

CHUẨN ĐẦU RA CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO

Chương trình đào tạo:	Marketing số Digital Marketing
Trình độ đào tạo:	Đại học
Ngành đào tạo:	Marketing
Mã ngành:	7340115
Chuyên ngành đào tạo:	Marketing số
Ngôn ngữ đào tạo:	Tiếng Việt

(Ban hành theo Quyết định số 110./QĐ-ĐHTM ngày 21/01/2022.....
của Hiệu trưởng Trường Đại học Thương mại)

1. Mục tiêu của chương trình đào tạo

- Mục tiêu chung:

Chương trình đào tạo (CTĐT) Marketing số (Digital Marketing) thuộc ngành Marketing của Trường ĐHTM có mục tiêu là đào tạo người học có phẩm chất chính trị, đạo đức, có thái độ đúng đắn, có năng lực tự chủ và trách nhiệm, có năng lực tự học và học tập suốt đời, có sức khỏe tốt, nắm vững nguyên lý, quy luật tự nhiên - xã hội, nguyên lý và qui luật trong kinh tế và kinh doanh, hiểu biết rộng và bao quát những kiến thức cơ bản, cơ sở và bổ trợ về kinh tế - quản lý - kinh doanh, có kiến thức toàn diện về ngành Marketing, nắm vững các kiến thức chuyên sâu về Marketing số; có được các kiến thức lý luận, thực tiễn cốt lõi của ngành Marketing và Marketing số cần thiết đối với nhà làm marketing và nhà quản trị marketing số, thành thạo các kỹ năng nghề nghiệp của ngành đào tạo marketing và marketing số; đạt chuẩn chất lượng đầu ra và có năng lực cơ bản nhận dạng và giải quyết các vấn đề liên quan đến quản trị, điều hành các quá trình marketing và marketing số chủ yếu của doanh nghiệp, đáp ứng nhu cầu xã hội về nguồn nhân lực có trình độ đại học thuộc các lĩnh vực thương mại hiện đại trong môi trường kinh doanh luôn biến động và sự phát triển mạnh mẽ của môi trường kinh doanh số và tri thức.

- Mục tiêu cụ thể:

Chương trình đào tạo Marketing số thuộc ngành Marketing có mục tiêu cụ thể là đào tạo người học vận dụng được kiến thức, đại cương, kiến thức kinh tế, quản lý, kinh doanh và thương mại, có sức khỏe tốt.

Người học tốt nghiệp vận dụng tốt kiến thức lý thuyết và thực tiễn, các kỹ năng của ngành Marketing, vận dụng và thực hành được các kiến thức và các kỹ năng căn bản, cập nhật và phát triển của ngành marketing và các kiến thức và các kỹ năng chuyên sâu của Marketing số.

Họ vận dụng tốt các kiến thức và kỹ năng về lập kế hoạch, tổ chức, đánh giá và giám sát các quá trình Marketing số để bán và quảng bá sản phẩm/ dịch vụ của đơn vị/ tổ chức kinh doanh trong môi trường số hóa, kỹ năng vận dụng các công cụ marketing số nhằm hỗ trợ chiến lược marketing số và marketing chung của đơn vị/ tổ chức, kỹ năng phân tích để theo dõi và đo lường các hoạt động marketing số.

Người học tốt nghiệp sẽ có lộ trình phát triển nghề nghiệp từ chuyên viên marketing số đến nhà quản trị marketing cấp thấp, cấp trung và cấp cao marketing số ở các đơn vị kinh doanh hoặc đơn vị cung ứng dịch vụ và tư vấn về marketing, truyền thông, và nghiên cứu marketing và marketing số, hoặc các đơn vị nhà nước hoặc phi chính phủ.

Các vị trí việc làm: chuyên viên marketing số, SEO, phương tiện số, bán hàng, truyền thông marketing, quảng cáo, nghiên cứu thị trường và nghiên cứu khách hàng, phân tích marketing, sáng tạo và thiết kế nội dung cho marketing và marketing số, quản trị bán hàng trong marketing và marketing số.

Người học tốt nghiệp có thể học ở các bậc học cao hơn về marketing số, marketing và kinh doanh và thương mại ở trong và ngoài nước.

2. Yêu cầu về kiến thức

Sinh viên tốt nghiệp vận dụng các kiến thức sau

(PLO1): Vận dụng sáng tạo các kiến thức nguyên lý, quy luật, lý luận và thực tiễn của tự nhiên, xã hội, kinh tế, chính trị Việt Nam và thế giới vào hoạt động kinh doanh và marketing số của đơn vị/ doanh nghiệp.

4. Yêu cầu về kỹ năng

Sinh viên tốt nghiệp đạt chuẩn đánh giá kiến thức và biết thực hành các kỹ năng của ngành marketing và chuyên ngành Marketing số gồm:

(PLO2): Quản trị nghiên cứu marketing, phân tích marketing và giải quyết các vấn đề của marketing và quản trị nghiên cứu marketing, phân tích marketing và giải quyết các vấn đề của marketing số

(PLO3): Lập và kiểm soát chiến lược marketing và chiến lược marketing số

(PLO4): Quản trị từng thành tố marketing mix trong hoạt động marketing số của doanh nghiệp với SF/ DV doanh nghiệp, thương hiệu sản phẩm và thương hiệu doanh nghiệp.

(PLO5): Quản trị marketing số của doanh nghiệp, quản trị các hoạt động marketing qua mạng xã hội, marketing nội dung, phân tích marketing số của doanh nghiệp

(PLO6): Kỹ năng giao tiếp và truyền thông tốt, kỹ năng làm việc nhóm tốt

5. Yêu cầu về mức độ tự chủ và trách nhiệm

Sinh viên tốt nghiệp làm chủ được năng lực và hình thành được các thái độ sau:

(PLO9): Có năng lực phân tích, lập kế hoạch, đánh giá, phản biện, phê phán và dẫn dắt, điều phối về nghiệp vụ, các hoạt động chuyên môn marketing số của nhóm, của đơn vị/ doanh nghiệp

(PLO10): Có năng lực tự học tập suốt đời, năng lực cập nhật kiến thức và kỹ năng nghề nghiệp, năng lực thích ứng, cải tiến, sáng tạo trong quá trình thực hiện nhiệm vụ được giao

(PLO11): Có ý thức vượt khó, phấn đấu vươn lên trong học tập, trong thực hiện các nhiệm vụ, có tinh thần khởi nghiệp, có sức khỏe tốt

(PLO12): Có ý thức và thực hiện nghiêm chỉnh chấp hành nội quy, quy chế, và các qui định, Có ý thức tích cực tham gia các hoạt động tập thể, ngoại khóa

6. Yêu cầu về ngoại ngữ và tin học

Sinh viên tốt nghiệp đạt chuẩn biết thực hiện các kỹ năng:

(PLO7): Đạt chuẩn tiếng Anh trình độ bậc 3/6 theo Khung năng lực ngoại ngữ 6 bậc dùng cho Việt Nam theo Quy định chuẩn đầu ra Tiếng Anh đối với sinh viên trình độ đại học của Trường Đại học Thương mại ban hành kèm theo Quyết định 1551/QĐ-ĐHTM ngày 13/10/2021 của Trường Đại học Thương mại;

(PLO8): Đạt chuẩn kỹ năng sử dụng công nghệ thông tin cơ bản theo Quy định về yêu cầu chuẩn kỹ năng sử dụng công nghệ thông tin đối với sinh viên trình độ đại học hệ chính quy không thuộc ngành Hệ thống thông tin quản lý ban hành kèm theo Quyết định số 634/QĐ-ĐHTM ngày 26/9/2017 và được bổ sung, sửa đổi theo Quyết định số 1436/QĐ-ĐHTM ngày 4/12/2020 của Trường Đại học Thương mại.

7. Vị trí làm việc của người học sau khi tốt nghiệp

Sinh viên tốt nghiệp ngành marketing và marketing số có khả năng làm việc tốt ở các vị trí công việc là chuyên viên hay nhà quản trị về marketing và marketing số, cụ thể phát triển từ chuyên viên, đến chuyên gia hoặc nhà quản trị marketing cấp thấp, cấp trung và cấp cao.

Sinh viên sau khi tốt nghiệp có khả năng làm việc ở các đơn vị kinh doanh hoặc đơn vị cung ứng dịch vụ và tư vấn về marketing, truyền thông, và nghiên cứu marketing và marketing số, hoặc các đơn vị nhà nước hoặc phi chính phủ. Cụ thể như:

- Các loại hình doanh nghiệp kinh doanh hàng hoá, dịch vụ, đặc biệt là các doanh nghiệp có kinh doanh thương mại như: ngân hàng và các tổ chức tài chính, bệnh viện và các cơ sở chăm sóc sức khỏe và y tế, các công ty dược, các sở công thương, các đơn vị xúc tiến thương mại, các đơn vị nghiên cứu thị trường, các trường và các tổ chức đào tạo, các viện nghiên cứu, các đơn vị đầu tư và sở hữu trí tuệ.

- Các loại hình doanh nghiệp sản xuất - kinh doanh ở bộ phận quản trị và thương mại, thị trường, khách hàng, marketing, thương hiệu

- Các đơn vị và doanh nghiệp cung ứng các dịch vụ liên quan đến marketing và marketing số, thương hiệu, nghiên cứu marketing, truyền thông marketing....

- Các tổ chức kinh tế, tổ chức phi lợi nhuận, các viện nghiên cứu, các trường trung học nghề, cao đẳng, đại học, các đơn vị đào tạo ở các bộ phận giảng dạy, nghiên cứu và phát triển, dịch vụ về marketing và marketing số... của các tổ chức và đơn vị này.

- Các tổ chức và đơn vị quản lý thị trường và thương mại ở các cơ quan quản lý nhà nước các cấp

Các vị trí việc làm của sinh viên sau khi tốt nghiệp: gồm chuyên viên, chuyên gia và phát triển thành nhà quản trị marketing số, SEO, phương tiện số, truyền thông marketing, quảng cáo, thương hiệu, sản phẩm nghiên cứu thị trường và khách hàng, phân tích marketing, sáng tạo và thiết kế nội dung cho marketing số, quản trị bán hàng/dịch vụ khách hàng/ chăm sóc khách hàng trong marketing và marketing số.

- Hơn nữa, sinh viên tốt nghiệp có thể làm việc ở các bộ phận giảng dạy và nghiên cứu tại các trường đại học, viện nghiên cứu và tổ chức và đơn vị nghiên cứu thị trường và các tổ chức của chính phủ và phi chính phủ... có liên quan đến về thị trường, khách hàng, thương hiệu, marketing, marketing số

- Ngoài ra, sinh viên tốt nghiệp có thể 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 tài chính kinh doanh, quản trị kinh doanh XNK, logistics.....) ở các doanh nghiệp

8. Khả năng học tập, nâng cao trình độ sau khi tốt nghiệp

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

- Sinh viên có khả năng tiếp tục học tập ở bậc cao hơn (Thạc sĩ, Tiến sĩ) ngành marketing, ngành kinh doanh thương mại và quản trị kinh doanh ở các đơn vị đào tạo trong và ngoài nước. Họ cũng có điều kiện liên thông sang các ngành đào tạo khác thuộc khối ngành kinh tế, quản lý và kinh doanh;

- Sinh viên có khả năng chuyển đổi và liên thông sang các ngành đào tạo khác, đặc biệt các ngành thuộc khối ngành kinh tế, quản lý và kinh doanh;

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

9. Các chương trình, chuẩn đầu ra đã tham khảo

9.1. Trong nước

- Quyết định số 1982/QĐ-TTg ngày 18 tháng 10 năm 2016 của Thủ tướng Chính phủ quyết định phê duyệt Khung trình độ quốc gia Việt Nam;

- Học viện Bru chính Viễn Thông (2018), Chương trình đào tạo chuyên Internet Marketing – Ngành Marketing, *Chuẩn đầu ra*, Khung CT, http://hcm.ptit.edu.vn/uploads/2014/03/ChuongTrinhDaoTaoDaiHoc_Marketing_289_QD-HV_16042018.pdf

- Trường Đại học Kinh tế - Đại học Đà Nẵng (2010), Chương trình đào tạo chuyên ngành Marketing số – Ngành Marketing, Mục tiêu, Chuẩn đầu ra, <https://due.udn.vn/vi-vn/khoa/marketing/gioi-thieu/cid/4545>

