

CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO TRÌNH ĐỘ ĐẠI HỌC

1. Thông tin chung về chương trình đào tạo

- Tên ngành đào tạo: Marketing
 - + Tiếng Việt: Marketing
 - + Tiếng Anh: Marketing
- Mã ngành đào tạo: 7340115
- Trình độ đào tạo: Đại học
- Loại hình đào tạo: Giáo dục chính quy
- Thời gian đào tạo: 4 năm
- Tên văn bằng sau khi tốt nghiệp: Cử nhân
 - + Tiếng Việt: Bằng cử nhân Marketing
 - + Tiếng Anh: Bachelor of Marketing
- Nơi đào tạo: Trường Đại học An Giang

2. Mục tiêu đào tạo

a. Mục tiêu chung

Sinh viên tốt nghiệp đại học ngành Marketing có phẩm chất đạo đức tốt, đủ sức khỏe, có ý thức công dân, có trách nhiệm với cộng đồng ; có khả năng áp dụng kiến thức cơ bản về quản trị, kiến thức chuyên sâu về Marketing trong công việc; có kỹ năng giao tiếp và quản lý; có khả năng lập kế hoạch, tổ chức, điều hành và quản lý các hoạt động kinh doanh và Marketing của tổ chức.

b. Mục tiêu cụ thể (cụ thể hóa từ mục tiêu chung, gọi là cấp độ 2-X.x)

Sinh viên tốt nghiệp có kiến thức, kỹ năng và năng lực:

1. Kiến thức và lập luận ngành

Có kiến thức căn bản về kinh doanh, kiến thức chuyên sâu về Marketing để quản lý và điều hành hoạt động Marketing của tổ chức.

2. Kỹ năng và phẩm chất cá nhân và nghề nghiệp

Có kỹ năng nghề nghiệp như: (1) hoạch định, tổ chức, lãnh đạo và kiểm tra các hoạt động Marketing của doanh nghiệp; (2) phân tích, tư duy và hệ thống; (3) có ý thức trách nhiệm, kỷ luật, đạo đức trong kinh doanh; (4) có ý thức và khả năng tự học tập và hoạch định nghề nghiệp cho bản thân.

3. Kỹ năng làm việc nhóm và giao tiếp

Có kỹ năng làm việc độc lập, làm việc nhóm; kỹ năng giao tiếp xã hội.

4. Năng lực thực hành nghề nghiệp

Có khả năng vận dụng các kiến thức về marketing trong việc lập kế hoạch và điều hành thực hiện các chương trình Marketing của doanh nghiệp; có năng lực vận dụng lý thuyết Marketing vào hoạt động Marketing của doanh nghiệp trong điều kiện kinh tế hội nhập và thay đổi nhanh.

3. Thông tin tuyển sinh và kế hoạch đào tạo

- a. Đối tượng tuyển sinh: Theo Quy chế tuyển sinh đại học hình thức giáo dục chính quy hiện hành của Bộ Giáo dục và Đào tạo và Đề án tuyển sinh của Trường Đại học An Giang
- b. Hình thức tuyển sinh: Theo Đề án tuyển sinh của Trường Đại học An Giang
- c. Tổ hợp môn xét tuyển:
- d. Dự kiến chỉ tiêu tuyển sinh, quy mô đào tạo:

4. Chuẩn đầu ra của chương trình đào tạo (Cụ thể hóa từ mục tiêu cụ thể X.x)

- a. Nội dung chuẩn đầu ra: (Kiến thức, Kỹ năng và Năng lực tự chủ và trách nhiệm)
- b. Chi tiết nội dung:

Ký hiệu	Chủ đề chuẩn đầu ra	TĐNL
1	Kiến thức và lập luận ngành	
1.1	<i>Kiến thức đại cương</i>	
1.1.1	Kiến thức lý luận chính trị	3
1.1.2	Kiến thức khoa học xã hội (khác)	3
1.1.3	Kiến thức toán	3
1.1.4	Kiến thức ngoại ngữ	3
1.1.5	Kiến thức tin học	3
1.1.6	Kiến thức giáo dục thể chất	3
1.1.7	Kiến thức giáo dục quốc phòng	3
1.2	<i>Kiến thức cơ sở ngành</i>	
1.2.1	Kiến thức nền tảng về quản trị	4
1.2.2	Kiến thức kinh tế học	4
1.2.3	Kiến thức Marketing	4
1.2.4	Kiến thức tài chính, kế toán	4
1.2.5	Kiến thức giao tiếp	4
1.2.6	Kiến thức pháp luật kinh tế	4
1.3	<i>Kiến thức chuyên ngành</i>	
1.3.1	Kiến thức phân tích môi trường kinh doanh	4
1.3.2	Kiến thức nghiên cứu thị trường và dự báo nhu cầu thị trường	4
1.3.3	Kiến thức xây dựng các chiến lược, kế hoạch marketing	4
1.3.4	Kiến thức xây dựng các hoạt động quan hệ công chúng và chăm	4

Ký hiệu	Chủ đề chuẩn đầu ra	TĐNL
	sóc khách hàng	
1.3.5	Kiến thức về tổ chức hệ thống thông tin marketing	4
1.4	<i>Kiến thức thực tập và tốt nghiệp</i>	
1.4.1	Kiến thức thực tập thực tế tại doanh nghiệp	5
1.4.2	Kiến thức Marketing ứng dụng vào bối cảnh doanh nghiệp	5
1.4.3	Báo cáo thực tập tốt nghiệp	5
1.4.4	Khóa luận tốt nghiệp	5
2	Kỹ năng, phẩm chất cá nhân và nghề nghiệp	
2.1	<i>Khả năng lập luận tư duy và giải quyết vấn đề</i>	
2.1.1	Nhận dạng được những vấn đề Marketing của doanh nghiệp	4
2.1.2	Phân tích nguyên nhân và yếu tố ảnh hưởng đến hoạt động Marketing của doanh nghiệp	4
2.1.3	Tổng hợp và kết luận vấn đề của doanh nghiệp	4
2.2	<i>Khả năng nghiên cứu và khám phá kiến thức</i>	
2.2.1	Xác định bản chất và hiện tượng của vấn đề liên quan đến Marketing doanh nghiệp	4
2.2.2	Tìm hiểu thông tin liên quan đến hoạt động Marketing của doanh nghiệp từ sách, báo, Internet	4
2.2.3	Nghiên cứu thực nghiệm	4
2.2.4	Kiểm định giả thuyết và chứng minh bằng dữ liệu phù hợp	4
2.3	<i>Khả năng tư duy hệ thống</i>	
2.3.1	Khái quát hóa được tổng thể vấn đề Marketing của doanh nghiệp	4
2.3.2	Xác định được nguyên nhân của vấn đề Marketing	4
2.3.3	Vận dụng quy trình thực hiện cũng như giải quyết các vấn đề liên quan đến hoạt động Marketing của doanh nghiệp	4
2.3.4	Phân tích và đề xuất được giải pháp cho doanh nghiệp	4
2.4	<i>Kỹ năng và phẩm chất cá nhân</i>	
2.4.1	Kỹ năng làm việc độc lập	4
2.4.2	Kỹ năng tổ chức các hoạt động Marketing	4
2.4.3	Tư duy sáng tạo	4
2.4.4	Tư duy đánh giá	4
2.4.5	Kỹ năng thích ứng với sự thay đổi môi trường Marketing	4
2.4.6	Kỹ năng phân tích Marketing bằng phần mềm máy tính	4
2.4.7	Tính kiên trì, chịu khó	4
2.4.8	Khả năng chịu áp lực công việc	4
2.5	<i>Kỹ năng và phẩm chất đạo đức cá nhân</i>	
2.5.1	Sống có đạo đức và phẩm chất	4

Ký hiệu	Chủ đề chuẩn đầu ra	TĐNL
2.5.2	Sống có trách nhiệm với bản thân	4
2.5.3	Sống trung thực, đoàn kết, công tâm	4
2.5.4	Thể hiện ý thức kỷ luật, tôn trọng nội quy của tổ chức	4
2.6	<i>Kỹ năng và phẩm chất đạo đức nghề nghiệp</i>	
2.6.1	Tuân thủ pháp luật trong kinh doanh	4
2.6.2	Làm việc trung thực và có trách nhiệm	4
2.6.3	Thái độ hành xử chuyên nghiệp	4
2.6.4	Chủ động lên kế hoạch cho nghề nghiệp của mình	4
2.6.5	Luôn cập nhật thông tin trong lĩnh vực nghề nghiệp	4
2.6.6	Hợp tác với đồng nghiệp	4
2.6.7	Chia sẻ kiến thức, kinh nghiệm	4
2.6.8	Đề cao lợi ích tập thể	4
2.7	<i>Kỹ năng và phẩm chất đạo đức xã hội</i>	
2.7.1	Thể hiện trách nhiệm của cá nhân đối với xã hội	4
2.7.2	Tuân thủ quy định pháp luật	4
2.7.3	Sẵn sàng tương trợ, giúp đỡ bạn bè, đồng nghiệp	4
3	<i>Kỹ năng và phẩm chất giữa các cá nhân</i>	
3.1	<i>Làm việc theo nhóm</i>	
3.1.1	Hình thành nhóm làm việc hiệu quả	4
3.1.2	Tổ chức, vận hành hoạt động nhóm	4
3.1.3	Phát triển nhóm	4
3.1.4	Lãnh đạo nhóm	4
3.1.5	Kỹ năng làm việc trong những nhóm khác nhau	4
3.2	<i>Giao tiếp</i>	
3.2.1	Chọn phương thức giao tiếp hiệu quả	4
3.2.2	Có khả năng xây dựng cấu trúc giao tiếp (cách lập luận, sắp xếp ý tưởng...) phù hợp	4
3.2.3	Kỹ năng giao tiếp bằng văn bản	4
3.2.4	Kỹ năng giao tiếp đa phương tiện	4
3.2.5	Kỹ năng thuyết trình	4
3.2.6	Kỹ năng giao tiếp giữa các cá nhân	4
3.3	<i>Giao tiếp sử dụng ngoại ngữ</i>	
3.3.1	Tiếng Anh giao tiếp	4
4	<i>Năng lực thực hành nghề nghiệp</i>	
4.1	<i>Hiểu bối cảnh xã hội và ngoại cảnh</i>	
4.1.1	Thể hiện được trách nhiệm của người làm Marketing với xã hội	4

