

CHUẨN ĐẦU RA NGÀNH ĐÀO TẠO

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

(Ban hành theo Quyết định số 838/QĐ-ĐHTM ngày 24 tháng 05 năm 2022
của Hiệu trưởng Trường Đại học Thương mại)

1. Mục tiêu của chương trình đào tạo

- Mục tiêu chung:

CTĐT 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 từng chuyên ngành; có được các kiến thức lý luận, thực tiễn cốt lõi của ngành Marketing cần thiết đối với nhà làm marketing và nhà quản trị marketing, thành thạo các kỹ năng nghề nghiệp của ngành đào tạo; đạt chuẩn chất lượng đầu ra của chương trình và có năng lực cơ bản nhận dạng và giải quyết các vấn đề liên quan đến chức năng quản trị, điều hành các quá trình kinh doanh, marketing chủ yếu của doanh nghiệp theo hướng bền vững, đáp ứng nhu cầu xã hội về nguồn nhân lực có trình độ đại học thuộc các lĩnh vực thương mại và marketing hiện đại trong môi trường kinh doanh trong nước và quốc tế luôn biến động và sự phát triển mạnh mẽ của môi trường số và kinh tế tri thức.

- Mục tiêu cụ thể:

Chương trình đào tạo ngành Marketing nhằm 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. Người học tốt nghiệp vận dụng tốt kiến thức lý thuyết và thực tiễn và các kỹ năng của ngành Marketing, vận dụng và thực hành được các kiến thức và kỹ năng căn bản, cập nhật

và phát triển về ngành Marketing và các kiến thức và các kỹ năng chuyên sâu của chuyên ngành.

Người học tốt nghiệp vận dụng kiến thức lý thuyết và thực tiễn của ngành Marketing, thực hành được các kỹ năng chuyên sâu của chuyên ngành, vận dụng các kiến thức và kỹ năng về lập kế hoạch, tổ chức và giám sát các quá trình marketing của đơn vị/ tổ chức kinh doanh.

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

2. Yêu cầu về kiến thức

Người học tốt nghiệp ngành Marketing vận dụng các kiến thức sau:

(PLO1): Vận dụng các kiến thức cơ bản về khoa học xã hội, khoa học chính trị và pháp luật.

(PLO2): 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 của đơn vị/ doanh nghiệp; Vận dụng sáng tạo các kiến thức lập kế hoạch marketing và marketing hỗn hợp của doanh nghiệp.

4. Yêu cầu về kỹ năng

Người học biết thực hiện các kỹ năng:

(PLO3): Biết thực hiện các kỹ năng quản trị nghiên cứu marketing, phân tích marketing và giải quyết các vấn đề của marketing;

(PLO4): Biết thực hiện các kỹ năng lập và kiểm soát chiến lược marketing;

(PLO5): Biết thực hiện các kỹ năng quản trị từng thành tố marketing mix trong

đơn vị;

(PLO6): Biết thực hiện các kỹ năng quản trị các hoạt động marketing của đơn vị/ doanh nghiệp;

(PLO7): Biết thực hiện các kỹ năng tổ chức và quản lý, thực hiện theo nhiệm vụ được phân công; làm việc nhóm; lập báo cáo, trình diễn vấn đề; kỹ năng giao tiếp và truyền thông.

5. Mức độ tự chủ và trách nhiệm

Người học tốt nghiệp làm chủ được năng lực và hình thành được các trách nhiệm và thái độ sau:

(PLO8): Có năng lực phân tích, lập kế hoạch, đánh giá và dẫn dắt, điều phối về nghiệp vụ, các hoạt động chuyên môn marketing của cá nhân, nhóm, của đơn vị/ doanh nghiệp;

(PLO9): 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;

(PLO10): Có ý thức vượt khó, phấn đấu vươn lên trong học tập, trong thực hiện các nhiệm vụ, có tinh thần khởi nghiệp;

(PLO11): 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

Người học tốt nghiệp đạt chuẩn biết thực hiện các kỹ năng:

(PLO12): 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 người học 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;

(PLO13): 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 người học 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 và Quyết định 338/QĐ-ĐHTM ngày 14/03/2022 của Trường Đại học Thương mại.

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

Người học tốt nghiệp ngành Marketing có khả năng làm việc tốt ở các vị trí công việc là nhân viên, chuyên viên hay nhà quản trị marketing hoặc ở các bộ phận có liên quan đến hoạt động marketing, thị trường, khách hàng, thương hiệu và hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp, cụ thể lộ trình nghề nghiệp sẽ phát triển từ nhân viên, chuyên viên, đến chuyên gia hoặc nhà quản trị marketing cấp thấp, cấp trung và cấp cao.

Người học sau khi tốt nghiệp ngành Marketing 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 marketing, và nghiên cứu marketing, hoặc các đơn vị nhà nước hoặc phi chính phủ có các đối tác hoặc khách hàng bên ngoài. 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 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 đến marketing và, 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... 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 người học sau khi tốt nghiệp: gồm chuyên viên, chuyên gia và phát triển thành nhà quản trị marketing, marketing, bán hàng, truyền thông marketing, quảng cáo, nghiên cứu và phân tích thị trường và khách hàng, quản trị tuyến sản phẩm, quản trị kênh phân phối hoặc thị trường, quản trị bán hàng/dịch vụ khách hàng/ chăm sóc khách hàng.

- Hơn nữa, người học 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.

- Ngoài ra, người học 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 ra tốt nghiệp

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

- Người học có khả năng tiếp tục học tập ở bậc cao hơn (thạc sĩ, tiến sĩ) ngành Marketing, 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;

- Người học 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;

- Người học 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 công việc và môi trường công tác cụ thể.

