập, với tư duy nhóm và với đạo đức.
- 6.3. Tại các doanh nghiệp phải đổi mới văn hóa của mình.
- 6.4. Cơ cấu thay đổi văn hóa doanh nghiệp.
- 6.5. Mô hình và phương thức thay đổi văn hóa doanh nghiệp.
- 6.6. Quản lý quá trình thay đổi văn hóa doanh nghiệp.
- 6.7. Vai trò của quản trị nguồn nhân lực trong thay đổi văn hóa doanh nghiệp.

#### **Chương 7: Một vài mô hình văn hóa doanh nghiệp tiêu biểu.**

- 7.1. Mô hình văn hóa doanh nghiệp trong nước.
- 7.2. Mô hình văn hóa doanh nghiệp nước ngoài.
- 7.3. Một số bài học kinh nghiệm.

#### **5. Tài liệu tham khảo:**

- [1]. Nguyễn Mạnh Quân, *Đạo đức và văn hóa công ty*, NXB Đại Học Kinh tế QD, 2015
- [2]. Nguyễn Ngọc Thắng, *Trách nhiệm của doanh nghiệp*, NXB Đại Học QGHN, 2015
- [3]. E.dar.H.Schein, *Văn hóa doanh nghiệp, và sự lãnh đạo*, NXB Thời đại, 2015
- [4]. Ferrell, O.C., Fraedrich, John, and Ferrell, Linda, *Business Ethics, Ethical Decision Making & Case*, 8th Edition. Boston, MA: Prentice Hall, 2010

[5].Nguyễn Mạnh Quân, *Đạo đức kinh doanh và văn hóa công ty, phương pháp môn học và hướng dẫn phân tích tình huống*, NXB Đại học KTQD, 2007

[6].Bộ thương mại Hoa Kỳ, *Đạo đức kinh doanh , cảm nang quản lý doanh nghiệp có trách nhiệm trong nền kinh tế thị trường mới nổi*, NXB trẻ 2007

[7].M.Kevin Thomson, *The company Culture Cook book*, Prenti se Hall London, 2007

[8].Dương Thị Liễu (Chủ biên): *Giáo trình Văn hoá kinh doanh*, Nxb Đại học Kinh tế quốc dân, 2009.

[9]. Phòng Thương mại và công nghiệp Việt Nam: *Doanh nghiệp, doanh nhân Việt Nam - Văn hoá và trí tuệ*, Nxb Chính trị quốc gia, 2005.

## **6. Phương pháp đánh giá học phần:**

Áp dụng theo thang điểm 10, phân chia cho từng hình thức kiểm tra, đánh giá như sau:

- Điểm làm tiểu luận cá nhân hoặc kiểm tra: 20%
- Điểm làm bài tập nhóm: 20%
- Điểm thi kết thúc học phần: 60%

## HỌC PHẦN. TINH THẦN KHỞI NGHIỆP

### 1. Thông tin học phần: Tinh thần khởi nghiệp

- Tên học phần tiếng Anh:
- Mã học phần: 073927
- Số tín chỉ: 3
  - + Nghe giảng lý thuyết: 30 tiết
  - + Thảo luận - bài tập: 30 giờ
  - + Tự học: giờ
- Bộ môn phụ trách: khoa Quản trị kinh doanh.
- Tính chất học phần: bắt buộc

### 2. Mô tả ngắn nội dung của học phần:

Môn học được thiết kế nhằm nâng cao tinh thần khởi nghiệp cho học viên là doanh nhân hoặc có triển vọng gia nhập vào đội ngũ doanh nhân tương lai. Môn học giúp doanh nhân xác định được tinh thần khởi nghiệp và làm giàu chân chính; có năng lực khám phá được ý tưởng khởi nghiệp mới; Hiện thực hóa ý tưởng kinh doanh trong thực tiễn, cũng như quản trị thành công công ty khởi nghiệp, mở rộng, chuyển đổi phát triển doanh nghiệp bền vững.

### 3. Mục tiêu của học phần: Sau khi học xong học viên có khả năng:

- Xác định được tinh thần khởi nghiệp và làm giàu chân chính
- Khám phá được ý tưởng khởi nghiệp
- Xây dựng được kế hoạch triển khai ý tưởng khởi nghiệp
- Nhận biết được những khó khăn và cách thức vượt khó trong giai đoạn đầu khởi nghiệp
- Quản trị công ty khởi nghiệp hiệu quả
- Đổi mới và phát triển doanh nghiệp

### 4. Nội dung chi tiết học phần:

Tuần	Nội dung
1	<p><b>BÀI 1. LÀM GIÀU CHÂN CHÍNH</b></p> <p>A/ Các nội dung chính trên lớp: (5 tiết)</p> <p>Nội dung GD lý thuyết: (2 tiết)</p> <p>1.1. Triết lý làm giàu chân chính</p> <p>1.2. Môi trường khởi nghiệp tích cực</p> <p>1.3. Hệ sinh thái khởi nghiệp</p> <p>1.4. Đạo đức và sự học của doanh nhân</p> <p>1.5. Tránh bẫy tâm lý khởi nghiệp thất bại</p>

Tuần	Nội dung
	<p>Nội dung seminar/thảo luận: (<i>3 tiết</i>)  <b>Tình huống do giảng viên đưa ra</b></p> <p>B/ Các nội dung cần tự học ở nhà: (<i>10 tiết</i>)  <b>SV đọc tài liệu [1] bài 1, [2] phần 1.</b></p> <p>C/ Đánh giá kết quả học tập:  <i>Phương pháp đánh giá:</i> Câu hỏi trắc nghiệm.</p>
Tuần 2	<p><b><i>BÀI 2. KHÁM PHÁ Ý TƯỞNG KHỞI NGHIỆP</i></b></p> <p>A/ Các nội dung chính trên lớp: (<i>5 tiết</i>)  Nội dung GD lý thuyết: (<i>2 tiết</i>)  2.1. Khám phá ý tưởng kinh doanh  2.2. Ý tưởng sản phẩm  2.3. Lập hồ sơ dự án  2.4. Thẩm định dự án  2.5. Tranh thủ sự đồng thuận  2.6. Huy động vốn</p> <p>Nội dung seminar/thảo luận: (<i>3 tiết</i>)  <b>Tình huống do giảng viên đưa ra</b></p> <p>B/ Các nội dung cần tự học ở nhà: (<i>10 tiết</i>)  <b>SV đọc tài liệu [1] bài 2, [2] phần 2, [4] chương 1,2,3.</b></p> <p>C/ Đánh giá kết quả học tập:  <i>Phương pháp đánh giá:</i>  <b>Thảo luận nhóm, thuyết trình</b></p>
Tuần 3,4	<p><b><i>BÀI 3. LẬP DỰ ÁN KHỞI NGHIỆP</i></b></p> <p>A/ Các nội dung chính trên lớp: (<i>10 tiết</i>)  Nội dung GD lý thuyết: (<i>5 tiết</i>)  3.1. Cấu trúc báo cáo nghiên cứu khả thi  3.2. Phân tích pháp lý  3.3. Lựa chọn vị trí  3.4. Phân tích thị trường  3.5. Lựa chọn công nghệ  3.6. Phân tích tác động môi trường  3.7. Mô hình quản lý và nguồn nhân lực  3.8. Phân tích tài chính</p>

Tuần	Nội dung
	<p>3.9. Phân tích rủi ro</p> <p>3.10. Đánh giá hiệu quả kinh tế - xã hội</p> <p>Nội dung seminar/thảo luận: (<i>5 tiết</i>)</p> <p><b>Tình huống do giảng viên đưa ra</b></p> <p><i>B/ Các nội dung cần tự học ở nhà: (20 tiết)</i></p> <p><b>SV đọc tài liệu [1] bài 3, [2] phần 3.</b></p> <p>C/ Đánh giá kết quả học tập:</p> <p><i>Phương pháp đánh giá:</i> Thảo luận nhóm, thuyết trình.</p>
Tuần 5,6	<p><b>BÀI 4. PHÂN TÍCH TÀI CHÍNH DỰ ÁN</b></p> <p><i>A/ Các nội dung chính trên lớp: (5 tiết)</i></p> <p>Nội dung GD lý thuyết: (<i>2 tiết</i>)</p> <p><b>4.1. Xây dựng dòng tiền</b></p> <p><b>4.2. Các chỉ tiêu đánh giá hiệu quả dự án</b></p> <p>Nội dung seminar/thảo luận: (<i>3 tiết</i>)</p> <p><b>Tình huống do giảng viên đưa ra</b></p> <p><i>B/ Các nội dung cần tự học ở nhà: (10 tiết)</i></p> <p><b>SV đọc tài liệu [1] bài 4, [2] phần 3.</b></p> <p>C/ Đánh giá kết quả học tập:</p> <p><i>Phương pháp đánh giá:</i></p> <p><b>Thảo luận nhóm, thuyết trình, câu hỏi trắc nghiệm</b></p>
Tuần 7	<p><b>BÀI 5. PHÂN TÍCH RỦI RO DỰ ÁN KHỞI NGHIỆP</b></p> <p><i>A/ Các nội dung chính trên lớp: (5 tiết)</i></p> <p>Nội dung GD lý thuyết: (<i>2 tiết</i>)</p> <p><b>5.1. Phân tích định tính</b></p> <p><b>5.2. Phân tích độ nhạy</b></p> <p><b>5.3. Phân tích điểm hoà vốn</b></p> <p>Nội dung seminar/thảo luận: (<i>3 tiết</i>)</p> <p><b>Tình huống do giảng viên đưa ra</b></p> <p><i>B/ Các nội dung cần tự học ở nhà: (10 tiết)</i></p> <p><b>SV đọc tài liệu [1] bài 5, [2] phần 3.</b></p> <p>C/ Đánh giá kết quả học tập:</p> <p><i>Phương pháp đánh giá:</i></p> <p><b>Thảo luận nhóm, thuyết trình, câu hỏi trắc nghiệm</b></p>
Tuần 8	<p><b>BÀI 6. KẾ HOẠCH THỰC HIỆN ĐẦU TƯ</b></p> <p><i>A/ Các nội dung chính trên lớp: (5 tiết)</i></p> <p>Nội dung GD lý thuyết: (<i>2 tiết</i>)</p> <p><b>6.1. Kiện toàn tổ chức và pháp lý</b></p>

Tuần	Nội dung
	<p><b>6.2. Xây dựng cơ sở vật chất</b>  <b>6.3. Marketing và bán hàng</b>            Nội dung seminar/thảo luận: (<i>3 tiết</i>)  <b>Tình huống do giảng viên đưa ra</b>  <i>B/ Các nội dung cần tự học ở nhà: (10 tiết)</i>  <b>SV đọc tài liệu [1] bài 6, [2] phần 4.</b>  <i>C/ Đánh giá kết quả học tập:</i>  <i>Phương pháp đánh giá:</i>  <b>Thảo luận nhóm, thuyết trình, câu hỏi trắc nghiệm</b></p>
Tuần 9	<p><b>BÀI 7. QUẢN TRỊ CÔNG TY KHỞI NGHIỆP</b></p> <p><i>A/ Các nội dung chính trên lớp: (5 tiết)</i>            Nội dung GD lý thuyết: (<i>2 tiết</i>)  <b>4.1. Nhận diện đặc thù công ty khởi nghiệp</b>  <b>4.2. Lựa chọn mô hình kinh doanh</b>  <b>4.3. Các lưu ý khi quản trị công ty khởi nghiệp: Nhân sự, marketing, bán hàng, sản xuất, cung ứng, tài chính, rủi ro,...</b>            Nội dung seminar/thảo luận: (<i>3 tiết</i>)  <b>Tình huống do giảng viên đưa ra</b>  <i>B/ Các nội dung cần tự học ở nhà: (10 tiết)</i>  <b>SV đọc tài liệu [1] bài 7, [2] phần 4</b></p> <p><i>C/ Đánh giá kết quả học tập:</i>  <i>Phương pháp đánh giá:</i>  <b>Thảo luận nhóm, thuyết trình,</b></p>
Tuần 10	<p><b>CHƯƠNG 8. MỞ RỘNG, CHUYỂN ĐỔI VÀ PHÁT TRIỂN</b></p> <p><i>A/ Các nội dung chính trên lớp: (5 tiết)</i>            Nội dung GD lý thuyết: (<i>2 tiết</i>)  <b>8.1. Chuyển đổi hộ kinh doanh lên doanh nghiệp</b>  <b>8.2. Tái cấu trúc doanh nghiệp</b>  <b>8.3. Đổi mới doanh nghiệp</b>            Nội dung seminar/thảo luận: (<i>3 tiết</i>)  <b>Tình huống do giảng viên đưa ra</b>  <i>B/ Các nội dung cần tự học ở nhà: (10 tiết)</i>  <b>SV đọc tài liệu [1] bài 8, [2] phần 6; [3] chương 4,5,6</b></p> <p><i>C/ Đánh giá kết quả học tập:</i>  <i>Phương pháp đánh giá:</i></p>

Tuần	Nội dung
	<b>Thảo luận nhóm, thuyết trình.</b>

## 5. Tài liệu học tập:

### Tài liệu/ giáo trình chính, bắt buộc:

- [1]. Huỳnh Thanh Điền (2019). Bài giảng Khởi nghiệp. Học liệu E-learning. Đại học Nguyễn Tất Thành.
- [2]. Huỳnh Thanh Điền (2019). Khởi nghiệp - Từ dự định đến hành động. NXB Kinh tế thành phố Hồ Chí Minh.

### Tài liệu tham khảo:

- [3] Baassiri, Raméz (2018). *Interrupted Entrepreneurship: Embracing Change In The Family Business*. Forbes. ISBN 9781946633361.
- [4] Bowman, Erik (July 2011). *Entrepreneur Training Manual, Third Edition: Certified Entrepreneur Workbook*. Guanzi Institute Press. ISBN 978-0-9837862-9-0.
- [5] Huỳnh Thanh Điền (2018). Kiến tạo Môi trường Khởi nghiệp. ISBN 978-604-80-3201-2. NXB Thông tin và Truyền Thông.
- [6] Huỳnh Thanh Điền (2018). Quản trị Công ty Khởi nghiệp. ISBN 978-604-77-4687-3. NXB Thế Giới
- [7] Huỳnh Thanh Điền (2019). Tái cấu trúc doanh nghiệp trong bối cảnh kinh doanh mới. ISBN 978-604-80-3830-4. NXB Thông tin Truyền thông.
- [8] Chuyên mục khởi nghiệp, Quản trị, website: [www.huynhthanhdien.com](http://www.huynhthanhdien.com)

## 6. Phương pháp đánh giá học phần:

Áp dụng theo thang điểm 10, phân chia cho từng hình thức kiểm tra, đánh giá như sau:

- Điểm làm tiểu luận cá nhân hoặc kiểm tra: 20%
- Điểm làm bài tập nhóm: 20%
- Điểm thi kết thúc học phần: 60%

# HỌC PHẦN. QUẢN TRỊ NGUỒN NHÂN LỰC NÂNG CAO

## 1. Thông tin học phần: Quản trị nguồn nhân lực nâng cao

- Tên học phần tiếng Anh:
- Mã học phần: 073934
- Số tín chỉ: 3
  - + Nghe giảng lý thuyết: 30 tiết
  - + Thảo luận - bài tập: 30 giờ
  - + Tự học: giờ

- Bộ môn phụ trách: khoa Quản trị kinh doanh.

- Tính chất học phần: bắt buộc

## 2. Mô tả ngắn nội dung của học phần:

Môn học giới thiệu vai trò của nguồn nhân lực và quản trị nguồn nhân lực trong các tổ chức, các quy trình và cách thức thực hiện những chức năng cơ bản của QTNNL như hoạch định, phân tích công việc, tuyển dụng, đào tạo, trả công, ...trong doanh nghiệp.

## 3. Mục tiêu của học phần: Sau khi học xong học viên có khả năng:

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 và các công cụ cần thiết nhằm mục tiêu thu hút, phát triển và duy trì nhân sự trong doanh nghiệp.

Kết thúc môn học, sinh viên sẽ 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.

## 4. Nội dung chi tiết học phần:

Tuần	Nội dung
Tuần 1	<p><b>Chương 1: GIỚI THIỆU TỔNG QUAN VỀ QUẢN TRỊ NGUỒN NHÂN LỰC</b></p> <p><b>A/Các nội dung chính trên lớp: (4 tiết)</b></p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Khái niệm, vai trò và ý nghĩa của quản trị nguồn nhân lực</li><li>2. Quá trình phát triển của quản trị nguồn nhân lực</li><li>3. Các chức năng cơ bản của quản trị nguồn nhân lực</li><li>4. Mô hình quản trị nguồn nhân lực</li><li>5. Lĩnh vực ưu tiên phát triển nguồn nhân lực</li><li>6. Vai trò của phòng nhân lực</li></ol> <p><b>Thảo luận trên lớp (1 tiết)</b></p> <p>Những ai tham gia vào hoạt động quản trị nguồn nhân lực?</p> <p><b>B/Các nội dung SV cần tự học ở nhà: (10 tiết)</b></p>

Tuần	Nội dung
	<p>Đọc tài liệu SV đọc tài liệu [1] chương 1, [2] Slide bài giảng chương 1 Bài tập về nhà theo nhóm: Dự đoán tương lai của Quản trị nguồn nhân lực.</p> <p><b>C/ Đánh giá kết quả học tập</b> Phương pháp đánh giá: quan sát thảo luận tại lớp, đánh giá trình bày kết quả nhóm tại lớp, và bài tập về nhà.</p>
Tuần 2	<p><b>Chương 2: HOẠCH ĐỊNH NGUỒN NHÂN LỰC</b></p> <p><b>A/ Các nội dung chính trên lớp: (5 tiết)</b> <b>Nội dung GD lý thuyết: (4 tiết)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Khái niệm</li> <li>Quá trình hoạch định nguồn nhân lực</li> <li>Phân tích hiện trạng quản trị nguồn nhân lực</li> <li>Phân tích quan hệ cung cầu, khả năng điều chỉnh hệ thống quản trị nguồn nhân lực</li> </ol> <p><b>Nội dung seminar/thảo luận: (1 tiết)</b> Lựa chọn giải pháp khi thiếu/ thừa nhân sự trong tình huống cụ thể.</p> <p><b>B/ Các nội dung cần tự học ở nhà: (10 tiết)</b> SV đọc tài liệu [1] chương 2, [2] Slide bài giảng chương 2. Bài tập về nhà: Bài tập tình huống trong tài liệu [1]</p> <p><b>C/ Đánh giá kết quả học tập</b> Phương pháp đánh giá: quan sát thảo luận tại lớp, đánh giá trình bày kết quả nhóm tại lớp.</p>
Tuần 3	<p><b>Chương 3: PHÂN TÍCH CÔNG VIỆC</b></p> <p><b>A/ Các nội dung chính trên lớp: (5 tiết)</b> <b>Nội dung GD lý thuyết: (3 tiết)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Khái niệm và ý nghĩa của phân tích công việc</li> <li>Những thông tin cần thu thập trong phân tích công việc</li> <li>Nội dung chính của bảng mô tả công việc, bảng tiêu chuẩn công việc</li> </ol> <p><b>Nội dung seminar/thảo luận: (2 tiết)</b> Lập mô tả công việc và tiêu chuẩn công việc cho một vị trí cụ thể.</p> <p><b>B/ Các nội dung cần tự học ở nhà: (10 tiết)</b> SV đọc tài liệu [1] chương 3, [2] Slide bài giảng chương 3. SV chuẩn bị mỗi bạn một bản CV tự làm theo mẫu trên các website mang vào lớp vào tuần sau để học chương tuyển dụng.</p> <p><b>C/ Đánh giá kết quả học tập</b> Phương pháp đánh giá: quan sát thảo luận tại lớp, đánh giá trình bày kết quả nhóm tại lớp.</p>
Tuần 4	<p><b>Chương 4: TUYỂN DỤNG</b></p> <p><b>Chương 5: KIỂM TRA VÀ ĐÁNH GIÁ</b></p>

