

**CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO CỬ NHÂN NGÀNH MARKETING**  
(Ban hành kèm theo Quyết định số 391/QĐ-ĐHHD ngày 07/7/2023  
của Hiệu trưởng Trường Đại học Hải Dương)

**THÔNG TIN CHUNG VỀ CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO**

<b>Tên chương trình (Tiếng Việt):</b>	<b>Cử nhân Marketing</b>
Tên chương trình (Tiếng Anh):	Bachelor of Marketing
Trình độ đào tạo:	Đại học
Mã ngành đào tạo:	7340115
Khoa quản lí chương trình:	Khoa Kinh tế - Quản trị, Trường Đại học Hải Dương
Đối tượng tuyển sinh:	Theo quy chế tuyển sinh hiện hành của Bộ Giáo dục
Thời gian đào tạo:	3,5-4 năm
Hình thức đào tạo:	Chính quy
Số tín chỉ yêu cầu:	125
Điều kiện tốt nghiệp:	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tích lũy đủ số học phần và khối lượng của chương trình đào tạo 125 tín chỉ và hoàn thành các nội dung bắt buộc khác theo yêu cầu của chương trình đào tạo (Giáo dục thể chất, giáo dục Quốc phòng an ninh, ngoại ngữ, tin học v.v...).</li> <li>- Đạt chuẩn đầu ra của chương trình đào tạo;</li> <li>- Điểm trung bình tích lũy của toàn khóa đạt từ trung bình trở lên;</li> <li>- Tại 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.</li> </ul>
Tên gọi văn bằng tốt nghiệp:	Cử nhân Marketing
Vị trí việc làm:	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Nhóm 1: Nhân viên, trưởng bộ phận chức năng, quản lý cấp trung gian liên quan tại các tổ chức, doanh nghiệp, tự khởi nghiệp.</li> <li>- Nhóm 2: Làm giảng viên, nghiên cứu viên, chuyên gia làm việc tại các trường đại học, viện nghiên cứu.</li> <li>- Nhóm 3: chuyên viên, phụ trách bộ phận liên quan đến chuyên ngành tại các cơ quan quản lý nhà nước.</li> </ul>
Khả năng học tập nâng cao trình độ:	- Thạc sĩ, Tiến sĩ trong nước và ngoài nước

Chương trình đào tạo tham khảo:	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Chương trình Cử nhân marketing hệ chính quy-Trường Đại học Công nghiệp Hà Nội.</li> <li>- Chương trình Cử nhân marketing hệ chính quy-Trường Đại học Thương mại.</li> <li>- Chương trình Cử nhân marketing hệ chính quy-Trường Đại học Kinh tế - Quốc dân.</li> <li>- Chương trình cử nhân marketing hệ chính quy - Trường Đại học Văn Lang.</li> </ul>
---------------------------------	--

### **CĂN CỨ XÂY DỰNG CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO**

- Luật Giáo dục ngày 14 tháng 6 năm 2019;
- Luật Giáo dục đại học ngày 18 tháng 6 năm 2012;
- Luật sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật Giáo dục đại học ngày 19 tháng 11 năm 2018;
- Nghị định số 141/2013/NĐ-CP ngày 24 tháng 10 năm 2013 của Chính phủ quy định chi tiết và hướng dẫn thi hành một số điều của Luật Giáo dục đại học;
- Nghị định số 99/2019/NĐ-CP ngày 30 tháng 12 năm 2019 của Chính phủ quy định chi tiết và hướng dẫn thi hành một số điều của Luật sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật Giáo dục đại học;
- Quyết định số 1982/QĐ-TTg ngày 18/10/2016 của Thủ tướng Chính phủ về việc phê duyệt khung trình độ quốc gia Việt Nam;
- Thông tư số 08/2021/TT-BGDĐT ngày 18/3/2021 của Bộ Giáo dục và Đào tạo ban hành quy chế đào tạo trình độ đại học;
- Thông tư số 17/2021/TT-BGDĐT ngày 22 tháng 6 năm 2021 của Bộ Giáo dục và Đào tạo quy định về chuẩn chương trình đào tạo; xây dựng, thẩm định và ban hành chương trình đào tạo các trình độ của giáo dục đại học;
- Thông tư số 02/2022/TT-BGDĐT ngày 18/01/2022 của Bộ Giáo dục và Đào tạo quy định điều kiện, trình tự, thủ tục mở ngành đào tạo và đình chỉ hoạt động của ngành đào tạo trình độ đại học, thạc sĩ, tiến sĩ;
- Quyết định số 448/QĐ-TTg ngày 27/4/2023 của Thủ tướng Chính phủ về việc sáp nhập Trường Cao đẳng Hải Dương vào Trường Đại học Hải Dương;
- Tờ trình số 27/TTr-ĐHHD ngày 15 tháng 6 năm 2023 của Hiệu trưởng trình Hội đồng trường Trường Đại học Hải Dương về việc đề xuất chủ trương mở ngành đào tạo Marketing, trình độ đại học (mã ngành: 7340115) và Nghị quyết số 48/NQ-HĐT ngày 16 tháng 6 năm 2023 của Hội đồng trường Đại học Hải Dương, nhiệm kỳ 2020-2025 về chủ trương mở ngành Marketing trình độ đại học.

## 1. MỤC TIÊU CỦA CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO

### 1.1. Mục tiêu chung

Đào tạo cử nhân Marketing có đủ phẩm chất chính trị, tuân thủ pháp luật, có trách nhiệm với gia đình và xã hội, có đạo đức nghề nghiệp, đảm bảo sức khỏe tốt; Có năng lực tự học tập suốt đời; Nắm vững kiến thức cơ bản về tự nhiên, kinh tế, xã hội và nhân văn, quản trị; Có kiến thức và kỹ năng chuyên sâu về marketing như Marketing kỹ thuật số, Quản trị marketing, Quản trị thương hiệu, Hành vi khách hàng, Quản trị kênh phân phối, Truyền thông tích hợp; Có khả năng phân tích ảnh hưởng và nhận diện cơ hội, thách thức từ môi trường trong và ngoài nước, dự báo xu thế thị trường kinh doanh tác động đến hoạt động marketing và đề xuất được giải pháp marketing thích ứng với sự tác động đó; Có khả năng đề xuất và triển khai các công việc thuộc lĩnh vực marketing trong cơ quan, tổ chức và doanh nghiệp trong bối cảnh toàn cầu hóa và chuyển đổi số; Có kỹ năng nghề nghiệp và kỹ năng mềm đáp ứng yêu cầu công việc sau khi tốt nghiệp.

### 1.2. Mục tiêu cụ thể

#### a) Mục tiêu kiến thức

**PG1:** Có kiến thức cơ bản về tự nhiên, xã hội, kinh tế, quản trị kinh doanh; Có kiến thức và kỹ năng chuyên sâu về marketing như Nghiên cứu marketing, Digital Marketing, Quan hệ công chúng, Quản trị Marketing, Marketing dịch vụ, Quản trị kênh phân phối, Quản trị bán hàng, Quản trị thương hiệu, Hành vi người tiêu dùng, Truyền thông Marketing tích hợp v.v; Có khả năng phân tích ảnh hưởng và nhận diện cơ hội, thách thức từ môi trường; Phân tích, dự báo xu thế thị trường, đánh giá, lập kế hoạch và đề xuất giải pháp và triển khai các công việc thuộc chức năng marketing và quản trị marketing của tổ chức, doanh nghiệp trong bối cảnh toàn cầu hóa và chuyển đổi số.

#### b) Mục tiêu kỹ năng

**PG2:** Có khả năng giao tiếp tốt trong xã hội và công tác. Có thể đọc hiểu tài liệu chuyên ngành bằng tiếng Anh; Có kỹ năng làm việc nhóm; Sử dụng máy tính thành thạo và biết ứng dụng internet và công nghệ vào thực hiện hiệu quả các nhiệm vụ chuyên môn về marketing, quản trị marketing.

#### c) Thái độ, mức độ tự chủ, tự chịu trách nhiệm

**PG3:** Có ý chí vượt khó, tinh thần tích cực; Có đủ năng lực làm việc độc lập, tự chủ và tự chịu trách nhiệm đối với công việc phụ trách; Có tư tưởng chính trị ổn định, có chứng kiến; Hiểu biết và chấp hành luật pháp và qui định của tổ chức; Có sức khỏe tốt.

## 2. CHUẨN ĐẦU RA CỦA CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO

### 2.1. Chuẩn đầu ra

Chương trình đào tạo ngành Marketing bậc đại học gồm 15 chuẩn đầu ra (PLO), được xây dựng theo qui định khung năng lực của Bộ giáo dục và Đào tạo và áp dụng thang bậc năng lực Bloom. Sinh viên tốt nghiệp ngành Marketing trình độ đại học phải đạt được các yêu cầu năng lực sau đây:

## **2.1. Chuẩn đầu ra về kiến thức**

### **a) Kiến thức giáo dục đại cương**

- **PLO1:** Đạt chuẩn kiến thức đại cương theo quy định của Bộ GD&ĐT đối với ngành Marketing: Nắm vững những nguyên lý, quy luật cơ bản trong lĩnh vực xã hội, tự nhiên; Có đủ kiến thức về lý luận chính trị, nhận thức và hiểu biết về Chủ nghĩa xã hội khoa học, về Đảng cộng sản Việt Nam, về Tư tưởng Hồ Chí Minh; Khoa học tự nhiên, khoa học xã hội nhân văn và vận dụng vào việc giải thích, phân tích các vấn đề kinh doanh, marketing và xã hội; Áp dụng kiến thức Giáo dục thể chất- Giáo dục quốc phòng an ninh vào công tác rèn luyện sức khỏe đáp ứng yêu cầu học tập và làm việc, xây dựng và bảo vệ Tổ quốc.

- **PLO2:** Hiểu được thế giới quan, phương pháp luận chủ nghĩa Mác Lê Nin và ứng dụng trong học tập, nghiên cứu và học tập các học phần khác. Có phương pháp luận và khả năng nghiên cứu, tư duy logic, phân tích, giải quyết được những vấn đề mới trong lĩnh vực kinh doanh, marketing về cả lý luận và thực tiễn trong bối cảnh phát triển kinh tế của Việt Nam và thế giới ngày nay.

### **b) Kiến thức cơ sở ngành**

**PLO3:** Có kiến thức cơ bản về nguyên lý kinh tế và quản trị kinh doanh gồm kinh tế học vi mô, vĩ mô, marketing căn bản, quản trị kinh doanh; Hiểu và vận dụng các quy định pháp luật của nhà nước về kinh doanh, marketing; Vận dụng các quy luật kinh tế, kiến thức cơ bản về quản trị kinh doanh, marketing để quyết những tình huống kinh doanh và marketing cụ thể.

### **b) Kiến thức chuyên ngành**

- **PLO4:** Hiểu và áp dụng kiến thức lý luận và thực tiễn chuyên sâu về marketing: Digital marketing, Nghiên cứu marketing, Quản trị Marketing, Marketing dịch vụ, Quản trị kênh phân phối, Quản trị bán hàng, Quản trị thương hiệu, Truyền thông Marketing tích hợp; Thực hành nghiệp vụ marketing, khởi nghiệp, Marketing khách hàng tổ chức.

- **PLO5:** Làm chủ được kiến thức chuyên ngành; vận dụng linh hoạt và sáng tạo các kiến thức đã học vào giải quyết các vấn đề của thực tiễn đời sống kinh tế; Đánh giá và đề xuất các giải pháp marketing, quản trị marketing hiệu quả trong quá trình thực hiện nghiệp vụ chuyên môn.

## **2.2. Chuẩn đầu ra về kỹ năng**

### **a) Kỹ năng phân tích, đánh giá, phản biện, sáng tạo**

**PLO6:** Phân tích, tổng hợp và đánh giá thông tin, để giải quyết các công việc trong lĩnh vực chuyên ngành marketing như phân tích môi trường kinh doanh, dự báo nhu cầu thị trường, xây dựng các chiến lược marketing v.v.

**PLO7:** Đánh giá được thực trạng và những vấn đề, tình huống phát sinh trong thực tiễn áp dụng marketing cũng như làm nghề marketing, đồng thời có khả năng sử dụng các giải pháp thay thế trong điều kiện môi trường luôn thay đổi.

**b) Kỹ năng hoạch định, tư vấn**

**PLO8:** Có phương pháp và kỹ năng điều hành, xây dựng, phối hợp đưa ra các quyết định để giải quyết, ứng biến các vấn đề nảy sinh trong thực tiễn áp dụng marketing; Đề xuất, tư vấn các giải pháp để góp phần hoàn thiện chiến lược và chính sách kinh doanh và marketing.

**b) Kỹ năng lãnh đạo, điều hành tổ chức**

**PLO9:** Có kỹ năng lãnh đạo, điều hành bộ phận marketing; Kỹ năng tổ chức hội họp; Quản lý, tổ chức và thực hiện các kế hoạch, chính sách và chiến lược marketing, phát triển thương hiệu, định giá bán sản phẩm, kế hoạch phân phối, kế hoạch truyền thông hỗn hợp, quảng cáo, hoạt động quan hệ công chúng, chăm sóc khách hàng.

**c) Kỹ năng giao tiếp, ứng xử, làm việc nhóm và tạo dựng các mối quan hệ**

**PLO10:** Đàm phán, diễn thuyết, ứng xử và giao tiếp có hiệu quả trong hoạt động của lĩnh vực chuyên môn marketing và trong cuộc sống. Xây dựng được các mối quan hệ tốt với đồng nghiệp, đối tác, khách hàng, cổ đông, cơ quan công quyền và cộng đồng. Có kỹ năng làm việc nhóm, thuyết trình.

**d) Kỹ năng ngoại ngữ**

**PLO11:** Đạt năng lực tiếng Anh chuẩn đầu ra theo qui định để giao tiếp, đọc hiểu các văn bản thông thường, các tài liệu chuyên môn về kinh doanh và marketing.

**e) Kỹ năng tin học văn phòng và công nghệ thông tin**

**PLO12:** Sử dụng thành thạo các phần mềm tin học văn phòng. Hiểu và biết ứng dụng công nghệ thông tin, phần mềm vào trong công việc kinh doanh, marketing, bán hàng và giao tiếp điện tử. Đạt chứng chỉ ứng dụng công nghệ thông tin theo qui định.