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

9.1. Trong nước

- Học viện Ngân hàng (2021), Chương trình đào tạo chuyên ngành Quản trị Marketing – Ngành Quản trị Kinh doanh, Khung CT,

<https://hvnh.edu.vn/biz/vi/chuong-trinh-dao-tao/chuong-trinh-dao-tao-dai-hoc-he-chinh-quy-cua-khoa-quan-tri-kinh-doanh-351.html>

- Trường Đại học Kinh tế - Đại học Đà Nẵng (2021), Chương trình đào tạo chuyên ngành Quản trị Marketing – 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 (2020), Chương trình đào tạo chuyên ngành Quản trị Marketing – Ngành Marketing, Khung CT, <https://daotao.neu.edu.vn/vi/ctdt-he-chinh-quy/chuong-trinh-dao-tao-he-dai-hoc-chinh-quy-cho-khoa-62>

- Trường Đại học Kinh tế quốc dân (2021) <https://kqm.ueh.edu.vn/chuyen-nganh-marketing/> và <https://www.ueh.edu.vn/dao-tao/dai-hoc-chinh-quy/cu-nhan-chinh-quy-chuan/marketing>

- 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) <https://ufm.edu.vn/vi/dao-tao-dai-hoc-965/chuong-trinh-dao-tao-bac-dai-hoc-khoa-20d-he-chinh-quy>

- 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 Westminster (2022-2023), UK, “BA honour Marketing Management” (Xếp hạng: UK: 54, Toàn cầu: 601-650), (Topuniversities.com), Chương trình áp dụng cho năm học 2019-2020 Mục tiêu, CDR, Khung CT, <https://www.westminster.ac.uk/business-and-management-marketing-courses/2023-24/september/full-time/marketing-management-ba-honours>

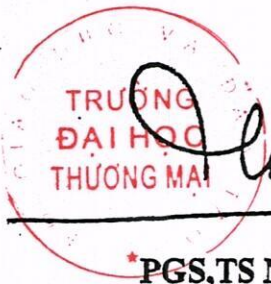
- University of Kent, UK, (2022-2023), “BS honour: Marketing” Xếp hạng: UK: 72, Toàn cầu: 801-850) (Topuniversities.com) Mục tiêu, CDR, Khung CT, <https://www.kent.ac.uk/courses/undergraduate/868/marketing-bsc>

- Eastern Illinois University, US (2021) “Bachelor of Art: Marketing”, (Xếp hạng: US: 318, Toàn cầu: 1010) (4icu.org), Mục tiêu, Khung CT, <https://catalog.eiu.edu/content.php?catoid=33&navoid=1423>

- University of Louisiana – Lafayette (2018) “BA Marketing”, Xếp hạng (US: 418, Toàn cầu: 1316) (4icu.org), Mục tiêu, Khung CT, <https://marketing.louisiana.edu/programs/undergraduate/marketing>

HIỆU TRƯỞNG

TRƯỞNG KHOA



TRƯỜNG
ĐẠI HỌC
THƯƠNG MẠI

*PGS, TS Nguyễn Hoàng



PGS, TS Phan Thị Thu Hoài

CHUẨN ĐẦU RA CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO

Chương trình đào tạo:	Quản trị Thương hiệu Brand Management
Trình độ đào tạo:	Đại học
Ngành đào tạo:	Marketing
Mã ngành:	7340115
Chuyên ngành đào tạo:	Quản trị Thương hiệu
Ngôn ngữ đào tạo:	Tiếng Việt

(Ban hành theo Quyết định số 838/QĐ-ĐHTM ngày 24/05/2022.....
của Hiệu trưởng Trường Đại học Thương mại)

1. Mục tiêu của chương trình đào tạo.

- Mục tiêu chung:

CTĐT Quản trị Thương hiệu 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 chuyên ngành Quản trị Thương hiệu; có được các kiến thức lý luận, thực tiễn cốt lõi của ngành marketing cần thiết đối với nhà làm marketing và nhà quản trị marketing và quản trị thương hiệu, thành thạo các kỹ năng nghề nghiệp của ngành Marketing và chuyên ngành Quản trị Thương hiệu; đạt chuẩn chất lượng đầu ra của chương trình và có năng lực cơ bản nhận dạng và giải quyết các vấn đề liên quan đến chức năng quản trị, điều hành các quá trình kinh doanh, marketing, và quản trị thương hiệu chủ yếu của doanh nghiệp theo hướng bền vững, đáp ứng nhu cầu xã hội về nguồn nhân lực có trình độ đại học thuộc các lĩnh vực thương mại và marketing hiện đại trong môi trường kinh doanh trong nước và quốc tế luôn biến động và sự phát triển mạnh mẽ của môi trường số và kinh tế tri thức.

- Mục tiêu cụ thể:

Chương trình đào tạo Quản trị Thương hiệu thuộc ngành Marketing nhằm mục tiêu cụ thể là đào tạo người học vận dụng được kiến thức đại cương, kiến thức kinh tế, quản

(PLO8): Có năng lực phân tích, lập kế hoạch, đánh giá và dẫn dắt, điều phối về nghiệp vụ, các hoạt động chuyên môn marketing và quản trị thương hiệu của cá nhân, nhóm, của đơn vị/ doanh nghiệp;

(PLO9): 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;

(PLO10): Có ý thức vượt khó, phấn đấu vươn lên trong học tập, trong thực hiện các nhiệm vụ, có tinh thần khởi nghiệp;

(PLO11): 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.

5. Yêu cầu về ngoại ngữ và tin học

Người học tốt nghiệp đạt chuẩn biết thực hiện các kỹ năng:

(PLO12): 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 người học 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; Có kỹ năng sử dụng tiếng ngoại ngữ Anh trong giao tiếp.

(PLO13): 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 người học 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 và Quyết định 338/QĐ-ĐHTM ngày 14/03/2022 của Trường Đại học Thương mại; Có kỹ năng sử dụng các phần mềm tin học văn phòng và phần mềm trong marketing.

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

Người học tốt nghiệp CTĐT Quản trị Thương hiệu có khả năng làm việc tốt ở các vị trí công việc là nhân viên, chuyên viên hay nhà quản trị marketing và thương hiệu hoặc ở các bộ phận có liên quan đến hoạt động marketing, thị trường, khách hàng, thương hiệu và hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp, cụ thể lộ trình nghề nghiệp sẽ phát triển từ nhân viên, chuyên viên, đến chuyên gia hoặc nhà quản trị cấp thấp, cấp trung và cấp cao.

Người học ngành marketing 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 và thương hiệu, truyền thông marketing, và nghiên cứu marketing, 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: các đơn vị có kinh doanh bán hàng truyền thống và hiện đại và có thương hiệu, 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 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 thương hiệu... 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 người học sau khi tốt nghiệp: gồm chuyên viên, chuyên gia và phát triển thành nhà quản trị marketing, marketing, bán hàng, truyền thông marketing, quảng cáo, nghiên cứu và phân tích thị trường và khách hàng, quản trị tuyến sản phẩm hoặc nhãn hàng, quản trị kênh phân phối hoặc thị trường, quản trị bán hàng/dịch vụ khách hàng/chăm sóc khách hàng, quản trị thương hiệu, phát triển thương hiệu, thiết kế nhận diện thương hiệu, truyền thông thương hiệu.