- Trường Đại học Kinh tế quốc dân (2019), Chương trình đào tạo chuyên ngành Quản trị Marketing – Ngành Marketing, Khung CT, <https://khoamarketing.neu.edu.vn/quyet-dinh-v-v-ban-hanh-cdr-ctdt-ban-mo-ta-ctdt-dccthp-ctdh-cac-ctdt-trinh-do-dai-hoc-he-chinh-quy-cua-truong-dai-hoc-kinh-te-quoc-dan/>

- Trường Đại học Tài chính- Marketing, Bộ Tài chính (2017), Chương trình đào tạo chuyên ngành Quản trị Marketing – Ngành Marketing, (Mục tiêu, CDR, Khung CT, mô tả các HF)

- Trường Đại học Thương mại (2016, 2017, 2018a, 2018b, 2019), Chương trình đào tạo ngành Marketing - chuyên ngành Marketing thương mại và chuyên ngành Quản trị thương hiệu

- RMIT Việt Nam (2021), Digital Marketing, Mục tiêu, CDR, Khung CT, <https://www.rmit.edu.vn/vi/hoc-tap-tai-rmit/chuong-trinh-cu-nhan/cu-nhan-digital-marketing#learning>

9.2. Ngoài nước

- University of Portsmouth (501st) (2021), BA Digital Marketing Honours, Chương trình áp dụng cho năm học 2021-2022, Mục tiêu, CDR, Khung CT, <https://hiu.vn/hoc-tap-tai-hiu/chuong-trinh-cu-nhan/khoi-nganh-kinh-doanh-quan-ly/nganh-digital-marketing/>

- Melbourne Institute of technology (801), Bachelor of business (digital marketing major), Mục tiêu, CDR, Khung CT, <https://www.mit.edu.au/study-with-us/programs/bachelor-business/digital-marketing>

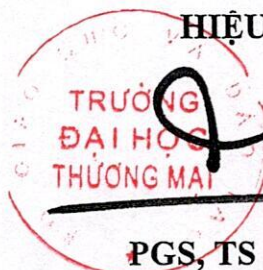
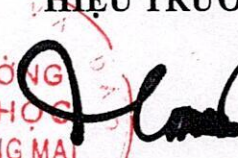
- Arden Study Centre Berlin, (2021), BA (Hons) Business (Marketing), <https://arden.ac.uk/berlin/our-courses/undergraduate/business-degrees/ba-hons-business-marketing>

University of Kent, UK, BS Marketing (2018), (Xếp hạng: UK: 72, Toàn cầu: 801-850) (Topuniversities.com) Mục tiêu, CDR, Khung CT, <https://www.kent.ac.uk/courses/undergraduate/868/marketing-bsc>

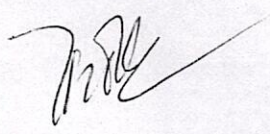
- Eastern Illinois University, US (2019) BA Marketing, (Xếp hạng: US: 318, Toàn cầu: 1010) (4icu.org), Mục tiêu, Khung CT, https://catalog.eiu.edu/preview_program.php?catoid=23&poid=3023

- University of Louisiana – Lafayette (2018) BA Marketing, Xếp hạng (US: 418, Toàn cầu: 1316) (4icu.org), Mục tiêu, Khung CT, https://catalog.louisiana.edu/preview_program.php?catoid=20&poid=9766

HIỆU TRƯỞNG



PGS, TS Nguyễn Hoàng

TRƯỞNG KHOA


PGS, TS Phan Thị Thu Hoài

CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO

(Ban hành theo ...QĐ... AQ...../QĐ-ĐHTM ngày ..21.... tháng ..01... năm 2022
của Hiệu trưởng Trường Đại học Thương mại)

Chương trình đào tạo:	Marketing số Digital Marketing
Trình độ đào tạo:	Đại học
Ngành đào tạo:	Marketing
Mã ngành:	7340115
Chuyên ngành đào tạo:	Marketing số
Ngôn ngữ đào tạo:	Tiếng Việt

1. Mục tiêu của chương trình đào tạo

- Mục tiêu chung:

Chương trình đào tạo (CTĐT) Marketing số (Digital Marketing) thuộc ngành Marketing của Trường ĐHTM có mục tiêu là đào tạo người học có phẩm chất chính trị, đạo đức, có thái độ đúng đắn, có năng lực tự chủ và trách nhiệm, có năng lực tự học và học tập suốt đời, có sức khỏe tốt, nắm vững nguyên lý, quy luật tự nhiên - xã hội, nguyên lý và qui luật trong kinh tế và kinh doanh, hiểu biết rộng và bao quát những kiến thức cơ bản, cơ sở và bổ trợ về kinh tế - quản lý - kinh doanh, có kiến thức toàn diện về ngành Marketing, nắm vững các kiến thức chuyên sâu về Marketing số; có được các kiến thức lý luận, thực tiễn cốt lõi của ngành Marketing và Marketing số cần thiết đối với nhà làm marketing và nhà quản trị marketing số, thành thạo các kỹ năng nghề nghiệp của ngành đào tạo marketing và marketing số; đạt chuẩn chất lượng đầu ra và có năng lực cơ bản nhận dạng và giải quyết các vấn đề liên quan đến quản trị, điều hành các quá trình marketing và marketing số chủ yếu của doanh nghiệp, đáp ứng nhu cầu xã hội về nguồn nhân lực có trình độ đại học thuộc các lĩnh vực thương mại hiện đại trong môi trường kinh doanh luôn biến động và sự phát triển mạnh mẽ của môi trường kinh doanh số và tri thức.

- Mục tiêu cụ thể:

Chương trình đào tạo Marketing số thuộc ngành Marketing có mục tiêu cụ thể là đào tạo người học vận dụng được kiến thức, đại cương, kiến thức kinh tế, quản lý, kinh doanh và thương mại, có sức khỏe tốt.

Người học tốt nghiệp vận dụng tốt kiến thức lý thuyết và thực tiễn, các kỹ năng của ngành Marketing, vận dụng và thực hành được các kiến thức và các kỹ năng căn bản, cập nhật và phát triển của ngành marketing và các kiến thức và các kỹ năng chuyên sâu của Marketing số.

Họ vận dụng tốt các kiến thức và kỹ năng về lập kế hoạch, tổ chức, đánh giá và giám sát các quá trình Marketing số để bán và quảng bá sản phẩm/ dịch vụ của đơn vị/ tổ chức kinh doanh trong môi trường số hóa, kỹ năng vận dụng các công cụ marketing số nhằm hỗ trợ chiến lược marketing số và marketing chung của đơn vị/ tổ chức, kỹ năng phân tích để theo dõi và đo lường các hoạt động marketing số.

Người học tốt nghiệp sẽ có lộ trình phát triển nghề nghiệp từ chuyên viên marketing số đến nhà quản trị marketing cấp thấp, cấp trung và cấp cao marketing số ở các đơn vị kinh doanh hoặc đơn vị cung ứng dịch vụ và tư vấn về marketing, truyền thông, và nghiên cứu marketing và marketing số, hoặc các đơn vị nhà nước hoặc phi chính phủ.

Các vị trí việc làm: chuyên viên marketing số, SEO, phương tiện số, bán hàng, truyền thông marketing, quảng cáo, nghiên cứu thị trường và nghiên cứu khách hàng, phân tích marketing, sáng tạo và thiết kế nội dung cho marketing và marketing số, quản trị bán hàng trong marketing và marketing số.

Người học tốt nghiệp có thể học ở các bậc học cao hơn về marketing số, marketing và kinh doanh và thương mại ở trong và ngoài nước.

2. Chuẩn đầu ra chương trình đào tạo

2.1. Kiến thức

Sinh viên tốt nghiệp vận dụng các kiến thức sau

(PLO1): Vận dụng sáng tạo các kiến thức nguyên lý, quy luật, lý luận và thực tiễn của tự nhiên, xã hội, kinh tế, chính trị Việt Nam và thế giới vào hoạt động kinh doanh và marketing số của đơn vị/ doanh nghiệp...

2.2. Kỹ năng

Sinh viên tốt nghiệp đạt chuẩn đánh giá kiến thức và biết thực hành các kỹ năng của ngành marketing và chuyên ngành Marketing số gồm:

(PLO2): Quản trị nghiên cứu marketing, phân tích marketing và giải quyết các vấn đề của marketing và quản trị nghiên cứu marketing, phân tích marketing và giải quyết các vấn đề của marketing số

(PLO3): Lập và kiểm soát chiến lược marketing và chiến lược marketing số

(PLO4): Quản trị từng thành tố marketing mix trong hoạt động marketing số của doanh nghiệp với SF/ DV doanh nghiệp, thương hiệu sản phẩm và thương hiệu doanh nghiệp.

(PLO5): Quản trị marketing số của doanh nghiệp, quản trị các hoạt động marketing qua mạng xã hội, marketing nội dung, phân tích marketing số của doanh nghiệp

(PLO6): Kỹ năng giao tiếp và truyền thông tốt, kỹ năng làm việc nhóm tốt.

2.3. Mức độ tự chủ và trách nhiệm

Sinh viên tốt nghiệp làm chủ được năng lực và hình thành được các thái độ sau:

(PLO9): Có năng lực phân tích, lập kế hoạch, đánh giá, phản biện, phê phán và dẫn dắt, điều phối về nghiệp vụ, các hoạt động chuyên môn marketing số của nhóm, của đơn vị/ doanh nghiệp

(PLO10): Có năng lực tự học tập suốt đời, năng lực cập nhật kiến thức và kỹ năng nghề nghiệp, năng lực thích ứng, cải tiến, sáng tạo trong quá trình thực hiện nhiệm vụ được giao

(PLO11): Có ý thức vượt khó, phấn đấu vươn lên trong học tập, trong thực hiện các nhiệm vụ, có tinh thần khởi nghiệp

(PLO12): Có ý thức và thực hiện nghiêm chỉnh chấp hành nội quy, quy chế, và các qui định, Có ý thức tích cực tham gia các hoạt động tập thể, ngoại khóa

2.4. Ngoại ngữ và tin học

Sinh viên tốt nghiệp đạt chuẩn biết thực hiện các kỹ năng:

(PLO7). Đạt chuẩn tiếng Anh trình độ bậc 3/6 theo Khung năng lực ngoại ngữ 6 bậc dùng cho Việt Nam theo Quy định chuẩn đầu ra Tiếng Anh đối với sinh viên trình độ đại học của Trường Đại học Thương mại ban hành kèm theo Quyết định 1551/QĐ-ĐHTM ngày 13/10/2021 của Trường Đại học Thương mại

(PLO8). Đạt chuẩn kỹ năng sử dụng công nghệ thông tin cơ bản theo Quy định về yêu cầu chuẩn kỹ năng sử dụng công nghệ thông tin đối với sinh viên trình độ đại học hệ chính quy không thuộc ngành Hệ thống thông tin quản lý ban hành kèm theo Quyết định số 634/QĐ-ĐHTM ngày 26/9/2017 và được bổ sung, sửa đổi theo Quyết định số 1436/QĐ-ĐHTM ngày 4/12/2020 của Trường Đại học Thương mại

3. Khối lượng kiến thức toàn khóa: (tính bằng tín chỉ): 131 TC

4. Đối tượng tuyển sinh:

- Người học trong cả nước đảm bảo Chuẩn đầu vào chương trình đào tạo đại học - Người học phải tốt nghiệp THPT hoặc tương đương theo quy định của Bộ Giáo dục và Đào tạo.