**2.3. Chuẩn đầu ra về thái độ, mức độ tự chủ, tự chịu trách nhiệm**

**a) Thái độ**

**PLO13:** Có ý thức vượt khó vươn lên trong học tập và công tác; phấn đấu trở thành chuyên gia, nhà quản trị giỏi và chuyên nghiệp trong lĩnh vực marketing; Tích cực tham gia các hoạt động chính trị - văn hóa - xã hội; Thực hiện tốt trách nhiệm công dân và có quan hệ cộng đồng tốt; Tự học và tích cực cập nhật, phát triển và vận dụng các kiến thức mới về kinh doanh, marketing; Chấp hành nội quy, quy chế tại nơi làm việc và tuân thủ luật pháp.

**b) Mức độ tự chủ**

**PLO14:** Tự định hướng, tự thích nghi với môi trường làm việc khác nhau; tự hoàn thiện và phát triển các kiến thức nhằm nâng cao năng lực bản thân để vận dụng vào công tác chuyên môn.

**c) Mức độ tự chịu trách nhiệm**

**PLO15:** Có phẩm chất đạo đức nghề nghiệp, trách nhiệm công dân, tôn trọng và chấp hành pháp luật, có ý thức tổ chức kỷ luật; có tinh thần hợp tác. Có tác phong làm việc chuyên nghiệp và tinh thần hợp tác

Ghi chú:

**Trình độ năng lực đánh giá theo thang năng lực Bloom, cụ thể:**

1- *Chuẩn Kiến thức (1-6):* 1-Ghi nhớ; 2- Hiểu; 3- Áp dụng; 4- Phân tích; 5- Đánh giá; 6- Sáng tạo

2 - *Chuẩn Kỹ năng (1-5):* 1- Bắt chước; 2- Làm được; 3- Chính xác; 4- Phối hợp; 5- Thuần thục.

3 - *Chuẩn Năng lực tự chủ và tự chịu trách nhiệm (1-5):* 1- Tiếp nhận; 2- Đáp ứng; 3- Đánh giá thảo luận; 4- Tổ chức thực hiện; 5- Đặc trưng hóa.

## **2.2. Vị trí việc làm của người học sau tốt nghiệp**

*Nhóm 1: Vị trí làm việc tại các tổ chức, doanh nghiệp*

- Làm chuyên viên, quản trị của các bộ phận có liên quan đến hoạt động marketing, thị trường, khách hàng, thương hiệu và hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp như: Bộ phận marketing, quản trị marketing, quản trị phát triển thị trường, thị trường, khách hàng; Bộ phận nghiên cứu và phát triển, nghiên cứu thị trường và marketing; Bộ phận quản trị truyền thông, quản trị giá sản phẩm; Bộ phận quản trị phân phối; Bộ phận quản trị đầu tư, truyền thông, xúc tiến thương mại, quảng cáo, quan hệ công chúng (PR), tuyên truyền; Bộ phận quản trị bán và dịch vụ khách hàng, quản trị quan hệ khách hàng; Bộ phận quản trị chiến lược, chính sách marketing; Bộ phận quản trị logistics, chuỗi cung ứng; Bộ phận quản trị sản phẩm v.v.

- Có khả năng tự nghiên cứu chuyển đổi nhanh để làm việc được ở các bộ phận thuộc chức năng, quá trình quản trị kinh doanh khác (quản trị nhân lực, quản trị tác nghiệp, quản trị kinh doanh, quản trị kinh doanh xuất nhập khẩu, logistics,...) ở các doanh nghiệp.

- Có thể thăng tiến làm trưởng các bộ phận, giám đốc bộ phận về kinh doanh, marketing, thương hiệu, truyền thông, chăm sóc khách hàng v.v

- Tự khởi nghiệp.

*Nhóm 2: Vị trí làm việc tại các trường đại học, viện nghiên cứu*

- Làm giảng viên giảng dạy và nghiên cứu tại các trường đại học khối ngành Kinh tế, Quản trị kinh doanh và Marketing.

- Làm nghiên cứu viên tại các viện nghiên cứu và các tổ chức, đơn vị nghiên cứu thị trường,... có liên quan đến thị trường, khách hàng, thương hiệu, marketing, marketing thương mại; Và có thể phát triển thành chuyên gia

*Nhóm 3: Vị trí làm việc tại các cơ quan quản lý nhà nước*

- Chuyên viên phân tích dự báo, tư vấn chính sách liên quan tới thị trường, khách hàng, thương hiệu và xúc tiến truyền thông

- Phụ trách bộ phận Quản lý thị trường, quản lý thương mại, truyền thông, xúc tiến thương mại

### **2.3. Khả năng học tập, nâng cao trình độ sau tốt nghiệp**

Trên nền tảng các kiến thức và kỹ năng đã được trang bị, sinh viên sau khi tốt nghiệp có khả năng:

Trên nền tảng các kiến thức và kỹ năng đã được trang bị, sinh viên sau khi tốt nghiệp có khả năng:

- Tự học tập nâng cao trình độ và tham gia học tập ở bậc cao hơn (Thạc sĩ, Tiến sĩ) ngành Marketing, kinh doanh thương mại.

- Có điều kiện liên thông sang các ngành đào tạo khác thuộc khối ngành kinh tế, quản lý và kinh doanh;

- Tự nghiên cứu, học tập, bổ sung các tri thức mới và kỹ năng còn thiếu nhằm đáp ứng với yêu cầu của vị trí và môi trường công tác cụ thể.

**Bảng 01: Ma trận tích hợp mục tiêu đào tạo và chuẩn đầu ra của chương trình đào tạo**

<b>Chuẩn đầu ra CTĐT (PLO)</b>	<b>Mục tiêu CTĐT (PG)</b>		
<b>Chuẩn đầu ra CTĐT (PLO)</b>	<b>PG1</b> <i>(Kiến thức)</i>	<b>PG2</b> <i>(Kỹ Năng)</i>	<b>PG3</b> <i>(Thái độ, mức tự chủ, tự chịu trách nhiệm)</i>
PLO1 <i>(Kiến thức đại cương)</i>	X		
PLO2 <i>(Kiến thức đại cương)</i>	X		
PLO3 <i>(Kiến thức cơ sở ngành)</i>	X		
PLO4 <i>(Kiến thức chuyên ngành)</i>	X		
PLO5 <i>(Kiến thức chuyên ngành)</i>	X		

PLO6 (Kỹ năng phân tích, tổng hợp)		X	
PLO7 (Kỹ năng đánh giá, phản biện, sáng tạo)		X	
PLO8 (Kỹ năng hoạch định, tư vấn)		X	
PLO9 (Kỹ năng lãnh đạo, điều hành tổ chức)		X	
PLO10 (Kỹ năng giao tiếp, làm việc nhóm, tạo dựng quan hệ)		X	
PLO11 (Kỹ năng ngoại ngữ)			X
PLO12 (Kỹ năng tin học văn phòng và công nghệ thông tin)			X
PLO13 (Thái độ)			X
PLO14 (Mức tự chủ)			X
PLO15 (Mức tự chịu trách nhiệm)			X

### 3. CHUẨN ĐẦU VÀO CỦA CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO

Chuẩn đầu vào của chương trình đào tạo ngành Marketing trình độ đại học là người học phải tốt nghiệp trung học phổ thông hoặc trình độ tương đương.

### 4. KHỐI LƯỢNG HỌC TẬP

Chương trình đào tạo ngành Marketing học trình độ đại học có khối lượng học tập là 125 tín chỉ, cộng với khối lượng giáo dục thể chất, giáo dục quốc phòng - an ninh theo quy định hiện hành.

### 5. CẤU TRÚC VÀ NỘI DUNG CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO

#### 5.1. Cấu trúc Chương trình đào tạo

Chương trình đào tạo Marketing trình độ Đại học gồm 125 tín chỉ. Trong đó khối kiến thức giáo dục đại cương gồm 31 tín chỉ, có tỉ lệ 24,8%; khối kiến thức giáo dục chuyên nghiệp gồm 94 tín chỉ, có tỉ lệ 75,2%.

Khối kiến thức giáo dục chuyên nghiệp được cấu thành bởi 2 nhóm:

+ Kiến thức cơ sở ngành (39 tín chỉ: 31 tín chỉ bắt buộc, 08 tín chỉ tự chọn, chiếm 31,2% toàn khối);

+ Nhóm kiến thức chuyên ngành (45 tín chỉ: 34 tín chỉ bắt buộc, 11 tín chỉ tự chọn; chiếm 36% toàn khối);



+ Báo cáo thực tập tốt nghiệp và Khóa luận tốt nghiệp: 10 tín chỉ (chiếm 11.2% toàn khối)

Cụ thể như sau:

**Bảng 02: Cấu trúc kiến thức trong chương trình đào tạo**

TT	Khối kiến thức	Số tín chỉ	Số giờ tín chỉ		
			LT/BT (Giờ)	TH/TL (giờ)	TT/ĐA/KL (Giờ)
1	<b>Kiến thức giáo dục đại cương</b> (chưa bao gồm GDTC & GDQPAN)	31	430	70	0
2	<b>Kiến thức giáo dục chuyên nghiệp</b>	94	1035	345	625
	Trong đó:				
	1. Kiến thức cơ sở ngành	39	480	150	50
	2. Kiến thức chuyên ngành	45	555	195	75
	3. Thực tập tốt nghiệp, KLTN	10	0	0	500
	<b>Tổng</b>	<b>125</b>	<b>1465</b>	<b>415</b>	<b>625</b>

## 5.2. Nội dung Chương trình đào tạo

### 5.2.1. Khung Chương trình đào tạo

**Bảng 03: Khung chương trình đào tạo ngành Marketing trình độ đại học**

Stt	Mã học phần	Tên học phần	Số tín chỉ	LT/BT (Giờ)	TH/TL (giờ)	TT/ĐA/KL (Giờ)	Phân kỳ
1	<b>KIẾN THỨC ĐẠI CƯƠNG</b>		31	430	70		
1.1	<b>Lý luận chính trị</b>		11	165			
1	111901	Triết học Mác - Lê nin (Marxist-Leninist philosophy)	3	45			1
2	111902	Kinh tế chính trị Mác - Lê nin (Marxist-Leninist political economics)	2	30			2
3	111903	Chủ nghĩa xã hội khoa học (Scientific Socialism)	2	30			3
4	111904	Lịch sử Đảng cộng sản Việt	2	30			4

		Nam (History of the Communist Party of Vietnam)					
5	111905	Tư tưởng Hồ Chí Minh (Ho Chi Minh's ideology)	2	30			5
<b>1.2</b>	<b>Ngoại ngữ</b>		<b>9</b>	<b>120</b>	<b>30</b>		
6	115901	Tiếng Anh 1 (English 1)	3	40	10		1
7	115902	Tiếng Anh 2 (English 2)	3	40	10		2
8	115903	Tiếng Anh 3 (English 3)	3	40	10		3
<b>1.3</b>	<b>Khoa học tự nhiên - Toán-Tin</b>		<b>6</b>	<b>75</b>	<b>30</b>		
9	117906	Toán cao cấp (Advanced Mathematics)	3	45			1
10	109945	Tin học cơ bản (Basic Informatics)	3	30	30		1
<b>1.4</b>	<b>Khoa học xã hội - nhân văn</b>		<b>5</b>	<b>70</b>	<b>10</b>		
11	118901	Pháp luật đại cương (Fundamentals of Law)	3	45			1
12	110903	Soạn thảo văn bản (Text editing techniques)	2	25	10		2
<b>1.5</b>	<b>Giáo dục thể chất, GDQP: 12TC</b>						
13	119901	Giáo dục thể chất đại cương (Giáo dục thể chất 1) (Physical education 1)	1		30		1
<i>Kiến thức lựa chọn (SV lựa chọn 01 học phần trong mỗi tổ hợp)</i>							
14	119905/ 119902	Cầu lông 1/Bóng chuyền 1 (GDTC 2) (Physical education 2)	1		30		2
15	119906/ 119903	Cầu lông 2/Bóng chuyền 2 (GDTC 3) (Physical education 3)	1		30		3
16	119907/ 119904	Cầu lông 3/Bóng chuyền 3 (GDTC 4) (Physical education 4)	1		30		4
<i>Giáo dục quốc phòng: 8TC</i>							
17	120901	GDQP&AN 1 (Defense education 1): Đường lối quốc phòng và an ninh của Đảng	2	37	8		3

		Cộng sản Việt Nam					
18	120902	GDQP&AN 2 (Defense education 2): Công tác quốc phòng và an ninh	2	22	8		3
19	120903	GDQP&AN 3 (Defense education 3): Quân sự chung	2	14	16		3
20	120904	GDQP&AN 4 (Defense education 4): Kỹ thuật chiến đấu bộ binh và chiến thuật	2	4	56		3
<b>2. Kiến thức giáo dục chuyên nghiệp</b>			<b>94</b>	<b>1035</b>	<b>345</b>	<b>625</b>	
<b>2.1. Kiến thức cơ sở ngành và khối ngành</b>			<b>39</b>	<b>480</b>	<b>150</b>	<b>50</b>	
<b>a) Kiến thức bắt buộc:</b>			<b>31</b>	<b>380</b>	<b>110</b>	<b>50</b>	
21	101902	Kinh tế vi mô (Microeconomic)	3	40	10		2
22	101903	Kinh tế vĩ mô (Macroeconomic)	3	40	10		3
23	102901	Marketing căn bản (Basic Marketing)	3	40	10		4
24	104901	Nguyên lý kế toán (Accounting principles)	2	25	10		2
25	102902	Nguyên lý thống kê (Principles of statistics)	3	40	10		2
26	103901	Lý thuyết Tài chính - Tiền tệ (Financial and monetary theory)	2	25	10		2
27	118902	Luật kinh tế (Business Law)	3	40	10		4
28	115939	Tiếng Anh chuyên ngành English for Specific Purposes (Economics - Business Administration)	3	40	10		6
29	102903	Phân tích hoạt động kinh doanh (Business analysis)	2	25	10		5
30	102904	Hệ thống thông tin quản lý (Management information systems)	2	25	10		5
31	102905	Quản trị kinh doanh (Business Administration)	3	40	10		4