- Hơn nữa, người học 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.

- Ngoài ra, người học tốt nghiệp có thể có khả năng tự nghiên cứu chuyên 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

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

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

- Người học có khả năng tiếp tục học tập ở bậc cao hơn (Thạc sĩ, Tiến sĩ) ngành Marketing, Kinh doanh thương mại và Quản trị kinh doanh ở các đơn vị đào tạo trong và

ngoài nước. Họ cũng có điều kiện điều kiện liên thông sang các ngành đào tạo khác thuộc khối ngành kinh tế, quản lý và kinh doanh;

- Người học 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 công việc và môi trường công tác cụ thể.

8. Các chương trình, chuẩn đầu ra quốc tế đã tham khảo

8.1. 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;

<https://vanban.chinhphu.vn/default.aspx?pageid=27160&docid=186972>

- Học viện Ngân hàng (2021), Chương trình đào tạo chuyên ngành Quản trị Marketing – Ngành Quản trị Kinh doanh, Khung CT,

<https://hvn.edu.vn/biz/vi/chuong-trinh-dao-tao/chuong-trinh-dao-tao-dai-hoc-he-chinh-quy-cua-khoa-quan-tri-kinh-doanh-351.html>

- Trường Đại học Kinh tế - Đại học Đà Nẵng (2021), Chương trình đào tạo chuyên ngành Quản trị Marketing – 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 (2020), Chương trình đào tạo chuyên ngành Quản trị Marketing – Ngành Marketing, Khung CT, <https://daotao.neu.edu.vn/vi/ctdt-he-chinh-quy/chuong-trinh-dao-tao-he-dai-hoc-chinh-quy-cho-khoa-62>

- Trường Đại học Kinh tế quốc dân (2021) <https://kqm.ueh.edu.vn/chuyen-nganh-marketing/> và <https://www.ueh.edu.vn/dao-tao/dai-hoc-chinh-quy/cu-nhan-chinh-quy-chuan/maketing>

- Trường Đại học Tài chính- Marketing, Bộ Tài chính (2017), Chương trình đào tạo chuyên ngành Quản trị Thương hiệu – Ngành Marketing, (Mục tiêu, CDR, Khung CT, mô tả các HF) <https://ufm.edu.vn/vi/dao-tao-dai-hoc-965/chuong-trinh-dao-tao-bac-dai-hoc-khoa-20d-he-chinh-quy>

- 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>

8.2. Ngoài nước

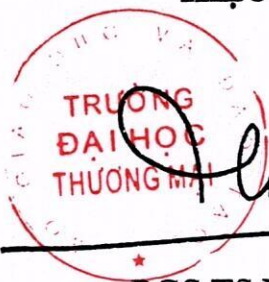
- University of Westminster (2022-2023), UK, “BA honour Marketing Management” (Xếp hạng: UK: 54, Toàn cầu: 601-650), (Topuniversities.com), Chương trình áp dụng cho năm học 2019-2020 Mục tiêu, CDR, Khung CT, <https://www.westminster.ac.uk/business-and-management-marketing-courses/2023-24/september/full-time/marketing-management-ba-honours>

- University of Kent, UK, (2022-2023), “BS honour: Marketing” 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 (2021) “Bachelor of Art: Marketing”, (Xếp hạng: US: 318, Toàn cầu: 1010) (4icu.org), Mục tiêu, Khung CT, <https://catalog.eiu.edu/content.php?catoid=33&navoid=1423>

- University of Louisiana – Lafayette (2018) “BA Marketing”, Xếp hạng (US: 418, Toàn cầu: 1316) (4icu.org), Mục tiêu, Khung CT, <https://marketing.louisiana.edu/programs/undergraduate/marketing>

HIỆU TRƯỞNG



PGS, TS Nguyễn Hoàng

TRƯỞNG KHOA

A handwritten signature in black ink, appearing to be "Phan Thị Thu Hoài".

PGS, TS Phan Thị Thu Hoài

CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO

(Ban hành theo quyết định số 138/QĐ-ĐHTM ngày 24 tháng 05 năm 2022
của Hiệu trưởng Trường Đại học Thương mại)

Chương trình đào tạo:	Quản trị Thương hiệu Brand Management
Trình độ đào tạo:	Đại học
Ngành đào tạo:	Marketing
Mã ngành:	7340115
Chuyên ngành đào tạo:	Quản trị Thương hiệu
Ngôn ngữ đào tạo:	Tiếng Việt

1. Giới thiệu về chương trình đào tạo

- Chương trình đào tạo trình độ đại học Quản trị Thương hiệu đã được rà soát gần đây nhất là năm 2019 và được ban hành theo quyết định 1566/QĐ-ĐHTM ngày 25 tháng 12 năm 2019 của Hiệu trưởng Trường Đại học Thương mại.

- Năm 2022, chương trình đào tạo trình độ đại học Quản trị Thương hiệu đã được định kỳ rà soát giữa chu kỳ. Lần rà soát này chương trình đã có sự cập nhật và cải tiến bao gồm các điểm như sau: Chương trình đào tạo vẫn tiếp tục và phát triển ở bước cao hơn theo sự điều chỉnh và rà soát của năm 2019 là theo định hướng của sự phát triển của môi trường số ngày càng gia tăng; đưa thêm một nội dung vào chương trình đào tạo đó là thúc đẩy hoạt động kinh doanh và marketing theo hướng bền vững. Các nội dung điều chỉnh này được đưa vào là từ Nghị quyết số 52-NQ/TW về yêu cầu cấp bách để đẩy nhanh quá trình chuyển đổi số, Quyết định số 749/QĐ-TTg phê duyệt chương trình chuyển đổi số quốc gia đến năm 2025, định hướng đến 2030. Kết quả khảo sát các doanh nghiệp và người học cũng như người học tốt nghiệp về các kiến thức và kỹ năng trong bối cảnh mới, ý kiến của doanh nghiệp và các nhà khoa học về hoạt động của doanh nghiệp cần theo hướng bền vững ở các hội thảo khoa học quốc gia. Do đó các nội dung thay đổi trong môi trường số, các học phần về marketing số, và đưa các nội dung bối cảnh số vào các học phần về marketing trong chương trình đào tạo và các phương án marketing và kinh doanh

khách hàng/ chăm sóc khách hàng, quản trị thương hiệu, phát triển thương hiệu, thiết kế nhận diện thương hiệu, truyền thông thương hiệu...