Ký hiệu	Chủ đề chuẩn đầu ra	TĐNL
4.1.2	Thể hiện được vai trò của người làm Marketing đối với xã hội	4
4.1.3	Tuân thủ những quy định của pháp luật về Marketing	4
4.1.4	Tôn trọng lịch sử, văn hóa và đạo đức kinh doanh	4
4.1.5	Theo kịp những vấn đề và giá trị của thời đại	4
4.1.6	Thích nghi với những thay đổi của môi trường Marketing toàn cầu	4
4.2	<i>Hiểu bối cảnh tổ chức</i>	
4.2.1	Trình bày được lịch sử hình thành và phát triển của doanh nghiệp	4
4.2.2	Trình bày được mục tiêu, chiến lược, kế hoạch của doanh nghiệp	4
4.2.3	Thích nghi tốt trong các môi trường kinh doanh khác nhau	4
4.2.4	Làm việc thành công trong các tổ chức trong và ngoài nước	4
4.3	<i>Hình thành ý tưởng</i>	
4.3.1	Thiết lập những mục tiêu và yêu cầu kinh doanh	4
4.3.2	Xác định chức năng, các khái niệm cần thiết và cấu trúc của hệ thống Marketing	4
4.3.3	Mô hình hóa ý tưởng Marketing và đảm bảo mục tiêu có thể đạt được	4
4.4	<i>Xây dựng kế hoạch</i>	
4.4.1	Lập quy trình để thiết kế một kế hoạch marketing	4
4.4.2	Xây dựng kế hoạch marketing	4
4.4.3	Dự báo những biến động của kế hoạch marketing (quản lý rủi ro, chi phí/lợi ích, các nguồn lực của tổ chức...)	4
4.4.4	Thiết kế phương pháp đánh giá kế hoạch marketing (công cụ, phương pháp, quy trình...)	4
4.4.5	Thiết kế kế hoạch marketing đa công cụ, đa thị trường (phối hợp nhiều phương pháp, công cụ và quy trình khác nhau)	4
4.4.6	Thiết kế kế hoạch marketing đa mục tiêu	4
4.5	<i>Thực hiện kế hoạch</i>	
4.5.1	Truyền thông triển khai hoạt động marketing	4
4.5.2	Đào tạo/tập huấn để triển khai hoạt động marketing	4
4.5.3	Điều phối các nguồn lực khi triển khai hoạt động marketing	4
4.5.4	Giám sát quá trình thực hiện hoạt động marketing	4
4.6	<i>Đánh giá và cải tiến kế hoạch</i>	
4.6.1	Thiết kế các tiêu chuẩn, tiêu chí và phương pháp đánh giá hoạt động marketing	4
4.6.2	Tổ chức huấn luyện phương pháp đánh giá hoạt động marketing	4
4.6.3	Tổ chức đánh giá hiệu quả của hoạt động marketing	4
4.6.4	Hiệu chỉnh và cải tiến các hoạt động marketing	4

Thang trình độ năng lực

Trình độ năng lực	Mô tả
0.0 -> 2.0	Có biết qua/có nghe qua
2.0 -> 3.0	Có hiểu biết/có thể tham gia
3.0 -> 3.5	Có khả năng ứng dụng
3.5 -> 4.0	Có khả năng phân tích
4.0 -> 4.5	Có khả năng tổng hợp
4.5 -> 5.0	Có khả năng đánh giá

5. Quy trình đào tạo, điều kiện tốt nghiệp

Quyết định số 262/VBHD-ĐHAG ngày 18 tháng 8 năm 2014 của Hiệu trưởng Trường Đại học An Giang.

6. Thang điểm

Thang điểm 10 sang đó quy đổi thành thang điểm 4.

7. Khối lượng kiến thức toàn khoá

Tổng số tín chỉ: 137 tín chỉ, trong đó phân bổ kiến thức như sau (không bao gồm giáo dục thể chất và giáo dục quốc phòng):

TT	Các khối kiến thức	Khối lượng	
		Số tín chỉ	%
I	Khối kiến thức giáo dục đại cương	38	27.7
II	Khối kiến thức cơ sở ngành	37	27.0
III	Kiến thức chuyên ngành	47	34.3
IV	Thực tập, khóa luận/luận văn tốt nghiệp	15	11.0
	Tổng cộng	137	100

8. Nội dung chương trình đào tạo

S T T	Mã MH	Tên môn học		Loại MH		Tín chỉ			Điều kiện			Phòng TH/TN
		Tiếng Việt	Tiếng Anh	Bắt buộc	Tự chọn	Tổng cộng	Lý thuyết	Thực hành/ Thí nghiệm	Tiên quyết	Học trước	Song hành	
I		Kiến thức giáo dục đại cương										
	A	Lý luận chính trị										
1	PHI104	Triết học Mac-Lênin		3		3	45					II
2	MAX309	Kinh tế chính trị Mác – Lênin		2		2	30					III
3	MAX310	Chủ nghĩa xã hội khoa học		2		2	30					IV
4	VRP505	Lịch sử Đảng Cộng sản Việt Nam		2		2	30					V
5	HCM101	Tư tưởng Hồ Chí Minh		2		2	30					VI
	B	Khoa học xã hội - Nhân văn - Nghệ thuật										
6	SOC101	Xã hội học đại cương			2	2	30					II
7	PSY101	Tâm lý học đại cương			2	2	30					II
8	POL102	Logic học đại cương			2	2	30					II
9	LAW109	Pháp luật đại cương		3		3	45					I
10	BUS109	Kỹ năng truyền thông		3		3	30	30				I
	C	Ngoại ngữ										
11	ENG110	Tiếng Anh 1		4		4	60					II
12	ENG111	Tiếng Anh 2		4		4	60					III

S T T	Mã MH	Tên môn học		Loại MH		Tín chỉ			Điều kiện			Phòng TH/TN	
		Tiếng Việt	Tiếng Anh	Bắt buộc	Tự chọn	Tổng cộng	Lý thuyết	Thực hành/ Thí nghiệm	Tiền quyết	Học trước	Song hành		Học kỳ (dự kiến)
13	ENG302	Tiếng Anh 3		4		4	60					IV	
	D	Toán - Tin học - Khoa học tự nhiên - Công nghệ - Môi trường											
14	ECO105	Toán kinh tế		3		3	45					I	
15	COS101	Tin học đại cương				3	25	40				II	
	E	Kinh tế - Quản lý											
16	BUS112	Giới thiệu ngành - ĐH Marketing		2		2	30					I	
17	BUS101	Quản trị hành chính văn phòng			2	2	30					II	
	II	Kiến thức cơ sở ngành											
18	ECO303	Xác suất thống kê kinh tế		3		3	45					I	
19	ECO505	Kinh tế vi mô		3		3	45					I	
20	ECO506	Kinh tế vi mô		3		3	45			19		II	
21	BUS302	Quản trị học		3		3	45					II	
22	ACC101	Nguyên lý kế toán		3		3	45					III	
23	LAW302	Pháp luật kinh tế		3		3	45					III	
24	BUS515	Marketing căn bản		3		3	45					III	
25	BUS306	Đạo đức kinh doanh và văn hóa doanh nghiệp		2		2	30					III	
26	BUS305	Tư duy sáng tạo		3		3	45					IV	

