

Số: 2062/QĐ-ĐHTM

Hà Nội, ngày 12 tháng 11 năm 2024

QUYẾT ĐỊNH

Về việc: Ban hành chương trình đào tạo trình độ thạc sĩ theo định hướng ứng dụng

HIỆU TRƯỞNG TRƯỜNG ĐẠI HỌC THƯƠNG MẠI

Căn cứ Luật Giáo dục đại học ngày 18/6/2012 và Luật sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật Giáo dục đại học ngày 19/11/2018;

Căn cứ Nghị định số 99/2019/NĐ-CP ngày 30/12/2019 của Chính phủ về việc Quy định chi tiết và hướng dẫn thi hành một số điều của Luật sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật Giáo dục Đại học;

Căn cứ Nghị định số 60/2021/NĐ-CP ngày 21/6/2021 của Chính phủ quy định cơ chế tự chủ tài chính của đơn vị sự nghiệp công lập;

Căn cứ Nghị quyết số 138/NQ-HĐT ngày 22/4/2024 của Trường Đại học Thương mại về việc ban hành Quy chế tổ chức và hoạt động của Trường Đại học Thương mại;

Căn cứ Quyết định số 1982/QĐ-TTg ngày 18/10/2016 của Thủ tướng Chính phủ về việc phê duyệt khung trình độ quốc gia Việt Nam;

Căn cứ Thông tư số 17/2021/TT-BGDĐT ngày 26/6/2021 của Bộ Giáo dục và Đào tạo ban hành Quy định về chuẩn chương trình đào tạo; xây dựng, thẩm định và ban hành chương trình đào tạo các trình độ của giáo dục đại học;

Căn cứ Thông tư số 23/2021/TT-BGDĐT ngày 30/8/2021 của Bộ trưởng Bộ Giáo dục và Đào tạo về Quy chế tuyển sinh và đào tạo trình độ thạc sĩ;

Căn cứ Quyết định số 86/QĐ-ĐHTM ngày 19/01/2022 của Hiệu trưởng về việc ban hành Quy chế đào tạo trình độ thạc sĩ của Trường Đại học Thương mại; Quyết định số 2469/QĐ-ĐHTM ngày 30/12/2022 của Hiệu trưởng về việc sửa đổi, bổ sung một số điều của Quy chế đào tạo trình độ thạc sĩ của Trường Đại học Thương mại;

Căn cứ Quyết định số 2293/QĐ-ĐHTM ngày 16/12/2022 của Hiệu trưởng về việc ban hành Quy định phát triển chương trình đào tạo của Trường Đại học Thương mại;

Căn cứ vào kết luận của các Hội đồng thẩm định chương trình đào tạo trình độ thạc sĩ theo định hướng ứng dụng được thành lập theo các Quyết định số 1767, 1776, 1777, 1778, 1779 và 1780/QĐ-ĐHTM ngày 10/10/2024 và ngày 11/10/2024 của Hiệu trưởng Trường Đại học Thương mại;

Căn cứ vào đề xuất của Hội đồng Khoa học và Đào tạo Trường Đại học Thương mại;

Theo đề nghị của Viện trưởng Viện Đào tạo Sau đại học,

QUYẾT ĐỊNH:

Điều 1. Ban hành kèm theo quyết định này 06 chương trình đào tạo trình độ thạc sĩ theo định hướng ứng dụng của Trường Đại học Thương mại.

(Chuẩn đầu ra và chương trình đào tạo được kèm theo Quyết định này).

Điều 2. Các chương trình này được áp dụng cho các khoá đào tạo trình độ thạc sĩ theo định hướng ứng dụng từ khoá 30B trở đi.

Điều 3. Viện Đào tạo Sau đại học, các Khoa, Viện, Bộ môn tham gia đào tạo trình độ thạc sĩ và các bộ phận có liên quan chịu trách nhiệm thi hành Quyết định này. / *ĐHM*

Nơi nhận:

- Như điều 3;
- Lưu: VT, SDH, HĐKH&ĐT.



HIỆU TRƯỞNG

PGS.TS. Nguyễn Hoàng

CHUẨN ĐẦU RA CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO

(Ban hành theo Quyết định số 2062/QĐ-ĐHTM ngày 12 tháng 11 năm 2024
của Hiệu trưởng Trường Đại học Thương mại)

Chương trình đào tạo:	Thạc sĩ Marketing Thương mại <i>Master of Commercial Marketing</i>
Trình độ đào tạo:	Thạc sĩ
Định hướng:	Ứng dụng
Ngành đào tạo:	Kinh doanh thương mại
Mã ngành:	8340121
Chuyên ngành đào tạo:	Marketing Thương mại
Ngôn ngữ đào tạo:	Tiếng Việt

1. Mục tiêu của chương trình đào tạo***Mục tiêu chung***

Chương trình đào tạo thạc sĩ ngành Kinh doanh Thương mại - chuyên ngành Marketing Thương mại định hướng ứng dụng được thiết kế để cung cấp và rèn luyện cho người học có phẩm chất chính trị, đạo đức, tri thức, văn hóa, sức khỏe, có kiến thức, kỹ năng thực hành nghề nghiệp, năng lực nghiên cứu và phát triển ứng dụng các tiến bộ khoa học và công nghệ; có khả năng phát huy tiềm năng và sự sáng tạo của mỗi cá nhân và trách nhiệm nghề nghiệp, có ý thức công dân, trong sử dụng các nền tảng về các kiến thức và ứng dụng thực tiễn các kiến thức kinh doanh và marketing thương mại để thực hiện tổ chức quản lý kinh doanh và marketing thương mại trong bối cảnh nền kinh tế tri thức và sự phát triển của công nghệ và kinh tế trong môi trường số theo định hướng bền vững.

Mục tiêu cụ thể

Chương trình đào tạo thạc sĩ ngành Kinh doanh Thương mại - chuyên ngành Marketing Thương mại định hướng ứng dụng nhằm đào tạo người học phân tích kiến thức nâng cao và ứng dụng thực tiễn kiến thức chuyên môn về marketing thương mại, thực hành ứng dụng thực tiễn được các kỹ năng nghề nghiệp, có năng lực độc lập, sáng tạo trong tổ chức quản lý kinh doanh và marketing thương mại, tham gia tạo môi trường thuận lợi cho hoạt động kinh doanh. Người học có kỹ năng chuyên sâu nghiên cứu về một lĩnh vực khoa học hoặc lĩnh vực nghề nghiệp, có năng lực phát hiện, giải quyết những vấn đề thuộc kinh doanh và marketing thương mại;

Người học tốt nghiệp có thể làm việc các loại hình tổ chức và doanh nghiệp khác nhau trong và ngoài nước: nhà nước, tư nhân, các tổ chức phi lợi nhuận và các tổ chức công với các công việc Quản lý thương hiệu, Trưởng điều hành Marketing (CMO), Quản lý marketing, Nhà phân tích nghiên cứu thị trường, Quản lý phân tích marketing, Giám đốc marketing, Quản lý phương tiện truyền thông xã hội.

