

**BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC TÂY ĐÔ**

**BẢN MÔ TẢ CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO
NGÀNH MARKETING**

(Kèm theo Quyết định số 476/QĐ-ĐHTĐ ngày 26 tháng 8 năm 2021)

Cần Thơ, 2021

1. THÔNG TIN CHUNG VỀ CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO

1.1. Giới thiệu về chương trình đào tạo

Chương trình đào tạo ngành Marketing được xây dựng nhằm đáp ứng nhu cầu cấp thiết của xã hội và theo đúng quy định tại thông tư 22/2017 của Bộ Giáo dục và Đào tạo. Người học tham gia CTĐT ngành Marketing được đào tạo các kiến thức, kỹ năng và thái độ để trở thành Cử nhân Marketing có tư tưởng chính trị vững vàng, kiến thức chuyên môn sâu rộng, có thể đảm trách được các công việc trong lĩnh vực Marketing và đáp ứng yêu cầu của xã hội.

1.2. Thông tin chung về chương trình đào tạo

Ngành đào tạo: Marketing

Tên văn bằng: Cử nhân Marketing

Mã ngành: 7340115

Tên đơn vị cấp bằng: Trường Đại học Tây Đô

Cơ sở tổ chức giảng dạy: Khoa Quản trị kinh doanh

Trình độ: Đại học

Thời gian: 3,5 năm

2. MỤC TIÊU CHƯƠNG TRÌNH

2.1. Sứ mạng - Tầm nhìn - Mục tiêu phát triển của Trường Đại học Tây Đô

2.1.1. Sứ mạng

Sứ mạng của Đại học Tây Đô là đào tạo nguồn nhân lực có trình độ, có khả năng ứng dụng khoa học đa lĩnh vực, góp phần thúc đẩy phát triển KT - XH vùng ĐBSCL, thông qua việc truyền tải tri thức bằng các phương thức linh hoạt nhất cho người học.

2.1.2. Tầm nhìn

Trường ĐH Tây Đô phấn đấu đến năm 2035 trở thành trường đại học tư thục đa ngành hàng đầu khu vực ĐBSCL và các tỉnh phía Nam với định hướng ứng dụng phục vụ cộng đồng. Đến năm 2035, hoạt động đào tạo một số ngành đại học chính quy của Trường sẽ phát triển ngang tầm khu vực Đông Nam Á.

2.1.3 Mục tiêu phát triển đến 2035

Là xây dựng và phát triển Trường Đại học Tây Đô thành một cơ sở đào tạo nguồn nhân lực đại học và sau đại học có uy tín, chất lượng đáp ứng nhu cầu phát triển du lịch, kinh tế, văn hóa, xã hội, bảo vệ môi trường, chăm sóc sức khỏe cho người và vật nuôi vùng ĐBSCL và cả nước an toàn, bền vững.

2.2. Sứ mạng - Tầm nhìn - Mục tiêu Khoa Quản trị kinh doanh

2.2.1. Sứ mạng

Cung cấp cho xã hội nguồn nhân lực chất lượng cao theo định hướng nghiên cứu kết hợp thực hành quản trị kinh doanh đáp ứng nhu cầu phát triển chất lượng, hiệu quả và bền vững; nghiên cứu và chuyển giao các kết quả nghiên cứu cho các tổ chức, doanh nghiệp và xã hội; tạo môi trường thuận lợi để sáng tạo, nuôi dưỡng, phát triển tài năng trong các lĩnh vực quản trị kinh doanh hiện đại.

2.2.2. Tầm nhìn

Trở thành khoa theo định hướng nghiên cứu ứng dụng được xếp hạng ngang tầm với các khoa quản trị kinh doanh tiên tiến trong vùng và cả nước, trong đó có một, hai ngành được kiểm định bởi các tổ chức kiểm định chất lượng giáo dục đại học cấp trường và bộ giáo dục.

2.2.3. Mục tiêu

2.2.3.1 Mục tiêu đào tạo

Đào tạo ra những học viên, sinh viên năng động và có đầy đủ sức khỏe; có kiến thức chuyên môn vững vàng; có kiến thức về chính trị xã hội, pháp luật và công nghệ thông tin; có kỹ năng lập kế hoạch, tổ chức, điều hành và quản lý giám sát các hoạt động trong lĩnh vực kinh doanh tại các đơn vị tổ chức/ doanh nghiệp trong môi trường luôn thay đổi.

2.2.3.2 Mục tiêu phát triển đến năm 2023

- Mở rộng ngành nghề đào tạo cả bậc đại học và sau đại học.
- Tăng quy mô đào tạo so với hiện tại 20%
- Nâng cao chất lượng đội ngũ giảng viên.
- Đẩy mạnh hoạt động nghiên cứu khoa học của giảng viên và sinh viên. Nâng cao cả về số lượng và chất lượng.
- Thực hiện kiểm định CTĐT bậc thạc sĩ tiến tới đào tạo bậc tiến sĩ ngành quản trị kinh doanh.

2.3. Mục tiêu đào tạo

2.3.1 Mục tiêu chung

Chương trình đào tạo ngành Marketing theo hướng ứng dụng nhằm đào tạo các cử nhân có đủ kiến thức, kỹ năng nghề nghiệp, phẩm chất chính trị, đạo đức, tác phong nghề nghiệp, kiến thức ngoại ngữ thông thạo để có thể làm việc đạt hiệu quả ở

các công việc liên quan đến Marketing trong môi trường quốc tế và hội nhập kinh tế thế giới ngày càng sâu rộng.

2.3.2 Mục tiêu cụ thể

Chương trình đào tạo ngành Marketing phải đạt chuẩn về kiến thức, kỹ năng, tổ chất, để người học sau khi tốt nghiệp có thể đảm nhận các công việc có liên quan đến chuyên ngành đào tạo ở các doanh nghiệp nước ngoài, liên doanh, tập đoàn, doanh nghiệp có quy mô lớn và hoạt động sản xuất - kinh doanh đa quốc gia.

▪ Kiến thức

G1. Người học được trang bị những kiến thức cơ bản về pháp luật chính trị, toán-tin, khoa học xã hội, tự nhiên, quản trị kinh doanh, tài chính, kế toán...

G2. Người học được trang bị kiến thức cơ bản và chuyên sâu cả lý thuyết và thực tế trong các lĩnh vực khác nhau của ngành Marketing để hoạch định, thực thi, điều hành và quản lý các công việc liên quan đến hoạt động marketing tại các doanh nghiệp trong điều kiện môi trường luôn thay đổi.

G3. Người học được trang bị kiến thức để giải quyết vấn đề trong doanh nghiệp/tổ chức liên quan đến hoạt động marketing, bán hàng, chăm sóc khách hàng, sản xuất - kinh doanh.

▪ Kỹ năng

G4. Kỹ năng phân tích, đánh giá vấn đề liên quan đến vận hành quản trị marketing trong doanh nghiệp và các tổ chức.

G5. Kỹ năng giao tiếp, đàm phán - thương lượng, xử lý và giải quyết các vấn đề phát sinh trong quá trình vận hành hệ thống của doanh nghiệp và tổ chức.

G6. Kỹ năng thực hiện công việc tác nghiệp liên quan đến quản trị kinh doanh, marketing, bán hàng, chăm sóc khách hàng, hậu mãi,...

G7. Kỹ năng hoạch định, tổ chức, thực thi, kiểm tra, kiểm soát các vấn đề liên quan đến chiến lược, kế hoạch marketing, bán hàng.

G8. Sử dụng tốt ngoại ngữ và công nghệ thông tin để phục vụ cho công việc.

G9. Tư duy, nhận thức và giải quyết vấn đề mang tính độc lập cao.

G10. Người học có thể tự khởi sự kinh doanh và tạo việc làm cho người khác.

▪ Thái độ

G11. Năng động, cầu tiến, sáng tạo, có tính kỷ luật và tác phong công nghiệp.

G12. Tuân thủ quy định của pháp luật, đạo đức nghề nghiệp và trách nhiệm đối với xã hội..

3. CHUẨN ĐẦU RA

3.1. Kiến thức

LO1. Nắm rõ một cách hệ thống các kiến thức cơ bản về lý luận chính trị, các kiến thức về toán học, kiến thức xã hội, khoa học tự nhiên, phương pháp nghiên cứu khoa học để vận dụng trong học tập, nghiên cứu vào lĩnh vực kinh tế.

LO2. Nắm vững kiến thức cơ bản về ngoại ngữ, tiếng Anh chuyên ngành và công nghệ thông tin.

LO3. Nắm vững các kiến thức cơ bản về lĩnh vực kinh tế, thị trường, các lĩnh vực liên quan như: kế toán, tài chính, quản trị kinh doanh và kiến thức chuyên sâu về marketing như: nghiên cứu thị trường, phân khúc và lựa chọn thị trường mục tiêu, định vị sản phẩm, thương hiệu, marketing hỗn hợp, tổ chức thực hiện và đánh giá chiến lược, kế hoạch marketing.

LO4. Thực thi các hoạt động điều hành và quản lý các công việc liên quan đến hoạt động sản xuất - kinh doanh, marketing tại các doanh nghiệp.

LO5. Nhận biết, phân tích và giải quyết hiệu quả các vấn đề phát sinh tại các bộ phận trong doanh nghiệp/tổ chức; phân tích, đánh giá, xây dựng và giám sát các kế hoạch, chiến lược marketing trong doanh nghiệp.

3.2. Kỹ năng

3.2.1 Kỹ năng nghề nghiệp

LO6. Thu thập, xử lý, phân tích, đánh giá thông tin để giải quyết vấn đề liên quan đến các hoạt động marketing trong doanh nghiệp

LO7. Vận dụng kỹ năng quản trị trong việc thực hiện hoạt động tác nghiệp liên quan đến các hoạt động trong doanh nghiệp/tổ chức.

LO8. Dẫn dắt, khởi nghiệp, tạo việc làm cho mình và cho người khác.

LO9. Thực hiện được việc hoạch định, tổ chức, thực thi, kiểm tra, kiểm soát các vấn đề liên quan đến hoạt động marketing trong doanh nghiệp.

LO10. Có thể lập kế hoạch, điều phối, quản lý các nguồn lực, đánh giá và cải thiện hiệu quả các hoạt động

3.2.2 Kỹ năng mềm

LO11. Áp dụng hiệu quả các kỹ năng mềm (giao tiếp, làm việc nhóm, viết - đọc và trình bày, thuyết trình, đàm phán thương lượng, ...) vào công việc thực tế tại doanh nghiệp.

LO12. Sử dụng tốt ngoại ngữ, tin học căn bản và các phần mềm chuyên dụng.

3.3. Mức tự chủ và trách nhiệm

LO13. Có phẩm chất đạo đức tốt, tuyệt đối tuân thủ đạo đức nghề nghiệp, có tinh thần trách nhiệm công dân

LO14. Khả năng ứng biến tốt trong môi trường thay đổi, mềm dẻo, linh hoạt với nhiều điều kiện, hoàn cảnh đa dạng.

LO15. Khả năng tự định hướng, đưa ra kết luận chuyên môn và có thể bảo vệ được quan điểm cá nhân.

Bảng 1: Ma trận tích hợp Mục tiêu và CĐR của chương trình

Mục tiêu đào tạo	Chuẩn đầu ra														
	Kiến thức					Kỹ năng								Mức tự chủ và trách nhiệm	
	LO1	LO2	LO3	LO4	LO5	LO6	LO7	LO8	LO9	LO10	LO11	LO12	LO13	LO14	LO15
G1	X														
G2			X	X											
G3					X										
G4						X									
G5											X				
G6							X		X						
G7									X	X					
G8		X										X			
G9											X				
G10								X		X					
G11														X	X
G12													X		

3.4. Định hướng nghề nghiệp, vị trí việc làm của sinh viên sau khi tốt nghiệp

Sinh viên có thể bắt đầu ở vị trí chuyên viên, đảm trách các công việc liên quan đến chuyên môn được đào tạo như: nghiên cứu thị trường, phát triển thị trường, bán hàng, chăm sóc khách hàng, quảng cáo, quan hệ công chúng, xây dựng chiến lược, kế hoạch marketing. Sau khi hội đủ các điều kiện cần thiết về kinh nghiệm, bản lĩnh, kiến thức, sinh viên có thể đảm nhận được các vị trí quản lý cấp trung và phát triển lên cấp cao tại các doanh nghiệp, cơ quan quản lý và các tổ chức phi lợi nhuận; hoặc giảng dạy, nghiên cứu về quản trị kinh doanh, marketing tại các trường đại học, cao đẳng.

3.5. Khả năng học tập, nâng cao trình độ sau khi ra trường

Sau khi ra trường, sinh viên đủ điều kiện tiếp tục chuyển tiếp theo học sau đại học, đặc biệt du học nước ngoài hoặc tham gia chuyển tiếp sau đại học với các tổ chức đào tạo quốc tế hợp tác với Nhà trường.

