

CHUẨN ĐẦU RA CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO

Ngành đào tạo: Kinh doanh Thương mại

Chuyên ngành đào tạo: Marketing Thương mại

Trình độ đào tạo: Thạc sĩ định hướng ứng dụng

(Ban hành theo Quyết định số/QĐ-ĐHTM ngày 18/6/2021

của Trường Đại học Thương mại)

1. Giới thiệu về chương trình đào tạo

- Tên chương trình đào tạo (tiếng Việt): Thạc sĩ Marketing Thương mại
- Tên chương trình đào tạo (tiếng Anh): Master of Commerce Business
- Trình độ đào tạo: Thạc sĩ
- Định hướng: Ứng dụng
- Ngành đào tạo: Kinh doanh Thương mại Mã ngành: 8340121
- Chuyên ngành: Marketing Thương mại

2. Mục tiêu của chương trình

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 cho người học các nền tảng về các kiến thức và ứng dụng các kiến thức kinh doanh và marketing thương mại, thực hành kỹ năng, năng lực tương ứng, thái độ của người lao động tiên tiến để thực hiện tổ chức quản lý kinh doanh và marketing thương mại.

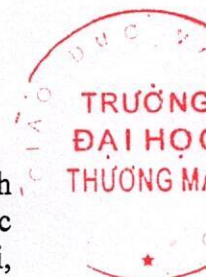
Chương trình đào tạo thạc sĩ ngành Kinh doanh Thương mại - chuyên ngành Marketing Thương mại định hướng ứng dụng nhằm đào tạo người học nâng cao kiến thức và ứng dụng kiến thức chuyên môn về marketing thương mại, thực hành được các kỹ năng nghề nghiệp, có năng lực độc lập sáng tạo trong tổ chức quản lý kinh doanh và marketing thương mại, tham gia tạo môi trường thuận lợi cho hoạt động kinh doanh.

3. Yêu cầu về kiến thức

- Nắm vững và vận dụng các phương pháp luận, các phương pháp nghiên cứu trong quản lý các dự án, và ứng dụng trong kinh tế, kinh doanh thương mại và marketing thương mại; Vận dụng thực hành quản lý kinh doanh và marketing thương mại hiện đại, bền vững trong bối cảnh nền kinh tế tri thức và kinh tế số; thực hành tốt các hành vi có đạo đức và thực hành quan hệ lao động có hiệu quả;

- Vận dụng phân tích và đánh giá thực tiễn tác động tiềm ẩn của các yếu tố môi trường trong và ngoài nước đối với quản lý chiến lược, hoạt động kinh doanh và thương mại của các tổ chức; Vận dụng đề xuất các kiến nghị và chính sách trung mô và vĩ mô nhằm tạo môi trường kinh doanh thuận lợi.

- Vận dụng phân tích và đánh giá thực tiễn các lĩnh vực then chốt của kinh doanh thương mại (kinh tế, quản lý, kinh doanh, chiến lược, tri thức và trí tuệ); Phân tích và đánh giá các kiến thức lý luận và thực tiễn vận dụng của chuyên ngành marketing thương mại (marketing chiến lược, quan hệ khách hàng, nghiên cứu marketing và thị trường, quản lý hoạt động marketing thương mại của các tổ chức);



4. Yêu cầu về kỹ năng

- Thực hành tốt các kỹ năng ứng dụng nghiên cứu và phân tích các thông tin và các vấn đề môi trường, thị trường, khách hàng, chính sách nhà nước và doanh nghiệp để hỗ trợ các quyết định kinh doanh và marketing thương mại, kiến nghị các giải pháp tác động vào môi trường kinh doanh.

- Thực hành ứng dụng thực tế tốt các kỹ năng quản lý tổng hợp phát triển chuyên môn theo tư duy chiến lược, phân tích có tính phản biện đa chiều, đánh giá có tính phê phán các phát hiện nghiên cứu nhằm giải quyết các vấn đề về kinh doanh và marketing thương mại; Thực hành ứng dụng thực tế tốt các kỹ năng ra quyết định trong điều kiện kinh doanh bất ổn;

- Thực hành ứng dụng thực tế tốt các kỹ năng hoạch định, phát triển, đánh giá các kế hoạch kinh doanh và marketing thương mại; Thực hành ứng dụng thực tế tốt các kỹ năng phát hiện, nghiên cứu phân tích, từ đó phát triển và thử nghiệm những giải pháp mới cho các vấn đề khó khăn của tổ chức và ngành trong kinh doanh thương mại và marketing thương mại.

- Thực hành tốt ứng dụng thực tế các kỹ năng làm việc độc lập, làm việc theo nhóm, tương tác hiệu quả để hoàn thành nhiệm vụ; Thực hành tốt ứng dụng thực tế các kỹ năng tự học, tự nghiên cứu, vận dụng các phương pháp nghiên cứu; thực hành tốt các kỹ năng giao tiếp và trình bày bằng lời và văn bản.

- Kỹ năng tin học và ngoại ngữ: Vận dụng các phần mềm tin học ứng dụng trong nghiên cứu khoa học để giải quyết các vấn đề trong kinh doanh và marketing kinh doanh và quản trị.

- Đạt chuẩn tiếng Anh tương đương bậc 4/6 Khung năng lực ngoại ngữ; hiệu được một báo cáo hay bài phát biểu về hầu hết các chủ đề trong công việc liên quan đến ngành kinh doanh và thương mại; diễn đạt bằng Tiếng Anh trong hầu hết các tình huống chuyên môn thông thường; viết báo cáo liên quan đến công việc chuyên môn; trình bày rõ ràng các ý kiến và phản biện một vấn đề chuyên môn bằng Tiếng Anh.

5. Yêu cầu về thái độ

- Có phẩm chất đạo đức nghề nghiệp, tôn trọng luật pháp, có kỷ luật; Có ý thức kỷ luật và trách nhiệm cao và tác phong chuyên nghiệp; Có trách nhiệm xã hội; có tinh thần trách nhiệm cao với cộng đồng, hướng tới phục vụ cộng đồng;

- Có tinh thần hợp tác trong công việc, có quan hệ đúng mực với đối tác đồng nghiệp;

- Có bản lĩnh, dám nghĩ dám làm, có trách nhiệm với bản thân, công việc, nghề nghiệp và xã hội; Trung thực, khách quan, năng động và sáng tạo.