32	102929	Thực tế cơ sở ngành tại doanh nghiệp (The actual project of the industry base)	2		30	50	6
<b>b) Kiến thức lựa chọn (SV lựa chọn 04 học phần trong 08 học phần)</b>			<b>8</b>	<b>100</b>	<b>40</b>	<b>0</b>	
33	110926	Kỹ năng mềm (Soft skills)	2	25	10		4
34	110907	Giao dịch và đàm phán kinh doanh (Transactions and business negotiations)	2	25	10		4
35	103907	Thị trường chứng khoán (Stock market)	2	25	10		5
36	101914	Kinh doanh quốc tế (International bussiness)	2	25	10		5
37	104918	Kế toán tài chính (Financial accounting)	2	25	10		5
38	103905	Tài chính doanh nghiệp (Corporate finance)	2	25	10		5
39	110906	Phương pháp nghiên cứu khoa học (Business Research Methodology)	2	25	10		6
40	102909	Thương mại điện tử (E-commerce)	2	25	10		6
<b>2.2. Kiến thức ngành và chuyên ngành</b>			<b>55</b>	<b>555</b>	<b>195</b>	<b>575</b>	
<b>a) Kiến thức bắt buộc</b>			<b>34</b>	<b>410</b>	<b>155</b>	<b>75</b>	
41	102932	Marketing kỹ thuật số (Digital Marketing)	3	40	10		5
42	102933	Marketing dịch vụ (Services Marketing)	3	40	10		5
43	102934	Marketing khách hàng tổ chức (Marketing B2B)	3	40	10		6
44	102935	Hành vi khách hàng (Consumer Behaviour)	3	40	10		5
45	102936	Nghiên cứu marketing (Research Marketing)	3	40	10		7
46	102911	Quản trị marketing (Marketing management)	3	40	10		6

47	102921	Quản trị bán hàng (Sales Management)	3	40	10		7
48	102937	Quản trị kênh phân phối (Quản trị kênh phân phối)	3	40	10		7
49	102914	Quản trị thương hiệu (Brand Management)	3	40	10		7
50	102938	Truyền thông marketing tích hợp (Intergrated Marketing Communications)	2	25	10		7
51	102907	Khởi nghiệp (Start up)	2	25	10		7
52	102939	Thực hành nghiệp vụ marketing (Marketing practice)	3		45	75	7
<b>b) Kiến thức lựa chọn (SV lựa chọn 4 học phần trong 8 học phần)</b>			<b>11</b>	<b>145</b>	<b>40</b>	<b>0</b>	
53	102908	Quản trị nhân lực (Managing human resource)	3	40	10		6
54	102940	Quan hệ công chúng (Public Relations)	3	40	10		6
55	102910	Quản trị chiến lược (Strategic Management)	3	40	10		4
56	102919	Quản trị tài chính (Finance Management)	3	40	10		4
57	110909	Văn hóa kinh doanh (Corporate culture)	3	40	10		6
58	102913	Quản trị hậu cần kinh doanh (Post-administration needs business)	3	40	10		6
59	102941	Marketing du lịch (Marketing in tourism)	2	25	10		4
60	102942	Marketing quốc tế (International marketing)	2	25	10		4
<b>2.3. Thực tập tốt nghiệp và Khóa luận tốt nghiệp: 10 TC</b>			<b>10</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>500</b>	
61	102943	Thực tập và Báo cáo thực tập tốt nghiệp	4			200	8
62	102944	Khóa luận tốt nghiệp	6			300	8

<b>Tổng CTĐT</b>	<b>125</b>	<b>1465</b>	<b>415</b>	<b>625</b>	
------------------	------------	-------------	------------	------------	--

***5.2.2. Ma trận đóng góp của các học phần vào mức độ đạt chuẩn đầu ra của chương trình đào tạo***

*(Xem bảng 04)*

**Bảng 04: Ma trận giữa các khối kiến thức và chuẩn đầu ra của chương trình đào tạo ngành Marketing**

TT	KHỐI KIẾN THỨC	TÍN CHỈ		CHUẨN ĐẦU RA NGÀNH QTKD														
		SL	%	PG1: Kiến thức					PG2: Kỹ năng						PG3: Thái độ, năng lực tự chủ tự chịu trách nhiệm			
									Kỹ năng chuyên môn			Kỹ năng mềm						
				Kiến thức giáo dục đại cương	Kiến thức cơ sở ngành	Kiến thức chuyên ngành	Phân tích, đánh giá, phản biện, sáng tạo	Hoạch định, tư vấn	Điều hành, tổ chức	Giao tiếp, làm việc nhóm, quan hệ	Ngoại ngữ	Tin học	Thái độ	Năng lực tự chủ	Năng lực tự chịu trách nhiệm			
PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5	PLO6	PLO7	PLO8	PLO9	PLO10	PLO11	PLO12	PLO13	PLO14	PLO15				
1	<b>Kiến thức giáo dục đại cương</b>	<b>31</b>																
1.1	<b>Lý luận chính trị</b>																	
1	Triết học Mác - Lê nin	3		X	X				X				X			X	X	X
2	Kinh tế chính trị Mác - Lê nin	2		X	X				X				X			X	X	X
3	Chủ nghĩa xã hội khoa học	2		X	X				X				X			X	X	X
4	Lịch sử Đảng cộng sản Việt Nam	2		X	X				X				X			X	X	X

5	Tư tưởng Hồ Chí Minh	2		X	X					X				X	X	X	
<b>1.2</b>	<b>Ngoại ngữ</b>																
6	Tiếng Anh 1	3		X	X								X	X	X		
7	Tiếng Anh 2	3		X	X								X	X	X		
8	Tiếng Anh 3	3		X	X								X	X	X		
<b>1.3</b>	<b>Khoa học tự nhiên</b>																
9	Toán cao cấp	3		X	X								X		X		
10	Tin học cơ bản	3		X	X								X		X	X	
<b>1.4</b>	<b>Khoa học xã hội</b>																
11	Pháp luật đại cương	3		X	X										X	X	X
12	Soạn thảo văn bản	2		X	X										X	X	X
<b>1.5</b>	<b>Giáo dục thể chất (GDTC)</b>																
13	GDTC đại cương (GDTC 1)	1		X	X								X		X	X	
	<i>Tự chọn (chọn 1 trong 2 học phần)</i>																
14	Cầu lông 1/Bóng chuyền 1 (Giáo dục thể chất 2)	1		X	X								X		X	X	



15	Cầu lông 2/Bóng chuyền 2 (Giáo dục thể chất 3)	1		X	X								X			X		
16	Cầu lông 3/Bóng chuyền 3 (Giáo dục thể chất 4)	1		X	X								X			X	X	
	<b>Giáo dục quốc phòng: 8TC</b>																	
17	GDQP&AN 1: Đường lối quốc phòng và an ninh của Đảng Cộng sản Việt Nam	2		X	X								X			X	X	X
18	GDQP&AN 2: Công tác quốc phòng và an ninh	2		X	X								X			X	X	X
19	GDQP&AN 3: Quân sự chung	2		X	X								X			X	X	X
20	GDQP&AN 4: Kỹ thuật chiến đấu bộ binh và chiến thuật	2		X	X								X			X	X	X
2	<b>Kiến thức giáo dục chuyên nghiệp</b>	<b>86</b>																
2.1	<b>Khởi kiến thức cơ sở ngành</b>	<b>36</b>																
21	Kinh tế vi mô	3				X			X				X			X		
22	Kinh tế vĩ mô	3				X			X				X			X		
23	Marketing căn bản	3				X			X				X			X	X	X
24	Nguyên lý kế toán	2				X							X			X		
25	Nguyên lý thống kê	3				X							X			X	X	X

26	Lý thuyết Tài chính - Tiền tệ	2				X							X	X		X		
27	Luật kinh tế	3				X			X		X					X		
28	Tiếng Anh chuyên ngành (Marketing)	3				X							X	X		X	X	X
29	Phân tích hoạt động kinh doanh	2				X			X				X			X		
30	Hệ thống thông tin quản lý	2				X			X				X			X		
31	Quản trị kinh doanh	3				X		X	X	X		X	X			X	X	X
32	Thực tế cơ sở ngành tại doanh nghiệp	2				x		x	x	X		x	x			x	x	x
	<b><i>Kiến thức lựa chọn (SV lựa chọn 4 HP trong 8 học phần)</i></b>																	
33	Giao dịch và đàm phán kinh doanh	2				X			X			X	X			X		
34	Giao dịch và đàm phán kinh doanh	2				X			X			X	X			X		
35	Thị trường chứng khoán	2				X			X				X			X		
36	Kinh doanh quốc tế	2				X			X				X			X		

37	Kế toán tài chính	2				X			X				X			X		
38	Tài chính doanh nghiệp	2				X			X				X			X		
39	Phương pháp nghiên cứu khoa học	2				X			X	X			X			X		
40	Thương mại điện tử	2				X			X	X			X			X		
2.2	<b><i>Kiến thức ngành và chuyên ngành</i></b>	<b>45</b>																
41	Digital Marketing	3					X	X	X				X			X	X	X
42	Marketing dịch vụ	3					X	X	X				X			X	X	X
43	Marketing khách hàng tổ chức	3					X	X	X	X			X			X	X	X
44	Hành vi khách hàng	3					X	X	X	X	X		X			X	X	X
45	Nghiên cứu marketing	3					X	X	X	X	X		X			X	X	X
46	Quản trị marketing	3					X	X	X	X	X	X	X			X	X	X
47	Quản trị bán hàng	3					X	X	X	X	X	X	X			X	X	X
48	Quản trị kênh phân phối	3					X	X	X	X			X			X	X	X
49	Quản trị thương hiệu	3					X	X	X	X			X			X	X	X
50	Truyền thông marketing tích hợp	2					X	X	X	X			X			X	X	X
51	Khởi nghiệp	2					X	X	X	X	X		X			X	X	X

52	Thực hành nghiệp vụ marketing	3					X	X	X	X	X	X	X			X	X	X
<b><i>b) Kiến thức lựa chọn (SV lựa chọn 4 HP trong 8 học phần)</i></b>																		
53	Quản trị nhân lực	3					X	X	X	X			X			X	X	X
54	Quan hệ công chúng	3					X	X	X	X			X			X	X	X
55	Quản trị chiến lược	3					X	X	X	X			X			X	X	X
56	Quản trị tài chính	3					X	X	X	X			X			X	X	X
57	Văn hóa kinh doanh	3					X	X	X	X			X			X	X	X
58	Quản trị hậu cần kinh doanh	3					X	X	X	X			X			X	X	X
59	Marketing du lịch	2					X	X	X	X			X			X	X	X
60	Marketing quốc tế	2					X	X	X	X			X			X	X	X
<b>2.3</b>	<b><i>BCTTTN và KLTN</i></b>	<b>10</b>																
61	Báo cáo thực tập tốt nghiệp	4					X	X	X	X	X	X	X			X	X	X
62	Khóa luận tốt nghiệp	6					X	X	X	X	X	X	X			X	X	X

### 5.2.3. Kế hoạch đào tạo

Chương trình đào tạo Marketing trình độ đại học thực hiện trong 04 năm với 08 học kì, trong đó học kì 1 với 16 tín chỉ, học kì 2 là 18 tín chỉ, học kì 3 với 17 tín chỉ, học kì 4 là 19 tín chỉ, học kì 5 với 19 tín chỉ, học kì 6 là 19 tín chỉ, học kì 7 với 19 tín chỉ, học kì 8 là 10 tín chỉ. Cụ thể như sau:

**Bảng 05: Kế hoạch đào tạo ngành Marketing trình độ đại học**

STT	Mã học phần	Tên học phần	Số tín chỉ	Ghi chú
<b>HỌC KỲ 1</b>				
<b>Bắt buộc</b>			<b>16</b>	
1	111901	Triết học Mác - Lê nin	3	
2	115901	Tiếng Anh 1	3	
3	117906	Toán cao cấp (dành cho các nhà kinh tế)	3	
4	109945	Tin học cơ bản	3	
5	118901	Pháp luật đại cương	3	
6	119901	Giáo dục thể chất đại cương (Giáo dục thể chất 1)	1	
<b>HỌC KỲ 2</b>			<b>18</b>	
<b>Bắt buộc</b>			<b>18</b>	
7	110903	Soạn thảo văn bản	2	
8	111902	Kinh tế chính trị Mác - Lê nin	2	
9	115902	Tiếng Anh 2	3	
10	119905	Cầu lông 1/Bóng chuyền 1 (GDTC 2)	1	
11	101902	Kinh tế vi mô	3	
12	104901	Nguyên lý kế toán	2	
13	102902	Nguyên lý thống kê	3	
14	103901	Lý thuyết Tài chính - Tiền tệ	2	
<b>HỌC KỲ 3</b>			<b>17</b>	
<b>Bắt buộc</b>			<b>17</b>	
15	111903	Chủ nghĩa xã hội khoa học	2	
16	115903	Tiếng Anh	3	
17	119906	Cầu lông 2/Bóng chuyền 2 (GDTC 3)	1	
18	120901	GDQP&AN 1: Đường lối quốc phòng và an ninh của Đảng Cộng sản Việt Nam	2	

