

DANH MỤC CHUẨN ĐẦU RA CỦA CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO
 Chương trình đào tạo: Đại học Chuyên ngành Quản trị Thương hiệu
 Khóa: K57T

STT	Đánh số các chuẩn đầu ra của CTDĐT Marketing Thương mại	Chuẩn đầu ra của chương trình đào tạo gộp thành (PLOi) năm 2019- Các thành tố cấu thành chuẩn đầu ra của chương trình đào tạo - các PI	Nhóm PLO				PLO tự chủ và trách nhiệm
			PLO kiến thức		PLO kỹ năng	PLO thái độ	
			PLO kiến thức cơ bản về KHXH, khoa học chính trị và pháp luật	PLO kiến thức (GDCN)			
1	(PLO1)	<p>2.1. Kiến thức: Sinh viên tốt nghiệp vận dụng các kiến thức sau</p> <p>A1. Các kiến thức giáo dục đại cương theo chuẩn chương trình đào tạo quốc gia khối ngành Kinh tế, quản lý và kinh doanh</p>	x				
2	(PLO2)	<p>A, tập trung nâng cao kiến thức ngoại ngữ tiếng Anh theo chuẩn của trường, các kiến thức tin học quản lý căn bản, các kiến thức cơ bản về phương pháp nghiên cứu khoa học; A2. Các kiến thức rộng và bao quát về kinh tế và kinh doanh bao gồm: kiến thức về kinh tế học vi mô; kiến thức về kinh tế học vĩ mô, các kiến thức về kinh tế xã hội, các kiến thức về môi trường và thị trường cạnh tranh quốc gia và quốc tế; các kiến thức về môi trường, thị trường và khách hàng của doanh nghiệp; các kiến thức về các yếu tố bên trong doanh nghiệp, các kiến thức luật căn bản và luật kinh tế; A3. Các kiến thức căn bản, cập nhật và phát triển về quản trị kinh doanh, marketing và marketing số (digital marketing) gồm: các nguyên lý kinh doanh hiện đại và nguyên lý về thương mại điện tử, các nguyên lý của quản trị, nguyên lý của marketing, các hoạt động quản trị công nghệ, tri thức, và tài sản trí tuệ trong doanh nghiệp, các hoạt động quản trị chiến lược doanh nghiệp;... A5. Các kiến thức bổ trợ và phát triển sang các ngành đào tạo khác của trường và các ngành đào tạo của các trường thuộc khối ngành Kinh tế - Quản lý - Kinh doanh; A4. Các kiến thức lý thuyết cũng như thực tiễn chuyên sâu về ngành Marketing và chuyên ngành Marketing Thương mại trong kinh doanh truyền thông và thời đại số gồm: các kiến thức hành vi khách hàng; các kiến thức về nghiên cứu marketing; các kiến thức về hoạt động quản trị marketing và thương hiệu, các kiến thức quan hệ với khách hàng trong cung ứng giá trị, các kiến thức về marketing quốc tế; các kiến thức marketing tới các tổ chức; các kiến thức về truyền thông marketing và xúc tiến thương mại; các kiến thức quản trị chiến lược và (công nghệ marketing thương mại; các kiến thức phân tích, ra quyết định, tổ chức triển khai các quyết định marketing sản phẩm, giá, phân phối, xúc tiến thương mại trong kinh doanh nói chung và kinh doanh thương mại bán buôn, bán lẻ; các kiến thức quản trị quan hệ công chúng (PR) và các tình huống và thực hành marketing kinh doanh và marketing thương mại B2B và B2C; các kiến thức marketing trong lĩnh vực thương mại dịch vụ như lĩnh vực ngân hàng, dịch vụ tài chính, du lịch, nhà hàng....; kiến thức về quản trị chất lượng, kiến thức về quản trị logistics kinh doanh và quản trị chuỗi cung ứng.</p>		x			
3		<p>1.2. Kỹ năng - Sinh viên tốt nghiệp đạt chuẩn biết thực hiện các kỹ năng của ngành marketing và chuyên ngành Marketing Thương mại:</p>					