6. Yêu cầu về năng lực tự chủ và trách nhiệm

- Có tư duy khoa học, tư duy chiến lược, tư duy phản biện, tư duy đổi mới trong công việc và hoạt động kinh doanh nói chung; Có năng lực sáng tạo, năng lực đổi mới trong quản lý và điều hành hoạt động kinh doanh thương mại nói chung và marketing thương mại nói riêng; Có năng lực tự định hướng phát triển năng lực cá nhân, và năng lực thích nghi với môi trường;

- Có năng lực phát hiện và giải quyết các vấn đề thuộc chuyên môn đào tạo kinh doanh thương mại và đề xuất những sáng kiến có giá trị; Có năng lực lập luận, năng lực xử lý tình huống và giải quyết vấn đề trong thực tiễn công việc và hoạt động kinh doanh, có năng lực sáng tạo, đổi mới trong mọi tình huống;

- Có năng lực dẫn dắt chuyên môn, có năng lực đưa ra được những kết luận mang

tính chuyên gia về các vấn đề phức tạp của chuyên môn, nghiệp vụ; Có năng lực bảo vệ và chịu trách nhiệm về những kết luận chuyên môn; Có năng lực nhận định đánh giá và quyết định phương hướng phát triển nhiệm vụ công việc được giao; có khả năng dẫn dắt chuyên môn để xử lý những vấn đề lớn của doanh nghiệp và của ngành.

7. 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.

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, 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.

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

9.1. Trong nước

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

- Chuẩn đầu ra trình độ thạc sĩ "Quản trị kinh doanh" Học viên nông nghiệp Việt Nam.

- Chuẩn đầu ra trình độ thạc sĩ "Quản trị kinh doanh" và của Viện Kinh tế và Quản lý - Trường Đại học Bách khoa Hà Nội.

- Chương trình đào tạo "Thạc sĩ Kinh doanh Thương mại" Viện đào tạo Sau Đại học - ĐH KTHCM, <http://sdh.ueh.vn/nganh-dao-tao-thac-sy/kinh-doanh-thuong-mai-master-of-commerce.html>

- Chương trình đào tạo thạc sĩ "Kinh doanh Thương mại" của Đại học Văn Lang

- Chương trình đào tạo thạc sĩ “Kinh doanh Thương mại” của Trường Đại học Ngoại thương
- Chương trình đào tạo thạc sĩ “Chuyên ngành Marketing” của Trường Đại học Kinh tế Quốc dân

9.2. Ngoài nước

- Chuẩn đầu ra của chương trình "Master of Business" và "Master of Marketing" của trường đại học UTS, của Australia.

- Chuẩn đầu ra của chương trình "Master of Business" và “Master of Marketing” trường đại học Swinburn của Australia,

- Chương trình đào tạo “Master of Marketing” trường La Trobe của Australia.

- Chuẩn đầu ra của chương trình "Master of Business" trường đại học Flinder của Australia.

- Chuẩn đầu ra của chương trình “Master of Marketing and Sales” Hamburg University of Applied Sciences (HAW Hamburg) của Đức

- Mục tiêu và chuẩn đầu ra của chương trình “Häme University of Applied Sciences” với chương trình “Master's Degree in Business Administration”, “Haaga-Helia University of Applied Sciences”, “Centria University of Applied Sciences” với chương trình “Master of Business Administration, International Business Management”, “Turku University of Applied Sciences” với chương trình “Master of Business Administration, Business Management”, “JAMK University of Applied Sciences” với chương trình “Master of Business Administration, DP in International Business Management”, “Arcada University of Applied Sciences” với chương trình “Master of Business Administration, International Business Management”, “XAMK Kaakkois-Suomen ammattikor kea koulu” với chương trình “Master of business administration, International Business Management”, có trường “Unitec Institute of Technology của New ZeaLand với chương trình “Master Applied Business”.

- Chương trình đào tạo “Master of Business Administration”, Trường “Ohio University”

- Chương trình đào tạo “Master 2 Commercial-Business Developer” (CBD), Trường Đại học Bordeaux, <http://www.iae-bordeaux.fx/Nos-information/Formation-initiales/Master-2- Commercial- Business- Developer- CPD>

- Chương trình đào tạo Master of Business Administration” University of Amsterdam (Business Administration), <http://www.uva.nl/en/shared-content/subsites/amsterdam-business-school/en/masters/business-administration/study-programme/study-programme.html>

HIỆU TRƯỞNG
TRƯỜNG
ĐẠI HỌC
THƯƠNG MẠI
 PGS, TS Nguyễn Hoàng

TRƯỞNG ĐƠN VỊ
 PGS, TS Phan Thị Thu Hoài

CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO

(Ban hành theo Quyết định số934/QĐ-ĐHTM ngày 18/6/2021
của Trường Đại học Thương mại

Tên chương trình đào tạo: Thạc sĩ Marketing Thương mại
Tên chương trình đào tạo: Master of Commerce Business in Marketing
Trình độ đào tạo: Thạc sĩ
Định hướng: Ứng dụng
Ngành đào tạo: Kinh doanh Thương mại Mã ngành: 8340121
Chuyên ngành: Marketing Thương mại

1. Mục tiêu đào tạo

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 cho người học các nền tảng về các kiến thức và ứng dụng các kiến thức kinh doanh và marketing thương mại, thực hành kỹ năng, năng lực tương ứng, thái độ của người lao động tiên tiến để thực hiện tổ chức quản lý kinh doanh và marketing thương mại.

Chương trình được xây dựng nhằm đào tạo người học nâng cao kiến thức và ứng dụng kiến thức chuyên môn về marketing thương mại, thực hành 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.

2. Chuẩn đầu ra

2.1. Kiến thức

- Nắm vững và vận dụng các phương pháp luận, các phương pháp nghiên cứu trong quản lý các dự án, và ứng dụng trong kinh tế, kinh doanh thương mại và marketing thương mại; Vận dụng thực hành quản lý kinh doanh và marketing thương mại hiện đại, bền vững trong bối cảnh nền kinh tế tri thức và kinh tế số; thực hành tốt các hành vi có đạo đức và thực hành quan hệ lao động có hiệu quả;

- Vận dụng phân tích và đánh giá thực tiễn tác động tiềm ẩn của các yếu tố môi trường trong và ngoài nước đối với quản lý chiến lược, hoạt động kinh doanh và thương mại của các tổ chức; Vận dụng đề xuất các kiến nghị và chính sách trung mô và vĩ mô nhằm tạo môi trường kinh doanh thuận lợi.

- Vận dụng phân tích và đánh giá thực tiễn các lĩnh vực then chốt của kinh doanh thương mại (kinh tế, quản lý, kinh doanh, chiến lược, tri thức và trí tuệ); Phân tích và đánh giá các kiến thức lý luận và thực tiễn vận dụng của chuyên ngành marketing thương mại (marketing chiến lược, quan hệ khách hàng, nghiên cứu marketing và thị trường, quản lý hoạt động marketing thương mại của các tổ chức);

2.2. Kỹ năng

- Thực hành tốt các kỹ năng ứng dụng nghiên cứu và phân tích các thông tin và các vấn đề môi trường, thị trường, khách hàng, chính sách nhà nước và doanh nghiệp để hỗ trợ

các quyết định kinh doanh và marketing thương mại, kiến nghị các giải pháp tác động vào môi trường kinh doanh.