Comment [A1]: Các ngành khác cũng đang sai mã HP này, ghi là BUS103

Comment [A2]: Nhờ Gv viết lại mô tả

S T T	Mã MH	Tên môn học		Loại MH		Tín chỉ			Điều kiện			Phòng TH/TN	
		Tiếng Việt	Tiếng Anh	Bắt buộc	Tự chọn	Tổng cộng	Lý thuyết	Thực hành/ Thí nghiệm	Tiên quyết	Học trước	Song hành		Học kỳ (dự kiến)
27	ECO507	Kinh tế lượng		3		3	30	30		18		IV	
28	FIN501	Lý thuyết Tài chính - Tiền tệ		3		3	45			20		IV	
29	MOR503	Phương pháp nghiên cứu khoa học – QTKD		2		2	30					VI	
30	ECO508	Kinh tế quốc tế			3	3	45		19	20		IV	
31	ECO503	Kinh tế phát triển			3	3	45			20		IV	
32	ECO309	Thương mại quốc tế			3	3	45		19			IV	
33	ECO510	Kinh tế môi trường			3	3	45			19, 20		IV	
III	Kiến thức chuyên ngành												
34	BUS924	Quản trị thương hiệu		3		3	45		24			V	
35	BUS545	Hành vi khách hàng		3		3	45			24		V	
36	BUS546	Phát triển sản phẩm		2		2	30		24			V	
37	BUS910	Quản trị Marketing		3		3	45		24			VI	
38	BUS519	Nghiên cứu Marketing		2		2	30		24, 27			VI	
39	BUS533	Marketing dịch vụ		2		2	30					VI	
40	BUS547	Truyền thông Marketing tích hợp		3		3	45			24		VI	
41	BUS541	Quan hệ công chúng		2		2	30		24, 37			VII	
42	BUS517	Chiến lược kinh doanh		3		3	45		20			VII	

Comment [A3]: Không thống nhất với ngành QTKD
GV ghi mã HP trong đề cương k thống nhất;
Mã của ngành QTKD là ECO309

Comment [A4]: Cái này là em dò lại đề cương của GV phụ trách, đặt HP tiên quyết hay k, mọi ng xem lại nhé

Comment [A5]: HP 37 là Quản trị mar – học HK VI, ngay trước HK này, nếu SV rớt thì k có tg cải thiện để học HP này

Comment [A6]: Trong ĐCCT có đề thêm 1 HP tiên quyết là Thiết lập và thẩm định nhưng CTĐT k có HP này

S T T	Mã MH	Tên môn học		Loại MH		Tín chỉ			Điều kiện			Phòng TH/TN	
		Tiếng Việt	Tiếng Anh	Bắt buộc	Tự chọn	Tổng cộng	Lý thuyết	Thực hành/ Thí nghiệm	Tiền quyết	Học trước	Song hành		Học kỳ (dự kiến)
									21, 24.				
43	Chưa có mã HP	Kế hoạch Marketing		3		3	45		37			VII	
44	BUS539	Quản trị chuỗi cung ứng		3		3	45					VII	
45	BUS505	Marketing Quốc tế		3		3	45		24			VII	
46	BUS521	Quản trị chất lượng			3	3	45		24			V	
47	BUS522	Quản trị sản xuất			3	3	45					V	
48	Chưa có mã HP	Hành vi tổ chức			2	2	30			21		V	
49	BUS514	Quản trị nguồn nhân lực			3	3	45		21			V	
50	BUS509	Tâm lý quản lý và nghệ thuật lãnh đạo			2	2	30		7, 21			V	
51	BUS527	Thương mại điện tử			2	2	15	30				V	
52	ACC501	Kế toán tài chính 1			3	3	45			22		VI	
53	BUS913	Quản trị kinh doanh quốc tế			3	3	45					VI	
54	FIN503	Thuế			3	3	45			22,28		VI	
55	LAW508	Pháp luật doanh nghiệp			3	3	45					VI	
56	BUS543	Marketing du lịch			2	2	30					VII	

Comment [A7]: Đây là môn Tâm lý học đại cương, môn này là môn tự chọn của SV anh ơi, nếu SV ở trên k chọn Tâm lý học thì ở đây k học được môn này; mà SV sẽ k để ý

Comment [A8]: HP này không có đề cương chi tiết cho ngành Marketing và cả ngành QTKD; em chép cái mô tả của bên KTQT, k biết họ lấy ở đâu nữa.

Comment [A9]: HP này k có đề cương chi tiết cho ngành Marketing

S T T	Mã MH	Tên môn học		Loại MH		Tín chỉ			Điều kiện			Phòng TH/TN	
		Tiếng Việt	Tiếng Anh	Bắt buộc	Tự chọn	Tổng cộng	Lý thuyết	Thực hành/ Thí nghiệm	Tiền quyết	Học trước	Song hành		Học kỳ (dự kiến)
57	BUS544	Marketing công nghiệp (B2B)			2	2	30					VII	
58	BUS512	Marketing ngân hàng			2	2	30			24		VII	
IV	Thực tập, khóa luận/luận văn tốt nghiệp												
59	BUS903	Thực tập tốt nghiệp			5	5	150					VIII	
60	BUS920	Khóa luận tốt nghiệp				10	10	300		29		VIII	
	<i>Các học phần thay thế khóa luận tốt nghiệp:</i>												
61	BUS548	Digital Marketing				3	3	45				VIII	
62	Chưa có mã HP	Kế hoạch kinh doanh				3	3	45				VIII	
63	BUS938	Quản trị mối quan hệ khách hàng				3	3	45				VIII	
64	BUS937	Quản lý bán lẻ				3	3	45				VIII	
65	Chưa có mã HP	Marketing nông nghiệp				2	2	30		24		VIII	
66	Chưa có mã HP	Quản trị bán hàng				2	2	30		24		VIII	
67	Chưa có mã HP	Quảng cáo				2	2	30				VIII	
	Tổng số: 137 TC (Bắt buộc: 105 TC; Tự chọn: 32 TC)				105	32	137						

Comment [A10]: Có HP tiền quyết là Thiết lập và thẩm định dự án, nhưng CTĐt k có

Comment [A11]: Học phần này không có đề cương nên em chưa có đề phân mô tả HP bên dưới

9. Khả năng liên thông với các chương trình đào tạo khác

Khả năng nâng cao trình độ: Sinh viên tốt nghiệp đại học Marketing có khả năng tiếp tục học sau đại học các chuyên ngành trong nhóm ngành kinh doanh tại các cơ sở đào tạo trong và ngoài nước.

10. Dự kiến kế hoạch giảng dạy (phân bổ các môn học theo từng học kỳ)

Học kỳ	Mã MH	Tên MH	Loại MH		Tín chỉ			Phòng TN (**)	Ghi chú
			Bắt buộc	Tự chọn	Tổng cộng	Lý thuyết	Thực hành/ Thí nghiệm		
I (17 TC; 17 BB; 0 TC)	BUS112	Giới thiệu ngành - ĐH Marketing	2		2	30			
	ECO303	Xác suất thống kê kinh tế	3		3	45			
	ECO105	Toán kinh tế	3		3	45			
	BUS109	Kỹ năng truyền thông	3		3	30	30		
	LAW109	Pháp luật đại cương	3		3	45			
	ECO505	Kinh tế vi mô	3		3	45			
	MIS150	Giáo dục quốc phòng - an ninh 1*			3*	30	16		Đk
	PHT110	Giáo dục thể chất 1*			1*	4	26		Đk
	Tổng		17	0	17				
II (17 TC; 13 BB; 4 TC)	PHI104	Triết học Mac-Lênin	3		3	45			
	ECO506	Kinh tế vi mô	3		3	45			
	BUS302	Quản trị học	3		3	45			
	ENG110	Tiếng Anh 1	4		4	60			
	POL102	Logic học đại cương		4	2	30			
	PSY101	Tâm lý học đại cương			2	30			
	SOC101	Xã hội học đại cương			2	30			
	BUS101	Quản trị hành chính văn phòng			2	30			
	MIS160	Giáo dục quốc phòng - an ninh 2*			2*	32	10		Đk
	COS101	Tin học đại cương (*)			3*	25	40		Đk
	PHT121	Giáo dục thể chất 2*			2*	4	56		Đk
	Tổng		13	4	17				
III (17 TC; 17 BB; 0 TC)	MAX309	Kinh tế chính trị Mác - Lênin	2		2	30			
	BUS306	Đạo đức kinh doanh và văn hóa doanh nghiệp	2		2	30			
	ACC101	Nguyên lý kế toán	3		3	45			
	LAW302	Pháp luật kinh tế	3		3	45			
	BUS515	Marketing căn bản	3		3	45			
	ENG111	Tiếng Anh 2	4		4	60			