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

3. Chuẩn đầu ra chương trình đào tạo

3.1. Kiến thức

Người học tốt nghiệp biết vận dụng các kiến thức sau:

(PLO1): Vận dụng các kiến thức cơ bản về khoa học xã hội, khoa học chính trị và pháp luật.

(PLO2): 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 của đơn vị/ doanh nghiệp; Vận dụng sáng tạo các kiến thức lập kế hoạch marketing và marketing hỗn hợp của doanh nghiệp.

3.2. Kỹ năng

Người học tốt nghiệp đạt chuẩn biết thực hiện các kỹ năng của ngành marketing và chuyên ngành Quản trị Thương hiệu gồm:

(PLO3): biết thực hiện các kỹ năng quản trị nghiên cứu marketing, phân tích marketing và giải quyết các vấn đề của marketing và quản trị thương hiệu;

(PLO4): Biết thực hiện các kỹ năng lập và kiểm soát chiến lược marketing và chiến lược thương hiệu;

(PLO5): Biết thực hiện các kỹ năng quản trị từng thành tố marketing mix trong hoạt động marketing của đơn vị;

(PLO6): Biết thực hiện các kỹ năng quản trị thương hiệu; Bảo vệ và phát triển thương hiệu; Xây dựng chiến lược thương hiệu; Đánh giá, phát triển, khai thác tài sản thương hiệu;

(PLO7): biết thực hiện các kỹ năng tổ chức và quản lý, thực hiện theo nhiệm vụ được phân công; làm việc nhóm; lập báo cáo, trình diễn vấn đề; kỹ năng giao tiếp và truyền thông.

3.3. Mức độ tự chủ và trách nhiệm

Người học tốt nghiệp làm chủ được năng lực tự chủ và hình thành được các trách nhiệm và thái độ sau:

(PLO8): Có năng lực phân tích, lập kế hoạch, đánh giá và dẫn dắt, điều phối về nghiệp vụ, các hoạt động chuyên môn marketing và quản trị thương hiệu của cá nhân, nhóm, của đơn vị/ doanh nghiệp;

(PLO9): 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;

(PLO10): Có ý thức vượt khó, phấn đấu vươn lên trong học tập, trong thực hiện các nhiệm vụ, có tinh thần khởi nghiệp;

(PLO11): 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.

3.4. Ngoại ngữ và tin học

Người học tốt nghiệp đạt chuẩn biết thực hiện các kỹ năng:

(PLO12): 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 người học 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; Có kỹ năng sử dụng tiếng ngoại ngữ Anh trong giao tiếp.

(PLO13): 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 người học 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 và Quyết định 338/QĐ-ĐHTM ngày 14/03/2022 của Trường Đại học Thương mại; Có kỹ năng sử dụng các phần mềm tin học văn phòng và phần mềm trong marketing.

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

5. 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.

6. Quy trình đào tạo và điều kiện tốt nghiệp

6.1. 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 người học tham khảo trước khi đăng ký học tập;

- Tổ chức cho người học đăng ký học tập;

- Thành lập lớp học phần (thời khóa biểu chính thức) trên cơ sở kết quả đăng ký học tập của người học;

- 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 người học.

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 người học.

Bước 5. Cấp Bằng tốt nghiệp cho người học

6.2. Điều kiện tốt nghiệp

Người học 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 người học;

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.

7. Phương thức đánh giá

Đánh giá theo thang điểm 10, thang điểm 4, thang 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.

8. Nội dung chương trình đào tạo

8.1. 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.	Giáo dục đại cương	29	
1.1.1	Các học phần bắt buộc	27	
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	Kinh tế môi trường	2	24,12
2	Chuyển đổi số trong kinh doanh	2	24,12
3	Xã hội học đại cương	2	24,12
1.2	Giáo dục thể chất	3	
1.2.1	Các học phần bắt buộc	1	
	Giáo dục thể chất chung	1	
1.2.2	Các học phần tự chọn	2	
	<i>Chọn 2 TC trong các HP sau:</i>		
1	Bóng ném	1	
2	Bóng chuyền	1	
3	Cầu lông	1	
4	Bóng bàn	1	
5	Cờ vua	1	
6	Bóng rổ	1	
1.3	Giáo dục quốc phòng	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	Nguyên lý kế toán	3	36,18
4	Quản trị công nghệ	3	36,18
5	Kinh tế lượng	3	36,18
6	Quản trị nhân lực căn bản	3	36,18
7	Khởi sự kinh doanh	2	24,12
8	Quản trị thương hiệu điện tử	2	24,12
9	Quản trị kênh phân phối	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	Quản trị thương hiệu 1	3	36,18
2	Quản trị thương hiệu 2	3	36,18
3	Chiến lược thương hiệu *	3	34,12,5
4	Định giá và chuyển nhượng thương hiệu *	3	34,12,5
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	Tổng quan hoạt động thương mại về sở hữu trí tuệ	3	36,18
4	Marketing du lịch	3	36,18
5	Quản lý tài sản trí tuệ	3	36,18
6	Marketing số	3	36,18
7	Quản trị logistics kinh doanh	3	36,18
8	Marketing Quốc tế	3	36,18
2.3.	Kiến thức bổ trợ	12	
2.3.1.	Các học phần bắt buộc	6	
1	Quản trị tri thức	3	36,18
2	Quản trị chuỗi cung ứng	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	Nhập môn Tài chính - Tiền tệ	3	36,18
3	Quản trị đa văn hóa	3	36,18
4	Quản trị dịch vụ	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

Học phần có dấu * là học phần có báo cáo thực tế

Chú thích: Học phần có dấu * là học phần có báo cáo thực tế

Tổng số tín chỉ tích lũy tối thiểu toàn khóa học: 131 tín chỉ với 120 tín chỉ học tập và tốt nghiệp, 11 TC Giáo dục thể chất và Giáo dục quốc phòng – an ninh. Trong 120 TC học tập và tốt nghiệp có 89 tín chỉ bắt buộc và 31 tín chỉ tự chọn.