- Thực hành ứng dụng thực tế tốt các kỹ năng quản lý tổng hợp phát triển chuyên môn theo tư duy chiến lược, phân tích có tính phân biện đa chiều, đánh giá có tính phê phán các phát hiện nghiên cứu nhằm giải quyết các vấn đề về kinh doanh và marketing thương mại; Thực hành ứng dụng thực tế tốt các kỹ năng ra quyết định trong điều kiện kinh doanh bất ổn;

- Thực hành ứng dụng thực tế tốt các kỹ năng hoạch định, phát triển, đánh giá các kế hoạch kinh doanh và marketing thương mại; Thực hành ứng dụng thực tế tốt các kỹ năng phát hiện, nghiên cứu phân tích, từ đó phát triển và thử nghiệm những giải pháp mới cho các vấn đề khó khăn của tổ chức và ngành trong kinh doanh thương mại và marketing thương mại.

- Thực hành tốt ứng dụng thực tế các kỹ năng làm việc độc lập, làm việc theo nhóm, tương tác hiệu quả để hoàn thành nhiệm vụ; Thực hành tốt ứng dụng thực tế các kỹ năng tự học, tự nghiên cứu, vận dụng các phương pháp nghiên cứu; thực hành tốt các kỹ năng giao tiếp và trình bày bằng lời và văn bản.

- Kỹ năng tin học và ngoại ngữ: Vận dụng các phần mềm tin học ứng dụng trong nghiên cứu khoa học để giải quyết các vấn đề trong kinh doanh và marketing kinh doanh và quản trị.

- Đạt chuẩn tiếng Anh tương đương bậc 4/6 Khung năng lực ngoại ngữ; hiểu được một báo cáo hay bài phát biểu về hầu hết các chủ đề trong công việc liên quan đến ngành kinh doanh và thương mại; diễn đạt bằng Tiếng Anh trong hầu hết các tình huống chuyên môn thông thường; viết báo cáo liên quan đến công việc chuyên môn; trình bày rõ ràng các ý kiến và phân biện một vấn đề chuyên môn bằng Tiếng Anh.

2.3. Năng lực tự chủ và trách nhiệm

- Có tư duy khoa học, tư duy chiến lược, tư duy phân biện, tư duy đổi mới trong công việc và hoạt động kinh doanh nói chung; Có năng lực sáng tạo, năng lực đổi mới trong quản lý và điều hành hoạt động kinh doanh thương mại nói chung và marketing thương mại nói riêng; Có năng lực tự định hướng phát triển năng lực cá nhân, và năng lực thích nghi với môi trường;

- Có năng lực phát hiện và giải quyết các vấn đề thuộc chuyên môn đào tạo kinh doanh thương mại và đề xuất những sáng kiến có giá trị; Có năng lực lập luận, năng lực xử lý tình huống và giải quyết vấn đề trong thực tiễn công việc và hoạt động kinh doanh, có năng lực sáng tạo, đổi mới trong mọi tình huống;

- Có năng lực dẫn dắt chuyên môn, có năng lực đưa ra được những kết luận mang tính chuyên gia về các vấn đề phức tạp của chuyên môn, nghiệp vụ; Có năng lực bảo vệ và chịu trách nhiệm về những kết luận chuyên môn; Có năng lực nhận định đánh giá và quyết định phương hướng phát triển nhiệm vụ công việc được giao; có khả năng dẫn dắt chuyên môn để xử lý những vấn đề lớn của doanh nghiệp và của ngành.

2.4. Thái độ

- Có phẩm chất đạo đức nghề nghiệp, tôn trọng luật pháp, có kỷ luật; Có ý thức kỷ luật và trách nhiệm cao và tác phong chuyên nghiệp; Có trách nhiệm xã hội; có tinh thần trách nhiệm cao với cộng đồng, hướng tới phục vụ cộng đồng;

- Có tinh thần hợp tác trong công việc, có quan hệ đúng mực với đối tác đồng nghiệp;

- Có bản lĩnh, dám nghĩ dám làm, có trách nhiệm với bản thân, công việc, nghề nghiệp và xã hội; Trung thực, khách quan, năng động và sáng tạo.

3. Yêu cầu đối với người dự tuyển

Đối tượng dự thi đào tạo trình độ thạc sĩ là công dân Việt Nam đáp ứng được điều kiện sau:

3.1. Điều kiện văn bằng

Thí sinh đăng ký dự thi đào tạo trình độ thạc sĩ phải có văn bằng sau đây:

TT	Ngành	Văn bằng đại học
	Kinh doanh thương mại và Marketing thương mại	
	- Ngành đúng	Ngành Kinh doanh thương mại và Marketing thương mại
	- Ngành gần	Các ngành khác cùng nhóm ngành Kinh doanh
	- Ngành khác	Các ngành khác không thuộc ngành đúng và ngành gần ở trên.

Danh mục các nhóm ngành, khối ngành nêu ở bảng trên thực hiện theo Thông tư số 25/2017/TT-BGDĐT và Thông tư số 24/2017/TT-BGDĐT ngày 10/10/2017 của Bộ GD&ĐT.

a) Thí sinh có bằng tốt nghiệp đại học thuộc nhóm ngành đúng không phải học bổ sung kiến thức trước khi thi tuyển sinh.

b) Thí sinh có bằng tốt nghiệp đại học thuộc nhóm ngành gần và ngành khác phải học bổ sung một số học phần trong chương trình đào tạo đại học của chuyên ngành đăng ký dự thi trước khi thi tuyển sinh. Chương trình các học phần bổ sung của từng chuyên ngành thực hiện theo Quyết định số 608/QĐ-DHTM ngày 14/5/2021 của Hiệu trưởng Trường Đại học Thương mại.

Thí sinh được xem xét miễn học và thi học phần bổ sung nếu thoả mãn đồng thời các điều kiện sau: (i) Học phần xin miễn có tên trong Bảng điểm đại học của thí sinh (tên học phần ghi trong bảng điểm phải hoàn toàn trùng khớp với tên học phần bổ sung); (ii) Học phần có số tín chỉ từ 2 trở lên; (iii) Điểm học phần phải từ 5 trở lên (thang điểm 10).

c) Thí sinh đăng ký dự thi có bằng tốt nghiệp đại học ngành/ chuyên ngành không nằm trong danh mục các ngành/ chuyên ngành đã nêu ở trên (các ngành/ chuyên ngành theo quy định cũ trước đây), Trường ĐHTM sẽ căn cứ vào Bảng điểm đại học để xét điều kiện về văn bằng đối với từng trường hợp cụ thể.

d) Thí sinh có bằng đại học do cơ sở giáo dục nước ngoài cấp phải có văn bản công nhận là “bằng đại học” do Cục Quản lý Chất lượng Giáo dục - Bộ Giáo dục và Đào tạo cấp. Trường sẽ thành lập Hội đồng xét công nhận khối lượng chuyên đổi kết quả học tập và các học phần phải học bổ sung.