Tuần	Nội dung
	<p><b>A/ Các nội dung chính trên lớp: (5 tiết)</b></p> <p><b>Nội dung GD lý thuyết: (3 tiết)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Nguồn ứng viên từ trong nội bộ doanh nghiệp</li> <li>2. Nguồn ứng viên từ bên ngoài doanh nghiệp</li> <li>3. Nội dung, trình tự của quá trình tuyển dụng</li> <li>4. Các mô hình thu hút, phân công bố trí nguồn nhân lực trong doanh nghiệp</li> <li>5. Đánh giá hiệu quả của hoạt động tuyển dụng</li> </ol> <p><b>Nội dung thực hành: (2 tiết)</b></p> <p>Chọn lọc hồ sơ tuyển dụng và lập bảng câu hỏi phỏng vấn cho một vị trí cụ thể.</p>
	<p><b>B/ Các nội dung cần tự học ở nhà: (10 tiết)</b></p> <p>SV đọc tài liệu [1] chương 4, [2] Slide bài giảng chương 4</p> <p>SV tự đọc tài liệu Chương 5: Kiểm tra và đánh giá ở nhà.</p> <p>SV đọc trước</p>
(	<p><b>C/ Đánh giá kết quả học tập</b></p> <p>Phương pháp đánh giá: quan sát thảo luận tại lớp, đánh giá trình bày kết quả nhóm tại lớp.</p> <p><b>Chương 6 : ĐỊNH HƯỚNG NGHỀ NGHIỆP</b>  <b>Chương 7: ĐÀO TẠO VÀ PHÁT TRIỂN</b></p> <p><b>A/ Các nội dung chính trên lớp: (5 tiết)</b></p> <p><b>Nội dung GD lý thuyết: (4 tiết)</b></p> <p><b>Chương 6: ĐỊNH HƯỚNG VÀ PHÁT TRIỂN NGHỀ NGHIỆP</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mục đích của việc nghiên cứu định hướng và phát triển nghề nghiệp</li> <li>2. Định hướng nghề nghiệp cá nhân</li> <li>3. Những động cơ trong nghề nghiệp</li> <li>4. Doanh nghiệp có thể giúp gì cho nhân viên phát triển nghề nghiệp?</li> </ol> <p><b>Chương 7: ĐÀO TẠO VÀ PHÁT TRIỂN NHÂN LỰC</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mục đích</li> <li>2. Khái niệm về đào tạo, phát triển</li> <li>3. Phân loại các hình thức đào tạo</li> <li>4. Phương pháp đào tạo</li> <li>5. Xác định nhu cầu đào tạo</li> <li>6. Thực hiện quá trình đào tạo</li> <li>7. Đánh giá hiệu quả đào tạo</li> </ol> <p><b>Nội dung seminar/thảo luận: (1 tiết)</b></p> <p>1/ Bài tập thảo luận chương 6 tài liệu [1]</p> <p>2/ Xác định nhu cầu đào tạo.</p> <p><b>B/ Các nội dung cần tự học ở nhà: (10 tiết)</b></p> <p>SV đọc tài liệu [1] chương 6, chương 7, [2] Slide bài giảng chương 6, chương 7</p> <p><b>C/ Đánh giá kết quả học tập</b></p>

Tuần	Nội dung
	Phương pháp đánh giá: quan sát thảo luận tại lớp, đánh giá trình bày kết quả nhóm tại lớp.
Tuần 6	<p><b>Thực hành ngoài:</b> Chủ đề tuyển dụng: tuyển dụng, phân ca, tính lương.</p> <p><b>Chương 8: TRẢ CÔNG LAO ĐỘNG</b></p> <p><b>A/ Các nội dung chính trên lớp: (5 tiết)</b>  <b>Nội dung GD lý thuyết: (4 tiết)</b></p> <p><b>Chương 8: TRẢ CÔNG LAO ĐỘNG</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Khái niệm</li> <li>Cơ cấu trả công</li> <li>Mục tiêu của hệ thống tiền lương</li> <li>Các hình thức tiền lương</li> <li>Tiền lương kích thích trong doanh nghiệp</li> </ol> <p><b>Bài tập nhóm: (1 tiết)</b>  Xác định các thành phần của cơ cấu trả công</p> <p><b>B/ Các nội dung cần tự học ở nhà: (10 tiết)</b>  SV đọc tài liệu [1] chương 7,8  SV làm bài tập nhóm cuối chương 8 trong tài liệu [1]</p> <p><b>C/ Đánh giá kết quả</b>  <b>Phương pháp đánh giá:</b> Phương pháp đánh giá: quan sát thảo luận tại lớp, đánh giá kết quả bài tập nhóm tại lớp.</p>
Tuần 7	<p><b>Chương 9: ĐÁNH GIÁ KẾT QUẢ THỰC HIỆN CÔNG VIỆC</b></p> <p><b>A/ Các nội dung chính trên lớp: (5 tiết)</b>  <b>Nội dung GD lý thuyết: (4 tiết)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Khái niệm, mục đích</li> <li>Các phương pháp đánh giá kết quả thực hiện công việc</li> <li>Nâng cao hiệu quả đánh giá kết quả thực hiện công việc</li> <li>Đánh giá năng lực nhân viên</li> <li>Phỏng vấn đánh giá</li> </ol> <p><b>Thực hành nhóm: (1 tiết)</b></p> <p><b>B/ Các nội dung cần tự học ở nhà: (10 tiết)</b>  SV đọc tài liệu [1] chương 9 [2] Slide bài giảng chương 9  BT về nhà trong tài liệu [1] chương 9</p> <p><b>C/ Đánh giá kết quả học tập</b>  <b>Phương pháp đánh giá:</b> Phương pháp đánh giá: quan sát thảo luận tại lớp, đánh giá kết quả bài tập nhóm tại lớp.</p>
Tuần 8	

Tuần	Nội dung
	<p><b>Chương 10: QUAN HỆ LAO ĐỘNG</b></p> <p><b>Chương 11: QUẢN TRỊ NGUỒN NHÂN LỰC QUỐC TẾ</b></p> <p><b>A/ Các nội dung chính trên lớp: (5 tiết)</b></p> <p><b>Chương 10: QUAN HỆ LAO ĐỘNG</b></p> <p><b>Nội dung GD lý thuyết: (3 tiết)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>1. Công đoàn</li> <li>2. Thỏa ước lao động tập thể</li> <li>3. Nội quy lao động</li> <li>4. Tranh chấp lao động</li> </ul> <p><b>Chương 11: QUẢN TRỊ NGUỒN NHÂN LỰC QUỐC TẾ/ QUAN</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>1. Thế nào là quản trị nguồn nhân lực quốc tế</li> <li>2. Thực tiễn quản trị nguồn nhân lực trong các môi trường văn hóa khác nhau</li> </ul> <p><b>Nội dung seminar/thảo luận: (2 tiết)</b> Giải quyết tình huống về quan hệ lao động.</p>
Tuần 9	<p><b>B/ Các nội dung cần tự học ở nhà: (10 tiết)</b> SV đọc tài liệu [1] chương 10 11 , [2] Slide bài giảng chương 10, 11.</p> <p><b>C/ Đánh giá kết quả học tập</b> <b>Phương pháp đánh giá:</b> Phương pháp đánh giá: quan sát thảo luận tại lớp, đánh giá kết quả bài tập nhóm tại lớp.</p>
Tuần 10	<p><b>Thực hành ngoài:</b> Chủ đề đánh giá kết quả thực hiện công việc</p> <p><b>Chương 12: ĐÁNH GIÁ KẾT QUẢ HOẠT ĐỘNG QUẢN TRỊ NGUỒN NHÂN LỰC</b></p> <p><b>- Ôn tập tổng kết môn học</b></p> <p><b>A/ Các nội dung chính trên lớp: (5 tiết)</b></p> <p><b>Nội dung GD lý thuyết: (2 tiết)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>1. Yêu cầu đối với đánh giá kết quả quản trị nguồn nhân lực</li> <li>2. Đánh giá kết quả quản trị nguồn nhân lực</li> <li>3. Các chỉ số then chốt đo lường kết quả thực hiện công việc</li> </ul> <p><b>Nội dung seminar/thảo luận: (1 tiết)</b> Các chỉ số then chốt đo lường kết quả thực hiện công việc.</p>
Tuần 11	<p><b>B/ Các nội dung cần tự học ở nhà: (10 tiết)</b> SV đọc tài liệu [1] Ôn lại tất cả các chương đã học, [2] Ôn lại tất cả các slide bài giảng của các chương.</p> <p><b>C/ Đánh giá kết quả học tập trong Chương 4 phần 2:</b></p>

Tuần	Nội dung
	Phương pháp đánh giá: quan sát thảo luận tại lớp, đánh giá kết quả bài tập nhóm tại lớp.
<b>Tuần 12</b>	<b>Các hoạt động:</b> Giải quyết các tình huống quản trị nguồn nhân lực tổng hợp Tổng kết điểm học phần. Hướng dẫn ôn thi.

## 5. Tài liệu học tập:

### \* *Sách giáo trình/Bài giảng:*

[1] PGS.TS. Trần Kim Dung (2018), Quản trị nguồn nhân lực, NXB Tổng Hợp TP.HCM  
Slide bài giảng của giảng viên phụ trách môn học.

### \* *Tài liệu tham khảo khác:*

- [2] PGS.TS. Nguyễn Ngọc Quân & PGS.TS. Nguyễn Văn Diêm (2015), Quản trị nhân lực, NXB Đại học Kinh tế Quốc Dân.
- [3] By Raymond Noe and John Hollenbeck and Barry Gerhart and Patrick Wright (2019), Fundamentals of Human Resource Management 8th edition, Mc Graw Hill.
- [4] Wayne Cascio (2018), Managing Human Resource 11th edition, Mc Graw Hill.
- [5] Nigel Guenole, Jonathan Ferrar, Sheri Feinzig (2017), Power of People, The: Learn How Successful Organizations Use Workforce Analytics To Improve Business Performance, Pearson.
- [6] Gomez-Mejia, Balkin & Cardy (2016), Managing Human Resource, Pearson.
- [7] Tracy Maylett, Mathew Wride, Kerry Patterson (2017), The Employee Experience: How to Attract Talent, Retain Top Performers, and Drive Results Hardcover, Wiley.

## 6. Phương pháp đánh giá học phần:

Áp dụng theo thang điểm 10, phân chia cho từng hình thức kiểm tra, đánh giá như sau:

- Điểm làm tiểu luận cá nhân hoặc kiểm tra: 20%
- Điểm làm bài tập nhóm: 20%
- Điểm thi kết thúc học phần: 60%

# HỌC PHẦN. QUẢN TRỊ CHIẾN LƯỢC KINH DOANH QUỐC TẾ

. **Thông tin học phần:** Quản trị chiến lược kinh doanh quốc tế

- Tên học phần tiếng Anh:

- Mã học phần: 073940

- Số tín chỉ: 3

+ Nghe giảng lý thuyết: 30 tiết

+ Thảo luận - bài tập: 30 giờ

+ Tự học: giờ

- Bộ môn phụ trách: khoa Quản trị kinh doanh.

- Tính chất học phần: bắt buộc

## 2. Mô tả vấn đề nội dung của học phần:

Học phần này nghiên cứu mối quan hệ giữa các chiến lược, cấu trúc và quá trình tổ chức trong kinh doanh quốc tế. Học phần bao gồm lý thuyết, tình huống và thảo luận để làm rõ những vấn đề liên quan đến chiến lược thiết kế cấu trúc công ty và phát triển kinh doanh quốc tế.

**3. Mục tiêu của học phần:** Sau khi học xong học viên có khả năng:

Thảo luận những vấn đề then chốt liên quan đến các quyết định chiến lược của doanh nghiệp đa quốc gia (MNEs);

Áp dụng tư duy phản biện để diễn giải các vấn đề về chiến lược quốc tế;

Sử dụng các lý thuyết và khái niệm trong kinh doanh quốc tế để ứng phó với những thách thức mà các công ty đa quốc gia phải đối mặt;

Phê bình và đánh giá những vấn đề chiến lược trong kinh doanh quốc tế.

Các bài kiểm tra học phần được thiết kế nhằm phát triển và đồng thời đánh giá sự hiểu biết của học viên về các vấn đề của quản trị chiến lược quốc tế, đặc biệt là khả năng phân tích, ứng dụng các khung lý thuyết/quan điểm vào quản trị chiến lược của tổ chức.

## 4. Nội dung chi tiết học phần:

Buổi	Nội dung
1	Giới thiệu học phần: mục tiêu, thời gian làm việc, phương pháp tình huống (casestudy), đánh giá học phần, Những khái niệm cơ bản: Chiến lược, 3 nền móng chiến lược (strategy tripod), trường phái nghiên cứu chiến lược trong kinh doanh quốc tế; Những lý thuyết về quản trị kinh doanh quốc tế (Morschett, Schramm-Klein & Zentes, 2015) Chương 1: Toàn cầu hóa Các định chế toàn cầu, động lực toàn cầu hóa, sự biến đổi về nhân khẩu học, cuộc tranh luận về toàn cầu hóa và quản lý trên thị trường toàn cầu.
2	Chương 2: Những khác biệt quốc gia về kinh tế chính trị Các hệ thống chính trị và các hệ thống kinh tế

3	Chương 3: Kinh tế chính trị và phát triển kinh tế Nhũng khác biệt trong tăng trưởng kinh tế, kinh tế chính trị và tăng trưởng kinh tế, các nước trong thời kỳ quá độ, bản chất của chuyển đổi kinh tế, hệ quả của việc thay đổi kinh tế chính trị.
4	Chương 4: Nhũng khác biệt về văn hóa Cấu trúc xã hội, các hệ thống tôn giáo và đạo đức, ngôn ngữ, giáo dục, văn hóa nơi làm việc, sự thay đổi về văn hóa.
5	Chương 6: Đạo đức trong kinh doanh quốc tế Các vấn đề về đạo đức trong kinh doanh quốc tế, trách nhiệm xã hội và phát triển bền vững
6	Chương 12: Chiến lược kinh doanh quốc tế Chiến lược và doanh nghiệp; mở rộng toàn cầu, khả năng sinh lời và tăng trưởng lợi nhuận, áo lực chi phí và thích nghi địa phương, lựa chọn chiến lược và liên minh chiến lược.
7	Thâm nhập thị trường nước ngoài Các quyết định thâm nhập cơ bản, các phương thức gia nhập thị trường, lựa chọn cách thức thâm nhập, thành lập công ty mới hay thâu tóm.
8	Ôn tập Hướng dẫn làm tiểu luận cuối khóa

## 5. Tài liệu học tập:

Hill, C. W. (2015). *Kinh doanh Quốc tế Hiện đại*, Bản dịch NXB Kinh tế TP. HCM, Global Business Today (8<sup>th</sup> ed.). New York: McGraw-Hill Education.

### Tài liệu tham khảo

Hill, C. W., & Hult, G. T. M. (2020). *Global Business Today* (11<sup>th</sup> ed.).. New York: McGraw-Hill Education.

Morschett, Dirk, Schramm-Klein, Hanna, & Zentes, Joachim. (2015). *Strategic international management*: Springer.

David, F. R., & David, F. R. (2017). *Strategic Management: A Competitive Advantage Approach, Concepts and Cases*: Pearson.

## 6. Phương pháp đánh giá học phần:

Áp dụng theo thang điểm 10, phân chia cho từng hình thức kiểm tra, đánh giá như sau:

- Điểm làm tiểu luận cá nhân hoặc kiểm tra: 20%
- Điểm làm bài tập nhóm: 20%
- Điểm thi kết thúc học phần: 60%

## HỌC PHẦN. QUẢN TRỊ RỦI RO

### 1. Thông tin học phần: Quản trị rủi ro

- Tên học phần tiếng Anh: Risk Management
- Mã học phần: 073933
- Số tín chỉ: 2
  - + Nghe giảng lý thuyết: 15 tiết
  - + Thảo luận - bài tập: 30 giờ
  - + Tự học: 60 giờ

- Bộ môn phụ trách: Khoa quản trị kinh doanh

- Tính chất học phần: Tự chọn

### 2. Mô tả văn tắt nội dung của học phần:

Học phần quản trị rủi ro (QTRR) cung cấp những kiến thức về quản trị rủi ro như: quản trị các rủi ro chiến lược, rủi ro từ môi trường văn hóa, rủi ro từ môi trường luật pháp – chính trị - kinh tế, rủi ro trong kinh doanh xuất nhập khẩu và rủi ro tài chính. Môn học còn cung cấp các kiến thức về cấu trúc thị trường sản phẩm phái sinh, phương pháp định giá và ứng dụng các sản phẩm này trong QTRR; những lý thuyết về động cơ QTRR của các DN; độ nhạy cảm của DN đối với các bất ổn của yếu tố thị trường như giá cả hàng hóa, lãi suất, tỷ giá, giá chứng khoán.

### 3. Mục tiêu của học phần: *Sau khi học xong học viên có khả năng:*

- Hiểu được một cách hệ thống khoa học, đầy đủ về quản trị rủi ro;
- Nhận dạng được các loại rủi ro trong hoạt động của DN và động cơ QTRR của DN;
- Hiểu được khái niệm và tính chất và ưu nhược điểm của từng công cụ phái sinh như hợp đồng kỳ hạn, giao sau, hợp đồng quyền chọn và hoán đổi;
- Nhận biết được những rủi ro, lường trước được thời điểm có thể xảy ra và đề ra được biện pháp phòng ngừa;
- Có khả năng để có thể QTRR tại DN; có thể tổ chức chương trình QTRR, hoạch định chiến lược phòng ngừa rủi ro bằng cách sử dụng các công cụ phù hợp.
- Chủ động tích cực tham gia vào thảo luận, có tư duy sáng tạo và khả năng nghiên cứu độc lập vấn đề mới nhất trong phòng ngừa rủi ro

### 4. Nội dung chi tiết học phần:

#### **Chương 1. Rủi ro & Quản trị rủi ro**

- 1.1. Rủi ro và các khái niệm liên quan
- 1.2. Quản trị rủi ro
- 1.3. Nội dung quản trị rủi ro

#### **Chương 2. Quản trị rủi ro chiến lược**

- 2.1. Bàn về chiến lược & rủi ro chiến lược
- 2.2. Kiến thức cơ bản để quản trị rủi ro chiến lược
- 2.3. Quản trị rủi ro chiến lược

### **Chương 3. Môi trường văn hóa và những rủi ro**

- 3.1. Khái niệm văn hóa & các yếu tố văn hóa
- 3.2. Các khía cạnh và khuynh hướng văn hóa
- 3.3. Rủi ro do môi trường văn hóa và cách phòng ngừa
- 3.4. Quản trị rủi ro từ môi trường văn hóa

### **Chương 4. Môi trường luật pháp – chính trị - kinh tế và các rủi ro**

- 4.1. Môi trường pháp luật và các rủi ro
- 4.2. Môi trường chính trị và các rủi ro
- 4.3. Môi trường kinh tế, xu hướng phát triển của kinh tế thế giới và những rủi ro do môi trường kinh tế
- 4.4. Quản trị rủi ro từ môi trường LP-CT-KT.

### **Chương 5. Rủi ro trong kinh doanh xuất nhập khẩu**

- 5.1. Rủi ro trong đàm phán hợp đồng ngoại thương
- 5.2. Rủi ro trong soạn thảo ký kết hợp đồng
- 5.3. Rủi ro trong quá trình tổ chức thực hiện hợp đồng
- 5.4. Quản trị rủi ro trong KD XNK.

### **Chương 6. Rủi ro tài chính và sự ra đời của các sản phẩm tài chính phái sinh**

- 6.1. Nhận dạng các loại rủi ro tài chính;
- 6.2. Sự ra đời của các sản phẩm tài chính phái sinh.

### **Chương 7. Các sản phẩm tài chính phái sinh**

- 7.1. Cấu trúc thị trường phái sinh.
- 7.2. Các nguyên tắc định giá.
- 7.3. Ứng dụng công cụ phái sinh trong quản trị rủi ro.

## **5. Tài liệu học tập:**

### **5.1. Sách, giáo trình chính :**

-James Lam , *Enterprise Risk Management: From Incentives to Controls*, 2 Edition, Wiley, 2012

-John C. Hull , *Risk Management and Financial Institutions*, 4 Edition, Wiley, 2015

-Michel Crouhy, Dan Galai, Robert Mark , *The Essentials of Risk Management*, 2 Edition, McGraw-Hill Education, 2014

### **5.2. Tài liệu tham khảo :**

- [1].George E. Rejda , *Principles of Risk Management and Insurance*, 12<sup>th</sup> Edition, Prentice Hall, 2013
- [2].Đoàn Thị Hồng Vân, *Quản trị rủi ro và khủng hoảng*, NXB Lao động - Xã hội, 2013
- [3].Nguyễn Quang Thu , *Quản trị rủi ro*, NXB Lao động - Xã hội, 2012
- [4].Nguyễn Minh Kiều, *Quản trị rủi ro tài chính*, NXB Tài chính, 2012
- [5].Hull J.C (2009), *Options, Futures and Derivative Securities*, 7 Edition, Prentice Hall, 2009
- [6].Philippe Jorion, *Financial Risk Management Handbook*, John Wiley & Sons, Inc, 2007
- [7].Adrian J. Slywotzky & Karl Weber, *Lật ngược tình thế*, NXB Tổng hợp TP.HCM, 2008

#### **6. Phương pháp đánh giá học phần:**

Áp dụng theo thang điểm 10, phân chia cho từng hình thức kiểm tra, đánh giá như sau:

- Điểm làm tiểu luận cá nhân hoặc kiểm tra: 20%
- Điểm làm bài tập nhóm: 20%
- Điểm thi kết thúc học phần: 60%

## HỌC PHẦN. TRUYỀN THÔNG MARKETING TÍCH HỢP

### 1. Thông tin học phần: Truyền thông marketing tích hợp

- Tên học phần tiếng Anh:
- Mã học phần: 073944
- Số tín chỉ: 2
  - + Nghe giảng lý thuyết: 15 tiết
  - + Thảo luận - bài tập: 30 giờ
  - + Tự học: 30 giờ
- Bộ môn phụ trách: Khoa Quản trị kinh doanh
- Tính chất học phần: tự chọn

### 2. Mô tả vắn tắt nội dung của học phần:

Học phần cung cấp cho sinh viên cao học những kiến thức cơ bản và nâng cao về truyền thông marketing tích hợp như tiếp thị và truyền thông, quá trình truyền thông, quá trình ra quyết định tiêu dùng, truyền thông theo phân khúc và định vị thị trường, thiết lập mục tiêu và ngân sách truyền thông; Các công cụ truyền thông tích hợp như marketing trực tiếp, quan hệ công chúng, khuyến mãi, quảng cáo và đánh giá hiệu quả các công cụ này.