2. Yêu cầu chuẩn đầu ra của chương trình đào tạo

Người học tốt nghiệp sẽ đạt được các chuẩn đầu ra như sau:

PLO	Mã PLOs	Mô tả
Kiến thức	PLO1	Phân tích các kiến thức thực tế và lý thuyết sâu, rộng, tiên tiến, các nguyên lý và học thuyết cơ bản về kinh tế, kinh doanh
	PLO2	Đánh giá các kiến thức liên ngành: kinh tế, quản lý, kinh doanh, thương mại và marketing trong bối cảnh nền kinh tế tri thức và sự phát triển của công nghệ và kinh tế số theo định hướng bền vững
Kỹ năng	PLO3	Thực hiện được chính xác kỹ năng quản trị hoặc quản lý (tổ chức, tổng hợp, hoạch định, phân tích có tính phân biệt đa chiều, đánh giá có tính phê phán, đề xuất giải pháp giải quyết vấn đề) các hoạt động kinh doanh và marketing thương mại
	PLO4	Thực hiện được chính xác kỹ năng sử dụng các phương pháp nghiên cứu, và công nghệ một cách sáng tạo trong kinh doanh và marketing thương mại
	PLO5	Thực hiện được chính xác kỹ năng truyền đạt, thảo luận và lập luận tri thức và các vấn đề chuyên môn và khoa học, đánh giá có tính phê phán dựa trên nghiên cứu, phân tích
Mức độ tự chủ, tự chịu trách nhiệm	PLO6	Đáp ứng với việc thích nghi, tự định hướng và hướng dẫn người khác, đưa ra các kết luận mang tính chuyên gia trong lĩnh vực kinh doanh và marketing thương mại
	PLO7	Đáp ứng với việc quản lý, đánh giá và cải tiến, đề xuất các sáng kiến quan trọng kinh doanh và marketing thương mại.
Ngoại ngữ	PLO8	Có trình độ ngoại ngữ tương đương bậc 4 trong Khung năng lực ngoại ngữ 6 bậc dùng cho Việt Nam.

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

Người học tốt nghiệp chương trình thạc sĩ ngành Kinh doanh Thương mại - chuyên ngành Marketing Thương mại định hướng ứng dụng có thể đảm nhiệm vị trí lãnh đạo, quản lý cấp cao và cấp trung ở các tổ chức (doanh nghiệp, tổ chức kinh tế - xã hội, các đơn vị và cơ quan quản lý nhà nước, các cơ sở giáo dục và đào tạo, ứng dụng...) trong và ngoài nước.

- Lãnh đạo, quản lý cấp cao và cấp trung, chuyên viên, chuyên gia trong lĩnh vực kinh doanh và marketing thương mại, quản lý và kinh tế ở các tổ chức.

- Làm chuyên gia tham mưu cho lãnh đạo trong kinh doanh và marketing, cán bộ nguồn về quản lý kinh doanh và marketing thương mại của các tổ chức.

- Người khởi sự kinh doanh và tạo lập doanh nghiệp;

- Cán bộ giảng dạy, nghiên cứu ứng dụng về kinh doanh thương mại, quản lý và kinh tế.

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

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

- Nâng cao trình độ qua các chương trình đào tạo, bồi dưỡng trong và ngoài nước đúng ngành, ngành gần và ngành phù hợp để đạt trình độ ứng dụng cao hơn; Có thể liên thông sang các ngành đào tạo khác;

- Người học có khả năng tiếp tục học tập nâng cao ở trình độ Tiến sĩ theo quy định hiện hành của Bộ Giáo dục và Đào tạo

- 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 tác và quy hoạch phát triển nhân sự ở đơn vị công tác.

- Tự phát triển kiến thức, kinh nghiệm, và trình độ chuyên môn thông qua việc không ngừng học tập, và thực hành công tác.

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

5.1. Trong nước

- 1) Luật Giáo dục, Luật số 43/2019/QH14 của Quốc hội (2019)
<https://vanban.chinhphu.vn/default.aspx?pageid=27160&docid=197310>
- 2) Luật Giáo dục đại học số 08/2012/QH13
<https://vanban.chinhphu.vn/default.aspx?pageid=27160&docid=163054>;
- 3) Luật giáo dục Đại học sửa đổi 2018
<https://vanban.chinhphu.vn/?pageid=27160&docid=206102>;
- 4) 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
- 5) <https://vanban.chinhphu.vn/default.aspx?pageid=27160&docid=186972>
- 6) Sứ mạng, tầm nhìn, triết lý giáo dục, mục tiêu chiến lược của Trường Đại học Thương mại, <https://tmu.edu.vn/trang/su-mang-47>
- 7) Khung trình độ quốc gia Việt Nam, Quyết định số 1982/QĐ-TTg ngày 18 tháng 10 năm 2016 của Thủ tướng Chính phủ
- 8) Chuẩn đầu ra trình độ thạc sĩ "Quản trị kinh doanh" Học viện nông nghiệp Việt Nam;
<https://vnua.edu.vn/dao-tao/chuong-trinh-dao-tao/view.html?cid=4785&tab=4785>
- 9) Chương trình đào tạo “Thạc sĩ Kinh doanh Thương mại” và “Thạc sĩ Kinh doanh Marketing” định hướng ứng dụng, Viện đào tạo Sau Đại học - ĐH KTHCM
<https://sdh.ueh.edu.vn/nganh-dao-tao-thac-si/-kinh-doanh-thuong-mai-commercial-business-huong-ung-dung-ap-dung-tu-nam-2022.html>;
<https://sdh.ueh.edu.vn/nganh-dao-tao-thac-si/-marketing-marketing-huong-ung-dung-ap-dung-tu-nam-2022.html>
- 10) Chương trình đào tạo thạc sĩ “Kinh doanh Thương mại” của Trường Đại học Ngoại thương
<https://drive.google.com/file/d/1TfFXzxrEGVJiJEczqzZx5S-ffsYvJSd/view>
- 11) Chương trình đào tạo thạc sĩ “Chuyên ngành Marketing” của Trường Đại học Kinh tế Quốc dân;
<https://sdh.neu.edu.vn/storage/files/Khung%20CTDT%20thac%20si%202022.pdf>

5.2. Ngoài nước

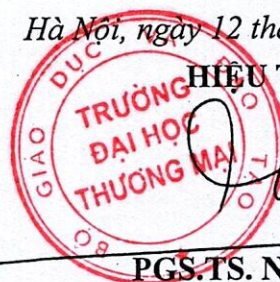
- 1) Chuẩn đầu ra của chương trình "Master of Business" và "Master of Marketing" trường đại học Swinburn của Australia,
- 2) <https://www.swinburne.edu.au/course/postgraduate/master-of-business-administration/>
- 3) Chương trình đào tạo "Master 2 Commercial-Business Developer" (CBD), Trường Đại học Bordeaux,
<https://www.iae-bordeaux.fr/programmes/professionnels-formation-continue/blocs-de-competences>
- 4) Chương trình đào tạo Master of Marketing, Queensland University of Technology (QUT)
https://www.qut.edu.au/courses/master-of-business-marketing?international&utm_source=google&utm_medium=cpc&utm_campaign={campaign}&gad_source=1&gclid=Cj0KCQiAoe5BhCNARIsADVLzZcyHAW4ZKqokkgZKpi5ogrBzKiwDxoJccV7NeV0XEbpGVGZdrm6WEwaAjbrEALw_wcB

TRƯỞNG KHOA MARKETING



PGS, TS Phan Thị Thu Hoài

Hà Nội, ngày 12 tháng 11 năm 2024



HIỆU TRƯỞNG

PGS. TS. Nguyễn Hoàng

CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO TRÌNH ĐỘ THẠC SĨ

(Ban hành theo Quyết định số 2062/QĐ-ĐHTM ngày 12 tháng 11 năm 2024
của Hiệu trưởng Trường Đại học Thương mại)