8.2. Mô tả các học phần

Mô tả vắn tắt các học phần của chương trình đào tạo được đưa vào phụ lục.

9. Hướng dẫn thực hiện chương trình

Kế hoạch giảng dạy (Dự kiến) toàn khóa học: 120 TC (Chưa tính học phần Giáo dục thể chất và Giáo dục quốc phòng, trong đó 104 TC các học phần bắt buộc

TT	Kỳ học	Học phần	Số TC
1	KỲ I	Khởi kiến thức GDĐC	9-10TC
		Khởi kiến thức cơ sở ngành	03TC
		Tổng cộng	12-13TC
2	KỲ II	Khởi kiến thức GDĐC	6-8TC
		Khởi kiến thức cơ sở ngành	6-8TC
		Giáo dục thể chất	01 TC
		Tổng cộng	15-16TC
3	KỲ HÈ NĂM NHẤT	Giáo dục quốc phòng – an ninh	08 TC
4	KỲ III	Khởi kiến thức GDĐC	04 TC
		Khởi kiến thức cơ sở ngành	11-12 TC
		Giáo dục thể chất	01 TC
		Tổng cộng	16-17 TC
5	KỲ IV	Khởi kiến thức GDĐC	6-8TC
		Khởi kiến thức cơ sở ngành	3-6TC
		Khởi kiến thức ngành, chuyên ngành	và 3-6TC
		Tổng cộng	15-17 TC
6	KỲ V	Khởi kiến thức cơ sở ngành	02 TC
		Khởi kiến thức ngành, chuyên ngành	12-15 TC

		Giáo dục thể chất	01 TC
		Tổng cộng	15-17TC
7	KỶ VI	Khối kiến thức cơ sở ngành	02 TC
		Khối kiến thức ngành, chuyên ngành	05-06 TC
		Khối kiến thức bổ trợ	09 TC
		Tổng cộng	16-17TC
8	KỶ VII	Khối kiến thức ngành, chuyên ngành	13-15 TC
		Khối kiến thức bổ trợ	03 TC
		Tổng cộng	16-18TC
9	KỶ VIII	Thực tập nghề nghiệp và làm tốt nghiệp khóa học	10TC
10	TỔNG CỘNG		131TC

Quá trình tổ chức giảng dạy, đánh giá học phần được triển khai theo hình thức trực tiếp và trực tuyến, bảo đảm quy định hiện hành của BGD và ĐT và của trường ĐHTM về tổ chức đào tạo và khảo thí.

Thực hiện đánh giá điểm rèn luyện và quá trình rèn luyện của người học trong thời gian theo học chương trình đào tạo là các quy định của Bộ Giáo dục và Đào tạo và của Trường Đại học Thương mại.


**Toàn bộ đề cương (mẫu số 4) các học phần trong CTĐT được đóng kèm ở phụ lục.*

HIỆU TRƯỞNG




PGS, TS Nguyễn Hoàng

TRƯỞNG KHOA



PGS, TS Phan Thị Thu Hoài

PHỤ LỤC. Mô tả các học phần trong chương trình đào tạo đào tạo Quản trị thương hiệu

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	<p>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 I 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</p>
2	Chủ nghĩa xã hội khoa học	2	<p>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; cơ cấu xã hội giai cấp, liên minh giai cấp, tầng lớp; các vấn đề chính trị - xã hội. 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.</p>
3	Tư tưởng Hồ Chí Minh	2	<p>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 toàn dân tộc và đoàn kết quốc tế; Tư tưởng Hồ Chí Minh về văn hóa, đạo đức, con người.</p>
4	Kinh tế chính trị Mác -	2	<p>Số tín chỉ: 2 TC (24,12) Điều kiện học phần: 0 Mô tả vắn tắt học phần: Nghiên cứu hàng hóa, tiền tệ, thị trường và</p>

	Lênin		<p>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</p>
5	Lịch sử Đảng Cộng sản Việt Nam	2	<p>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.</p>
6	Pháp luật đại cương	2	<p>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 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</p>

			của công tác phòng chống tham nhũng, trách nhiệm của công dân trong phòng chống tham nhũng
7	Tiếng Anh 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 1</i>” gồm 4 bài đầu của giáo trình “<i>Life (A2-B1)</i>” của John Huges, Helen Stephenson và Paul Dummett (Vietnam edition, 2nd edition). Học phần trang bị cho sinh viên các hiện tượng ngữ pháp cơ bản trong tiếng Anh và cung cấp từ vựng liên quan đến các chủ điểm khác nhau. Người học có cơ hội rèn luyện 4 kỹ năng Nghe, Nói, Đọc, Viết, rèn tư duy phản biện và thực hành những đoạn hội thoại thường gặp trong cuộc sống hàng ngày. Ngoài ra giáo trình cũng cung cấp cho người học những kiến thức về văn hoá của nhiều quốc gia trên thế giới.</p>
8	Tiếng Anh 2	2	<p>Số tín chỉ: 2 TC (24.12) Điều kiện học phần: Học phần học trước: Tiếng Anh 1 (ENTH1411) Mô tả vắn tắt học phần: Học phần “<i>Tiếng Anh 2</i>” sử dụng bài 5,6,7,8 trong giáo trình “<i>Life (A2-B1)</i>” của John Huges, Helen Stephenson và Paul Dummett (Vietnam edition, 2nd edition). Học phần giới thiệu các hiện tượng ngữ pháp cơ bản trong tiếng Anh và cung cấp từ vựng liên quan đến một số chủ điểm. Người học có cơ hội rèn luyện 4 kỹ năng Nghe, Nói, Đọc, Viết, rèn tư duy phản biện và thực hành những đoạn hội thoại thường gặp trong cuộc sống xã hội. Ngoài ra giáo trình cũng cung cấp cho người học những kiến thức về văn hoá của nhiều nước trên thế giới.</p>
9	Tiếng Anh 3	2	<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 được xây dựng dựa trên cuốn “<i>Life</i>” – trình độ Pre-Intermediate. Học phần gồm 4 bài cung cấp nội dung kiến thức theo chủ điểm: kỳ nghỉ, sản phẩm, lịch sử và tự nhiên. Học phần cũng cung cấp cho người học các chủ điểm ngữ pháp gồm: thời quá khứ hoàn thành, câu hỏi chủ ngữ, bị động, câu tường thuật, câu điều kiện loại 2. Sau khi hoàn thành học phần, sinh viên có thể nêu ý kiến, thuyết trình, đưa ra yêu cầu và gợi ý, nêu giải pháp; viết email yêu cầu, bài đánh giá, tiểu sử, bài báo và giao tiếp theo các chủ điểm đã được học.</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 tuyến tính, vectơ, các phép toán vi phân và tích phân của hàm một biến số và hàm nhiều biến số. Đồng thời, học phần cũng cung cấp kiến thức cơ bản về Lý thuyết xác suất và Thống kê toán: biến cố và xác suất của biến cố, một số quy luật phân phối xác suất của đại lượng ngẫu nhiên, ước lượng tham số và kiểm định giả thuyết thống kê về tham số của đại lượng ngẫu nhiên.</p>
11	Tin học	3	<p>Số tín chỉ: 3TC (36,18)</p>