19	120902	GDQP&AN 2: Công tác quốc phòng và an ninh	2	
20	120903	GDQP&AN 3: Quân sự chung	2	
21	120904	GDQP&AN 4: Kỹ thuật chiến đấu bộ binh và chiến thuật	2	
22	101903	Kinh tế vĩ mô	3	
<b>HỌC KỲ 4</b>			<b>19</b>	
<b><i>Bắt buộc</i></b>			<b>12</b>	
23	111904	Lịch sử Đảng cộng sản Việt Nam	2	
24	119907	Cầu lông 3/Bóng chuyền 3 (GDTC 4)	1	
25	102901	Marketing căn bản	3	
26	118902	Luật kinh tế	3	
27	102905	Quản trị kinh doanh	3	
<b><i>Lựa chọn (lựa chọn 3 trong 6 học phần)</i></b>			<b>7</b>	
28	110926	Kỹ năng mềm	2	
29	110907	Giao dịch và đàm phán kinh doanh	2	
30	102910	Quản trị chiến lược	3	
31	102919	Quản trị tài chính	3	
32	102941	Marketing du lịch	2	
33	102942	Marketing quốc tế	2	
<b>HỌC KỲ 5</b>			<b>19</b>	
<b><i>Bắt buộc</i></b>			<b>15</b>	
34	111905	Tư tưởng Hồ Chí Minh	2	
35	102903	Phân tích hoạt động kinh doanh	2	
36	102904	Hệ thống thông tin quản lý	2	
37	102932	Digital Marketing	3	
38	102933	Marketing dịch vụ	3	
39	102935	Hành vi khách hàng	3	
<b><i>Lựa chọn (chọn 2 trong 4 học phần)</i></b>			<b>4</b>	
40	103907	Thị trường chứng khoán	2	
41	101914	Kinh doanh quốc tế	2	
42	104918	Kế toán tài chính	2	
43	103905	Tài chính doanh nghiệp	2	
<b>HỌC KỲ 6</b>			<b>19</b>	

<b>Bắt buộc</b>			<b>11</b>	
44	115939	Tiếng Anh chuyên ngành (Marketing)	3	
45	102929	Thực tế cơ sở ngành tại doanh nghiệp	2	
46	102934	Marketing khách hàng tổ chức	3	
47	102911	Quản trị marketing	3	
<b>Tự chọn (Sinh viên chọn 3 trong 6 học phần)</b>			<b>8</b>	
48	110906	Thương mại điện tử	2	
49	102909	Phương pháp nghiên cứu khoa học	2	
50	102908	Quản trị nhân lực	3	
51	102940	Quan hệ công chúng	3	
52	110909	Văn hóa kinh doanh	3	
53	102913	Quản trị hậu cần kinh doanh	3	
<b>HỌC KỲ 7</b>			<b>19</b>	
<b>Bắt buộc</b>			<b>19</b>	
54	102936	Nghiên cứu marketing	3	
55	102921	Quản trị bán hàng	3	
56	102937	Quản trị kênh phân phối	3	
57	102914	Quản trị thương hiệu	3	
58	102938	Truyền thông marketing tích hợp	2	
59	102907	Khởi nghiệp	2	
60	102939	Thực hành nghiệp vụ marketing	3	
<b>HỌC KỲ 8</b>			<b>10</b>	
<b>Bắt buộc</b>			<b>10</b>	
61	102943	Báo cáo thực tập tốt nghiệp	4	
62	102944	Khóa luận tốt nghiệp	6	
<b>Tổng số tín chỉ toàn khóa (chưa bao gồm GDTC và QPAN)</b>			<b>125</b>	

#### 5.2.4. Mô tả học phần

##### 1. Triết học Mác - Lê Nin, Mã: 111901

Số tín chỉ: 03 tín chỉ

Học phần trình bày những nét khái quát nhất về triết học, triết học Mác - Lênin và vai trò của triết học Mác - Lênin trong đời sống xã hội; những nội dung cơ bản của chủ nghĩa duy vật biện chứng, gồm vấn đề vật chất và ý thức; phép biện chứng duy vật; lý luận nhận thức của chủ nghĩa duy vật biện chứng; những nội dung cơ bản của chủ nghĩa duy vật lịch sử, gồm vấn đề hình thái kinh tế- xã hội; giai cấp và dân tộc; nhà nước và

cách mạng xã hội; ý thức xã hội; triết học về con người.

## **2. Kinh tế chính trị Mác - Lê Nin, Mã: 111902**

Số tín chỉ: 02 tín chỉ

Nội dung học phần đề cập đến: đối tượng, phương pháp nghiên cứu và chức năng của kinh tế chính trị Mác - Lênin; nội dung cốt lõi về hàng hóa, thị trường và vai trò của các chủ thể trong nền kinh tế thị trường; giá trị thặng dư trong nền kinh tế thị trường; cạnh tranh và độc quyền trong nền kinh tế thị trường; những vấn đề chủ yếu về 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 quốc tế của Việt Nam.

## **3. Chủ nghĩa xã hội khoa học, Mã: 111903**

Số tín chỉ: 02 tín chỉ

Học phần bao gồm các nội dung cơ bản, cốt lõi nhất về Chủ nghĩa xã hội khoa học, một trong ba bộ phận cấu thành chủ nghĩa Mác - Lênin. Nắm vững quan điểm cơ bản của chủ nghĩa Mác-Lênin về giai cấp công nhân và sứ mệnh lịch sử của giai cấp công nhân, về chủ nghĩa xã hội, thời kỳ quá độ lên chủ nghĩa xã hội; bản chất của nền dân chủ xã hội chủ nghĩa và nhà nước xã hội chủ nghĩa; cơ cấu xã hội - giai cấp và liên minh giai cấp, tầng lớp trong thời kỳ quá độ lên chủ nghĩa xã hội, dân tộc tôn giáo, vấn đề xây dựng gia đình hiện nay.

## **4. Lịch sử Đảng cộng sản Việt Nam, Mã: 111904**

Số tín chỉ: 02 tín chỉ

Học phần bao gồm các nội dung về sự ra đời, phát triển và hoạt động lãnh đạo của Đảng qua các thời kỳ lịch sử. Trang bị cho sinh viên sự hiểu biết về đối tượng, mục đích, nhiệm vụ, phương pháp nghiên cứu, học tập môn Lịch sử Đảng và những kiến thức cơ bản, cốt lõi, hệ thống về sự ra đời của Đảng (1920-1930), quá trình Đảng lãnh đạo cuộc đấu tranh giành chính quyền (1930- 1945), lãnh đạo hai cuộc kháng chiến chống thực dân Pháp và đế quốc Mỹ xâm lược, hoàn thành giải phóng dân tộc, thống nhất đất nước (1945-1975), lãnh đạo cả nước quá độ lên chủ nghĩa xã hội và tiến hành công cuộc đổi mới (1975-2018). Qua đó khẳng định các thành công, nêu lên các hạn chế, tổng kết những kinh nghiệm về sự lãnh đạo cách mạng của Đảng để giúp người học nâng cao nhận thức, niềm tin đối với Đảng và khả năng vận dụng kiến thức đã học vào thực tiễn công tác, góp phần xây dựng và bảo vệ Tổ quốc Việt Nam xã hội chủ nghĩa.

## **5. Tư tưởng Hồ Chí Minh, Mã: 111905**

Số tín chỉ: 02 tín chỉ

Học phần trang bị cho sinh viên: Những hiểu biết về quá trình hình thành, phát triển hệ thống quan điểm, quan niệm, lý luận của Hồ Chí Minh về cách mạng Việt Nam, mà nội dung cốt lõi là tư tưởng về độc lập dân tộc gắn liền với CNXH nhằm giải phóng dân tộc, giải phóng giai cấp và giải phóng con người; Những hiểu biết cơ bản có hệ thống về tư tưởng, đạo đức, giá trị văn hóa Hồ Chí Minh.



## **6. Tiếng Anh 1, Mã: 115901**

Số tín chỉ: 03 tín chỉ

Học phần Tiếng Anh 1 là học phần đầu tiên trong ba chương trình đào tạo ngoại ngữ dành cho sinh viên không chuyên bậc đại học ngành marketing. Học phần cung cấp cho sinh viên những kiến thức cơ bản về: Các thời thể ngữ pháp tiếng Anh cơ bản như hiện tại đơn, quá khứ đơn, hiện tại hoàn thành; các mẫu câu và các cách diễn đạt thường dùng liên quan đến các chủ điểm quen thuộc như bản thân, gia đình, sở thích, công việc...; Những từ vựng được sử dụng trong các tình huống hàng ngày để nói về các chủ điểm quen thuộc của cuộc sống như bản thân, gia đình, quê hương, đất nước; Các cách phát âm cơ bản trong tiếng Anh; Các kỹ năng ngôn ngữ nghe, nói, đọc, viết ở mức độ đơn giản.

Học phần tương đương với trình độ A1<sup>+</sup> theo Khung tham chiếu châu Âu. Học phần này là cơ sở để học tiếp học phần Tiếng Anh 2.

## **7. Tiếng Anh 2, Mã: 115902**

Số tín chỉ: 03 tín chỉ

Học phần tiếng Anh 2 là học phần thứ hai trong chương trình đào tạo ngoại ngữ dành cho sinh viên không chuyên bậc đại học ngành marketing. Học phần cung cấp cho sinh viên những kiến thức mở rộng: Các thời thể ngữ pháp tiếng Anh như thời hiện tại đơn, hiện tại tiếp diễn, hiện tại hoàn thành, tương lai đơn, các phép so sánh ...; Những từ vựng được sử dụng trong các tình huống hàng ngày để nói về các chủ điểm quen thuộc như các hoạt động giải trí, sở thích, thói quen hàng ngày, các dịp lễ hội, ngày nghỉ; công việc, du lịch; - Cách cấu tạo và sử dụng các loại từ vựng như tính từ, trạng từ, đại từ, động từ tình thái, cụm động từ, cách kết hợp từ, quy tắc cấu tạo từ; Các cặp âm, trọng âm từ, câu và các cách phát âm chuẩn theo bảng phiên âm quốc tế; Các kỹ năng ngôn ngữ đọc, nghe, nói, viết ở mức độ tiền trung cấp; Học phần này tương đương với trình độ A2<sup>+</sup> theo khung tham chiếu Châu Âu. Là cơ sở để học tiếp học phần Tiếng Anh 3.

## **8. Tiếng Anh 3, Mã: 115903**

Số tín chỉ: 03 tín chỉ

Học phần tiếng Anh 3 là học phần thứ ba trong chương trình đào tạo ngoại ngữ dành cho sinh viên không chuyên bậc đại học khối ngành kinh tế và marketing. Học phần cung cấp cho sinh viên những kiến thức mở rộng về: Các thời thể ngữ pháp tiếng Anh như quá khứ tiếp diễn, quá khứ hoàn thành, hiện tại hoàn thành tiếp diễn...; Những từ vựng được sử dụng trong các tình huống hàng ngày để nói về các chủ điểm quen thuộc như văn hóa, sức khỏe, sở thích cá nhân, phẩm chất cá nhân, tiền tệ; Cách cấu tạo và sử dụng các loại từ vựng như tính từ, trạng từ, đại từ, động từ tình thái, cụm động từ, cách kết hợp từ, quy tắc cấu tạo từ; Các cặp âm, trọng âm từ, câu và các cách phát âm chuẩn theo bảng phiên âm quốc tế; Các kỹ năng ngôn ngữ đọc, nghe, nói, viết ở mức độ trung cấp. Học phần này tương đương với trình độ A2<sup>+</sup> theo Khung tham chiếu Châu Âu. Học phần này là cơ sở để học tiếp học phần Tiếng Anh chuyên ngành.

### **9. Toán cao cấp, Mã: 117906**

Số tín chỉ: 03 tín chỉ

Học phần cung cấp các kiến thức cơ bản về Đại số tuyến tính như: Ma trận và định thức; Hệ phương trình tuyến tính; Không gian vectơ; Dạng toàn phương; các kiến thức về hàm số, đạo hàm, vi phân, tích phân. Các kiến thức này rất quan trọng đối với các nhà quản trị trong việc tiếp cận với các mô hình kinh tế và phân tích quá trình ra quyết định trong kinh tế và quản lý, giúp giải quyết các bài toán trong thực tiễn cuộc sống.

### **10. Tin học cơ bản, Mã: 109945**

Số tín chỉ: 03 tín chỉ

Học phần cung cấp những kiến thức cơ bản nhất về công nghệ thông tin. Thông qua thực hành, rèn luyện cho sinh viên các kỹ năng. Sử dụng hệ điều hành Windows, soạn thảo văn bản bằng Microsoft Word, xử lý bảng tính bằng Microsoft Excel, trình bày báo cáo bằng Microsoft Powerpoint, sử dụng Internet và E-mail. Trong tài liệu cũng lồng ghép các kỹ năng viết báo cáo khoa học, kỹ năng soạn các bản trình bày trên các máy chiếu đa phương tiện.

### **11. Pháp luật đại cương, Mã: 118901**

Số tín chỉ: 03 tín chỉ

Học phần cung cấp những kiến thức cơ bản về nhà nước và pháp luật nhằm hình thành tư duy và phương pháp nhận thức khoa học đúng đắn về tất cả những vấn đề của nhà nước và pháp luật. Đồng thời, giúp sinh viên tìm hiểu và nắm rõ các quy định về hệ thống chính trị nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam, quyền con người theo Hiến pháp 2013. Một số nội dung cơ bản của pháp luật Dân sự và Tố tụng dân sự, Hình sự và Tố tụng Hình sự, một số nội dung cơ bản của Luật Hôn nhân gia đình, Luật Hành chính và Luật phòng chống tham nhũng.

### **12. Soạn thảo văn bản, Mã: 110903**

Số tín chỉ: 02 tín chỉ

Học phần Soạn thảo văn bản giúp sinh viên hiểu được các kiến thức cơ bản về văn bản, yêu cầu và quy trình khi soạn thảo văn bản; phương pháp soạn thảo một số loại văn bản hành chính thông dụng một cách khoa học, hợp lý và đúng theo quy định của pháp luật với mục đích nâng cao chất lượng và hiệu quả hoạt động quản lý của các cơ quan, đơn vị và hoạt động quản lý, kinh doanh của doanh nghiệp.

### **13. Giáo dục thể chất đại cương (Giáo dục thể chất 1), Mã: 119901**

Số tín chỉ: 01 tín chỉ

Sơ lược khái niệm, mục đích, ý nghĩa và nhiệm vụ của sinh viên trong giáo dục thể chất ở trường học, sơ lược về lịch sử ra đời và phát triển môn điền kinh, luật điền kinh. Đặc điểm, tác dụng tập luyện bài tập thể dục tay không, chạy cự ly ngắn, các bài tập phát triển thể lực chung. Phương pháp tổ chức tập luyện và thi đấu.