Chương trình đào tạo:	Thạc sĩ Marketing Thương mại <i>Master of Commercial Marketing</i>
Trình độ đào tạo:	Thạc sĩ
Định hướng:	Ứng dụng
Ngành đào tạo:	Kinh doanh thương mại
Mã ngành:	8340121
Chuyên ngành đào tạo:	Marketing Thương mại
Ngôn ngữ đào tạo:	Tiếng Việt

1. Giới thiệu về chương trình đào tạo

Chương trình đào tạo Marketing thương mại trình độ thạc sĩ định hướng ứng dụng đã được rà soát gần nhất theo Quyết định số 115/QĐ-ĐHTM ngày 21/01/2022 của Trường Đại học Thương mại. Trong lần rà soát giữa kỳ này, CTĐT có điều chỉnh một số điểm sau:

- Bổ sung định hướng của chương trình đào tạo là Các hoạt động kinh doanh và hoạt động marketing thương mại phải được xem xét trong bối cảnh nền kinh tế tri thức và sự phát triển của công nghệ và kinh tế trong môi trường số theo định hướng bền vững.

- Cụ thể hóa hơn mục tiêu chung của chương trình đào tạo đưa vào yêu cầu của luật giáo dục 2019 và Luật giáo dục Đại học 2012.

- Mục tiêu cụ thể thì bổ sung thêm các Công việc và vị trí việc làm mà người tốt nghiệp chương trình đào tạo thạc sĩ marketing thương mại định hướng ứng dụng có thể làm được.

- Về chuẩn đầu ra của chương trình đào tạo thì viết gọn hơn và có tính khai quát hơn gắn chặt với các khung năng lực trình độ quốc gia (1982) đã được ban hành.

2. Mục tiêu của chương trình đào tạo

Mục tiêu chung

Chương trình đào tạo thạc sĩ ngành Kinh doanh Thương mại - chuyên ngành Marketing Thương mại định hướng ứng dụng được thiết kế để cung cấp và rèn luyện cho người học có phẩm chất chính trị, đạo đức, tri thức, văn hóa, sức khỏe, có kiến thức, kỹ năng thực hành nghề nghiệp, năng lực nghiên cứu và phát triển ứng dụng các tiến bộ khoa học và công nghệ; có khả năng phát huy tiềm năng và sự sáng tạo của mỗi cá nhân và trách nhiệm nghề nghiệp, có ý thức công dân, trong sử dụng các nền tảng về các kiến thức và ứng dụng thực tiễn các kiến thức kinh doanh và marketing thương mại để thực hiện tổ chức quản lý kinh doanh và marketing thương mại trong bối

cảnh nền kinh tế tri thức và sự phát triển của công nghệ và kinh tế trong môi trường số theo định hướng bền vững.

Mục tiêu cụ thể

Chương trình đào tạo thạc sĩ ngành Kinh doanh Thương mại - chuyên ngành Marketing Thương mại định hướng ứng dụng nhằm đào tạo người học phân tích kiến thức nâng cao và ứng dụng thực tiễn kiến thức chuyên môn về marketing thương mại, thực hành ứng dụng thực tiễn được các kỹ năng nghề nghiệp, có năng lực độc lập, sáng tạo trong tổ chức quản lý kinh doanh và marketing thương mại, tham gia tạo môi trường thuận lợi cho hoạt động kinh doanh. Người học có kỹ năng chuyên sâu nghiên cứu về một lĩnh vực khoa học hoặc lĩnh vực nghề nghiệp, có năng lực phát hiện, giải quyết những vấn đề thuộc kinh doanh và marketing thương mại;

Người học tốt nghiệp có thể làm việc các loại hình tổ chức và doanh nghiệp khác nhau trong và ngoài nước: nhà nước, tư nhân, các tổ chức phi lợi nhuận và các tổ chức công với các công việc Quản lý thương hiệu, Trưởng điều hành Marketing (CMO), Quản lý marketing, Nhà phân tích nghiên cứu thị trường, Quản lý phân tích marketing, Giám đốc marketing, Quản lý phương tiện truyền thông xã hội.

3. Chuẩn đầu ra chương trình đào tạo

Người học tốt nghiệp sẽ đạt được các chuẩn đầu ra như sau:

PLO	Mã PLOs	Mô tả
Kiến thức	PLO1	Phân tích các kiến thức thực tế và lý thuyết sâu, rộng, tiên tiến, các nguyên lý và học thuyết cơ bản về kinh tế, kinh doanh
	PLO2	Đánh giá các kiến thức liên ngành: kinh tế, quản lý, kinh doanh, thương mại và marketing trong bối cảnh nền kinh tế tri thức và sự phát triển của công nghệ và kinh tế số theo định hướng bền vững
Kỹ năng	PLO3	Thực hiện chính xác kỹ năng quản trị hoặc quản lý (tổ chức, tổng hợp, hoạch định, phân tích có tính phản biện đa chiều, đánh giá có tính phê phán, đề xuất giải pháp giải quyết vấn đề) các hoạt động kinh doanh và marketing thương mại
	PLO4	Thực hiện chính xác kỹ năng sử dụng các phương pháp nghiên cứu, và công nghệ một cách sáng tạo trong kinh doanh và marketing thương mại
	PLO5	Thực hiện chính xác kỹ năng truyền đạt, thảo luận và lập luận tri thức và các vấn đề chuyên môn và khoa học, đánh giá có tính phê phán dựa trên nghiên cứu, phân tích

PLO	Mã PLOs	Mô tả
Mức độ tự chủ, tự chịu trách nhiệm	PLO6	Đáp ứng với việc thích nghi, tự định hướng và hướng dẫn người khác, đưa ra các kết luận mang tính chuyên gia trong lĩnh vực kinh doanh và marketing thương mại
	PLO7	Đáp ứng với việc quản lý, đánh giá và cải tiến, đề xuất các sáng kiến quan trọng kinh doanh và marketing thương mại.
Ngoại ngữ	PLO8	Có trình độ ngoại ngữ tương đương bậc 4 trong Khung năng lực ngoại ngữ 6 bậc dùng cho Việt Nam.

4. Đối tượng tuyển sinh

- Đã tốt nghiệp đại học trong và ngoài nước
- Có trình độ ngoại ngữ tương đương bậc 3 trong Khung năng lực ngoại ngữ 6 bậc dùng cho Việt Nam

5. Tiêu chí tuyển sinh

- Thí sinh đã tốt nghiệp đại học trong và ngoài nước ngành phù hợp với ngành Kinh doanh Thương mại. Danh mục ngành phù hợp được quy định ở Phụ lục 02. Quy định cụ thể đối với văn bằng như sau:

+ Đối với các thí sinh tốt nghiệp đại học ngành/CTĐT trong danh mục các ngành nhóm 1 (ngành đúng, ngành gần hoặc các ngành/CTĐT ở trình độ đại học của Trường ĐHTM cấp bằng có độ tương đồng $\geq 50\%$ so với CTĐT của ngành đăng ký dự tuyển) thì được dự tuyển ngay và không phải học bổ sung kiến thức.