Comment [A12]: Nhờ GV cập nhật lại tên Tiếng Anh của HP và mô tả học phần

Học kỳ	Mã MH	Tên MH	Loại MH		Tín chỉ			Phòng TN (**)	Ghi chú	
			Bắt buộc	Tự chọn	Tổng cộng	Lý thuyết	Thực hành/ Thí nghiệm			
	MIS170	Giáo dục quốc phòng - an ninh 3*			3*	29	43		Đk	
		Tổng	17		17					
IV (18 TC; 15 BB; 03 TC)	MAX310	Chủ nghĩa xã hội khoa học	2		2	30				
	LAW302	Lý thuyết Tài chính - Tiền tệ	3		3	45				
	ECO507	Kinh tế lượng	3		3	30	30			
	BUS305	Tư duy sáng tạo	3		3	45				
	ENG302	Tiếng Anh 3	4		4	60				
	ECO508	Kinh tế quốc tế		3	3	45				
	ECO503	Kinh tế phát triển			3	45				
	ECO509	Thương mại quốc tế			3	45				
ECO510	Kinh tế môi trường		3		45					
		Tổng	15	3	18					
V (17 TC; 12 BB; 05 TC)	BUS545	Hành vi khách hàng	3		3	45				
	BUS924	Quản trị thương hiệu	3		3	45				
	BUS533	Marketing dịch vụ	2		2	30				
	BUS546	Phát triển sản phẩm	2		2	30				
	VRP505	Lịch sử Đảng Cộng sản Việt Nam	2		2	30				
	BUS521	Quản trị chất lượng		5	3	45				
	BUS522	Quản trị sản xuất			3	45				
	BUS508	Hành vi tổ chức			2	30				
	BUS514	Quản trị nguồn nhân lực			3	45				
	BUS509	Tâm lý quản lý và nghệ thuật lãnh đạo			2	30				
	BUS527	Thương mại điện tử			2	15	30			
		Tổng	12		5	17				
VI (18 TC; 12 BB; 06 TC)	BUS910	Quản trị Marketing	3			3	45			
	BUS547	Truyền thông marketing tích hợp	3			3	45			
	BUS519	Nghiên cứu Marketing	2			2	30			
	MOR503	Phương pháp nghiên cứu khoa học - QTKD	2		2	30				
	HCM101	Tư tưởng Hồ Chí Minh	2		2	21	18			
	ACC501	Kế toán tài chính 1		6	3	45				
	BUS913	Quản trị kinh doanh quốc tế			3	45				
FIN503	Thuế		3		45					

Học kỳ	Mã MH	Tên MH	Loại MH		Tín chỉ			Phòng TN (**)	Ghi chú
			Bắt buộc	Tự chọn	Tổng cộng	Lý thuyết	Thực hành/ Thí nghiệm		
	LAW508	Pháp luật doanh nghiệp			3	45			
	Tổng		12	6	18				
VII (18 TC: 14 BB; 04 TC)	BUS541	Quan hệ công chúng	2		2	30			
	BUS517	Chiến lược kinh doanh	3		3	45			
		Kế hoạch Marketing	3		3	45			
	BUS505	Marketing Quốc tế	3		3	45			
	BUS539	Quản trị chuỗi cung ứng	3		3	45			
	BUS543	Marketing du lịch		4	2	30			
	BUS544	Marketing công nghiệp (B2B)			2	30			
BUS512	Marketing ngân hàng		2		30				
	Tổng		14	4	18				
VIII (15 TC: 05 BB; 10 TC)	BUS903	Thực tập tốt nghiệp	5		5				150
	BUS920	Khóa luận tốt nghiệp		10	10				300
	Các học phần thay thế khóa luận tốt nghiệp:								
	BUS548	Digital Marketing		10	3	45			
		Kế hoạch kinh doanh			3	45			
	BUS938	Quản trị mối quan hệ khách hàng			3	45			
	BUS937	Quản lý bán lẻ			3	45			
		Marketing nông nghiệp			2	30			
		Quản trị bán hàng			2	30			
	Quảng cáo		2		30				
	Tổng		5	10	15				

11. Ma trận các môn học và chuẩn đầu ra (kỹ năng)

(Danh sách các môn học được hệ thống theo học kỳ và phân bổ giảng dạy các kỹ năng vào các môn học: mức độ giảng dạy I, T, U và trình độ năng lực yêu cầu với môn học theo trình độ năng lực)

Học kỳ	Tên môn học	Chuẩn đầu ra					
		2.1		3.1		4.1	
		2.1.1	...	3.1.1	...	4.1.1	...
I							

Học kỳ	Tên môn học	Chuẩn đầu ra					
		2.1		3.1		4.1	
		2.1.1	...	3.1.1	...	4.1.1	...
II							

12. Mô tả vắn tắt nội dung và khối lượng các môn học (số thứ tự của môn học tương ứng với số thứ tự của môn học trong nội dung chương trình đào tạo)

1. **Triết học Mac-Lênin**
2. **Kinh tế chính trị Mác – Lênin**
3. **Chủ nghĩa xã hội khoa học**
4. **Lịch sử Đảng Cộng sản Việt Nam**
5. **Tư tưởng Hồ Chí Minh**
6. **Xã hội học đại cương**
7. **Tâm lý học đại cương**
8. **Logic học đại cương**
9. **Pháp luật đại cương**
10. **Kỹ năng truyền thông (Communication skills)**

- Số tín chỉ: 03 (30;30)

- Điều kiện tiên quyết/Môn học trước: Không

- Mô tả nội dung môn học: Học phần cung cấp cho sinh viên khái niệm cơ bản về kỹ năng truyền thông, mô hình quá trình truyền thông, các nguyên tắc cơ bản trong truyền thông. Ngoài ra, môn học còn cung cấp kiến thức về kỹ năng thuyết trình, kỹ năng hội họp, kỹ năng giao tiếp nơi công sở, kỹ năng làm việc nhóm và kỹ năng viết CV, kỹ năng phỏng vấn xin việc, có kết hợp các buổi giảng dạy lý thuyết và thực hành nên các cá nhân có cơ hội tự học hỏi, tự rèn luyện các kỹ năng này.

11. Tiếng Anh 1

12. Tiếng Anh 2

13. Tiếng Anh 3

14. Toán kinh tế (Mathematics for Economics)

- Số tín chỉ: 03 (45;0)

- Điều kiện tiên quyết/Môn học trước: Không

- Mô tả nội dung môn học: Cung cấp cho sinh viên các kiến thức cơ bản và các ứng dụng trong kinh tế của: (1) Ma trận và định thức; (2) Hệ phương trình tuyến tính; (3) Phép toán vi tích phân của hàm số một biến số; (4) Phép toán vi phân của hàm số nhiều biến số; (5) Tối ưu hóa tuyến tính. Qua đó giúp sinh viên biết vận dụng những ứng dụng này vào việc tiếp thu các tri thức hiện đại trong kinh tế học.

15. Tin học đại cương

16. Giới thiệu ngành - ĐH Marketing (Introduction to Marketing)

- Số tín chỉ: 02 (30;0)

- Điều kiện tiên quyết/Môn học trước: Không

- Mô tả nội dung môn học: Trước tiên, học phần Giới thiệu ngành nhằm giúp sinh viên hiểu được mục đích thực sự của việc học Đại học, từ đó hình thành thái độ và sự nỗ lực học tập thích hợp trong suốt quá trình học. Tiếp theo, học phần giúp sinh viên hiểu rõ ngành và nghề nghiệp mà mình đang theo học bằng cách giới thiệu chương trình đào tạo của ngành Marketing (bao gồm những kiến thức chuyên môn, những kỹ năng và năng lực thực hành nghề nghiệp mà một cử nhân ngành này sẽ đạt được) và một số hướng nghề nghiệp sau khi tốt nghiệp. Học phần còn giúp sinh viên rèn luyện một số kỹ năng cần thiết để học tốt ở bậc Đại học như: phương pháp học Đại học, kỹ năng ghi chú, kỹ năng xây dựng bản đồ tư duy, tư duy phản biện, kỹ năng làm việc nhóm và kỹ năng viết bài luận ở bậc đại học.

17. Quản trị hành chính văn phòng (Administrative Office Management)

- Số tín chỉ: 02 (30;0)
- Điều kiện tiên quyết/Môn học trước: Không
- Mô tả nội dung môn học: Học phần cung cấp cho người học những kiến thức cần thiết của quy trình quản trị các hoạt động hành chính trong các văn phòng, doanh nghiệp. Những kỹ năng hành chính văn phòng căn bản, điều hành và xử lý các công việc hành chính văn phòng phục vụ mục tiêu phát triển của doanh nghiệp. Phân biệt rõ ràng giữa hành chính công và hành chính doanh nghiệp. Học phần còn giúp người học có những kiến thức và kỹ năng cần thiết của một quản trị trong việc điều hành các hoạt động hành chính văn phòng doanh nghiệp.

18. Xác suất thống kê kinh tế (Probability and Statistics for Economics)

- Số tín chỉ: 03 (45;0)
- Điều kiện tiên quyết/Môn học trước: Không
- Mô tả nội dung môn học: Cung cấp cho sinh viên các công thức tính xác suất của biến cố, biến ngẫu nhiên và luật phân phối xác suất, lý thuyết mẫu, ước lượng tham số, kiểm định giả thuyết, hồi quy và tương quan tuyến tính. Qua đó sinh viên hình thành kỹ năng làm việc nhóm, biết vận dụng kiến thức môn học vào giải quyết các tình huống trong thực tiễn.

19. Kinh tế vi mô (Microeconomic)

- Số tín chỉ: 03 (45;0)
- Điều kiện tiên quyết/Môn học trước: Không
- Mô tả nội dung môn học: Cung cấp kiến thức 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. 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. Đặc điểm của sản xuất, chi phí, lợi nhuận. Các lựa chọn tối ưu hóa lợi nhuận của doanh nghiệp trong các mô hình thị trường và giới thiệu những vấn đề: thất bại của thị trường, thông tin suy thoái và vai trò của chính phủ.