5. Quy trình đào tạo và điều kiện tốt nghiệp

5.1. Quy trình đào tạo

Quy trình đào tạo được tổ chức triển khai theo 5 bước nhằm đảm bảo hoạt động đào tạo thực hiện đúng tiến độ kế hoạch đã đề ra, tuân thủ quy chế đào tạo hiện hành của Bộ Giáo dục và Đào tạo và của Trường, bao gồm:

Bước 1. Xây dựng Kế hoạch toàn khóa;

Bước 2. Xây dựng kế hoạch giảng dạy từng học kỳ (gồm: xây dựng lịch trình, thời khóa biểu, lịch thi từng học kỳ) và tổ chức triển khai kế hoạch giảng dạy theo

trình tự sau:

- Dựa trên kế hoạch toàn khóa, từng học kỳ phòng Quản lý đào tạo xây dựng lịch trình, thời khóa biểu dự kiến cho kỳ sau, gửi các bộ môn;
- Bộ môn phân công giảng viên giảng dạy và gửi lại phòng Quản lý đào tạo sau khi có ý kiến của Trưởng Khoa/Viện quản lý chuyên ngành;
- Phòng Quản lý đào tạo đăng tải thời khóa biểu dự kiến (có tên giảng viên giảng dạy lớp học phần) trên trang <http://dangky.tmu.edu.vn> để sinh viên tham khảo trước khi đăng ký học tập;
- Tổ chức cho sinh viên đăng ký học tập;
- Thành lập lớp học phần (thời khóa biểu chính thức) trên cơ sở kết quả đăng ký học tập của sinh viên;
- Chuyển thời khóa biểu chính thức cho Khoa/Viện quản lý chuyên ngành và Bộ môn phụ trách học phần; Lưu trữ Thời khóa biểu chính thức tại Phòng Quản lý đào tạo;
- Tổ chức giảng dạy theo thời khóa biểu (điều hành, kiểm tra, theo dõi tình thực thực hiện kế hoạch giảng dạy/Thời khóa biểu);
- Xây dựng Lịch thi, tổ chức kỳ thi và đánh giá kết quả học tập của sinh viên.

Bước 3. Xử lý các vấn đề về học vụ, gồm: cảnh báo kết quả học tập, buộc thôi học; thôi học; tạm ngừng học; chuyển hình thức đào tạo,...

Bước 4. Xét, công nhận tốt nghiệp cho sinh viên.

Bước 5. Cấp Bằng tốt nghiệp cho sinh viên

5.2. Điều kiện tốt nghiệp

Sinh viên có đủ các điều kiện sau đây được xét công nhận tốt nghiệp:

- a) Cho đến thời điểm xét tốt nghiệp không bị truy cứu trách nhiệm hình sự; hoặc không trong thời gian bị kỷ luật ở mức đình chỉ học tập và vẫn còn trong phạm vi thời gian tối đa được phép học tập tại trường của sinh viên;
- b) Tích lũy đủ học phần, số tín chỉ quy định theo chương trình đào tạo tương ứng; đạt chuẩn đầu ra của chương trình đào tạo, chuẩn đầu ra ngoại ngữ và chuẩn kỹ năng sử dụng công nghệ thông tin theo quy định của Trường;
- c) Điểm trung bình tích lũy của toàn khóa học đạt từ 2,00 trở lên;
- d) Có đơn gửi phòng Quản lý đào tạo đề nghị được xét tốt nghiệp trong trường hợp đủ điều kiện tốt nghiệp sớm hoặc muộn hơn so với thời gian thiết kế của khóa học
- f) Có chứng chỉ Giáo dục Quốc phòng - An ninh và hoàn thành chương trình Giáo dục thể chất.

6. Phương thức đánh giá

Đánh giá theo thang điểm 10, thang điểm 4 thang Đánh giá người học trên ba điểm chữ, được qui định cụ thể trong Quy chế đào tạo trình độ đại học và Quy về khảo thí của Trường Đại học Thương mại.

7. Nội dung chương trình đào tạo

7.1. Khung chương trình đào tạo

STT	KHỐI KIẾN THỨC VÀ HỌC PHẦN	SỐ TC	Cấu trúc học phần
1	KIẾN THỨC GIÁO DỤC ĐẠI CƯƠNG	40	
1.1.	Các học phần bắt buộc	36	
	<i>Kiến thức đại cương bắt buộc</i>	<i>27</i>	
1	Triết học Mác - Lênin	3	36,18
2	Chủ nghĩa xã hội khoa học	2	24,12
3	Tư tưởng Hồ Chí Minh	2	24,12
4	Kinh tế chính trị Mác - Lênin	2	24,12
5	Lịch sử Đảng Cộng sản Việt Nam	2	24,12
6	Pháp luật đại cương	2	24,12
7	Tiếng Anh 1	2	24,12
8	Tiếng Anh 2	2	24,12
9	Tiếng Anh 3	2	24,12
10	Toán đại cương	3	36,18
11	Tin học quản lý	3	36,18
12	Phương pháp nghiên cứu khoa học	2	24,12
1.2.	Các học phần tự chọn	2	
	<i>Chọn 2 TC trong các HP sau:</i>		
1	Lịch sử các học thuyết kinh tế	2	24,12
2	Xã hội học đại cương	2	24,12
1.3.	Giáo dục thể chất và Giáo dục quốc phòng và an ninh	11	
1.3.1	Giáo dục thể chất	3	
1.3.1.1	<i>Các học phần bắt buộc</i>	<i>1</i>	
	Giáo dục thể chất chung	1	
1.3.1.2	<i>Các học phần tự chọn</i>	<i>2</i>	
	<i>Chọn 2 TC trong các HP sau:</i>		
1	Bóng ném	1	
2	Bóng chuyên	1	
3	Cầu lông	1	
4	Bóng bàn	1	
5	Cờ vua	1	
6	Bóng rổ	1	
1.3.2	Giáo dục quốc phòng và an ninh	8	
2	KIẾN THỨC GIÁO DỤC CHUYÊN NGHIỆP		
2.1.	Kiến thức cơ sở ngành	30	
2.1.1.	Các học phần bắt buộc	19	
1	Kinh tế vĩ mô 1	3	36,18
2	Kinh tế vi mô 1	3	36,18
3	Quản trị học	3	36,18
4	Marketing căn bản	3	36,18
5	Thương mại điện tử căn bản	3	36,18

6	Tiếng Anh chuyên ngành 1	2	24,12
7	Tiếng Anh chuyên ngành 2	2	24,12
2.1.2.	Các học phần tự chọn	11	
	<i>Chọn 11 TC trong các HP sau:</i>		
1	Quản trị chiến lược	3	36,18
2	Luật kinh tế 1	3	36,18
3	Nhập môn tài chính – tiền tệ	3	36,18
4	Quản trị tri thức	3	36,18
5	Quản trị chuỗi cung ứng	3	36,18
6	Quản trị dịch vụ	3	36,18
7	Khởi sự kinh doanh	2	24,12
8	Văn hóa kinh doanh	2	24,12
9	Tuyển dụng nhân lực	2	24,12
2.2.	Kiến thức ngành và chuyên ngành	39	
2.2.1.	Các học phần bắt buộc	27	
	<i>Kiến thức ngành</i>	<i>15</i>	
1	Hành vi khách hàng	3	36,18
2	Nghiên cứu marketing	3	36,18
3	Quản trị marketing 1	3	36,18
4	Quản trị chất lượng	3	36,18
5	Truyền thông marketing	3	36,18
	<i>Kiến thức chuyên ngành</i>	<i>12</i>	
1	Marketing số*	3	34,12,5
2	Sáng tạo và thiết kế nội dung*	3	30,25,5
3	Phân tích marketing	2	24,12
4	Marketing qua phương tiện truyền thông xã hội	2	24,12
5	Quản trị thương hiệu điện tử	2	24,12
2.2.2.	Các học phần tự chọn	12	
	<i>Chọn 12 TC trong các HP sau:</i>		
1	Marketing ngân hàng	3	36,18
2	Marketing thương mại điện tử	3	36,18
3	Thiết kế và triển khai website	3	36,18
4	Marketing tìm kiếm và Email Marketing	3	30,30
5	Marketing B2B	3	36,18
6	Marketing quốc tế	3	36,18
7	Quản trị marketing 2	3	36,18
8	Marketing thương mại	3	36,18
9	Marketing du lịch	3	36,18
2.3.	Kiến thức bổ trợ	12	
2.3.1.	Các học phần bắt buộc	6	
1	Logistics trong thương mại điện tử	3	34,6,5
2	Quản trị thương hiệu 1	3	36,18
2.3.2.	Các học phần tự chọn	6	
	<i>Chọn 6 TC trong các HP sau:</i>		
1	Quản trị chiến lược toàn cầu	3	36,18

2	Nguyên lý kế toán	3	36,18
3	Quản trị nhân lực căn bản	3	36,18
4	Quản trị công nghệ	3	36,18
2.4	Thực tập nghề nghiệp và làm tốt nghiệp khóa học	10	
1	Thực tập và viết Báo cáo thực tập tổng hợp	3	0,90
2	Thực tập và viết Khóa luận tốt nghiệp	7	0,210

Tổng số tín chỉ tích lũy tối thiểu toàn khóa học: 131 tín chỉ với 120 tín chỉ học tập và tốt nghiệp; trong đó: 88 tín chỉ bắt buộc và 33 tín chỉ tự chọn.

7.2. Mô tả các học phần

STT	Các học phần	T C	KHỐI KIẾN THỨC VÀ HỌC PHẦN
1		40	KIẾN THỨC GIÁO DỤC ĐẠI CƯƠNG
1.1.		36	Các học phần bắt buộc
		27	<i>Kiến thức đại cương bắt buộc</i>
1	Triết học Mác - Lênin	3	Số tín chỉ: 3 TC (36,18) Điều kiện học phần: 0 Mô tả vắn tắt học phần: Học phần Triết học Mác-Lênin gồm 3 chương: Chương 1 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. Chương 2 trình bày 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. Chương 3 trình bày 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	Chủ nghĩa xã hội khoa học	2	Số tín chỉ: 2 TC (24,12) Điều kiện học phần: 0 Mô tả vắn tắt học phần: Học phần gồm 7 chương với những nguyên lý cơ bản nhất của chủ nghĩa xã hội khoa học: Vấn đề sứ mệnh lịch sử của giai cấp công nhân, về xã hội xã hội chủ nghĩa và con đường quá độ lên chủ nghĩa xã hội, về dân chủ xã hội chủ nghĩa, nhà nước xã hội chủ nghĩa, liên minh giai cấp và các vấn đề xã hội (dân tộc, tôn giáo, gia đình). Thông qua đó, người học có nhận thức đúng đắn để thực hiện thắng lợi đường lối xây dựng chủ nghĩa xã hội của Đảng và Nhà nước ta.
3	Tư tưởng Hồ Chí Minh	2	Số tín chỉ: 2 TC (24,12) Điều kiện học phần: 0 Mô tả vắn tắt học phần: Học phần bao gồm 6 chương, trong đó, chương 1 giới thiệu về khái niệm, đối tượng, phương pháp nghiên cứu và ý nghĩa học tập môn tư tưởng Hồ Chí Minh. Tiếp theo, từ chương 2 đến chương 6, giới thiệu khái quát về những nội dung cơ bản trong hệ thống tư tưởng Hồ Chí Minh, bao gồm: Cơ sở, quá trình hình thành và phát triển của tư tưởng Hồ Chí Minh; Tư tưởng Hồ Chí Minh về độc lập dân tộc gắn liền với chủ nghĩa xã hội; Tư tưởng Hồ Chí Minh về Đảng Cộng sản