+ Đối với các thí sinh tốt nghiệp đại học ngành/CTĐT trong danh mục các ngành thuộc nhóm 2 (phải học bổ sung) chỉ được dự tuyển nếu có ít nhất 01 năm kinh nghiệm làm việc trong lĩnh vực đăng ký dự tuyển và hoàn thành việc học bổ sung kiến thức 5 học phần (03 học phần cơ sở ngành và 02 học phần ngành) trong chương trình đào tạo bậc đại học của ngành đăng ký dự tuyển tương ứng.

- Nội dung cụ thể về bổ sung kiến thức (danh mục ngành phù hợp; tên môn, hình thức học, điều kiện bảo lưu môn học,...) được Trường quy định cụ thể trước khi tuyển sinh.

6. Phương thức tuyển sinh

Theo đề án tuyển sinh đào tạo trình độ thạc sĩ hiện hành của Trường Đại học Thương mại.

7. Quy trình đào tạo và điều kiện tốt nghiệp:

- Đào tạo theo hệ thống tín chỉ.
- Được công nhận tốt nghiệp khi hoàn thành đầy đủ các học phần và bảo vệ thành công đề án tốt nghiệp và có trình độ ngoại ngữ tương đương bậc 4 trong khung năng lực ngoại ngữ 6 bậc dùng cho Việt Nam.

8. Nội dung chương trình đào tạo

8.1. Khái quát chương trình

Tổng số tín chỉ tích lũy: 60

Kiến thức chung: 11

Kiến thức ngành: 14

Kiến thức chuyên ngành: 20

Thực tập: 6

Đề án tốt nghiệp: 9

8.2. Khung chương trình đào tạo

Bảng 1. Khung chương trình đào tạo

STT	KIẾN THỨC/HỌC PHẦN	MÃ HP	SỐ TC	CẤU TRÚC
1	KIẾN THỨC CHUNG (Các học phần bắt buộc)		11	
1	Triết học	THNC0118	4	42,36
2	Phương pháp nghiên cứu khoa học	NCKH0218	2	20,20
3	Thực hành tìm kiếm thông tin trên mạng internet	TKTT0318	2	0,60
4	Tiếng Anh tăng cường	TATC0418	3	30,30
2	KIẾN THỨC NGÀNH		14	
2.1	Các học phần bắt buộc		6	
1	Kinh tế vĩ mô	KIVM0418	2	20,20
2	Quản lý Nhà nước về kinh tế	QLNN0518	2	20,20
3	Quản trị chiến lược	QUCL0618	2	20,20
2.2	Các học phần tự chọn (Chọn 3 trong 6 học phần)		6	
1	Quản trị sự thay đổi	QSTĐ0728	2	20,20
2	Chiến lược chuỗi cung ứng	CLCU08281	2	20,20
3	Quản trị tài chính nâng cao	QTTC0728	2	20,20
4	Luật kinh tế nâng cao	LUKT0318	2	20,20
5	Quản trị chất lượng ứng dụng trong doanh nghiệp	QCDN1928	2	20,20
6	Kinh tế nguồn nhân lực	KTNL1118	2	20,20
2.3	Chuyên đề thực tế 1 (Kiến thức ngành)	CDMT1318	2	0,0,30
3	KIẾN THỨC CHUYÊN NGÀNH		20	

STT	KIẾN THỨC/HỌC PHẦN	MÃ HP	SỐ TC	CÁU TRÚC
3.1	Các học phần bắt buộc		6	
1	Marketing Thương mại trong môi trường số	MATM1318	2	20,20
2	Nghiên cứu hành vi khách hàng	NCHV1318	2	20,20
3	Quản trị quan hệ khách hàng	QHKH1728	2	20,20
3.2	Các học phần tự chọn (Chọn 6 trong 12 học phần)		12	
1	Quản trị dịch vụ nâng cao	QTDV1828	2	20,20
2	Quản lý hoạt động sở hữu trí tuệ trong tổ chức	SHTT1728	2	20,20
3	Quản trị thương hiệu sản phẩm và doanh nghiệp	QTTH1428	2	20,20
4	Ứng dụng thương mại điện tử trong doanh nghiệp	UDĐT1528	2	20,20
5	Quản trị thị trường chiến lược	TTCL1018	2	20,20
6	Thực hành nghiên cứu marketing	NCMA2128	2	0,60
7	Lãnh đạo và quản lý	LĐQL0918	2	20,20
8	Thương mại và đầu tư quốc tế	TMQT1928	2	20,20
9	Marketing xuất khẩu	MAXK1928	2	20,20
10	Marketing tài chính và ngân hàng nâng cao	MATC0828	2	20,20
11	Kiểm toán hoạt động	KTHD1528	2	20,20
12	Marketing địa phương	MADP2728	2	20,20
3.3	Chuyên đề thực tế 2 (Kiến thức chuyên ngành)	CDMT2918	2	0,0,30
4	THỰC TẬP		6	0,180
5	ĐỀ ÁN TỐT NGHIỆP		9	0,270
	Tổng cộng		60	

8.3. Mô tả các học phần

Mục tiêu và tóm tắt nội dung chính của các học phần trong chương trình đào tạo (xem Phụ lục kèm theo).

9. Kế hoạch đào tạo

Bảng 2. Kế hoạch đào tạo

STT	Khối kiến thức, học phần đào tạo	Kỳ học (dự kiến)	Số tín chỉ	Mã HP tiên quyết
1	1. KIẾN THỨC CHUNG		11	
1	Triết học	1	4	
2	Phương pháp NCKH	1	2	
3	Thực hành tìm kiếm thông tin trên mạng Internet	1	2	
4	Tiếng Anh tăng cường	3	3	
2	2. KIẾN THỨC NGÀNH	3	14	
2.1	2.1. Các học phần bắt buộc		6	
1	Kinh tế vĩ mô	2	2	
2	Quản lý Nhà nước về kinh tế	1	2	
3	Quản trị chiến lược	1	2	
2.2	2.2. Các học phần tự chọn (chọn 3 trong 6 học phần sau)	1	6	
1	Quản trị sự thay đổi	2	2	
2	Chiến lược chuỗi cung ứng	1	2	
3	Quản trị tài chính nâng cao	1	2	
4	Luật kinh tế nâng cao	1	2	
5	Quản trị chất lượng ứng dụng trong doanh nghiệp	1	2	
6	Kinh tế nguồn nhân lực	1	2	
2.3	2.3. Chuyên đề thực tế 1	1	2	
3	3. KIẾN THỨC CHUYÊN NGÀNH		20	
3.1	3.1. Các học phần bắt buộc		6	
1	Nghiên cứu hành vi khách hàng	2	2	
2	Quản trị quan hệ khách hàng	2	2	
3	Marketing thương mại trong môi trường số	2	2	
3.2	3.2. Các học phần tự chọn (chọn 6 trong 12 học phần)		12	
1	Quản trị dịch vụ nâng cao	2	2	
2	Quản lý hoạt động sở hữu trí tuệ trong tổ chức	2	2	
3	Quản trị thương hiệu sản phẩm và doanh	2	2	