### 3. Mục tiêu của học phần: Sau khi học xong học viên có khả năng:

- Hiểu được môi trường và chiến lược truyền thông tích hợp, cách thức xây dựng, chuẩn bị tổ chức và ra quyết định.
- Phân tích được mối quan hệ giữa các nhân tố xã hội, phương thức truyền thông tiếp thị và quá trình ra quyết định của người tiêu dùng.
- Phân tích được mối quan hệ giữa truyền thông tiếp thị và phân khúc, định vị thị trường để thiết lập các mục tiêu và ngân sách một cách hiệu quả.
- Sử dụng được các công cụ bán hàng trực tiếp, marketing trực tiếp, chiêu thị, quảng cáo, khuyến mãi một cách hiệu quả
- Có khả năng xây dựng quản lý và đánh giá các nỗ lực triển khai chương trình truyền thông tích hợp và qui trình và sử dụng các công cụ trong các môi trường kinh doanh cụ thể.
- Có kỹ năng phân tích về môi trường kinh doanh, hành vi khách hàng, trách nhiệm xã hội và chiến lược kinh doanh của doanh nghiệp.
- Đánh giá được ý tưởng của doanh nghiệp và/hoặc cá nhân.

-Có khả năng thẩm định, đánh giá hiệu quả, các yếu tố tác động đối với truyền thông tiếp thị tích hợp

- Khơi dậy tinh thần làm chủ cho học viên gắn liền lý thuyết và thực tiễn kinh doanh của các doanh nghiệp.

#### **4. Nội dung chi tiết học phần:**

##### **Chương 1. Tiếp thị và truyền thông tiếp thị tích hợp**

1.1. Giới thiệu về chiến lược tiếp thị và mối quan hệ với truyền thông tiếp thị, môi trường kinh doanh và chiến lược truyền thông.

1.2. Mục tiêu và cách tổ chức các chương trình chiêu thị, các quyết định liên quan đến truyền thông tiếp thị

##### **Chương 2: Quá trình truyền thông**

2.1. Giới thiệu về hệ thống thông tin tiếp thị.

2.2. Giới thiệu về quá trình truyền thông giữa các bên tham gia.

2.3. Các ảnh hưởng xã hội tác động đến quyết định tiêu dùng, các tiến trình ra quyết định của khách hàng.

2.4. Quá trình ra quyết định về kế hoạch truyền thông tiếp thị.

##### **Chương 3: Phân khúc thị trường, thiết lập mục tiêu và ngân sách**

3.1. Giới thiệu về phân khúc thị trường, lựa chọn thị trường mục tiêu và định vị sản phẩm

3.2. Thiết lập các mục tiêu chiêu thị.

3.3. Xác định ngân sách chiêu thị và các phương pháp phổ biến hiện nay

3.4. Các kỹ thuật định lượng dùng trong hoạch định ngân sách

##### **Chương 4. Bán hàng và chiến lược bán hàng**

4.1. Vai trò của bán hàng trực tiếp, hoạt động bán hàng, quá trình bán hàng, và các giải pháp cải thiện hoạt động bán hàng.

4.2. Phát triển chiến lược bán hàng dựa trên khách hàng mục tiêu.

4.3. Xác định qui mô của lực lượng bán hàng và xác lập các mục tiêu cụ thể của các khu vực bán hàng.

4.4. Thực hiện chiến lược bán hàng thông qua tổ chức, quản lý đánh giá và kiểm soát lực lượng bán hàng

##### **Chương 5. Quản trị khuyến mãi**

5.1. Khái niệm, mục đích và các hoạt động khuyến mãi.

5.2. Quan hệ giữa khuyến mãi và các thành phần khác trong truyền thông tiếp thị tích hợp.

5.3. Các nhân tố ảnh hưởng đến hình thức và cách thức khuyến mãi.

5.4. Cách thức đánh giá hoạt động khuyến mãi.

5.5. Các hình thức khuyến mại đối với người tiêu dùng, trung gian và tác động của khuyến mãi với lực lượng bán hàng.

### **Chương 6: Quản trị quảng cáo**

6.1. Khái niệm, và cách thức phân loại quảng cáo theo phạm vi, phương tiện hay thông điệp.

6.2. Quan hệ giữa các tổ chức liên quan trong hệ thống quảng cáo.

6.3. Những nội dung liên quan đến quản trị quảng cáo.

6.4. Mối quan hệ giữa thông điệp và hành vi người tiêu dùng.

6.5. Phân tích để xây dựng chiến lược phương tiện trong quảng cáo.

### **Chương 7. Đánh giá chương trình và các khía cạnh xã hội của truyền thông tiếp thị tích hợp.**

7.1. Đặc trưng của một hệ thống đánh giá liên quan đến mục tiêu, các chỉ tiêu đánh giá quan trọng, và cách thức đo lường.

7.2. Thực hiện quy trình đánh giá, cách thức lựa chọn các thước đo kết quả.

7.3. Các hành động điều chỉnh thích hợp sau khi đánh giá

7.4. Các văn bản pháp luật và các vấn đề đạo đức xã hội liên quan đến hoạt động truyền thông.

7.5. Truyền thông tác động đến người tiêu dùng, định hướng để người tiêu dùng ra các quyết định phù hợp.

7.6. Đánh giá chung về công tác truyền thông marketing tại thị trường Việt Nam hiện nay, và xu hướng trong những năm sắp đến.

### **5. Tài liệu tham khảo:**

[1].Hoàng Trọng, Hoàng Thị phương Thảo, *Quản trị chiêu thị*. Nhà xuất bản Thông kê, 2012

[2].Belch, George E, Bech, Michael, *Introduction to advertising and promotion, an intergrate marketing communications perspective*, Irwin, 2005

[3].Hà Thị Thùy Dương (2012). *Kỹ năng và quản trị bán hàng*. NXB Đại học quốc gia TP. HCM

[4].Chris Fill, *Marketing Communications – Engagement, Strategies & Practice*, Nxb FT Prentice Hall, 2005

[5].Kenneth E. Cloww and Donald Baak, *intergrated Advertising, promotion and marketing communication*, Prentice Hall, 2004

[6].George E. Belch & Michael A.Belch, *Advertising & Promotion: An Integrate Marketing Communications Perspective*, Nxb McGraw Hill, 2004

[7].Philip Kotler, (Vũ Trọng Hùng dịch), *Quản Trị Marketing*, Nxb Thông kê

### **6. Phương pháp đánh giá học phần:**

Áp dụng theo thang điểm 10, phân chia cho từng hình thức kiểm tra, đánh giá như sau:

- Điểm làm tiểu luận cá nhân hoặc kiểm tra: 20%
- Điểm làm bài tập nhóm: 20%
- Điểm thi kết thúc học phần: 60%

(

(

## HỌC PHẦN. LUẬT KINH DOANH

### 1.Thông tin học phần:

- Tên tiếng Anh: Business law
- Mã học phần: 073945
- Số tín chỉ: 2
  - + Lý thuyết: 15 tiết
  - + Thảo luận- bài tập: 30 giờ
  - + Tự học: 30 giờ

- Bộ môn phụ trách: Khoa Luật

- Tính chất học phần: tự chọn

### 2.Mô tả vắn tắt nội dung của học phần:

Nội dung học phần gồm những kiến thức lý luận cơ bản của bộ môn khoa học luật chuyên ngành - Luật Kinh doanh và các kiến thức khác liên quan thuộc khoa học luật học, các bộ môn khoa học kinh tế; những quan điểm lý luận về Luật Kinh doanh trong điều kiện kinh tế thị trường ở trong nước và ở các nước thuộc các Hệ thống pháp luật Anh - Mỹ, Hệ thống pháp luật châu Âu lục địa.

### 3.Mục tiêu của học phần: Sau khi học xong học viên có khả năng:

- Hiểu được những kiến thức lý luận cơ bản của bộ môn khoa học luật chuyên ngành - Luật Kinh doanh và các kiến thức khác liên quan thuộc khoa học luật học, các bộ môn khoa học kinh tế

- Vận dụng được quan điểm lý luận về Luật Kinh doanh trong điều kiện kinh tế thị trường ở trong nước và ở các nước thuộc các Hệ thống pháp luật Anh - Mỹ, Hệ thống pháp luật châu Âu lục địa.

- Hiểu được thực tiễn về pháp luật kinh doanh trong điều kiện kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa ở Việt Nam, có sáng kiến và giải pháp hoàn thiện.

- Có khả năng đọc, hiểu và vận dụng các văn bản quy phạm pháp luật về kinh doanh, đầu tư, quản lý nhà nước các lĩnh vực kinh tế chuyên ngành trong cuộc sống và trong công tác của bản thân

- Xây dựng ý thức pháp luật, người học có tình cảm, thái độ và thói quen sống, làm việc, học tập theo Hiến pháp và pháp luật, có tinh thần tượng tôn pháp luật.

### 4. Nội dung chi tiết học phần:

#### Chương 1: Tổng quan những vấn đề lý luận chung về luật kinh doanh

##### 1.1. Các quan niệm về Luật Kinh doanh

- 1.1.1. Quan niệm về Luật Kinh doanh ở các nước theo Hệ thống pháp luật Anh - Mỹ và Hệ thống luật châu Âu lục địa
- 1.1.2. Luật Kinh doanh trong Hệ thống pháp luật xã hội chủ nghĩa
- 1.2. Ngành Luật Kinh doanh, vai trò và định hướng hoàn thiện
  - 1.2.1. Khái niệm và nguồn của ngành Luật Kinh doanh
  - 1.2.2. Vai trò và định hướng hoàn thiện ngành Luật Kinh doanh theo chiến lược xây dựng và hoàn thiện Hệ thống pháp luật của Đảng (Nghị quyết số 48 ngày 24/5/2005 của Bộ Chính trị Ban Chấp hành Trung ương, khoá IX)
- 1.3. Các chế định của ngành Luật Kinh doanh
  - 1.3.1. Địa vị pháp lý của doanh nghiệp (pháp luật về tổ chức doanh nghiệp)
  - 1.3.2. Điều chỉnh pháp luật hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp
  - 1.3.3. Quản lý nhà nước đối với doanh nghiệp
  - 1.3.4. Giải quyết tranh chấp trong kinh doanh của doanh nghiệp
  - 1.3.5. Phá sản doanh nghiệp, hợp tác xã

## **Chương 2: Địa vị pháp lý của doanh nghiệp**

- 1.1. Khái niệm, đặc điểm của doanh nghiệp và của địa vị pháp lý của doanh nghiệp
  - 1.1.1. Khái niệm, đặc điểm của doanh nghiệp
  - 1.1.2. Đặc điểm của địa vị pháp lý của doanh nghiệp trong điều kiện kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa
- 1.2. Phân loại doanh nghiệp
  - 1.2.1. Phân loại theo hình thức sở hữu doanh nghiệp
  - 1.2.2. Phân loại doanh nghiệp theo giới hạn trách nhiệm
  - 1.2.3. Phân loại doanh nghiệp theo loại hình tổ chức kinh doanh
- 1.3. Điều kiện và thủ tục thành lập doanh nghiệp
  - 1.3.1. Điều kiện thành lập doanh nghiệp
  - 1.3.2. Thủ tục thành lập doanh nghiệp
- 1.4. Tổ chức lại và giải thể doanh nghiệp
  - 1.4.1. Tổ chức lại doanh nghiệp
  - 1.4.2. Giải thể doanh nghiệp
- 1.5. Quyền và nghĩa vụ của doanh nghiệp
  - 1.5.1. Cơ sở xác định quyền và nghĩa vụ của doanh nghiệp
  - 1.5.2. Quyền của doanh nghiệp
  - 1.5.3. Nghĩa vụ của doanh nghiệp

## **Chương 3: Điều chỉnh pháp luật hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp**

- 1.1. Hợp đồng kinh doanh

- 1.1.1. Khái niệm, đặc điểm của hợp đồng kinh doanh
- 1.1.2. Nguồn của chế định hợp đồng kinh doanh
- 1.1.3. Các nguyên tắc ký kết, thực hiện và xử lý vi phạm hợp đồng và hợp đồng vô hiệu
- 1.2. Xúc tiến thương mại
  - 1.2.1. Khái niệm, đặc điểm của xúc tiến thương mại
  - 1.2.2. Các hình thức xúc tiến thương mại
  - 1.2.3. Điều chỉnh pháp luật hoạt động xúc tiến thương mại
- 1.3. Cạnh tranh
  - 1.3.1. Khái niệm, đặc điểm của cạnh tranh
  - 1.3.2. Phân loại cạnh tranh
  - 1.3. Cạnh tranh
    - 1.3.1. Khái niệm, đặc điểm của cạnh tranh
    - 1.3.2. Phân loại cạnh tranh
    - 1.3.3. Vai trò của Nhà nước trong kiểm soát cạnh tranh
    - 1.3.4. Điều chỉnh pháp luật hoạt động cạnh tranh

#### **Chương 4: quản lý nhà nước đối với hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp**

- 1.1. Khái niệm và sự cần thiết quản lý nhà nước đối với hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp
  - 1.1.1. Khái niệm
  - 1.1.2. Sự cần thiết
- 1.2. Nội dung quản lý nhà nước đối với hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp
- 1.3. Quản lý nhà nước đối với hoạt động kinh doanh một số lĩnh vực cụ thể của doanh nghiệp
  - 1.3.1. Cấp giấy phép kinh doanh
  - 1.3.2. Quản lý chất lượng hàng hóa và dịch vụ
  - 1.3.3. Quản lý về giá cả

#### **Chương 5: giải quyết tranh chấp trong hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp và phá sản doanh nghiệp, hợp tác xã**

- 1.1. Khái niệm, đặc điểm, yêu cầu giải quyết tranh chấp
  - 1.1.1. Khái niệm
  - 1.1.2. Đặc điểm
  - 1.1.3. Yêu cầu giải quyết tranh chấp trong điều kiện kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa
- 1.2. Các phương pháp giải quyết tranh chấp
  - 1.2.1. Thương lượng
  - 1.2.2. Hoà giải
  - 1.2.3. Giải quyết bằng Toá án

1.2.4. Trọng tài thương mại

### 1.3. Phá sản doanh nghiệp và hợp tác xã

1.3.1. Khái niệm phá sản

1.3.2. Điều chỉnh pháp luật về phá sản doanh nghiệp, hợp tác xã

1.3.2.2. Thủ tục giải quyết phá sản

\* Semna:

- Những khó khăn, vướng mắc và phương hướng khắc phục trong thực hiện pháp luật kinh doanh
- Những hạn chế và định hướng hoàn thiện Luật kinh doanh
- Vấn đề cấu trúc doanh nghiệp hiện nay.

### 5. Tài liệu tham khảo:

[1].Trường Đại học Luật Hà Nội, *Giáo trình luật thương mại*, Nxb. Công an nhân dân, Hà Nội, 2009.

[2].Bùi Ngọc Cường, *Một số vấn đề về quyền tự do kinh doanh trong pháp luật kinh tế hiện hành ở Việt Nam (tr. 11 – 155)*, Nxb. Chính trị quốc gia, Hà Nội, 2004,

[3].Nguyễn Thị Khế, *Pháp luật về các hình thức tổ chức kinh doanh*, Nxb. Tư pháp, 2007.

[4].Trường Đại học Luật Hà Nội, *Chuyên đề “Pháp luật doanh nghiệp Việt Nam - Những vấn đề cần hoàn thiện”*, *Tạp chí luật học*, số 9/2010.

[5]. Một trăm câu hỏi và trả lời về chế độ doanh nghiệp hiện đại , NXB Chính trị Quốc gia, Hà Nội, 2005

### \*Văn bản quy phạm pháp luật

1.Luật doanh nghiệp năm 2014.

2.Luật doanh nghiệp năm 2005.

3.Luật số 37/2013 sửa đổi, bổ sung Điều 170 Luật doanh nghiệp năm 2005.

4.Luật hợp tác xã năm 2012.

5.Luật phá sản năm 2014.

6.Luật thương mại năm 2005.

### 6. Phương pháp đánh giá học phần:

Áp dụng theo thang điểm 10, phân chia cho từng hình thức kiểm tra, đánh giá như sau:

- Điểm làm tiểu luận cá nhân hoặc kiểm tra: 20%

- Điểm làm bài tập nhóm: 20%

- Điểm thi kết thúc học phần: 60%

## HỌC PHẦN. QUẢN TRỊ HỌC

### . Thông tin học phần: 073955

- Tên học phần tiếng Anh:
- Mã học phần: 073955
- Số tín chỉ: 2
  - + Nghe giảng lý thuyết: 30 tiết
  - + Thảo luận - bài tập: 0 giờ
  - + Tự học: 60 giờ
- Bộ môn phụ trách: khoa Quản trị kinh doanh.
- Tính chất học phần: Tự chọn

### 2. Mô tả văn tắt nội dung của học phần:

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 và văn hóa doanh nghiệp. 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.

### 3.Mục tiêu của học phần: Sau khi học xong học viên có khả năng:

**Mục tiêu:** Môn học nhằm trang bị cho sinh viên các kiến thức về Quản trị và Nhà quản trị, các lý thuyết về Quản trị, Môi trường hoạt động của doanh nghiệp, Văn hóa doanh nghiệp, Ra quyết định Quản trị, các chức năng của quản trị gồm Hoạch định, Tổ chức, Lãnh đạo, Kiểm soát và kỹ năng về Giải quyết vấn đề, Thảo luận nhóm, kỹ năng thuyết trình.