### **14. Cầu lông 1/Bóng chuyền 1 (Giáo dục thể chất 2), Mã: 119905/119902**

Số tín chỉ: 01 tín chỉ

Sơ lược lịch sử ra đời và phát triển môn Cầu lông. Đặc điểm, tác dụng của tập luyện Cầu lông. Luật Cầu lông. Các kỹ thuật cơ bản: di chuyển; phát cầu; đánh cầu thấp tay phải, trái; đánh cầu cao tay phải, trái; đánh cầu cao, xa; đập cầu (tay không, có cầu). Phương pháp tổ chức tập luyện, thi đấu. Phát triển thể lực chung và chuyên môn.

### **15. Cầu lông 2/Bóng chuyên 2 (Giáo dục thể chất 3), Mã: 119902/119903**

Số tín chỉ: 01 tín chỉ

Sơ lược lịch sử ra đời và phát triển môn Cầu lông. Đặc điểm, tác dụng của tập luyện Cầu lông. Luật Cầu lông. Các kỹ thuật cơ bản: di chuyển; phát cầu; đánh cầu thấp tay phải, trái; đánh cầu cao tay phải, trái; đánh cầu cao, xa; đập cầu (tay không, có cầu). Phương pháp tổ chức tập luyện, thi đấu. Phát triển thể lực chung và chuyên môn.

### **16. Cầu lông 3/Bóng chuyên 3 (Giáo dục thể chất 4), Mã: 119907/119904**

Số tín chỉ: 01 tín chỉ

Sơ lược lịch sử ra đời và phát triển môn Cầu lông. Đặc điểm, tác dụng của tập luyện Cầu lông. Luật Cầu lông. Các kỹ thuật cơ bản: di chuyển; phát cầu; đánh cầu thấp tay phải, trái; đánh cầu cao tay phải, trái; đánh cầu cao, xa; đập cầu (tay không, có cầu). Phương pháp tổ chức tập luyện, thi đấu. Phát triển thể lực chung và chuyên môn.

### **17. GDQP&AN1, Mã: 120901**

Số tín chỉ: 02 tín chỉ

Đường lối quốc phòng và an ninh của Đảng Cộng sản Việt Nam: Giúp sinh viên nắm bắt được những vấn đề cơ bản Học thuyết Mác - Lê nin, tư tưởng Hồ Chí Minh về chiến tranh, quân đội và bảo vệ Tổ quốc; Các quan điểm của Đảng về chiến tranh nhân dân, xây dựng lực lượng vũ trang, nền quốc phòng toàn dân, an ninh nhân dân; Các quan điểm của Đảng về kết hợp phát triển kinh tế - xã hội với tăng cường củng cố quốc phòng, an ninh. Học phần giành thời lượng nhất định giới thiệu một số nội dung cơ bản về lịch sử nghệ thuật quân sự Việt Nam qua các thời kỳ.

### **18. GDQP&AN2, Mã: 120902**

Số tín chỉ: 02 tín chỉ

Công tác quốc phòng và an ninh: Giúp sinh viên nắm bắt được những vấn đề cơ bản về Phòng chống chiến lược; Diễn biến hòa bình, bạo loạn lật đổ của các thế lực thù địch đối với cách mạng Việt Nam; Phòng chống địch tiến công hoá lực bằng vũ khí công nghệ cao; Xây dựng lực lượng dân quân tự vệ, lực lượng dự bị động viên và động viên công nghiệp quốc phòng; Xây dựng và bảo vệ chủ quyền lãnh thổ, biên giới quốc gia; Một số nội dung cơ bản về dân tộc, tôn giáo và đấu tranh phòng chống địch lợi dụng vấn đề dân tộc và tôn giáo chống phá cách mạng Việt Nam; Những vấn đề cơ bản về bảo vệ

an ninh quốc gia và giữ gìn trật tự, an toàn xã hội; Xây dựng phong trào toàn dân bảo vệ an ninh Tổ quốc; Những vấn đề cơ bản về đấu tranh phòng chống tội phạm & tệ nạn xã hội.

### **19. GDQP&AN3, Mã: 120903**

Số tín chỉ: 02 tín chỉ

Quân sự chung: Nhằm trang bị cho người học những kiến thức cơ bản về tác phong, đội hình đội ngũ trong quá trình tập luyện, bản đồ địa hình quân sự, các phương tiện chỉ huy để phục vụ cho nhiệm vụ học tập chiến thuật và chỉ huy chiến đấu; tính năng, tác dụng, cấu tạo, sử dụng, bảo quản các loại vũ khí bộ binh; đặc điểm tính năng; phòng chống vũ khí hạt công nghệ cao và phương pháp xử lý; luyện tập đội hình lớp, khối để sinh viên tham gia hội thao điền kinh, thể thao quốc phòng.

### **20. GDQP&AN4, Mã: 120904**

Số tín chỉ: 02 tín chỉ

Kỹ thuật chiến đấu bộ binh và chiến thuật: Nhằm trang bị cho người học những kiến thức cơ bản về từng người trong chiến đấu tiến công, từng người trong chiến đấu phòng ngự, kỹ thuật sử dụng súng tiểu liên AK; kỹ thuật ném lựu đạn....

### **21. Kinh tế vi mô, Mã: 101902**

Số tín chỉ: 03 tín chỉ

Kinh tế học vi mô được trình bày với mục tiêu giúp sinh viên nghiên cứu nắm bắt được những nguyên lý kinh tế cơ bản trong Kinh tế học nói chung và Kinh tế vi mô nói riêng. Để đạt được mục tiêu đó, học phần sẽ cung cấp cho sinh viên những kiến thức cơ bản về các khái niệm thị trường, cung - cầu, cơ giãn của cầu và cung, hành vi người tiêu dùng và doanh nghiệp liên quan đến sản xuất, chi phí, lợi nhuận, từ đó giúp sinh viên có cái nhìn tổng quan về cơ chế hoạt động của thị trường và hình thành giá cả sản phẩm. Hơn nữa, học phần này còn đi vào phân tích các loại cấu trúc thị trường khác nhau và nghiên cứu thất bại thị trường để thấy được ưu nhược điểm của cơ chế thị trường và từ đó nhìn nhận được vai trò điều tiết của chính phủ trong nền kinh tế.

### **22. Kinh tế vĩ mô, Mã: 101903**

Số tín chỉ: 03 tín chỉ

Kinh tế vĩ mô là môn học cơ bản của chuyên ngành marketing, nghiên cứu và xem xét nền kinh tế vận hành với tư cách là một tổng thể. Môn học giới thiệu những nguyên lý cơ bản của kinh tế học vĩ mô; sự vận hành của nền kinh tế một nước và sự can thiệp của Chính phủ mỗi quốc gia nhằm đạt được các mục tiêu kinh tế vĩ mô trong từng thời kỳ. Những biến số kinh tế vĩ mô cơ bản bao gồm tổng cung, tổng cầu, thu nhập quốc dân, tổng sản phẩm quốc dân, lạm phát, thất nghiệp, lãi suất, tỷ giá hối đoái... Các chính sách kinh tế vĩ mô quan trọng thể hiện sự điều tiết vĩ mô của Chính phủ như chính sách tài khóa, chính sách tiền tệ, chính sách ngoại thương... Bằng phương pháp mô hình hóa, môn học sẽ giải thích mối quan hệ giữa các biến số vĩ mô cơ bản trong từng mô hình kinh tế từ đơn giản đến phức tạp, đồng thời nghiên cứu và phân tích trạng thái của nền kinh tế trong

ngắn hạn và dài hạn. Sau khi kết thúc học phần, người học sẽ lĩnh hội và nắm bắt được những nguyên lý cơ bản của kinh tế học vĩ mô liên quan đến hạch toán thu nhập quốc dân, các nhân tố quyết định sản lượng, lạm phát và thất nghiệp, lãi suất, tỷ giá hối đoái, cũng như những nguyên lý ban đầu về các chính sách kinh tế vĩ mô của Chính phủ, đồng thời hiểu được sự vận hành của nền kinh tế với tư cách là một tổng thể.

### **23. Marketing căn bản, Mã: 102901**

Số tín chỉ: 03 tín chỉ

Học phần giới thiệu những khái niệm cơ bản về hoạt động marketing, các quan điểm marketing truyền thống, hiện đại, phân loại khách hàng để tìm ra thị trường mục tiêu của mình, tìm hiểu nhu cầu của người tiêu dùng trong từng thị trường, phân tích hành vi khách hàng, môi trường marketing. Học phần sẽ cung cấp cho sinh viên những kiến thức cơ bản về chiến lược sản phẩm, giá cả, phân phối và hoạt động xúc tiến hỗn hợp, tuyên truyền cổ động để thỏa mãn tốt nhu cầu người tiêu dùng.

### **24. Nguyên lý kế toán, Mã: 104901**

Số tín chỉ: 02 tín chỉ

Nguyên lý kế toán là những hướng dẫn cơ bản để tạo ra các quy tắc và chuẩn mực kế toán. Nguyên lý kế toán được dựa trên các cơ quan chuyên môn về chuẩn mực kế toán tài chính, căn cứ vào những nguyên tắc cơ bản đó để tạo ra các hướng dẫn chi tiết và phức tạp hơn về cách tiến hành các hoạt động kế toán. Học phần nguyên lý kế toán cung cấp cho sinh viên những lý luận chung về kế toán, tập trung làm rõ bản chất của kế toán, đối tượng của kế toán. Sau khi hiểu được kế toán là gì? Kế toán nghiên cứu những gì? Sinh viên sẽ được giới thiệu về các phương pháp áp dụng trong kế toán: phương pháp chứng từ, phương pháp tính giá, phương pháp tài khoản kế toán, phương pháp tổng hợp cân đối kế toán. Bên cạnh đó học phần cũng giúp sinh viên ứng dụng cơ bản lý thuyết kế toán vào thực tế qua đó giúp sinh viên củng cố những lý luận chung về kế toán được cụ thể hóa trong kế toán các quá trình kinh doanh chủ yếu: quá trình cung cấp, quá trình sản xuất, quá trình tiêu thụ và Xác định kết quả kinh doanh kinh doanh. Giới thiệu về hệ thống báo cáo tài chính, các hình thức sổ kế toán. Học phần nguyên lý kế toán cung cấp cho sinh viên cách kiểm tra số liệu trên sổ kế toán; sửa chữa sổ kế toán trong các trường hợp ghi sổ kế toán.

### **25. Nguyên lý thống kê, Mã: 102902**

Số tín chỉ: 03 tín chỉ

Học phần này bao gồm các nội dung sau: Những vấn đề chung của thống kê học; Điều tra Thống kê; Điều tra chọn mẫu; Trình bày dữ liệu thống kê; Nghiên cứu thống kê các mức độ của hiện tượng kinh tế - xã hội; Phân tích hồi quy và tương quan; Dãy số thời gian và dự đoán; Chỉ số.

### **26. Lý thuyết Tài chính - Tiền tệ, Mã: 103901**

Số tín chỉ: 02 tín chỉ

Học phần tập trung nghiên cứu những vấn đề lý luận cơ bản về Tài chính - Tiền tệ có tính nguyên tắc, những tư tưởng, quan điểm cơ bản như: Khái niệm, bản chất, chức năng của Tài chính - Tiền tệ; Các khối tiền, cung cầu tiền, hệ thống tài chính, khái quát những nội dung chủ yếu về hoạt động tài chính tiền tệ trong các lĩnh vực khác nhau của nền kinh tế như: Ngân sách nhà nước; tài chính doanh nghiệp, bảo hiểm, hệ thống ngân hàng và lãi suất tín dụng, làm phát và ổn định tiền tệ. Môn học không đi sâu vào các vấn đề có tính chất kỹ thuật, nghiệp vụ của công tác quản lý tài chính - tiền tệ.

### **27. Luật kinh tế, Mã: 118902**

Số tín chỉ: 03 tín chỉ

Học phần Luật kinh tế nhằm mục đích trang bị cho sinh viên nhà trường kiến thức về quy định hiện hành của pháp luật Việt Nam điều chỉnh các quan hệ kinh tế phát sinh trong quá trình tổ chức và quản lý kinh tế của nhà nước và trong quá trình sản xuất kinh doanh giữa các chủ thể kinh doanh với nhau. Đồng thời, cung cấp cho người học những kiến thức cơ bản về pháp luật kinh tế bao gồm: Những vấn đề chung về pháp luật kinh tế; pháp luật về doanh nghiệp; pháp luật về hợp đồng kinh doanh, thương mại; pháp luật về cạnh tranh; pháp luật về giải quyết tranh chấp kinh tế và phá sản doanh nghiệp.

### **28. Tiếng Anh chuyên ngành (Marketing), Mã: 115939**

Số tín chỉ: 03 tín chỉ

Học phần tiếng Anh chuyên ngành Marketing nhằm giúp sinh viên bước đầu tiếp cận, làm quen và thực hành với những thuật ngữ, cấu trúc, tình huống trong giao tiếp kinh doanh và marketing. Học phần cung cấp cho sinh viên những kiến thức cơ bản về: Các cấu trúc câu thường sử dụng trong các văn bản, tài liệu kinh tế như: câu điều kiện, cách diễn đạt thời gian trong tương lai, câu bị động, mệnh đề quan hệ, mệnh đề thời gian, ...; Những thuật ngữ liên quan đến các chủ điểm như kỹ năng nghề nghiệp, nghiên cứu marketing, phân đoạn thị trường và lựa chọn thị trường mục tiêu, hoạch định chiến lược marketing, chiến lược sản phẩm, chiến lược giá, chiến lược phân phối, chiến lược xúc tiến/ quảng bá sản phẩm...; Các cách phát âm chuẩn trong tiếng Anh; Các kỹ năng ngôn ngữ nghe, nói, đọc, viết ở mức độ nâng cao. Học phần tương đương với trình độ A2-B1 theo Khung tham chiếu châu Âu.

### **29. Phân tích hoạt động kinh doanh, Mã: 101902**

Số tín chỉ: 02 tín chỉ

Học phần Phân tích hoạt động kinh doanh giới thiệu các phương pháp phân tích để nghiên cứu, phân tích, đánh giá toàn bộ quá trình và kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp. Trên cơ sở xác định các nguồn lực cần được khai thác nhằm đưa ra các giải pháp để nâng cao hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp. Học phần tập

trung hướng dẫn phân tích hoạt động cung cấp, sản xuất, tiêu thụ và phân tích tình hình tài chính, hiệu quả kinh doanh phục vụ cho việc ra quyết định trong sản xuất - kinh doanh.