20. Kinh tế vĩ mô (Macroeconomics)

- Số tín chỉ: 03 (45;0)

- **Điều kiện tiên quyết: Kinh tế vi mô (19)**

- Mô tả nội dung môn học: Kinh tế học vĩ mô nghiên cứu nền kinh tế trên phương diện tổng thể, bao gồm việc mô tả và đo lường các biến số kinh tế vĩ mô như tổng sản phẩm quốc nội, giá cả, lạm phát, việc làm và thất nghiệp, cung cầu tiền tệ, lãi suất... Mỗi quan hệ và sự tác động qua lại giữa các biến này được giải thích thông qua các mô hình kinh tế đơn giản và các chính sách ổn định hóa kinh tế như: chính sách tài khóa, chính sách tiền tệ và chính sách ngoại thương.

21. Quản trị học (Fundamentals of Management)

- Số tín chỉ: 03 (45;0)

- Điều kiện tiên quyết/Môn học trước: Không

- Mô tả nội dung môn học: Học phần được thiết kế để trang bị những kiến thức cơ bản về hoạt động quản trị trong tổ chức làm nền tảng để tiếp tục nghiên cứu các môn chuyên ngành. Sau khi hoàn thành học phần, sinh viên hiểu được quá trình quản trị tổ chức thông qua 4 chức năng cơ bản của hoạt động quản trị và có thể vận dụng các kiến thức đã học để giải quyết các tình huống quản trị thực tế trong tổ chức một cách khoa học.

22. Nguyên lý kế toán (Principles of Accounting)

- Số tín chỉ: 03 (45;0)

- Điều kiện tiên quyết/Môn học trước: Không

- Mô tả nội dung môn học: Là học phần bắt buộc, cung cấp kiến thức cơ bản về kế toán cho sinh viên ngành kinh tế, cụ thể là các phương pháp kế toán: chứng từ, tài khoản và ghi sổ kép, tính giá, tổng hợp- cân đối kế toán và kế toán các quá trình sản xuất kinh doanh chủ yếu trong doanh nghiệp sản xuất và thương mại. Là tiền đề cơ bản để học các môn học tiếp theo về kế toán: Kế toán Tài chính, Kế toán Quản trị, Kế toán Chi phí... Ngoài ra, qua môn học này còn giúp sinh viên nâng cao kỹ năng diễn đạt vấn đề trước tập thể và nâng cao kỹ năng làm việc nhóm.

23. Pháp luật kinh tế

- Số tín chỉ: 03 (45;0)

- Điều kiện tiên quyết/Môn học trước: Không

- Mô tả nội dung môn học:

24. Marketing căn bản (Fundamental Marketing)

- Số tín chỉ: 03 (45;0)

- Điều kiện tiên quyết/Môn học trước: Không

- Mô tả nội dung môn học: Giới thiệu những triết lý kinh doanh hiện đại để tham gia vào kinh tế thị trường. Cung cấp một số khái niệm căn bản về Marketing. Giúp người học biết cách phân tích thị trường, lựa chọn thị trường mục tiêu và triển khai chiến lược Marketing thông qua 4 công cụ của Marketing hỗn hợp (Marketing-Mix): Sản phẩm, Giá, Phân phối, Xúc tiến.

25. Đạo đức kinh doanh và văn hóa doanh nghiệp (Business Ethics)

- Số tín chỉ: 02 (30;0)
- Điều kiện tiên quyết/Môn học trước: Không
- Mô tả nội dung môn học: Học phần trang bị cho người học những kiến thức cơ bản về đạo đức kinh doanh, nguồn gốc, bản chất các vấn đề đạo đức trong kinh doanh; các triết lý về đạo đức ảnh hưởng đến hành vi con người trong kinh doanh và sự khác nhau trong cách tiếp cận khi thực thi những nghĩa vụ cơ bản của doanh nghiệp về kinh tế, pháp lý, đạo đức và nhân văn từ đó giúp người học nhận diện, phân tích, đánh giá các hành vi đạo đức kinh doanh điển hình trong thực tế liên quan đến người lao động, khách hàng, ngành, cộng đồng và xã hội.

26. Tư duy sáng tạo (Creative thinking)

- Số tín chỉ: 03 (45;0)
- Điều kiện tiên quyết/Môn học trước: Không
- Mô tả nội dung môn học: Môn học nhấn mạnh tầm quan trọng của tư duy sáng tạo trong cuộc sống và đặc biệt là trong kinh doanh. Sinh viên sẽ được học những phương pháp suy nghĩ linh hoạt và tạo ra các ý tưởng độc đáo. Học phần bao gồm các nội dung: (1) Khái niệm về tư duy sáng tạo và quá trình tư duy sáng tạo; (2) Các phương pháp và nguyên tắc sáng tạo, các yếu tố tác động đến quá trình tư duy sáng tạo; (3) Các mô hình và kỹ thuật sáng tạo; (4) Bài tập ứng dụng và các trò chơi sáng tạo. Đồng thời hướng dẫn cho sinh viên các kỹ năng cần thiết để trở thành nhà quản lý hoặc nhân viên luôn biết đổi mới trong thời đại 4.0.

27. Kinh tế lượng (Econometrics)

- Số tín chỉ: 03 (30;30)
- Môn học trước: Xác suất thống kê kinh tế (18)
- Mô tả nội dung môn học: Cung cấp cho sinh viên những khái niệm và công cụ cơ bản trong phân tích định lượng kinh tế: xây dựng và ước lượng mô hình hồi quy tuyến tính đơn, bội và với biến giả; các vấn đề về hiệu chỉnh mô hình; chọn mô hình và kiểm định việc định dạng mô hình. Từ đó có thể ứng dụng để phân tích và đánh giá các chính sách hay các vấn đề khác. Qua đó hình thành cho sinh viên kỹ năng làm việc nhóm, biết vận dụng kiến thức môn học vào giải quyết các tình huống trong thực tiễn.

28. Lý thuyết Tài chính - Tiền tệ (Financial and Monetary Theory)

- Số tín chỉ: 03 (45;0)
- Môn học trước: Kinh tế vĩ mô (20)
- Mô tả nội dung môn học: Môn học giúp cho người học tiếp cận một cách hệ thống những kiến thức cơ bản về lĩnh vực Tài chính và Tiền tệ trong cơ chế thị trường bao gồm: Lý luận cơ bản về tài chính, Lý luận cơ bản về tiền tệ, Tài chính công, Tài chính doanh nghiệp, Trung gian tài chính, Ngân hàng trung ương, Tài chính quốc tế, Thị trường tài chính... và vận dụng những kiến thức này có hiệu quả vào thực tiễn quản lý kinh tế.

29. Phương pháp nghiên cứu khoa học – QTKD (Business Research Methods)

- Số tín chỉ: 02 (30;0)
- Điều kiện tiên quyết/Môn học trước: Không
- Mô tả nội dung môn học: Học phần này cung cấp cơ sở lý luận và thực hành nghiên cứu trong kinh doanh. Học phần này cung cấp cho sinh viên kiến thức về quy trình nghiên cứu, phương pháp tổng kết lý thuyết và phương pháp nghiên cứu. Sinh viên được trang bị kỹ năng tổng kết lý thuyết và phương pháp nghiên cứu định tính và định lượng. Học phần giúp sinh viên hình thành thái độ nghiêm túc trong nghiên cứu khoa học nói riêng và trong công việc nói chung.

30. Kinh tế quốc tế (International Economics)

- Số tín chỉ: 03 (45;0)
- Điều kiện tiên quyết: Kinh tế vi mô (19)
- Học phần học trước: Kinh tế vĩ mô (20)
- Mô tả nội dung môn học: Môn học này dựa trên nền tảng kinh tế học, mô tả quá trình sử dụng và phân phối những nguồn lực có hạn của thế giới nhằm đem lại sự thỏa mãn cao nhất cho mọi thành viên trong xã hội. Đồng thời thể hiện lợi ích các quốc gia nhận được thông qua lợi thế so sánh khi giao thương với nhau. Mặt khác để bảo vệ lợi ích của thành viên nên chính phủ phải tác động vào nền kinh tế thông qua một số chính sách thương mại và tiến tới sự liên kết kinh tế quốc tế giữa các quốc gia.

31. Kinh tế phát triển (Development Economics)

- Số tín chỉ: 03 (45;0)
- Môn học trước: Kinh tế vĩ mô (20)
- Mô tả nội dung môn học: Kinh tế phát triển nêu lên các vấn đề về: các yếu tố ảnh hưởng đến quá trình tăng trưởng và phát triển kinh tế, những mô hình tăng trưởng, mối quan hệ giữa các nước đang phát triển và nước phát triển dưới tác động của nền kinh tế thế giới. Đồng thời, môn này còn đề cập đến các cơ chế tổ chức kinh tế, xã hội, chính trị trong cả khu vực tư nhân và nhà nước, để cải thiện quy mô đời sống thấp kém ở các nước đang phát triển.