#### 4. Nội dung chi tiết học phần:

Tuần	Nội dung
Tuần 1	<p><b>Chương 1: TỔNG QUAN VỀ QUẢN TRỊ HỌC</b></p> <p><b>A/ Các nội dung chính trên lớp: (5 tiết)</b></p> <p>Nội dung GD lý thuyết: (3 tiết)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>1.1 Quản Trị &amp; Tổ Chức</li> <li>1.2 Phân Loại Quản Trị</li> <li>1.3 Các chức năng Quản Trị</li> <li>1.4 Mối quan hệ giữa chức năng và các cấp bậc quản trị</li> <li>1.5 Vai trò của nhà quản trị</li> <li>1.6 Kỹ năng quản trị</li> <li>1.7 Quản trị vừa là khoa học vừa là nghệ thuật</li> </ul> <p><b>Nội dung seminar/thảo luận: (2 tiết)</b></p> <p>Tình huống do giảng viên đưa ra</p> <p><b>B/ Các nội dung cần tự học ở nhà: (20 tiết)</b></p> <p>SV đọc tài liệu [1] chương 1, [2] chương 1, [3] chương 1</p> <p><b>C/ Dánh giá kết quả học tập:</b></p> <p><i>Phương pháp đánh giá:</i> Thảo luận nhóm, thuyết trình và câu hỏi trắc nghiệm.</p>
Tuần 2	<p><b>Chương 2 : LỊCH SỬ PHÁT TRIỂN CÁC LÝ THUYẾT QUẢN TRỊ</b></p> <p><b>A/ Các nội dung chính trên lớp: (5 tiết)</b></p> <p>Nội dung GD lý thuyết: (4 tiết)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>2.1 Thuyết quản trị cổ điển</li> <li>2.2. Thuyết quản trị hành vi</li> <li>2.3. Thuyết quản trị định lượng</li> <li>2.4. Thuyết quản trị hệ thống</li> <li>2.5. Thuyết quản trị dự phòng</li> <li>2.6. Thuyết quản trị chất lượng</li> </ul> <p><b>Nội dung seminar/thảo luận: (1 tiết)</b></p>

Tuần	Nội dung
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tình huống do giảng viên đưa ra</li> </ul> <p>B/ Các nội dung cần tự học ở nhà: (10 tiết)</p> <p>SV đọc tài liệu [1] chương 2, [2] chương 2, [3] chương 2</p> <p>C/ Đánh giá kết quả học tập trong Chương 2:</p> <p><i>Phương pháp đánh giá:</i></p> <p>Thảo luận nhóm, thuyết trình, câu hỏi trắc nghiệm</p>
	<b>Chương 3 : MÔI TRƯỜNG TỔ CHỨC</b>
Tuần 3	<p><b>A/ Các nội dung chính trên lớp: (5 tiết)</b></p> <p>Nội dung GD lý thuyết: (3 tiết)</p> <p>3.1. Khái niệm về môi trường</p> <p>3.2. Phân tích môi trường vi mô</p> <p>3.3. Phân tích môi trường vĩ mô</p> <p>3.4. Phân tích các yếu tố nội bộ</p> <p><b>Nội dung seminar/thảo luận: (2 tiết)</b></p> <p>Tình huống do giảng viên đưa ra</p> <p>B/ Các nội dung cần tự học ở nhà: (10 tiết)</p> <p>SV đọc tài liệu [1] chương 3, [2] chương 3, [3] chương 3</p> <p>C/ Đánh giá kết quả học tập trong Chương 3:</p> <p><i>Phương pháp đánh giá:</i></p> <p>Thảo luận nhóm, thuyết trình, câu hỏi trắc nghiệm</p>
Tuần 4	<p><b>Chương 4 : VĂN HÓA DOANH NGHIỆP</b></p> <p><b>A/ Các nội dung chính trên lớp: (5 tiết)</b></p> <p>Nội dung GD lý thuyết: (4 tiết)</p> <p>4.1. Định nghĩa và tầm quan trọng của văn hóa doanh nghiệp</p>

<b>Tuần</b>	<b>Nội dung</b>
	<p>4.2 Các chức năng của văn hóa doanh nghiệp</p> <p>4.3 Các loại văn hóa doanh nghiệp</p> <p>4.4 Xây dựng văn hóa doanh nghiệp hiệu quả</p> <p>4.5 Duy trì văn hóa doanh nghiệp</p> <p>Nội dung seminar/thảo luận: (<i>1 tiết</i>)</p> <p>Tình huống do giảng viên đưa ra</p>
	<p>B/ Các nội dung cần tự học ở nhà: (<i>10 tiết</i>)</p> <p>SV đọc tài liệu [2] chương 4</p>
	<p>C/ Đánh giá kết quả học tập trong Chương 4:</p> <p><i>Phương pháp đánh giá:</i></p> <p>Thảo luận nhóm, thuyết trình, câu hỏi trắc nghiệm</p>
Tuần 5	<b>Chương 5 : RA QUYẾT ĐỊNH QUẢN TRỊ</b>
	<p>A/ Các nội dung chính trên lớp: (<i>5 tiết</i>)</p> <p>Nội dung GD lý thuyết: (<i>3 tiết</i>)</p> <p>5.1. Khái niệm về quyết định quản trị</p> <p>5.2. Phương pháp tiếp cận để ra quyết định</p> <p>5.3. Những ảnh hưởng của môi trường đến việc ra quyết định</p> <p>5.4. Ảnh hưởng của phong cách nhà quản trị đến việc ra quyết định</p> <p>5.5. Ra quyết định nhóm</p> <p>5.6 Kỹ thuật định lượng để ra quyết định</p> <p>5.7 Tạo môi trường ra quyết định hiệu quả</p> <p>Nội dung seminar/thảo luận: (<i>2 tiết</i>)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Tình huống do giảng viên đưa ra</li> </ul> <p>B/ Các nội dung cần tự học ở nhà: (<i>10 tiết</i>)</p>

Tuần	Nội dung
Tuần 6	SV đọc tài liệu [1] chương 5, [2] chương 5, [3] chương 4  <i>C/ Đánh giá kết quả học tập trong Chương 5:</i>  <i>Phương pháp đánh giá:</i>  Thảo luận nhóm, thuyết trình, câu hỏi trắc nghiệm
	<b>Chương 6 : HOẠCH ĐỊNH</b>
	<i>A/ Các nội dung chính trên lớp: (5 tiết)</i>  Nội dung GD lý thuyết: (3 tiết)  6.1 Khái niệm hoạch định  6.2. Phân loại hoạch định  6.3. Các yếu tố ảnh hưởng đến hoạch định  6.4. Các cấp hoạch định và chiến lược  6.5. Quá trình hoạch định  Nội dung seminar/thảo luận: (2 tiết)  Tình huống do giảng viên đưa ra
	<i>B/ Các nội dung cần tự học ở nhà: (10 tiết)</i>  SV đọc tài liệu [1] chương 6, [2] chương 6, [3] chương 5
	<i>C/ Đánh giá kết quả học tập trong Chương 6:</i>  <i>Phương pháp đánh giá:</i>  Thảo luận nhóm, thuyết trình, câu hỏi trắc nghiệm
	<b>Chương 7 : TỔ CHỨC</b>
Tuần 7	<i>A/ Các nội dung chính trên lớp: (5 tiết)</i>  Nội dung GD lý thuyết: (4 tiết)  7.1. Tổ chức chính thức  7.2. Tổ chức phi chính thức

Tuần	Nội dung
	<p>7.3. Một số cấu trúc trong thiết kế tổ chức</p> <p>Nội dung seminar/thảo luận: (<i>1 tiết</i>)</p> <p>Tình huống do giảng viên đưa ra</p> <p>B/ Các nội dung cần tự học ở nhà: (<i>10 tiết</i>)</p> <p>SV đọc tài liệu [1] chương 7, [2] chương 7, [3] chương 6</p>
	<p>C/ Đánh giá kết quả học tập trong Chương 7:</p> <p><i>Phương pháp đánh giá:</i></p> <p>Thảo luận nhóm, thuyết trình, câu hỏi trắc nghiệm</p>
( Tuần 8)	<p><b>Chương 8 : LÃNH ĐẠO</b></p> <p>A/ Các nội dung chính trên lớp: (<i>5 tiết</i>)</p> <p>Nội dung GD lý thuyết: (<i>3 tiết</i>)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>8.1. Khái niệm</li> <li>8.2. Tuyển dụng và đào tạo nhân viên</li> <li>8.3. Đào tạo, huấn luyện nhân viên</li> <li>8.4. Phát triển nghề nghiệp</li> </ul> <p>8.5. Động viên tinh thần làm việc của nhân viên</p> <p>8.6. Lãnh đạo và phong cách lãnh đạo</p> <p>8.7. Thông tin trong quản trị</p> <p>8.8. Quản trị thay đổi và xung đột</p> <p>Nội dung seminar/thảo luận: (<i>2 tiết</i>)</p> <p>Tình huống do giảng viên đưa ra</p> <p>B/ Các nội dung cần tự học ở nhà: (<i>10 tiết</i>)</p> <p>SV đọc tài liệu [1] chương 8, [2] chương 8, [3] chương 7</p> <p>C/ Đánh giá kết quả học tập trong Chương 8:</p>

Tuần	Nội dung
	<p>Phương pháp đánh giá:</p> <p>Thảo luận nhóm, thuyết trình, câu hỏi trắc nghiệm</p>
Tuần 9	<p><b>Chương 9 : KIỂM SOÁT</b></p> <p>A/ Các nội dung chính trên lớp: (5 tiết)</p> <p>Nội dung GD lý thuyết: (3 tiết)</p> <p>9.1 Kiểm soát và những chức năng quản trị khác</p> <p>9.2 Quy trình kiểm soát</p> <p>9.3 Các loại kiểm soát và hệ thống kiểm soát</p> <p>9.4 Những nét đặc trưng của kiểm soát hiệu quả</p> <p>9.5 Sự giám sát kiểm soát</p> <p>9.6 Kiểm soát hệ thống phụ</p> <p>Nội dung seminar/thảo luận: (2 tiết)</p> <p>Tinh huống do giảng viên đưa ra</p> <p>ÔN TẬP</p> <p>Tóm tắt lại các chương của môn học</p> <p>B/ Các nội dung cần tự học ở nhà: (10 tiết)</p> <p>SV đọc tài liệu [1] chương 9, [2] chương 9, [3] chương 8</p> <p>C/ Đánh giá kết quả học tập trong Chương 8:</p> <p>Phương pháp đánh giá:</p> <p>Thảo luận nhóm, thuyết trình, câu hỏi trắc nghiệm</p>

## 5. Tài liệu học tập:

- ❖ **Tài liệu/giáo trình chính, bắt buộc:**

[1] Tập thể tác giả khoa QTKD-ĐH.NTT, Quản trị học, Lưu hành nội bộ, 2018

❖ *Tài liệu/ giáo trình tham khảo:*

[2] Nguyễn Thị Liên Diệp, Trần Anh Minh, (2015). Quản trị học. TP. Hồ Chí Minh: NXB Văn hóa – Văn nghệ

[3] Giáo trình Quản trị học, Khoa Quản trị Kinh doanh, Trường Đại học kinh tế TP.HCM (2013)

[4] KOONTZ (2015). Essentials of Management, 10E. Mc Graw Hill

[5] RICHARD L. DAFT (2018). Management. Cengage

**6. Phương pháp đánh giá học phần:**

Áp dụng theo thang điểm 10, phân chia cho từng hình thức kiểm tra, đánh giá như sau:

- Điểm làm tiểu luận cá nhân hoặc kiểm tra: 20%
- Điểm làm bài tập nhóm: 20%
- Điểm thi kết thúc học phần: 60%

## HỌC PHẦN. MARKETING CĂN BẢN

### 1. Thông tin học phần: Marketing căn bản

- Tên học phần tiếng Anh:
- Mã học phần: 073956
- Số tín chỉ: 2
  - + Lý thuyết: 30 tiết
  - + Tự học: 60 giờ
- Bộ môn phụ trách: Khoa Quản trị kinh doanh
- Tính chất học phần: Tự chọn

### 2. Mô tả vắn tắt nội dung của học phần:

Môn học bao gồm các kiến thức tổng quan về môi trường marketing; hành vi khách hàng, nghiên cứu marketing; phân khúc thị trường. Ngoài ra môn học còn hướng dẫn cho sinh viên biết cách phân tích các chiến lược bao gồm chiến lược sản phẩm, định giá, phân phối và xúc tiến hỗn hợp. Song song với điều này, môn học còn hướng dẫn cho sinh viên thực hành kỹ năng lập kế hoạch, tổ chức, thực hiện và kiểm soát hoạt động marketing trong doanh nghiệp. Ngoài ra, lồng ghép vào quá trình học, sinh viên còn được thực hành các kỹ năng tư duy như phản biện, giải quyết vấn đề và một số kỹ năng mềm như kỹ năng giao tiếp, kỹ năng làm việc nhóm.

### 3. Mục tiêu của học phần: Sau khi học xong học viên có khả năng:

Môn học nhằm trang bị cho sinh viên các kiến thức và kỹ năng đại cương về hoạt động Marketing của doanh nghiệp như môi trường Marketing và thị trường của doanh nghiệp; nhận dạng nhu cầu và hành vi khách hàng; phương pháp luận nghiên cứu Marketing và nguyên lý ứng xử của doanh nghiệp với thị trường, chiến lược và các chính sách Marketing căn bản, lập kế hoạch và tổ chức thực hiện Marketing của doanh nghiệp và kỹ năng về nhận biết và phân tích được các yếu tố tác động đến hoạt động marketing của tổ chức, đề ra mục tiêu hay lập kế hoạch thực hiện cho tổ chức cũng như có thể đưa ra quyết định marketing đúng và phù hợp với điều kiện của tổ chức.

### 4. Nội dung chi tiết học phần:

Bài	Nội dung bài học
1	<b>CHƯƠNG 1: NHẬP MÔN MARKETING</b> 1.1. Sự ra đời và phát triển của Marketing 1.2. Khái niệm về Marketing 1.3. Mục tiêu và chức năng của Marketing

Bài	Nội dung bài học
	1.4 Marketing Mix
2	<b>CHƯƠNG 2: MÔI TRƯỜNG MARKETING</b> 2.1. Môi trường vĩ mô 2.2. Môi trường vi mô
3	<b>CHƯƠNG 3: HÀNH VI KHÁCH HÀNG</b> 3.1. Hành vi mua hàng của người tiêu dùng 3.2. Hành vi mua hàng của tổ chức
4	<b>CHƯƠNG 4: NGHIÊN CỨU MARKETING</b> 4.1. Khái niệm về nghiên cứu Marketing 4.2. Các loại hình nghiên cứu Marketing 4.3. Quy trình nghiên cứu Marketing
5	<b>CHƯƠNG 5: PHÂN KHÚC-LỰA CHỌN THỊ TRƯỜNG MỤC TIÊU - ĐỊNH VỊ THỊ TRƯỜNG</b> 5.1. Khái quát về thị trường 5.2. Phân khúc thị trường 5.3. Lựa chọn thị trường mục tiêu 5.4. Định vị trong thị trường
6	<b>CHƯƠNG 6: CHIẾN LƯỢC SẢN PHẨM</b> 6.1. Sản phẩm theo quan điểm Marketing 6.2. Chiến lược sản phẩm 6.3. Nghiên cứu chu kỳ sống sản phẩm 6.4. Chiến lược phát triển sản phẩm mới

## 5. Tài liệu học tập:

❖ *Tài liệu/giáo trình chính, bắt buộc:*

(1) Tập thể tác giả ĐH Kinh tế TP.HCM, 2018, Marketing căn bản, NXB Lao Động, TP.HCM.

❖ *Tài liệu/ giáo trình tham khảo:*

- *Tiếng Việt*

(1) Nguyễn Văn Hùng, 2018, Gáo trình Marketing căn bản, NXB Kinh Tế TP.HCM  
- *Tiếng Anh*

(1) Jason McDonald, 2109, Marketing: Ultimate Almanac of Free Marketing Tools , Kindle Edition

(2) Seth Godin, 2018, This Is Marketing: You Can't Be Seen Until You Learn to See, Kindle Edition,

## **6. Phương pháp đánh giá học phần:**

Áp dụng theo thang điểm 10, phân chia cho từng hình thức kiểm tra, đánh giá như sau:

- Điểm làm tiểu luận cá nhân hoặc kiểm tra: 20%
- Điểm làm bài tập nhóm: 20%
- Điểm thi kết thúc học phần: 60%

(

(

## HỌC PHẦN. QUẢN TRỊ NGUỒN NHÂN LỰC

### 1. Thông tin học phần: Quản trị nguồn nhân lực

- Tên học phần tiếng Anh:
- Mã học phần: 073957
- Số tín chỉ: 2
  - + Lý thuyết: 30 tiết
  - + Tự học: 60 giờ

- Bộ môn phụ trách: Khoa Quản trị kinh doanh

- Tính chất học phần: Tự chọn

### 2. Mô tả vắn tắt nội dung của học phần:

Môn học giới thiệu vai trò của nguồn nhân lực và quản trị nguồn nhân lực trong các tổ chức, các quy trình và cách thức thực hiện những chức năng cơ bản của QTNNL như hoạch định, phân tích công việc, tuyển dụng, đào tạo, trả công, ...trong doanh nghiệp.

### 3. Mục tiêu của học phần: Sau khi học xong học viên có khả năng:

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 và các công cụ cần thiết nhằm mục tiêu thu hút, phát triển và duy trì nhân sự trong doanh nghiệp.

Kết thúc môn học, sinh viên sẽ 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.

### 4. Nội dung chi tiết học phần:

Tuần	Nội dung
	<b>Chương 1: GIỚI THIỆU TỔNG QUAN VỀ QUẢN TRỊ NGUỒN NHÂN LỰC</b>
1	<b>A/ Các nội dung chính trên lớp: (4 tiết)</b> 6. Khái niệm, vai trò và ý nghĩa của quản trị nguồn nhân lực 7. Quá trình phát triển của quản trị nguồn nhân lực 8. Các chức năng cơ bản của quản trị nguồn nhân lực 9. Mô hình quản trị nguồn nhân lực 10. Lĩnh vực ưu tiên phát triển nguồn nhân lực 11. Vai trò của phòng nhân lực <b>Thảo luận trên lớp (1 tiết)</b> Những ai tham gia vào hoạt động quản trị nguồn nhân lực?
	<b>B/ Các nội dung SV cần tự học ở nhà: (10 tiết)</b> Đọc tài liệu SV đọc tài liệu [1] chương 1, [2] Slide bài giảng chương 1 Bài tập về nhà theo nhóm: Dự đoán tương lai của Quản trị nguồn nhân lực.
	<b>C/ Đánh giá kết quả học tập</b>

<b>Tuần</b>	<b>Nội dung</b>
	<p>Phương pháp đánh giá: quan sát thảo luận tại lớp, đánh giá trình bày kết quả nhóm tại lớp, và bài tập về nhà.</p>
<b>Tuần 2</b>	<p><b>Chương 2: HOẠCH ĐỊNH NGUỒN NHÂN LỰC</b></p> <p><b>A/ Các nội dung chính trên lớp: (5 tiết)</b>  <b>Nội dung GD lý thuyết: (4 tiết)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>5. Khái niệm</li> <li>6. Quá trình hoạch định nguồn nhân lực</li> <li>7. Phân tích hiện trạng quản trị nguồn nhân lực</li> <li>8. Phân tích quan hệ cung cầu, khả năng điều chỉnh hệ thống quản trị nguồn nhân lực</li> </ul> <p><b>Nội dung seminar/thảo luận: (1 tiết)</b>  Lựa chọn giải pháp khi thiếu/ thừa nhân sự trong tình huống cụ thể.</p> <p><b>B/ Các nội dung cần tự học ở nhà: (10 tiết)</b>  SV đọc tài liệu [1] chương 2, [2] Slide bài giảng chương 2.  Bài tập về nhà: Bài tập tình huống trong tài liệu [1]</p> <p><b>C/ Đánh giá kết quả học tập</b>  Phương pháp đánh giá: quan sát thảo luận tại lớp, đánh giá trình bày kết quả nhóm tại lớp.</p>
<b>Tuần 3</b>	<p><b>Chương 3: PHÂN TÍCH CÔNG VIỆC</b></p> <p><b>A/ Các nội dung chính trên lớp: (5 tiết)</b>  <b>Nội dung GD lý thuyết: (3 tiết)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>3. Khái niệm và ý nghĩa của phân tích công việc</li> <li>4. Những thông tin cần thu thập trong phân tích công việc</li> <li>5. Nội dung chính của bảng mô tả công việc, bảng tiêu chuẩn công việc</li> </ul> <p><b>Nội dung seminar/thảo luận: (2 tiết)</b>  Lập mô tả công việc và tiêu chuẩn công việc cho một vị trí cụ thể.</p> <p><b>B/ Các nội dung cần tự học ở nhà: (10 tiết)</b>  SV đọc tài liệu [1] chương 3, [2] Slide bài giảng chương 3.  SV chuẩn bị mỗi bạn một bản CV tự làm theo mẫu trên các website mang vào lớp vào tuần sau để học chương tuyển dụng.</p> <p><b>C/ Đánh giá kết quả học tập</b>  Phương pháp đánh giá: quan sát thảo luận tại lớp, đánh giá trình bày kết quả nhóm tại lớp.</p>
<b>Tuần 4</b>	<p><b>Chương 4: TUYỂN DỤNG</b>  <b>Chương 5: KIỂM TRA VÀ ĐÁNH GIÁ</b></p> <p><b>A/ Các nội dung chính trên lớp: (5 tiết)</b>  <b>Nội dung GD lý thuyết: (3 tiết)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>4. Nguồn ứng viên từ trong nội bộ doanh nghiệp</li> <li>5. Nguồn ứng viên từ bên ngoài doanh nghiệp</li> </ul>