	quản lý		<p>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	<p>Các học phần tự chọn</p> <p><i>Chọn 2 TC trong các HP sau:</i></p>
1	Kinh tế môi trường	2	<p>Số tín chỉ: 2 TC (24,12) Điều kiện học phần: 0 Mô tả vắn tắt học phần: Học phần cung cấp những kiến thức cơ bản về: mối quan hệ giữa môi trường và phát triển kinh tế, bản chất kinh tế của ô nhiễm môi trường và tài nguyên thiên nhiên, các vấn đề quản lý môi trường trong bối cảnh hội nhập quốc tế. Từ đó, học phần hướng dẫn cho sinh viên những kỹ năng cơ bản của phân tích tác động của phát triển kinh tế đến môi trường và các quy tắc sử dụng tài nguyên tối ưu. Đồng thời, học phần trang bị cho sinh viên những công cụ quản lý môi trường có thể áp dụng ở nhiều lĩnh vực như quản lý Nhà nước, giải quyết các vấn đề môi trường trong sản xuất và xuất nhập khẩu của doanh nghiệp.</p>
2	Chuyển đổi số cho DN		<p>Số tín chỉ: 2 TC (24,12) Điều kiện học phần: Học phần học trước: Tin học quản lý Mô tả vắn tắt học phần: Học phần trình bày các khái niệm và những vấn đề lý thuyết liên quan đến chuyển đổi cho doanh nghiệp; Hệ thống hóa các nội dung về chuyển đổi số mô hình kinh doanh của doanh nghiệp; Cung cấp các nội dung về nền tảng công nghệ của chuyển đổi số, giới thiệu một lộ trình gồm 5 giai đoạn để giúp doanh nghiệp có cách tiếp cận chuyển đổi số phù hợp.</p>

3	Xã hội học đại cương	2	<p>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</p>
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 chuyền
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	<p>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</p>
2	Kinh tế vi mô 1	3	<p>Số tín chỉ: 3 TC (36,18) Điều kiện học phần:0</p>

			<p>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. 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. 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>
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 truyền thông 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	3	<p>Số tín chỉ: 3 TC (36,18)</p>

	<p>mai điện tử căn bản</p>		<p>Điều kiện học phần: 0 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, 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.</p>
6	<p>Tiếng Anh chuyên ngành 1</p>	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	<p>Tiếng Anh chuyên ngành 2</p>	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	<p>Các học phần tự chọn - Chọn 11 TC trong các HP sau:</p>
1	<p>Quản trị chiến lược</p>	3	<p>Số tín chỉ: 3 TC (36,18) Điều kiện học phần: 0 Mô tả vắn tắt học phần: Học phần Quản trị chiến lược được kết cấu theo quy trình 3 giai đoạn với 7 chương. Giai đoạn Hoạch định chiến lược 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 Thực thi chiến lược làm sáng tỏ bản chất và phân định sự khác</p>

			<p>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 lực, tái cấu trúc tổ chức, phát huy văn hóa doanh nghiệp và lãnh đạo chiến lược. Giai đoạn Kiểm tra và đánh giá chiến lược 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.</p>
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	Nguyên lý kế toán	3	<p>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.</p>
4	Quản trị công nghệ	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 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 chuyển giao 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</p>

			trị công nghệ như đánh giá năng lực công nghệ, lựa chọn công nghệ thích hợp, đổi mới và chuyển giao công nghệ.
5	Kinh tế lượng	3	<p>Số tín chỉ: 3 TC (36,18) Điều kiện học phần: 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 nhân lực căn bản	3	<p>Số tín chỉ: 3 TC (36,18) Điều kiện học phần: 0 Mô tả văn 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).</p>
7	Khởi sự kinh doanh	2	<p>Số tín chỉ: 2TC (24,12) Điều kiện học phần: 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 hoạt động kinh doanh mới.</p>
8	Quản trị thương	2	<p>Số tín chỉ: 2TC (24,12) Điều kiện học phần: 0</p>

	hiệu điện tử		Mô tả văn 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.
9	Quản trị kênh phân phối	2	Số tín chỉ: 2TC (24,12) Điều kiện học phần: 0 Mô tả văn tắt học phần Học phần quản trị kênh phân phối là học phần bắt buộc thuộc khối kiến thức chuyên ngành, cung cấp các kiến thức lý luận và thực tiễn về quản trị chiến lược kênh phân phối gắn với một doanh nghiệp đầu mối trong chuỗi cung ứng hiện đại. Học phần trang bị những kiến thức nền tảng như vị trí, vai trò, đặc tính và chức năng của kênh phân phối trong chuỗi cung ứng. Từ đó trình bày khung lý luận cơ bản về quản trị chiến lược kênh phân phối tại một doanh nghiệp đầu mối theo trình tự: Phân tích môi trường, thiết kế cấu trúc, lựa chọn chiến lược và quản lý chiến lược kênh phân phối. Đây là khung khổ cốt lõi để có được các chiến lược kênh phân phối thích nghi với thị trường và chuỗi cung ứng của một doanh nghiệp. Học phần cũng đề cập tới cấu trúc và chiến lược kênh phân phối của các loại hình doanh nghiệp đầu mối cơ bản trong chuỗi cung ứng như bán lẻ, bán buôn và hình thức nhượng quyền, giúp người học có cái nhìn toàn diện và linh hoạt khi tiếp cận các tình huống chiến lược kênh phân phối trong thực tế.
2.2.		39	Kiến thức ngành và chuyên ngành
2.2.1.		27	Các học phần bắt buộc
		15	Kiến thức ngành
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: 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	3	Số tín chỉ: 3TC (36.18) Điều kiện học phần: Học phần học trước: Marketing căn bản, Phương pháp nghiên cứu khoa học