STT	Khối kiến thức, học phần đào tạo	Kỳ học (dự kiến)	Số tín chỉ	Mã HP tiên quyết
	nghiệp			
4	Ứng dụng TMĐT trong doanh nghiệp	2	2	
5	Thực hành nghiên cứu marketing	2	2	
6	Quản trị thị trường chiến lược	2	2	
7	Lãnh đạo và quản lý	2	2	
8	Thương mại và Đầu tư quốc tế	2	2	
9	Marketing xuất khẩu	2	2	
10	Marketing tài chính và ngân hàng nâng cao	2	2	
11	Kiểm toán hoạt động	3	2	
12	Marketing địa phương	3	2	
3.3	3.3. Chuyên đề thực tế 2 (Kiến thức chuyên ngành)	3	2	
4	4. THỰC TẬP (6 TC) - thực tiễn ứng dụng marketing ở trong doanh nghiệp và các địa phương	2	6	
5	5. ĐỀ ÁN TỐT NGHIỆP (9 TC)	4	9	

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

TRƯỜNG KHOA MARKETING

PGS, TS Phan Thị Thu Hoài

Hà Nội, ngày 12 tháng 11 năm 2024

HIỆU TRƯỞNG



PGS. TS. Nguyễn Hoàng

PHỤ LỤC 01
MÔ TẢ CÁC HỌC PHẦN TRONG CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO
THẠC SĨ MARKETING THƯƠNG MẠI ĐỊNH HƯỚNG ỨNG DỤNG

STT	Học phần	Mô tả học phần
1	Triết học	Học phần Triết học có 8 chương, trong đó gồm: chương mở đầu nhằm giới thiệu tổng quan về triết học và lịch sử triết học; 3 chương bao quát các nội dung cơ bản thuộc về thế giới quan và phương pháp luận chung của nhận thức và thực tiễn (<i>chương 2: Bản thể luận, chương 3: Phép biện chứng, chương 4: Nhận thức luận</i>); 4 chương bao quát các nội dung lý luận triết học về xã hội và con người (<i>chương 5: Học thuyết hình thái kinh tế - xã hội, chương 6: Triết học chính trị, chương 7: Ý thức xã hội, chương 8: Triết học về con người</i>).
2	Phương pháp nghiên cứu khoa học	Học phần phương pháp nghiên cứu khoa học cung cấp các kiến thức, kỹ năng về phương pháp nghiên cứu, cách thức thiết kế và tổng quan nghiên cứu, hiểu được các vấn đề liên quan tới đạo đức trong nghiên cứu, nắm được cách thức chọn mẫu, thu thập dữ liệu thứ cấp và sơ cấp trong nghiên cứu khoa học, cách thức phân tích dữ liệu định tính và định lượng, nắm được cấu trúc, hình thức và văn phong sử dụng trong báo cáo khoa học, cũng như cách thức thuyết trình kết quả báo cáo nghiên cứu khoa học và một số quy định về trình bày báo cáo khoa học.
3	Thực hành tìm kiếm thông tin trên mạng Internet	Học phần cung cấp các kỹ năng từ cơ bản đến chuyên sâu trong sử dụng công cụ tìm kiếm với các kỹ thuật, câu lệnh, cú pháp chủ yếu cho người dùng tìm kiếm thông tin trên Internet, sao cho việc tìm kiếm các thông tin theo yêu cầu được thực hiện một cách chính xác và tổng hợp thông tin một cách nhanh chóng mà không phải loại bỏ những kết quả tìm kiếm không phù hợp. Học phần cung cấp cho người học kỹ năng sử dụng các loại máy tìm kiếm thông dụng nhất hiện nay trên thế giới: Google, Bing, Facebook Graph Search, Facebook Trend như: Social Baker, Statista.
4	Tiếng Anh tăng cường	Học phần củng cố các hiện tượng ngữ pháp như thời của động từ, câu điều kiện, động từ tình thái, câu bị động, so sánh, mệnh đề quan hệ...; mở rộng vốn từ vựng thuộc nhiều lĩnh vực khác nhau như phong cách sống, nghệ thuật, khoa học, kiến trúc...; phát triển các

STT	Học phần	Mô tả học phần
		kĩ năng nghe – nói – đọc – viết trong các ngữ cảnh khác nhau như trao đổi về dự án, thảo luận về các thách thức trong cuộc sống, mô tả tính năng của mạng xã hội...bằng tiếng Anh; cải thiện kỹ năng thuyết trình, làm việc theo nhóm và giải quyết vấn đề.
5	Kinh tế vĩ mô	Học phần nằm trong khối kiến thức cơ sở ngành, nhằm ứng dụng những kiến thức cơ bản về kinh tế vĩ mô để phân tích các vấn đề trong nền kinh tế hiện nay. Học phần bắt đầu từ những phân tích về bản chất của những thành tố quan trọng của GDP đến lý giải về những biến động kinh tế ngắn hạn và tăng trưởng dài hạn, đồng thời phân tích tác động của những chính sách vĩ mô trong nền kinh tế đóng và mở. Cuối cùng là việc áp dụng phân tích chính sách kinh tế vĩ mô trên thực tế nhằm giải quyết các bất ổn kinh tế thường thấy ở các nước đang phát triển như thâm hụt ngân sách, thâm hụt thương mại, lạm phát, suy thoái kinh tế trong nền kinh tế nhỏ, mở cửa.
6	Quản lý Nhà nước về kinh tế	Học phần cung cấp những lý thuyết nâng cao về quản lý nhà nước đối với kinh tế, trong đó đi sâu và nghiên cứu gắn với thực tiễn những nội dung, phương pháp, công cụ quản lý nhà nước về kinh tế nói chung và đối với các doanh nghiệp nhà nước, một số ngành và lĩnh vực kinh tế chủ chốt ở Việt Nam hiện nay. Là học phần chưa được nghiên cứu có tính hệ thống và chuyên sâu ở trình độ đào tạo đại học. Học phần có tính gắn kết chặt chẽ với các học phần cơ sở ngành khác, làm cơ sở cho việc tiếp cận những học phần chuyên ngành thuộc các chuyên ngành đào tạo trình độ thạc sĩ khối kinh tế.
7	Quản trị chiến lược	Trên cơ sở những nguyên lý cơ bản của quản trị chiến lược, học phần cung cấp những kiến thức hiện đại nâng cao và cập nhật về quản trị chiến lược hướng tới phát triển chiến lược kinh doanh (CLKD) trong xu thế hội nhập quốc tế hiện nay với 4 chương. Chương 1: Tổng quan về Quản trị chiến lược hướng tới phát triển CLKD của Doanh nghiệp Chương 2: Phân tích môi trường chiến lược trong bối cảnh cách mạng công nghệ 4.0 và xu hướng thân thiện với môi trường. Chương 3: Phát triển chiến lược cung ứng giá trị đáp ứng thị trường mục tiêu Chương 4: Tổ chức và lãnh đạo CLKD
8	Quản trị sự	Học phần cung cấp các kiến thức cơ bản và nâng cao về quản trị sự