4. THÔNG TIN TUYỂN SINH, QUY TRÌNH ĐÀO TẠO VÀ ĐIỀU KIỆN TỐT NGHIỆP

4.1. Thông tin tuyển sinh

Thực hiện theo Quy chế tuyển sinh Đại học hiện hành của Bộ Giáo dục và Đào tạo và của Trường Đại học Tây Đô. Công dân Việt Nam có đủ các điều kiện sau đây đều được đăng ký dự tuyển:

- Đã tốt nghiệp trung học phổ thông hoặc tương đương;
- Có đủ sức khỏe để học tập và lao động theo quy định hiện hành của Liên Bộ Y tế - Giáo dục và Đào tạo;
- Nộp đầy đủ, đúng thời hạn các giấy tờ và lệ phí đăng ký xét tuyển theo quy định của Bộ Giáo dục và Đào tạo.

❖ **Phạm vi tuyển sinh:** Tuyển sinh trong cả nước.

❖ **Phương thức tuyển sinh**

▪ **Xét tuyển dựa vào kết quả kỳ thi THPT Quốc gia**

Sử dụng kết quả kỳ thi THPT Quốc gia để xét tuyển.

Ngưỡng đảm bảo chất lượng đầu vào: Đã tốt nghiệp THPT và tổng điểm thi của 3 môn thi (theo thang điểm 10) thuộc nhóm môn xét tuyển phải lớn hơn hoặc bằng ngưỡng đảm bảo chất lượng do nhà trường quy định sau khi có kết quả thi THPT Quốc Gia.

▪ **Xét tuyển dựa vào kết quả học tập ở bậc THPT (xét học bạ).**

Có hai hình thức của phương thức xét học bạ:

- **Hình thức 1:** Xét dựa vào kết quả học tập của cả năm học lớp 12 và kết quả tốt nghiệp THPT với các tiêu chí sau:

- + Tốt nghiệp THPT.
- + Điểm trung bình chung cả năm lớp 12 của 03 môn thuộc nhóm các môn dùng để lấy kết quả xét tuyển.
- + Cách tính điểm xét tuyển (ĐXT):

$$\text{ĐXT} = \text{Điểm trung bình chung (ĐTBC)} + \text{Điểm ưu tiên (ĐƯTXT)}.$$

$$\text{ĐTBC} = (\text{ĐTB cả năm lớp 12 môn 1} + \text{ĐTB cả năm lớp 12 môn 2} + \text{ĐTB cả năm lớp 12 môn 3}) \div 3.$$

$$\text{ĐƯTXT} = (\text{điểm ưu tiên khu vực} + \text{điểm ưu tiên đối tượng}) \div 3.$$

(ĐTBC và ĐXT được làm tròn đến 1 chữ số thập phân)

Ngưỡng đảm bảo chất lượng đầu vào điểm trung bình chung của 03 môn thuộc nhóm các môn dùng để lấy kết quả xét tuyển đạt từ 6,0 điểm trở lên.

- **Hình thức 2:** Xét dựa vào kết quả học tập cả năm lớp 10, cả năm lớp 11, học kỳ I lớp 12 và kết quả tốt nghiệp THPT với các tiêu chí sau:

- + Tốt nghiệp THPT.
- + Điểm trung bình chung cả năm lớp 10, cả năm lớp 11 và học kỳ I lớp 12 của 03 môn thuộc nhóm các môn dùng để lấy kết quả xét tuyển.

- + Cách tính điểm xét tuyển (ĐXT):

$$\text{ĐXT} = \text{ĐTBBC} + \text{ĐU'TXT}$$

$$\text{ĐTBBC} = (\text{ĐTB môn 1} + \text{ĐTB môn 2} + \text{ĐTB môn 3}) \div 3$$

$$\text{ĐTB Môn 1} = (\text{ĐTB cả năm lớp 10 môn 1} + \text{ĐTB cả năm lớp 11 môn 1} + \text{ĐTB học kỳ I lớp 12 môn 1}) \div 3.$$

$$\text{ĐTB Môn 2} = (\text{ĐTB cả năm lớp 10 môn 2} + \text{ĐTB cả năm lớp 11 môn 2} + \text{ĐTB học kỳ I lớp 12 môn 2}) \div 3.$$

$$\text{ĐTB Môn 3} = (\text{ĐTB cả năm lớp 10 môn 3} + \text{ĐTB cả năm lớp 11 môn 3} + \text{ĐTB học kỳ I lớp 12 môn 3}) \div 3.$$

$$\text{ĐU'TXT} = (\text{điểm ưu tiên khu vực} + \text{điểm ưu tiên đối tượng}) \div 3.$$

(ĐTBBC và ĐXT được làm tròn đến 1 chữ số thập phân)

Ngưỡng đảm bảo chất lượng đầu vào điểm trung bình chung của 03 môn thuộc nhóm các môn dùng để lấy kết quả xét tuyển đạt từ 6,0 điểm trở lên.

▪ **Tổ hợp xét tuyển:**

- + Khối A00 (Toán, Lý, Hóa)
- + Khối A01 (Toán, Lý, Anh)
- + Khối D01 (Toán, Văn, Anh)
- + Khối C04 (Toán, Văn, Địa lý)

4.2. Quy trình đào tạo

Thực hiện theo Quy chế Đào tạo đại học và cao đẳng hệ chính quy theo hệ thống tín chỉ của Trường Đại học Tây Đô (Ban hành theo Quyết định số 302/QĐ-ĐHTĐ, ngày 10/5/2021 của Hiệu Trưởng trường Đại học Tây Đô), tạo điều kiện để sinh viên tích cực, chủ động thích ứng với quy trình đào tạo để đạt được những kết quả tốt nhất trong học tập, rèn luyện.

Chương trình đào tạo được thiết kế 10 học kỳ tương ứng với 3,5 năm học, gồm 141 tín chỉ. Trong đó, thời gian học tập chính thức là 3,5 năm, thời gian học tập tối đa là 7,0 năm.

Mỗi năm học được chia thành 3 học kỳ chính, mỗi học kỳ khoảng 12 tuần học và dự trữ, 2 tuần thi.

4.3. Điều kiện tốt nghiệp

Thực hiện theo Quy chế Đào tạo đại học và cao đẳng hệ chính quy theo hệ thống tín chỉ của Trường Đại học Tây Đô (Ban hành theo Quyết định số 302/QĐ-DHTĐ, ngày 10/5/2021 của Hiệu Trưởng trường Đại học Tây Đô) và Quy định các kỹ năng chuẩn đầu ra cho sinh viên, học sinh trường Đại học Tây Đô.

- a) Cho đến thời điểm xét tốt nghiệp không bị truy cứu trách nhiệm hình sự hoặc không đang trong thời gian bị kỷ luật ở mức đình chỉ học tập;
- b) Tích lũy đủ số tín chỉ, học phần quy định theo chương trình đào tạo;
- c) Điểm trung bình chung tích lũy của toàn khóa học đạt từ 2,0 trở lên;
- d) Có chứng chỉ Giáo dục quốc phòng – an ninh và hoàn thành học phần Giáo dục thể chất.
- e) Đạt chuẩn kỹ năng ngoại ngữ, kỹ năng sử dụng Công nghệ thông tin, kỹ năng mềm, kỹ năng nghề nghiệp và được cấp chứng chỉ theo quy định nhà trường.
- f) Có đơn gửi Phòng đào tạo đề nghị được xét tốt nghiệp trong trường hợp đủ điều kiện tốt nghiệp sớm hoặc muộn so với thời gian thiết kế của khóa học.

5. CHIẾN LƯỢC GIẢNG DẠY VÀ HỌC TẬP

Chiến lược giảng dạy và học tập của Khoa Quản trị kinh doanh tiếp cận dựa trên chuẩn đầu ra, ở cấp độ chương trình, từ chuẩn đầu ra mong đợi của chương trình đào tạo, thiết kế chuẩn đầu ra học phần. Dựa trên chuẩn đầu ra này xây dựng kế hoạch giảng dạy, tiến trình giảng dạy: đề cương học phần, phương pháp giảng dạy, phương pháp học tập và các công cụ đánh giá. Sau khi kết thúc học phần tiến hành đánh giá học phần và tiến đến đánh giá chương trình để tiến hành cải tiến chuẩn đầu ra chương trình.

5.1. Chuẩn bị của giảng viên

- Giảng viên giảng dạy chương trình ngành Marketing cần trang bị những kinh nghiệm dạy học khác nhau.
- Nắm rõ kiểu dạng lớp học mà mình đang giảng dạy (lớp học có lý thuyết hay thực hành; học phần bắt buộc, học phần tự chọn hay học phần thay thế tốt nghiệp).
- Nắm rõ kiểu dạy học (dạy học liên môn, dạy học trực tuyến hay dạy học tích hợp).
- Hiểu rõ sinh viên của mình (sinh viên năm nhất, năm hai, năm ba hay năm cuối đại học).
- Hiểu rõ về chính sách trong học tập.

5.2. Các phương pháp/chiến lược dạy học

- Phương pháp thích nghi với người học, đặt người học là trung tâm của quá trình giảng dạy;

- Thay đổi cách thức hoạt động dạy và học của GV và SV: Người học cần nghĩ nhiều hơn, làm nhiều hơn, thảo luận nhiều hơn, với trạng thái thoải mái, hứng thú hơn, trong mối quan hệ thân thiện dân chủ để thực hiện tốt mục tiêu đào tạo;

- Các phương pháp được sử dụng chủ yếu: giảng dạy trực tiếp, giảng dạy gián tiếp, học tập trải nghiệm, giảng dạy tương tác, và học tập độc lập.

- Danh sách chiến lược giảng dạy và phương pháp giảng dạy sử dụng trong chương trình đào tạo được mô tả như bảng sau:

Bảng 2: Chiến lược giảng dạy và học tập

Chiến lược giảng dạy	Mô tả	Phương pháp giảng dạy
Giảng dạy trực tiếp	Đa số các phần lý thuyết được dạy theo phương pháp thuyết trình, thuyết giảng, vấn đáp, đặt câu hỏi gợi ý, giao bài tập về nhà, kiểm tra khả năng tự học của sinh viên thông qua bài tập, thảo luận nhóm, Seminar	Thuyết giảng Câu hỏi gợi ý, chuẩn đoán Luyện tập và thực hành
Giảng dạy gián tiếp	Một số học phần giảng dạy gián tiếp không có sự can thiệp rõ ràng của giảng viên như thực hiện chuyên đề ngành, thực tập tốt nghiệp, khóa luận tốt nghiệp	Giải quyết vấn đề Nghiên cứu tình huống Xây dựng ý tưởng
Học tập trải nghiệm	Các học phần cơ sở ngành và chuyên ngành có thực hành	Mô phỏng Thực tế
Giảng dạy tương tác	Được thực hiện hầu hết trong các học phần của chương trình đào tạo. Sinh viên thảo luận nhóm, thuyết trình, thực tế tốt nghiệp, khóa luận tốt nghiệp	Tranh luận Thảo luận Giải quyết vấn đề Động não
Học tập độc lập	Hoạt động thực tế tốt nghiệp, hoạt động tự học, khóa luận tốt nghiệp	Kế hoạch cá nhân Kế hoạch nghiên cứu

5.3. Cải tiến, nâng cao chất lượng dạy học

- Chương trình đào tạo được rà soát định kỳ 2 năm/1 lần theo hướng điều chỉnh đáp ứng được nhu cầu của người học và các bên có liên quan.

- Mỗi học kỳ, Khoa xây dựng kế hoạch dự giờ của GV đặc biệt là GV trẻ để trao đổi chia sẻ kiến thức, phương pháp giảng dạy nâng cao năng lực GV;

- Thường xuyên lấy ý kiến phản hồi của sinh viên về phẩm chất, tài năng, đạo đức và tác phong của GV.

- Thường xuyên lấy ý kiến của các bên liên quan về nhu cầu sử dụng người học sau khi tốt nghiệp.

Bảng 3: Ma trận tích hợp Phương pháp giảng dạy - Chuẩn đầu ra chương trình đào tạo

TT	Phương pháp giảng dạy	CHUẨN ĐẦU RA														
		Kiến thức					Kỹ năng								Mức tự chủ và trách nhiệm	
		LO1	LO2	LO3	LO4	LO5	LO6	LO7	LO8	LO9	LO10	LO11	LO12	LO13	LO14	LO15
1	Thuyết giảng	x	x	x	x	x										
2	Câu hỏi gợi mở	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
3	Học theo tình huống	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
4	Thảo luận nhóm	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x		
5	Bài tập nhóm	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x		
6	Thực tập thực tế		x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
7	Giải quyết vấn đề		x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x		
8	Báo cáo nhóm		x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x

6. PHƯƠNG PHÁP KIỂM TRA ĐÁNH GIÁ

6.1. Quy trình đánh giá

Phương pháp đánh giá sinh viên dựa trên chuẩn đầu ra học phần, và chuẩn đầu ra học phần phản ánh mức độ đạt được của chuẩn đầu ra học phần. Việc đánh giá này phải đảm bảo tính giá trị, tin tưởng và công bằng. Đánh giá sinh viên bao gồm thi đầu vào, khảo sát sinh viên về học phần giữa kỳ và đánh giá tổng thể cuối kỳ. Các phương pháp đánh giá bao gồm: trắc nghiệm khách quan nhiều lựa chọn, bài kiểm tra ngắn, báo cáo thực tế tốt nghiệp, khóa luận tốt nghiệp, kiểm tra thực hành, phân tích tình huống. Chuẩn đánh giá có thể dựa vào các rubrics học phần. Việc cho điểm, phản hồi của giảng viên, sinh viên được thực hiện theo quy trình.