	marketing		<p>Mô tả vắn 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 cứu 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 ngành marketing. Học phần trang bị các kiến thức, kỹ năng và năng lực về xây dựng và đánh giá kế hoạch chiến lược marketing của doanh nghiệp, xây dựng và triển khai phối thức marketing hỗn hợp; Cụ thể nghiên cứu về các kiến thức và kỹ năng về các khái niệm cơ bản của marketing và quản trị marketing hiện đại; triết lý marketing dựa trên giá trị; quản trị thời cơ marketing; quản trị marketing mục tiêu và chiến lược marketing, phối thức marketing hỗn hợp triển khai chiến lược marketing ở doanh nghiệp; vận dụng các kiến thức kỹ năng trên thông qua các bài tập thảo luận, các tình huống quản trị marketing của các đơn vị.</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.</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:</p>

			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 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	Quản trị thương hiệu 1	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 chuyên ngành, cung cấp những kiến thức cơ bản về thương hiệu 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	Quản trị thương hiệu 2	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 chuyên ngành, cung cấp những kiến thức mở rộng và nâng cao về một số thương hiệu đặc thù và quản trị các thương hiệu đó theo tiếp cận tư duy chiến lược. Các nội dung chủ yếu sẽ được đề cập trong học phần gồm: Các tiếp cận, những nguyên tắc và các nội dung, điều kiện để phát triển các thương hiệu tổ chức, thương hiệu dịch vụ, thương hiệu cá nhân, thương hiệu tập thể và thương hiệu địa phương, thương hiệu toàn cầu.
3	Chiến lược thương hiệu*	2	Số tín chỉ: 3TC* (34,12,5) Điều kiện học phần: Mô tả vắn tắt học phần: Đây là học phần thuộc khối kiến thức chuyên ngành, cung cấp những kiến thức nâng cao về chiến lược thương hiệu và quản trị chiến lược thương hiệu trong doanh nghiệp. Các nội dung chủ yếu sẽ được đề cập trong học phần gồm: Định hướng chiến lược thương hiệu trong quan hệ với chiến lược kinh doanh của doanh nghiệp; Các vấn đề về định vị và liên kết thương hiệu; các kỹ năng phân tích và xác lập kiến trúc thương hiệu, lựa chọn mô hình thương hiệu cũng như danh mục thương hiệu chiến lược trong doanh nghiệp; vấn đề rủi ro và quản trị rủi ro trong xây dựng thương hiệu; kỹ năng xác lập và điều hành các dự án truyền thông thương hiệu.
4	Định giá	2	Số tín chỉ: 3TC* (34,12,5) Điều kiện học phần: 0

	và chuyển nhượng thương hiệu*		Mô tả vắn tắt học phần: Đây là học phần thuộc khối kiến thức chuyên ngành, cung cấp những kiến thức nâng cao về định giá và thẩm định giá trị thương hiệu, chuyển nhượng tài sản thương hiệu. Các nội dung chủ yếu sẽ được đề cập trong học phần gồm: Tài sản thương hiệu và các phương án phát triển, khai thác tài sản thương hiệu như chuyển nhượng và chuyển giao thương hiệu; định giá và thẩm định giá trị thương hiệu theo các phương pháp khác nhau; thực hiện phương thức kinh doanh nhượng quyền thương mại (franchise); quản trị tài sản thương hiệu trong các tình huống mua bán, chia tách và sáp nhập doanh nghiệp.
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 học trước: Thương mại điện tử 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	Tổng quan hoạt động thương mại về sở hữu trí tuệ	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 bổ trợ, cung cấp kiến thức nền tảng của ngành quản trị kinh doanh hiện đại, bao gồm tài sản trí tuệ; quyền sở hữu trí tuệ và thực thi quyền sở hữu trí tuệ trong tổ chức. Được kết cấu thành 7 chương, học phần sẽ cung cấp những kiến thức cơ bản và những quan điểm tiếp cận hiện đại về các đối tượng bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ, bao gồm: sự cần thiết phải bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ đối với tổ chức kinh doanh; khái quát các

			<p>đối tượng được bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ trong tổ chức; giới thiệu khung pháp lý, bao gồm hệ thống các quy định quốc tế và quốc gia liên quan tới quyền sở hữu trí tuệ; giới thiệu các tổ chức quốc tế và quốc gia về quản lý, bảo hộ, thực thi quyền sở hữu trí tuệ; các điều kiện đảm bảo bảo quyền đăng ký bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ (thương hiệu, nhãn hiệu, độc quyền sáng chế và mạch tích hợp, kiểu dáng công nghiệp, chỉ dẫn địa lý, bí mật thương mại, bảo hộ về giống cây trồng...) của tổ chức kinh doanh; các hình thức hoạt động để chuyển giao, nhượng quyền sở hữu trí tuệ trong kinh doanh thương mại; những điều kiện để thực thi quyền sở hữu trí tuệ đối với các cơ sở sản xuất, kinh doanh.</p>
4	Marketing du lịch	3	<p>Số tín chỉ: 3 TC (36,18) Điều kiện học phần: 0 Mô tả văn tắt học phần: Học phần Marketing du lịch là học phần bắt buộc thuộc khối kiến thức ngành (bao gồm chuyên ngành) trong chương trình đào tạo ngành Quản trị dịch vụ du lịch và lữ hành (<i>Định hướng nghề nghiệp</i>) và ngành Quản trị khách sạn (<i>Định hướng nghề nghiệp</i>). 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>
5	Quản lý tài sản trí tuệ	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 hỗ trợ chuyên ngành, cung cấp những kiến thức căn bản về quản lý các tài sản trí tuệ trên cả 2 phạm trù là quản lý nhà nước và quản trị trong các doanh nghiệp, tổ chức nghiên cứu khoa học như các trường đại học, các viện nghiên cứu... Các nội dung chủ yếu sẽ được đề cập trong học phần bao gồm: Khái quát chung về tài sản trí tuệ và các quyền đối với tài sản trí tuệ; Nhận diện và phân định các loại tài sản trí tuệ trong các doanh nghiệp, tổ chức; Các quy định pháp lý về các đối tượng sở hữu trí tuệ và những vấn đề cơ bản Quản lý nhà nước về sở hữu trí tuệ; Nguồn vốn trí tuệ và quản lý quá trình hình thành các tài sản trí tuệ; Quản lý và xác lập các quyền đối với các tài sản trí tuệ (như quyền tài sản, quyền nhân thân, quyền sử dụng và quyền quản lý); Quản lý quá trình sử dụng, khai thác và phát triển các tài sản trí tuệ trong doanh nghiệp, tổ chức; Định giá và chuyển giao các tài sản trí tuệ của tổ chức doanh nghiệp.</p>