			Việt Nam và Nhà nước của nhân dân, do nhân dân, vì nhân dân; Tư tưởng Hồ Chí Minh về đại đoàn kết dân tộc và đoàn kết quốc tế; Tư tưởng Hồ Chí Minh về văn hóa, đạo đức, con người.
4	Kinh tế chính trị Mác - Lênin	2	Số tín chỉ: 2 TC (24,12) Điều kiện học phần: Học phần học trước: Triết học Mác – Lê nin Mô tả vắn tắt học phần: Nghiên cứu hàng hóa, tiền tệ, thị trường và các quy luật thị trường chi phối sản xuất và trao đổi hàng hóa. Đồng thời thấy được vai trò của các chủ thể tham gia thị trường. Giới thiệu giúp người học nắm được bản chất và quá trình sản xuất giá trị thặng dư, sự lớn lên của tư bản và quan hệ lợi ích trong nền kinh tế thị trường (phân chia giá trị thặng dư). Người học nghiên cứu về quan hệ cạnh tranh và độc quyền trong nền kinh tế thị trường. Định hướng cho người học nghiên cứu và hiểu được kinh tế thị trường, cơ chế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa và các quan hệ lợi ích kinh tế ở Việt Nam. Nghiên cứu công nghiệp hóa, hiện đại hóa và hội nhập kinh tế quốc tế của Việt Nam. Gợi ý những vấn đề sinh viên vận dụng vào các lĩnh vực học tập, nghiên cứu và công tác của mình.
5	Lịch sử Đảng Cộng sản Việt Nam	2	Số tín chỉ: 2 TC (24,12) Điều kiện học phần: 0 Mô tả vắn tắt học phần: Học phần trình bày khái quát đối tượng, chức năng, nhiệm vụ, nội dung và phương pháp nghiên cứu, học tập Lịch sử Đảng Cộng sản Việt Nam. Bên cạnh đó, học phần làm rõ sự ra đời của Đảng cộng sản Việt Nam và quá trình Đảng lãnh đạo đấu tranh giành chính quyền (1930-1945), lãnh đạo hai cuộc kháng chiến, hoàn thành giải phóng dân tộc, thống nhất đất nước (1945-1975), lãnh đạo cả nước quá độ lên CNXH và tiến hành công cuộc đổi mới (1975-2018). Qua đó, khẳng định những thắng lợi lớn của cách mạng Việt Nam dưới sự lãnh đạo của Đảng và những bài học về sự lãnh đạo của Đảng.
6	Pháp luật đại cương	2	Số tín chỉ: 2 TC (24,12) Điều kiện học phần: 0 Mô tả vắn tắt học phần: Là học phần bắt buộc trong chương trình đào tạo của sinh viên, thuộc khối kiến thức đại cương dành cho các chuyên ngành đào tạo trừ chương trình đào tạo của ngành Luật kinh tế. Học phần bao gồm những nội dung cơ bản sau: Nguồn gốc, bản chất, chức năng, hình thức, đặc điểm, Bộ máy Nhà nước CHXHCN Việt Nam; nguồn gốc, bản chất, đặc điểm, các mối quan hệ của pháp luật; cơ cấu quy phạm pháp luật và các hình thức thực hiện pháp luật; các thành phần quan hệ pháp luật và căn cứ làm phát sinh quan hệ pháp luật; các hình thức pháp luật và các văn bản quy phạm pháp luật trong hệ thống pháp luật Việt Nam; yếu tố cấu thành hành vi vi phạm pháp luật và các loại trách nhiệm pháp lý; một số nội dung cơ bản của Luật dân sự như: giao dịch dân sự, chế định quyền sở hữu, chế định quyền thừa kế; một số nội dung cơ bản

		<p>của Luật hành chính như: đối tượng điều chỉnh và phương pháp điều chỉnh, đặc điểm và các yếu tố cấu thành quan hệ pháp luật hành chính, phân biệt Luật hành chính với một số ngành luật khác; một số nội dung cơ bản của Luật Hình sự như: chế định về Tội phạm, Chế định về hình phạt và các chế định khác. Trong chương trình học còn đề cập đến các nội dung quan trọng liên quan đến Luật Phòng chống tham nhũng bao gồm : Khái niệm, đặc điểm và các hành vi tham nhũng, nguyên nhân và tác hại của tham nhũng, ý nghĩa tầm quan trọng của công tác phòng chống tham nhũng, trách nhiệm của công dân trong phòng chống tham nhũng.</p>
7	Tiếng Anh 1	<p>2</p> <p>Số tín chỉ: 2 TC (24,12) Điều kiện học phần: 0 Mô tả vắn tắt học phần: gồm 6 bài đầu của giáo trình “<i>Market Leader -Elementary</i>” của David Cotton, David Falvey và Simon Kent (2007) giới thiệu những tình huống thường gặp trong kinh doanh như: tự giới thiệu bản thân, giới thiệu về công việc và sở thích, giải quyết những vấn đề thường gặp khi giao tiếp trên điện thoại, cách thức đặt phòng trong khách sạn và kiểm tra việc đặt trước, cách thức gọi món ăn trong nhà hàng, thực hiện một bài nói giới thiệu sản phẩm, cách thức giải quyết những vấn đề cơ bản, cách thức tham gia thảo luận, v.v. Ngoài ra, học phần cũng giới thiệu và giúp sinh viên thực hành một số hiện tượng ngữ pháp Tiếng Anh cơ bản.</p>
8	Tiếng Anh 2	<p>2</p> <p>Số tín chỉ: 2 TC (24.12) Điều kiện học phần: Học phần học trước: Tiếng Anh 1 Mô tả vắn tắt học phần: Học phần “<i>Tiếng Anh 2</i>” giúp sinh viên tiếp tục làm quen với ngôn ngữ Anh trong môi trường thương mại qua giáo trình “<i>Market Leader – Elementary</i>” (bài 7, 8, 9, 10, 11, 12) của David Cotton, David Falvey và Simon Kent (2007). Học phần giới thiệu những tình huống thường gặp trong kinh doanh như giao tiếp với đồng nghiệp, lãnh đạo, thực hiện một bài thuyết trình về công ty hoặc về một sản phẩm, bày tỏ ý kiến của bản thân về một vấn đề, v.v. giúp sinh viên có thể thực hành những đoạn hội thoại thường gặp trong cuộc sống xã hội. Ngoài ra, học phần còn giới thiệu một số yếu tố khác như từ vựng và ngữ pháp cơ bản trong tiếng Anh.</p>
9	Tiếng Anh 3	<p>2</p> <p>Số tín chỉ: 2 TC(24, 12) Điều kiện học phần: Học phần học trước: Tiếng Anh 2 Mô tả vắn tắt học phần: Học phần <i>Tiếng Anh 3</i> trang bị cho sinh viên các kỹ năng ngôn ngữ thông qua sách giáo khoa <i>Head for Business</i> trình độ trung cấp bằng cách cung cấp cho các em cơ hội thực hành 4 kỹ năng nghe, nói, đọc, viết cũng như các điểm ngữ pháp cơ bản như thì của động từ, danh từ đếm được và không đếm được, động từ khuyết thiếu...; giới thiệu các kỹ năng làm việc cần thiết như chuẩn bị phỏng vấn xin việc, viết thư ứng tuyển xin việc, đặt hàng qua điện thoại hoặc giới thiệu sản phẩm tại hội chợ thương mại, v.v. theo các chủ đề khác nhau trong kinh doanh như tiếp thị, cạnh tranh, tự do thương mại, kinh tế ...</p>

10	Toán đại cương	3	<p>Số tín chỉ: 3 TC (36,18) Điều kiện học phần: 0 Mô tả vắn tắt học phần: Học phần cung cấp một số kiến thức cơ bản về Đại số tuyến tính và Giải tích: Ma trận, hệ phương trình, vector, các phép toán vi phân và tích phân của hàm một biến và hàm biến. Bên cạnh đó, học phần cung cấp kiến thức cơ bản về Xác suất và Thống kê: Khái niệm cơ bản về xác suất, các phân phối xác suất thường gặp, lý thuyết về mẫu, bài toán ước lượng tham số và bài toán kiểm định tham số.</p>
11	Tin học quản lý	3	<p>Số tín chỉ: 3TC (36,18) Điều kiện học phần: 0 Mô tả vắn tắt học phần: Là học phần bắt buộc thuộc khối kiến thức đại cương đối với sinh viên chuyên ngành Quản trị HTTT, cung cấp các kiến thức cơ bản và nền tảng cho việc nghiên cứu và học tập các học phần chuyên ngành như: cơ sở lập trình, cơ sở dữ liệu,...Ngoài ra đây là học phần phục vụ cho việc quản lý và sử dụng các kỹ năng cơ bản của máy tính để đáp ứng cho công việc, cũng như đáp ứng chuẩn đầu ra của trường. Đồng thời còn củng cố các kiến thức cho các môn học chuyên ngành. Học phần bao gồm các khối kiến thức đại cương về máy tính điện tử, về hệ điều hành (MS- Windows), hệ soạn thảo văn bản (Microsoft Word), Trình diễn văn bản (PowerPoint), Bảng tính điện tử (Microsoft Excel) và mạng máy tính.</p>
12	Phương pháp nghiên cứu khoa học	2	<p>Số tín chỉ: 2 TC (24,12) Điều kiện học phần: 0 Mô tả vắn tắt học phần: Học phần phương pháp nghiên cứu khoa học là học phần bắt buộc thuộc khối kiến thức giáo dục đại cương trong tất cả các chương trình đào tạo hệ chính quy các chuyên ngành. Học phần cung cấp các kiến thức, kỹ năng về phương pháp nghiên cứu khoa học, cách thức thiết kế nghiên cứu và thực hiện tổng quan nghiên cứu, cách thức thu thập và phân tích dữ liệu theo các phương pháp nghiên cứu phù hợp, cách thức soạn thảo và thuyết trình kết quả nghiên cứu. Hoàn thành học phần, sinh viên có kiến thức cơ bản về phương pháp nghiên cứu khoa học, có thể độc lập và hợp tác trong triển khai nghiên cứu khoa học.</p>
1.2.		2	Các học phần tự chọn
			<i>Chọn 2 TC trong các HP sau:</i>
1	Lịch sử các học thuyết kinh tế	2	<p>Số tín chỉ: 2 TC (24,12) Điều kiện học phần: 0 Mô tả vắn tắt học phần: Trình bày hoàn cảnh xuất hiện, đặc điểm, phương pháp luận và nội dung các học thuyết của các trường phái kinh tế trong lịch sử, đặc biệt là các vấn đề lý luận về kinh tế thị trường, từ Chủ nghĩa Trọng thương (giữa thế kỷ XV) đến nay: + Giới thiệu vai trò của Nhà nước (Chính phủ) trong nền kinh tế thị trường. + Giải thích các lý thuyết tăng trưởng kinh tế của các nước đang phát triển. Liên hệ với mô hình tăng trưởng kinh tế nước ta.+ Phân tích tư tưởng thương mại quốc tế của phái trọng thương, trọng nông, A.Smith,</p>

			D.Ricardo và các nhà kinh tế khác đề chỉ ra cơ sở, nguyên tắc, nội dung của trao đổi thương mại quốc tế.+ Gợi ý những vấn đề sinh viên vận dụng vào các lĩnh vực học tập, nghiên cứu và công tác của mình.
2	Xã hội học đại cương	2	Số tín chỉ: 2 TC (24,12) Điều kiện học phần: 0 Mô tả vắn tắt học phần: Học phần Xã hội học đại cương được kết cấu thành 7 chương trong đó, chương 1 giới thiệu đối tượng, cơ cấu, chức năng và sơ lược lịch sử và các lý thuyết xã hội học. Chương 2 của học phần đề cập đến phương pháp nghiên cứu xã hội học. Các chương còn lại của học phần tập trung vào các chủ đề cơ bản của xã hội học theo logic từ hành động xã hội đến nhóm cơ cấu, tổ chức và thiết chế xã hội; từ văn hóa, xã hội hóa đến sai lệch và kiểm soát xã hội; từ bất bình đẳng, phân tầng, di động xã hội đến biến đổi xã hội và toàn cầu hóa.
1.3.		11	Giáo dục thể chất và Giáo dục quốc phòng và an ninh
1.3.1		3	Giáo dục thể chất
1.3.1.1		1	<i>Các học phần bắt buộc</i>
			Giáo dục thể chất chung
1.3.1.2		2	<i>Các học phần tự chọn</i>
			<i>Chọn 2 TC trong các HP sau:</i>
1		1	Bóng ném
2		1	Bóng chày
3		1	Cầu lông
4		1	Bóng bàn
5		1	Cờ vua
6		1	Bóng rổ
2			KIẾN THỨC GIÁO DỤC CHUYÊN NGHIỆP
2.1.		30	Kiến thức cơ sở ngành
2.1.1.		19	<i>Các học phần bắt buộc</i>
1	Kinh tế vĩ mô 1	3	Số tín chỉ: 3 TC (36,18) Điều kiện học phần:0 Mô tả vắn tắt học phần: Học phần giới thiệu kiến thức cơ bản của kinh tế vĩ mô, trước hết là phần khái quát về mục tiêu, công cụ kinh tế vĩ mô với mô hình AD – AS. Sau đó là đo lường các chỉ tiêu kinh tế vĩ mô cơ bản như sản lượng, việc làm, giá cả... Tiếp theo là các phân tích về tổng cầu và chính sách tài khóa, tiền tệ và chính sách tiền tệ, tác động của hai chính sách kinh tế vĩ mô trung tâm là chính sách tài khóa và chính sách tiền tệ tới giá cả, sản lượng và việc làm. Kế đến học phần giới thiệu về chu kỳ kinh tế với các mối quan hệ của thất nghiệp và lạm phát trong ngắn hạn và dài hạn. Cuối cùng là giới thiệu về kinh tế vĩ mô trong nền kinh tế mở với thị trường trường ngoại hối và tác