6.2. Hình thức, trọng số và tiêu chí đánh giá

- Điểm đánh giá thành phần và điểm thi kết thúc học phần được chấm theo thang điểm 10 (từ 0 đến 10), làm tròn đến một chữ số thập phân.

- Điểm học phần là tổng điểm của tất cả các điểm đánh giá thành phần của học phần nhân với trọng số tương ứng.

- Trọng số quy định:

- Điểm giữa kỳ, chuyên cần, bài tập, ... : 30 - 40%
- Điểm thi kết thúc học phần: 60% - 70%. Hình thức thi theo học phần cụ thể ghi trong đề cương chi tiết. Tiêu chí đánh giá bài thi theo đáp án của giảng viên ra đề.

6.3. Thang điểm

Thực hiện theo Quy chế Đào tạo đại học và cao đẳng hệ chính quy theo hệ thống tín chỉ của Trường Đại học Tây Đô (Ban hành theo Quyết định số 302/QĐ-ĐHTĐ, ngày 10/5/2021 của Hiệu Trưởng trường Đại học Tây Đô) và Quy định các kỹ năng chuẩn đầu ra cho sinh viên, học sinh trường Đại học Tây Đô.

Bảng 4: Thang điểm đánh giá bộ phận, điểm học phần

Xếp loại học phần	Điểm số theo thang điểm 10	Điểm chữ	Điểm số theo thang điểm 4
Xuất sắc	9,0–10,0	A	4,0
Giỏi	8,0–8,9	B+	3,5
Khá	7,0–7,9	B	3,0
Trung bình Khá	6,5–6,9	C+	2,5
Trung bình	5,5–6,4	C	2,0
Trung bình Yếu	5,0–5,4	D+	1,5
Yếu	4,0–4,9	D	1,0
Kém	nhỏ hơn 4,0	F	0,0

Điểm trung bình chung học kỳ và điểm trung bình chung tích lũy được tính theo công thức sau và được làm tròn đến 2 chữ số thập phân:

$$A = \frac{\sum_{i=1}^n a_i \times n_i}{\sum_{i=1}^n n_i}$$

Trong đó:

A: là ĐTBCHK, ĐTBCHNH hoặc ĐTBCTL.

a_i : là điểm của học phần thứ i .

n_i : là số tín chỉ của học phần thứ i .

n : là tổng số học phần.

6.4. Một số Rubric đánh giá trong chương trình

6.4.1. Rubric đánh giá thuyết trình

STT	TIÊU CHÍ	KHÔNG ĐẠT	ĐẠT	TỐT	RẤT TỐT
		1	2	3	4
1	Nội dung	Sai về nội dung chủ đề, không đầy đủ về nội dung	Đúng và đầy đủ nội dung chủ đề bài thuyết trình	Đúng nội dung chủ đề có liên hệ mở rộng.	Phân tích nội dung trọng tâm chủ đề. Liên hệ nội dung với thực tiễn (nếu có).
2	Cách thiết kế bài thuyết trình	- Có nhiều lỗi trong câu, từ. - Định dạng không phù hợp về font, size. - Thiếu những hiệu ứng cần thiết.	- Văn phong dễ hiểu, không có lỗi chính tả. - Định dạng phù hợp. - Màu sắc đơn điệu, chưa nhấn mạnh trọng tâm.	- Văn phong dễ hiểu, không có lỗi chính tả. - Định dạng phù hợp. - Hình ảnh, biểu bảng rõ ràng sắc nét. - Hiệu ứng hợp lý, màu sắc đẹp, có nhấn mạnh trọng tâm.	- Văn phong dễ hiểu, không có lỗi chính tả. - Định dạng phù hợp. - Hình ảnh, biểu bảng rõ ràng sắc nét. - Hiệu ứng hợp lý, màu sắc đẹp, có nhấn mạnh trọng tâm. - Có các đường link minh họa hoặc link giữa các slide hợp lý.
3	Tác phong trình bày	Trình bày không tự tin, không suôn sẻ, không rõ ràng.	Trình bày tự tin, suôn sẻ, rõ ràng.	Trình bày tự tin, nhiệt huyết, mạch lạc, rõ ràng, sử dụng tốt ngôn ngữ nói và hình thể.	Trình bày chuyên nghiệp, sử dụng tốt ngôn ngữ nói và hình thể, có tương tác với người nghe.
4	Phản hồi, xử lý ý kiến phản biện	Không xác định mục tiêu, nội dung cần phản biện.	Xác định được nội dung câu hỏi phản biện nhưng trả lời chưa rõ ràng cụ thể.	Trả lời được mục tiêu câu hỏi đề ra nhưng chưa minh họa được bằng ví dụ điển hình.	Trả lời được câu hỏi phản biện mở rộng, nâng cao. Liên hệ ví dụ minh họa điển hình cho câu trả lời.

6.4.2. Rubric đánh giá báo cáo khóa luận tốt nghiệp

Tiêu chí	Tỷ lệ (%)	Không đạt (0-1 điểm)	Gần đạt (2-4 điểm)	Đạt (5-8 điểm)	Tốt (9-10 điểm)
1. Hình thức	10%	Không đạt số trang quy định Định dạng sai	Đạt số trang quy định (≥ 40 trang). Định dạng đúng quy định	Đạt số trang quy định (≥ 40 trang). Định dạng đúng quy định Phù hợp với văn phong khoa học.	Đạt số trang quy định (≥ 40 trang). Định dạng đúng quy định Phù hợp với văn phong khoa học. Trình bày rõ ràng, hợp logic.
2. Cấu trúc	10%	Không đủ các chương	Đầy đủ các chương	Đầy đủ các chương và các phần liên quan	Đầy đủ các chương và các phần liên quan Bố cục logic
3. Nội dung					
3.1. Tổng quan	15%	Không nêu được mục tiêu và không lược khảo tài liệu	- Giới thiệu tình hình thực tế của vấn đề nghiên cứu - Nêu được tính cấp thiết của đề tài. - Nêu được mục tiêu tổng quát và mục tiêu cụ thể. - Xác định các khái niệm làm cơ sở cho đề tài	- Giới thiệu tình hình thực tế của vấn đề nghiên cứu - Nêu được tính cấp thiết của đề tài. - Nêu được mục tiêu tổng quát và mục tiêu cụ thể. - Lược khảo đầy đủ và phù hợp về những nghiên cứu trước đây về vấn đề có liên quan đến đề tài nghiên cứu - Kể thừa thích hợp những tri thức của các nghiên cứu	- Giới thiệu tình hình thực tế của vấn đề nghiên cứu chính xác, rõ ràng, súc tích. - Nêu được tính cấp thiết của đề tài. - Mục tiêu cụ thể có tương thích với mục tiêu tổng quát - Lược khảo có phân tích, đầy đủ và phù hợp về những nghiên cứu trước đây về vấn đề có liên quan đến đề tài nghiên cứu - Nêu bật được những khiếm khuyết của các nghiên cứu này đây so với thực tế (để chứng

				cứ trước đây để tiến hành nghiên cứu (các khái niệm, các lý thuyết...). - Xác định các khái niệm làm cơ sở cho đề tài - Trình bày mạch lạc, rõ ràng	minh tính thiết yếu khoa học). - Kế thừa thích hợp những tri thức của các nghiên cứu trước đây để tiến hành nghiên cứu (các khái niệm, các lý thuyết...). - Xác định các khái niệm làm cơ sở cho đề tài. - Trình bày mạch lạc, rõ ràng.
3.2. Đối tượng và phương pháp nghiên cứu	15%	- Chưa xác định được đối tượng nghiên cứu - Có mô tả phương pháp xây dựng dữ liệu nghiên cứu nhưng không tương thích với mục tiêu. - Chưa đạt cỡ mẫu nghiên cứu.	- Xác định được đối tượng nghiên cứu. - Có mô tả phương pháp xây dựng dữ liệu nghiên cứu nhưng chưa rõ ràng. - Đạt cỡ mẫu nghiên cứu. - Có mô tả công cụ thực nghiệm. - Có mô tả phương pháp xử lý dữ liệu nghiên cứu nhưng chưa đầy đủ. - Dữ liệu	- Xác định được đối tượng nghiên cứu cụ thể, rõ ràng. - Có mô tả phương pháp xây dựng dữ liệu nghiên cứu rõ ràng. - Đạt cỡ mẫu nghiên cứu và mang tính đại diện. - Mô tả công cụ thực nghiệm chính xác. - Mô tả phương pháp xử lý dữ liệu nghiên cứu đầy đủ. - Tính khách quan, chính xác và khoa học của PP xử lý.	- Xác định được đối tượng nghiên cứu cụ thể, rõ ràng. - Mô tả phương pháp xây dựng dữ liệu nghiên cứu rõ ràng, tương thích với mục tiêu nghiên cứu. - Đạt cỡ mẫu nghiên cứu và mang tính đại diện. - Mô tả công cụ thực nghiệm chính xác, có tương thích với mục tiêu nghiên cứu. - Mô tả phương pháp xử lý dữ liệu nghiên cứu đầy đủ. - Tính khách quan, chính xác và khoa học của PP xử lý. - Lý giải về tính tương thích với giả thuyết nghiên cứu và mục tiêu

			nghiên cứu đầy đủ (định lượng và định tính).	- Dữ liệu nghiên cứu đầy đủ (định lượng và định tính).	nghiên cứu. - Dữ liệu nghiên cứu đầy đủ (định lượng và định tính) - Trình bày¹ mạch lạc, rõ ràng.
3.3. Kết quả nghiên cứu	30%	Dữ liệu và kết quả nghiên cứu không tương thích với mục tiêu	- Có mô tả tiến trình thực hiện nghiên cứu. - xử lý dữ liệu nghiên cứu chưa rõ ràng. - Có trình bày kết quả nghiên cứu.	- Có mô tả tiến trình thực hiện nghiên cứu. - Tính xác đáng của kết quả xử lý dữ liệu nghiên cứu. - Trình bày kết quả nghiên cứu chính xác. - Trình bày giới hạn có nghĩa của kết quả đề tài (các điều kiện để kết quả có giá trị).	- Mô tả tiến trình thực hiện nghiên cứu rõ ràng, logic. - Tính xác đáng của kết quả xử lý dữ liệu nghiên cứu. - Trình bày kết quả nghiên cứu chính xác, rõ ràng, súc tích. - Có đối chiếu với giả thuyết nghiên cứu và các kết quả nghiên cứu trước đây. - Trình bày giới hạn có nghĩa của kết quả đề tài (các điều kiện để kết quả có giá trị). - Trình bày mạch lạc, rõ ràng.
3.4. Kết luận- Ý nghĩa	10%	Không khái quát được kết quả nghiên cứu	- Khái quát được kết quả nghiên cứu - Nghiên cứu chưa có ý nghĩa thực tiễn	- Khái quát được kết quả nghiên cứu - Nghiên cứu ý nghĩa thực tiễn	- Khái quát được kết quả nghiên cứu, mạch lạc, rõ ràng. - Nghiên cứu ý nghĩa thực tiễn có tính mới - Có thể khai thác các hướng nghiên cứu, khác từ kết quả này.

4. Báo cáo	10%	- Tác phong không phù hợp - Slide báo cáo khó theo dõi - Không hiểu rõ nội dung trình bày, không trả lời được các câu hỏi.	- Tác phong chuẩn mực. - slide báo cáo dễ nhìn - Hiểu vấn đề đang trình bày, trả lời chính xác <50% các câu hỏi.	- Tác phong chuẩn mực, tự tin, trình bày rõ ràng lưu loát. - slide báo cáo dễ nhìn - Hiểu rõ vấn đề đang trình bày, trả lời chính xác 50% các câu hỏi.	- Tác phong chuẩn mực, tự tin, trình bày rõ ràng lưu loát. - Slide báo cáo trình bày rõ ràng, logic, phản ánh cơ bản các nội dung báo cáo. - Hiểu rõ vấn đề đang trình bày, trả lời chính xác các câu hỏi.

Bảng 5: Ma trận tích hợp Phương pháp đánh giá - Chuẩn đầu ra chương trình đào tạo

TT	Phương pháp đánh giá	CHUẨN ĐẦU RA														
		Kiến thức					Kỹ năng								Mức tự chủ và trách nhiệm	
		LO1	LO2	LO3	LO4	LO5	LO6	LO7	LO8	LO9	LO10	LO11	LO12	LO13	LO14	LO15
1	Điểm chuyên cần (10%) - Sinh viên tích cực tham gia phát biểu. - Sinh viên tham gia học tập đầy đủ 100% số tiết	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
2	Kiểm tra giữa kỳ (20%) - Hình thức tự luận hoặc trắc nghiệm - Bài tập nhóm, báo cáo nhóm	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
3	Thi kết thúc học phần (70%) - Hình thức tự luận hoặc trắc nghiệm - Thời điểm: thi theo lịch thi học kỳ - Tính chất: bắt buộc	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x

7. NỘI DUNG CHƯƠNG TRÌNH

Cấu trúc chương trình đảm bảo sự sắp xếp hợp lý, cân bằng ở từng học kỳ của năm học và từng khối kiến thức. Chương trình bố trí các môn học từ cơ bản đến nâng cao nhằm đảm bảo kiến thức được liên tục, mức độ tăng dần và đủ thời gian tích lũy kiến thức, rèn luyện kỹ năng, đạo đức, thái độ cần thiết để làm việc. Đồng thời chương trình cũng được thiết kế bảo đảm tính chuyên sâu cho từng lĩnh vực chuyên ngành và có khả năng mở rộng cho nhiều chuyên ngành khác nhau.