STT	Đánh số các chuẩn đầu ra của CTDĐT Marketing Thương mại	Chuẩn đầu ra của chương trình đào tạo gộp thành (PLOI) năm 2019- Các thành tố cấu thành chuẩn đầu ra của chương trình đào tạo - các PI	Nhóm PLO					PLO tự chủ và trách nhiệm
			PLO kiến thức		PLO kỹ năng	PLO thái độ		
			PLO kiến thức cơ bản về KHXH, khoa học chính trị và pháp luật	PLO kiến thức (GDCN)				
4	(PLO3)	B1. Kế hoạch nghiên cứu, phát triển, và kế hoạch giải quyết các vấn đề marketing/ marketing thương mại của doanh nghiệp/ sản phẩm/ thương hiệu; B3. Kế hoạch nghiên cứu và điều tra marketing/ marketing thương mại (về thị trường, khách hàng, doanh nghiệp, đối thủ, môi trường, hoạt động marketing/ thương hiệu của doanh nghiệp...);			X			
5	(PLO4)	B2. Chiến lược, chính sách, kế hoạch marketing/ marketing thương mại của doanh nghiệp;			X			
6	(PLO5)	B5. Kế hoạch của từng thành tố marketing/ marketing thương mại với sản phẩm/dịch vụ, tuyến sản phẩm/ dịch vụ, định giá sản phẩm/ dịch vụ, phân phối và kênh phân phối sản phẩm/ dịch vụ, xúc tiến thương mại/ truyền thông sản phẩm/dịch vụ/thương hiệu; B6. Kế hoạch marketing về các thành tố con người cung ứng dịch vụ, quá trình cung ứng dịch vụ, và chứng cứ hữu hình trong cung ứng dịch vụ;			X			
7	(PLO6)	B4. Kế hoạch/chương trình marketing/ marketing tới các tổ chức/ marketing thương mại của sản phẩm/ dịch vụ doanh nghiệp, thương hiệu sản phẩm và thương hiệu doanh nghiệp			X			
8	(PLO7)	B7. Kỹ năng giao tiếp và truyền thông; B8. Kỹ năng làm việc theo nhóm (Team Work); B9. Kỹ năng lập báo cáo, trình diễn vấn đề;			X			
10		1.3. Sinh viên tốt nghiệp làm chủ được năng lực và hình thành được các thái độ sau:						
11	(PLO8)	C1. Có năng lực dẫn dắt về chuyên môn, nghiệp vụ về các hoạt động marketing của đơn vị/ doanh nghiệp; C4. Có năng lực phân tích, đánh giá và đưa ra được kết luận về các vấn đề chuyên môn, có năng lực cải tiến các hoạt động chuyên môn ở quy mô trung bình; C5. Có năng lực lập kế hoạch, điều phối, phát huy trí tuệ tập thể;					X	
12	(PLO9)	C3. Có năng lực tự học tập, tích lũy kiến thức, kinh nghiệm để nâng cao trình độ chuyên môn nghề nghiệp và nghiệp vụ; C6. Có khả năng cập nhật, phát triển và vận dụng các kiến thức về kinh doanh và marketing hiện đại, có tính sáng tạo và linh hoạt trong công việc và có năng lực học tập suốt đời có năng lực thích ứng với môi trường khởi nghiệp; C2. Có năng lực sáng tạo trong quá trình thực hiện nhiệm vụ được giao, có năng lực tự định hướng, và thích nghi với môi trường làm việc khác nhau					X	