6	Marketing số	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 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. .</p>
6	Marketing du lịch	3	<p>Số tín chỉ: 3 TC (36,18) Điều kiện học phần: 0 Mô tả vắn tắt học phần: Học phần Marketing du lịch là học phần bắt buộc thuộc khối kiến thức ngành (bao gồm chuyên ngành) trong chương trình đào tạo ngành Quản trị dịch vụ du lịch và lữ hành (<i>Định hướng nghề nghiệp</i>) và ngành Quản trị khách sạn (<i>Định hướng nghề nghiệp</i>). 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>
7	Quản trị logistics kinh doanh	3	<p>Số tín chỉ: 3 TC (36,18) Điều kiện học phần: 0 Mô tả vắn tắt học phần: Học phần trang bị cho sinh viên những hiểu biết cơ bản về hoạt động logistics như một hợp phần quan trọng của hệ thống kinh doanh tại doanh nghiệp trong xu hướng toàn cầu hóa. Bằng phương pháp tiếp cận quản trị theo quá trình, từ lập kế hoạch tới tổ chức, kiểm tra đánh giá các nỗ lực logistics, học phần cung cấp một cái nhìn khái quát các bước trong tiến trình ứng dụng logistics tại doanh nghiệp. Bên cạnh đó, các hoạt động logistics cơ bản như dịch vụ khách hàng, dự trữ, vận chuyển, mua hàng, đóng gói, bảo quản, logistics ngược... được kết nối thành một chuỗi liên kết nhằm nhấn mạnh vào tương quan phối hợp, hỗ trợ và bản chất tích hợp của các hoạt động này và hướng tới mục tiêu tối ưu hóa các dòng cung ứng nguyên liệu, sản phẩm tại doanh nghiệp. Với cấu trúc thiết kế này, học phần mong muốn cung cấp cho người học một hệ thống kiến thức đồng bộ và khả năng tư duy kết nối linh hoạt các hoạt động logistics trong một hệ thống và hướng tới sự phát triển mạnh mẽ của lý thuyết quản trị logistics trong kinh doanh hiện đại.</p>
8	Marketing quốc tế	3	<p>Số tín chỉ: 3TC (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</p>

			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.
2.3.		12	Kiến thức bổ trợ
2.3.1.		6	Các học phần bắt buộc
1	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 chức trong môi trường kinh tế tri thức.</p>
2	Quản trị chuỗi cung ứng	3	<p>Số tín chỉ: 3 TC (36,18) Điều kiện học phần: 0 Mô tả vắn 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>
2.3.2.		6	Các học phần tự chọn
			<i>Chọn 6 TC trong các HP sau:</i>
1	Quản trị	3	Số tín chỉ: 3 TC (36,18)

	chiến lược toàn cầu		<p>Điều kiện học phần: 0 Mô tả vắn tắt học phần: Học phần Quản trị chiến lược toàn cầu được kết cấu theo 07 chương. Chương 1 - Tổng quan về quản trị chiến lược toàn cầu cung cấp các kiến thức căn bản về toàn cầu hóa, chiến lược, quản trị chiến lược, quản trị chiến lược toàn cầu và 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. Chương 2 – Phân tích môi trường kinh doanh toàn cầu tập trung vào nội dung và phương pháp phân tích môi trường bên ngoài. Chương 3 – Chuỗi giá trị và lợi thế cạnh tranh toàn cầu 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. Chương 4 – Các loại hình chiến lược trong kinh doanh toàn cầu 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 từng kiểu chiến lược trong môi trường kinh doanh toàn cầu. Chương 5 – Hoạch định chiến lược toàn cầu 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. Chương 6 – Liên minh chiến lược và sáp nhập & mua lại toàn cầu; và chương 7 – Quản trị marketing và nhân sự toàn cầu 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.</p>
2	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>
3	Quản trị đa văn hóa	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 kiến thức về văn hóa, các khía cạnh của văn hóa và ảnh hưởng của văn hóa đến hoạt động quản trị và các chiến lược quản trị đa văn hóa. Học phần cũng bao gồm những kiến thức về văn hóa tổ chức của doanh nghiệp và sự khác biệt trong văn hóa tổ chức ở các công ty đa quốc gia cũng như ở một số quốc gia trên thế giới, về ảnh hưởng của văn hóa đến hoạt động giao tiếp và đàm phán thương mại quốc tế, sự khác biệt về phong cách lãnh đạo qua các nền văn hóa.</p>

4	Quản trị dịch vụ	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: Học phần Quản trị dịch vụ là học phần bắt buộc thuộc khối kiến thức ngành và chuyên ngành trong chương trình đào tạo ngành Quản trị dịch vụ du lịch và lữ hành theo định hướng nghề nghiệp; đồng thời là học phần bắt buộc thuộc khối kiến thức ngành và chuyên ngành trong chương trình đào tạo ngành Quản trị khách sạn theo định hướng nghề nghiệp. Nội dung học phần bao gồm: Khái quát về quản trị dịch vụ; 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>
2.4	Thực tập nghề nghiệp và làm tốt nghiệp khóa học	10	<p>Gồm có 02 giai đoạn</p> <p>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 quản trị thương hiệu đang diễn ra ở doanh nghiệp, đánh giá các hoạt động này, và đề xuất phương án hoàn thiện</p> <p>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 quản trị thương hiệu 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 quản trị thương hiệu theo các vấn đề cấp thiết của doanh nghiệp, của xã hội.</p>