Nội dung chương trình bao gồm các kiến thức giáo dục đại cương, cơ sở ngành, chuyên ngành, tốt nghiệp có mức độ tăng dần được giảng dạy trong các học phần, đồng thời giúp người học nâng cao thêm các kỹ năng mềm, kỹ năng tin học, ngoại ngữ,... rèn luyện được tác phong, kỷ luật, an toàn lao động khi làm việc. Chương trình cũng đảm bảo tính linh hoạt giúp người học có thể chuyển đổi sang các ngành học khác ở năm thứ nhất, năm thứ hai hoặc học cùng lúc nhiều chương trình.

Chương trình gồm 141 tín chỉ (TC), đã bao gồm học phần Giáo dục thể chất (3TC) và Giáo dục Quốc phòng - An ninh (8TC).

Stt	Nội dung chương trình	Số TC
1	Kiến thức giáo dục đại cương	46
2	Kiến thức giáo dục chuyên nghiệp	83
	Trong đó:	
	- Kiến thức cơ sở ngành	22
	- Kiến thức chuyên ngành (Bắt buộc)	43
	- Kiến thức bổ trợ, tự chọn, chuyên sâu của ngành (Tự chọn)	18
3	Kiến thức tốt nghiệp: Thực tập tốt nghiệp và thực hiện Khóa luận tốt nghiệp (hoặc Tiểu luận tốt nghiệp và học 02 học phần thay thế)	12
	Tổng cộng	141

7.1. Kiến thức giáo dục đại cương (46 TC)

STT	Mã số	Tên học phần	Số TC		
			Tổng	LT	TH
1	0301001769	Triết học Mác - Lênin	3	3	
2	0301001825	Kinh tế chính trị Mác - Lênin	2	2	
3	0301001826	Chủ nghĩa xã hội khoa học	2	2	
4	0301001827	Lịch sử Đảng Cộng Sản Việt Nam	2	2	
5	0301000665	Tư tưởng Hồ Chí Minh	2	2	
6	0301000667	Pháp luật đại cương	2	2	
7	0301000292	Luật kinh tế	2	2	
8	0301000946	Tiếng Anh định hướng Toeic 1	4	4	
9	0301000947	Tiếng Anh định hướng Toeic 2	4	4	
10	0301001673	Tin học căn bản	3		3
11	0301001035	Giáo dục thể chất 1 - Bóng chuyền**	1		1
12	0301001036	Giáo dục thể chất 1 - Bóng đá**			
13	0301001037	Giáo dục thể chất 1 - Cầu lông**			
14	0301000660	Giáo dục thể chất 2 - Bóng chuyền**	1		1
15	0301001038	Giáo dục thể chất 2 - Bóng đá**			
16	0301001039	Giáo dục thể chất 2 - Cầu lông**			
17	0301001030	Giáo dục thể chất 3 - Bóng chuyền**	1		1
18	0301000661	Giáo dục thể chất 3 - Bóng đá**			

19	0301000662	Giáo dục thể chất 3 - Cầu lông**			
20	0301000650	Giáo dục quốc phòng - An ninh **	8		8
21	0301000668	Toán cao cấp	3	3	
22	0301001080	Toán kinh tế	3	2	1
23	0301001403	Thống kê kinh doanh	3	2	1
Tổng			35+11	30	16

7.2. Kiến thức giáo dục chuyên nghiệp (83 TC)

7.2.1 Kiến thức cơ sở ngành (22 TC)

STT	Mã số	Tên học phần	Số TC		
			Tổng	LT	TH
1	0301000236	Kinh tế vi mô	3	2	1
2	0301000898	Kinh tế vĩ mô	3	2	1
3	0301001051	Nguyên lý Marketing	3	2	1
4	0301000367	Nguyên lý kế toán	3	3	
5	0301000687	Thuế	2	1	1
6	0301000446	Quản trị học	3	2	1
7	0301001830	Phương pháp nghiên cứu trong kinh doanh	2	2	
8	0301000390	Phân tích định lượng trong kinh doanh	3	3	
Tổng			22	17	5

7.2.2 Kiến thức chuyên ngành (Bắt buộc: 43 TC)

STT	Mã số	Tên học phần	Số TC		
			Tổng	LT	TH
1	0301001619	Tiếng Anh chuyên ngành 1 - Marketing	3	3	
2	0301001620	Tiếng Anh chuyên ngành 2 - Marketing	3	3	
3	0301000335	Nghiên cứu Marketing	3	3	
4	0301000489	Tâm lý và hành vi khách hàng	3	3	
5	0301001832	Truyền thông Marketing	3	2	1
6	0301001404	Tiếp thị số	3	2	1
7	0301000438	Quản trị bán hàng	3	3	
8	0301001852	Quản trị Marketing 1	3	3	
9	0301001853	Quản trị Marketing 2	2	2	
10	0301001845	Marketing công nghiệp	2	2	
11	0301000461	Quản trị thương hiệu	3	2	1
12	0301000440	Quản trị chiến lược	3	2	1

13	0301000314	Marketing quốc tế	2	2	
14	0301000459	Quản trị sản xuất	3	2	1
15	0301001854	Thực tập nghề nghiệp - Marketing	4		4
Tổng			43	34	9

7.2.3 Kiến thức bổ trợ, tự chọn, chuyên sâu của ngành (Tự chọn: 18 TC)

STT	Mã số	Tên học phần	Số TC		
			Tổng	LT	TH
1	0301001833	Marketing ứng dụng	3	2	1
2	0301000460	Quản trị tài chính	3	2	1
3	0301001247	Lập và phân tích dự án	3	2	1
4	0301000490	Tâm lý và nghệ thuật lãnh đạo	2	2	
5	0301000439	Quản trị chất lượng	3	2	1
6	0301000493	Thanh toán quốc tế	3	2	1
7	0301001837	Nghiệp vụ kinh doanh xuất nhập khẩu	3	2	1
8	0301000376	Nhượng quyền thương mại	2	2	
9	0301000456	Quản trị nguồn nhân lực	3	2	1
10	0301000310	Marketing du lịch	2	2	
11	0301000445	Quản trị hệ thống thông tin	2	2	
12	0301000443	Quản trị cung ứng và Logistic	3	3	
13	0301000457	Quản trị rủi ro	2	2	
14	0301001186	Quản trị sự thay đổi	2	2	
15	0301000605	Văn hóa doanh nghiệp và đạo đức kinh doanh	3	3	
16	0301001834	Giao tiếp trong kinh doanh	2	2	
17	0301001846	Phân tích hoạt động kinh doanh	2	1	1
18	0301001847	Lý thuyết tài chính tiền tệ	2	2	
19	0301001833	Thị trường tài chính	2	2	
20	0301000499	Lý thuyết bảo hiểm	2	2	
Tổng			49	41	8

7.3 Kiến thức tốt nghiệp (12 TC)

STT	Mã số	Tên học phần	Số TC		
			Tổng	LT	TH
1	0301001855	Thực tập tốt nghiệp - Marketing	4		4
2	0301001856	2.1 Khóa luận tốt nghiệp - Marketing	8		8
		2.2 Tiểu luận tốt nghiệp và học 02 học phần thay thế			
3	0301001857	2.2.1 Tiểu luận tốt nghiệp - Marketing	4		4
		2.2.2 Học phần thay thế (sinh viên chọn 2 học phần trong những học phần tự chọn)	4	4	

		Phần tự chọn			
4	0301001757	Quản trị doanh nghiệp	2	2	
5	0301001836	Khởi sự kinh doanh	2	2	
6	0301001848	Quản trị kinh doanh quốc tế	2	2	
7	0301000453	Marketing tổng hợp	2	2	
Tổng			12	0-4	8-12

8. KẾ HOẠCH GIẢNG DẠY

Học kỳ 1 (15 TC)

TT	Tên học phần	Tín chỉ			Số tiết		
		TC	LT	TH	TC	LT	TH
1	Pháp luật đại cương	2	2		30	30	
2	Tin học căn bản	3		3	90		90
3	Giáo dục thể chất 1 - Bóng chuyền**	1		1	30		30
4	Giáo dục thể chất 1 - Bóng đá**	1					
5	Giáo dục thể chất 1 - Cầu lông**	1					
6	Toán cao cấp	3	2	1	60	30	30
7	Quản trị học	3	2	1	60	30	30
8	Nguyên lý Marketing	3	3		45	45	
TỔNG CỘNG		14+1	9	6	315	135	180

Học kỳ 2 (16 TC)

TT	Tên học phần	Tín chỉ			Số tiết		
		TC	LT	TH	TC	LT	TH
1	Thống kê kinh doanh	3	2	1	60	30	30
2	Kinh tế vi mô	3	2	1	60	30	30
3	Giáo dục thể chất 2- Bóng chuyền**	1		1	30		30
4	Giáo dục thể chất 2- Bóng đá**	1					
5	Giáo dục thể chất 2 - Cầu lông**	1					
6	Triết học Mác - Lênin	3	3		45	45	
7	Luật kinh tế	2	2		30	30	
8	Tiếng Anh định hướng Toeic 1	4	4		60	60	
TỔNG CỘNG		15+1	13	3	285	195	90

Học kỳ 3 (14 TC)

TT	Tên học phần	Tín chỉ			Số tiết		
		TC	LT	TH	TC	LT	TH
1	Giáo dục quốc phòng - An ninh **	8	8		165	165	
2	Tiếng Anh định hướng Toeic 2	4	4		60	60	
3	Kinh tế chính trị Mác - Lênin	2	2		30	30	
TỔNG CỘNG		6+8	6	8	510	255	165

Học kỳ 4 (17 TC)

TT	Tên học phần	Tín chỉ			Số tiết		
		TC	LT	TH	TC	LT	TH
1	Nguyên lý kế toán	3	2	1	60	30	30
2	Tâm lý và hành vi khách hàng	3	3		45	45	
3	Chủ nghĩa xã hội khoa học	2	2		30	30	
4	Tiếng Anh chuyên ngành 1 - Marketing	3	3		45	45	
5	Kinh tế vĩ mô	3	2	1	60	30	30
6	Phương pháp nghiên cứu trong kinh doanh	2	2		30	30	
7	Giáo dục thể chất 3 - Bóng chuyền**	1		1	30		30
8	Giáo dục thể chất 3 - Bóng đá**	1					
9	Giáo dục thể chất 3 - Cầu lông**	1					
TỔNG CỘNG		16+1	14	3	300	210	90

Học kỳ 5 (16 TC)

TT	Tên học phần	Tín chỉ			Số tiết		
		TC	LT	TH	TC	LT	TH
1	Thuế	2	1	1	45	15	30
2	Toán kinh tế	3	2	1	60	30	30
3	Lịch sử Đảng Cộng Sản Việt Nam	2	2		30	30	
4	Phân tích định lượng trong kinh doanh	3	3		45	45	
5	Tiếng Anh chuyên ngành 2 - Marketing	3	3		45	45	
6	Nghiên cứu Marketing	3	3		45	45	
TỔNG CỘNG		16	14	2	270	210	60

Học kỳ 6 (14 TC)

TT	Tên học phần	Tín chỉ			Số tiết		
		TC	LT	TH	TC	LT	TH
1	Tư tưởng Hồ Chí Minh	2	2		30	30	
2	Quản trị sản xuất	3	3		45	45	
3	Quản trị Marketing 1	3	3		45	45	
	Học phần tự chọn:	6					
4	Thanh toán quốc tế	3	2	1	60	30	30
5	Quản trị hệ thống thông tin	2	2		30	30	
6	Văn hóa doanh nghiệp và đạo đức kinh doanh	3	3		45	45	
7	Lý thuyết tài chính tiền tệ	2	2		30	30	
8	Thị trường tài chính	2	2		30	30	
9	Lý thuyết bảo hiểm	2	2		30	30	
TỔNG CỘNG		14	13-14	0-1	195-240	195-210	0-30

Học kỳ 7 (14 TC)

TT	Tên học phần	Tín chỉ			Số tiết		
		TC	LT	TH	TC	LT	TH
1	Tiếp thị số	3	2	1	60	30	30
2	Truyền thông Marketing	3	2	1	60	30	30
3	Quản trị Marketing 2	2	2		30	30	
	Học phần tự chọn:	6					
4	Quản trị tài chính	3	2	1	60	30	30
5	Marketing ứng dụng	3	2	1	60	30	30
6	Tâm lý và nghệ thuật lãnh đạo	2	2		30	30	
7	Quản trị chất lượng	3	2	1	60	30	30
8	Nhượng quyền thương mại	2	2		30	30	
9	Quản trị nguồn nhân lực	3	2	1	60	30	30
10	Marketing du lịch	2	2		30	30	
11	Quản trị cung ứng và Logistic	3	3		45	45	
12	Quản trị sự thay đổi	2	2		30	30	
TỔNG CỘNG		14	10-12	2-4	210-300	150-180	60-120

