

CHUẨN ĐẦU RA CỦA CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO

(Ban hành theo Quyết định số 245A./QĐ-ĐHTM ngày 27. tháng 12. năm 2024
của Hiệu trưởng Trường Đại học Thương mại)

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

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

Chương trình Marketing số thuộc ngành Marketing là chương trình đào tạo (CTĐT) định hướng ứng dụng.

CTĐT này có mục tiêu là đào tạo người học có phẩm chất chính trị, đạo đức, có sức khỏe tốt, có trách nhiệm, tự học và học tập suốt đời. Người học tốt nghiệp đáp ứng nhu cầu xã hội về nguồn nhân lực có trình độ đại học thuộc các lĩnh vực thương mại và marketing hiện đại; nắm vững nguyên lý, quy luật tự nhiên, xã hội, hỗ trợ kinh tế, quản lý và kinh doanh, vận dụng kiến thức và kỹ năng nghề nghiệp marketing và marketing số để nhận dạng và giải quyết các vấn đề về quản trị marketing và marketing số, trong môi trường kinh doanh trong nước và quốc tế luôn biến động và sự phát triển mạnh mẽ của môi trường số và kinh tế tri thức, theo hướng bền vững.

- Mục tiêu cụ thể:

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

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

Người học tốt nghiệp vận dụng các kiến thức lý thuyết và thực tiễn của ngành Marketing, thực hiện được theo hướng dẫn các kỹ năng chuyên sâu của chuyên ngành Marketing số, có năng lực làm việc tốt, có năng lực nhận dạng và giải quyết các vấn đề marketing và quản trị thương hiệu, vận dụng sáng tạo các kiến thức và kỹ năng về phân tích, lập kế hoạch marketing, kế hoạch chiến lược marketing, tổ chức thực hiện, đánh giá và kiểm soát các quá trình marketing và marketing số trong môi trường kinh doanh luôn biến động và sự phát triển mạnh mẽ của môi trường số và kinh tế tri thức theo hướng bền vững.

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

2. Chuẩn đầu ra của chương trình đào tạo

2.1. Yêu cầu về kiến thức

Sinh viên tốt nghiệp vận dụng các kiến thức sau:

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

(PLO2): Vận dụng các kiến thức nguyên lý, quy luật, lý luận và thực tiễn của tự nhiên, xã hội, kinh tế, chính trị Việt Nam và thế giới vào hoạt động kinh doanh và marketing của đơn vị hoặc tổ chức; Vận dụng các kiến thức lập kế hoạch marketing và marketing hỗn hợp;

(PLO3): Vận dụng các kiến thức về quản trị hoạt động nghiên cứu marketing, phân tích marketing và giải quyết các vấn đề của marketing và marketing số.

2.2. Yêu cầu về kỹ năng

Sinh viên tốt nghiệp đạt chuẩn thực hiện được theo hướng dẫn các kỹ năng về marketing và marketing số gồm:

(PLO4): Thực hiện được các kỹ năng lập và kiểm soát chiến lược marketing và chiến lược marketing số;

(PLO5): Thực hiện được các kỹ năng quản trị từng thành tố marketing mix;

(PLO6): Thực hiện được các quản trị marketing số, quản trị các hoạt động marketing qua mạng xã hội, marketing nội dung, phân tích marketing số;

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

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

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

(PLO8): Đáp ứng được năng lực phân tích, lập kế hoạch, đánh giá có tính phân biệt và đa chiều, dẫn dắt, điều phối về nghiệp vụ, các hoạt động chuyên môn của cá nhân, nhóm, của đơn vị;

(PLO9): Đáp ứng được năng lực tự học tập suốt đời, năng lực cập nhật kiến thức và kỹ năng nghề nghiệp, năng lực thích ứng, cải tiến, đổi mới sáng tạo trong quá trình thực hiện nhiệm vụ được giao;

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

(PLO11): Đáp ứng được ý thức và thực hiện nghiêm chỉnh chấp hành nội quy, quy chế, và các qui định, đáp ứng được ý thức tích cực tham gia các hoạt động tập thể.

2.5. Yêu cầu về ngoại ngữ và tin học

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

(PLO12): Đạt chuẩn tiếng Anh trình độ bậc 3/6 theo Khung năng lực ngoại ngữ 6 bậc dùng cho Việt Nam theo Quy định chuẩn đầu ra Tiếng Anh đối với sinh viên trình độ đại học của Trường Đại học Thương mại;

(PLO13): Đạt chuẩn kỹ năng sử dụng công nghệ thông tin cơ bản theo Quy định về yêu cầu chuẩn kỹ năng sử dụng công nghệ thông tin đối với sinh viên trình độ đại học của Trường Đại học Thương mại.

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

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

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

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

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

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

- Các tổ chức kinh tế, tổ chức phi lợi nhuận, các viện nghiên cứu, các trường trung học nghề, cao đẳng, đại học, các đơn vị đào tạo ở các bộ phận giảng dạy, nghiên cứu và phát triển, dịch vụ về marketing và marketing số... của các tổ chức và đơn vị này;
- Các tổ chức và đơn vị quản lý thị trường và thương mại ở các cơ quan quản lý nhà nước các cấp.