Tuần	Nội dung
	<p>6. Nội dung, trình tự của quá trình tuyển dụng      7. Các mô hình thu hút, phân công bố trí nguồn nhân lực trong doanh nghiệp      8. Đánh giá hiệu quả của hoạt động tuyển dụng</p> <p><b>Nội dung thực hành:</b> (2 tiết)      Chọn lọc hồ sơ tuyển dụng và lập bảng câu hỏi phỏng vấn cho một vị trí cụ thể.</p>
	<p><b>B/ Các nội dung cần tự học ở nhà:</b> (10 tiết)</p> <p>SV đọc tài liệu [1] chương 4, [2] Slide bài giảng chương 4      SV tự đọc tài liệu Chương 5: Kiểm tra và đánh giá ở nhà.      SV đọc trước</p>
	<p><b>C/ Đánh giá kết quả học tập</b>      Phương pháp đánh giá: quan sát thảo luận tại lớp, đánh giá trình bày kết quả nhóm tại lớp.</p>
Tuần 5	<p><b>Chương 6 : ĐỊNH HƯỚNG NGHỀ NGHIỆP</b>  <b>Chương 7: ĐÀO TẠO VÀ PHÁT TRIỂN</b></p> <p><b>A/Các nội dung chính trên lớp:</b> (5 tiết)</p> <p><b>Nội dung GD lý thuyết:</b> (4 tiết)</p> <p><b>Chương 6: ĐỊNH HƯỚNG VÀ PHÁT TRIỂN NGHỀ NGHIỆP</b></p> <p>5. Mục đích của việc nghiên cứu định hướng và phát triển nghề nghiệp      6. Định hướng nghề nghiệp cá nhân      7. Những động cơ trong nghề nghiệp      8. Doanh nghiệp có thể giúp gì cho nhân viên phát triển nghề nghiệp?</p> <p><b>Chương 7: ĐÀO TẠO VÀ PHÁT TRIỂN NHÂN LỰC</b></p> <p>8. Mục đích      9. Khái niệm về đào tạo, phát triển      10. Phân loại các hình thức đào tạo      11. Phương pháp đào tạo      12. Xác định nhu cầu đào tạo      13. Thực hiện quá trình đào tạo      14. Đánh giá hiệu quả đào tạo</p> <p><b>Nội dung seminar/thảo luận:</b> (1 tiết)</p> <p>1/ Bài tập thảo luận chương 6 tài liệu [1]      2/ Xác định nhu cầu đào tạo.</p>
	<p><b>B/Các nội dung cần tự học ở nhà:</b> (10 tiết)</p> <p>SV đọc tài liệu [1] chương 6, chương 7, [2] Slide bài giảng chương 6, chương 7</p>
	<p><b>C/Đánh giá kết quả học tập</b>      Phương pháp đánh giá: quan sát thảo luận tại lớp, đánh giá trình bày kết quả nhóm tại lớp.</p>
	<p><b>Thực hành ngoài:</b> Chủ đề tuyển dụng: tuyển dụng, phân ca, tính lương.</p>

Tuần	Nội dung
Tuần 7	<p><b>Chương 8: TRẢ CÔNG LAO ĐỘNG</b></p> <p><b>A/ Các nội dung chính trên lớp: (5 tiết)</b>  <b>Nội dung GD lý thuyết: (4 tiết)</b></p> <p><b>Chương 8: TRẢ CÔNG LAO ĐỘNG</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>6. Khái niệm</li> <li>7. Cơ cấu trả công</li> <li>8. Mục tiêu của hệ thống tiền lương</li> <li>9. Các hình thức tiền lương</li> <li>10. Tiền lương kích thích trong doanh nghiệp</li> </ul> <p><b>Bài tập nhóm: (1 tiết)</b>  Xác định các thành phần của cơ cấu trả công</p> <p><b>B/ Các nội dung cần tự học ở nhà: (10 tiết)</b>  SV đọc tài liệu [1] chương 7,8  SV làm bài tập nhóm cuối chương 8 trong tài liệu [1]</p> <p><b>C/ Đánh giá kết quả</b>  <b>Phương pháp đánh giá:</b> Phương pháp đánh giá: quan sát thảo luận tại lớp, đánh giá kết quả bài tập nhóm tại lớp.</p>
Tuần 8	<p><b>Chương 9: ĐÁNH GIÁ KẾT QUẢ THỰC HIỆN CÔNG VIỆC</b></p> <p><b>A/ Các nội dung chính trên lớp: (5 tiết)</b>  <b>Nội dung GD lý thuyết: (4 tiết)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>12. Khái niệm, mục đích</li> <li>13. Các phương pháp đánh giá kết quả thực hiện công việc</li> <li>14. Nâng cao hiệu quả đánh giá kết quả thực hiện công việc</li> <li>15. Đánh giá năng lực nhân viên</li> <li>16. Phỏng vấn đánh giá</li> </ul> <p><b>Thực hành nhóm: (1 tiết)</b></p> <p><b>B/ Các nội dung cần tự học ở nhà: (10 tiết)</b>  SV đọc tài liệu [1] chương 9 [2] Slide bài giảng chương 9  BT về nhà trong tài liệu [1] chương 9</p> <p><b>C/ Đánh giá kết quả học tập</b>  <b>Phương pháp đánh giá:</b> Phương pháp đánh giá: quan sát thảo luận tại lớp, đánh giá kết quả bài tập nhóm tại lớp.</p>
Tuần 9	<p><b>Chương 10: QUAN HỆ LAO ĐỘNG</b></p> <p><b>Chương 11: QUẢN TRỊ NGUỒN NHÂN LỰC QUỐC TẾ</b></p> <p><b>A/ Các nội dung chính trên lớp: (5 tiết)</b>  <b>Chương 10: QUAN HỆ LAO ĐỘNG</b></p>

Tuần	Nội dung
	<p><b>Nội dung GD lý thuyết:</b> (3 tiết)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>9. Công đoàn</li> <li>10. Thỏa ước lao động tập thể</li> <li>11. Nội quy lao động</li> <li>12. Tranh chấp lao động</li> </ul> <p><b>Chương 11: QUẢN TRỊ NGUỒN NHÂN LỰC QUỐC TẾ/ QUAN</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>6. Thế nào là quản trị nguồn nhân lực quốc tế</li> <li>7. Thực tiễn quản trị nguồn nhân lực trong các môi trường văn hóa khác nhau</li> </ul> <p><b>Nội dung seminar/thảo luận:</b> (2 tiết)</p> <p>Giải quyết tình huống về quan hệ lao động.</p> <p><b>B/ Các nội dung cần tự học ở nhà:</b> (10 tiết)</p> <p>SV đọc tài liệu [1] chương 10 11 , [2] Slide bài giảng chương 10, 11.</p> <p><b>C/ Đánh giá kết quả học tập</b></p> <p><b>Phương pháp đánh giá:</b> Phương pháp đánh giá: quan sát thảo luận tại lớp, đánh giá kết quả bài tập nhóm tại lớp.</p>
Tuần 10	<p><b>Thực hành ngoài:</b> Chủ đề đánh giá kết quả thực hiện công việc</p> <p><b>Chương 12: ĐÁNH GIÁ KẾT QUẢ HOẠT ĐỘNG QUẢN TRỊ NGUỒN NHÂN LỰC</b></p> <p>- Ôn tập tổng kết môn học</p> <p><b>A/Các nội dung chính trên lớp:</b> (5 tiết)</p> <p><b>Nội dung GD lý thuyết:</b> (2 tiết)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>9. Yêu cầu đối với đánh giá kết quả quản trị nguồn nhân lực</li> <li>10. Đánh giá kết quả quản trị nguồn nhân lực</li> <li>11. Các chỉ số then chốt đo lường kết quả thực hiện công việc</li> </ul> <p><b>Nội dung seminar/thảo luận:</b> (1 tiết)</p> <p>Các chỉ số then chốt đo lường kết quả thực hiện công việc.</p> <p><b>B/ Các nội dung cần tự học ở nhà:</b> (10 tiết)</p> <p>SV đọc tài liệu [1] Ôn lại tất cả các chương đã học, [2] Ôn lại tất cả các slide bài giảng của các chương.</p> <p><b>C/ Đánh giá kết quả học tập trong Chương 4 phần 2:</b></p> <p>Phương pháp đánh giá: quan sát thảo luận tại lớp, đánh giá kết quả bài tập nhóm tại lớp.</p>
Tuần 11	<p><b>Các hoạt động:</b> Giải quyết các tình huống quản trị nguồn nhân lực tổng hợp</p> <p>Tổng kết điểm học phần.</p> <p>Hướng dẫn ôn thi.</p>
Tuần 12	

## **5. Tài liệu học tập:**

### **\* Sách giáo trình/Bài giảng:**

[1] PGS.TS. Trần Kim Dung (2018), Quản trị nguồn nhân lực, NXB Tổng Hợp TP.HCM  
Slide bài giảng của giảng viên phụ trách môn học.

### **\* Tài liệu tham khảo khác:**

[2] PGS.TS. Nguyễn Ngọc Quân & PGS.TS. Nguyễn Văn Dièm (2015), Quản trị nhân lực, NXB Đại học Kinh tế Quốc Dân.

[3] By Raymond Noe and John Hollenbeck and Barry Gerhart and Patrick Wright (2019), Fundamentals of Human Resource Management 8th edition, Mc Graw Hill.

[4] Wayne Cascio (2018), Managing Human Resource 11th edition, Mc Graw Hill.

[5] Nigel Guenole, Jonathan Ferrar, Sheri Feinzig (2017), Power of People, The: Learn How Successful Organizations Use Workforce Analytics To Improve Business Performance, Pearson

[6] Gomez-Mejia, Balkin & Cardy (2016), Managing Human Resource, Pearson.

[7] Tracy Maylett, Mathew Wride, Kerry Patterson (2017), The Employee Experience: How to Attract Talent, Retain Top Performers, and Drive Results Hardcover, Wiley.

## **6. Phương pháp đánh giá học phần:**

Áp dụng theo thang điểm 10, phân chia cho từng hình thức kiểm tra, đánh giá như sau:

- Điểm làm tiểu luận cá nhân hoặc kiểm tra: 20%
- Điểm làm bài tập nhóm: 20%
- Điểm thi kết thúc học phần: 60%

(

## HỌC PHẦN. QUẢN TRỊ BÁN HÀNG

### 1. Thông tin học phần: Quản trị bán hàng

- Tên học phần tiếng Anh:
- Mã học phần: 073958
- Số tín chỉ: 2
  - + Lý thuyết: 30 tiết
  - + Tự học: 60 giờ

- Bộ môn phụ trách: Quản trị kinh doanh

- Tính chất học phần: Tự chọn

### 2. Mô tả ngắn nội dung của học phần:

Giúp sinh viên hiểu rõ then chốt của hoạt động bán hàng và quản lý lực lượng bán hàng bao gồm bán hàng và hành vi mua hàng, hoạt động chào - bán hàng và trung bày... quy trình bán hàng chuyên nghiệp, một số hoạt động quản lý bán hàng cơ bản trong doanh nghiệp. Kết thúc môn học, sinh viên sẽ nắm được những kiến thức căn bản về quản trị bán hàng từ lập kế hoạch, dự báo bán hàng đến xây dựng lực lượng bán hàng bắt đầu từ tuyển dụng đến huấn luyện. Sinh viên cũng nắm được các biện pháp gia tăng năng suất của đội ngũ nhân viên kết hợp với các hình thức động viên, đánh giá phù hợp nhằm định hướng lực lượng bán hàng hướng đến mục tiêu phát triển doanh nghiệp phù hợp với các yêu cầu của xã hội.

### 3. Mục tiêu của học phần: Sau khi học xong học viên có khả năng:

- Hiểu được bản chất nghề bán hàng. Dựa trên thông tin thu thập từ khách hàng đưa ra những sản phẩm phù hợp nhu cầu khách hàng. Hiểu được hành vi khách hàng một cách tổng quát
- Dựa trên các đặc điểm của từng nhóm khách hàng, tổng hợp được các yếu tố ảnh hưởng quá trình trước, trong và sau khi mua hàng
- Phân tích, đánh giá sự tác động của công nghệ đối với cách thức mua hàng hóa và quản lý đội ngũ bán hàng trong hoàn cảnh thực tế hiện nay.
- Đánh giá sự trung thành của đội ngũ, có cách thức quản lý phù hợp nhằm nâng cao đạo đức nghề nghiệp
- Sẵn sàng tham gia thực hiện các công việc khác do yêu cầu của nghề nghiệp. Có cách thức xoay xở đạt được mục tiêu đề ra trong điều kiện làm việc không thuận lợi. Có khả năng phân tích các vấn đề liên quan đến các thành viên trong nhóm cũng như khách hàng nhằm đạt hiệu quả công việc
- Thu thập dữ liệu của khách hàng, phân tích hành vi khách hàng nhằm hiểu được cách thức khách hàng ra quyết định mua. Đánh giá hiệu quả làm việc của lực lượng bán hàng dựa trên kết quả làm việc. Lựa chọn phương pháp phù hợp khuyến khích, động viên nhân viên dựa trên đánh giá năng lực nhân viên

### 4. Nội dung chi tiết học phần:

<b>Buổi/ Tuần</b>	<b>Nội dung bài học</b>
1	<p><b>TỔNG QUAN VỀ BÁN HÀNG VÀ QUẢN TRỊ BÁN HÀNG</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>1. Tổng quan về bán hàng và quản trị bán hàng</li> <li>2. Mục tiêu hoạt động quản trị bán hàng</li> <li>3. Chiến lược tổng thể và quản trị bán hàng</li> <li>4. Thiết kế mô hình lực lượng bán hàng</li> <li>5. Môi trường quản trị bán hàng</li> </ul>
2	<p><b>Bản chất của nghề bán hàng</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>1. Khái niệm</li> <li>2. Vai trò của hoạt động bán hàng</li> <li>3. Lịch sử của nghề bán hàng</li> <li>4. Phân loại chức danh bán hàng</li> <li>5. Chức năng, nhiệm vụ của nghề bán hàng</li> <li>6. Cơ hội, khó khăn, vấn đề đạo đức</li> <li>7. Những vấn đề của hoạt động bán hàng trong thế kỷ 21</li> </ul>
3	<p><b>Kỹ năng bán hàng</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>1. Hành vi mua hàng của khách hàng tiêu dùng</li> <li>2. Hành vi mua hàng của khách hàng công nghiệp</li> </ul>
4	<p><b>Giám đốc bán hàng</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Giới thiệu chung về giám đốc bán hàng</li> <li>2. Quá trình thăng tiến từ nhân viên lên giám đốc bán hàng</li> <li>3. Giám đốc bán hàng hiệu quả</li> <li>4. Cơ hội, khó khăn, vấn đề đạo đức</li> </ul>
5	<p><b>Thực hành: tìm hiểu quá trình ra quyết định mua hàng của khách hàng tổ chức</b></p>
6	<p><b>LẬP KẾ HOẠCH, PHÂN TÍCH, DỰ BÁO VÀ THIẾT LẬP CHỈ TIÊU NGÂN SÁCH</b></p>

**Buổi/  
Tuần**

**Nội dung bài học**

1. Lập kế hoạch bán hàng
2. Phân tích và các công cụ phân tích
3. Dự báo bán hàng
4. Đề ra chỉ tiêu và lập ngân sách

7

**QUẢN LÝ NĂNG SUẤT KHU VỰC BÁN HÀNG**

1. Năng suất của lực lượng bán hàng
2. Tăng năng suất thông qua thiết kế khu vực
3. Tăng năng suất thông qua khách hàng trong khu vực
4. Tự động hóa lực lượng bán hàng

8

**XÂY DỰNG LỰC LƯỢNG BÁN HÀNG**

1. Các nguồn tuyển dụng
2. Lựa chọn
3. Yêu cầu huấn luyện
4. Thực hiện chương trình huấn luyện

9

**QUẢN LÝ LỰC LƯỢNG BÁN HÀNG: CHÍNH SÁCH LƯƠNG, THƯỞNG, ĐỘNG VIÊN VÀ ĐÁNH GIÁ**

1. Quản trị lực lượng bán hàng
2. Chương trình lương, thưởng
3. Động viên lực lượng bán hàng
4. Đánh giá

**5. Tài liệu học tập:**

- Tài liệu/giáo trình chính

- [1] Hà Thị Thùy Dương, Quản trị bán hàng, 2014, NXB Nông Nghiệp
- [2] Nguyễn Xuân Lãnh, Phạm Thị Lan Hương, Hành vi người tiêu dùng, 2012, NXB Lao Động Xã Hội

- Tài liệu tham khảo/bổ sung

- [1] Quản trị bán hàng, James M.Comer (Lê Thị Hiệp Thương & Nguyễn Việt Quyên dịch), 2008, NXB Hồng Đức
- [2] Lê Thé Giới, Nguyễn Xuân Lãnh, Quản trị Marketing định hướng giá trị, 2012, NXB Lao Động Xã Hội
- [3] Hoàng Trọng, Hoàng Thị Phương Thảo, Quản trị chiêu thị, 2012, NXB Lao Động Xã Hội
- [4] Lưu Đan Thọ, Nguyễn Vũ Quân, Quản trị bán hàng hiện đại, 2016, NXB Tài Chính.

**6. Phương pháp đánh giá học phần:**

Áp dụng theo thang điểm 10, phân chia cho từng hình thức kiểm tra, đánh giá như sau:

- Điểm làm tiểu luận cá nhân hoặc kiểm tra: 20%
- Điểm làm bài tập nhóm: 20%
- Điểm thi kết thúc học phần: 60%

## HỌC PHẦN. KINH TẾ VĨ MÔ

### 1. Thông tin học phần: Kinh tế vĩ mô

- Tên học phần tiếng Anh: Macroeconomic
- Mã học phần: 073959
- Số tín chỉ: 2
  - + Lý thuyết: 30 tiết
  - + Tự học: 60 giờ

- Bộ môn phụ trách: Khoa Quản trị kinh doanh
- Tính chất học phần: Tự chọn

### 2. Mô tả văn tắt nội dung của học phần:

Nội dung học phần gồm những kiến thức nâng cao về kinh tế vĩ mô gồm: nghiên cứu sâu kết cấu kinh tế thị trường: thị trường hàng hóa, tiền tệ, ngoại hối... Trong đó tập trung vào phân tích hộp đen kinh tế với tư cách hoạt động của cơ chế thị trường, quyết định sự thay đổi của giá cả, sản lượng và sự bùng phát các rủi ro kinh tế do chính hoạt động tự phát của cơ chế thị trường sinh ra các chu kỳ kinh doanh, thất nghiệp, lạm phát và sự điều tiết của chính phủ để khắc phục nhằm thúc đẩy tăng trưởng bền vững, tăng trưởng xanh.

### 3. Mục tiêu của học phần: Sau khi học xong học viên có khả năng:

- Phân tích và ứng dụng sự tác động của Thị trường hàng hóa và sự hoạt động của cơ chế thị trường tới nền kinh tế vĩ mô và doanh nghiệp
- Hiểu được Thị trường tài chính, tiền tệ ngoại hối, đặc biệt có thể phân tích và ứng dụng sự tác động của nó tới nền kinh tế vĩ mô và doanh nghiệp
- Có khả năng vận dụng những kiến thức đã học vào nghiên cứu bản chất của hiện tượng kinh tế, tính quy luật và xu hướng vận động của các hiện tượng và quy luật của kinh tế thị trường.
- Có khả năng vận dụng những kiến thức đã học vào nghiên cứu môn kinh tế vi mô, kinh tế học phát triển và một số môn chuyên ngành.
- Hình thành và phát triển năng lực thu thập thông tin, kỹ năng tổng hợp, hệ thống hóa các vấn đề trong mối quan hệ tổng thể; kỹ năng so sánh, phân tích, bình luận, đánh giá các vấn đề kinh tế vĩ mô.
- Có nhận thức đúng đắn trong việc nhìn nhận, đánh giá các hiện tượng kinh tế theo qui luật thị trường, nhận thức tầm quan trọng của sự điều tiết của Nhà nước để khắc phục những khuyết tật của thị trường.