STT	Đánh số các chuẩn đầu ra của CTDĐT Marketing Thương mại	Chuẩn đầu ra của chương trình đào tạo góp thành (PLOi) năm 2019- Các thành tố cấu thành chuẩn đầu ra của chương trình đào tạo - các PI	Nhóm PLO				PLO tự chủ và trách nhiệm
			PLO kiến thức		PLO kỹ năng	PLO thái độ	
			PLO kiến thức cơ bản về KHXH, khoa học chính trị và pháp luật	PLO kiến thức (GDCN)			
13	(PLO10)	D1. Có ý thức vượt khó vươn lên trong học tập, trong thực hiện các nhiệm vụ và công việc; có ý thức phấn đấu vươn lên trở thành nhà quản trị giỏi; D7. Có ý thức tự học và tích cực cập nhật, phát triển và vận dụng các kiến thức về kinh doanh, marketing và quan trị thương hiệu hiện đại, sáng tạo, linh hoạt trong công việc;				X	
14	(PLO11)	D2. Có ý thức và thực hiện nghiêm chỉnh chấp hành nội quy, quy chế và khả năng thích nghi với môi trường GD&ĐT trong nhà trường; D4. Ý thức thực hiện tốt trách nhiệm công dân và có quan hệ cộng đồng tốt à các môi trường sống và làm việc nói chung; D3. Ý thức tích cực tham gia các hoạt động chính trị - văn hoá - xã hội; D4. Ý thức thực hiện tốt trách nhiệm công dân và có quan hệ cộng đồng tốt; D5. Ý thức và thái độ tích cực tham gia công tác tập thể tốt và công tác nhóm (Teamwork) trong và ngoài trường; D6. Có trách nhiệm đối với công việc được giao, đáp ứng các chuẩn mực đạo đức của nhà quản trị tại doanh nghiệp, có tác phong làm việc khoa học, thái độ làm việc đúng mực;					X
15	(PLO12)	Kỹ năng ngoại ngữ: Sinh viên sau khi tốt nghiệp đạt chuẩn đầu ra Tiếng Anh trình độ Bậc 3 theo Thông tư 01/2014/TT-BGD&ĐT quy định về Khung năng lực ngoại ngữ 6 bậc dùng cho Việt Nam (quy đổi tương đương sang một số chứng chỉ ngoại ngữ khác theo Thông tư số 05/2012/TT-BGDĐT ngày 15 tháng 2 năm 2012 của Bộ trưởng Bộ Giáo dục và Đào tạo).				X	
16	(PLO13)	Kỹ năng tin học: đạt chuẩn kỹ năng sử dụng công nghệ thông tin cơ bản theo quyết định của Trường Đại học Thương mại, và có khả năng sử dụng phần mềm chuyên dùng cho ngành/ chuyên ngành để phân tích dữ liệu như EXCEL, SPSS,....				X	

TRƯỜNG ĐẠI HỌC THƯƠNG MẠI

BẢNG MA TRẬN KỸ NĂNG CỦA CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO
 Chương trình đào tạo: Đại học Chuyên ngành Chuyên ngành Quản trị Thương hiệu
 Khóa: K57T

STT	KHỐI KIẾN THỨC VÀ HỌC PHẦN	PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5	PLO6	PLO7	PLO8	PLO9	PLO10	PLO11	PLO12	PLO13
		I: giới thiệu			R: củng cố			M: master			A: đánh giá			
		MT	NCMKT	CL										
1	KIẾN THỨC GIÁO DỤC ĐẠI CƯƠNG													
1.1.	Các học phần bắt buộc													
	<i>Kiến thức đại cương bắt buộc</i>													
1	Triết học Mác - Lênin	R,A*							I	I	I	I	I	
2	Chủ nghĩa xã hội khoa học	R,A*							I	I	I	I	I	
3	Tư tưởng Hồ Chí Minh	R,A*							I	I	I	I	I	
4	Kinh tế chính trị Mác - Lênin	R,A*							I	I	I	I	I	
5	Lịch sử Đảng Cộng sản Việt Nam	R,A*							I	I	I	I	I	
6	Pháp luật đại cương	R,A*							I	I	I	I	I	
7	Tiếng Anh 1								I	I	I	I	I	
8	Tiếng Anh 2													R
9	Tiếng Anh 3													R
10	Toán đại cương													
11	Tin học quản lý								I	I	I	I	M	
12	Phương pháp nghiên cứu khoa học			I										
2	KIẾN THỨC GIÁO DỤC CHUYÊN NGHIỆP													
2.1.	Kiến thức cơ sở ngành													
2.1.1.	<i>Các học phần bắt buộc</i>													
1	Kinh tế vĩ mô 1	R												
2	Kinh tế vi mô 1	R												
3	Quản trị học	R												
4	Marketing căn bản	M,A	R,A	I	I	I	I	R	I	I	R	R	R	