STT	Học phần	Mô tả học phần
	thay đổi	thay đổi với các nội dung như: các hình thức và mức độ của sự thay đổi, bản chất và sự cần thiết của quản trị sự thay đổi, nội dung quản trị sự thay đổi, vượt rào cản trong quản trị sự thay đổi.
9	Chiến lược chuỗi cung ứng	Học phần thuộc khối kiến thức ngành, nhằm cung cấp cho học viên những kiến thức mở rộng và nâng cao về quản trị chuỗi cung ứng nói chung & chiến lược chuỗi cung ứng nói riêng. Học phần chiến lược chuỗi cung ứng có cấu trúc 3 chương, tập trung vào những nội dung cơ bản như hệ thống hóa các chuỗi cung ứng cũng như cung cấp một tầm nhìn chiến lược về lợi ích và mục tiêu khi quản lý kinh doanh theo các mô hình hiện đại; đồng thời, đi sâu vào các quyết định quản lý các loại hình chiến lược ở thượng nguồn cũng như ở hạ nguồn, với mong muốn giải quyết triệt để và thông suốt các nỗ lực trong toàn bộ chuỗi cung ứng đầu cuối; cho phép người đọc có thể so sánh, lựa chọn, xây dựng và chủ động triển khai các loại hình chiến lược chuỗi cung ứng khác nhau, phù hợp với các điều kiện thực tế kinh doanh hiện nay.
10	Quản trị tài chính nâng cao	Nội dung của học phần Quản trị tài chính nâng cao bao gồm các chủ đề chính: Tổng quan về Quản trị tài chính nâng cao; Ứng dụng phân tích tài chính nâng cao; Quyết định đầu tư trong điều kiện bất định; Quyết định cấu trúc vốn và tối ưu hóa giá trị gia tăng của doanh nghiệp.
11	Luật kinh tế nâng cao	Học phần trang bị cho người học những kiến thức cập nhật và kỹ năng thực tiễn về pháp luật trong lĩnh vực kinh tế của Việt Nam. Đây là học phần thuộc khối kiến thức chuyên ngành của chương trình đào tạo chuyên ngành Quản lý kinh tế định hướng ứng dụng của Trường đại học Thương mại. Cụ thể, học phần tập trung nghiên cứu những vấn đề pháp lý cơ bản về cơ cấu tổ chức quản lý của công ty, về hợp đồng trong hoạt động thương mại, về giải quyết tranh chấp giữa các bên của hợp đồng và tranh chấp trong nội bộ công ty. 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, nhằm giúp học viên có kiến thức và kỹ năng thực tiễn về pháp luật kinh tế.
		Quản trị chất lượng ứng dụng trong doanh nghiệp là học phần tự chọn, thuộc khối kiến thức cơ sở ngành của chương trình đào tạo

STT	Học phần	Mô tả học phần
12	Quản trị chất lượng ứng dụng trong doanh nghiệp	<p>chương trình thạc sỹ ngành kinh doanh thương mại, chuyên ngành marketing thương mại theo định hướng ứng dụng.</p> <p>Với bốn chương học, học phần cung cấp những kiến thức nền tảng và các quan điểm hiện đại về chất lượng và quản trị chất lượng, bao gồm: Các xu hướng thay đổi trong nhận thức về chất lượng, các phương pháp và các tiếp cận mới về quản trị chất lượng hiện đại; Các khía cạnh và công cụ để triển khai quản trị chất lượng trong doanh nghiệp như: Quản trị chất lượng sản phẩm và dịch vụ của doanh nghiệp; Quản trị chất lượng các quá trình và hoạt động tác nghiệp; Quản trị chất lượng các yếu tố tổ chức như thông tin, nhân lực, mối quan hệ nhà cung cấp và khách hàng, môi trường nội bộ và văn hóa doanh nghiệp; Quản trị chất lượng chuỗi cung ứng của doanh nghiệp. Qua đó, người học cũng được rèn luyện các kỹ năng cần thiết trong suốt quá trình nghiên cứu học phần như: Kỹ năng lập kế hoạch chất lượng; kỹ năng phân tích, đo lường và đánh giá các khía cạnh chất lượng trong tổ chức; kỹ năng sử dụng một số công cụ chất lượng; kỹ năng làm việc theo nhóm; kỹ năng sử dụng công nghệ thông tin,..</p>
13	Kinh tế nguồn nhân lực	<p>Học phần có vị trí là học phần thuộc bộ chương trình đào tạo trình độ thạc sỹ theo hệ thống tín chỉ chuyên ngành Quản trị nhân lực, quản trị kinh doanh, quản lý kinh tế và kinh doanh thương mại. Học phần cung cấp cho người học các kiến thức chuyên sâu về kinh tế nguồn nhân lực. Cụ thể học phần giới thiệu những vấn đề chuyên sâu về kinh tế nguồn nhân lực; Cầu lao động; Cung lao động, cân bằng thị trường lao động; Xây dựng và phát triển thị trường lao động; Đào tạo nhân lực và đầu tư cho đào tạo và phát triển vốn nhân lực; Năng suất lao động và tiền lương đối với người lao động. Học phần có mối quan hệ với học phần kinh tế học vĩ mô trong chương trình đào tạo chuyên ngành quản lý kinh tế, quản trị kinh doanh và kinh doanh thương mại.</p>
14	Chuyên đề thực tế 1	<p>Học phần trang bị cho người học các kiến thức thực tiễn về áp dụng kiến thức kinh doanh thương mại và quản lý kinh doanh thương mại thực tế đang diễn ra ở các doanh nghiệp. Học phần tập trung vào các vấn đề: thực tiễn chiến lược kinh doanh, chiến lược kinh doanh thương mại, chiến lược chuỗi cung ứng và quản</p>

STT	Học phần	Mô tả học phần
		lý chất lượng của các doanh nghiệp, quản trị thương hiệu của các doanh nghiệp, các vấn đề trong thực tiễn áp dụng trong kinh doanh thương mại và hướng giải quyết
15	Marketing Thương mại trong môi trường số	Marketing Thương mại trong môi trường số là học phần bắt buộc thuộc nhóm học phần chuyên ngành của chương trình cao học chuyên ngành marketing thương mại. Học phần cung cấp các kiến thức và kỹ năng phân tích marketing, hoạch định chiến lược marketing và triển khai các quyết định và ứng xử tác nghiệp marketing mix theo cách tiếp cận chuỗi giá trị trong môi trường số ở các doanh nghiệp kinh doanh thương mại.
16	Nghiên cứu hành vi khách hàng	<p>Học phần Nghiên cứu hành vi khách hàng là học phần bắt buộc thuộc khối kiến thức chuyên ngành Marketing thương mại trình độ thạc sỹ.</p> <p>Học phần tìm hiểu những vấn đề chuyên sâu về hành vi khách hàng và các mô hình nghiên cứu hành vi khách hàng trong marketing, nghiên cứu những nhóm yếu tố chủ yếu ảnh hưởng đến hành vi khách hàng và quá trình quyết định mua sắm của khách hàng. Trên cơ sở đó, phân tích và tổng hợp những kết quả nghiên cứu hành vi khách hàng vận dụng vào việc ra quyết định marketing tại các doanh nghiệp và tổ chức.</p>
17	Quản trị quan hệ khách hàng	Quản trị quan hệ khách hàng là học phần bắt buộc thuộc nhóm học phần chuyên ngành của chương trình cao học Ngành Kinh doanh thương mại và chuyên ngành Marketing Thương mại. Học phần trang bị cho người học những kiến thức cơ bản và kỹ năng cần thiết để xây dựng và triển khai các bước của hoạt động quản trị quan hệ của một công ty với khách hàng các bên có liên quan trong hoạt động kinh doanh nhằm phát triển các khách hàng trung thành và phát triển bán hàng tự động đạt được mục tiêu là nâng cao hiệu quả kinh doanh, tăng sức cạnh tranh trên cơ sở khách hàng trung thành.
18	Quản trị dịch vụ nâng cao	Học phần Quản trị dịch vụ nâng cao là học phần thuộc khối kiến thức chuyên ngành thuộc chương trình đào tạo thạc sỹ chuyên ngành Quản lý kinh tế, Kinh doanh thương mại, Quản trị kinh doanh, Kế toán, Tài chính Ngân hàng, Quản trị dịch vụ du lịch và lữ hành của Trường Đại học Thương mại. Học phần trang bị các kiến thức, kỹ năng nâng cao về chiến lược dịch vụ; hệ thống cung cấp và cơ sở