Học kỳ 8 (14 TC)

TT	Tên học phần	Tín chỉ			Số tiết		
		TC	LT	TH	TC	LT	TH
1	Thực tập nghề nghiệp - Marketing	4		4	120		120
2	Marketing quốc tế	2	2		30	30	
3	Marketing công nghiệp	2	2		30	30	
	Học phần tự chọn:	6					
4	Lập và phân tích dự án	3	2	1	60	30	30
5	Nghiệp vụ kinh doanh xuất nhập khẩu	3	2	1	60	30	30
6	Quản trị rủi ro	2	2		30	30	
7	Giao tiếp trong kinh doanh	2	2		30	30	
8	Phân tích hoạt động kinh doanh	2	1	1	45	15	30
TỔNG CỘNG		14	8-9	4-7	225-345	105-135	120-210

Học kỳ 9 (9 TC)

TT	Tên học phần	Tín chỉ			Số tiết		
		TC	LT	TH	TC	LT	TH
1	Quản trị bán hàng	3	3		45	45	
2	Quản trị thương hiệu	3	2	1	60	30	30
3	Quản trị chiến lược	3	3		60	30	30
TỔNG CỘNG		9	8	1	165	105	60

Học kỳ 10 (12 TC)

TT	Tên học phần	Tín chỉ			Số tiết		
		TC	LT	TH	TC	LT	TH
1	Thực tập tốt nghiệp - Marketing	4		4	240		240
	Loại hình 1:	8					
2	Khóa luận tốt nghiệp - Marketing	8		8	240		240
	Loại hình 2:	8					
3	Tiểu luận tốt nghiệp-Marketing	4		4	120		120
	Học phần thay thế (sinh viên chọn 2 trong những học phần tự chọn)	4					
4	Quản trị doanh nghiệp	2	2		30	30	
5	Khởi sự kinh doanh	2	2		30	30	
6	Quản trị kinh doanh quốc tế	2	2		30	30	
7	Marketing tổng hợp	2	2		30	30	
TỔNG CỘNG		12	4	4-12	300-360	60	240-360

Bảng 6: Ma trận tích hợp Chuẩn đầu ra học phần - Chuẩn đầu ra chương đào tạo

TT	Học phần	CHUẨN ĐẦU RA														
		Kiến thức					Kỹ năng							Mức tự chủ và trách nhiệm		
		LO1	LO2	LO3	LO4	LO5	LO6	LO7	LO8	LO9	LO10	LO11	LO12	LO13	LO14	LO15
HỌC PHẦN BẮT BUỘC																
1	Triết học Mác- Lênin	X									X	X		X	X	X
2	Kinh tế chính trị Mác-Lênin	X									X	X		X	X	X
3	Chủ nghĩa xã hội khoa học	X									X	X		X		X
4	Lịch sử Đảng Cộng sản Việt Nam	X					X		X		X			X	X	X
5	Tư tưởng Hồ Chí Minh	X						X						X	X	X
6	Pháp luật đại cương		X				X		X	X			X			
7	Luật kinh tế		X		X	X		X	X	X	X	X		X	X	X
8	Tiếng Anh định hướng TOEIC 1		X									X		X	X	X
9	Tiếng Anh định hướng TOEIC 2		X									X	X	X	X	X
10	Tin học căn bản			X		X			X	X	X	X		X	X	X
11	Giáo dục thể chất 1	X									X	X		X		X
12	Giáo dục thể chất 2	X									X	X		X		X
13	Giáo dục thể chất 3	X									X	X		X		X
14	Giáo dục quốc phòng	X									X	X		X	X	X
15	Toán cao cấp				X	X		X	X						X	X
16	Toán kinh tế				X	X		X	X	X					X	X
17	Thống kê kinh doanh				X	X	X	X	X						X	X
18	Kinh tế vi mô				X	X		X	X	X	X		X	X		
19	Kinh tế vĩ mô				X	X	X	X	X					X	X	
20	Nguyên lý Marketing	X	X	X	X	X	X	X		X	X	X	X	X	X	X
21	Nguyên lý kế toán				X	X	X	X	X	X		X	X			
22	Thuế				X	X	X	X	X	X	X	X	X			
23	Quản trị học				X	X	X	X	X					X	X	
24	Phương pháp nghiên cứu trong kinh doanh	X	X	X		X		X		X	X		X	X	X	X
25	Phân tích định lượng trong kinh doanh				X	X		X	X	X					X	X
26	Tiếng Anh chuyên ngành 1 - Marketing		X				X								X	
27	Tiếng Anh chuyên ngành 2 - Marketing		X				X								X	
28	Nghiên cứu Marketing			X	X	X	X	X			X	X		X	X	X
29	Tâm lý và hành vi khách hàng				X	X	X	X			X				X	
30	Truyền thông Marketing	X	X	X	X	X		X	X	X	X		X			X
31	Tiếp thị số				X	X	X		X						X	
32	Quản trị bán hàng			X	X	X	X		X	X	X	X			X	

33	Quản trị Marketing 1			X	X	X	X	X	X	X	X	X	1	X	X	X
34	Quản trị Marketing 2			X	X	X	X	X	X	X	X	X		X	X	X
35	Marketing công nghiệp			X	X		X	X	X	X	X	X		X	X	X
36	Quản trị thương hiệu				X	X	X		X						X	
37	Quản trị chiến lược			X	X	X	X	X	X	X	X	X		X	X	X
38	Marketing quốc tế			X	X	X	X				X	X		X	X	X
39	Quản trị sản xuất		X	X	X	X	X		X	X		X		X	X	
40	Thực tập nghề nghiệp - Marketing			X	X	X			X		X				X	X
41	Thực tập tốt nghiệp			X	X		X	X		X	X			X	X	X
42	Khóa luận tốt nghiệp				X		X		X	X				X	X	X
43	Tiểu luận tốt nghiệp				X		X		X	X				X	X	X
44	Học phần tốt nghiệp 1			X		X	X	X	X	X	X	X		X	X	X
45	Học phần tốt nghiệp 2			X	X	X	X	X		X	X	X		X	X	X
HỌC PHẦN TỰ CHỌN																
1	Marketing ứng dụng			X	X		X	X	X	X	X	X		X	X	X
2	Quản trị tài chính				X	X	X	X	X	X	X	X	1	X	X	
3	Lập và phân tích dự án			X	X	X	X	X	X	X	X	X		X	X	X
4	Tâm lý và nghệ thuật lãnh đạo			X	X	X	X	X	X	X		X		X	X	X
5	Quản trị chất lượng				X	X		X	X			X		X	X	
6	Thanh toán quốc tế			X	X	X				X		X	X	X	X	
7	Nghiệp vụ kinh doanh XNK		X	X	X		X		X	X		X		X	X	
8	Nhượng quyền thương mại			X	X	X	X	X		X	X			X	X	X
9	Quản trị nguồn nhân lực			X	X	X	X			X		X	X	X	X	X
10	Marketing du lịch				X	X	X	X	X	X				X	X	X
11	Quản trị hệ thống thông tin			X	X		X	X	X						X	X
12	Quản trị cung ứng và logistic			X	X	X	X	X	X	X	X	X		X	X	X
13	Quản trị rủi ro			X	X	X	X	X	X					X	X	X
14	Quản trị sự thay đổi			X	X	X	X	X		X	X			X	X	X
15	Văn hóa doanh nghiệp và đạo đức kinh doanh				X	X	X		X					X	X	
16	Giao tiếp trong kinh doanh			X		X	X			X		X		X	X	
17	Phân tích hoạt động KD			X	X	X	X	X			X		1	X	X	X
18	Lý thuyết tài chính tiền tệ	X				X	X		X					X	X	X
19	Thị trường tài chính	X									X			X		X
20	Lý thuyết bảo hiểm				X	X	X	X	X	X				X	X	
21	Quản trị doanh nghiệp			X	X	X	X	X		X	X	X		X	X	X
22	Khởi sự kinh doanh				X	X	X		X					X	X	
23	Quản trị kinh doanh quốc tế			X	X	X	X		X	X	X			X	X	
24	Marketing tổng hợp			X		X	X	X	X	X	X	X		X	X	X

9. TÓM TẮT NỘI DUNG HỌC PHẦN

1. Triết học Mác - Lê nin

Học phần Triết học Mác - Lênin cung cấp những tri thức cơ bản về triết học, triết học Mác - Lênin, vai trò của triết học Mác - Lênin trong đời sống xã hội và trong sự nghiệp đổi mới; những nội dung cơ bản của chủ nghĩa duy vật biện chứng; những nội dung cơ bản của chủ nghĩa duy vật lịch sử.

2. Kinh tế chính trị

Học phần trình bày nội dung cốt lõi của kinh tế chính trị Mác - Lênin, bao gồm các vấn đề như : Hàng hóa, thị trường và vai trò của các chủ thể trong nền kinh tế thị trường, cạnh tranh và độc quyền trong nền kinh tế thị trường ; kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa và các quan hệ lợi ích kinh tế ở Việt Nam, công nghiệp hóa, hiện đại hóa và hội nhập kinh tế của Việt Nam.

3. Chủ nghĩa xã hội khoa học

Học phần cung cấp những tri thức cơ bản, cốt lõi nhất về Chủ nghĩa xã hội khoa học, một trong bộ phận cấu thành chủ nghĩa Mác-Lênin. Nội dung học phần gồm 7 chương : Chương 1, trình bày những vấn đề cơ bản về quá trình hình thành, phát triển của Chủ nghĩa xã hội Khoa học; từ chương 2 đến chương 7 trình bày những nội dung cơ bản của CNXHKKH theo mục tiêu môn học.

4. Lịch sử Đảng Cộng Sản

Học phần cung cấp cho sinh viên những hiểu biết cơ bản về đối tượng, phương pháp nghiên cứu môn Lịch sử Đảng cộng sản Việt Nam; Sự ra đời của Đảng Cộng sản Việt Nam và Cương lĩnh chính trị đầu tiên của Đảng; Đảng lãnh đạo đấu tranh giành chính quyền (1930-1945); Đảng lãnh đạo hai cuộc kháng chiến chống thực dân Pháp và đế quốc Mỹ xâm lược (1945-1975); Đảng lãnh đạo cả nước quá độ lên chủ nghĩa xã hội và tiến hành công cuộc đổi mới từ năm 1975 đến 2018. Qua đó, giúp người học nâng cao nhận thức, niềm tin đối với Đảng, vận dụng kiến thức đã học trong quá trình học tập và công tác.

5. Tư tưởng Hồ Chí Minh

Học phần cung cấp cho sinh viên kiến thức cơ bản về đối tượng, phương pháp nghiên cứu và ý nghĩa học tập môn Tư tưởng Hồ Chí Minh; về cơ sở, quá trình hình thành và phát triển tư tưởng Hồ Chí Minh; về độc lập dân tộc và chủ nghĩa xã hội ; về Đảng cộng sản Việt Nam; về đại đoàn kết dân tộc và đoàn kết quốc tế; về văn hóa, đạo đức, con người.

6. Pháp luật đại cương

Học phần trang bị cho sinh viên những vấn đề lý luận chung về nhà nước và pháp luật như: nguồn gốc nhà nước, khái niệm, bản chất nhà nước, chức năng nhà nước, hình thức nhà nước; nguồn gốc, khái niệm, bản chất, chức năng và vai trò của pháp luật, các kiểu và hình thức pháp luật; quy phạm pháp luật và hệ thống pháp luật; quan hệ pháp luật; vi phạm pháp luật và trách nhiệm pháp lý.

7. Luật kinh tế

Học phần trang bị cho sinh viên những kiến thức pháp luật thực định về hầu hết những vấn đề có liên quan đến hoạt động kinh doanh, như về chủ thể kinh doanh, hợp đồng, về cơ chế giải quyết tranh chấp và về vấn đề phá sản của chủ thể kinh doanh. Rèn luyện cho sinh viên kỹ năng giải quyết các tình huống pháp luật trong thực tế. Học phần đề cập những nội dung chính bao gồm: Những khái niệm cơ bản của pháp luật thực định điều chỉnh các hoạt động kinh doanh như địa vị pháp lý của các chủ thể kinh doanh, chế định hợp đồng, cơ chế giải quyết tranh chấp và vấn đề phá sản.

8. Tiếng Anh định hướng Toeic 1

Học phần giúp cho người học ôn lại kiến thức cơ bản về ngữ pháp, sử dụng được trong giao tiếp hàng ngày cũng như một số từ vựng tiếng Anh thương mại, các kỹ năng Nghe-Nói-Đọc-Viết ở trình độ sơ cấp, các kỹ năng phụ như từ vựng, phát âm.

9. Tiếng Anh định hướng Toeic 2

Học phần giúp cho người học ôn lại kiến thức cơ bản về ngữ pháp, sử dụng được trong giao tiếp hàng ngày cũng như một số từ vựng tiếng Anh thương mại, các kỹ năng nghe – nói – đọc - viết ở trình độ sơ cấp, các kỹ năng phụ như từ vựng, phát âm, giúp sinh viên làm quen với hình thức đề thi Toeic quốc tế.