### **30. Hệ thống thông tin quản lý, Mã: 102904**

Số tín chỉ: 02 tín chỉ

Học phần Hệ thống Thông tin Quản lý cung cấp những kiến thức và kỹ năng về hệ thống thông tin quản lý như một trong các bộ phận chức năng quan trọng nhất tạo nên sự thành công của mọi tổ chức kinh tế xã hội hiện đại. Học phần trình bày cách thức sử dụng và tái tổ chức hệ thống thông tin để khai thác hệ thống một cách có hiệu quả nhằm góp phần tạo ra những hàng hoá và dịch vụ có chất lượng cao và dành được lợi thế cạnh tranh. Nội dung của môn học bao gồm những khái niệm cơ sở về hệ thống thông tin quản lý, các yếu tố cấu thành, vai trò, vị trí và tầm quan trọng của hệ thống trong tổ chức; cách phân tích một hệ thống thông tin và các phương pháp để phát triển một hệ thống thông tin những phương thức mà hệ thống trợ giúp các hoạt động kinh doanh, hỗ trợ việc ra quyết định và tạo ra lợi thế cạnh tranh; quy trình tổ chức và phương pháp tiến hành giải quyết những vấn đề kinh doanh bằng hệ thống thông tin dựa trên cơ sở công nghệ thông tin; nghiên cứu một vài hệ thống thông tin tiêu biểu dưới dạng nghiên cứu tình huống.

### **31. Quản trị kinh doanh, Mã: 102905**

Số tín chỉ: 03 tín chỉ

Học phần Quản trị kinh doanh là môn khoa học về quản trị kinh doanh. Học phần quản trị kinh doanh kế thừa, phát triển các lý thuyết cơ bản về khoa học quản trị kinh doanh có tính đến các điều kiện thực tiễn của Việt Nam nhằm cùng với các môn học hỗ trợ khác trang bị cho sinh viên các kiến thức và kỹ năng cần thiết để sau khi tốt nghiệp họ có thể thực hiện các hoạt động quản trị trong doanh nghiệp. Học phần cung cấp các kiến thức cơ bản về Quản trị kinh doanh, Lý thuyết quản trị và Nhà quản trị, chức năng quản trị chung và quản trị các lĩnh vực chuyên sâu, Hiệu quả kinh doanh.

### **32. Thực tế cơ sở ngành tại doanh nghiệp, Mã: 102929**

Số tín chỉ: 02 tín chỉ

Học phần cung cấp cho người học cơ hội tiếp cận hoạt động thực tiễn tại các doanh nghiệp để thực hành các kiến thức đã tích lũy. Đợt thực tế giúp sinh viên hiểu biết hơn về các định hướng nghề nghiệp chuyên môn, giúp sinh viên có khả năng thích nghi nhanh hơn với môi trường làm việc sau khi tốt nghiệp; giúp sinh viên có khả năng thu thập thông tin, phân tích, tổng hợp và hoàn thiện một chuyên đề cụ thể; nâng cao năng lực viết báo cáo khoa học, làm tiền đề cho việc học tập nâng cao trình độ sau này

### **33. Kỹ năng mềm, Mã: 110926**

Số tín chỉ: 02 tín chỉ

Trang bị cho sinh viên khả năng: Xác định tầm quan trọng của các kỹ năng phát triển cá nhân trong học tập, công việc và cuộc sống; Phân tích và vận dụng các kiến thức cốt lõi để phát triển các kỹ năng cá nhân; Thực hành, luyện tập để cơ bản hình thành các kỹ năng phát triển cá nhân; Nhận thức đúng đắn về nhu cầu rèn luyện các kỹ năng học tập và làm việc thiết yếu, thích ứng với xã hội hiện đại và thực tiễn nghề nghiệp trong tương lai. Các kỹ năng phát triển cá nhân bao gồm: Chủ động và xác lập mục tiêu cá nhân; Phát triển tư duy tích cực, sáng tạo và đổi mới; Quản lý thời gian hiệu quả (Quản lý bản thân); Kỹ năng giao tiếp (Trò chuyện và Đối thoại, Lắng nghe, Thuyết phục, Thuyết trình); Làm việc nhóm hiệu quả; Giải quyết vấn đề.

### **34. Giao dịch và đàm phán kinh doanh, Mã: 110907**

Số tín chỉ: 02 tín chỉ

Học phần Giao dịch và đàm phán kinh doanh là học phần bắt buộc thuộc khối kiến thức ngành của chương trình đào tạo trình độ đại học ngành Quản trị kinh doanh. Học phần cung cấp những kiến thức về giao tiếp, văn hóa của con người trong lĩnh vực kinh tế; nghiên cứu hoạt động đàm phán trong kinh doanh, những kỹ thuật tổ chức đàm phán; những phương pháp và phong cách lãnh đạo, các kỹ năng lãnh đạo nhằm mang lại thành công trong công việc nói chung và trong giao dịch và đàm phán kinh doanh nói riêng.

### **35. Thị trường chứng khoán, Mã: 103907**

Số tín chỉ: 02 tín chỉ

Học phần Thị trường chứng khoán cung cấp cho sinh viên những kiến thức cơ bản thị trường chứng khoán như khái niệm, đặc điểm, vai trò, nguyên tắc hoạt động đến tổ chức hoạt động của thị trường chứng khoán. Đồng thời, học phần còn đi sâu nghiên cứu về chứng khoán và hoạt động chứng khoán như phát hành, giao dịch chứng khoán, hệ thống thông tin trên thị trường chứng khoán và sự cần thiết phải quản lý, giám sát hoạt động của thị trường chứng khoán. Đây là cơ sở quan trọng cho sinh viên tiếp cận các môn học chuyên ngành được tốt hơn và tạo điều kiện cần thiết để sinh viên có thể tiếp xúc thực tế công việc và nghiên cứu sâu hơn sau khi ra trường.

### **36. Kinh doanh quốc tế, Mã: 101914**

Số tín chỉ: 02 tín chỉ

Học phần kinh doanh quốc tế đề cập đến các vấn đề lý luận và thực tiễn của các doanh nghiệp trong và ngoài nước khi tham gia kinh doanh quốc tế. Nội dung cơ bản của học phần là giới thiệu về các hình thức kinh doanh quốc tế, các yếu tố môi trường ảnh hưởng đến hoạt động kinh doanh quốc tế, các hình thức và các phương thức thâm nhập thị trường quốc tế, các yếu tố liên quan đến hoạt động kinh doanh quốc tế của các doanh nghiệp như tỷ giá hối đoái, nghiệp vụ kinh doanh hối đoái ... Qua đó giúp sinh viên có những kiến thức và hiểu biết thực tế về doanh nghiệp tham gia kinh doanh quốc tế. Đồng thời sinh viên sẽ được rèn luyện các kỹ năng cần thiết để sau khi ra trường có thể tham gia vào hoạt động kinh doanh quốc tế một cách chủ động và tích cực trong xu thế hội nhập kinh tế quốc tế đang diễn ra ngày càng sâu rộng trên toàn thế giới.

### **37. Kế toán tài chính**



Số tín chỉ: 02 tín chỉ, Mã: 104918

Học phần cung cấp cho sinh viên những kiến thức cơ bản từ các khái niệm, các nguyên tắc kế toán, hệ thống chứng từ kế toán, tài khoản kế toán sử dụng, quy trình hạch toán kế toán của các nội dung trong chương trình Kế toán tài chính cho sinh viên ngành Kinh tế, hệ đại học gồm các nội dung: Tiền và các khoản thanh toán, Nguyên vật liệu và công cụ dụng cụ, Tài sản cố định, Tiền lương và các khoản trích theo lương, Chi phí giá thành sản phẩm, Bán hàng và tiêu thụ thành phẩm, Báo cáo tài chính.

### **38. Tài chính doanh nghiệp, Mã: 103905**

Số tín chỉ: 02 tín chỉ

Học phần trang bị những kiến thức cơ bản về tổ chức tài chính doanh nghiệp; sự vận động của luồng tiền vào, luồng tiền ra mà biểu hiện cụ thể của nó chính là chi phí, doanh thu và lợi nhuận của doanh nghiệp trong từng thời kỳ nhất định. Nội dung các loại tài sản: tài sản cố định, tài sản lưu động trên cơ sở đó nhằm đánh giá hiệu quả trong hoạt động tài chính của doanh nghiệp

### **39. Phương pháp nghiên cứu khoa học, Mã: 110906**

Số tín chỉ: 02 tín chỉ

Là môn khoa học quan trọng trong chương trình đào tạo ở trình độ đại học và sau đại học. Đây là môn học thuộc lĩnh vực Khoa học luận, xuất phát từ nhu cầu khoa học hóa công việc nghiên cứu và sáng tạo trong các lĩnh vực tri thức mới - tức lĩnh vực nghiên cứu các vấn đề thuộc lĩnh vực nghiên cứu khoa học nhằm giải quyết các vấn đề nảy sinh từ cuộc sống thực tiễn phát triển kinh tế - xã hội. Nội dung học phần cung cấp kiến thức cơ bản để học các học phần cơ sở ngành và ngành.

### **40. Thương mại điện tử, Mã: 102909**

Số tín chỉ: 02 tín chỉ

Thương mại điện tử là một lĩnh vực mới được kết hợp giữa các hình thức kinh doanh thương mại truyền thống với các yếu tố khoa học công nghệ cao. Cùng với các bước tiến của khoa học công nghệ, thương mại điện tử được hứa hẹn trở thành một lĩnh vực thực thi thương mại chủ đạo trong tương lai. Học phần này cung cấp kiến thức tổng quát về lịch sử ra đời và xu hướng phát triển, lợi ích cũng như hạn chế của thương mại điện tử; các mô hình kinh doanh phổ biến và những ứng dụng của thương mại điện tử; Marketing điện tử, thanh toán điện tử và các vấn đề về rủi ro thường gặp cũng như đạo đức trong thương mại điện tử.

### **41. Marketing kỹ thuật số, Mã: 102932**

Số tín chỉ: 03 tín chỉ

Học phần Digital Marketing nhằm phát triển các kỹ năng marketing áp dụng cho các doanh nghiệp hoạt động trong môi trường số, giúp phân tích môi trường công nghệ

tác động đến hoạt động marketing của doanh nghiệp từ đó thiết kế các biện pháp marketing tác động đến khách hàng như thiết kế sản phẩm, kênh bán hàng, truyền thông trong môi trường số.

#### **42. Marketing dịch vụ, Mã: 102933**

Số tín chỉ: 03 tín chỉ

Học phần marketing dịch vụ cung cấp cho sinh viên kiến thức cơ bản về marketing trong lĩnh vực dịch vụ. Nội dung học phần tập trung vào đặc điểm, đặc trưng của marketing dịch vụ, hành vi khách hàng trong marketing dịch vụ, định vị dịch vụ và marketing hỗn hợp 7Ps trong lĩnh vực dịch vụ bao gồm: sản phẩm dịch vụ, giá, phân phối, xúc tiến hỗn hợp, con người, quy trình phục vụ và bằng chứng vật chất. Học phần cũng đề cập đến các vấn đề cơ bản trong việc thực thi và quản trị marketing dịch vụ như cân bằng cung cầu dịch vụ, cải thiện chất lượng và hiệu suất dịch vụ, xử lý những phàn nàn của khách hàng và phục hồi dịch vụ.

#### **43. Marketing khách hàng tổ chức, Mã: 102934**

Số tín chỉ: 03 tín chỉ

Cung cấp cho sinh viên những hiểu biết căn bản nhất để ứng dụng những kiến thức và kỹ năng của marketing nhằm xây dựng mối quan hệ tốt đẹp của tổ chức, doanh nghiệp với các tổ chức, các doanh nghiệp khác. Giúp người học thấy được sự khác biệt giữa hoạt động marketing hướng tới các tổ chức, các doanh nghiệp với các hoạt động marketing hàng tiêu dùng khác. Bước đầu, giúp sinh viên biết liên hệ những vấn đề lý thuyết của marketing tới khách hàng tổ chức của các doanh nghiệp Việt Nam với thực tiễn kinh doanh ở Việt Nam.

#### **44. Hành vi khách hàng, Mã: 102935**

Số tín chỉ: 03 tín chỉ

Học phần trang bị cho sinh viên các kiến thức cơ bản về tâm lý và hành vi khách hàng, đồng thời nghiên cứu ảnh hưởng của các nhân tố và môi trường xung quanh tác động đến hành vi mua của khách hàng. Mục đích của việc nghiên cứu hành vi của khách hàng là nắm bắt được nhu cầu, sở thích, thói quen của họ để giúp doanh nghiệp có thể xây dựng và triển khai chiến lược marketing phù hợp.

#### **45. Nghiên cứu marketing, Mã: 102936**

Số tín chỉ: 03 tín chỉ

Học phần này trang bị cho người học những kiến thức sâu hơn về những vấn đề cốt lõi về nghiên cứu marketing theo cả cách thức truyền thống và trực tuyến trong bối cảnh công nghệ thông tin và internet bùng nổ như hiện nay. Trên thực tế, để đưa ra những quyết định chính xác nhất, các nhà quản trị không thể chỉ dựa vào kinh nghiệm

và phán đoán theo cảm tính mà cần có thông tin và các phương pháp nghiên cứu, hỗ trợ. Vì vậy, học phần tập trung giới thiệu các lý thuyết cơ bản quy trình nghiên cứu marketing, cách thức thiết kế hệ thống đo lường và bảng hỏi, phương pháp thu thập và phân tích dữ liệu, cũng như cách thức trình bày bản báo cáo kết quả nghiên cứu. Qua đó, giúp người học có thể thực hành, vận dụng các phương pháp vào nghiên cứu và đưa ra quyết định marketing trong các tổ chức, doanh nghiệp.