3.2. Điều kiện thâm niên công tác

Đối tượng tuyển sinh có bằng tốt nghiệp đại học ngành/chuyên ngành đúng và ngành gần được dự thi ngay sau khi tốt nghiệp; người có bằng tốt nghiệp ngành khác với ngành đăng ký dự thi trình độ thạc sĩ phải có tối thiểu 2 (hai) năm kinh nghiệm làm việc trong lĩnh vực đăng ký dự thi.

3.3. Điều kiện về lý lịch

Có lý lịch bản thân rõ ràng, không trong thời gian thi hành kỷ luật từ mức cảnh cáo trở lên và không trong thời gian thi hành án hình sự, được cơ quan quản lý nhân sự nơi đang làm việc hoặc chính quyền địa phương nơi cư trú xác nhận.

3.4. Điều kiện về sức khỏe

Có đủ sức khỏe để học tập. Đối với con đẻ của người hoạt động kháng chiến bị nhiễm chất độc hoá học Trường Đại học Thương mại sẽ xem xét, quyết định cho dự thi tuyển sinh tùy tình trạng sức khỏe và yêu cầu của ngành học.

4. Phương thức tuyển sinh

Theo đề án tuyển sinh thạc sĩ hiện hành của Trường Đại học Thương mại. Cụ thể:

- Thi tuyển: đối với thí sinh là người Việt Nam
- Xét tuyển: đối với thí sinh là người nước ngoài (có quy định riêng).

Các môn thi:

- Môn cơ bản: Kinh tế học

- Môn cơ sở ngành:

+ Marketing căn bản (đối với chuyên ngành Marketing thương mại)

- Môn ngoại ngữ: Tiếng Anh (Theo khung năng lực ngoại ngữ 6 bậc dùng cho Việt Nam)

Thí sinh có năng lực Tiếng Anh thuộc một trong các trường hợp sau được miễn thi môn ngoại ngữ:

a) Có bằng tốt nghiệp đại học, thạc sĩ, tiến sĩ được đào tạo bằng tiếng Anh toàn thời gian ở nước ngoài, được cơ quan có thẩm quyền công nhận văn bằng theo quy định hiện hành;

b) Có bằng tốt nghiệp đại học chương trình tiên tiến theo Đề án của Bộ Giáo dục và Đào tạo về đào tạo chương trình tiên tiến ở một số trường đại học của Việt Nam, giảng dạy bằng tiếng Anh;

c) Có bằng tốt nghiệp đại học ngành tiếng Anh;

d) Có chứng chỉ trình độ tiếng Anh (được quy định tại Phụ lục 1 của Thông báo này) trong thời hạn 2 năm từ ngày cấp chứng chỉ đến ngày thi tuyển sinh, được cấp bởi một cơ sở được Bộ Giáo dục và Đào tạo cho phép hoặc công nhận.

5. Điều kiện tốt nghiệp

Người học sẽ được công nhận và cấp bằng tốt nghiệp sau khi hoàn thành chương trình đào tạo và đáp ứng các điều kiện theo Quy chế đào tạo trình độ thạc sĩ của Trường Đại học Thương mại.

6. Chương trình đào tạo trình độ thạc sĩ

6.1. Khái quát chương trình

Tổng số tín chỉ tích lũy: 60

Kiến thức chung: 08

Kiến thức ngành: BB: 06; TC: 06; CĐ 2

Kiến thức chuyên ngành: BB: 06; TC: 12; CĐ 2

Báo cáo thực tập: 03

Luận văn tốt nghiệp: 15

6.2. Cấu trúc chương trình

STT	TÊN HỌC PHẦN	SỐ TC	CẤU TRÚC
1	KIẾN THỨC CHUNG	8	
1	Triết học	4	42,18
2	Phương pháp nghiên cứu khoa học	2	20,10
3	Thực hành tìm kiếm thông tin trên mạng Internet	2	0,30
2	KIẾN THỨC NGÀNH	14	
2.1.	Các học phần bắt buộc	6	

1	Kinh tế vĩ mô	2	20,10
2	Quản lý Nhà nước về kinh tế	2	20,10
3	Quản trị chiến lược	2	20,10
2.2	Các học phần tự chọn (chọn 3 trong 6 HP sau)	6	
1	Quản trị sự thay đổi	2	20,10
2	Chiến lược chuỗi cung ứng	2	20,10
3	Quản trị tài chính nâng cao	2	20,10
4	Luật kinh tế nâng cao	2	20,10
5	Quản trị chất lượng ứng dụng trong doanh nghiệp	2	20,10
6	Kinh tế nguồn nhân lực	2	20,10
2.3	Chuyên đề thực tế 1	2	0,0,30
3	KIẾN THỨC CHUYÊN NGÀNH	20	
3.1	Các học phần bắt buộc	6	
1	Marketing Thương mại trong môi trường số	2	20,10
2	Nghiên cứu hành vi khách hàng	2	20,10
3	Quản trị quan hệ khách hàng	2	20,10
3.2	Các học phần tự chọn (chọn 6 trong 12 HP sau)	12	
1	Quản trị dịch vụ nâng cao	2	20,10
2	Quản lý hoạt động sở hữu trí tuệ trong tổ chức	2	20,10
3	Quản trị thương hiệu sản phẩm và doanh nghiệp	2	20,10
4	Ứng dụng thương mại điện tử trong doanh nghiệp	2	20,10
5	Quản trị thị trường chiến lược	2	20,10
6	Thực hành nghiên cứu marketing	2	00,30
7	Lãnh đạo và quản lý	2	20,10
8	Thương mại và đầu tư quốc tế	2	20,10
9	Marketing xuất khẩu	2	20,10
10	Marketing tài chính và ngân hàng nâng cao	2	20,10
11	Kiểm toán hoạt động	2	20,10
12	Marketing địa phương	2	20,10
3.3	Chuyên đề thực tế 2	2	0,0,30
4	BÁO CÁO THỰC TẾ	3	
5	LUẬN VĂN TỐT NGHIỆP	15	
	Tổng số tín chỉ	60	