10. Tin học căn bản

Học phần tập trung vào 3 nội dung chính: Tin học cơ bản, Microsoft Word, Microsoft Excel. Ở mỗi nội dung, cùng với việc củng cố và nâng cao các kiến thức lý thuyết phân thực hành cũng được chú trọng để sinh viên rèn luyện các kỹ năng và sử dụng các phần mềm ứng dụng một cách thành thục để soạn thảo văn bản cũng như thiết lập bảng tính điện tử

11. Giáo dục thể chất

Môn học GDTC được cấu trúc gồm 2 phần: Lý thuyết và thực hành

- Phần lý thuyết trang bị cho sinh viên những kiến thức về lĩnh vực GDTC, những kiến thức Y – Sinh học TDTT, kiến thức về nội dung thể dục, điền kinh (tác

dụng của thể dục đối với việc rèn luyện thân thể, chạy cự ly trung bình), kiến thức về rèn luyện thân thể.

- Phân thực hành trang bị cho sinh viên những kỹ năng: Thực hành các nội dung thể dục: Các bài tập đội hình, đội ngũ, bài tập thể dục; Thực hành nội dung chạy cự ly trung bình; Thực hành kiểm tra thể lực theo tiêu chuẩn rèn luyện thân thể.

12. Giáo dục quốc phòng

Giáo dục hiểu rõ nhiệm vụ bảo vệ tổ quốc xây dựng nền quốc phòng toàn dân là một trong hai nhiệm vụ chiến lược của nước ta hiện nay, về chiến lược “diễn biến hoà bình” bạo loạn lật đổ của các thế lực thù địch đối với cách mạng Việt Nam. Một số vấn đề tư duy lý luận trong đường lối quân sự của Đảng. Một số nội dung cơ bản về công tác quốc phòng, về nghệ thuật quân sự Việt Nam, thực hành một số kỹ năng quân sự cần thiết về kỹ thuật và chiến thuật. Rèn luyện tác phong, nếp sống tập thể có kỷ luật

13. Toán cao cấp

Học phần trang bị cho sinh viên những kiến thức cơ bản nhất về: Đại số tuyến tính như ma trận, định thức, hệ phương trình tuyến tính, phương trình ma trận; giới hạn; đạo hàm của hàm số một biến số; tính tích phân xác định, tích phân suy rộng; hàm số hai biến số; giải các phương trình vi phân. Ở mỗi nội dung sinh viên cần biết cách tính, phương pháp giải và ứng dụng vào giải quyết các bài toán thực tế trong các ngành nông lâm nghiệp và trong đời sống kinh tế.

14. Toán kinh tế

Học phần được tổ chức giảng dạy theo 4 phần kiến thức: (1) Lập mô hình bài toán quy hoạch tuyến tính, (2) Phương pháp giải bài toán quy hoạch tuyến tính, (3) Bài toán vận tải, (4) Lập sơ đồ mạng. Trên cơ sở thông đạt kiến thức 4 phần trên, cung cấp sinh viên kiến thức cơ bản về tận dụng các thông tin sản xuất, nguồn lực tại doanh nghiệp để lập mô hình toán, chọn lựa mô hình sản xuất, kinh doanh tối ưu nhất..

15. Thống kê kinh doanh

Học phần thống kê kinh doanh cung cấp sinh viên kiến thức thống kê tổng quát, phương pháp điều tra thống kê một cách có hệ thống; Rèn luyện tư duy khoa học; Trang bị các phương pháp các phương pháp phân tích kinh tế - xã hội; Giới thiệu một vài phần mềm xử lý số liệu (Excel, SPSS).

16. Kinh tế vi mô

Kinh tế vi mô là môn học kinh tế học căn bản cung cấp cho học sinh kiến thức đại cương về lý luận và phương pháp kinh tế trong lựa chọn để giải quyết ba vấn đề kinh tế cơ bản của một nền kinh tế: sản xuất cái gì? sản xuất như thế nào? và sản xuất

cho ai? Môn học khởi đầu với sự nghiên cứu về những cơ sở của cung cầu: vấn đề tiêu dùng cá nhân, đặc tính cầu cá nhân và từ đó suy ra cầu của thị trường. Nội dung tiếp theo là nghiên cứu về đặc điểm của sản xuất, chi phí, lợi nhuận. Các lựa chọn tối ưu hoá lợi nhuận của doanh nghiệp trong thị trường cạnh tranh, thị trường cạnh tranh không hoàn hảo và thị trường độc quyền. Phần cuối của môn học giới thiệu những vấn đề thất bại của thị trường, thông tin và vai trò của chính phủ.

17. Kinh tế vĩ mô

Môn kinh tế vĩ mô nghiên cứu nền kinh tế như một tổng thể. Những vấn đề kinh tế vĩ mô đóng vai trò quan trọng trong cuộc sống của các hộ gia đình, các doanh nghiệp, chính phủ các cấp cũng như các mối quan hệ quốc tế. Học phần này sẽ mô tả các biến kinh tế vĩ mô như GDP, lạm phát, thất nghiệp, lãi suất, tỷ giá, tiêu dùng, đầu tư, tiết kiệm. Thêm nữa, trong học phần này chúng tôi cũng giới thiệu các mô hình kinh tế vĩ mô đơn giản để giải thích mối quan hệ giữa các chỉ tiêu vĩ mô nói trên. Nội dung bao gồm cả tăng trưởng kinh tế dài hạn và dao động sản lượng trong ngắn hạn. Chính sách kinh tế vĩ mô cũng được trình bày ở mức độ giới thiệu trong học phần này.

18. Nguyên lý Marketing

Marketing căn bản trình bày những kiến thức căn bản về Marketing. Các khái niệm: thị trường, sản phẩm, giá, phân phối, chiêu thị, ý nghĩa, mục tiêu, vai trò, nội dung của chúng trong Marketing. Các bước nghiên cứu thị trường, phân tích các cơ hội thị trường, phân khúc thị trường, chọn thị trường mục tiêu cho phù hợp với mục tiêu và nguồn lực của doanh nghiệp. Giải thích quá trình quyết định mua hàng của người tiêu dùng và các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định mua hàng. Qua đó thực hiện các chiến lược Marketing hỗn hợp gồm: chiến lược sản phẩm, chiến lược giá, chiến lược phân phối và chiến lược chiêu thị.

19. Nguyên lý kế toán

Học phần nguyên lý kế toán trang bị nền tảng kiến thức cơ bản về kế toán để sinh viên đọc và hiểu được thông tin kế toán, phục vụ cho việc ra các quyết định về quản lý, tài chính... Đối với sinh viên chuyên ngành kế toán, Nguyên Lý Kế Toán là cơ sở để tiếp thu các môn học kế toán chuyên ngành, những môn học sẽ cung cấp các kiến thức và kỹ năng để sinh viên trở thành một kế toán viên trong tương lai.

20. Thuế

Học phần này giới thiệu cho sinh viên hệ thống thuế của Việt Nam, trình bày những kiến thức cơ bản về thuế trên góc độ lý thuyết (kinh tế, chính trị và pháp lý), hướng dẫn sinh viên phương pháp tính thuế và thảo luận các vấn đề liên quan đến thuế đối với cá nhân, doanh nghiệp và xã hội. Học xong môn này, sinh viên có thể: (i) Hiểu

cơ sở lý thuyết cơ bản của một hệ thống thuế nội địa hiện đại (modern domestic tax system); (ii) Giải thích việc sử dụng các loại thuế khác nhau để tạo nên hệ thống thuế Việt Nam, tham khảo thêm một số loại thuế tương tự ở các quốc gia khác; (iii) Biết cách tính được tiền thuế phải nộp trong từng tình huống cụ thể; (iv) Áp dụng được những quy định của luật thuế vào đời sống thực tế; (v) Mô tả được ảnh hưởng của thuế đến việc ra quyết định đối với cá nhân và doanh nghiệp; (vi) Đánh giá tác động xã hội rộng lớn hơn của các loại thuế và chính sách tài khóa.

21. Quản trị học

Học phần cung cấp những khái quát chung về quản trị, sự phát triển các tư tưởng quản trị, quyết định quản trị và nội dung các chức năng của quản trị như: hoạch định, tổ chức, lãnh đạo, kiểm soát. Học phần này là cơ sở, tiên quyết để SV học các môn chuyên ngành quản trị kinh doanh.

22. Phương pháp nghiên cứu khoa học

Học phần phương pháp nghiên cứu khoa học được tổ chức giảng dạy theo 3 phần kiến thức: (1) tổng quan về phương pháp nghiên cứu khoa học, (2) nghiên cứu định tính, (3) nghiên cứu định lượng, (4) vận dụng nghiên cứu khoa học vào thực tế.

23. Phân tích định lượng trong kinh doanh

Định hướng của môn học này là ứng dụng không đi theo hướng sâu về lý thuyết. Môn học giới thiệu một số kỹ thuật cơ bản trong việc sử dụng kinh tế lượng trong nghiên cứu và phân tích kinh tế và kinh doanh. Kỹ thuật hồi qui theo phương pháp ước lượng bình phương bé nhất (Ordinary Least Squares-OLS) sẽ được khảo sát kỹ lưỡng. Hàm ước lượng bình phương bé nhất sẽ được xây dựng. Mô hình hồi qui hai biến và đa biến sẽ được nghiên cứu và cách sử dụng chúng trong thực tế. Tiếp đó, các trường hợp vi phạm các giả thiết cơ bản của mô hình sẽ được khảo sát. Cách phát hiện và biện pháp khắc phục. Cuối cùng, một số chủ đề nâng cao trong kinh tế lượng như biến giả (Dummy Variables), và dạng hàm toán học (functional form), sẽ được trình bày nhằm giới thiệu với sinh viên một số kỹ thuật thông dụng hữu ích trong việc xây dựng các mô hình kinh tế lượng ứng dụng.

24. Tiếng Anh chuyên ngành 1 - Marketing

Nội dung của học phần Tiếng Anh chuyên ngành 1 gồm nhiều chủ đề được chọn phù hợp với chuyên ngành. Trình bày những nội dung có liên quan đến nghề nghiệp, quản trị nhân sự, quản trị bán hàng và Marketing. Ngoài ra, học phần còn cung cấp những kiến thức cơ bản cách thức giao tiếp bằng thư tín tiếng Anh trong kinh doanh.

25. Tiếng Anh chuyên ngành 2 - Marketing

Nội dung của học phần Tiếng Anh chuyên ngành 2 gồm nhiều chủ đề được chọn phù hợp với chuyên ngành. Trình bày những nội dung có liên quan đến tài chính, kế toán, các chứng từ trong mua bán quốc tế, những qui tắc trong kinh doanh mua bán quốc tế, nội dung và hình thức của một hợp đồng ngoại thương, một thư chào hàng báo giá và thư hỏi hàng.

26. Nghiên cứu Marketing

Học phần nghiên cứu marketing được tổ chức giảng dạy theo 3 phần kiến thức: (1) tổng quan về nghiên cứu marketing, (2) thiết kế - thực hiện nghiên cứu định tính trong lĩnh vực marketing, (3) thiết kế - thực hiện nghiên cứu định lượng trong lĩnh vực marketing.

27. Tâm lý và hành vi khách hàng

Học phần Tâm lý và hành vi khách hàng được tổ chức giảng dạy theo 3 phần kiến thức: (1) tổng quan về hành vi khách hàng, (2) hành vi mua của người tiêu dùng, (3) hành vi mua của tổ chức. Trên cơ sở thấu hiểu các nội dung của học phần, học viên vận dụng để giải quyết các tình huống thực tế của doanh nghiệp.

28. Truyền thông Marketing

Truyền thông Marketing là môn học quan trọng của chương trình đào tạo chuyên sâu ngành Quản trị Marketing. Học phần Truyền thông Marketing được tổ chức giảng dạy theo 5 chương: (1) Tổng quan về Truyền thông; (2) Xác định mục tiêu truyền thông và ngân sách truyền thông; (3) Kỹ thuật lựa chọn phương tiện truyền thông; (4) Kỹ thuật thiết kế thông điệp truyền thông; (5) Kỹ thuật tổ chức thực hiện và đánh giá hiệu quả truyền thông.

29. Tiếp thị số

Học phần tập trung vào phân tích hoạt động truyền thông Marketing với các công cụ truyền thông mới như: marketing qua công cụ tìm kiếm, marketing qua mạng xã hội, email marketing, mobile marketing.... Qua đó, sinh viên có khả năng nhận biết được các công cụ Digital marketing để vận dụng vào quá trình lập kế hoạch truyền thông marketing. Đồng thời có thể đọc và phân tích các số liệu tương ứng với từng công cụ trong việc đo lường hiệu quả của hoạt động

30. Quản trị bán hàng

Nội dung của môn học bao gồm Tổng quan về bán hàng và quản trị bán hàng; Xây dựng kế hoạch bán hàng; Kỹ thuật bán hàng và chăm sóc khách hàng; Thiết kế và

tổ chức lực lượng bán hàng trong doanh nghiệp; Quản trị đội ngũ bán hàng và phân tích đánh giá kết quả bán hàng.