32. Thương mại quốc tế (International Trade)

- Số tín chỉ: 03 (45;0)
- Điều kiện tiên quyết: Kinh tế vi mô (19)
- Mô tả nội dung môn học: Học phần cung cấp cho sinh viên những kiến thức về các lý thuyết thương mại quốc tế; các chính sách thương mại quốc tế; các công cụ để thực hiện các chính sách thương mại quốc tế, đặc biệt là những chính sách về nhập khẩu và xuất khẩu của các quốc gia trên thế giới như thuế quan, công cụ phi thuế quan; các tổ chức, định chế tài chính ảnh hưởng đến hoạt động thương mại quốc tế.

33. Kinh tế môi trường (Environmental Economics)

- Số tín chỉ: 03 (45;0)
- Môn học trước: Kinh tế vi mô (19), kinh tế vĩ mô (20)
- Mô tả nội dung môn học: Học phần cung cấp kiến thức căn bản về kinh tế học tài nguyên và môi trường. Sinh viên được rèn luyện kỹ năng tiếp cận kinh tế học để giải quyết các vấn đề về tài nguyên môi trường, cũng như thực hành kỹ năng làm việc nhóm hiệu quả. Sinh viên có khả năng phân tích, ra quyết định lựa chọn các dự án có liên quan đến vấn đề tài nguyên môi trường trên quan điểm của cả nền kinh tế.

34. Quản trị thương hiệu (Brand Management)

- Số tín chỉ: 03 (45;0)
- Điều kiện tiên quyết: Marketing căn bản (24)
- Mô tả nội dung môn học: Học phần trình bày toàn diện quy trình từ hoạch định, đến tổ chức, điều khiển, kiểm soát các chiến lược và kế hoạch xây dựng thương hiệu. Học phần cung cấp cho người học những kiến thức bao gồm: Các quan điểm về thương hiệu, tầm quan trọng của thương hiệu; Việc xây dựng thương hiệu mạnh và phát triển thương hiệu, lựa chọn chiến lược và chính sách thương hiệu; Xây dựng hệ thống nhận diện thương hiệu; Chiến lược định vị và truyền thông thương hiệu; Đăng ký bảo hộ thương hiệu và quản lý thương hiệu.

35. Hành vi khách hàng (Customer's behavior)

- Số tín chỉ: 03 (45;0)
- Môn học trước: Marketing căn bản (24)
- Mô tả nội dung môn học: Học phần cung cấp cho người học những kiến thức về hành vi của khách hàng trong quá trình mua sắm, sử dụng, loại bỏ các sản phẩm, dịch vụ và các yếu tố ảnh hưởng đến hành vi của khách hàng. Việc nghiên cứu hành vi khách hàng sẽ hỗ trợ doanh nghiệp trong việc hoạch định các chiến lược, kế hoạch marketing một cách hiệu quả. Bên cạnh đó, người học có thể vận dụng các kiến thức đã học để giải quyết các tình huống cụ thể liên quan đến hành vi khách hàng; phát triển khả năng tự học, tự nghiên cứu về hành vi của khách hàng trong thực tế.

36. Phát triển sản phẩm (Product Development)

- Số tín chỉ: 02 (30;0)
- Điều kiện tiên quyết: Marketing căn bản (24)
- Mô tả nội dung môn học: Phát triển sản phẩm là môn khoa học nghiên cứu về hoạt động phát triển sản phẩm mới trong doanh nghiệp. Học phần Phát triển sản phẩm nhằm trang bị cho người học những kiến thức cơ bản như: chiến lược phát triển sản phẩm; quá trình phát triển sản phẩm mới; cách quản lý quy trình phát triển sản phẩm nhằm đưa đến sự thành công trong phát triển sản phẩm mới; phân tích và lựa chọn cơ hội phát triển sản phẩm mới; đưa ra khái niệm sản phẩm từ ý tưởng

được lựa chọn; đánh giá khái niệm sản phẩm; phát triển sản phẩm; các hoạt động cần triển khai để đưa sản phẩm đến với khách hàng mục tiêu.

37. Quản trị Marketing (Marketing Management)

- Số tín chỉ: 03 (45;0)
- Điều kiện tiên quyết: Marketing căn bản (24)
- Mô tả nội dung môn học: Học phần cung cấp cho sinh viên các kiến thức và nâng cao khả năng vận dụng lý thuyết quản trị Marketing vào thực tiễn, bao gồm các nội dung: (1) Tổng quan về quản trị Marketing; (2) Phân tích thị trường – khách hàng và cơ hội marketing; (3) Hoạch định chiến lược marketing – mix, phân tích đối thủ cạnh tranh và chiến lược cạnh tranh; (4) Tổ chức, thực hiện và kiểm tra hoạt động Marketing.

38. Nghiên cứu Marketing (Marketing Research)

- Số tín chỉ: 02 (30;0)
- Điều kiện tiên quyết: Marketing căn bản (24), Kinh tế lượng (27)
- Mô tả nội dung môn học: Học phần này giúp xác định các vấn đề Marketing trong doanh nghiệp, xây dựng thiết kế vấn đề nghiên cứu, phương pháp chọn mẫu, cách thiết kế bảng câu hỏi, phương pháp thu thập dữ liệu sơ cấp và thứ cấp, các phương pháp phân tích và kiểm định giả thiết, cách viết báo cáo và trình bày kết quả nghiên cứu.

39. Marketing dịch vụ (Service Marketing)

- Số tín chỉ: 02 (30;0)
- Điều kiện tiên quyết/Môn học trước: Không
- Mô tả nội dung môn học: Môn học cung cấp cho người học những kiến thức cơ bản về marketing dịch vụ và cách thức thiết lập các hoạt động marketing đối với các loại hình dịch vụ trong thực tế. Bên cạnh đó, việc nghiên cứu học phần này giúp cho người học có thể hiểu và vận dụng các lý thuyết đã học để phân tích và đưa ra các đề xuất cho các hoạt động marketing mix của đơn vị kinh doanh dịch vụ.

40. Truyền thông Marketing tích hợp (Integrated Marketing Communication)

- Số tín chỉ: 03 (45;0)
- Môn học trước: Marketing căn bản (24)
- Mô tả nội dung môn học: Truyền thông marketing là một trong bốn thành phần quan trọng trong marketing hỗn hợp (marketing-mix). Môn học nhằm giúp sinh viên hiểu quy trình phát triển chương trình truyền thông marketing cho một sản phẩm hoặc một dịch vụ, kết hợp giữa 5 yếu tố: quảng cáo, khuyến mại, bán hàng trực tiếp, quan hệ công chúng (PR) và marketing trực tiếp. Biết được vị trí của IMC trong marketing mix, hiểu rõ quá trình truyền thông, biết phát triển các yếu tố của IMC, biết tổ chức, phối hợp các hoạt động truyền thông và đánh giá hiệu quả chương trình truyền thông.

41. Quan hệ công chúng (The Public Relation)

- Số tín chỉ: 02 (30;0)
- Điều kiện tiên quyết: Marketing căn bản (24), Quản trị marketing (37)
- Mô tả nội dung môn học: Học phần nằm trong HK 6 của chương trình đào tạo ngành Marketing. Học phần này sẽ cung cấp cho sinh viên kiến thức và kỹ năng, cũng như năng lực thực hiện công tác truyền thông, đưa hình ảnh của doanh nghiệp đến với người tiêu dùng. Sau khi hoàn thành học phần này, sinh viên được trang bị tác phong làm việc chuyên nghiệp trong môi trường kinh doanh trong và ngoài nước.

42. Chiến lược kinh doanh (Business Strategy)

- Số tín chỉ: 03 (45;0)
- Điều kiện tiên quyết: Kinh tế vĩ mô (20), Quản trị học (21); Marketing căn bản (24)
- Mô tả nội dung môn học: Học phần Chiến lược kinh doanh trang bị cho sinh viên kiến thức về hoạch định chiến lược để doanh nghiệp có thể duy trì và phát triển vị thế cạnh tranh trong dài hạn. Các kiến thức quan trọng được giới thiệu gồm: (1) phân tích môi trường kinh doanh của doanh nghiệp; (2) hoạch định mục tiêu phát triển; (3) đề xuất các phương án chiến lược; (4) lựa chọn các chiến lược kinh doanh tối ưu; (5) các vấn đề quan trọng để triển khai chiến lược thành công; (6) phương pháp kiểm soát và đánh giá chiến lược.

43. Kế hoạch Marketing (Marketing Plan)

- Số tín chỉ: 03 (45;0)
- Điều kiện tiên quyết: Quản trị marketing (37)
- Mô tả nội dung môn học: Học phần cung cấp cho sinh viên các kiến thức và khả năng vận dụng lý thuyết kế hoạch Marketing vào thực tiễn, bao gồm các nội dung: (1) Tổng quan về kế hoạch Marketing; (2) Phân tích hiện trạng và cơ hội marketing; (3) Thiết lập mục tiêu và chiến lược Marketing; (4) Tổ chức, thực hiện và kiểm tra kế hoạch Marketing.