			động của chính sách tài khóa và tiền tệ đến các mục tiêu kinh tế vĩ mô.
2	Kinh tế vi mô 1	3	<p>Số tín chỉ: 3 TC (36,18) Điều kiện học phần:0 Mô tả vắn tắt học phần: Kinh tế vi mô là học phần thuộc nhóm kiến thức cơ sở ngành, cung cấp những nguyên lý cơ bản của kinh tế vi mô. Học phần cung cấp cho người học phương pháp và công cụ nghiên cứu các vấn đề cơ bản của thị trường như cung - cầu, giá cả thị trường hàng hóa, dịch vụ và thị trường các yếu tố sản xuất. Thêm vào đó, học phần đi sâu phân tích lý thuyết về hành vi người tiêu dùng và hành vi của doanh nghiệp trong các cấu trúc thị trường khác nhau. Học phần có tính gắn kết chặt chẽ, là cơ sở và nền tảng cho việc nghiên cứu chuyên sâu các lĩnh vực kinh tế và quản trị kinh doanh.</p>
3	Quản trị học	3	<p>Số tín chỉ: 3 TC (36,18) Điều kiện học phần: 0 Mô tả vắn tắt học phần: Học phần bao gồm những nội dung cơ bản sau: Khái niệm và bản chất của quản trị, môi trường quản trị, các lý thuyết quản trị. Nhà quản trị và vai trò của nhà quản trị, các cấp bậc nhà quản trị, các kỹ năng và trách nhiệm xã hội của nhà quản trị. Thông tin quản trị và ra quyết định quản trị. Kiến thức chuyên sâu về các chức năng của quản trị, bao gồm : chức năng hoạch định, chức năng tổ chức, chức năng lãnh đạo, chức năng kiểm soát.</p>
4	Marketing căn bản	3	<p>Số tín chỉ: 3 TC (36,18) Điều kiện học phần: Học phần song hành: Kinh tế vi mô 1 Mô tả vắn tắt học phần: Học phần Marketing căn bản là học phần bắt buộc thuộc khối kiến thức cơ sở ngành quản trị kinh doanh và marketing. Ngoài nội dung khái quát giới thiệu bản chất và các quan điểm tiếp cận marketing, học phần tập trung giới thiệu hai khối kiến thức căn bản về marketing. Một là, hiểu biết về môi trường marketing, thị trường, hành vi mua của khách hàng và hệ thống thông tin marketing; hai là: nguyên lý ứng xử cơ bản của marketing nhằm cung cấp những lợi ích và giá trị cho khách hàng, trong đó có chiến lược marketing và ứng xử marketing –mix (4Ps) với các chính sách: sản phẩm; giá; phân phối và xúc tiến phù hợp với thị trường mục tiêu. Học phần cũng mở ra những triển vọng cho việc áp dụng và phát triển tư duy marketing hiện đại trong thế kỉ 21.</p>
5	Thương mại điện tử căn bản	3	<p>Số tín chỉ: 3 TC (36,18) Điều kiện học phần: Học phần học trước: Tin học đại cương Mô tả vắn tắt học phần: Học phần Thương mại điện tử căn bản là học phần bắt buộc thuộc khối kiến thức cơ sở ngành Thương mại điện tử và một số ngành trong khối ngành Kinh doanh và quản lý. Môn học trang bị những kiến thức căn bản và những ứng dụng thực tiễn của thương mại điện tử trong doanh nghiệp bao gồm: những khái niệm cơ bản, những nguyên lý về thị trường và khách hàng, những mô hình kinh doanh chính yếu trên Internet hiện nay, những yếu tố tổ chức và kết cấu hạ tầng,</p>

			những hoạt động đặc trưng như thanh toán điện tử, dịch vụ hỗ trợ, an toàn, bảo mật và các khía cạnh văn hóa, đạo đức, xã hội của thương mại điện tử.
6	Tiếng Anh chuyên ngành 1	2	<p>Số tín chỉ: 2 TC (24,12) Điều kiện học phần: 0 Mô tả vắn tắt học phần: Học phần <i>Tiếng Anh chuyên ngành 1</i> được thiết kế đặc thù dành cho các sinh viên đã hoàn thành 3 học phần tiếng Anh cơ sở theo chương trình đào tạo chung của nhà trường. Học phần giúp người học phát triển toàn diện 4 kỹ năng ngôn ngữ gồm nghe – nói – đọc – viết, trang bị và củng cố từ vựng, giới thiệu và cung cấp cơ hội rèn luyện các hiện tượng ngữ pháp. Nội dung học phần xoay quanh các chủ điểm trong lĩnh vực kinh doanh và thương mại. Người học thực hành các kỹ năng ngôn ngữ thông qua nhiều hoạt động khác nhau trên lớp dưới sự hướng dẫn của giáo viên và được yêu cầu hoàn thành một số hoạt động tự học trước và sau giờ học.</p>
7	Tiếng Anh chuyên ngành 2	2	<p>Số tín chỉ: 2 TC (24,12) Điều kiện học phần: Học phần học trước: TACN 1 Mô tả vắn tắt học phần: Học phần <i>Tiếng Anh chuyên ngành 2</i> là sự tiếp nối học phần <i>Tiếng Anh chuyên ngành 1</i> được thiết kế theo định hướng ngôn ngữ thương mại. Học phần giúp người học phát triển toàn diện 4 kỹ năng ngôn ngữ gồm nghe – nói – đọc – viết, trang bị và củng cố từ vựng, giới thiệu và cung cấp cơ hội rèn luyện các hiện tượng ngữ pháp. Nội dung học phần xoay quanh các chủ điểm trong lĩnh vực kinh doanh và thương mại. Người học thực hành các kỹ năng ngôn ngữ thông qua nhiều hoạt động khác nhau trên lớp dưới sự hướng dẫn của giáo viên và được yêu cầu hoàn thành một số hoạt động tự học trước và sau giờ học.</p>
2.1.2.		11	Các học phần tự chọn - Chọn 11 TC trong các HP sau:
1	Quản trị chiến lược	3	<p>Số tín chỉ: 3 TC (36,18) Điều kiện học phần: 0 Mô tả vắn tắt học phần: Với mục đích cung cấp một hệ thống kiến thức tổng quan và hàn lâm về quản trị chiến lược của doanh nghiệp trong bối cảnh kinh doanh hiện đại, học phần Quản trị chiến lược được kết cấu theo quy trình 3 giai đoạn với 7 chương. Giai đoạn <i>Hoạch định chiến lược</i> trình bày các khái niệm cơ bản, mô hình và các nội dung về tầm nhìn chiến lược, sứ mạng kinh doanh và mục tiêu chiến lược của doanh nghiệp; phân tích môi trường chiến lược, nghiên cứu các loại hình chiến lược và các công cụ nhằm xây dựng và lựa chọn các phương án chiến lược phù hợp nhất với tình thế chiến lược của doanh nghiệp. Giai đoạn <i>Thực thi chiến lược</i> làm sáng tỏ bản chất và phân định sự khác biệt giữa thực thi và hoạch định chiến lược, các yếu tố ảnh hưởng tới quá trình triển khai chiến lược của doanh nghiệp. Bên cạnh đó, quy trình triển khai chiến lược cũng được làm rõ, với các hoạt động cơ bản gồm: thiết lập mục tiêu hàng năm, xây dựng các chính sách, phân bổ các nguồn</p>

			lực, tái cấu trúc tổ chức, phát huy văn hóa doanh nghiệp và lãnh đạo chiến lược. Giai đoạn <i>Kiểm tra và đánh giá chiến lược</i> cung cấp các tiêu chí, quy trình và khung đánh giá chiến lược, đồng thời thiết lập các quy tắc chỉ đạo kiểm tra chiến lược giúp nhà lãnh đạo thực hiện tốt nhiệm vụ này.
2	Luật kinh tế 1	3	<p>Số tín chỉ: 3TC (36,18) Điều kiện học phần: 0 Mô tả vắn tắt học phần: Đây là học phần bắt buộc thuộc khối kiến thức chuyên ngành của chương trình đào tạo chuyên ngành Luật Kinh tế và là học phần bắt buộc hoặc tự chọn của các chương trình đào tạo chuyên ngành khác tại Trường đại học Thương mại. Học phần nghiên cứu những vấn đề pháp lý chung về chủ thể tiến hành hoạt động kinh doanh và đi sâu nghiên cứu bản chất pháp lý về các loại hình doanh nghiệp, hợp tác xã, hộ kinh doanh cá thể và tổ hợp tác. Học phần cũng tập trung nghiên cứu những vấn đề chung về thành lập, tổ chức lại và phá sản của các chủ thể kinh doanh. Học phần có tính gắn kết chặt chẽ với các học phần cơ sở ngành cũng như những học phần có tính chuyên sâu khác trong các chương trình đào tạo và giúp cho người học đạt được mục tiêu của các chương trình đào tạo.</p>
3	Nhập môn tài chính – tiền tệ	3	<p>Số tín chỉ: 3 TC (36,18) Điều kiện học phần: 0 Mô tả vắn tắt học phần: Học phần đề cập một cách có hệ thống các kiến thức cơ bản về tài chính, tiền tệ và hệ thống tài chính quốc gia trong nền kinh tế thị trường; giới thiệu nội dung hoạt động của các khâu trong hệ thống tài chính như: Ngân sách Nhà nước, Tài chính doanh nghiệp, Bảo hiểm, Tín dụng; đề cập đến hình thức tổ chức và nội dung hoạt động của các định chế tài chính trung gian và ngân hàng trung ương, cấu trúc và vận hành thị trường tài chính, các vấn đề về tài chính quốc tế. Bên cạnh đó học phần còn đề cập đến các lý thuyết về cung cầu tiền tệ, lạm phát, lãi suất, chính sách tài chính quốc gia.</p>
4	Quản trị tri thức	3	<p>Số tín chỉ: 3 TC (36,18) Điều kiện học phần: Học phần tiên quyết: Quản trị học Mô tả vắn tắt học phần: Đây là học phần thuộc khối kiến thức bổ trợ, đi sâu vào một trong những khía cạnh quản lý mới của ngành quản trị kinh doanh, đó là vấn đề tri thức và quản trị tri thức trong tổ chức. Học phần quản trị tri thức sẽ cung cấp những kiến thức cơ bản và những quan điểm tiếp cận hiện đại về tri thức và quản trị tri thức, khái quát các hoạt động tác nghiệp cơ bản của quản trị tri thức trong tổ chức; Thông qua việc giới thiệu về tình hình và thực trạng quản trị tri thức ở Việt Nam hiện nay, học phần giúp người học nhận thức được giá trị của tài sản tri thức và vai trò của hoạt động quản trị tri thức trong tổ chức. Học phần trang bị cho người học những kỹ năng cần thiết như: kỹ năng thực hành quản trị tri thức trong tổ chức; kỹ năng sử dụng các công cụ và kỹ thuật quản trị tri thức nhằm quản lý hiệu quả các hoạt động liên quan tới quản trị tri thức trong tổ</p>