### 4. Nội dung chi tiết học phần:

#### Chương 1: Thị trường hàng hóa và sự hoạt động của cơ chế thị trường

##### 1.1. Hoạt động của cơ chế thị trường trên thị trường hàng hóa

- 1.1.1. Tổng cầu, thể hiện năng lực kinh tế của người tiêu dùng trong kinh tế thị trường
- 1.1.2. Sự tương tác giữa AS và AD biểu hiện sự hoạt động của cơ chế thị trường trong thúc đẩy tăng trưởng và giải quyết việc làm tăng thu nhập

1.2. Những khuyết tật này sinh từ hoạt động của cơ chế thị trường

1.2.1. Các chu kỳ kinh doanh

1.2.2. Thất nghiệp, lạm phát và quan hệ giữa lạm phát và thất nghiệp

### **Chương 2: Thị trường tài chính, tiền tệ và ngoại hối**

2.1. Thị trường tài chính

2.1.1. Khái quát về thị trường tài chính

2.1.2. Cấu trúc của thị trường tài chính

2.1.3. Hoạt động của thị trường tài chính

2.2. Thị trường tiền tệ

2.2.1. Khái quát về thị trường tiền tệ

2.2.2. Hoạt động của hệ thống ngân hàng trong điều tiết của thị trường tiền tệ

2.2.3. Mô hình IS-LM

2.3. Thị trường ngoại hối

2.3.1. Thị trường ngoại hối và tỷ giá ngoại hối

2.3.2. Tỷ giá hối đoái thực và quan hệ của nó đối với tăng trưởng và giải quyết việc làm

### **Chương 3: Hệ thống các mục tiêu và chính sách kinh tế vĩ mô**

2.1. Hệ thống các mục tiêu kinh tế vĩ mô

2.2. Hệ thống các chính sách kinh tế vĩ mô và các đặc trưng

2.2.1. Chính sách kinh tế vĩ mô

2.2.2. Các đặc trưng của chính sách kinh tế vĩ mô

2.3. Chính sách tài khóa

2.3.1. Chính sách tài khóa và các mục tiêu của chính sách tài khóa

2.3.2. Chính sách tài khóa lý thuyết và sự vận dụng vào điều tiết và hoạt động của kinh tế thị trường.

2.4. Chính sách tiền tệ

2.4.1. Chính sách tiền tệ, nội dung, mục tiêu của chính sách tiền tệ

2.4.2. Chính sách tiền tệ lý thuyết và sự vận dụng, điều tiết kinh tế thị trường.

2.5. Sự phối hợp giữa các chính sách kinh tế vĩ mô

2.5.1. Phối hợp chính sách tài khóa và chính sách tiền tệ

2.5.2. Phối hợp giữa chính sách tài khóa, tiền tệ với chính sách tỷ giá cố định

2.5.3. Phối hợp giữa chính sách tài khóa, tiền tệ với chính sách tỷ giá linh hoạt

## **5. Tài liệu học tập:**

### **5.1. Sách, giáo trình chính :**

Vũ Kim Dung ( chủ biên), *Giáo trình kinh tế vĩ mô*, ĐHBKHN, 2012

### **5.2. Tài liệu tham khảo :**

[1]. Tập thể tác giả Đại học Kinh Tế TP.HCM, *Lý thuyết kinh tế vĩ mô*, NXB Kinh Tế, TP.HCM, 2013

[2]. Nguyễn Văn Ngọc, *Bài giảng kinh tế vĩ mô*, NXB Đại học KTQD, 2011

[3]. David Begg, *Kinh tế vĩ mô*, NXB Thông kê, 2012

[4]. David Begg, *Bài tập kinh tế vĩ mô*, NXB Thông kê, 2012

[5]. Trần Quang Lâm ( chủ biên), Tập bài giảng kinh tế vĩ mô ( dùng cho cao học và NCS), NXB Chính trị Quốc gia, 2003

### **6. Phương pháp đánh giá học phần:**

Áp dụng theo thang điểm 10, phân chia cho từng hình thức kiểm tra, đánh giá như sau:

- Điểm làm tiểu luận cá nhân hoặc kiểm tra: 20%
- Điểm làm bài tập nhóm: 20%
- Điểm thi kết thúc học phần: 60%

## HỌC PHẦN. KINH TẾ VI MÔ

### 1. Thông tin học phần: Kinh tế vi mô

- Tên học phần tiếng Anh: Macroeconomic
- Mã học phần: 073960
- Số tín chỉ: 2
  - + Nghe giảng lý thuyết: 30 tiết
  - + Tự học: 60 giờ

- Bộ môn phụ trách: Khoa Tài chính - Ngân hàng
- Tính chất học phần: Tự chọn

### 2. Mô tả ngắn gọn nội dung của học phần:

Học phần gồm những kiến thức nâng cao về Kinh tế vi mô như: 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

### 3. Mục tiêu của học phần: Sau khi học xong học viên có khả năng:

- Hiểu được những kiến thức nâng cao về kinh tế thị trường và những vấn đề của kinh tế học.

- Có kỹ năng vận dụng các lý thuyết kinh tế vào thực tế và khả năng giải thích các hiện tượng kinh tế xảy ra trong thực tế.

- Có khả năng phân tích được các vấn đề sử dụng nguồn lực một cách tối ưu trong phạm vi từng đơn vị kinh tế.

- Vận dụng được kiến thức để ứng dụng trong thực tế nghiệp vụ chuyên môn có hiệu quả cao.

- Chủ động tích cực tham gia vào thảo luận, có tư duy sáng tạo và khả năng nghiên cứu độc lập vấn đề mới nhất trong lĩnh vực thuế

- Tôn trọng và thực hiện nghiêm túc các nghiệp vụ, đạo đức của người làm công tác nghiên cứu khoa học trong lĩnh vực Tài chính – Ngân hàng.

### 4. Nội dung chi tiết học phần:

#### Chương 1: Cung, cầu và giá thị trường

##### 1.1. Cầu

- 1.1.1. Khái niệm
- 1.1.2. Biểu cầu, hàm số cầu, đường cầu
- 1.1.3. Quy luật cầu

##### 1.2. Cung

- 1.2.1. Khái niệm

- 1.2.2. Biểu cung, hàm số cung, đường cung
- 1.2.3. Quy luật cung
- 1.3. Cân bằng cung cầu trên thị trường
- 1.4. Sự co giãn của cung cầu
- 1.5. Sự can thiệp của Chính phủ vào thị trường

### **Chương 2: Lý thuyết lựa chọn của người tiêu dùng**

- 2.1. Lý thuyết hữu dụng
  - 2.1.1. Các khái niệm
  - 2.1.2. Sự lựa chọn của người tiêu dùng
- 2.2. Đường cầu cá nhân và thị trường
  - 2.2.1. Đường cầu cá nhân
  - 2.2.2. Đường cầu thị trường
  - 2.2.3. Tác động thay thế và thu nhập

### **Chương 3: Lý thuyết sản xuất và chi phí sản xuất**

- 3.1. Lý thuyết sản xuất
  - 3.1.1. Năng suất cận biên, năng suất trung bình, quy luật năng suất cận biên giảm dần.
  - 3.1.2. Đường đẳng lượng và đường đẳng phí
  - 3.1.3. Phối hợp sản xuất tối ưu
  - 3.1.4. Đường mở rộng sản xuất
- 3.2. Lý thuyết chi phí
  - 3.2.1. Chi phí kế toán, chi phí cơ hội, chi phí kinh tế
  - 3.2.2. Các chỉ tiêu chi phí ngắn hạn
  - 3.2.3. Các chỉ tiêu chi phí dài hạn

### **Chương 4: Thị trường cạnh tranh hoàn toàn**

- 4.1. Một số vấn đề cơ bản
  - 4.1.1. Đặc điểm của thị trường cạnh tranh hoàn toàn
  - 4.1.2. Đặc điểm của doanh nghiệp cạnh tranh hoàn toàn
- 4.2. Phân tích trong ngắn hạn
  - 4.2.1. Đối với doanh nghiệp
  - 4.2.2. Đối với thị trường
- 4.3. Phân tích trong dài hạn
  - 4.3.1. Quyết định gia nhập hay rời bỏ ngành
  - 4.3.2. Đường cung dài hạn của doanh nghiệp
  - 4.3.3. Trạng thái cân bằng trong dài hạn của thị trường cạnh tranh hoàn toàn
  - 4.3.4. Sự thay đổi đường cung - cầu của thị trường dài hạn

## **Chương 5: Thị trường độc quyền hoàn toàn**

5.1. Đặc điểm thị trường

5.2. Phân tích trong ngắn hạn và dài hạn

5.2.1. Các chiến lược hoạt động của doanh nghiệp độc quyền

5.2.2. Thiết lập quy mô sản xuất (QMSX)

5.3. Đo lường mức độ độc quyền và chiến lược phân biệt giá của doanh nghiệp độc quyền

5.4. Tồn thắt kinh tế - xã hội của độc quyền

5.4.1. Tồn thắt kinh tế

5.4.2. Tồn thắt xã hội

5.5. Biện pháp kiểm soát độc quyền của Chính phủ

5.5.1. Định giá tối đa

5.5.2. Can thiệp bằng thuế

5.5.3. Can thiệp bằng luật chống độc quyền

## **Chương 6: Thị trường cạnh tranh không hoàn toàn**

6.1. Thị trường cạnh tranh độc quyền

6.1.1. Đặc điểm thị trường

6.1.2. Phân tích ngắn hạn và dài hạn

6.1.3. Phân tích hiệu quả kinh tế của thị trường cạnh tranh độc quyền

6.2. Thị trường độc quyền nhóm

6.2.1. Đặc điểm thị trường

6.2.2. Trường hợp không hợp tác

6.2.3. Trường hợp hợp tác

## **5. Tài liệu học tập:**

### **5.1. Sách, giáo trình chính:**

Nguyễn Như Ý, Trần Thị Bích Dung, Nguyễn Mạnh Hà, *Kinh tế vi mô*, NXB Tổng hợp TP.HCM, 2012

### **5.2. Tài liệu tham khảo:**

[1]. Đinh Phi Hỗ, *Kinh tế vi mô - căn bản và nâng cao*, NXB Tài Chính, 2013

[2]. Bài giảng nguyên lý kinh tế vi mô – TS Nguyễn Văn Ngọc, NXB Đại Học Kinh Tế Quốc Dân, 2012

[3]. David Begg, *Kinh tế vi mô*, NXB Thống kê, , 2012

[4]. Robert S.Pindyck and Daniel L.Rubinfeld, *Microeconomics*, Pearson Prentice Hall, 2009

## **6. Phương pháp đánh giá học phần:**

Áp dụng theo thang điểm 10, phân chia cho từng hình thức kiểm tra, đánh giá như sau:

- Điểm làm tiểu luận cá nhân hoặc kiểm tra: 20%
- Điểm làm bài tập nhóm: 20%
- Điểm thi kết thúc học phần: 60%

(

(

## HỌC PHẦN. QUẢN TRỊ CHUỖI CUNG ỨNG

### 1. Thông tin học phần: Quản trị chuỗi cung ứng

- Tên học phần tiếng Anh: Supply Chain Management
- Mã học phần: 073931
- Số tín chỉ: 2
  - + Nghe giảng lý thuyết: 15 tiết
  - + Thảo luận - bài tập: 30 giờ
  - + Tự học: 60 giờ

- Bộ môn phụ trách: Khoa Quản trị Kinh doanh

- Tính chất học phần: Tự chọn

### 2. Mô tả ngắn nội dung của học phần:

Học phần trang bị cho học viên những kiến thức nâng cao về quản trị chuỗi cung ứng và những kỹ năng cần thiết để ứng dụng quản trị chuỗi cung ứng vào trong hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp

### 3. Mục tiêu của học phần: Sau khi học xong học viên có khả năng:

- Hiểu rõ được giá trị và vai trò của chuỗi cung ứng trong hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp.
- Hiểu được kiến thức quản lý các hoạt động liên quan trong quy trình hoạch định và thu mua của chuỗi cung ứng.
- Hiểu được kiến thức quản lý các hoạt động liên quan trong quy trình sản xuất và phân phối sản phẩm.
- Sử dụng được các mô hình và hệ thống đo lường để đánh giá hiệu suất hoạt động chuỗi cung ứng.
- Có kỹ năng quản lý các hoạt động liên quan trong quy trình hoạch định và thu mua của chuỗi cung ứng
- Có kỹ năng xây dựng hệ thống chuỗi cung ứng
- Đánh giá công nghệ thông tin hiện có, xu hướng công nghệ thông tin mới và hiểu rõ cách thức ứng dụng công nghệ thông tin này vào các quy trình chuỗi cung ứng.
- Vận dụng được kiến thức để ứng dụng trong thực tế nghiệp vụ chuyên môn có hiệu quả cao.
- Chủ động tích cực tham gia vào thảo luận, có tư duy sáng tạo và khả năng nghiên cứu độc lập vấn đề mới nhất trong lĩnh vực cung ứng trong hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp.

### 4. Nội dung chi tiết học phần:

## **Chương 1. Tổng quan về chuỗi cung ứng**

- 1.1. Tổng quan về chuỗi cung ứng
- 1.2. Hoạt động của chuỗi cung ứng
- 1.3. Cấu trúc của chuỗi cung ứng
- 1.4. Các thành viên của chuỗi cung ứng
- 1.5. Thiết lập chuỗi cung ứng phù hợp với chiến lược kinh doanh
- 1.6. Hướng dẫn triển khai thực hiện bài tập nhóm, tiểu luận, thuyết trình...

## **Chương 2. Hoạt động điều hành chuỗi cung ứng: Lập kế hoạch và nguồn cung cấp**

- 2.1. Mô hình hoạt động của chuỗi cung ứng
- 2.2. Dự báo nhu cầu và lập kế hoạch
- 2.3. Quản trị hàng tồn kho
- 2.4. Quản trị nguồn cung cấp

## **Chương 3: Hoạt động điều hành chuỗi cung ứng: Sản xuất và phân phối**

- 3.1. Thiết kế sản phẩm
- 3.2. Điều độ sản xuất
- 3.3. Quản lý nhà máy trong sản xuất
- 3.4. Quản trị đơn đặt hàng
- 3.5. Kế hoạch phân phối
- 3.6. Thuê ngoài trong hoạt động cung ứng

## **Chương 4: Ứng dụng công nghệ thông tin và thương mại điện tử trong quản trị chuỗi cung ứng**

- 4.1. Ứng dụng công nghệ thông tin trong quản trị chuỗi cung ứng
- 4.2. Ứng dụng thương mại điện tử trong quản trị chuỗi cung ứng

## **Chương 5: Đo lường hiệu quả chuỗi cung ứng**

- 5.1. Mô hình tương quan thị trường – Chuỗi cung ứng
- 5.2. Đo lường hiệu quả thị trường
- 5.3. Khung đo lường hiệu quả
- 5.4. Thu thập và trình bày dữ liệu trong hoạt động cung ứng

## **Chương 6. Xây dựng hệ thống chuỗi cung ứng**

- 6.1. Tổ chức dự án phát triển hệ thống
- 6.2. Thiết kế hệ thống chuỗi cung ứng
- 6.3. Kiểm tra và đưa hệ thống vào sử dụng

## **5. Tài liệu học tập:**

### **5.1. Sách, giáo trình chính :**

-Đoàn Thị Hồng Vân , *Giáo trình quản trị cung ứng*, NXB Tổng Hợp TPHCM, 2011

-Michael Hugos, *Tinh hoa quản trị chuỗi cung ứng*, NXB Tổng Hợp TPHCM, 2010

### 5.2. Tài liệu tham khảo :

[1].Nguyễn Thành Hiếu, *Quản trị cung ứng*, NXB ĐHKTQD, 2015

[2] David Blanchard, *Quản trị chuỗi cung ứng những trải nghiệm tuyệt vời*, NXB Lao động – Xã hội, 2013

[3].Đặng Đình Hào, *Logisticsnhững vấn đề lý luận và thực tiễn ở Việt Nam*, NXB ĐHKTQD, 2011

[4] Đoàn Thị Hồng Vân, *Logistics những vấn đề cơ bản*, NXB Lao động –Xã hội, 2010

### 6. Phương pháp đánh giá học phần:

Áp dụng theo thang điểm 10, phân chia cho từng hình thức kiểm tra, đánh giá như sau:

- Điểm làm tiểu luận cá nhân hoặc kiểm tra: 20%
- Điểm làm bài tập nhóm: 20%
- Điểm thi kết thúc học phần: 60%

## HỌC PHẦN. QUẢN TRỊ QUAN HỆ KHÁCH HÀNG

### 1. Thông tin học phần: Quản trị quan hệ khách hàng

- Tên học phần tiếng Anh:
- Mã học phần: 073935
- Số tín chỉ: 2
  - + Nghe giảng lý thuyết: 15 tiết
  - + Thảo luận - bài tập: 30 giờ
  - + Tự học: 60 giờ

- Bộ môn phụ trách: Khoa Quản trị Kinh doanh

- Tính chất học phần: Tự chọn

### 2. Mô tả vắn tắt nội dung của học phần:

Môn học này trang bị cho người học các kiến thức chuyên sâu về quản trị quan hệ khách hàng, quản trị cơ sở dữ liệu khách hàng, chiến lược quan hệ khách hàng, dịch vụ khách hàng, chăm sóc khách hàng, quản trị xung đột và duy trì sự hài lòng của khách hàng. Môn học cũng cung cấp kiến thức về mối quan hệ giữa Quản trị quan hệ khách hàng với Bán hàng và Marketing. Ngoài ra, môn học còn cung cấp kiến thức về tổ chức thực hiện hoạt động CRM trong doanh nghiệp, thực hiện kiểm tra đánh giá và điều chỉnh hoạt động quản trị quan hệ khách hàng.

### 3. Mục tiêu của học phần: Sau khi học xong học viên có khả năng:

Sinh viên sau khi học xong học phần có thể: Phân tích được các khái niệm về vai trò và tầm quan trọng của quản trị quan hệ khách hàng. Xây dựng được 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.

### 4. Nội dung chi tiết học phần:

Bài	Nội dung bài học
1	<p><b>Các nội dung chính trên lớp: (5 tiết)</b></p> <p><b>Nội dung GD lý thuyết: (3 tiết)</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>– Marketing dựa trên nền tảng mối quan hệ</li><li>– Giá trị dành cho khách hàng</li><li>– Các mối quan hệ</li><li>– Thiết lập mối quan hệ</li><li>– Phân loại mối quan hệ</li></ul> <p><b>Nội dung seminar/thảo luận: (2 tiết)</b></p> <p>Case study do giảng viên đưa ra</p>
2	<p><b>Các nội dung chính trên lớp: (5 tiết)</b></p> <p><b>Nội dung GD lý thuyết: (3 tiết)</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>– Các mức độ và công cụ của mối quan hệ khách hàng</li><li>– Phát triển và xây dựng mối quan hệ khách hàng</li><li>– Xây dựng mối quan hệ người bán –người mua</li><li>– Quy trình quản trị quan hệ khách hàng</li></ul> <p><b>Nội dung seminar/thảo luận: (2 tiết)</b></p>

Bài	Nội dung bài học
	Case study do giảng viên đưa ra
3	<p><b>Các nội dung chính trên lớp: (5 tiết)</b>  <b>Nội dung GD lý thuyết: (3 tiết)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Giá trị từ các dịch vụ hỗ trợ</li> <li>- Thấu hiểu khách hàng tốt hơn</li> <li>- Tạo ra và duy trì lòng trung thành của khách hàng</li> <li>- Nuôi dưỡng thị phần khách hàng</li> </ul> <p><b>Nội dung seminar/thảo luận: (2 tiết)</b>  Case study do giảng viên đưa ra</p>
4	<p><b>Các nội dung chính trên lớp: (5 tiết)</b>  <b>Nội dung GD lý thuyết: (3 tiết)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mô hình marketing mối quan hệ toàn diện mới</li> <li>- Quan hệ hợp tác</li> <li>- Liên minh chiến lược</li> <li>- Đánh giá chuỗi tiêu dùng của khách hàng</li> </ul> <p><b>Nội dung seminar/thảo luận: (2 tiết)</b>  Case study do giảng viên đưa ra</p>
5	<p><b>Các nội dung chính trên lớp: (5 tiết)</b>  <b>Nội dung GD lý thuyết: (3 tiết)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Quản trị chiến dịch marketing mối quan hệ</li> <li>- Vấn đề quản trị mối quan hệ khách hàng thông qua mạng xã hội</li> <li>- Đánh giá, điều chỉnh các hoạt động CRM</li> </ul> <p><b>Nội dung seminar/thảo luận: (2 tiết)</b>  Case study do giảng viên đưa ra</p>
6	<p><b>Mối quan hệ tích hợp đa kênh (5 tiết)</b>  <b>Ôn tập</b>  <b>Tiểu luận kết thúc học phần:</b>  Do Giảng viên gợi ý và chọn lọc theo các chủ đề như: áp dụng lý thuyết để giải quyết các vấn đề của quản trị quan hệ khách hàng trong hoàn cảnh Việt Nam tăng cường hội nhập, mạng xã hội ngày càng ảnh hưởng,...</p>

## 5. Tài liệu học tập:

### - Tài liệu/giáo trình chính, bắt buộc:

[1] Lưu Đan Thọ, Lượng Văn Quốc, Marketing mối quan hệ và Quản trị quan hệ khách hàng, NXB Tài Chính, 2016

[2] V. Kumar và Werner Reinartz (2018), *Customer relationship management*, Springer -Verlag.

### ❖ Tài liệu/giáo trình tham khảo:

[3] Trịnh Minh Thảo, 2018, Khách hàng là một mối quan hệ không phải một giao dịch, NXB Khoa học xã hội

[4] Rainer Alt and Olaf Reinhod, 2020, Social *Customer relationship management*, Springer -Verlag.

### 1) Mục tiêu và kết quả học tập mong đợi của học phần (**KQHTMĐ**)

#### 6. Phương pháp đánh giá học phần:

Áp dụng theo thang điểm 10, phân chia cho từng hình thức kiểm tra, đánh giá như sau:

- Điểm làm tiểu luận cá nhân hoặc kiểm tra: 20%
- Điểm làm bài tập nhóm: 20%
- Điểm thi kết thúc học phần: 60%

## HỌC PHẦN. QUẢN TRỊ CHẤT LƯỢNG

### 1.Thông tin học phần: Quản trị chất lượng

- Tên tiếng Anh: Quality management
- Mã học phần: 073939
- Số tín chỉ: 2
  - + Lý thuyết: 15 tiết
  - + Thảo luận- bài tập: 30 giờ
  - + Tự học: 30 giờ

- Bộ môn phụ trách: Quản trị kinh doanh

- Tính chất học phần: tự chọn

### 2.Mô tả ngắn gọn nội dung của học phần:

Nội dung học phần gồm các kiến thức nâng cao, đổi mới về một số vấn đề cơ bản, chủ yếu của quản lý chất lượng và được học với 4 chương: Lãnh đạo và quản trị chất lượng; Tiêu chuẩn và quy chuẩn kỹ thuật; Cải tiến liên tục và đổi mới; Các công cụ quản trị chất lượng

### 3.Mục tiêu của học phần: Sau khi học xong học viên có khả năng:

-Nhận thức đúng các vấn đề cơ bản về quản lý chất lượng cũng như tác động của nó đối với sự thành công của các tổ chức.