31. Quản trị Marketing 1

Học phần Quản trị Marketing 1 được tổ chức giảng dạy theo 3 phần kiến thức: (1) Tổng quan về quản trị marketing và các công việc chính của giám đốc Marketing, (2) Hoạch định chiến lược, kế hoạch, chương trình marketing, (3) Tổ chức thực hiện và kiểm tra các hoạt động marketing. Trên cơ sở thông đạt kiến thức 3 phần trên, vận dụng để giải quyết các tình huống liên quan nhằm định hướng ứng dụng marketing vào thực tế, môi trường doanh nghiệp, nhằm góp phần giải quyết các vấn đề liên quan đến nhu cầu khách hàng, tâm lý - hành vi tiêu dùng, sự hài lòng khách hàng và khả năng cạnh tranh với đối thủ.

32. Quản trị Marketing 2

Học phần Quản trị Marketing 2 đi sâu giải quyết các yêu cầu đối với việc thiết kế chiến lược marketing, thực thi và quản trị chiến lược marketing trong doanh nghiệp theo định hướng thị trường. Sinh viên học xong có khả năng vận dụng kiến thức nhằm thu thập thông tin, phân tích đánh giá các cơ hội marketing và hoạch định chiến lược marketing giúp doanh nghiệp nâng cao khả năng cạnh tranh trên thị trường.

33. Marketing công nghiệp

Học phần Marketing công nghiệp nhằm cung cấp kiến thức, kỹ năng thực hiện hoạt động marketing trong lĩnh vực công nghiệp và được tổ chức giảng dạy theo 4 phần kiến thức: (1) Tổng quan về marketing công nghiệp, (2) Hành vi mua của khách hàng công nghiệp, (3) Phân khúc - Lựa chọn thị trường mục tiêu - Định vị trong thị trường công nghiệp, (4) Marketing hỗn hợp trong ngành công nghiệp.

34. Quản trị thương hiệu

Học phần Quản trị thương hiệu được tổ chức giảng dạy theo 3 phần kiến thức: (1) tổng quan về quản trị thương hiệu, (2) hoạch định chiến lược, kế hoạch, chương trình xây dựng và phát triển thương hiệu, (3) tổ chức thực hiện và kiểm tra các hoạt động thương hiệu. Trên cơ sở thông đạt kiến thức 3 phần trên, vận dụng để giải quyết các tình huống liên quan nhằm định hướng ứng dụng xây dựng và phát triển thương hiệu vào thực tế, môi trường doanh nghiệp.

35. Quản trị chiến lược

Học phần Quản trị chiến lược được tổ chức giảng dạy theo 5 phần kiến thức: (1) tổng quan về quản trị chiến lược, (2) phân tích môi trường kinh doanh của doanh nghiệp, (3) hoạch định và lựa chọn chiến lược, (4) thực hiện chiến lược, (5) kiểm tra,

đánh giá chiến lược. Trên cơ sở thấu hiểu các nội dung của học phần, học viên vận dụng để giải quyết các tình huống thực tế của doanh nghiệp.

36. Marketing quốc tế

Học phần Marketing quốc tế giới thiệu nghệ thuật kinh doanh trên thị trường quốc tế. Nội dung bao gồm: Bản chất, tầm quan trọng và sự cần thiết của hoạt động Marketing quốc tế; Môi trường Marketing quốc tế, các phương thức thâm nhập thị trường quốc tế. Trên cơ sở hiểu biết sâu sắc thị trường quốc tế, sẽ xây dựng và triển khai hệ thống Marketing hỗn hợp phục vụ cho việc thực hiện mục tiêu của công ty.

37. Quản trị sản xuất

Môn học cung cấp kiến thức liên quan tới quản trị sản xuất và điều hành trong các doanh nghiệp sản xuất và dịch vụ. Nội dung quản trị sản xuất là quản trị quá trình tạo ra sản phẩm dịch vụ, quản trị quá trình chuyển hóa các nguồn lực đầu vào bao gồm những vấn đề cơ bản như: công nghệ, công suất, máy móc thiết bị, địa điểm doanh nghiệp, mặt bằng sản xuất, con người, vật tư, lịch trình sản xuất, tồn kho; sử dụng các nguồn lực này một cách tối ưu để đạt được mục tiêu hệ thống sản xuất.

38. Thực tập nghề nghiệp

Thực tập nghề nghiệp được tổ chức theo 6 phần kiến thức: (1) Tư vấn chọn đề tài thực tập, phân công giảng viên hướng dẫn; (2) Quy định chung về hình thức trình bày chuyên đề; (3) Quy định về trình bày trong nội dung; (4) Quy định về ghi trích dẫn và tài liệu tham khảo; (5) Nội dung chuyên đề thực tập; (6) Báo cáo kết quả thực tập.

39. Marketing ứng dụng

Học phần Marketing ứng dụng được tổ chức giảng dạy theo 4 phần kiến thức: (1) Marketing trong công nghiệp, (2) Marketing trong nông nghiệp, (3) Marketing dịch vụ, (4) Marketing thương mại. Học phần nhằm cung cấp kiến thức, kỹ năng thực hiện các hoạt động ở lĩnh vực marketing trong doanh nghiệp. Các hoạt động của học phần cũng hướng đến định hình tố chất năng động, chịu khó và sáng tạo cho sinh viên ngành Marketing.

40. Quản trị tài chính

Học phần trình bày những vấn đề về quản trị tài chính và những quyết định liên quan đến việc đầu tư dài hạn trong doanh nghiệp. Đối với phần tổng quan sinh viên sẽ được nghiên cứu những khái niệm liên quan đến một hoạt động trong công tác quản lý doanh nghiệp - quản trị tài chính; những nhân tố tác động đến các quyết định quản trị tài chính: môi trường vĩ mô, vi mô, biến động của tiền tệ theo thời gian, những ảnh hưởng của lợi nhuận và rủi ro trong việc ra quyết định. Đối với phần quyết định đầu tư

dài hạn trong doanh nghiệp. Đây là một trong ba quyết định quan trọng nhất của công tác quản trị tài chính và là quyết định tạo ra giá trị cho doanh nghiệp. Ở phần này chúng ta sẽ nghiên cứu những cơ sở của việc ra quyết định đầu tư dài hạn, cách thiết lập dòng ngân lưu, tính toán suất chiết khấu và những vấn đề thường gặp phải khi xây dựng dòng tiền trong thực tiễn.

41. Lập và phân tích dự án

Học phần được tổ chức giảng dạy theo các phần kiến thức: (1) Tổng quan về đầu tư, dự án đầu tư và Các vấn đề về thiết lập một dự án, (2) Nghiên cứu thị trường của dự án, (3) Nghiên cứu kỹ thuật của dự án (4) Tổ chức nhân sự và quản trị của dự án (5) Phân tích tài chính của dự án (6) Phân tích hiệu quả kinh tế xã hội của dự án (7) Các vấn đề về tổ chức thẩm định dự án đầu tư. (8) Bài tập lớn cho thiết lập & thẩm định dự án đầu tư.

42. Tâm lý và nghệ thuật lãnh đạo

Học phần được tổ chức giảng dạy theo 5 phần kiến thức: (1) Lãnh đạo và quản lý, (2) Nhà lãnh đạo, (3) Nghệ thuật lãnh đạo, (4) Phong cách lãnh đạo, (5) Nghệ thuật dùng người. Trên cơ sở thông đạt kiến thức 5 phần trên, vận dụng để giải quyết các tình huống liên quan nhằm định hướng ứng dụng bài học vào thực tế môi trường doanh nghiệp, nhằm góp phần nâng cao khả năng lãnh đạo của người học.

43. Quản trị chất lượng

Học phần được tổ chức giảng dạy theo 5 phần kiến thức: (1) Tổng quan về chất lượng, (2) Quản lý chất lượng, (3) Quản lý chất lượng toàn diện (TQM), (4) Phương pháp 6 Sigma, (5) Hệ thống quản lý chất lượng theo tiêu chuẩn ISO 9000. Trên cơ sở thông đạt kiến thức 5 phần trên, vận dụng để giải quyết các tình huống liên quan nhằm định hướng ứng dụng bài học vào thực tế môi trường doanh nghiệp, nhằm góp phần giải quyết các vấn đề liên quan đến quản lý chất lượng tại doanh nghiệp.

44. Thanh toán quốc tế

Học phần Thanh Toán Quốc Tế trình bày những vấn đề có liên quan đến tỷ giá hối đoái, các nghiệp vụ hối đoái trên thị trường hối đoái, các phương tiện thanh toán quốc tế, các phương thức thanh toán quốc tế và các chứng từ chủ yếu trong thanh toán quốc tế.

45. Nghiệp vụ kinh doanh xuất nhập khẩu

Học phần cung cấp kiến thức liên quan về các nghiệp vụ trong kinh doanh xuất nhập khẩu và thực hành thuần thục các nghiệp vụ trong hoạt động xuất nhập khẩu, cách giải các bài toán trong kinh doanh ngoại thương để ra các quyết định kinh doanh

đúng đắn nhằm mang lại hiệu quả kinh doanh cho công ty.

46. Nhượng quyền thương mại

Một lĩnh vực mới mẻ nhưng đầy tiềm năng phát triển đã xuất hiện tại Việt Nam và đang ngày càng phát triển đó là hình thức kinh doanh nhượng quyền thương mại. Nhượng quyền thương mại là cách để tăng sức mạnh cho các thương hiệu Việt Nam và cũng chính là cách tốt nhất để quảng bá cũng như tạo nội lực cho thương hiệu đó và cũng là một việc làm khôn ngoan cho các doanh nghiệp Việt Nam trong thời kì hội nhập.

47. Quản trị nguồn nhân lực

Học phần quản trị nguồn nhân lực được tổ chức giảng dạy theo 3 phần kiến thức: (1) Tổng quan quản trị nguồn nhân lực trong một tổ chức, (2) Tuyển dụng, đào tạo phát triển, (3) Tiền lương và các hình thức tạo động lực làm việc. Trên cơ sở thông đạt kiến thức 3 phần trên, cung cấp sinh viên kiến thức cơ bản về quản trị nguồn nhân lực trong một tổ chức và có khả năng vận dụng vào thực tiễn quản trị tại doanh nghiệp.

48. Marketing du lịch

Học phần cung cấp cho người học những kiến thức về các loại hình du lịch và thị trường du lịch; các yếu tố môi trường tác động đến du lịch cùng như các ảnh hưởng của du lịch đến kinh tế, chính trị, văn hóa, xã hội và môi trường; kỹ năng đánh giá thị trường du lịch để xây dựng được kế hoạch chiến lược lâu dài trong du lịch.

49. Quản trị hệ thống thông tin

Học phần này cung cấp kiến thức cơ bản về tổ chức thông tin và hệ thống thông tin; Cơ sở công nghệ thông tin của hệ thống thông tin; Phân tích, thiết kế cài đặt hệ thống thông tin; Hệ thống thông tin phục vụ quản lý doanh nghiệp.

50. Quản trị cung ứng và Logistic

Học phần quản trị cung ứng và logistic được tổ chức giảng dạy theo 7 phần kiến thức: (1) Tổng quan về quản trị chuỗi cung ứng, (2) Hoạt động điều hành chuỗi cung ứng, (3) Tổ chức sản xuất & thiết kế mạng lưới phân phối, (4) Công nghệ thông tin và Chuỗi cung ứng, (5) Xây dựng hệ thống chuỗi cung ứng, (6) Đo lường hiệu quả hoạt động chuỗi cung ứng (7) Vận tải và bán toán phân phối hàng hóa. Bên cạnh nội dung kiến thức giảng dạy, sinh viên được tổ chức các buổi thảo luận trên lớp với các chủ đề thực tiễn và tham gia thuyết trình nhóm.

51. Quản trị rủi ro

Quản trị rủi ro là môn học nghiên cứu hoạt động quản trị các rủi ro trong doanh nghiệp, trong các ngân hàng. Đây là môn học giúp sinh viên hiểu được kiến thức và

vận dụng tốt các kỹ năng cơ bản về quản trị rủi ro, phân tích và nhận dạng được các loại rủi ro đặc thù đối với mỗi doanh nghiệp, đo lường được mức độ ảnh hưởng của rủi ro đối với doanh nghiệp trên cơ sở đó xây dựng được các chương trình hành động nhằm kiểm soát rủi ro và lựa chọn phương án tài trợ thích hợp cho từng loại rủi ro.

52. Quản trị sự thay đổi

Môn học này là học phần thay thế khoá luận tốt nghiệp. Môn học trang bị cho người học những kiến thức cần thiết về sự thay đổi như: hình thức thay đổi, loại thay đổi những áp lực khiến cho tổ chức phải thay đổi... Người học cũng được cung cấp các kiến thức về những mô hình quản trị sự thay đổi, quy trình quản trị sự thay đổi, những phản ứng của các cá nhân trong tổ chức trước những thay đổi. Từ đó, người học sẽ có thể vận dụng các kiến thức về quản trị sự thay đổi để lập được kế hoạch cho sự thay đổi, theo dõi, kiểm soát quá trình thay đổi, đưa ra những biện pháp xử lý những phản ứng của con người trước thay đổi trong tổ chức để đảm bảo hiệu quả cho tổ chức trong quá trình thay đổi. Môn học cũng giúp cho người học nhận thức được tầm quan trọng của việc quản trị sự thay đổi từ đó có thái độ tích cực hơn với những thay đổi trong cuộc sống.