Các vị trí việc làm nhân viên/ chuyên viên marketing: làm marketing, bán hàng, truyền thông marketing, quảng cáo, nghiên cứu thị trường và nghiên cứu khách hàng, quản trị tuyến sản phẩm hoặc nhãn hàng, quản trị kênh phân phối hoặc thị trường, quản trị bán hàng/dịch vụ khách hàng/ chăm sóc khách hàng; và làm nhân viên/ chuyên viên marketing số: marketing số, SEO, phương tiện số, phân tích marketing, sáng tạo và thiết kế nội dung cho marketing số.

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

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

- Ngoài ra, sinh viên tốt nghiệp có thể có khả năng tự nghiên cứu chuyên đổi nhanh để làm việc được ở các bộ phận thuộc chức năng, quá trình quản trị kinh doanh khác (quản trị nhân lực, quản trị tác nghiệp, quản trị tài chính kinh doanh, quản trị kinh doanh XNK, logistics.....) ở các doanh nghiệp.

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, sinh viên sau khi tốt nghiệp có khả năng:

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

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

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

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

5.1. Trong nước

- Quyết định số 1982/QĐ-TTg ngày 18 tháng 10 năm 2016 của Thủ tướng Chính phủ quyết định phê duyệt Khung trình độ quốc gia Việt Nam; <https://vanban.chinhphu.vn/default.aspx?pageid=27160&docid=186972>

- Sứ mạng, tầm nhìn, triết lý giáo dục, mục tiêu chiến lược đến 2030 của Trường Đại học Thương mại, <https://tmu.edu.vn/trang/su-mang-47>

- Học viện Bưu chính Viễn Thông (2024), Chương trình đào tạo chuyên Internet Marketing Ngành Marketing, Mục tiêu, Chuẩn đầu ra, Khung chương trình đào tạo, https://daotao.ptit.edu.vn/chuong-trinh-dao-tao/nganh-marketing/#nghe_nghiep;

- Trường Đại học Kinh tế - Đại học Đà Nẵng (2024), Chương trình đào tạo chuyên ngành Marketing số – Ngành Marketing, Mục tiêu, Chuẩn đầu ra, <https://due.udn.vn/vi-vn/khoa/marketing/gioi-thieu/cid/4545>

- Trường Đại học Kinh tế quốc dân (2023), Chương trình đào tạo chuyên ngành Marketing và chương trình liên kết đào tạo Marketing số – Mục tiêu ngành Marketing, chuẩn đầu ra, khung chương trình đào tạo, <https://khoamarketing.neu.edu.vn/quyet-dinh-v-v-ban-hanh-cdr-ctdt-ban-mo-ta-ctdt-dccthp-ctdh-cac-ctdt-trinh-do-dai-hoc-he-chinh-quy-cua-truong-dai-hoc-kinh-te-quoc-dan/>

- Trường Đại học Tài chính- Marketing, Bộ Tài chính (2024), Chương trình đào tạo chuyên ngành Quản trị Marketing – Ngành Marketing, (Mục tiêu chương trình đào tạo, chuẩn đầu ra, khung chương trình đào tạo, mô tả các HF) https://drive.google.com/file/d/1ibf4Vxd7rMMXwlNTyVD9yCjtt_5KFoVE/view

- Trường Đại học Thương mại (2019, 2022, 2023), Chương trình đào tạo ngành Marketing - chuyên ngành Marketing thương mại và chuyên ngành Marketing số

- RMIT Việt Nam (2024), Digital Marketing, Mục tiêu, chuẩn đầu ra, Khung chương trình đào tạo, <https://www.rmit.edu.vn/vi/hoc-tap-tai-rmit/chuong-trinh-cu-nhan/cu-nhan-digital-marketing#learning>

5.2. Ngoài nước

- University of Portsmouth (501st) (2024), BA Digital Marketing Honours, Chương trình áp dụng cho năm học 2024-2025, Mục tiêu, chuẩn đầu ra, Khung chương trình đào tạo, <https://www.port.ac.uk/study/courses/undergraduate/ba-hons-digital-marketing#modules>

- Melbourne Institute of technology (801), Bachelor of business (digital marketing major) (2024), Mục tiêu, chuẩn đầu ra, Khung chương trình đào tạo, <https://www.mit.edu.au/study-with-us/programs/bachelor-business/marketing-digital-communications#course-overview>

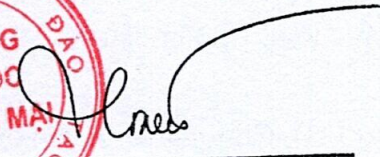
- Arden Study Centre Berlin, (2024), BA (Hons) Business (Marketing), <https://arden.ac.uk/berlin/our-courses/undergraduate/business-degrees/ba-hons-business-management-marketing>

- University of Kent, UK, BS Business and Marketing (2024), (Xếp hạng: UK: 72, Toàn cầu: 801-850) (Topuniversities.com) Mục tiêu, chuẩn đầu ra, khung chương trình đào tạo, <https://www.kent.ac.uk/courses/undergraduate/869/business-marketing-with-a-year-in-industry>

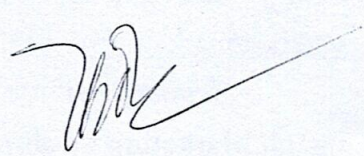
- Eastern Illinois University, US (2024) BA Marketing, (Xếp hạng: US: 318, Toàn cầu: 1010) (4icu.org), Mục tiêu, chuẩn đầu ra, khung chương trình đào tạo, <https://www.eiu.edu/marketing/>

HIỆU TRƯỞNG




PGS, TS Nguyễn Hoàng

TRƯỞNG KHOA


PGS, TS Phan Thị Thu Hoài