STT	Học phần	Mô tả học phần
		hỗ trợ dịch vụ; phương pháp xác định vị trí cơ sở dịch vụ và quản trị dự án dịch vụ.
19	Quản lý hoạt động sở hữu trí tuệ trong tổ chức	Học phần thuộc khối kiến thức chuyên ngành, nhằm cung cấp cho học viên những kiến thức mở rộng và nâng cao về lý luận và thực tiễn trong quản lý hoạt động sở hữu trí tuệ của tổ chức. Các nội dung chủ yếu của học phần gồm: Xác lập mô hình và hoạch định chiến lược sở hữu trí tuệ, phát triển nguồn tài sản trí tuệ; kiểm toán, và bảo vệ thực thi quyền sở hữu trí tuệ, tổ chức khai thác các tài sản trí tuệ của tổ chức.
20	Quản trị thương hiệu sản phẩm và doanh nghiệp	Học phần thuộc khối kiến thức chuyên ngành, nhằm cung cấp cho học viên những kiến thức mở rộng và nâng cao về quản trị đối với thương hiệu sản phẩm, nhóm sản phẩm và thương hiệu doanh nghiệp, đặc biệt là từ góc độ tư duy chiến lược. Các nội dung chủ yếu của học phần gồm: Kiến trúc thương hiệu, đo lường liên kết thương hiệu, phát triển thương hiệu doanh nghiệp, phát triển chiến lược thương hiệu, xây dựng văn hóa doanh nghiệp trong phát triển thương hiệu, đo lường sức mạnh thương hiệu và xác định giá trị thương hiệu ...)
21	Ứng dụng thương mại điện tử trong doanh nghiệp	Học phần Ứng dụng thương mại điện tử trong doanh nghiệp cung cấp những kiến thức nền tảng về thương mại điện tử và những kiến thức nâng cao cho học viên sau đại học thuộc chuyên ngành quản trị kinh doanh và kinh doanh thương mại trường đại học Thương mại
22	Quản trị thị trường chiến lược	Với mục đích cung cấp một hệ thống kiến thức hiện đại và cập nhật về quản trị thị trường chiến lược của doanh nghiệp trong bối cảnh hội kinh doanh hiện đại. Quản trị thị trường chiến lược hướng đến tư duy mọi thị trường đều trở lên năng động, thị trường năng động chiến lược kinh doanh sáng tạo và định hướng khách hàng, do đó học phần được kết cấu theo 04 chương nội dung: Chương 1 giới thiệu tổng quan về quản trị thị trường chiến lược, các nội dung quản trị thị trường chiến lược của doanh nghiệp và một số xu hướng quản trị thị trường chiến lược. Chương 2 tập trung phân tích tình thế thị trường chiến lược bao gồm phân tích khách hàng, đối thủ cạnh tranh, thị trường, môi trường vĩ mô và môi trường nội bộ của doanh nghiệp đồng thời nghiên cứu cách thức lựa chọn và định vị thị

STT	Học phần	Mô tả học phần
		trường chiến lược của doanh nghiệp; Chương 3 nghiên cứu các quyết định quản trị thị trường chiến lược của doanh nghiệp và chương 4 đề cập đến quản trị thị trường chiến lược toàn cầu của doanh nghiệp trong bối cảnh toàn cầu hóa.
23	Thực hành nghiên cứu marketing	<p>Học phần Thực hành nghiên cứu marketing là học phần tự chọn, thuộc khối kiến thức chuyên ngành dành cho học viên cao học, ngành Kinh doanh thương mại, chuyên ngành marketing thương mại và các chuyên ngành khác thuộc ngành marketing và ngành quản trị kinh doanh. Học phần Thực hành Nghiên cứu marketing cung cấp những kỹ năng chuyên sâu để thiết kế và tổ chức thực hiện nghiên cứu marketing nhằm cung cấp thông tin để giải quyết các vấn đề quản trị marketing tại các doanh nghiệp và tổ chức</p> <p>Nội dung học phần gồm 05 nhóm bài tập thực hành nghiên cứu marketing; chủ yếu gồm: bài tập thiết kế nghiên cứu marketing; Lựa chọn loại hình và phương pháp nghiên cứu; Chọn mẫu, Thiết kế bảng câu hỏi, Xử lý dữ liệu trong nghiên cứu marketing.</p>
24	Lãnh đạo và quản lý	<p>Học phần cung cấp các kiến thức cơ bản và nâng cao về lãnh đạo và quản lý với các nội dung như: tổng quan về lãnh đạo và quản lý; vị trí, vai trò và năng lực của nhà lãnh đạo, nhà quản lý trong tổ chức; các nội dung lãnh đạo và quản lý ở cả góc độ lý luận và thực tế.</p>
25	Thương mại và đầu tư quốc tế	<p>Học phần này bao gồm những kiến thức khái quát về hoạt động thương mại và đầu tư quốc tế: vai trò, các hình thức của thương mại và đầu tư quốc tế, các nguyên tắc trong hoạt động thương mại và đầu tư quốc tế, xu hướng phát triển của hoạt động thương mại và đầu tư quốc tế trong bối cảnh toàn cầu hóa và hội nhập quốc tế. Học phần cũng trang bị cho người học những kiến thức lý luận và thông tin thực tế về những vấn đề luôn có tính thời sự, cần thiết đối với các nhà quản lý và các doanh nghiệp, bao gồm các rào cản trong thương mại quốc tế, các biện pháp phòng vệ thương mại, vấn đề bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ trong hoạt động thương mại và đầu tư quốc tế, vấn đề tạo thuận lợi thương mại, hiệu quả kinh doanh xuất khẩu và nhập khẩu, thực trạng của các hoạt động đầu tư FDI, ODA trên thế giới và ở Việt Nam.</p>
26	Marketing xuất khẩu	<p>Học phần cung cấp các nội dung các hoạt động marketing xuất khẩu hàng hóa của các doanh nghiệp Việt Nam trong điều kiện môi</p>