53. Văn hóa doanh nghiệp và đạo đức kinh doanh

Học phần được tổ chức giảng dạy theo 5 phần kiến thức: (1) Đạo đức và vấn đề đạo đức trong kinh doanh, (2) Các triết lý đạo đức trong kinh doanh, (3) Phương pháp và công cụ phân tích hành vi đạo đức trong kinh doanh, (4) Văn hóa doanh nghiệp, (5) Tạo lập bản sắc văn hóa doanh nghiệp. Trên cơ sở thông đạt kiến thức 5 phần trên, vận dụng để giải quyết các tình huống liên quan nhằm định hướng ứng dụng bài học vào thực tế môi trường doanh nghiệp, nhằm góp phần giải quyết các vấn đề liên quan đến đạo đức kinh doanh, trách nhiệm xã hội và văn hóa của doanh nghiệp.

54. Giao tiếp trong kinh doanh

Học phần được tổ chức giảng dạy theo 6 phần kiến thức: (1) Khái quát chung về giao tiếp kinh doanh, (2) Kỹ năng nghe hiểu, (3) Kỹ năng thuyết trình, (4) Kỹ năng viết, (5) Giao tiếp phi ngôn ngữ, (6) Kỹ năng đàm phán. Trên cơ sở thông đạt kiến thức 6 phần trên, vận dụng để giải quyết các tình huống liên quan nhằm định hướng ứng dụng bài học vào thực tế môi trường doanh nghiệp, nhằm góp phần định hướng, nâng cao kỹ năng giao tiếp, đàm phán kinh doanh cho người học.

55. Quản trị doanh nghiệp

Học phần Quản trị doanh nghiệp được tổ chức giảng dạy theo 3 phần kiến thức: (1) Tổng quan về doanh nghiệp, (2) Môi trường hoạt động của doanh nghiệp, (3) Quản trị các hoạt động trong doanh nghiệp. Trên cơ sở thấu hiểu các nội dung của học phần, học viên vận dụng để giải quyết các tình huống thực tế của doanh nghiệp.

56. Khởi sự kinh doanh

Học phần tập trung vào những kiến thức tổng quan về sáng tạo, đổi mới và hình thành ý tưởng khởi nghiệp, lựa chọn loại hình sở hữu doanh nghiệp, hiểu biết cơ bản về quyền sở hữu trí tuệ. Thêm vào đó, sinh viên còn được cung cấp kiến thức và kỹ năng cơ bản về thị trường như đánh giá thể mạnh, yếu, cơ hội, thách thức rủi ro từ ý tưởng kinh doanh, phát hiện tiềm năng kinh doanh và lập kế hoạch khởi nghiệp. Quan trọng hơn, sinh viên có cơ hội được chia sẻ kinh nghiệm khởi nghiệp từ các doanh nhân thành đạt và/hoặc tham quan mô hình khởi nghiệp thành công.

57. Phân tích hoạt động kinh doanh

Học phần trang bị cho sinh viên kiến thức khác nhau về doanh nghiệp, môi trường hoạt động của doanh nghiệp, những thay đổi về quy mô hay thay đổi về hiệu quả kinh doanh trong doanh nghiệp. Học phần cũng cung cấp các phương pháp phân tích thường được sử dụng để người học vận dụng vào từng đối tượng phân tích cụ thể bao gồm các chỉ tiêu phản ánh (1) kết quả kinh doanh như doanh thu, chi phí, tình hình tiêu thụ và lợi nhuận (2) Nguồn lực của doanh nghiệp (3) Môi trường kinh doanh của doanh nghiệp. Trên cơ sở đó, sinh viên vận dụng giải quyết các tình huống thực tế của doanh nghiệp.

58. Lý thuyết tài chính tiền tệ

Học phần cung cấp những kiến thức cơ bản về lý thuyết tài chính – tiền tệ như: Lý luận cơ bản về tài chính và cấu trúc hệ thống tài chính; lý luận cơ bản về tiền tệ; khái quát những nội dung cơ bản về các khâu tài chính trong hệ thống tài chính (tài chính công, tài chính doanh nghiệp, hệ thống ngân hàng và các định chế tài chính trung gian phi ngân hàng); tín dụng - lãi suất và hoạt động thị trường tài chính, những nội dung cơ bản về ngân sách nhà nước, các vấn đề về lạm phát và chính sách tiền tệ, quan hệ thanh toán quốc tế và tín dụng quốc tế.

59. Thị trường tài chính

Học phần cung cấp kiến thức tổng quan về cơ chế hoạt động, các bộ phận cấu thành của thị trường tài chính. Đặc biệt chú trọng đến thị trường chứng khoán là nơi cung cấp vốn dài hạn cho nền kinh tế với những tính chất ưu việt và phù hợp với nền kinh tế thị trường.

60. Lý thuyết bảo hiểm

Học phần lý thuyết bảo hiểm nhằm trang bị cho sinh viên những kiến thức căn bản về bảo hiểm; hợp đồng bảo hiểm; cơ sở kỹ thuật của bảo hiểm; thị trường bảo hiểm và pháp luật kinh doanh bảo hiểm.

61. Quản trị kinh doanh quốc tế

Học phần cung cấp cho sinh viên kiến thức về chiến lược toàn cầu, các môi trường nền tảng để phân tích chiến lược toàn cầu. Hơn nữa, sinh viên cũng nắm được các mô hình lý thuyết và cách ứng dụng các mô hình này vào thực tiễn. Ngoài ra, sinh viên còn được trang bị kỹ năng phân tích, đánh giá, giải quyết vấn đề nhanh chóng và hiệu quả. Bên cạnh đó, sinh viên còn được trang bị kỹ năng làm việc nhóm và lập kế hoạch cho công việc.

62. Marketing tổng hợp

Học phần Marketing tổng hợp được tổ chức giảng dạy theo 3 phần kiến thức: (1) Tổng quan về Marketing, (2) Nghiên cứu nhu cầu khách hàng, (3) Quản trị Marketing. Sinh viên vận dụng vào thực tế doanh nghiệp để hoạch định, tổ chức, triển khai thực hiện và kiểm tra theo chức năng các hoạt động marketing.

63. Thực tập tốt nghiệp

Học phần thực tập tốt nghiệp cuối khóa tạo tiền đề cho sinh viên ứng dụng kiến thức về kinh doanh, marketing vào thực tiễn; giúp sinh viên tham gia nghiên cứu và học hỏi kinh nghiệm giải quyết các vấn đề liên quan đến thực tiễn hoạt động marketing trong doanh nghiệp.

64. Khóa luận tốt nghiệp

Sinh viên vận dụng những kiến thức chuyên ngành để thực hiện hoạt động nghiên cứu, phân tích và đánh giá các vấn đề trong lĩnh vực Marketing. Khóa luận tốt nghiệp được thiết kế bao gồm các nội dung: Giới thiệu về tầm quan trọng và tính cấp thiết của nghiên cứu; Tổng quan nghiên cứu và phương pháp nghiên cứu; Giới thiệu tổ chức, đơn vị thực tập hoặc địa bàn nghiên cứu; Trình bày kết quả nghiên cứu và thảo luận; Kết luận và kiến nghị.

65. Tiểu luận tốt nghiệp

Sinh viên vận dụng những kiến thức chuyên ngành để thực hiện hoạt động nghiên cứu, phân tích và đánh giá các vấn đề trong lĩnh vực Marketing. Tiểu luận tốt nghiệp được thiết kế bao gồm các nội dung: Giới thiệu về tầm quan trọng và tính cấp thiết của nghiên cứu; Tổng quan nghiên cứu và phương pháp nghiên cứu; Giới thiệu tổ chức, đơn vị thực tập hoặc địa bàn nghiên cứu; Trình bày kết quả nghiên cứu và thảo luận; Kết luận và kiến nghị.

10. HƯỚNG DẪN THỰC HIỆN CHƯƠNG TRÌNH

Chương trình chi tiết đào tạo Cử nhân Marketing hệ chính quy gồm 141 tín chỉ (kể cả Giáo dục quốc phòng - An ninh và Giáo dục thể chất); trong đó có 46 tín chỉ

Kiến thức giáo dục đại cương, 83 tín chỉ Kiến thức chuyên nghiệp và 12 tín chỉ tốt nghiệp. Việc triển khai chi tiết thực hiện chương trình và giám sát chất lượng chuyên môn do Bộ Giáo dục và Đào tạo chỉ đạo thực hiện.

Phần nội dung chương trình bắt buộc: Trường Đại học Tây Đô chỉ đạo Khoa Quản trị kinh doanh phải tổ chức thực hiện giảng dạy đủ khối lượng đã quy định.

Phần nội dung chương trình tự chọn: tùy theo số đông sinh viên lựa chọn chủ đề của phần tự chọn để học đủ số lượng theo quy định. Đối với học kỳ cuối khóa, sinh viên có thể học thêm 4 TC và làm tiểu luận nếu không làm khóa luận tốt nghiệp.

Kế hoạch sắp xếp nội dung và quỹ thời gian: Khoa Quản trị kinh doanh sẽ chủ động bố trí và điều chỉnh các học phần của các học kỳ và phải bảo đảm tính logic và tính hệ thống của chương trình đào tạo theo trình tự để sinh viên học các học phần thuộc kiến thức giáo dục đại cương trước khi học các môn chuyên ngành. Phòng Đào tạo và Khoa Quản trị kinh doanh sẽ sắp xếp chương trình và triển khai thực hiện theo chương trình chi tiết đã được duyệt.

Cách quy đổi giờ:

Giờ quy đổi được tính như sau:

1 tín chỉ = 15 tiết giảng lý thuyết

= 30 tiết đối với học phần thực tập/thực hành

= 60 tiết đối với thực tập tốt nghiệp tại đơn vị thực tập

Số tiết của các học phần là bội số của 15.

10.1. Đối với các đơn vị đào tạo

- Phải nghiên cứu chương trình để tổ chức thực hiện đúng yêu cầu về nội dung của chương trình.

- Phân công giảng viên phụ trách từng học phần và cung cấp chương trình chi tiết cho giảng viên để đảm bảo ổn định kế hoạch giảng dạy.

- Chuẩn bị thật kỹ đội ngũ cố vấn học tập, yêu cầu cố vấn học tập phải hiểu cặn kẽ toàn bộ chương trình đào tạo theo học chế tín chỉ để hướng dẫn sinh viên đăng ký các học phần.

- Chuẩn bị đầy đủ giáo trình, tài liệu tham khảo, cơ sở vật chất, để đảm bảo thực hiện tốt chương trình.

- Cần chú ý đến tính logic của việc truyền đạt và tiếp thu các mảng kiến thức, quy định các học phần tiên quyết của các học phần..

10.2. Đối với giảng viên

- Khi giảng viên được phân công giảng dạy một hoặc nhiều đơn vị học phần cần phải nghiên cứu kỹ nội dung đề cương chi tiết từng học phần để chuẩn bị bài giảng và các phương tiện đồ dùng dạy học phù hợp.

- Giảng viên phải chuẩn bị đầy đủ giáo trình, tài liệu học tập cung cấp cho sinh viên trước một tuần để sinh viên chuẩn bị trước khi lên lớp.

- Tổ chức cho sinh viên các buổi hội thảo, chú trọng đến việc tổ chức học nhóm và hướng dẫn sinh viên làm tiểu luận, đồ án, giảng viên xác định các phương pháp truyền thụ; thuyết trình tại lớp, hướng dẫn thảo luận, giải quyết những vấn đề tại lớp, tại phòng thực hành ngôn ngữ, và hướng dẫn sinh viên viết thu hoạch.

10.3. Đối với sinh viên

- Tham khảo ý kiến tư vấn của cố vấn học tập để lựa chọn học phần cho phù hợp với tiến độ.

- Nghiên cứu chương trình học tập trước khi lên lớp để dễ tiếp thu bài giảng.

- Đảm bảo đầy đủ thời gian lên lớp nghe hướng dẫn bài giảng của giảng viên.

- Tự giác trong việc tự học và tự nghiên cứu, đồng thời tích cực tham gia học tập theo nhóm, tham dự đầy đủ các buổi Seminar.

- Tích cực khai thác các tài nguyên trên mạng và trong thư viện của trường để phục vụ cho việc tự học, tự nghiên cứu và làm đồ án tốt nghiệp.

- Thực hiện nghiêm túc quy chế thi cử, kiểm tra, đánh giá.

11. PHÊ DUYỆT CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO

Bản mô tả chương trình này đã được kiểm tra, phê duyệt và ban hành theo đúng quy trình, quy định của Trường Đại học Tây Đô./.

HIỆU TRƯỞNG



Trần Long Luận

TRƯỞNG P. ĐÀO TẠO

Lê Phú Nguyễn Hải

P. TRƯỞNG KHOA

Phong Thị Huỳnh Mai