6.3. Mô tả các học phần trong chương trình đào tạo

Mục tiêu và tóm tắt nội dung chính của các học phần trong chương trình đào tạo

ST T	TÊN HỌC PHẦN	Mục tiêu học phần	Tóm tắt nội dung chính
1	KIẾN THỨC CHUNG		
1	Triết học	Với cách tiếp cận hệ thống, Học phần Triết học giúp học viên nắm được những kiến thức triết học cơ bản trong toàn bộ tiến trình lịch sử triết học; củng cố tri thức triết học triết học Mác - Lênin phục vụ cho công việc nghiên cứu thuộc lĩnh vực chuyên môn kinh tế; nâng cao năng lực vận dụng thế giới quan, phương pháp luận của triết học Mác-Lênin, tư tưởng Hồ Chí Minh và việc giải quyết những vấn đề thực tiễn của cuộc sống	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 cung cấp cho học viên cao học những kiến thức về phương pháp luận nghiên cứu khoa học, trên cơ sở đó học viên có thể phát triển kỹ năng thực hiện các đề tài nghiên cứu khoa học và viết luận văn thạc sĩ trên cả hai góc độ: Phương pháp nghiên cứu khoa học và phương pháp xử lý dữ liệu phục vụ cho việc nghiên cứu nói chung và xử lý dữ liệu phục vụ cho việc thực hiện luận văn thạc sĩ nói riêng.	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	Thực hành tìm kiếm thông tin trên mạng Internet là học phần phát triển kỹ năng bắt buộc thuộc khối kiến thức chung cho học viên cao học chương trình thạc sỹ định hướng ứng dụng của các ngành Quản trị kinh doanh, Kế toán, Kinh doanh thương mại, Tài chính ngân hàng, Quản lý Kinh tế, Quản trị nhân lực trong sử dụng các công cụ tìm kiếm thông dụng và	Học phần <i>Thực hành tìm kiếm thông tin trên mạng Internet</i> là học phần bắt buộc thuộc khối kiến thức cơ sở trong chương trình đào tạo thạc sỹ định hướng ứng dụng của các Quản trị kinh doanh, Kế toán, Kinh doanh thương mại, Tài chính ngân hàng, Quản lý Kinh tế, Quản trị nhân lực. 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 khai thác dữ liệu trên Internet, sao cho việc tìm

		phổ biến nhất hiện nay trên thế giới để khai thác thông tin, dữ liệu theo nhu cầu trên mạng Internet.	kiểm 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.
2	KIẾN THỨC NGÀNH		
2.1	Các học phần bắt buộc		
1	Kinh tế vĩ mô	Trang bị kiến thức mở rộng và chuyên sâu về kinh tế vĩ mô ứng dụng giúp học viên nắm chắc cơ sở lý thuyết và có thể ứng dụng vào thực tiễn để phân tích và dự báo các vấn đề kinh tế vĩ mô và chính sách 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.
2	Quản lý Nhà nước về kinh tế	Học phần cung cấp cho học viên những kiến thức, kỹ năng chuyên sâu và nâng cao về những nguyên lý khoa học hiện đại trong quản lý nhà nước về kinh tế trong điều kiện nền kinh tế thị trường định hướng XHCN và hội nhập quốc tế ở Việt Nam hiện nay, đặc biệt là những nội dung và các phương pháp, công cụ quản lý nhà nước về kinh tế. Bên cạnh đó, học phần trang bị cho học viên kỹ năng, phương pháp phân tích và vận dụng những kiến thức được học vào thực tiễn công tác quản lý nhà nước, đặc biệt là khả năng hoạch định, phân tích và tổ chức thực thi	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.

		các chiến lược, qui hoạch, kế hoạch, các công cụ, chính sách kinh tế trên phạm vi nền kinh tế, hoặc của địa phương, cũng như trong một số ngành, lĩnh vực kinh tế cụ thể ở Việt Nam hiện nay.	
3	Quản trị chiến lược	<p>Mục tiêu chung: Học phần cung cấp những luận cứ khoa học bao gồm cả lí luận, thực tiễn, các định hướng và giải pháp quản trị chiến lược hướng tới phát triển chiến lược kinh doanh.</p> <p>Mục tiêu cụ thể:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Cung cấp những nguyên lý hiện đại về quản trị chiến lược hướng tới phát triển chiến lược kinh doanh - Cung cấp phương pháp và kỹ năng vận dụng các nguyên lý và kiến thức quản trị chiến lược hướng tới phát triển chiến lược kinh doanh đặc biệt gắn với xu hướng công nghệ 4.0 và chú trọng đến CLKD thân thiện với môi trường. 	<p>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.</p> <p>Chương 1: Tổng quan về Quản trị chiến lược hướng tới phát triển CLKD của Doanh nghiệp</p> <p>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.</p> <p>Chương 3: Phát triển chiến lược cung ứng giá trị đáp ứng thị trường mục tiêu</p> <p>Chương 4: Tổ chức và lãnh đạo CLKD</p>
2.2 Các học phần tự chọn (chọn 3 trong 6 HP sau)			
1	Quản trị sự thay đổi	<p>Học phần trang bị cho người học những kiến thức cơ bản và nâng cao về quản trị sự thay đổi của doanh nghiệp</p> <p>Người học tiếp cận ở cả góc độ lý luận và thực tế về quản trị sự thay đổi của doanh nghiệp theo các vấn đề từ 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.</p>	<p>Học phần cung cấp các kiến thức cơ bản và nâng cao về quản trị sự 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.</p>
2	Chiến lược chuỗi cung ứng	<p>Trang bị những kiến thức về chiến lược chuỗi cung ứng, một số loại hình chiến lược và phương pháp quản trị cơ bản trong các chuỗi cung ứng hiện đại.</p>	<p>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</p>

			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.
3	Quản trị tài chính nâng cao	Học phần Quản trị tài chính nâng cao nhằm trang bị cho học viên cao học những kiến thức và kỹ năng thực hành chuyên sâu và nâng cao về quản trị tài chính doanh nghiệp, giúp người học có khả năng giải quyết các tình huống ứng dụng quản trị tài chính doanh nghiệp ở cấp độ chiến lược.	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.
4	Luật kinh tế nâng cao	Trang bị cho học viên kiến thức cập nhật về pháp luật trong lĩnh vực kinh tế và kỹ năng vận dụng các quy định của pháp luật này trong thực tiễn.	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.
5	Quản trị chất lượng ứng dụng trong doanh nghiệp	Học phần trang bị cho người học những thay đổi về nhận thức và các cách tiếp cận mới về chất lượng và quản trị chất lượng của doanh nghiệp trong kinh doanh hiện đại; Giúp người học có khả năng ứng dụng các phương pháp	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 chương trình thạc sỹ ngành kinh doanh thương mại, chuyên ngành marketing thương mại theo định hướng ứng dụng.