-Sử dụng được một số kỹ thuật để kiểm soát và cải tiến chất lượng sản phẩm/ dịch vụ, chất lượng quá trình, chất lượng hệ thống quản lý.

-Lựa chọn và lập được kế hoạch triển khai một hệ thống quản lý chất lượng thích hợp cho tổ chức trong thực tiễn

-Áp dụng được các công cụ quản lý chất lượng vào trong hoạt động thực tiễn của các tổ chức và doanh nghiệp.

-Có năng lực làm việc theo nhóm và trình bày và phản biện, chuẩn bị và trình bày một bài viết về các chủ đề liên quan đến quản trị chất lượng.

- Chủ động tích cực tham gia vào thảo luận, có tư duy sáng tạo và khả năng nghiên cứu độc lập vấn đề mới nhất trong lĩnh vực quản trị chất lượng

### 4. Nội dung chi tiết học phần:

#### Chương 1: Lãnh đạo và quản trị chất lượng

##### 1.1. Chất lượng trong mối quan hệ với khách hàng - nhà cung cấp

1.1.1.Tầm quan trọng của mối quan hệ khách hàng và nhà cung ứng để đạt được chất lượng toàn diện

1.1.2.Xác định các nguyên lý về các quan hệ khách hàng nhà cung cấp

1.1.3. Yêu cầu của khách hàng và nhà cung ứng với chất lượng

1.1.4.Các biện pháp chủ yếu nhằm đáp ứng yêu cầu khách hàng - Lãnh đạo về chất lượng  
1.2. Lãnh đạo chất lượng là gì? Quan hệ giữa lãnh đạo với quản trị chất lượng. Nội dung quan trọng của lãnh đạo chất lượng.

1.2.1.Mô tả vai trò của lãnh đạo trong việc theo đuổi chất lượng toàn diện

1.2.2. So sánh quan điểm về quản lý chất lượng toàn diện đối với lãnh đạo của một số học giả nổi tiếng trên thế giới.

1.3.Một số vấn đề chủ yếu trong hoàn thiện và đổi mới quản lý chất lượng

1.3.1. Gắn quản trị chất lượng với quản trị kinh doanh với chất lượng

1.3.2. Gắn chất lượng với năng suất Gắn năng suất

1.3.3.Sử dụng tốt nội dung và các công cụ phương pháp của quản trị chất lượng

1.3.4.Văn hoá chất lượng

1.3.5. Ứng dụng ISO 9000:2000 trong các tổ chức dịch vụ như: Quản lý hành chính công, trường học, bệnh viện, tổ chức tư vấn...

## **Chương 2: Tiêu chuẩn và quy chuẩn kỹ thuật**

2.1.Bản chất , nguyên tắc, vai trò của tiêu chuẩn quy chuẩn kỹ thuật.

2.1.1.Khái niệm, tiêu chuẩn, quy chuẩn kỹ thuật, tiêu chuẩn hoá.

2.1.2 Đôi tượng tiêu chuẩn, quy chuẩn kỹ thuật.

2.1.3.Nguyên tắc của tiêu chuẩn

2.1.4. Vai trò của tiêu chuẩn với:

2.2.Nội dung của quản lý tiêu chuẩn và quy chuẩn kỹ thuật

2.2.1Xây dựng, công bố, áp dụng tiêu chuẩn và xây dựng, ban hành, áp dụng quy chuẩn kỹ thuật. Giới thiệu nội dung của luật tiêu chuẩn quy chuẩn kinh tế (2006) và luật chất lượng hàng hoá (2007).

2.2.2. Đánh giá, chứng nhận, công nhận chất lượng

2.3.Hài hoà tiêu chuẩn quốc tế

2.3.1. Các tiêu chuẩn quốc tế ISO, ITU, IEC

2.3.2. Hài hoà tiêu chuẩn quốc tế

2.3.3.Quản lý Nhà nước và quản lý công ty với tiêu chuẩn và quy chuẩn kỹ thuật

2.3.4.Quản lý Nhà nước với tiêu chuẩn, quy chuẩn kỹ thuật

2.3.5. Quản lý của doanh nghiệp với tiêu chuẩn và quy chuẩn kỹ thuật

## **Chương 3: Cải tiến liên tục và đổi mới**

3.1. Bản chất, vai trò của cải tiến và đổi mới

3.1.1. Khái niệm cải tiến và đổi mới

3.1.2 Quy trình đổi mới

3.1.3. Vai trò của cải tiến và đổi mới

3.2.Phương pháp Kaizen và chương trình 5S, nhóm chất lượng và cải tiến liên tục

3.2.1.Phương pháp Kaizen

3.2.2. Chương trình 5S: Nội dung vai trò của 5S với năng suất chất lượng

3.2.3. Nhóm chất lượng.

3.3. Nghiên cứu và phát triển sản phẩm mới

3.3.1. Sản phẩm mới, phát triển sản phẩm mới và vai trò của nó. Đặc điểm của sản phẩm mới và vai trò của sản phẩm mới với cạnh tranh

3.3.2.Quá trình nghiên cứu và phát triển sản phẩm mới

3.3.3. Những vấn đề kinh tế và tổ chức nhằm nghiên cứu, phát triển sản phẩm mới

#### **Chương 4: Các công cụ quản trị chất lượng**

4.1. Chi phí chất lượng

4.1.1.Khái niệm chi phí chất lượng

4.1.2. Quan hệ chi phí chất lượng và chi phí sản xuất, chi phí kinh doanh

4.1.3.Phân loại các chi phí

4.1.4. Quản lý chi phí, Nội dung và các chỉ tiêu

4.2. Benchmarking

4.3.Sử dụng các công cụ thống kê trong quản lý chất lượng

4.3.1.Công cụ thống kê truyền thống'

4.3.2.Công cụ mới

### **5. Tài liệu học tập:**

#### **5.1.Giáo trình chính:**

Nguyễn Đình Phan, *Giáo trình Quản lý chất lượng trong các tổ chức*, NXB Lao động - Xã hội 2005

#### **5.2.Tài liệu tham khảo**

[1]. Nguyễn Đình Phan, *Quản lý chất lượng*, NXB ĐHKTQD, 2015

[2]. Nguyễn Quốc Tuấn, *Quản trị chất lượng toàn diện*, NXB Tài chính, 2010

[3]. Tạ Thị Kiều AN (cb), *Quản lý chất lượng*, NXB Thông kê, TP. HCM, 2010

[2]. Cẩm nang kinh doanh Harvard, *Quản lý tinh sáng tạo và đổi mới*, Nhà xuất bản tổng hợp T.P Hồ Chí Minh 2006

[3]. Viện nghiên cứu và đào tạo về quản lý, *Nghiên cứu và phát triển sản phẩm mới*. Nhà Xuất bản lao động xã hội. 2005

[4]. Viện nghiên cứu và đào tạo về quản lý *Nghiên cứu và phát triển sản phẩm mới*, Nhà Xuất bản lao động xã hội. 2005

[5]. Bộ Khoa học và Công nghệ, *TCVN ISO 9000:2007 – Hệ thống quản lý chất lượng – Cơ sở và từ vựng*, 2007

[6].Bộ Khoa học và Công nghệ, *TCVN ISO 9001:2008 – Hệ thống quản lý chất lượng – Các yêu cầu*, 2008

[7].S.Thomas Foster, *Managing Quality*, Boise state University Pearson Education International,2005

[8].Hesser. Feilzer. De Vries, *Standardisation in companies anh Markets*, Helsmust Schmied Unierssity Germany, 2006

(

(

## **HỌC PHẦN. BẢO HIỂM DOANH NGHIỆP**

### **1.Thông tin học phần: Bảo hiểm doanh nghiệp**

- Tên tiếng Anh: Insurance company
- Mã học phần: 073946
- Số tín chỉ: 2
  - + Lý thuyết: 15 tiết
  - + Thảo luận – bài tập: 30 giờ
  - + Tự học: 30 giờ

- Bộ môn phụ trách: Khoa Quản trị kinh doanh
- Tính chất học phần: Tự chọn

### **2.Mô tả văn tắt nội dung của học phần:**

Học phần này cung cấp cho học viên cao học thuộc khối ngành Quản trị kinh doanh, kế toán, tài chính ngân hàng,...những kiến thức cơ bản, hiện đại, có hệ thống và phù hợp với pháp luật VN về bảo hiểm doanh nghiệp, bao gồm: Bảo hiểm xã hội, bảo hiểm thất nghiệp, bảo hiểm thương mại, cũng như mối quan hệ giữa bảo hiểm với phát triển và tăng trưởng kinh tế.

### **3.Mục tiêu của học phần: Sau khi học xong học viên có khả năng:**

- Hiểu được những kiến thức có bản nhất về bảo hiểm
- Phân tích được vai trò và tác dụng của bảo hiểm cũng như nội dung của những loại hình bảo hiểm chủ yếu trong điều kiện kinh tế thị trường
  - Áp dụng được các kiến thức bảo hiểm doanh nghiệp vào công việc thực tiễn của doanh nghiệp một cách linh hoạt và hiệu quả.
  - Chủ động tích cực tham gia vào thảo luận, có tư duy sáng tạo và khả năng nghiên cứu độc lập vấn đề mới nhất trong lĩnh vực bảo hiểm

### **4. Nội dung chi tiết học phần:**

#### **Chương 1: Tổng quan về bảo hiểm**

- 1.1. Sự cần thiết khách quan và tác dụng của bảo hiểm
- 1.2. Bản chất của bảo hiểm
- 1.3. Phân loại bảo hiểm
- 1.4. Lịch sử ra đời và phát triển của bảo hiểm

#### **Chương 2: Bảo hiểm xã hội**

- 2.1. Bản chất của Bảo hiểm xã hội
- 2.2. Chính sách bảo hiểm và chế độ bảo hiểm xã hội
- 2.3. Quỹ bảo hiểm xã hội
- 2.4. Kinh nghiệm các nước đối với việc thực hiện chính sách BHXH

2.5. Bảo hiểm xã hội ở Việt Nam

### **Chương 3: Bảo hiểm y tế**

3.1. Bảo hiểm y tế với chính sách bảo vệ và chăm sóc sức khoẻ nhân dân

3.2. Kinh nghiệm triển khai bảo hiểm y tế ở các nước

3.3. Bảo hiểm y tế ở Việt Nam

### **Chương 4: Bảo hiểm thất nghiệp**

4.1. Vai trò của bảo hiểm thất nghiệp

4.2. Nội dung cơ bản của bảo hiểm thất nghiệp

4.3. Kinh nghiệm triển khai bảo hiểm thất nghiệp ở các nước

4.4. Bảo hiểm thất nghiệp ở Việt Nam

### **Chương 5: Bảo hiểm thương mại**

5.1. Tổng quan về bảo hiểm thương mại

5.2. Phân loại bảo hiểm thương mại

5.3. Dóng góp của ngành bảo hiểm thương mại đối với nền kinh tế quốc dân

### **Chương 6: Bảo hiểm phi nhân thọ**

6.1. Bảo hiểm hàng hải

6.2. Bảo hiểm xe cơ giới

6.3. Bảo hiểm hỏa hoạn

6.4 Bảo hiểm nông nghiệp

6.5. Bảo hiểm tiền

6.6. Các nghiệp vụ bảo hiểm con người phi nhân thọ

### **Chương 6: Bảo hiểm nhân thọ**

7.1. Đặc điểm của bảo hiểm nhân thọ

7.2. Các loại hình bảo hiểm nhân thọ

7.3. Phí bảo hiểm nhân thọ

## **5. Tài liệu tham khảo:**

[1]. Nguyễn Văn Định, *Giáo trình Bảo hiểm*, Nhà xuất bản đại học Kinh tế quốc dân, 2010,

[2]. Nguyễn Văn Định, *Giáo trình quản trị kinh doanh bảo hiểm*, Nhà xuất bản đại học Kinh tế quốc dân, 2009

[3]. Nguyễn Thị Định, *Giáo trình kinh tế bảo hiểm*, Nhà xuất bản đại học Kinh tế quốc dân, 2015,

[4]. Quốc hội nước Cộng Hoà Xã Hội Chủ Nghĩa Việt Nam, *Luật kinh doanh bảo hiểm*, Nhà xuất bản Chính Trị Quốc Gia Hà Nội - , 2001,

[5]. Bảo hiểm xã hội Việt Nam, *Bảo hiểm xã hội những điều cần biết*, Nhà xuất bản Thông kê , 2002,

## **HỌC PHẦN. QUẢN TRỊ TÀI CHÍNH TÀI CHÍNH DOANH NGHIỆP NÂNG CAO**

### **1. Thông tin học phần:** Quản trị tài chính doanh nghiệp nâng cao

- Tên học phần tiếng Anh: Financial Management
- Mã học phần: 073929
- Số tín chỉ: 2
  - + Nghe giảng lý thuyết: 15 tiết
  - + Thảo luận - bài tập: 30 giờ
  - + Tự học: 60 giờ

- Bộ môn phụ trách: Khoa Quản trị kinh doanh

- Tính chất học phần: Tự chọn

### **2. Mô tả vắn tắt nội dung của học phần:**

Học phần trang bị ở mức độ nâng cao cho học viên kiến thức, kỹ năng về phân tích và hoạch định tài chính cho doanh nghiệp (DN); lựa chọn cơ cấu vốn tối ưu, quyết định tài trợ vốn cho DN; sử dụng hiệu quả nguồn lực tài chính thông qua các quyết định đầu tư dài hạn và quản trị vốn ngắn hạn; lựa chọn chính sách phân phối lợi nhuận tối ưu cho DN. Học viên sẽ được tiếp cận các lý thuyết liên quan và được hướng dẫn các phương pháp, kỹ thuật trong quản lý tài chính DN hiện đại.

### **3.Mục tiêu của học phần:** Sau khi học xong học viên có khả năng:

- Hiểu được các phân tích tài chính và đánh giá hiệu quả tài chính của một doanh nghiệp và lập kế hoạch và dự toán tài chính;
- Biết cách sử dụng hiệu quả vốn dài hạn thông qua quyết định đầu tư để có thể lựa chọn để ra các quyết định đầu tư dài hạn dựa trên dòng tiền, chi phí vốn và độ rủi ro của dự án;
- Biết cách sử dụng hiệu quả vốn ngắn hạn thông qua quản trị tốt vốn lưu động;
- Hiểu được tác động của chính sách phân phối lợi nhuận đối với khả năng tăng trưởng và giá trị của DN.
- Có kỹ năng để có thể quản lý các hoạt động tài chính tại DN; có thể hoạch định tài chính, tài trợ vốn để thực hiện chiến lược kinh doanh của DN;
- Lựa chọn được cơ cấu vốn tối ưu cho DN khi huy động vốn từ các nguồn tài trợ; - Sáng tạo trong vận dụng kiến thức giải quyết vấn đề; tuân thủ tiêu chuẩn đạo đức cần thiết trong quản trị tài chính DN.

### **4. Nội dung chi tiết học phần:**

#### **Chương 1. Phân tích các báo cáo tài chính và vấn đề tăng trưởng của doanh nghiệp.**

1.1. Giới thiệu các báo cáo tài chính căn bản;

1.2. Phân tích tài chính và đánh giá hiệu quả tài chính của một doanh nghiệp;

- 1.3. Vấn đề tăng trưởng của doanh nghiệp.
- 1.4. Bài tập tình huống số 1: Phân tích tình hình tài chính của một Công ty niêm yết trên thị trường chứng khoán VN.

## **Chương 2. Lập kế hoạch và dự toán tài chính**

- 2.1. Các phương pháp lập kế hoạch tài chính.
- 2.2. Phương pháp lập dự toán tổng hợp.
- 2.3. Bài tập tình huống số 2: Lập dự toán tổng hợp của một Công ty.

## **Chương 3. Quyết định đầu tư**

- 3.1. Chi phí sử dụng vốn.
- 3.2. Các vấn đề cơ bản đánh giá hiệu quả tài chính.

## **Chương 4. Hoạch định ngân lưu và phân tích rủi ro của dự án đầu tư**

- 4.1. Hoạch định ngân lưu của dự án.
- 4.2. Phân tích rủi ro của dự án.
- 4.3. Quyền chọn thực và các vấn đề khác trong dự toán ngân sách đầu tư.
- 4.4. Bài tập tình huống số 3: Hoạch định ngân lưu và phân tích rủi ro của dự án đầu tư.

## **Chương 5. Cơ cấu vốn và các hình thức tài trợ vốn**

- 5.1. Cơ cấu vốn.
- 5.2. Phát hành chứng khoán.
- 5.3. Vấn đề thuê – mua tài chính.
- 5.4. Bài tập tình huống số 4: Xác định cơ cấu vốn tối ưu của một doanh nghiệp.

## **Chương 6. Chính sách phân chia cổ tức**

- 6.1. Chính sách phân chia cổ tức.
- 6.2. Các vấn đề khác về chính sách phân chia cổ tức.

## **Chương 7. Quản trị vốn lưu động**

- 7.1. Tổng quan về quản trị vốn lưu động.
- 7.2. Quản trị vốn ngắn hạn.
- 7.3. Tài trợ vốn ngắn hạn.

Báo cáo chuyên đề môn học

### **5. Tài liệu học tập:**

#### **5.1. Sách, giáo trình chính :**

-Eugene F. Brigham, Michael C. Ehrhardt, *Financial Management: Theory & Practice*, 14th Edition, South-Western College Pub, 2013

-Eugene F. Brigham and Joel F. Houston, *Quản trị tài chính*, Cengage Learning Asia Pte Ltd. Bản dịch của Khoa Kinh tế - Luật Đại học Quốc gia TP.HCM, 2009

#### **5.2. Tài liệu tham khảo :**

[1].Jonathan Berk, Peter DeMarzo, *Corporate Finance*, 3rd Edition, Pearson, 2013

[2]. Brealey, Myers and Allen , *Principles of Corporate Finance*, Tenth Edition, The Mc. Graw Hill, 2011

[3]. Nguyễn Minh Kiều , *Tài chính doanh nghiệp căn bản*, NXB LĐ-XH, 2011

Bộ môn QTDA-TC Khoa QTKD - Đại học Kinh tế TP.HCM, *Giáo trình Thiết lập và Thẩm định Dự án đầu tư*, NXB Kinh tế TP.HCM, 2012

#### **6. Phương pháp đánh giá học phần:**

Áp dụng theo thang điểm 10, phân chia cho từng hình thức kiểm tra, đánh giá như sau:

- Điểm làm tiểu luận cá nhân hoặc kiểm tra: 20%
- Điểm làm bài tập nhóm: 20%
- Điểm thi kết thúc học phần: 60%

(

(

## HỌC PHẦN. QUẢN TRỊ SẢN XUẤT TÁC NGHIỆP NÂNG CAO

### 1. Thông tin học phần: Quản trị sản xuất tác nghiệp nâng cao

- Tên học phần tiếng Anh: Operation Management
- Mã học phần: 073932
- Số tín chỉ: 2
  - + Nghe giảng lý thuyết: 15 tiết
  - + Thảo luận - bài tập: 30 giờ
  - + Tự học: 60 giờ

- Bộ môn phụ trách: Khoa Quản trị kinh doanh

- Tính chất học phần: Tự chọn

### 2. Mô tả vắn tắt nội dung của học phần:

Môn học nhằm trang bị cho học viên các kiến thức cần thiết trong việc vận hành một doanh nghiệp hay tổ chức như các hoạt động tạo ra sản phẩm vật chất cũng như sản phẩm dịch vụ, bao gồm từ khâu dự báo, hoạch định công suất, định vị công ty, điều độ tác nghiệp, sản xuất tinh gọn nhằm tổ chức quản trị doanh nghiệp hợp lý và hiệu quả. Môn học cũng trang bị cho học 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 thống kê trong quản lý chất lượng, các công cụ cốt lõi của IATF, 5S, JIT, TPM, hệ thống quản lý chất lượng...để quản lý và cải tiến chất lượng sản phẩm và hoạt động hiệu quả hơn nhằm bắt nhịp với sự phát triển kinh tế xã hội.

### 3. Mục tiêu của học phần: Sau khi học xong học viên có khả năng:

Môn học trang bị cho học viên các kiến thức về hoạt động quản trị vận hành sản xuất và dịch vụ trong các doanh nghiệp.