#### **46. Quản trị marketing, Mã: 102911**

Số tín chỉ: 03 tín chỉ

Học phần cung cấp các kiến thức về lĩnh vực quản trị marketing: qui trình quản trị marketing, hoạch định chiến lược marketing và chiến lược cạnh tranh, quản trị sản phẩm, quản trị giá, quản trị phân phối, quản trị hoạt động truyền thông. Tổ chức, theo dõi và kiểm tra hoạt động marketing. Giải quyết một số tình huống quản trị marketing trong thực tiễn doanh nghiệp

#### **47. Quản trị bán hàng, Mã: 102921**

Số tín chỉ: 03 tín chỉ

Học phần thuộc khối kiến thức chuyên ngành trong chương trình đào tạo chuyên ngành marketing, bao gồm các nội dung chủ yếu như: Khái niệm và vai trò của Quản trị bán hàng trong doanh nghiệp; Xây dựng kế hoạch bán hàng của doanh nghiệp; Tổ chức mạng lưới bán hàng của doanh nghiệp; Tổ chức lực lượng bán hàng của doanh nghiệp; Kiểm soát bán hàng của doanh nghiệp; Các hoạt động hỗ trợ bán hàng của doanh nghiệp.

#### **48. Quản trị kênh phân phối, Mã: 102937**

Số tín chỉ: 03 tín chỉ

Học phần trong bị cho sinh viên các kiến thức về kênh phân phối và quản trị kênh phân phối của doanh nghiệp. Học phần tập trung làm rõ bản chất của các kênh phân phối, cấu trúc và các dòng chảy trong kênh, các hành vi và các kênh phân phối trong môi trường số. Các nội dung chủ yếu của quản trị kênh phân phối bao gồm: xây dựng (thiết kế) kênh phân phối truyền thống và online; quản lý quá trình hoạt động của kênh phân phối, kiểm tra, đánh giá và điều chỉnh kênh phân phối của doanh nghiệp. Bên cạnh đó, học phần giúp sinh viên có kiến thức về quy trình hoạch định và sử dụng các công cụ quản lý kênh phân phối như các chính sách thúc đẩy, đánh giá thành viên kênh, các quyết định về quản lý kênh phân phối vật chất.

#### **49. Quản trị thương hiệu, Mã: 102914**

Số tín chỉ: 03 tín chỉ

Quản trị thương hiệu là học phần chuyên ngành của Ngành Marketing Điều kiện của học phần là sau khi sinh viên học xong học phần Marketing căn bản, quản trị marketing. Học phần bao gồm các giờ học lý thuyết và giờ thực hành thảo luận. Sau khi học xong học phần, người học sẽ được trang bị những kiến thức cơ bản về Quản trị thương hiệu, qui trình xây dựng thương hiệu, thiết kế hệ thống nhận diện thương hiệu,

chiến lược phát triển thương hiệu, bảo vệ thương hiệu, khai thác giá trị thương hiệu; Áp dụng kiến thức đã học vào hoạt động nghề nghiệp sau này.

### **50. Truyền thông marketing tích hợp, Mã: 102938**

Số tín chỉ: 02 tín chỉ

Truyền thông marketing tích hợp cung cấp các kiến thức, công cụ về truyền thông marketing cho sinh viên qua đó giúp sinh viên hiểu được ý nghĩa, phương thức truyền thông trong hoạt động kinh doanh. Học phần này cung cấp cho người học những kiến thức tiếp cận quá trình giao tiếp giữa các đối tượng trong các môi trường đa phương tiện ứng dụng tích hợp âm thanh, hình ảnh, phim, ...; biết cách thu nhận, lưu trữ, xử lý, biểu diễn và truyền tải các dữ liệu đa phương tiện, xây dựng kiến trúc hệ thống truyền thông đa phương tiện, tích hợp các mạng truyền thông đa phương. Đồng thời cung cấp sinh viên những hiểu biết và triển khai các ứng dụng truyền thông qua tích hợp nhiều công cụ trên nền Internet, phục vụ đa dạng công tác truyền thông cho đơn vị mình đang công tác.

### **51. Khởi nghiệp, Mã: 102907**

Số tín chỉ: 02 tín chỉ

Học phần trang bị kiến thức cơ bản về khởi nghiệp và hệ sinh thái khởi nghiệp; Ý tưởng và cơ hội kinh doanh; Mô hình kinh doanh; Kế hoạch kinh doanh; Khởi nghiệp, Vận hành doanh nghiệp. Ngoài ra học phần còn nhằm nâng cao nhận thức về trách nhiệm của một doanh nhân đối với sự phát triển nền kinh tế của đất nước, đối với khách hàng mà doanh nghiệp phục vụ và với cả cộng đồng dân cư thuộc địa bàn hoạt động của doanh nghiệp.

### **52. Thực hành nghiệp vụ Marketing, Mã: 102939**

Số tín chỉ: 03 tín chỉ

Thực hành Marketing là học phần tập trung vào việc nâng cao khả năng ứng dụng kiến thức chuyên ngành mà sinh viên đã tích lũy được. Dưới sự hướng dẫn của giảng viên, sinh viên sẽ được thực hành làm một số chuyên đề thuộc lĩnh vực Marketing tại lớp học hoặc ngoài thực địa hoặc tại doanh nghiệp tùy theo từng chuyên đề như: Thực hành thiết kế bảng hỏi và thực hiện khảo sát ngoài thực địa, Thực hành tổ chức mô phỏng Hội nghị khách hàng tại giảng đường, Thực hành bán hàng, Thực hành lập kế hoạch truyền thông, Thực hành xử lý các tình huống marketing v.v. ; Tìm cách tổ chức thực hiện và giải quyết các chuyên đề thực hành một cách khoa học dựa trên những kiến thức chuyên ngành đã được học theo hướng ứng dụng thực tiễn. Giảng viên có trách nhiệm hỗ trợ về mặt chuyên môn và giám sát quá trình thực tế và viết Báo cáo thực hành marketing

### **53. Quản trị nhân lực, Mã: 102908**

Số tín chỉ: 03 tín chỉ

Học phần cung cấp các kiến thức căn bản về quản trị nhân lực; nắm được các hoạt động chủ yếu của quản trị nhân lực. Hiểu rõ khái niệm và vai trò của quản trị nhân lực; Xác định nhu cầu và lập kế hoạch nguồn nhân lực, kế hoạch nhân sự; Phân tích công việc và xây dựng bản mô tả công việc; Đào tạo và phát triển; Tạo động lực; Đánh

giá thực hiện công việc... Các nội dung đó có quan hệ và tác động qua lại với nhau. Mỗi nội dung đòi hỏi những hình thức và phương pháp tiếp cận khoa học, linh hoạt. Tổng thể đó làm thành hệ thống, cơ chế bảo đảm mỗi quan hệ tác động qua lại giữa những người làm việc trong tổ chức, tạo nên các đòn bẩy, các kích thích phát triển tiềm năng sáng tạo của từng người, nối kết những cố gắng của từng người thành những cố gắng chung cho mục tiêu chất lượng và hiệu quả làm việc của tổ chức; Sinh viên có thể khái quát hóa được toàn bộ nội dung về các hoạt động nhân sự trong một tổ chức. Từ đó đúc kết những kiến thức và kinh nghiệm phục vụ công việc sau này.

#### **54. Quan hệ công chúng; Mã: 102940**

Số tín chỉ: 03 tín chỉ

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

#### **55. Quản trị chiến lược, Mã: 102910**

Số tín chỉ: 03 tín chỉ

Quản trị chiến lược là học phần nghiên cứu những vấn đề lý luận và phương pháp xây dựng các loại chiến lược và quản trị hoạt động của doanh nghiệp bằng hệ thống chiến lược cho các doanh nghiệp trong điều kiện nền kinh tế chuyển đổi hiện nay. Học phần cung cấp cho sinh viên những kiến thức cơ bản của quản trị chiến lược bao gồm: môi trường kinh doanh của doanh nghiệp, các cấp chiến lược, các loại chiến lược trong doanh nghiệp, các kỹ thuật phân tích chiến lược trong doanh nghiệp, và quy trình quản trị chiến lược trong doanh nghiệp. Việc áp dụng quản trị chiến lược không chỉ phục vụ cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ, mà còn cho các doanh nghiệp với qui mô lớn hoặc dưới dạng tổng công ty và tập đoàn kinh doanh.

#### **56. Quản trị tài chính, Mã: 102919**

Số tín chỉ: 03 tín chỉ

Học phần Quản trị tài chính trang bị cho sinh viên những kiến thức tổng quan về quản trị tài chính; các nghiệp vụ quản trị tài chính như: phân tích tài chính doanh nghiệp, phân tích cơ cấu nguồn vốn và nguồn tài trợ cho doanh nghiệp, nghiệp vụ đầu tư dài hạn, nghiệp vụ quản trị tài sản tại doanh nghiệp. Trên cơ sở đó, sinh viên thu thập thông tin, phân tích, đánh giá các nghiệp vụ quản trị tài chính thực tế tại doanh nghiệp.

#### **57. Văn hóa kinh doanh, Mã: 110909**

Số tín chỉ: 03 tín chỉ

Văn hóa kinh doanh: Văn hóa kinh doanh là học phần tự chọn thuộc khối kiến thức chuyên ngành trong chương trình đào tạo trình độ đại học ngành Marketing Học phần này cung cấp những kiến thức cơ bản về văn hóa và văn hóa kinh doanh, các yếu tố cấu thành nên văn hóa và văn hóa kinh doanh như triết lý kinh doanh; đạo đức kinh doanh, văn hóa doanh nhân...; cách thức và kỹ năng cần thiết để tổ chức, ứng dụng và phát triển các kiến thức về văn hóa kinh doanh trong hoạt động kinh doanh.

### **58. Quản trị hậu cần kinh doanh, Mã: 102913**

Số tín chỉ: 03 tín chỉ

Học phần trang bị cho người học các kiến thức cơ bản về: Những vấn đề lý luận và hệ thống hóa các hoạt động hoạch định - tổ chức - lãnh đạo và kiểm tra - kiểm soát chuyên môn hậu cần kinh doanh về các phương pháp giao nhận, vận chuyển, quản lý nguồn cung cấp từ khâu nguyên vật liệu cho đến sản phẩm cuối cùng và đem đi tiêu thụ trên thị trường. Quản lý giao nhận vận tải là một phần của quản lý chuỗi cung ứng, bao gồm các công việc: Lập kế hoạch, thực hiện kế hoạch, điều khiển kiểm soát, lưu chuyển hàng hóa dịch vụ và các thông tin liên quan giữa điểm khởi đầu cho đến điểm tiêu thụ một cách hiệu quả để đáp ứng yêu cầu của khách hàng. Với quan điểm tiếp cận hoạt động hậu cần như một chức năng độc lập trong hệ thống các chức năng kinh doanh cơ bản của doanh nghiệp, đồng thời cung cấp các kiến thức thiết thực cho vận dụng vào thực tiễn hiện nay ở Việt Nam, môn học chú trọng vào các nội dung tác nghiệp mà không đi sâu vào các quyết định tầm chiến lược. Các vấn đề cơ bản của quản trị hậu cần kinh doanh được chia thành 5 chương tuân thủ tiến trình quản trị cơ bản của các doanh nghiệp.

### **59. Marketing du lịch, Mã: 102941**

Số tín chỉ: 02 tín chỉ

Học phần cung cấp cho học viên các kiến thức cơ bản và cơ sở lý luận về marketing du lịch, môi trường marketing du lịch, thị trường du lịch và việc lựa chọn, định vị thị trường mục tiêu, qui trình xây dựng kế hoạch chiến lược marketing. Vận dụng các kiến thức này để xây dựng chiến lược marketing mix cho tổ chức doanh nghiệp du lịch.

### **60. Marketing quốc tế, Mã: 102942**

Số tín chỉ: 02 tín chỉ

Môn học marketing quốc tế tập trung vào trang bị kiến thức và kỹ năng nghề nghiệp cho sinh viên trong các doanh nghiệp hoạt động tại thị trường nước ngoài hoặc có các yếu tố nước ngoài, yếu tố quốc tế trong hoạt động kinh doanh. Sau khi hoàn thành học phần sinh viên có thể: Mô tả kiến thức marketing nói chung và giải thích các kiến thức marketing áp dụng trong hoạt động kinh doanh và kinh doanh quốc tế; Vận dụng khối kiến thức marketing trong hoạt động kinh doanh; Rèn luyện các kỹ năng mềm như biện luận, lý giải tình huống marketing, kỹ năng giao tiếp.

### **61. Thực tập và Báo cáo thực tập tốt nghiệp, Mã: 102943**

Số tín chỉ: 04 tín chỉ

Học phần giúp người học tìm hiểu khái quát thực tiễn quá trình thành lập và phát triển hoạt động sản xuất kinh doanh và hoạt động quản trị của đơn vị thực tập. Từ đó, người học phát hiện các vấn đề tồn tại trong hoạt động marketing của đơn vị thực tập để đề xuất đề tài khóa luận tốt nghiệp phù hợp với chuyên ngành đào tạo. Người học thực tập tại doanh nghiệp thuộc các loại hình doanh nghiệp hoạt động trong các lĩnh vực, ngành kinh doanh khác nhau để tìm hiểu thực tiễn hoạt động marketing của doanh nghiệp/ đơn vị. Người học phát hiện các hạn chế trong hoạt động marketing của đơn vị/ doanh nghiệp để đề xuất đề tài khóa luận tốt nghiệp.

## **62. Khóa luận tốt nghiệp, Mã: 102944**

Số tín chỉ: 06 tín chỉ

Học phần này giúp người học củng cố kiến thức chuyên sâu thông qua vận dụng kiến thức và các kỹ năng đã học để nghiên cứu, phân tích và xử lý các vấn đề cụ thể thuộc lĩnh vực marketing tại đơn vị thực tập và trình bày báo cáo khóa luận tốt nghiệp dưới dạng công trình nghiên cứu. Dưới sự hướng dẫn của giảng viên, người học hệ thống hóa có lựa chọn một số cơ sở lý luận đã có để vận dụng giải quyết một vấn đề cụ thể về lĩnh vực marketing, bán hàng tại một doanh nghiệp.