	<p>nghiệp</p>	<p>và công cụ phù hợp để quản trị chất lượng trong doanh nghiệp theo từng khía cạnh liên quan đến 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. Từ đó, giúp người học có thái độ và nhận thức đúng đắn về chất lượng, có khả năng vận dụng các kiến thức đã học để quản lý và đảm bảo chất lượng các hoạt động tác nghiệp của cá nhân cũng như các yếu tố tổ chức của doanh nghiệp, phù hợp với bối cảnh kinh doanh hiện đại, hướng tới các mục tiêu phát triển bền vững và khả năng thích ứng cao với những thay đổi trong xu hướng môi trường kinh doanh mới.</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>
6	<p>Kinh tế nguồn nhân lực</p>	<p>Sau khi hoàn thành học phần, người học biết, nắm bắt, vận dụng sáng tạo những kiến thức cơ bản về kinh tế nguồn nhân lực; Vận dụng kiến thức để tính toán phân tích, đánh giá các vấn đề trong kinh tế nguồn nhân lực; Rèn luyện kỹ năng chuyên môn, kỹ năng hỗ trợ, có năng lực tự chủ tự chịu trách nhiệm; có thái độ nghiêm túc trong thực hiện các nhiệm vụ của học phần. Qua đó giúp người học có năng lực đạt chuẩn đầu ra chương trình đào tạo thạc sĩ ngành Quản trị nhân lực, có khả năng nâng cao trình độ sau tốt nghiệp và giúp người học làm tốt công việc chuyên môn của mình.</p>	<p>Học phần có vị trí là học phần thuộc bộ chương trình đào tạo trình độ thạc sĩ 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>
2.3	<p>Chuyên đề</p>	<p>Học phần nhằm trang bị cho người học kiến thức về thực tiễn</p>	<p>Học phần trang bị cho người học các kiến thức thực tiễn về áp dụng</p>

	Thực tế 1: Thực tiễn kinh doanh Thương mại ở các DN	kinh doanh thương mại ở các công ty đang hoạt động ở thị trường Việt Nam. Học phần vận dụng kiến thức tiền vào hoạt động kinh thương mại của một đơn vị kinh doanh và đề xuất giải pháp nâng cao hiệu quả quản lý kinh doanh thương mại của đơn vị kinh doanh.	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 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
3	KIẾN THỨC CHUYÊN NGÀNH		
3.1	Các học phần bắt buộc		
1	Marketing Thương mại trong môi trường số	Cung cấp cho người học kiến thức, kỹ năng và năng lực về quản trị marketing thương mại toàn diện trong môi trường kinh doanh hiện đại với sự phát triển của nền kinh tế tri thức và nền kinh 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
2	Nghiên cứu hành vi khách hàng	<p>- Về kiến thức + Phân tích sâu khái niệm nghiên cứu hành vi khách hàng.</p> <p>+ Phân tích được các nhân tố ảnh hưởng đến hành vi khách hàng và quá trình quyết định mua sắm của khách hàng.</p> <p>+ Tổng hợp kết quả nghiên cứu hành vi khách hàng làm cơ sở cho việc ra các quyết định marketing tại các tổ chức và doanh nghiệp.</p> <p>- Về kỹ năng + Phân tích đặc điểm hành vi KH</p> <p>+ Phân tích các giai đoạn trong quá trình quyết định mua sắm của khách hàng.</p> <p>+ Ra các quyết định marketing trên kết quả nghiên cứu hành vi khách hàng.</p>	<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>
3	Quản trị quan hệ	Cung cấp cho cao người học những kiến thức chuyên sâu về hoạt động xây dựng và duy trì	Quản trị quan hệ khách hàng là học phần bắt buộc nhóm học phần chuyên ngành của chương trình cao học Ngành

	khách hàng	quan hệ dài hạn với các khách hàng và các bên có liên quan nhằm đạt được mục tiêu duy trì và phát triển kinh doanh của DN thông qua phát triển khách hàng trung thành của các tổ chức.	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.
3.2	Các học phần tự chọn (chọn 6 trong 12 HP sau)		
1	Quản trị dịch vụ nâng cao	Học phần Quản trị dịch vụ nâng cao trang bị cho người học kiến thức và kỹ năng nâng cao về quản trị dịch vụ làm nền tảng giúp người học nghiên cứu chuyên sâu về các chuyên ngành đào tạo 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,... và có khả năng làm việc tốt ở các vị trí quản trị, cố vấn doanh nghiệp, giảng dạy và nghiên cứu.	Học phần Quản trị dịch vụ nâng cao là học phần thuộc khối kiến thức chuyên ngành thuộc chương trình đào tạo thạc sĩ 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 hỗ trợ dịch vụ; phương pháp xác định vị trí cơ sở dịch vụ và quản trị dự án dịch vụ.
2	Quản lý hoạt động sở hữu trí tuệ trong tổ chức	Cung cấp cho học viên những kiến thức chuyên sâu về lý luận và thực tiễn, các kỹ năng cần thiết quản lý hoạt động sở hữu trí tuệ trong các tổ chức từ hoạch định và phát triển nguồn tài sản trí tuệ đến thực thi bảo vệ quyền và tổ chức ứng dụng khai thác chúng phục vụ những mục đích khác nhau của 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.
3	Quản trị thương hiệu sản phẩm và doanh nghiệp	Cung cấp cho học viên những kiến thức chuyên sâu về hoạt động quản trị thương hiệu sản phẩm trong tương quan và gắn kết logic với kiến trúc và chiến lược thương hiệu 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 ...)
4	Ứng dụng thương mại điện tử trong doanh nghiệp	<p>- <i>Mục tiêu chung:</i> Thông qua nội dung của học phần, học viên cao học có được một kiến thức tổng hợp về ứng dụng thương mại điện tử trong doanh nghiệp thuộc các ngành và lĩnh vực kinh doanh khác nhau, góp phần tạo nên một tư duy và một tầm nhìn rộng mở hơn đối với quản trị các hoạt động kinh doanh thương mại trong bối cảnh các doanh nghiệp trong nước và trên thế giới triển khai ứng dụng rộng rãi các thành tựu của công nghệ thông tin - truyền thông và tăng cường hội nhập kinh tế quốc tế.</p>	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
5	Quản trị thị trường chiến lược	<p>Học phần trang bị theo hướng chuyên sâu cho học viên các kiến thức chuyên ngành về quản trị thị trường chiến lược của doanh nghiệp nhằm tạo lập tư duy quản trị doanh nghiệp dựa trên tình hình thị trường.</p> <p>Học phần nâng cao kỹ năng thực hành phân tích, tổng hợp, đánh giá và quản lý đối với các vấn đề thị trường chiến lược, đặc biệt là cách thức nhận diện, lựa chọn, định vị và quản trị thị trường chiến lược của doanh nghiệp trong bối cảnh cạnh tranh và hội nhập.</p>	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 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.
6	Thực	Mục tiêu chung: Cung cấp cho	Học phần Thực hành nghiên cứu