Sau khi học xong môn học, học viên có thể:

- Hiểu được quá trình vận hành của doanh nghiệp, vận dụng được các phương pháp dự báo nhu cầu công suất, thiết lập và thực hành cây quyết định, phương pháp định vị và bố trí mặt bằng phù hợp với hoạt động của doanh nghiệp.
- Phân tích được bản chất các hoạch định công suất và điều độ tác nghiệp trong hoạt động.
- Ứng dụng được các công cụ thống kê, phân tích trong quản lý sản xuất và chất lượng, các công cụ cải tiến hiệu quả hoạt động doanh nghiệp, các công cụ cốt lõi quản lý hoạt động sản xuất sản phẩm.
- Rèn luyện cho học viên kỹ năng làm việc như tìm hiểu thông tin, giải quyết vấn đề, giao tiếp, thuyết trình, làm việc nhóm...

#### 4. Nội dung chi tiết học phần:

Bài	Nội dung
Bài 1	<p><b>Chương 1: TỔNG QUAN VỀ QUẢN TRỊ VẬN HÀNH</b></p> <p>A/ Các nội dung chính trên lớp: (3 tiết)</p> <p>Nội dung GD lý thuyết: (2 tiết)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. THỰC CHẤT CỦA QUẢN TRỊ VẬN HÀNH</li> <li>2. MỤC TIÊU CỦA QUẢN TRỊ VẬN HÀNH</li> <li>3. QUẢN TRỊ VẬN HÀNH TRONG DOANH NGHIỆP</li> </ol> <p>Nội dung thảo luận: (1 tiết)</p> <p>Trên cơ sở các câu hỏi của sinh viên (từ các môn học khác, hoặc trải nghiệm trong cuộc sống), đặt giả định để tìm kiếm câu trả lời / giải pháp (cho vấn đề đặt ra).</p> <p>B/ Các nội dung cần tự học ở nhà: (5 tiết)</p> <p>SV đọc tài liệu [1] đến [5]</p> <p>C/ Đánh giá kết quả học tập:</p> <p><i>Phương pháp đánh giá:</i> Thảo luận nhóm và thuyết trình báo cáo</p>
Bài 2	<p><b>Chương 2: DỰ BÁO</b></p> <p>A/ Các nội dung chính trên lớp: (3 tiết)</p> <p>Nội dung GD lý thuyết: (2 tiết)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. TỔNG QUAN VỀ DỰ BÁO, NHU CẦU VÀ VAI TRÒ CỦA DỰ BÁO</li> <li>2. QUY TRÌNH DỰ BÁO, PHÂN TÍCH DỮ LIỆU VÀ LỰA CHỌN MÔ HÌNH</li> <li>3. CÁC CÁCH TIẾP CẬN DỰ BÁO</li> <li>4. DỰ BÁO THEO CHUỖI THỜI GIAN</li> <li>5. DỮ LIỆU BIẾN ĐỘI THEO MÙA</li> <li>6. PHƯƠNG PHÁP DỰ BÁO NHÂN QUẢ: HỒI QUI VÀ PHÂN TÍCH TƯƠNG QUAN</li> <li>7. GIÁM SÁT VÀ KIỂM SOÁT DỰ BÁO</li> </ol> <p>Nội dung thảo luận: (1 tiết)</p> <p>Trên cơ sở các câu hỏi của sinh viên (từ các môn học khác, hoặc trải nghiệm trong cuộc sống), đặt giả định để tìm kiếm câu trả lời / giải pháp (cho vấn đề đặt ra).</p> <p>B/ Các nội dung cần tự học ở nhà: (5 tiết)</p>

Bài	Nội dung
	<p>SV đọc tài liệu [1] đến [5]</p> <p>C/ Đánh giá kết quả học tập:  <i>Phương pháp đánh giá:</i> Thảo luận nhóm và thuyết trình báo cáo</p>
Bài 3	<p><b>Chương 3: HOẠCH ĐỊNH CÔNG SUẤT SẢN XUẤT VÀ DỊCH VỤ</b></p> <p>A/ Các nội dung chính trên lớp: (<i>3 tiết</i>)          Nội dung GD lý thuyết: (<i>2 tiết</i>)             <ul style="list-style-type: none"> <li>1. CÁC LOẠI QUÁ TRÌNH SẢN XUẤT</li> <li>2. CHIẾN LƯỢC CỦA QUÁ TRÌNH DỊCH VỤ</li> <li>3. CÔNG SUẤT</li> <li>4. LÝ THUYẾT QUYẾT ĐỊNH</li> <li>5. PHÂN TÍCH HÒA VỐN</li> <li>6. CHIẾN LƯỢC ĐẦU TƯ</li> </ul>         Nội dung thảo luận: (<i>1 tiết</i>)         <p>Trên cơ sở các câu hỏi của sinh viên (từ các môn học khác, hoặc trải nghiệm trong cuộc sống), đặt giả định để tìm kiếm câu trả lời / giải pháp (cho vấn đề đặt ra).</p> </p>
	<p>B/ Các nội dung cần tự học ở nhà: (<i>5 tiết</i>)          SV đọc tài liệu [1] đến [5]</p> <p>C/ Đánh giá kết quả học tập:  <i>Phương pháp đánh giá:</i> Thảo luận nhóm và thuyết trình báo cáo</p>
Bài 4	<p><b>Chương 4: ĐỊNH VỊ CÔNG TY</b></p> <p>A/ Các nội dung chính trên lớp: (<i>3 tiết</i>)          Nội dung GD lý thuyết: (<i>2 tiết</i>)             <ul style="list-style-type: none"> <li>1. THỰC CHÁT, MỤC TIÊU VÀ VAI TRÒ ĐỊNH VỊ CÔNG TY</li> <li>2. CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN ĐỊNH VỤ CÔNG TY</li> <li>3. PHƯƠNG PHÁP XÁC ĐỊNH ĐỊA ĐIỂM CÔNG TY</li> <li>4. PHƯƠNG PHÁP XÁC ĐỊNH ĐỊA ĐIỂM CÔNG TY DỊCH VỤ</li> </ul>         Nội dung thảo luận: (<i>1 tiết</i>)         <p>Trên cơ sở các câu hỏi của sinh viên (từ các môn học khác, hoặc trải nghiệm trong cuộc sống), đặt giả định để tìm kiếm câu trả lời / giải pháp (cho vấn đề đặt ra).</p> </p>
	<p>B/ Các nội dung cần tự học ở nhà: (<i>5 tiết</i>)          SV đọc tài liệu [1] đến [5]</p>

Bài	Nội dung
	<p>C/ Đánh giá kết quả học tập:  <i>Phương pháp đánh giá:</i> Thảo luận nhóm và thuyết trình báo cáo</p>
<b>Bài 5</b>	<p><b>Chương 5: ĐIỀU ĐỘ TÁC NGHIỆP</b></p> <p>A/ Các nội dung chính trên lớp: (3 tiết)</p> <p>Nội dung GD lý thuyết: (2 tiết)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. ĐIỀU ĐỘ TRONG PHÂN XƯỞNG SẢN XUẤT LẺ (CÓ MẶT BẰNG BỘ TRÍ THEO QUÁ TRÌNH)</li> <li>2. XẾP THỨ TỰ GIA CÔNG</li> <li>3. BỐ TRÍ SẢN PHẨM</li> <li>4. CÁC KIỂU BÀI TOÁN PHÂN VIỆC</li> </ol> <p>Nội dung seminar/thảo luận: (1 tiết)</p> <p>Trên cơ sở các câu hỏi của sinh viên (từ các môn học khác, hoặc trải nghiệm trong cuộc sống), đặt giả định để tìm kiếm câu trả lời / giải pháp (cho vấn đề đặt ra).</p>
	<p>B/ Các nội dung cần tự học ở nhà: (5 tiết)</p> <p>SV đọc tài liệu [1] đến [5]</p> <p>C/ Đánh giá kết quả học tập:  <i>Phương pháp đánh giá:</i> Thảo luận nhóm và thuyết trình báo cáo</p>
<b>Bài 6</b>	<p><b>Chương 6: SẢN XUẤT TINH GỌN</b></p> <p>A/ Các nội dung chính trên lớp: (3 tiết)</p> <p>Nội dung GD lý thuyết: (2 tiết)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. SẢN XUẤT TINH GỌN</li> <li>2. CÁC NGUYÊN LÝ CHÍNH CỦA SẢN XUẤT TINH GỌN</li> <li>3. 8 LÃNG PHÍ CỦA SẢN XUẤT TINH GỌN</li> <li>4. MỘT SỐ HỆ THỐNG SẢN XUẤT CÔNG NGHỆ CAO</li> </ol> <p>Nội dung seminar/thảo luận: (1 tiết)</p> <p>Trên cơ sở các câu hỏi của sinh viên (từ các môn học khác, hoặc trải nghiệm trong cuộc sống), đặt giả định để tìm kiếm câu trả lời / giải pháp (cho vấn đề đặt ra).</p>
	<p>B/ Các nội dung cần tự học ở nhà: (5 tiết)</p> <p>SV đọc tài liệu [1] đến [5]</p> <p>C/ Đánh giá kết quả học tập:  <i>Phương pháp đánh giá:</i> Thảo luận nhóm và thuyết trình báo cáo</p>

Bài	Nội dung
	<p><b>Chương 7: TỔNG QUAN VỀ CHẤT LƯỢNG - QUẢN LÝ CHẤT LƯỢNG (QLCL)</b></p> <p>A/ Các nội dung chính trên lớp: (3 tiết)</p> <p>Nội dung GD lý thuyết: (2 tiết)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>7.1. CHẤT LƯỢNG</li> <li>7.2. QUÁ TRÌNH HÌNH THÀNH CHẤT LƯỢNG</li> <li>7.3. CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN CHẤT LƯỢNG</li> <li>7.4. CHI PHÍ CHẤT LƯỢNG</li> <li>7.5. CHẤT LƯỢNG KINH TẾ QUỐC DÂN CỦA SẢN PHẨM</li> <li>7.6. QUÁ TRÌNH PHÁT TRIỂN VÀ NHỮNG BÀI HỌC KINH NGHIỆM CỦA QLCL</li> <li>7.7. CÁC PHƯƠNG THỨC QUẢN LÝ CHẤT LƯỢNG</li> <li>7.8. HỆ THỐNG QUẢN LÝ CHẤT LƯỢNG (HTQLCL)</li> </ul> <p>Nội dung seminar/thảo luận: (1 tiết)</p> <p>Trên cơ sở các câu hỏi của sinh viên (từ các môn học khác, hoặc trải nghiệm trong cuộc sống), đặt giả định để tìm kiếm câu trả lời / giải pháp (cho vấn đề đặt ra).</p>
Bài 7	<p>B/ Các nội dung cần tự học ở nhà: (5 tiết)</p> <p>SV đọc tài liệu [1] đến [5]</p> <p>C/ Đánh giá kết quả học tập:</p> <p><i>Phương pháp đánh giá:</i> Thảo luận nhóm và thuyết trình báo cáo</p>
Bài 8	<p><b>Chương 8: CÁC KỸ THUẬT VÀ CÔNG CỤ QUẢN LÝ CHẤT LƯỢNG</b></p> <p>A/ Các nội dung chính trên lớp: (3 tiết)</p> <p>Nội dung GD lý thuyết: (2 tiết)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>8.1. KIỂM SOÁT QUÁ TRÌNH BẰNG THỐNG KÊ – SPC</li> <li>8.2. NHÓM CHẤT LƯỢNG – QC</li> <li>8.3. CHƯƠNG TRÌNH 5S</li> <li>8.4. KHO XOẮN THEO CHUẨN MỰC – BENCHMARKING</li> <li>8.5. PHÂN TÍCH KIỀU SAI HỎNG VÀ TÁC ĐỘNG – FMEA</li> <li>8.6. TRIỂN KHAI CHỨC NĂNG CHẤT LƯỢNG – QFD</li> <li>8.7. CÁCH THỨC GIẢI QUYẾT VẤN ĐỀ CHẤT LƯỢNG – PS</li> </ul>

<b>Bài</b>	<b>Nội dung</b>
	<p>Nội dung seminar/thảo luận: (<i>1 tiết</i>)</p> <p>Trên cơ sở các câu hỏi của sinh viên (từ các môn học khác, hoặc trải nghiệm trong cuộc sống), đặt giả định để tìm kiếm câu trả lời / giải pháp (cho vấn đề đặt ra).</p>
	<p>B/ Các nội dung cần tự học ở nhà: (<i>5 tiết</i>)</p> <p>SV đọc tài liệu [1] đến [5]</p>
	<p>C/ Đánh giá kết quả học tập:</p> <p><i>Phương pháp đánh giá:</i> Thảo luận nhóm và thuyết trình báo cáo</p>
<b>Bài 9</b>	<p><b>Chương 9: HỆ THỐNG QUẢN LÝ CHẤT LƯỢNG THEO TIÊU CHUẨN ISO 9000</b></p>
	<p>A/ Các nội dung chính trên lớp: (<i>3 tiết</i>)</p> <p>Nội dung GD lý thuyết: (<i>2 tiết</i>)</p> <p>    9.1. HỆ THỐNG QUẢN LÝ CHẤT LƯỢNG THEO TIÊU CHUẨN</p> <p>    9.2. HỆ THỐNG QUẢN LÝ CHẤT LƯỢNG THEO TIÊU CHUẨN ISO 9000</p>
	<p>Nội dung seminar/thảo luận: (<i>1 tiết</i>)</p> <p>Trên cơ sở các câu hỏi của sinh viên (từ các môn học khác, hoặc trải nghiệm trong cuộc sống), đặt giả định để tìm kiếm câu trả lời / giải pháp (cho vấn đề đặt ra).</p>
	<p>B/ Các nội dung cần tự học ở nhà: (<i>5 tiết</i>)</p> <p>SV đọc tài liệu [1] đến [5]</p>
	<p>C/ Đánh giá kết quả học tập:</p> <p><i>Phương pháp đánh giá:</i> Thảo luận nhóm và thuyết trình báo cáo</p>
<b>Bài 10</b>	<p><b>Chương 10: CÁC CÔNG CỤ CỐT LÕI CỦA IATF 16949</b></p>
	<p>A/ Các nội dung chính trên lớp: (<i>3 tiết</i>)</p> <p>Nội dung GD lý thuyết: (<i>2 tiết</i>)</p> <p>    10.1 SƠ LUẬC VỀ TIÊU CHUẨN IATF 16949</p> <p>    10.2 CÁC CÔNG CỤ CỐT LÕI CỦA TIÊU CHUẨN IATF 16949</p>
	<p>Nội dung seminar/thảo luận: (<i>1 tiết</i>)</p> <p>Trên cơ sở các câu hỏi của sinh viên (từ các môn học khác, hoặc trải nghiệm trong cuộc sống), đặt giả định để tìm kiếm câu trả lời / giải pháp (cho vấn đề đặt ra).</p>
	<p>B/ Các nội dung cần tự học ở nhà: (<i>5 tiết</i>)</p>

Bài	Nội dung
	SV đọc tài liệu [1] đến [5]
	C/ Đánh giá kết quả học tập: <i>Phương pháp đánh giá:</i> Thảo luận nhóm và thuyết trình báo cáo

## 5. Tài liệu học tập:

❖ *Tài liệu/giáo trình chính, bắt buộc:*

- [1] Quản lý chất lượng, 2016, Tạ Thị Kiều An và các tác giả, Nhà xuất bản Thông kê.
- [2] Quản trị vận hành hiện đại, 2015, Đặng Minh Trang - Lưu Đang Thọ, Nhà xuất bản Tài chính.
- [3] Bài tập Quản lý chất lượng, 2016, Tạ Thị Kiều An và các tác giả, Nhà xuất bản Thông kê.
- [4] Bài tập Quản trị vận hành hiện đại, 2015, Đặng Minh Trang - Lưu Đang Thọ, Nhà xuất bản Tài chính.
- [5] Bài giảng của giảng viên phụ trách môn học.

❖ *Tài liệu/ giáo trình tham khảo:*

- *Tiếng Việt*

- [5] ISO 9000:2015 Hệ thống quản lý chất lượng – Cơ sở và từ vựng.
- [7] ISO 9001:2015 Hệ thống quản lý chất lượng – Các yêu cầu.

- *Tiếng Anh*

- [8] Construction Quality Management, 2017, Tim Howarth, David Greenwood.
- [9] Managing Quality: An Essential Guide and Resource Gateway, 2016 Barrie G. Dale, David Bamford, Ton van der Wiele.
- [10] Operations Management, 2019, Nigel Slack, Alistair Brandon-Jones.
- [11] Quality Management: Tools, Methods and Standards, 2019, Marco Sartor and Guido Orzes.
- [12] Service Operations Management: Improving Service Delivery, 2018, Johnston.

## 6. Phương pháp đánh giá học phần:

Áp dụng theo thang điểm 10, phân chia cho từng hình thức kiểm tra, đánh giá như sau:

- Điểm làm tiểu luận cá nhân hoặc kiểm tra: 20%
- Điểm làm bài tập nhóm: 20%
- Điểm thi kết thúc học phần: 60%

## HỌC PHẦN. E-MARKETING

### 1. Thông tin học phần:

- Tên học phần tiếng Anh: E-marketing
- Mã học phần: 073943
- Số tín chỉ: 2
  - + Nghe giảng lý thuyết: 15 tiết
  - + Thảo luận - bài tập: 30 giờ
  - + Tự học: 30 giờ
- Bộ môn phụ trách: Khoa Quản trị kinh doanh
- Tính chất học phần: Tự chọn

### 2. Mô tả học phần:

E-Marketing là một trong những hình thức tiếp thị hiện đại, hiệu quả, chi phí thấp. Trên cơ sở hành vi của người tiêu dùng trực tuyến, các công cụ của E marketing cũng khác biệt với các công cụ truyền thống. Môn học giúp người học có thể khai thác tối đa cơ hội kinh doanh trên Internet thông qua hình thức tiếp thị mới mẻ này.

### 3. Mục tiêu học phần: *Sau khi học xong học viên có khả năng:*

- Nhận thức được tầm quan trọng của E-Marketing trong phát triển doanh nghiệp
- Sử dụng được công cụ E- Marketing
- Tự xây dựng được một kế hoạch E- Marketing hiệu quả
- Có thể tổ chức triển khai một chiến dịch E- Marketing
- Chủ động tích cực tham gia vào thảo luận, có tư duy sáng tạo và khả năng nghiên cứu độc lập vấn đề mới nhất trong lĩnh vực E- Marketing

### 4. Nội dung chi tiết học phần

#### Chương 1. Tổng quan về e-marketing

- 1.1. Marketing và Internet
- 1.2. Mô hình E- Marketing
- 1.3. Đặc điểm của E-Marketing
- 1.4. Hành vi người dùng trực tuyến
- 1.5. Các nguyên lý E Marketing
- 1.6. Xu hướng của E Marketing

#### Chương 2. Các công cụ e-marketing

- 2.1. Website, blog, microsite, e-store....
- 2.2. Marketing trên công cụ tìm kiếm (Search Engine Marketing)
- 2.3. Marketing bằng truyền thông xã hội (Social Media Marketing),

- 2.4.Online PR, Viral Marketing
- 2.5.Quảng cáo hiển thị trực tuyến (Display Ads)
- 2.6.Email Marketing và Mobile marketing
- 2.7.Quản trị hệ thống thông tin Marketing
- 2.8.CRM – Quản lý quan hệ khách hàng, marketing tự động
- 2.9.Ứng dụng E marketing trong thương mại điện tử

### **Chương 3. Phương pháp triển khai và kế hoạch e-marketing**

- 3.1.Chiến lược E- Marketing
- 3.2.Lập kế hoạch E- Marketing
- 3.3.Triển khai chiến dịch E- Marketing
- 3.4.Đánh giá hiệu quả chiến dịch E- Marketing

### **5.Tài liệu tham khảo:**

- [1].Judy Strauss and Raymond Fros, *E-Marketing (6th Edition)*, (Jul 4, 2011)
- [2].Dava Chaffey and PR Smith, *E-marketing –excellence* (Third edition-2008);
- [3].Trung Đức, *Face book Marketing từ A đến Z*, NXB Theess giới , 2015
- [4].Nguyễn Đặng Minh Tuấn, *Kinh doanh trực tuyến*, NXB Daab trí, 2014
- [5].Philip Kotler: Những nguyên lý tiếp thị, nhà xuất bản thống kê- năm 2000
- [6].Philip Kotler, *Những phương thức sáng tạo chiến thắng và khống chế thị trường*, nhà xuất bản TPHCM
- [7].Philip Kotler, *Mười sai lầm chết người của tiếp thị*, nhà xuất bản trẻ-2006
- [8].Philip Kotler: *Kotler bàn về tiếp thị*, nhà xuất bản trẻ- năm 2007
- [9].Philip Kotler: *Những hiểu biết sâu sắc về tiếp thị từ A tới Z*, Nhà xuất bản thống kê, 2004

### **6. Phương pháp đánh giá học phần:**

Áp dụng theo thang điểm 10, phân chia cho từng hình thức kiểm tra, đánh giá như sau:

- Điểm làm tiểu luận cá nhân hoặc kiểm tra: 20%
- Điểm làm bài tập nhóm: 20%
- Điểm thi kết thúc học phần: 60%