### **5.2.5. Đề cương chi tiết học phần**

*(Xem Phụ lục Đề cương chi tiết học phần)*

## **6. PHƯƠNG PHÁP GIẢNG DẠY VÀ ĐÁNH GIÁ KẾT QUẢ ĐÀO TẠO**

### **6.1. Phương pháp giảng dạy**

Phương pháp giảng dạy thực hiện chương trình đào tạo ngành Marketing trình độ đại học được thiết kế theo cách tiếp cận lấy người học làm trung tâm và chủ thể của quá trình đào tạo, thúc đẩy người học phát huy chủ động và nỗ lực tham gia các hoạt động học tập, trải nghiệm thực tế, định hướng hiệu quả để người học đạt được chuẩn đầu ra của mỗi học phần, mỗi thành phần và của cả chương trình đào tạo.

Phương pháp giảng dạy giúp sinh viên học tập, trải nghiệm đạt các chuẩn đầu ra được chia thành hai nhóm:

- Nhóm phương pháp giảng dạy giúp sinh viên học tập chủ động, gồm:

+ Phương pháp động não (Brainstorming) là phương pháp giúp sinh viên trong một thời gian ngắn nảy sinh được nhiều ý tưởng, nhiều giả định về một vấn đề nào đó, trong đó có nhiều ý tưởng sáng tạo. Thực hiện phương pháp này, giảng viên cần đưa ra một hệ thống các thông tin làm tiền đề cho buổi thảo luận.

+ Phương pháp học dựa trên vấn đề (Problem based learning) giúp sinh viên xác định và hình thành vấn đề; đề xuất các giải pháp; trao đổi, phán xét, cân bằng trong hướng giải quyết.

+ Phương pháp hoạt động nhóm (Group based Learning) là chia lớp học thành từng nhóm nhỏ từ 5 đến 7 người. Tùy mục đích, yêu cầu của vấn đề học tập, các nhóm

được phân chia ngẫu nhiên hay có chủ định, được duy trì ổn định hay thay đổi trong từng phần của học phần, được giao cùng một nhiệm vụ hay những nhiệm vụ khác nhau. Phương pháp hoạt động nhóm giúp các thành viên trong nhóm chia sẻ các băn khoăn, kinh nghiệm của bản thân, cùng nhau xây dựng nhận thức mới. Bằng cách nói ra những điều đang nghĩ, mỗi người có thể nhận rõ trình độ hiểu biết của mình về chủ đề nêu ra, thấy mình cần học hỏi thêm những gì.

+ Phương pháp đóng vai (Role playing) là phương pháp tổ chức cho sinh viên thực hành một số cách ứng xử nào đó trong một tình huống giả định. Phương pháp đóng vai có những ưu điểm: sinh viên được rèn luyện thực hành những kỹ năng ứng xử và bày tỏ thái độ trong môi trường an toàn trước khi thực hành trong thực tiễn; gây hứng thú và chú ý cho sinh viên; tạo điều kiện làm nảy sinh óc sáng tạo của sinh viên, kích lệ sự thay đổi thái độ, hành vi của sinh viên theo chuẩn mực hành vi đạo đức và chính trị - xã hội, có thể thấy ngay tác động và hiệu quả của lời nói hoặc việc làm của các vai diễn.

- Nhóm phương pháp giảng dạy giúp sinh viên học tập qua trải nghiệm, gồm:

+ Học dựa vào dự án (Project based Learning) là tổ chức việc dạy và học thông qua các dự án hay công trình thực tế. Từ đây người học sẽ tham gia vào thiết kế, đưa ra quyết định hay khảo sát các hoạt động có liên quan đến dự án. Với phương pháp học này, người học sẽ phải làm việc theo nhóm và khám phá những vấn đề gắn liền với cuộc sống, sau đó sẽ thuyết trình trước lớp và chia sẻ những gì họ đã làm được trong dự án của mình.

+ Mô phỏng (Simulations) thường được dùng trong nghiên cứu khoa học, là quá trình phát triển mô hình hoá rồi mô phỏng một đối tượng cần nghiên cứu. Dựa trên những kết quả thu được sau quá trình mô phỏng, ta có thể rút ra hướng đi tiếp cho nghiên cứu và sản xuất về sau.

+ Nghiên cứu tình huống (Case studies) dựa trên các tình huống thực tế của cả học viên và giảng viên. Mục đích chính của các tình huống là để miêu tả, trao đổi kinh nghiệm về cách thức giải quyết vấn đề và những mâu thuẫn trong khi thực hiện công việc được giao. Bằng những tình huống khác nhau cần phải giải quyết trong khoảng thời gian định sẵn cùng nguồn lực có hạn, người học được đặt vào vị trí cần phải đưa ra quyết định hoặc kêu gọi sự hỗ trợ của các thành viên cùng nhóm để tìm hướng giải quyết hợp lý. Sự đa dạng của các tình huống được đưa lên không chỉ khuyến khích người học phát huy tính chủ động, óc sáng tạo mà còn đem đến sự thoải mái, sáng khoái về mặt tinh thần khi tham dự lớp.

+ Phương pháp học tập phục vụ cộng đồng (Service Learning) là một phương pháp dạy và học mà thông qua đó người học áp dụng được những kiến thức học được trong lớp vào điều kiện thực tế, đồng thời kết quả của quá trình học đáp ứng nhu cầu của



cộng đồng và được cộng đồng sử dụng. Phương pháp này giúp người học có điều kiện tăng cường kiến thức học thuật, rèn luyện và phát triển các kỹ năng mềm như tư duy suy xét, phản biện (critical thinking), làm việc theo nhóm, giao tiếp, thuyết trình và các kỹ năng sống.

## **6.2. Đánh giá kết quả đào tạo**

Thực hiện theo quy chế hiện hành của Bộ Giáo dục và Đào tạo và của Trường Đại học Hải Dương

### **6.2.1. Các hình thức đánh giá**

Đánh giá sinh viên trong quá trình học tập là hoạt động xác định mức độ đạt được chuẩn đầu ra của các học phần và từ đó bảo đảm sinh viên đạt được chuẩn đầu ra của chương trình đào tạo. Các học phần được đánh giá bao gồm đánh giá quá trình (chuyên cần, thái độ, mức độ tích cực tham gia vào quá trình học tập), đánh giá giữa kì và đánh giá kết thúc học phần.

### **6.2.2. Đánh giá kết quả học tập**

#### **6.2.2.1. Thang điểm đánh giá**

Thang điểm đánh giá kết quả học tập theo từng học phần của chương trình đào tạo được quy định như sau:

**Bảng 06: Thang điểm đánh giá kết quả học tập theo từng học phần**

<b>Điểm chữ</b>	<b>Điểm 10 tương ứng</b>	<b>Quy ra thang điểm 4</b>
A	8.5 - 10.0	4.0
B+	8.0 - 8.4	3.5
B	7.0 - 7.9	3.0
C+	6.5 - 6.9	2.5
C	5.5 - 6.4	2.0
D+	5.0 - 5.4	1.5
D	4.0 - 4.9	1.0
F	< 4.0	0.0

#### **6.2.2.2. Điểm đánh giá học phần**

Điểm đánh giá học phần được tổ hợp từ điểm đánh giá quá trình và điểm đánh giá cuối kì như sau:

**Bảng 07: Tỷ trọng điểm học phần**

Thành phần đánh giá	Tỉ lệ
<b>1. Đánh giá quá trình</b>	<b>40%</b>
<p><b>1.1. Đánh giá chuyên cần</b> (ý thức, thái độ học tập, chuẩn bị bài, nghiên cứu tài liệu của sinh viên)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Đánh giá mức độ chuyên cần và thái độ học tập.</li> <li>- Yêu cầu sinh viên dự học tại lớp trên 80% mới đủ điều kiện được dự thi kết thúc học phần. Nếu sinh viên không được dự thi học phần thì bị tính điểm F và phải học lại học phần.</li> <li>- Hoàn thành bài taaph cá nhân, báo cáo bài tập nhóm, báo cáo kết quả thảo luận, minh chứng sản phẩm học tập, ....Tùy theo đặc thù học phần mà giảng viên quy định các sản phẩm cụ thể.</li> </ul>	10%
<p><b>1.2. Đánh giá giữa học phần</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Nếu số tín chỉ lí thuyết <math>\leq 3</math> thì tổ chức 1 đến 2 lần kiểm tra, điểm đánh giá là điểm trung bình.</li> <li>- Nếu số tín chỉ lí thuyết <math>\geq 3</math> thì tổ chức 2 đến 3 lần kiểm tra, điểm đánh giá là điểm trung bình.</li> </ul>	30%
<p><b>2. Đánh giá thi kết thúc học phần</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Học phần chỉ có lí thuyết hoặc có cả lí thuyết và thực hành: điểm đánh giá là điểm của bài thi kết thúc học kì và hình thức đánh giá do bộ môn quy định (tự luận, trắc nghiệm khách quan, bài tập lớn, tiểu luận).</li> <li>- Học phần chỉ có thực hành, hoặc đề án: điểm đánh giá cuối kì là điểm bài thực hành, báo cáo, đề án và thuyết trình đề án.</li> </ul>	60%
<p><b>3. Công thức tính điểm học phần</b></p> <p><b>3.1. Học phần lí thuyết, có thực hành và thảo luận</b></p> <p>Điểm học phần được tính như sau, làm tròn đến một chữ số thập phân:</p> $a = a1 \times 0.1 + a2 \times 0.3 + a3 \times 0.6$ <p>Trong đó, <math>a</math>: điểm học phần; <math>a1</math>: điểm đánh giá chuyên cần; <math>a2</math>: điểm trung bình cộng của các bài đánh giá giữa học phần; <math>a3</math>: điểm đánh giá thi kết thúc học phần.</p> <p><b>3.2. Học phần chỉ có thực hành, thực tế, đề án</b></p> <p>Điểm học phần là điểm trung bình cộng của các bài thực hành, hoặc điểm báo cáo đề án, được làm tròn đến một chữ số thập phân.</p> <p><b>3.4. Báo cáo thực tập tốt nghiệp</b></p> <p><b>Điểm được tính <math>a = (a1 + a2): 2</math></b></p> <p>Trong đó, <math>a</math>: điểm Báo cáo thực tập tốt nghiệp, làm tròn đến một chữ số thập phân; <math>a1</math>: điểm đánh giá của giảng viên chấm 1; <math>a2</math>: điểm đánh giá của giảng viên chấm 2.</p> <p><b>3.5. Khóa luận tốt nghiệp</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Điểm học phần được tính như sau, làm tròn đến một chữ số thập phân:</li> </ul> $a = (a1 + a2 + a3 + a4 + a5): 5$	

Trong đó, *a*: điểm Khóa luận tốt nghiệp, làm tròn đến một chữ số thập phân; *a1*, *a2*, *a3*, *a4*, *a5* lần lượt là điểm đánh giá của từng thành viên trong hội đồng đánh giá khóa luận tốt nghiệp.

## **7. ĐỘI NGŨ GIẢNG VIÊN VÀ NHÂN LỰC HỖ TRỢ**

Đội ngũ giảng viên giảng dạy chương trình Marketing trình độ đại học gồm 15 Tiến sĩ, 42 Thạc sĩ. Trong đó có:

- Có 01 tiến sĩ ngành phù hợp là giảng viên cơ hữu để chủ trì xây dựng, tổ chức thực hiện chương trình đào tạo: TS. Lê Thị Nguyệt, chuyên ngành Kinh doanh thương mại (marketing).

- Có ít nhất 05 tiến sĩ có chuyên môn phù hợp là giảng viên cơ hữu để chủ trì giảng dạy chương trình, trong đó mỗi thành phần của chương trình đều có giảng viên với chuyên môn phù hợp chủ trì giảng dạy:

- + TS. Nguyễn Thị Thu Hà, chuyên ngành Lý luận và phương pháp dạy học Toán; TS. Đặng Trần Đông, chuyên ngành Khoa học thông tin và Truyền thông; TS. Tô Văn Sông, chuyên ngành Triết học: Chủ trì giảng dạy khối kiến thức đại cương.

- + TS. Nguyễn Phương Ngọc, chuyên ngành Kế toán; TS. Trịnh Văn Thiện, chuyên ngành kinh tế học; TS. Bùi Phương Thanh, chuyên ngành Kế toán: Chủ trì giảng dạy khối kiến thức cơ sở ngành.

- + TS. Nguyễn Việt Cường, chuyên ngành Quản lý doanh nghiệp; TS. Đinh Xuân Cường, chuyên ngành Tài chính quốc tế: Chủ trì giảng dạy khối kiến thức chuyên ngành.

- + PGS, TS. Chu Tiến Quang, chuyên ngành Kinh tế; TS. Nguyễn Quang Thịnh, chuyên ngành Kế toán: Chủ trì thực hiện nội dung NCKH, Báo cáo thực tập tốt nghiệp và Khóa luận tốt nghiệp.

Đội ngũ giảng viên nói trên có số lượng đảm bảo tỉ lệ sinh viên trên giảng viên không vượt quá mức quy định cho ngành đào tạo Marketing.

## **8. CƠ SỞ VẬT CHẤT VÀ CÔNG NGHỆ**

Nhà trường có đủ cơ sở vật chất, trang thiết bị bảo đảm đáp ứng yêu cầu đào tạo của ngành Marketing. Trong đó bao gồm:

- Hội trường, giảng đường, phòng học các loại, phòng đa năng, phòng làm việc của giáo sư, phó giáo sư, giảng viên cơ hữu: 160;

- Thư viện, trung tâm học liệu: 04;

- Trung tâm nghiên cứu, phòng thí nghiệm, thực nghiệm, cơ sở thực hành, thực tập, luyện tập: 15;

- Nhà kí túc xá 5 tầng: 04;

- Nhà dịch vụ: 01;

- Nhà ăn sinh viên: 02;

- Phòng tập thể thao, nhà tập đa năng: 02;
- Sân vận động, sân bóng đá cỏ nhân tạo: 02;
- Sân bóng chuyên: 02;
- Sân bóng rổ: 02.

Để đào tạo ngành Marketing, nhà trường có thư viện, trung tâm học liệu với 178 đầu sách, gồm các tài liệu bắt buộc và tài liệu tham khảo để sinh viên học tập thuộc các khối kiến thức giáo dục đại cương và khối kiến thức giáo dục chuyên nghiệp.

**KHOA ĐÀO TẠO**

**HIỆU TRƯỞNG**

**TS. Lê Thị Nguyệt**

**TS. Tạ Thị Thúy Ngân**