	hành nghiên cứu marketi ng	người học những kĩ năng chuyên sâu trên nền tảng kiến thức về nghiên cứu marketing, đồng thời vận dụng thực hành một số hoạt động nghiên cứu marketing tại các tổ chức và doanh nghiệp	marketing là học phân 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 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.
7	Lãnh đạo và quản lý	Học phần trang bị cho người học những kiến thức cơ bản và nâng cao cả ở góc độ lý luận và thực tế về lãnh đạo và quản lý. Hỗ trợ người học từ vận dụng lý thuyết đến sáng tạo trong thực tế nghiên cứu và làm việc về các nội dung lãnh đạo và quản lý như: lãnh đạo theo cách thức sử dụng quyền lực, lãnh đạo theo tình huống, lãnh đạo theo mục tiêu, lãnh đạo theo quá trình; quản lý theo hệ thống, quản lý chức năng, quản lý phối hợp các nguồn lực trong quá trình thực hiện các hoạt động của tổ chức nói chung, của doanh nghiệp nói riêng.	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.
8	Thương mại và đầu tư quốc tế	Học phần cung cấp những kiến thức hiện đại và nâng cao cùng những thông tin thực tế về hoạt động thương mại quốc tế và đầu tư quốc tế; những vấn đề liên quan đến hoạt động thương mại quốc tế như hàng rào thương mại quốc tế, các biện pháp phòng vệ thương mại, bảo hộ sở hữu trí tuệ liên quan đến thương mại,... Học phần cũng giúp người học được rèn luyện kỹ năng làm việc theo nhóm, kỹ năng lập luận, kỹ năng	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

		thuyết trình, kỹ năng phân tích và đánh giá.	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.
9	Marketing xuất khẩu	Cung cấp cho các học viên các kiến thức, kỹ năng và năng lực về xây dựng và triển khai marketing xuất khẩu của các doanh nghiệp nhằm ổn định và phát triển kinh doanh xuất khẩu của doanh nghiệp.	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 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.
10	Marketing tài chính và ngân hàng nâng cao	Cung cấp cho cao học viên nắm được kiến thức, kỹ năng, và phương pháp về xây dựng và triển khai hoạt động marketing dịch vụ tài chính và ngân hàng trong các tổ chức tài chính ở góc độ chiến lược và chính sách marketing để các tổ chức có thể cung ứng dịch vụ ngân hàng và tài chính thành công trên thị trường.	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
11	Kiểm toán hoạt động	Học phần trang bị cho người học các kiến thức cơ bản và hiện đại về kiểm toán hoạt động tạo nền tảng để người học có thể vận dụng trong xây dựng và thực hành hoạt động nghề nghiệp theo các chuyên đề của kiểm toán hoạt động trong đơn vị hiện nay.	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

			<p>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.</p>
12	Marketing địa phương	<p>Cung cấp cho học viên cao học những kiến thức chuyên sâu về marketing địa phương và các kỹ năng hoạch định chiến lược và tổ chức triển khai các hoạt động marketing địa phương nhằm truyền thông, định vị hình ảnh địa phương, tăng thu hút nguồn lực phát triển bền vững kinh tế - xã hội địa phương.</p>	<p>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 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</p>
3.3	Chuyên đề thực tế 2: Thực tiễn Marketing thương mại, khách hàng, thị trường	<p>Học phần trang bị cho người học kiến thức thực tế về khách hàng, thị trường, và hoạt động marketing thương mại của các doanh nghiệp. Các kiến thức và kỹ năng phân tích, đánh giá và quản lý các cơ hội liên quan đến khách hàng, thị trường, phân tích và đánh giá hoạt động marketing của các doanh nghiệp. Học phần cung cấp các thực tiễn kinh doanh và thúc đẩy người học đối chiếu giữa thực tiễn với các lý luận đã tích lũy được để phân tích đánh giá và từ đó đề xuất giải pháp quản lý, cải tiến hoạt động chuyên môn marketing thương mại của các doanh nghiệp.</p>	<p>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.</p>
4	BÁO CÁO THỰC TẾ		
5	LUẬN VĂN TỐT NGHIỆP		

7. Kế hoạch đào tạo

STT	Kỳ học (Số TC)	Khối kiến thức, học phần đào tạo	Giảng viên
		I/Kiến thức chung (các học phần bắt buộc)	
1	Kì thứ nhất (6TC)	Triết học	1. TS. GVC. Tạ Thị Vân Hà 2. PGS.TS. GVCC. Phương Kỳ Sơn 3. TS. GVC. Đặng Minh Tiến 4. TS. Hồ Công Đức 5. PGS.TS. NCVCC. Cao Thu Hằng
2		Phương pháp NCKH	1. TS. Lê Tiến Đạt 2. TS. Phạm Thị Minh Uyên
1	Kì thứ hai (18TC)	Thực hành tìm kiếm thông tin trên mạng Internet	1. TS. Lê Xuân Cù 2. TS. Nguyễn Trần Hưng
		II/Kiến thức cơ sở ngành (các học phần bắt buộc)	
2		Kinh tế vĩ mô	1. PGS.TS Phạm Thị Tuệ 2. PGS.TS Phan Thế Công 3. TS. Nguyễn Thị Thu Hiền 4. TS. Lê Mai Trang 5. TS. Vũ Thị Thanh Huyền
3		Quản lý Nhà nước về kinh tế	1. PGS.TS Hà Văn Sự 2. TS. Nguyễn Thị Hương Giang 3. TS. Chu Thị Thủy
			1. TS. Đỗ Thị Bình 2. TS. Nguyễn Thị Uyên 3. PGS.TS Nguyễn Hoàng Việt 4. PGS.TS Nguyễn Hoàng 6. PGS.TS Nguyễn Đức Nhuận
4		Quản trị chiến lược	
	II/Kiến thức cơ sở ngành (các học phần tự chọn, chọn 03 học phần tổng 6TC)		
5		Luật kinh tế nâng cao	1. PGS.TS. Trần Thị Thu Phương 2. TS. Trần Thành Thọ 3. TS. Nguyễn Thị Tinh 4. TS. Đinh Thị Thanh Thủy
6		Quản trị sự thay đổi	1. PGS.TS Nguyễn Thị Bích Loan 2. PGS.TS Bùi Hữu Đức 3. GS.TS Phạm Vũ Luận 4. TS. Nguyễn Thị Thanh Nhân 5. TS. Trần Thị Hoàng Hà 6. TS. Nguyễn Thanh Hải 7. TS. Dương Thị Thúy Nương 8. TS. Phạm Trung Tiên
7		Chiến lược chuỗi cung	1. PGS.TS An Thị Thanh Nhân