STT	Học phần	Mô tả học phần
		trường kinh hiện đại và phát triển hội nhập khu vực và thế giới, bao gồm: Tổng quan về marketing xuất khẩu; phân tích các môi trường marketing xuất khẩu và thị trường xuất khẩu, đánh giá thời cơ marketing xuất khẩu của doanh nghiệp; và các quyết định từng thành tố của marketing-mix đáp ứng nhu cầu thị trường xuất khẩu của các doanh nghiệp.
27	Marketing tài chính và ngân hàng nâng cao	Marketing tài chính và ngân hàng nâng cao là học phần tự chọn thuộc khối kiến thức cơ sở ngành của chương trình đào tạo thạc sĩ chuyên ngành Tài chính Ngân hàng, Quản trị kinh doanh, Kinh doanh Thương mại và Marketing thương mại. Học phần cung cấp các kiến thức và kỹ năng nhận dạng và phân tích các cơ hội marketing dịch vụ ngân hàng và tài chính trong các tổ chức cung ứng dịch vụ tài chính, hoạch định chiến lược marketing và hoạch định chính sách của từng thành tố của marketing hỗn hợp cung ứng giá trị cho khách hàng; đồng thời học phần kiến thức về quản trị quan hệ khách hàng của các tổ chức cung ứng dịch vụ ngân hàng và tài chính trong môi trường số
28	Kiểm toán hoạt động	Học phần cung cấp các kiến thức cơ bản và hiện đại về kiểm toán hoạt động trên các nội dung chủ yếu: bản chất của kiểm toán hoạt động; các tiêu chuẩn đánh giá của kiểm toán hoạt động về tính kinh tế, hiệu lực, hiệu quả qua đó hướng dẫn vận dụng xây dựng tiêu chí đánh giá và nội dung kiểm toán trong kiểm toán hoạt động tại doanh nghiệp và các đơn vị sử dụng nguồn vốn ngân sách. Học phần nghiên cứu những vấn đề cơ bản và nâng cao của kiểm toán hoạt động như: bản chất của kiểm toán hoạt động; các tiêu chuẩn đánh giá của kiểm toán hoạt động về tính kinh tế, hiệu lực, hiệu quả; kiểm toán hoạt động trong doanh nghiệp và trong các đơn vị sử dụng nguồn vốn ngân sách.
29	Marketing địa phương	Marketing địa phương là một trong những chương trình phát triển kinh tế - xã hội của địa phương theo tiếp cận phát triển bền vững kinh tế - xã hội và môi trường. Học phần cung cấp các kiến thức và kỹ năng phân tích marketing, hoạch định chiến lược và triển khai các thành phần, yếu tố then chốt nhằm xác định các thời cơ, đe dọa, những lợi thế, hạn chế của địa phương trong lựa chọn, quyết định chiến lược marketing và triển khai phù hợp, hiệu quả các chương

STT	Học phần	Mô tả học phần
		trình marketing địa phương theo động thái tình thế môi trường kinh doanh và marketing, đáp ứng các mục tiêu phát triển bền vững kinh tế - xã hội của địa phương trong từng giai đoạn của hội nhập quốc tế
30	Chuyên đề thực tế 2	Học phần trang bị cho người học các kiến thức về thực tiễn bối cảnh, khách hàng, thị trường hoạt động marketing thương mại đã và đang diễn ra ở đơn vị kinh doanh của báo cáo viên. Nội dung cơ bản của học phần gồm: thực tiễn khách hàng, thị trường của doanh nghiệp; thực tiễn hoạt động marketing thương mại; và thực tiễn công tác phân tích khách hàng thị trường; các vấn đề đặt ra trong thực tiễn, và định hướng và các biện pháp giải quyết các vấn đề này của hoạt động marketing của doanh nghiệp.
31	Thực tập	Thực tiễn ứng dụng marketing ở trong doanh nghiệp và các địa phương
32	Đề án tốt nghiệp	Ứng dụng giải quyết vấn đề thực tiễn về marketing thương mại của đơn vị và vận dụng ở đơn vị, sử dụng các phương pháp nhận dạng, phân tích bản chất vấn đề, phân tích bối cảnh, đề xuất giải pháp thích hợp để giải quyết được các vấn đề đặt ra.

PHỤ LỤC 02
DANH MỤC CÁC NGÀNH ĐẠI HỌC ĐƯỢC COI LÀ PHÙ HỢP VỚI NGÀNH
ĐÀO TẠO TRÌNH ĐỘ THẠC SĨ NGÀNH KINH DOANH THƯƠNG MẠI

<p style="text-align: center;">Nhóm 1: Các ngành/CTĐT không phải học bổ sung (gồm ngành đúng, ngành gần với ngành đăng kí dự tuyển)</p>	<p>- Ngành cùng nhóm ngành: Các ngành thuộc nhóm ngành Kinh doanh 73401, bao gồm (1) Quản trị kinh doanh 7340101 (2) Bất động sản 7340116, (3) Kinh doanh quốc tế 7340120, (4) Thương mại điện tử 7340122, (5) Kinh doanh thời trang và dệt may 7340122...</p> <p>- Ngành/CTĐT của Trường Đại học Thương mại có từ 50% tỷ lệ tương đồng trở lên: Quản trị khách sạn (CT đại trà), Quản trị dịch vụ du lịch lữ hành (CT đại trà), Logistics và Quản lý chuỗi cung ứng, Kế toán doanh nghiệp, Tài chính – Ngân hàng, Hệ thống thông tin quản lý, Quản trị nhân lực.</p> <p>- Các ngành của hệ đào tạo quốc tế về marketing, thương mại, bán hàng: 1. Marketing và phân phối của Rouen, 2. Marketing và Bán hàng (hay Thương mại và bán hàng) của Lyon.</p>
<p style="text-align: center;">Nhóm 2: Các ngành/CTĐT phải học bổ sung đảm bảo nền tảng kiến thức đầu vào cần thiết cho ngành đăng ký dự tuyển (Điều kiện: ứng viên có tối thiểu 01 năm kinh nghiệm công tác liên quan đến lĩnh vực của ngành đăng ký dự tuyển – chỉ áp dụng với CTĐT thạc sĩ định hướng ứng dụng)</p>	<p>- Các ngành khác của Trường thuộc nhóm Kinh doanh và Quản lý 734 và nhóm Kinh tế đang được đào tạo ở Đại học Thương mại, có mức tương đồng dưới 50%: Quản trị khách sạn (CT đặc thù), Quản trị dịch vụ du lịch lữ hành (CT đặc thù), Kế toán công, Kế toán chất lượng cao, Kiểm toán, Kinh tế quốc tế, Tài chính công, Tài chính chất lượng cao, Quản lý kinh tế, Hệ thống thông tin quản lý (đặc thù)</p> <p>- Các ngành thuộc nhóm Kinh doanh và Quản lý 734 và nhóm ngành Kinh tế 73101 Cụ thể:</p> <p>+ Nhóm Kinh doanh và Quản lý 734: Tài chính - Ngân hàng, Bảo hiểm, Kế toán, Kiểm toán, Khoa học quản lý, Quản lý công, Quản trị nhân lực, Hệ thống thông tin quản lý, Quản trị văn phòng, Quan hệ lao động, Quản lý dự án, ...</p> <p>+ Nhóm Kinh tế học - 73101: Kinh tế, Kinh tế đầu tư, Kinh tế phát triển, Kinh tế quốc tế.</p> <p>- Các ngành đào tạo không thuộc các ngành nhóm 1 và 2 nhưng trong CTĐT có các học phần sau: (1) Toán cao cấp/Toán đại cương/Toán ứng dụng/Lý thuyết xác suất thống kê (2) Tin học/ Tin học căn bản/Tin học quản lý/Tin học ứng dụng/Ứng dụng CNTT (3) Kinh tế học/Kinh tế vĩ mô/Kinh tế vi mô/Kinh tế ứng dụng/Kinh tế quản lý. Hoặc một trong các học phần sau: - Quản trị học/ Nguyên lý quản trị/ Quản trị học căn bản; Marketing căn bản, marketing, marketing quốc tế, marketing ngân hàng (có học phần về marketing), Quản trị Thương hiệu, các học phần Thương mại, Kinh doanh.</p>