STT	KHỐI KIẾN THỨC VÀ HỌC PHẦN	PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5	PLO6	PLO7	PLO8	PLO9	PLO10	PLO11	PLO12 - Tin học	PLO13 - Tiếng Anh
5	Thương mại điện tử căn bản	I					I	R	R	R	R	R	I	
6	Tiếng Anh chuyên ngành 1							R						M
7	Tiếng Anh chuyên ngành 2							R						M
2.2. Kiến thức ngành và chuyên ngành														
2.2.1. Các học phần bắt buộc														
<i>Kiến thức ngành</i>														
1	Hành vi khách hàng	R	R	M				M	R, A	R, A	R	R	R	
2	Nghiên cứu marketing	R	R	M, A				M, A	R	R	R	R	R	
3	Quản trị marketing 1	R	R	R	M, A	R, A	R	M	I	R	R	R	R	r
4	Quản trị chất lượng	M, A	R	R				M	I	R	R	R, A	R	
5	Truyền thông marketing	R	R	R	R, A		R	M, A	R	R	R	R	R	
<i>Kiến thức chuyên ngành</i>														
1	Quản trị thương hiệu 1			M			M, A	M	M, A	M	M	M	M	
2	Quản trị thương hiệu 2			M	M		M	M, A	M, A	M	M	M	M	
3	Chiến lược thương hiệu *			M	M		M, A	M	M	M	M, A	M	M	
4	Định giá và chuyên nhượng thương hiệu *			M	M		M	M	M	M	M, A	M, A	M	
2.3. Kiến thức bổ trợ														
2.3.1. Các học phần bắt buộc														
1	Quản trị tri thức	R	R	R				R		R	R, A	R, A	R	
2	Quản trị chuỗi cung ứng	R	R	R				M		R	R, A	R, A	R	
2.4 Thực tập nghề nghiệp và làm tốt nghiệp khóa học														
1	Thực tập và viết Báo cáo tốt nghiệp	M	M, A	M, A	M, A	M, A	M	M	M	M, A	M	M, A	M	M
2	Thực tập và viết Khóa luận tốt nghiệp	M, A	M, A	M	M, A	M	M, A	M	M	M, A	M, A	M, A	M	M

Ghi chú *

Trong tổng số các học phần chỉ chọn 02 học phần cao điểm nhất

STT	Học phần/Chuẩn đầu ra cốt lõi của học phần (CLOs)	Điểm đo lường PLO																	
		PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5	PLO6	PLO7	PLO8	PLO9	PLO10	PLO11	PLO12	PLO13	Điểm CC	Điểm TH/TB bài TH	Điểm thi	Điểm HP	
7	Tiếng Anh chuyên ngành 2																	M	
2.2.	Kiến thức ngành và chuyên ngành																		
2.2.1.	Các học phần bắt buộc																		
	<i>Kiến thức ngành</i>																		
2	Nghiên cứu marketing (CLO2,3,4; CLO3,5)	R	M, A							R	R	R	R	R	R	R			PLO3,7
3	Quản trị marketing 1 (CLO2)	R	R	M, A	R, A	R				M	I	R	R	R	R	R	R		PLO4,5
4	Quản trị chất lượng (CLO2,3; CLO4)	M, A	R							M	I	R	R	R, A	R				PLO2,11
5	Truyền thông marketing (CLO2; CLO3)	R	R	R		R, A	R	R	R	R	R	R	R	R	R				PLO5,7
	<i>Kiến thức chuyên ngành</i>																		
1	Quản trị thương hiệu 1 (CLO1,2,3,4; CLO5)			M		M, A	M	M, A	M	M	M	M	M	M	M				PLO6,8
2	Quản trị thương hiệu 2 (CLO5; CLO4)			M	M	M	M, A	M, A	M	M	M, A	M	M	M	M				PLO7,8
3	Chiến lược thương hiệu * (CLO1,2,3,4; CLO5)			M	M	M, A	M	M	M	M, A	M	M	M	M	M				PLO6,10
4	Định giá và chuyển nhượng thương hiệu * (CLO5; CLO5)			M	M	M	M	M	M	M, A	M, A	M, A	M, A	M, A	M				PLO10,11
2.3.	Kiến thức bổ trợ																		
2.3.1.	Các học phần bắt buộc																		
1	Quản trị tri thức (CLO4; CLO4)	R	R	R						R	R, A	R, A	R	R	R				PLO10,11
2	Quản trị chuỗi cung ứng	R	R	R						M		R	R	R	R				
2.4	Thực tập nghề nghiệp và làm tốt nghiệp khóa học																		
1	Thực tập và viết Báo cáo tốt nghiệp (CLO1,2,3,4,5)	M	M, A	M, A	M, A	M, A	M	M	M	M	M, A	M	M, A	M	M, A	M			PLO3,4,5,9,11
2	Thực tập và viết Khóa luận tốt nghiệp (CLO1,2,3,4,5)	M, A	M	M, A	M	M, A	M	M, A	M	M, A	M, A	M	M, A	M	M, A	M			PLO2,4,6,9,10

Ghi chú: Đối với PLO kiến thức cơ bản về khoa học xã hội, chính trị và pháp luật, chỉ chọn 2 học phần có điểm cao nhất trong nhóm các học phần lý luận chính trị và pháp luật để đo lường