		ứng	2. PGS.TS Nguyễn Văn Minh (T) 3. TS. Trần Thị Thu Hương 4. TS. Phạm Văn Kiêm
8		Quản trị tài chính nâng cao	1. PGS.TS Phạm Tuấn Anh 2. TS. Nguyễn Thị Minh Thảo
9		Kinh tế nguồn nhân lực	1. PGS.TS Phạm Công Đoàn 2. TS. Đinh Thị Hương 3. PGS.TS Nguyễn Thị Minh Nhân 4. TS. Nguyễn Thị Liên
10		Quản trị chất lượng ứng dụng trong doanh nghiệp	1. PGS.TS Đỗ Thị Ngọc 2. TS. Nguyễn Hóa 3. TS. Đặng Thu Hương
11		Chuyên đề thực tế 1	1. TS. Hà Minh Hiệp 2. TS. Cao Hoàng Long 3. ThS. Hoàng Bích Ngọc 4. PTGD Nguyễn Trung Hiếu 5. Th.S Nguyễn Thị Huyền Hoà 6. Th.S Bùi Bá Nghiêm 7. Th.S Nguyễn Hữu Khánh 8. Th.S Trương Quang Luyến 9. Th.S Nguyễn Thanh Sơn 11. PGS,TS Nguyễn Hoàng Long 12. PGS, TS Nguyễn Tiến Dũng 13. PGS, TS Nguyễn Văn Minh 14. PGS.TS An Thị Thanh Nhân 15. TS. Lục Thu Hường 16. TS. Nguyễn Hoàng Giang
		III/Kiến thức chuyên ngành (các học phần bắt buộc)	
12		Nghiên cứu hành vi khách hàng	1. PGS.TS. Phạm Thúy Hồng 2. TS. Nguyễn Thị Thanh Nhân 3. TS. Nguyễn Hoàng Giang 4. TS. Nguyễn Bảo Ngọc
1	Kì thứ ba (21 TC)	Quản trị quan hệ khách hàng	1. PGS.TS. Phan Thị Thu Hoài 2. PGS.TS. Phạm Thúy Hồng 3. PGS.TS. Cao Tuấn Khanh 4. PGS.TS. Nguyễn Hoàng Long 5. TS. Nguyễn Bảo Ngọc
2		Marketing thương mại trong môi trường số	1. PGS.TS. Cao Tuấn Khanh 2. PGS.TS Phan Thị Thu Hoài 3. PGS.TS Nguyễn Tiến Dũng 4. PGS.TS Nguyễn Hoàng Long
		III/Kiến thức chuyên ngành - Học phần tự chọn (chọn 6 trong 12 học phần)	
3		Quản trị dịch vụ nâng cao	1. PGS.TS Bùi Xuân Nhân 2. PGS.TS Nguyễn Thị Nguyên Hồng 3. TS. Nguyễn Hóa

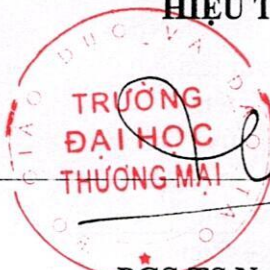
			4. TS. Trần Thị Bích Hằng
4		Quản lý hoạt động sở hữu trí tuệ trong tổ chức	1. PGS.TS Nguyễn Quốc Thịnh 2. TS. Khúc Đại Long 3. TS. Nguyễn Thu Hương
5		Quản trị thương hiệu sản phẩm và doanh nghiệp	1. PGS.TS Nguyễn Quốc Thịnh 2. TS. Lục Thị Thu Hương 3. TS Khúc Đại Long 4. TS Nguyễn Thu Hương
6		Ứng dụng TMĐT trong doanh nghiệp	1. PGS.TS. Nguyễn Văn Minh (I) 2. TS. Nguyễn Trần Hưng 3. TS. Chử Bá Quyết 4. TS. Trần Hoài Nam
7		Thực hành nghiên cứu marketing	1. PGS.TS Phạm Thúy Hồng 2. TS. Nguyễn Thị Thanh Nhân 3. TS. Phùng Thị Thủy 4. TS. Nguyễn Hoàng Giang 5. TS. Nguyễn Bảo Ngọc 6. PGS.TS. Phan Thị Thu Hoài 7. PGS.TS. Nguyễn Hoàng Long
8		Quản trị thị trường chiến lược	1. TS. Nguyễn Thị Mỹ Nguyệt 2. PGS.TS Nguyễn Hoàng Việt 3. PGS.TS Nguyễn Hoàng Long
9		Lãnh đạo và quản lý	1. GS.TS Phạm Vũ Luận 2. TS. Trần Thị Hoàng Hà 3. TS. Nguyễn Thị Thanh Nhân 4. TS. Nguyễn Thanh Hải 5. TS. Phạm Trung Tiến 6. TS. Dương Thị Thúy Nương 7. PGS.TS Nguyễn Thị Bích Loan 8. PGS.TS Bùi Hữu Đức
10		Thương mại và Đầu tư quốc tế	1. PGS.TS. Doãn Kế Bôn 2. TS. Lê Thị Việt Nga
11		Marketing xuất khẩu	1. PGS.TS. Cao Tuấn Khanh 2. PGS.TS. Phạm Thúy Hồng 3. PGS.TS Nguyễn Tiến Dũng 4. TS. Nguyễn Thị Thanh Nhân
12		Marketing ứng dụng trong các tổ chức tài chính	1. PGS,TS. Phan Thị Thu Hoài 2. PGS,TS. Nguyễn Tiến Dũng 3. PGS,TS. Nguyễn Hoàng Long 4. TS. Phùng Thị Thủy 5. TS. Nguyễn Hoàng Giang
13		Kiểm toán hoạt động	1. PGS. TS Phạm Đức Hiếu 2. TS. Nguyễn Việt Tiến 3. TS. Tạ Quang Bình
14		Marketing địa phương	1. PGS.TS. Nguyễn Hoàng Long 2. PGS.TS. Cao Tuấn Khanh, 3. PGS.TS. Phan Thị Thu Hoài 4. PGS.TS. Nguyễn Tiến Dũng
15		Chuyên đề thực tế 2	1. Th.S Nguyễn Thị Hiền Hoà 2. Th.S Bùi Bá Nghiêm

			3. Th.S Nguyễn Hữu Khánh 4. Th.S Trương Quang Luyện 5. Th.S Nguyễn Thanh Sơn 6. TS. Hà Minh Hiệp 7. TS. Cao Hoàng Long 8. ThS. Hoàng Bích Ngọc 9. PTGD Nguyễn Trung Hiếu 10. PGS,TS Phan Thị Thu Hoài 11. PGS,TS Cao Tuấn Khanh 12. PGS,TS Nguyễn Quốc Thịnh 13. PGS.TS Phạm Thúy Hồng 14. TS. Nguyễn Thị Thanh Nhân 15. TS. Phùng Thị Thủy
16		BÁO CÁO THỰC TẾ – thực tiễn ứng dụng marketing ở trong doanh nghiệp và các địa phương	
4	Kì thứ tư (15TC)	LUẬN VĂN TỐT NGHIỆP	

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

HIỆU TRƯỞNG

TRƯỞNG ĐƠN VỊ



PGS,TS Nguyễn Hoàng

PGS,TS Phan Thị Thu Hoài