			chức trong môi trường kinh tế tri thức
5	Quản trị chuỗi cung ứng	3	<p>Số tín chỉ: 3 TC (36,18) Điều kiện học phân: 0 Mô tả văn tắt học phần: Học phần cung cấp kiến thức tổng quan về hoạt động quản trị chuỗi cung ứng trong môi trường kinh doanh toàn cầu hóa, được kết cấu theo 3 nội dung chính của kiến thức quản trị chuỗi cung ứng hiện đại và kết nối thành 6 chương. Mục tiêu của quản trị chuỗi cung ứng là tối đa hoá giá trị cho toàn hệ thống, cho từng thành viên tham gia chuỗi và cung cấp giá trị gia tăng tới khách hàng. Các quyết định trong quản trị chuỗi cung ứng có thể mang tính chiến lược, kế hoạch hoặc tác nghiệp. Các quyết định chiến lược liên quan đến quá trình thiết kế và định dạng chuỗi cung ứng. Các quyết định này có tác động dài hạn và bao gồm quyết định về mức độ thuê ngoài các chức năng của chuỗi, địa điểm và qui mô nhà máy sản xuất/kho bãi, phương thức vận chuyển và hệ thống thông tin. Các quyết định mang tính kế hoạch có thể được xây dựng trong thời gian một năm và bao gồm các quyết định về kế hoạch sản xuất, thầu phụ và hoạt động xúc tiến trong giai đoạn đó. Các quyết định tác nghiệp thường mang tính tức thời và hàng ngày liên quan đến quá trình sản xuất và đáp ứng đơn đặt hàng cụ thể. Dù ở bậc quyết định nào, những người làm công tác quản trị chuỗi cung ứng luôn tập trung vào năng lực nâng cao kết quả của toàn bộ chuỗi, đảm bảo đáp ứng cao nhất những yêu cầu của thị trường.</p>
6	Quản trị dịch vụ	3	<p>Số tín chỉ: 3 TC (36,18) Điều kiện học phân: Học phân học trước: Quản trị học Mô tả văn tắt học phần: Học phần Quản trị dịch vụ là học phần bắt buộc thuộc khối kiến thức ngành của chuyên ngành Quản trị dịch vụ du lịch và lữ hành, Quản trị khách sạn; là học phần bắt buộc và tự chọn của nhiều chuyên ngành khác. Học phần Quản trị dịch vụ góp phần giúp sinh viên có kiến thức quản trị đối với dịch vụ nói chung và là cơ sở dẫn dắt sinh viên tiếp cận và vận dụng quản trị chuyên sâu đối với lĩnh vực dịch vụ cụ thể - đó là quản trị dịch vụ du lịch và lữ hành, quản trị khách sạn, tài chính – ngân hàng,... Sau khi học xong học phần, sinh viên có kiến thức khái quát về quản trị dịch; quản trị các nguồn lực lao động, vốn và cơ sở vật chất kinh doanh dịch vụ; quản trị cầu dịch vụ; quản trị quá trình cung ứng dịch vụ; quản trị quan hệ khách hàng trong dịch vụ; chiến lược phát triển dịch vụ và chiến lược dịch vụ toàn cầu.</p>
7	Khởi sự kinh doanh	2	<p>Số tín chỉ: 2TC (24,12) Điều kiện học phân: 0 Mô tả văn tắt học phần: Học phần cung cấp cho người học một hệ thống kiến thức tổng quan, kết hợp đa dạng nhiều kỹ năng về khởi sự kinh doanh. Học phần khởi sự kinh doanh bao gồm các nội dung cơ bản: tổng quan về khởi sự kinh doanh; tìm kiếm và đánh giá ý tưởng kinh doanh; lập kế hoạch kinh doanh về bán hàng, marketing; lập kế hoạch về sản xuất, vận hành; lập kế hoạch về nhân sự ; lập kế hoạch về tài chính và điều hành</p>

			hoạt động kinh doanh mới.
8	Văn hóa kinh doanh	2	Số tín chỉ: 2TC (24,12) Điều kiện học phần: 0 Mô tả văn tắt học phần: Học phần bao gồm những nội dung: Tổng quan về văn hóa kinh doanh, các yếu tố cấu thành văn hóa kinh doanh. Đặc trưng văn hóa kinh doanh Việt Nam và một số quốc gia trên thế giới. Vai trò của văn hóa doanh nhân, các yếu tố cấu thành văn hóa doanh nhân như năng lực, tố chất, đạo đức, phong cách doanh nhân. Vai trò của văn hóa doanh nghiệp, các yếu tố cấu thành văn hóa doanh nghiệp. Cách thức phát triển văn hóa kinh doanh, các nhân tố ảnh hưởng đến phát triển văn hóa kinh doanh.
9	Tuyển dụng nhân lực	2	Số tín chỉ: 2 TC (24.6) Điều kiện học phần: 0 Mô tả văn tắt học phần: Học phần thuộc khối kiến thức ngành trong chương trình đào tạo ngành Quản trị nhân lực. Học phần bao gồm các nội dung: Khái niệm và vai trò của tuyển dụng nhân lực; nội dung của tuyển dụng nhân lực; xây dựng kế hoạch tuyển dụng nhân lực; tuyển mộ nhân lực; tuyển chọn nhân lực; quyết định tuyển dụng và hội nhập nhân viên mới; đánh giá tuyển dụng nhân lực.
2.2.		39	Kiến thức ngành và chuyên ngành
2.2.1.		27	<i>Các học phần bắt buộc</i>
		15	<i>Kiến thức ngành</i>
1	Hành vi khách hàng	3	Số tín chỉ: 3 TC (36,18) Điều kiện học phần: Học phần học trước: Marketing căn bản Mô tả văn tắt học phần: Học phần Hành vi khách hàng là học phần bắt buộc thuộc khối kiến thức cơ sở ngành Marketing và là học phần tự chọn thuộc khối kiến thức cơ sở ngành Quản trị Kinh doanh. Ngoài nội dung khái quát giới thiệu bản chất và các quan điểm tiếp cận, học phần tập trung giới thiệu hai khối kiến thức căn bản: Thứ nhất, phân tích các đặc điểm và hành vi mua của các khách hàng là người tiêu dùng bao gồm các vấn đề về nhận thức, học tập, động cơ, thái độ, và sự ảnh hưởng của văn hóa – xã hội đến hành vi mua và qui trình quyết định mua; Thứ hai, khái quát chung về khách hàng tổ chức (loại hình, đặc điểm và qui trình quyết định mua của các khách hàng tổ chức) và các bậc hành vi của khách hàng tổ chức.
2	Nghiên cứu marketing	3	Số tín chỉ: 3TC (36.18) Điều kiện học phần: Học phần học trước: Marketing căn bản, Phương pháp nghiên cứu khoa học Mô tả văn tắt học phần: Học phần nghiên cứu marketing thuộc khối kiến thức cơ sở ngành dành cho sinh viên chuyên ngành marketing thương mại và là học phần tự chọn đối với sinh viên của các chuyên ngành khác thuộc ngành marketing và ngành quản trị kinh doanh. Học phần Nghiên cứu marketing cung cấp những kiến thức, lý thuyết cơ bản nhằm phát triển kỹ năng nghề nghiệp cho các nhà nghiên cứu marketing/ nghiên

			<p>cứ thị trường: từ khâu bắt đầu nhận biết và xác định vấn đề nghiên cứu, xây dựng dự án nghiên cứu đến triển khai thực hiện và khai thác kết quả nguồn dữ liệu thông tin cho quá trình ra quyết định marketing. Nội dung học phần gồm 09 chương; bao quát toàn bộ các giai đoạn của nghiên cứu marketing; trong đó cũng giới thiệu chi tiết một số công cụ chủ yếu được sử dụng nhằm thu thập và xử lý dữ liệu sơ cấp như các thang đo lường; thiết kế bảng câu hỏi; lập mẫu; kiểm định và phân tích dữ liệu; và thuyết trình, báo cáo kết quả nghiên cứu marketing</p>
3	Quản trị marketing 1	3	<p>Số tín chỉ: 3 TC (36,18) Điều kiện học phần: Học phần học trước: Marketing căn bản Mô tả vắn tắt học phần: Quản trị marketing 1 là học phần bắt buộc thuộc khối kiến thức chuyên ngành của ngành marketing. Học phần đề cập tới nội dung quản trị chiến lược marketing của doanh nghiệp; khái niệm cơ bản của marketing hiện đại và các quan điểm quản trị marketing; triết lý giá trị khách hàng; quản trị thời cơ marketing thông qua nghiên cứu và phân tích marketing; quản trị marketing mục tiêu và chiến lược marketing ở doanh nghiệp; vận dụng các kiến thức trên thông qua các bài tập thảo luận, các tình huống quản trị marketing.</p>
4	Quản trị chất lượng	3	<p>Số tín chỉ: 3 TC (36,18) Điều kiện học phần: Học phần học trước: Quản trị học Mô tả vắn tắt học phần: Chất lượng được coi là yếu tố then chốt quyết định lợi thế cạnh tranh của doanh nghiệp. Quản trị chất lượng hiệu quả cũng là hoạt động chính để xây dựng và phát triển thương hiệu. Đây là học phần thuộc khối kiến thức ngành của chương trình đào tạo các ngành quản trị kinh doanh và marketing. Với 8 chương, học phần cung cấp những kiến thức nền tảng và các quan điểm hiện đại về chất lượng và quản trị chất lượng như: các khái niệm về chất lượng và quản trị chất lượng; các yếu tố ảnh hưởng tới chất lượng; đo lường, tính toán chi phí chất lượng; mối quan hệ giữa chất lượng, năng suất và khả năng cạnh tranh của tổ chức; các hoạt động quản trị chất lượng trong tổ chức; các mô hình, phương pháp và công cụ quản trị chất lượng hiện đại, và quản lý nhà nước về chất lượng. Các kỹ năng mà người học có thể rèn luyện được trong suốt quá trình nghiên cứu học phần bao gồm: Kỹ năng lập kế hoạch chất lượng; kỹ năng phân tích, đo lường và đánh giá hệ thống quản trị chất lượng; kỹ năng sử dụng</p>
5	Truyền thông marketing	3	<p>Số tín chỉ: 3 TC (36,18) Điều kiện học phần: Học phần học trước: Marketing căn bản Mô tả vắn tắt học phần: Học phần tập trung nghiên cứu những vấn đề thuộc về bản chất của hoạt động truyền thông marketing, bao gồm: bản chất của quá trình truyền thông marketing, những yếu tố chi phối đến quá trình truyền thông marketing. Nghiên cứu quy trình chung xây dựng cụ thể: kỹ năng phân tích, lập kế hoạch, thực thi, đánh giá truyền thông marketing và quản trị hoạt động truyền thông marketing và quản trị từng thành tố của</p>

			truyền thông marketing và phối hợp các công cụ này; nội dung và phương pháp xác định ngân sách cho hoạt động truyền thông. Học phần cũng nghiên cứu các quy trình xây dựng, thực hiện và đánh giá yếu tố cấu thành truyền thông marketing của doanh nghiệp, tổ chức phối hợp, thực hiện và đánh giá hoạt động truyền thông marketing của doanh nghiệp.
		12	<i>Kiến thức chuyên ngành</i>
1	Marketing số	3	Số tín chỉ: 3 TC (34,12,5) Điều kiện học phần: Học phần học trước: Marketing căn bản Mô tả vắn tắt học phần: Marketing số là học phần bắt buộc thuộc khối kiến thức chuyên ngành marketing số. Học phần trang bị nội dung quản trị marketing số nhằm cung ứng giá trị cho các khách hàng; các hoạt động quản trị quan hệ khách hàng trong marketing số, và các hoạt động của các công cụ marketing số; năng lực vận dụng các kiến thức thực hành các kỹ năng quản trị marketing số của doanh nghiệp.
2	Sáng tạo và thiết kế nội dung	3	Số tín chỉ: 3 TC (30,25,5) Điều kiện học phần: Học phần học trước: Marketing căn bản Mô tả vắn tắt học phần: Học phần tập trung nghiên cứu các nội dung của sáng tạo nội dung trong hoạt động marketing với các phương tiện số về quy trình và phương thức sáng tạo nội dung nhằm hướng tới đáp ứng nhu cầu và đặc điểm của khách hàng, và nghiên cứu thiết kế các nội dung cho có sức thu hút cao với các đối tượng khách hàng và các đối tượng có liên quan trong hoạt động marketing số của đơn vị.
3	Phân tích marketing	2	Số tín chỉ: 2 TC (24,12) Điều kiện học phần: Học phần học trước: Marketing căn bản Mô tả vắn tắt học phần: Học phần Phân tích Marketing cung cấp kiến thức và nguyên tắc nền tảng để lượng hóa và đo lường các hoạt động marketing và marketing số. Học phần này là cơ sở để người học tiếp cận kiến thức chuyên ngành theo định hướng lượng hóa hiệu quả hoạt động marketing.
4	Marketing qua phương tiện truyền thông xã hội	2	Số tín chỉ: 2 TC (24,12) Điều kiện học phần: Học phần học trước: Marketing căn bản Mô tả vắn tắt học phần: Học phần tập trung nghiên cứu những vấn đề cơ bản của marketing qua phương tiện truyền thông xã hội, bao gồm: Cơ sở nền tảng của hoạt động marketing qua phương tiện truyền thông xã hội; Thiết lập chiến lược và lập kế hoạch truyền thông qua phương tiện xã hội; cũng như khả năng ứng dụng của các nhóm truyền thông xã hội tới marketing qua phương tiện xã hội. Ngoài ra học phần cũng nghiên cứu và đo lường, đánh giá hiệu quả hoạt động marketing qua phương tiện truyền thông xã hội của doanh nghiệp.
5	Quản trị thương hiệu điện tử	2	Số tín chỉ: 2TC (24,12) Điều kiện học phần:0 Mô tả vắn tắt học phần: Đây là học phần thuộc khối kiến thức bổ trợ chuyên ngành, cung cấp những kiến thức mở rộng và chuyên sâu về quản trị thương hiệu tương tác online (internet và mobile) theo tiếp cận tư duy chiến lược, đáp ứng xu hướng phát