44. Quản trị chuỗi cung ứng (Supply Chain Management)

- Số tín chỉ: 03 (45;0)
- Điều kiện tiên quyết/Môn học trước: Không
- Mô tả nội dung môn học: Học phần cung cấp cho sinh viên những kỹ năng và kiến thức căn bản về việc quản trị chuỗi cung ứng trong các doanh nghiệp. Từ đó, sinh viên có thể khái quát được quá trình vận hành của toàn bộ hệ thống kinh doanh mà doanh nghiệp đang hoạt động. Ngoài ra, sinh viên có thể vận dụng những kiến thức và kỹ năng đã được học vào việc phân tích, đánh giá, và hoàn thiện hệ thống chuỗi cung ứng trong thực tế.

45. Marketing Quốc tế (International Marketing)

- Số tín chỉ: 03 (45;0)

- Điều kiện tiên quyết: Marketing căn bản (24)
- Mô tả nội dung môn học: Học phần này giới thiệu bản chất của thị trường toàn cầu, những thách thức môi trường tác động lên marketing quốc tế, đánh giá thị trường nước ngoài và xác định thị trường tiềm năng, những chiến lược thâm nhập và mở rộng những thị trường nước ngoài, những sự quyết định về khách hàng hóa hay tiêu chuẩn hóa về sản phẩm và thương hiệu, truyền thông, giá và những vấn đề phân phối.

46. Quản trị chất lượng (Quality Management)

- Số tín chỉ: 02 (30;0)
- Điều kiện tiên quyết: Marketing căn bản (24)
- Mô tả nội dung môn học: Môn học cung cấp cho sinh viên các khái niệm liên quan đến quản trị chất lượng, các phương pháp đo lường chất lượng sản phẩm, chất lượng dịch vụ. Bên cạnh đó môn học còn giới thiệu một vài công cụ thống kê cơ bản để kiểm soát chất lượng, một số hệ thống quản trị chất lượng đang được áp dụng phổ biến hiện nay.

47. Quản trị sản xuất (Production Management)

- Số tín chỉ: 03 (45;0)
- Điều kiện tiên quyết/Môn học trước: Không
- Mô tả nội dung môn học: Học phần cung cấp cho sinh viên những kiến thức và kỹ năng căn bản về việc quản trị hệ thống sản xuất trong thực tế, giúp sinh viên có thể hiểu và thực hiện được các công việc cần phải làm trong quá trình quản trị hệ thống sản xuất bao gồm: dự báo nhu cầu, hoạch định năng lực sản xuất, xác định địa điểm & bố trí mặt bằng sản xuất, tính toán tồn kho, lập lịch trình sản xuất, hoạch định nhu cầu vật tư và điều hành sản xuất.

48. Hành vi tổ chức (Organization Behavior)

- Số tín chỉ: 02 (30;0)
- Môn học trước: Quản trị học (21)
- Mô tả nội dung môn học: Học phần nghiên cứu một cách có hệ thống về các hành vi và thái độ của con người trong một tổ chức và sự tương tác giữa hành vi của con người với tổ chức nhằm đạt được mục tiêu của tổ chức. Nội dung bao gồm 9 chương trang bị kiến thức để giúp sinh viên có thể hiểu, giải thích, dự đoán được hành vi ứng xử cũng như có những biện pháp cải biến những hành vi không mong đợi ở 3 cấp độ: Cấp độ cá nhân, Cấp độ nhóm và Cấp độ tổ chức.

49. Quản trị nguồn nhân lực (Human Resources Management – HRM)

- Số tín chỉ: 03 (45;0)
- Điều kiện tiên quyết: Quản trị học (21)
- Mô tả nội dung môn học: Học phần này cung cấp cho sinh viên những nhận thức đúng đắn về quản trị nguồn nhân lực, có kiến thức và kỹ năng cần thiết để phân tích, đánh giá và thực hiện các chính sách, hoạt động thực tiễn về QTNNL;

biết cách xây dựng chiến lược QTNNL trong mối liên hệ với các chiến lược kinh doanh cho doanh nghiệp. Nhận thức được tầm quan trọng của công tác quản trị nguồn nhân lực, sẵn sàng nhận trách nhiệm của nhà quản lý nhân sự hoặc nhân viên phụ trách công tác nhân sự của doanh nghiệp.

50. Tâm lý quản lý và nghệ thuật lãnh đạo (Leadership)

- Số tín chỉ: 02 (30;0)
- Điều kiện tiên quyết: **Tâm lý học đại cương (7)**; Quản trị học (21)
- Mô tả nội dung môn học: Học phần này cung cấp những yếu tố quan trọng trong đánh giá và phản ánh những điểm cốt lõi của lãnh đạo trong lý thuyết và thực tiễn. Điều này đạt được thông qua việc xem xét đánh giá các lý thuyết lãnh đạo khác nhau, thảo luận cởi mở, tự đánh giá cá nhân và phản ánh những thực tiễn lãnh đạo nhằm giúp người học phát triển các kỹ năng cốt yếu của lãnh đạo trong môi trường hiện đại là hình thành và truyền đạt tầm nhìn, tạo ra khả năng, điều kiện thuận lợi để đạt được tầm nhìn chung.

51. Thương mại điện tử

- Số tín chỉ: 02 (15;30)
- Điều kiện tiên quyết/Môn học trước: Không
- Mô tả nội dung môn học: Học phần cung cấp những kiến thức về thương mại điện tử, tình hình phát triển Thương mại điện tử trên thế giới và ở Việt Nam; hoạt động TMĐT của các doanh nghiệp vừa và nhỏ. Qua đó sinh viên thấy được lợi ích và hiệu quả của các tổ chức và cá nhân tham gia khi vào TMĐT. Đồng thời sinh viên cũng được thực hành các giao dịch trực tuyến như mua bán, trao đổi, viết bài, thanh toán, quảng cáo,...trực tuyến. Sau khoá học, sinh viên sẽ tự tin hơn khi tự mình kinh doanh trực tuyến hoặc làm việc ở các mảng thương mại điện tử tại doanh nghiệp.

52. Kế toán tài chính 1 (Financial Accounting 1)

- Số tín chỉ: 03 (45;0)
- Môn học trước: Nguyên lý kế toán (22)
- Mô tả nội dung môn học: Học phần này mô tả các khái niệm, thuật ngữ, nguyên tắc kế toán, chứng từ, tài khoản, phương pháp hạch toán và sổ sách từng phần hành kế toán như: các vấn đề chung về kế toán tài chính; kế toán tiền và các khoản phải thu; kế toán hàng tồn kho; kế toán tài sản cố định; kế toán nợ phải trả; kế toán vốn chủ sở hữu; kế toán hoạt động thương mại và xác định kết quả hoạt động kinh doanh.

53. Quản trị kinh doanh quốc tế (International Business Management)

- Số tín chỉ: 03 (45;0)
- Điều kiện tiên quyết/Môn học trước: Không
- Mô tả nội dung môn học: Học phần Quản trị Kinh doanh Quốc tế cung cấp kiến thức chuyên ngành về quản trị doanh nghiệp trong môi trường kinh doanh quốc tế,

bao gồm ba nội dung chính. Phần một giới thiệu môi trường kinh doanh quốc tế. Phần hai so sánh sự khác biệt giữa các quốc gia trong môi trường kinh doanh quốc tế. Phần ba nghiên cứu về hoạt động đặc thù trong kinh doanh quốc tế. Kiến thức và kỹ năng trong học phần này giúp sinh viên có thể thích ứng và làm việc trong môi trường kinh doanh quốc tế.

54. Thuế (Taxation)

- Số tín chỉ: 03 (45;0)
- Điều kiện tiên quyết: Nguyên lý kế toán (22), Lý thuyết Tài chính – tiền tệ (28).
- Mô tả nội dung môn học: Cung cấp cho sinh viên khái niệm, bản chất, chức năng và vai trò của thuế; nội dung của các luật thuế hiện hành tại Việt Nam; phạm vi áp dụng cũng như sự vận hành của hệ thống thuế. Qua đó, sinh viên có thể tính toán, kê khai các loại thuế theo qui định, đồng thời có thể tự cập nhật những thay đổi, phân tích tác động của các thay đổi đó đến hoạt động của doanh nghiệp; thảo luận nhóm và trình bày quan điểm về các tình huống thuế trong thực tiễn.

55. Pháp luật doanh nghiệp

- Số tín chỉ: 03 (45;0)
- Điều kiện tiên quyết/Môn học trước: Không
- Mô tả nội dung môn học:

56. Marketing du lịch (Tourism Marketing)

- Số tín chỉ: 02 (30;0)
- Điều kiện tiên quyết/Môn học trước: Không
- Mô tả nội dung môn học: Môn học cung cấp cho sinh viên các kiến thức liên quan đến marketing trong lĩnh vực du lịch. Từ đó, người học hiểu tầm quan trọng của marketing trong lĩnh vực du lịch, giúp rèn luyện tư duy sáng tạo cho việc phát triển các ý tưởng cũng như các sản phẩm trong dịch vụ du lịch. Bên cạnh đó, sinh viên được cung cấp các kiến thức về công nghệ thông tin và truyền thông trong việc đáp ứng các dịch vụ du lịch và xử lý hành theo kỳ vọng của khách hàng. Sau khoá học sinh viên có khả năng thiết kế chiến lược tiếp thị và tác nghiệp hiệu quả cho các doanh nghiệp du lịch.