			triển mạnh mẽ của thương mại điện tử. Các nội dung chủ yếu sẽ được đề cập trong học phần gồm: Các tiếp cận hiện đại về thương hiệu điện tử, các nội dung và quy trình xây dựng thương hiệu, các biện pháp bảo vệ và xử lý khủng hoảng thương hiệu trên internet và mạng di động.
2.2.2.		12	Các học phần tự chọn
			<i>Chọn 12 TC trong các HP sau:</i>
1	Marketing ngân hàng	3	Số tín chỉ: 3 TC (36,18) Điều kiện học phần: Học phần học trước: Marketing căn bản Mô tả vắn tắt học phần: Học phần Marketing ngân hàng thương mại là học phần tự chọn thuộc khối kiến thức chuyên ngành của ngành marketing. Học phần trang bị các kiến thức và kỹ năng liên quan đến quản trị marketing của các ngân hàng thương mại gồm các tình thế và cơ hội đối với hoạt động marketing ngân hàng thương mại, từ đó lựa chọn và định vị trên thị trường mục tiêu và ra các quyết định marketing hỗn hợp cho các phân đoạn thị trường mục tiêu; thực thi và kiểm soát hoạt động marketing ở các ngân hàng thương mại; các kỹ năng vận dụng các kiến thức và kỹ năng của học phần thông qua các bài tập thảo luận, các tình huống marketing ở ngân hàng thương mại.
2	Marketing thương mại điện tử	3	Số tín chỉ: 3 TC (36,18) Điều kiện học phần: Học phần tiên quyết: Thương mại điện tử căn bản. Học phần học trước: Marketing căn bản Mô tả vắn tắt học phần: Học phần cung cấp cho sinh viên những kiến thức, các quan niệm quản trị marketing thương mại điện tử, bao gồm các vấn đề: Quan điểm tiếp cận quản trị TMĐT về marketing trên Internet; hành vi người mua hàng trực tuyến; mô hình hệ thống, phân tích cạnh tranh và định vị trên thị trường ảo của doanh nghiệp; lựa chọn chiến lược và xây dựng kế hoạch marketing TMĐT; lựa chọn, khai thác, sử dụng, phối hợp các công cụ, ứng dụng, dịch vụ hỗ trợ trực tuyến trong marketing TMĐT; quản trị các nỗ lực marketing TMĐT và việc vận dụng chúng để định hướng, chỉ đạo các hoạt động marketing B2B, B2C và các dịch vụ trên Internet.
3	Thiết kế và triển khai website	3	Số tín chỉ: 3 TC (36,18) Điều kiện học phần: Học phần học trước: Tin học quản lý Mô tả vắn tắt học phần: Học phần cung cấp các kiến thức tổng quát về cách thức thiết kế và triển khai một website cho một doanh nghiệp. Đầu tiên, học phần cung cấp các kiến thức cơ bản về Internet, world wide web, giao thức HTTP, giao thức FTP, ngôn ngữ đánh dấu HTML,... và một số ngôn ngữ, công cụ sử dụng trong thiết kế và xây dựng website. Bên cạnh đó, học phần cũng cung cấp một số công cụ sử dụng trong thiết kế đồ họa và giao diện cho website. Cuối cùng, học phần trình bày qui trình chung và chi tiết các bước để triển khai một website cho doanh nghiệp
4	Marketing tìm kiếm	3	Số tín chỉ: 3 TC (30,30) Điều kiện học phần: Học phần học trước: Marketing căn bản

	và Marketing thư điện tử		<p>Mô tả vắn tắt học phần: Là học phần tự chọn thuộc khối kiến thức chuyên ngành Marketing số. Học phần đề cập tới những nội dung kỹ năng về marketing tìm kiếm và thư điện tử với các nội dung chủ yếu liên quan đến các công cụ và tối ưu hoá các công cụ tìm kiếm, và thư điện tử; Thiết lập chiến lược và lập kế hoạch cho marketing tìm kiếm và thư điện tử. Ngoài ra học phần cũng nghiên cứu và đo lường, đánh giá hiệu quả hoạt động marketing tìm kiếm và thư điện tử của doanh nghiệp.</p>
5	Marketing B2B	3	<p>Số tín chỉ: 3 TC (36,18) Điều kiện học phần: Học phần học trước: Marketing căn bản Mô tả vắn tắt học phần: Marketing B2B là học phần bắt buộc thuộc khối kiến thức chuyên ngành của ngành marketing. Học phần cung cấp các khái niệm cơ bản và nội dung hoạt động marketing B2B; trong đó tập trung phân định sự khác biệt giữa marketing B2B với marketing B2C. Đồng thời làm rõ hành vi mua của khách hàng tổ chức để phân đoạn thị trường B2B, xác lập chiến lược marketing, phát triển marketing-mix (nhấn mạnh những khía cạnh đặc trưng khác biệt trong quyết định các biến số marketing B2B với marketing B2C) và phát triển, quản trị mối quan hệ B2B. Học phần còn bao hàm các bài tập và tình huống cụ thể nhằm rèn luyện các kỹ năng điều tra khảo sát, phân tích hiện trạng và các giải pháp ứng xử trong thực tiễn kinh doanh hiện nay.</p>
6	Marketing quốc tế	3	<p>Số tín chỉ: 3 TC (36,18) Điều kiện học phần: Học phần học trước: Marketing căn bản Mô tả vắn tắt học phần: Học phần bao gồm hai phần: + <i>Phân tích thị trường và quản trị thời cơ marketing quốc tế:</i> Khái quát các quan điểm quản trị marketing quốc tế, phân tích các nhân tố môi trường marketing quốc tế và thị trường quốc tế làm cơ sở đánh giá và quản trị thời cơ marketing quốc tế của công ty kinh doanh. + <i>Quản trị marketing quốc tế:</i> Chiến lược marketing quốc tế, quản trị các nỗ lực marketing-mix và từng thành tố của marketing mix trên thị trường quốc tế, tổ chức và kế hoạch hóa marketing quốc tế của công ty kinh doanh.</p>
7	Quản trị marketing 2	3	<p>Số tín chỉ: 3 TC (36,18) Điều kiện học phần: Học phần học trước: Marketing căn bản Mô tả vắn tắt học phần: Quản trị marketing 2 là học phần bắt buộc thuộc khối kiến thức chuyên ngành của ngành marketing; học phần đề cập tới nội dung quản trị chiến thuật và tác nghiệp marketing; gồm các quyết định liên quan tới sáng tạo và cung ứng giá trị cho thị trường; truyền thông và thực hiện giá trị trên thị trường và quản trị nỗ lực marketing toàn diện ở doanh nghiệp kinh doanh; vận dụng các kiến thức trên thông qua các bài tập thảo luận, các tình huống quản trị marketing.</p>
8	Marketing thương mại	3	<p>Số tín chỉ: 3 TC (36,18) Điều kiện học phần: Học phần học trước: Quản trị marketing 1,2 Mô tả vắn tắt học phần: Marketing thương mại là học phần bắt buộc thuộc khối kiến thức chuyên ngành của ngành marketing, và ngành quản trị kinh doanh. Học phần hình thành</p>

			<p>và sử dụng những kết quả của nghiên cứu và phân tích marketing của công ty thương mại, triển khai lựa chọn thị trường mục tiêu và hoạch định chiến lược marketing của công ty, xác lập và triển khai các quyết định marketing-mix và ứng xử các tác nghiệp công nghệ marketing thương mại trên thị trường. Thiết lập tổ chức marketing phù hợp với điều kiện kinh doanh hiện đại nhằm phát triển sức mạnh sáng tạo các giá trị gia tăng trong lĩnh vực kinh doanh thương mại và nâng cao năng lực cạnh tranh của công ty trên thị trường. Đồng thời học phần còn bao hàm các bài tập và tình huống cụ thể nhằm rèn luyện các kỹ năng điều tra khảo sát, phân tích hiện trạng và các giải pháp ứng xử trong thực tiễn kinh doanh hiện nay.</p>
9	Marketing du lịch	3	<p>Số tín chỉ: 3 TC (36,18) Điều kiện học phần: 0 Mô tả văn tắt học phần: Là học phần bắt buộc cho ngành: Quản trị khách sạn, Học phần Marketing du lịch là học phần bắt buộc thuộc khối kiến thức ngành và chuyên ngành cho ngành: Quản trị khách sạn, Quản trị dịch vụ du lịch và lữ hành; là học phần tự chọn cho chuyên ngành: Marketing thương mại và Tiếng Anh thương mại. Học phần cung cấp những kiến thức cơ bản cho sinh viên về: Tổng quan về marketing du lịch; phân tích cơ hội và nghiên cứu marketing; phân tích hành vi của khách hàng; phân đoạn, lựa chọn thị trường mục tiêu và định vị; kế hoạch marketing; chính sách sản phẩm; chính sách giá; chính sách phân phối; chính sách xúc tiến trong kinh doanh du lịch; các chính sách khác trong kinh doanh du lịch.</p>
2.3.		12	Kiến thức bổ trợ
2.3.1.		6	Các học phần bắt buộc
1	Logistics trong thương mại điện tử	3	<p>Số tín chỉ: 3 TC (34,6,5) Điều kiện học phần: 0 Mô tả văn tắt học phần: Đây là học phần bắt buộc thuộc phần kiến thức chuyên ngành nhằm cung cấp các kiến thức của toàn bộ quá trình hoạch định, tổ chức và triển khai hoạt động logistics trong thương mại điện tử. Học phần gồm có 6 chương, bắt đầu với phần giới thiệu về logistics TMĐT với những tính chất đặc trưng của logistics trong bối cảnh kinh tế mạng. Chương 2 nghiên cứu các yếu tố hạ tầng căn bản của hệ thống logistics thương mại điện tử. Chương 3 mô tả các hoạt động logistics đầu vào trong thương mại điện tử. Chương 4 tiếp nối với các hoạt động logistics đầu ra trong thương mại điện tử. Chương 5 đề cập về hoạt động vận chuyển và quản lý kho hàng trong logistics TMĐT. Chương cuối cùng, trình bày về các loại hình chiến lược logistics TMĐT để doanh nghiệp có thể hiện thực hóa một cách thành công các cơ hội kinh doanh trong nền kinh tế mạng.</p>
2	Quản trị thương hiệu 1	3	<p>Số tín chỉ: 3 TC (36,18) Điều kiện học phần: 0 Mô tả văn tắt học phần: Đây là học phần thuộc khối kiến thức chuyên ngành, cung cấp những kiến thức cơ bản về thương hiệu</p>

			và quản trị thương hiệu từ tư duy chiến lược đến thực tiễn triển khai. Các nội dung chủ yếu sẽ được đề cập trong học phần gồm: Các tiếp cận khác nhau về thương hiệu và những yếu tố tác động đến sự phát triển thương hiệu của doanh nghiệp; kiến thức và kỹ năng thiết kế và triển khai hệ thống nhận diện thương hiệu; các biện pháp bảo vệ thương hiệu và kỹ năng xử lý các tình huống tranh chấp thương hiệu; hoạt động truyền thông thương hiệu; định hướng phát triển thương hiệu.
2.3.2.		6	Các học phần tự chọn
			<i>Chọn 6 TC trong các HP sau:</i>
1	Quản trị chiến lược toàn cầu	3	<p>Số tín chỉ: 3 TC (36,18) Điều kiện học phần: 0 Mô tả vắn tắt học phần: Với mục đích cung cấp hệ thống kiến thức tổng quan, hàn lâm và toàn diện về quản trị chiến lược trong môi trường kinh doanh toàn cầu, học phần Quản trị chiến lược toàn cầu được kết cấu theo 03 nội dung chính và được phân chia thành 07 chương. Nhóm nội dung thứ nhất với chủ đề <i>Tổng quan về quản trị chiến lược toàn cầu</i> được đề cập trong chương 1 với việc cung cấp các kiến thức căn bản về toàn cầu hóa, chiến lược, quản trị chiến lược, quản trị chiến lược toàn cầu. Trong đó, tập trung chủ yếu vào việc phân tích và giải thích nội dung, bản chất của chiến lược để từ đó nhận dạng và phân tích nội dung, bản chất của chiến lược toàn cầu cũng như quy trình của quản trị chiến lược toàn cầu. Chương 1 cũng chỉ rõ sự khác biệt và các đặc điểm riêng có của nhóm doanh nghiệp toàn cầu so với các doanh nghiệp quốc tế khác, từ đó phân biệt giữa chiến lược toàn cầu với các chiến lược trong kinh doanh quốc tế như chiến lược xuất khẩu, chiến lược đa quốc gia, chiến lược xuyên quốc gia. Nhóm nội dung thứ hai trình bày <i>quy trình, nội dung và phương pháp hoạch định chiến lược toàn cầu</i>. Nhóm nội dung này được thể hiện trong chương 2, chương 3, chương 4 và chương 5 của học phần với các tên gọi: Chương 2 – Phân tích môi trường kinh doanh toàn cầu; Chương 3 – Chuỗi giá trị và lợi thế cạnh tranh toàn cầu; Chương 4 – Các loại hình chiến lược trong kinh doanh toàn cầu; Chương 5 – Hoạch định chiến lược toàn cầu. Mỗi chương học tập trung vào một bước cụ thể trong quy trình hoạch định chiến lược toàn cầu. Trong đó, chương 2 tập trung vào nội dung và phương pháp phân tích môi trường bên ngoài; dự báo các xu thế trong kinh doanh toàn cầu và đưa ra kỹ thuật phân tích môi trường các quốc gia nước ngoài cụ thể để đánh giá tính hấp dẫn của từng thị trường, làm tiền đề cho các quyết định xâm nhập thị trường toàn cầu của doanh nghiệp. Chương 3 tập trung vào nhận dạng nguồn lực, năng lực, năng lực cốt lõi của doanh nghiệp thông qua nhận dạng, phân tích chuỗi giá trị của doanh nghiệp; từ đó xác định, duy trì và phát triển lợi thế cạnh tranh trong môi trường toàn cầu. Chương 4 đưa ra các phân tích cụ thể về các loại hình chiến lược trong kinh doanh toàn cầu, chỉ rõ nội dung, ưu/nhược điểm và các trường hợp áp dụng của</p>

			từng kiểu chiến lược trong môi trường kinh doanh toàn cầu. Chương 5 đưa ra quy trình tổng thể trong hoạch định chiến lược toàn cầu, sử dụng các thông tin, dữ liệu kiến thức từ chương 2 đến chương 4 để đưa ra các quyết định về nội dung chiến lược toàn cầu với 4 nhóm thành tố: tham vọng toàn cầu, định vị toàn cầu, tổ chức toàn cầu và hệ thống kinh doanh toàn cầu. Nhóm nội dung thứ ba giải quyết các vấn đề liên quan đến <i>các quyết định tác nghiệp trong triển khai chiến lược toàn cầu</i> . Nhóm nội dung này được phân bổ trong chương 6 – Liên minh chiến lược và sáp nhập & mua lại toàn cầu; chương 7 – Quản trị marketing và nhân sự toàn cầu. Đây là những quyết định cơ bản nhất mà doanh nghiệp toàn cầu cần triển khai trong chiến lược toàn cầu, cho phép doanh nghiệp đảm bảo thực hiện hoàn thành mục tiêu toàn cầu và thực thi hiệu quả nội dung chiến lược toàn cầu đã được xác định trong phần Hoạch định chiến lược toàn cầu.
2	Nguyên lý kế toán	3	Số tín chỉ: 3 TC (36,18) Điều kiện học phần: 0 Mô tả vắn tắt học phần: Học phần nghiên cứu những vấn đề lý luận chung về kế toán như: bản chất, chức năng, nhiệm vụ của kế toán, nội dung đối tượng của kế toán, các phương pháp kế toán: chứng từ, tài khoản, tính giá, tổng hợp và cân đối kế toán, sổ kế toán và hình thức kế toán và vận dụng trong kế toán các hoạt động chủ yếu của đơn vị kế toán.
3	Quản trị nhân lực căn bản	3	Số tín chỉ: 3 TC (36,18) Điều kiện học phần: 0 Mô tả vắn tắt học phần: Học phần thuộc khối kiến thức cơ sở ngành của chương trình đào tạo ngành Quản trị nhân lực. Học phần bao gồm các nội dung chính: khái niệm và vai trò của quản trị nhân lực, mối quan hệ của quản trị nhân lực với các hoạt động quản trị khác, các học thuyết quản trị nhân lực, các nội dung cơ bản của quản trị nhân lực theo tiếp cận quá trình (hoạch định nhân lực, phân tích công việc, tổ chức bộ máy quản trị nhân lực, tổ chức hoạt động quản trị nhân lực, tạo động lực cho người lao động, kiểm soát hoạt động quản trị nhân lực).
4	Quản trị công nghệ	3	Số tín chỉ: 3 TC (36,18) Điều kiện học phần: 0 Mô tả vắn tắt học phần: Đây là học phần thuộc khối kiến thức cơ sở ngành, đi sâu vào một trong những khía cạnh quản lý của ngành quản trị kinh doanh, đó là vấn đề công nghệ và quản trị công nghệ. Học phần sẽ cung cấp những kiến thức cơ bản giúp người học nắm vững các vấn đề liên quan tới quản trị công nghệ như: vai trò của công nghệ và quản trị công nghệ, nhận dạng được các yếu tố cấu thành và các loại công nghệ; các hoạt động cơ bản của quản trị công nghệ; và kinh nghiệm chuyên gia công nghệ ở các nước đang phát triển. Từ đó, học phần cũng giúp người học nhận thức được những thuận lợi, khó khăn và điều kiện để chuyển giao công nghệ thành công ở các nước đang phát triển, trong đó có Việt Nam. Học phần trang bị cho

			người học những kỹ năng cơ bản trong việc thực hành các hoạt động tác nghiệp của quản trị công nghệ như đánh giá năng lực công nghệ, lựa chọn công nghệ thích hợp, đổi mới và chuyên giao công nghệ.
2.4	Thực tập nghề nghiệp và làm tốt nghiệp khóa học	10	Gồm có 02 giai đoạn
		3	Số tín chỉ: 3 TC (0,90) Điều kiện học phần: 0 Mô tả vắn tắt học phần: Giai đoạn 1 thực tập và làm báo cáo thực tập tổng hợp 3TC: người học tìm hiểu thực tế ở đơn vị thực tập về hoạt động marketing và marketing số và hoạt động kinh doanh đang diễn ra ở doanh nghiệp, và tổ chức hoạt động marketing và marketing số ở doanh nghiệp, đánh giá các hoạt động này, và đề xuất phương án hoàn thiện
		7	Số tín chỉ: 7 TC (0,210) Điều kiện học phần: Báo cáo thực tập tổng hợp đạt, và nhận dạng được vấn đề cho khóa luận tốt nghiệp Mô tả vắn tắt học phần: Giai đoạn 2 thực tập và làm khóa luận tốt nghiệp 7TC: Sinh viên có thể thực hiện đề tài khoa học ứng dụng, bằng cách thâm nhập vào thực tế, tìm hiểu và giải quyết một vấn đề thực tế marketing và marketing số của doanh nghiệp; dựa trên hệ thống cơ sở lý luận và phương pháp khoa học rõ ràng. Sinh viên có thể thực tiễn hóa được hoạt động nghiên cứu và thực hành nghề marketing và marketing số theo các vấn đề cấp thiết của doanh nghiệp, của xã hội.

8. Hướng dẫn thực hiện chương trình

ST T	Kỳ học	Môn học	Số TC
1	KỠ 1	Chủ nghĩa xã hội khoa học	2
		Lịch sử Đảng Cộng sản Việt Nam	2
		Pháp luật đại cương	2
		Tin học quản lý	3
		Kinh tế vi mô 1	3
		Tư tưởng Hồ Chí Minh	2
		Tổng cộng	14
2	KỠ 2	Kinh tế vĩ mô 1	3
		Marketing căn bản	3
		Thương mại điện tử căn bản	3
		Triết học Mác - Lênin	3
		Toán đại cương	2
		<i>Chọn 2 TC trong các HP sau:</i>	

		Lịch sử các học thuyết kinh tế	2
		Xã hội học đại cương	2
		Tổng cộng	16
3	KỶ HÈ NĂM NHẤT	GD QP&AN	8
4	KỶ 3	Tiếng Anh 1	2
		Phương pháp nghiên cứu khoa học	2
		Quản trị học	3
		Hành vi khách hàng	3
		Quản trị marketing 1	3
		Sáng tạo và thiết kế nội dung*	3
		Tổng cộng	16
5	KỶ 4	Tiếng Anh 2	2
		Truyền thông marketing	3
		<i>Chọn 11 TC trong các HP sau:</i>	
		Quản trị chiến lược	3
		Luật kinh tế 1	3
		Nhập môn tài chính – tiền tệ	3
		Quản trị tri thức	3
		Quản trị chuỗi cung ứng	3
		Quản trị dịch vụ	3
		Khởi sự kinh doanh	2
		Văn hóa kinh doanh	2
		Tuyển dụng nhân lực	2
		Tổng cộng	16
6	KỶ 5	Kinh tế chính trị Mác - Lênin	3
		Tiếng Anh 3	2
		Quản trị chất lượng	3
		Marketing số*	3
		Quản trị thương hiệu 1	3
		Phân tích marketing	2
		Tổng cộng	16
7	KỶ 6	Tiếng Anh chuyên ngành 1	2
		Nghiên cứu marketing	3
		Quản trị thương hiệu điện tử	2

		Logistics trong thương mại điện tử	3
		Các học phần tự chọn	3
		<i>Chọn 3 TC trong các HP sau:</i>	
		Quản trị chiến lược toàn cầu	3
		Quản trị tài chính	3
		Nguyên lý kế toán	3
		Nhập môn Tài chính-Tiền tệ	3
		Tổng cộng	13
8	KỶ 7	Marketing qua phương tiện truyền thông xã hội	2
		Tiếng Anh chuyên ngành 2	2
		Các học phần tự chọn	
		<i>Chọn 12 TC trong các HP sau:</i>	
		Marketing ngân hàng	3
		Marketing thương mại điện tử	3
		Thiết kế và triển khai website	3
		Marketing tìm kiếm và Email Marketing	3
		Marketing B2B	3
		Marketing quốc tế	3
		Quản trị marketing 2	3
		Marketing thương mại	3
		Marketing du lịch	3
9	KỶ 8	Thực tập nghề nghiệp và làm tốt nghiệp khóa học	10
9		Thực tập và viết Báo cáo thực tập tổng hợp	3
9		Thực tập và viết Khóa luận tốt nghiệp	7
10		TỔNG CỘNG	131

Quá trình tổ chức giảng dạy, đánh giá học phần được triển khai theo hình thức trực tiếp hoặc kết hợp giữa trực tiếp và trực tuyến, bảo đảm quy định hiện hành của Bộ Giáo dục và Đào tạo và của Trường Đại học Thương mại về tổ chức đào tạo và khảo thí.

* Lưu ý: Đồng kèm toàn bộ đề cương (mẫu số 4) các học phần trong CTĐT

HIỆU TRƯỞNG

TRƯỞNG KHOA

TRƯỜNG
ĐẠI HỌC
THƯƠNG MẠI

PGS, TS Nguyễn Hoàng

PGS, TS Phan Thị Thu Hoài