57. Marketing công nghiệp (B2B Marketing)

- Số tín chỉ: 03 (45;0)
- Điều kiện tiên quyết/Môn học trước: Không
- Mô tả nội dung môn học: Học phần này cung cấp cho sinh viên những kiến thức về hoạt động marketing hướng đến khách hàng là các tổ chức/doanh nghiệp. Sinh viên sẽ được cung cấp những kiến thức về đánh giá cơ hội thị trường, tác động của yếu tố môi trường lên hành vi và thị trường của các tổ chức/doanh nghiệp, phân khúc và ra quyết định của khách hàng là các tổ chức/doanh nghiệp, thiết lập và quản lý các chiến lược marketing, đo lường hiệu quả hoạt động marketing, và cách tiếp cận chiến lược marketing theo sự thay đổi và khác nhau của thị trường.

58. Marketing ngân hàng (Marketing Bank)

- Số tín chỉ: 02 (30;0)
- Môn học trước: Marketing căn bản (24)
- Mô tả nội dung môn học: Học phần trang bị những kiến thức cơ bản và nâng cao về lý luận và thực tiễn cũng như kỹ năng thực hành các hoạt động marketing của NHTM. Đề cập đến các khái niệm hiện đại về marketing, các tình huống cụ thể tại NH để thảo luận và phân tích về các vấn đề quan trọng trong Marketing NH: Nghiên cứu thị trường; khách hàng; SPDV NH, giá cả SPDV, kênh phân phối, nhằm xây dựng các chiến lược phù hợp, xây dựng quy trình phát triển các SPDV mới tại các NHTM hiện nay.

59. Thực tập tốt nghiệp (Apprenticeship)

- Số tín chỉ: 05 (0;150)
- Điều kiện tiên quyết/Môn học trước: Không
- Mô tả nội dung môn học: Học phần thực tập tốt nghiệp nhằm giúp sinh viên củng cố và vận dụng những kiến thức và kỹ năng đã lĩnh hội tại trường Đại học vào trong môi trường thực tiễn hoạt động sản xuất, kinh doanh của tổ chức, doanh nghiệp. Ngoài ra, thông qua học phần này, sinh viên còn được bổ sung thêm kiến thức nghề nghiệp thực tế, rèn luyện kỹ năng giao tiếp và phát triển các mối quan hệ xã hội. Từ đó, sinh viên có được nền tảng kiến thức và rèn luyện được tác phong làm việc phù hợp để có thể làm việc tốt sau khi tốt nghiệp. Kết thúc kỳ thực tập, dựa vào kế hoạch thực tập đã được giảng viên hướng dẫn phê duyệt và thực tế quá trình thực tập tại đơn vị, mỗi sinh viên viết và nộp cho Trường một báo cáo để trình bày kết quả của quá trình thực tập tốt nghiệp.

60. Khóa luận tốt nghiệp (Undergraduate dissertation)

- Số tín chỉ: 10 (8 tuần)
- Điều kiện tham gia học phần: Nằm trong nhóm 20% sinh viên có điểm tích lũy cao nhất ngành.
- Học phần tiên quyết: Phương pháp nghiên cứu khoa học - QTKD (29)
- Mô tả nội dung môn học: Học phần khóa luận tốt nghiệp giúp sinh viên thực hiện một nghiên cứu trong kinh doanh và/hoặc Marketing. Sinh viên giải quyết một vấn đề được đặt ra từ cơ sở thực tiễn trong kinh doanh của doanh nghiệp và/hoặc từ cơ sở lý thuyết. Sinh viên được hướng dẫn lựa chọn cơ sở lý thuyết, lựa chọn phương pháp phù hợp để giải quyết giải quyết vấn đề. Trong suốt quá trình thực hiện khóa luận, sinh viên được một giảng viên hướng dẫn.

61. Digital Marketing

- Số tín chỉ: 03 (45;0)
- Điều kiện tiên quyết/Môn học trước: Không

- Mô tả nội dung môn học: Môn học Digital –marketing là hình thức tiếp thị hiện đại giúp người học khai thác tối đa các công cụ trên môi trường internet để tiếp cận khách hàng mục tiêu, bán hàng, quản trị mối quan hệ khách hàng với chi phí thấp và hiệu quả cao.

62. Kế hoạch kinh doanh (Business Plan)

- Số tín chỉ: 03 (45;0)
- Điều kiện tiên quyết/ Môn học trước: **Không**
- Mô tả nội dung môn học: Học phần kế hoạch kinh doanh giới thiệu cách kết nối kiến thức kinh doanh đã học trong toàn khóa vào việc lập kế hoạch kinh doanh để doanh nghiệp thực thi các chiến lược kinh doanh đã chọn. Các kiến thức quan trọng của học phần bao gồm: (1) phân tích môi trường kinh doanh; (2) hoạch định mục tiêu và chiến lược kinh doanh; (3) xây dựng các kế hoạch kinh doanh cụ thể để triển khai chiến lược: marketing – bán hàng, sản xuất – vận hành, nhân sự, tài chính và quản lý rủi ro.

63. Quản trị mối quan hệ khách hàng (Customer relationship management)

- Số tín chỉ: 03 (45;0)
- Điều kiện tiên quyết/Môn học trước: Không
- Mô tả nội dung môn học: Học phần cung cấp cho sinh viên những kiến thức cơ bản về quản trị quan hệ khách hàng. Qua việc phối hợp lý thuyết và thực hành, sinh viên trả lời được các câu hỏi: Thế nào là CRM? CRM giúp đạt được gì và đạt được như thế nào? Cách thực hiện chiến lược CRM trong tổ chức? Đồng thời, sinh viên hiểu được cách áp dụng các thành tố trong mô hình IDIC để tạo ra và quản trị quan hệ khách hàng hiệu quả; thực hiện những đo lường marketing theo khách hàng; sử dụng cơ sở dữ liệu khách hàng hiệu quả, thực thi chiến lược CRM.

64. Quản lý bán lẻ (Retail Management)

- Số tín chỉ: 03 (45;0)
- Điều kiện tiên quyết/Môn học trước: Không
- Mô tả nội dung môn học: Môn học cung cấp cho sinh viên một khối lượng kiến thức từ tổng quan đến chuyên sâu về quản lý bán lẻ. Trong đó nhấn mạnh cách quản lý hàng hoá, tài chính, nhân viên và chăm sóc khách hàng nhằm tối đa hóa lợi nhuận, giảm thiểu chi phí và xây dựng hệ thống khách hàng lớn mạnh. Đồng thời hướng dẫn cho sinh viên các kỹ năng cần thiết để trở thành người quản lý cửa hàng chuyên nghiệp trong thời đại mới.

65. Marketing nông nghiệp (Agricultural Marketing)

- Số tín chỉ: 02 (30;0)
- Điều kiện tiên quyết: Marketing căn bản (24)
- Mô tả nội dung môn học: Học phần Marketing Nông nghiệp trang bị cho sinh viên chuyên ngành Marketing các kiến thức cơ bản và nâng cao về lý luận và thực tiễn cũng như kỹ năng thực hành các hoạt động marketing trong lĩnh vực nông

ngiệp. Học phần này đề cập đến các khái niệm hiện đại về marketing, các tình huống cụ thể trong thị trường nông sản và thực phẩm để thảo luận và phân tích về các vấn đề quan trọng trong Marketing nông nghiệp như: Nghiên cứu thị trường nông sản và thực phẩm; nghiên cứu khách hàng và hành vi người mua; đặc trưng của các sản phẩm và dịch vụ trong thị trường nông nghiệp, giá cả SPDV, kênh phân phối, nhằm xây dựng các chiến lược phù hợp. Xây dựng chiến lược marketing hỗn hợp cho hoạt động kinh doanh nông sản và thực phẩm, quy trình phát triển các sản phẩm – dịch vụ mới.

66. Quản trị bán hàng (Sales Management)

- Số tín chỉ: 02 (30;0)
- Điều kiện tiên quyết: Marketing căn bản (24)
- Mô tả nội dung môn học: Quản trị bán hàng là môn học nghiên cứu các hoạt động xây dựng, tổ chức và quản lý hoạt động của lực lượng bán hàng trong doanh nghiệp. Đây là môn học giúp cho sinh viên hiểu được kiến thức và vận dụng tốt các kỹ năng cơ bản về quản trị bán hàng, nhận thức về người quản lý bán hàng và nhân viên bán hàng trong công ty, nắm được cách thức xây dựng và quản trị đội ngũ bán hàng, hiểu được quy trình mua hàng và các mối quan hệ với khách hàng, nắm vững các kỹ năng lãnh đạo, tuyển dụng, huấn luyện, và đánh giá thành tích lực lượng bán hàng.

67. Quảng cáo

- Số tín chỉ: 02 (30;0)
- Điều kiện tiên quyết/Môn học trước: Không
- Mô tả nội dung môn học:

HIỆU TRƯỞNG