ĐẠI HỌC THÁI NGUYÊN

**TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ & QUẢN TRỊ KINH DOANH**



**BẢN MÔ TẢ**

**CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO QUẢN TRỊ MARKETING**

**Ngành: Marketing**

**Mã ngành: 7340115**

**Trình độ đào tạo: Cử nhân**

**Ngôn ngữ đào tạo: Tiếng Việt**

**Áp dụng từ năm tuyển sinh: 2024**

**Thái Nguyên, 2024**

**DANH MỤC CHỮ VIẾT TẮT**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **STT** | **Ký hiệu chữ viết tắt** | **Chữ viết đầy đủ** |

**MỤC LỤC**

[A. THÔNG TIN CHUNG VỀ CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO……………………..……... 1](#_Toc171014266)

[B. TRIẾT LÝ GIÁO DỤC, TẦM NHÌN, SỨ MẠNG CỦA TRƯỜNG……………. 2](#_Toc171014267)

[1. Triết lý giáo dục 2](#_Toc171014268)

[2. Tầm nhìn, sứ mạng 2](#_Toc171014269)

[C. MỤC TIÊU VÀ CHUẨN ĐẦU RA CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO 3](#_Toc171014270)

[I. Mục tiêu chương trình đào tạo (Program Objectives – POs) 3](#_Toc171014271)

[*1.1 Mục tiêu chung* 3](#_Toc171014272)

[*1.2 Mục tiêu cụ thể* 3](#_Toc171014273)

[II. Chuẩn đầu ra của Chương trình đào tạo (Program Learning Outcomes - PLOs) 3](#_Toc171014274)

[III. Các ma trận thể hiện mối quan hệ 6](#_Toc171014275)

[*3.1 Ma trận tương thích giữa mục tiêu với Triết lý giáo dục của Nhà trường* 6](#_Toc171014276)

[*3.2. Ma trận quan hệ giữa Mục tiêu với tầm nhìn, sứ mạng của Nhà trường* 6](#_Toc171014277)

[*3.3. Ma trận quan hệ giữa Mục tiêu và Chuẩn đầu ra chương trình đào tạo* 7](#_Toc171014278)

[*3.4. Ma trận quan hệ giữa Chuẩn đầu ra và Khung trình độ Quốc gia* 8](#_Toc171014279)

[*3.5. Tương thích giữa CĐR CTĐT với yêu cầu của nhà sử dụng lao động* 9](#_Toc171014280)

[4. Chuẩn đầu vào của CTĐT 10](#_Toc171014281)

[5. Quá trình đào tạo và điều kiện tốt nghiệp 10](#_Toc171014282)

[*5.1. Quá trình đào tạo* 10](#_Toc171014283)

[*5.2. Điều kiện tốt nghiệp* 10](#_Toc171014284)

[D. CHƯƠNG TRÌNH DẠY HỌC......................................................................................... 10](#_Toc171014285)

[1. Cấu trúc CTDH 10](#_Toc171014286)

[2. Kế hoạch đào tạo 16](#_Toc171014287)

[3. Ma trận đáp ứng giữa các học phần với CĐR của CTĐT 2](#_Toc171014288)

[4. Các học phần trong CTDH 6](#_Toc171014290)

[*4.1. Mô tả chung từng học phần* 6](#_Toc171014291)

[*4.2. Đề cương chi tiết học phần:* 31](#_Toc171014292)

[5. Hoạt động trải nghiệm/ ngoại khóa 31](#_Toc171014293)

[*5.1 Hoạt động trải nghiệm/ ngoại khóa liên quan tới học phần* 31](#_Toc171014294)

[5.2 Các hoạt động ngoại khoá khác 32](#_Toc171014295)

[6. Đối sánh và tham chiếu bên ngoài/nội bộ được sử dụng để cung cấp thông tin về CTĐT được rà soát và điều chỉnh 33](#_Toc171014296)

[7. Chiến lược và Phương pháp giảng dạy - học tập 33](#_Toc171014297)

[*7.1. Phương pháp giảng dạy* 33](#_Toc171014298)

[7.2. Chiến lược dạy học 34](#_Toc171014299)

[8. Phương pháp đánh giá và hệ thống tính điểm 36](#_Toc171014300)

[*8.1. Phương pháp đánh giá* 36](#_Toc171014301)

[*8.2. Công cụ, tiêu chí đánh giá* 38](#_Toc171014302)

[*8.2.4. Thi viết tự luận* 40](#_Toc171014303)

[*8.2.5. Kiểm tra trắc nghiệm* 40](#_Toc171014305)

[*8.2.6. Bảo vệ và thi vấn đáp* 40](#_Toc171014306)

[*8.2.7.Viết báo cáo* 40](#_Toc171014307)

[*8.2.8. Thuyết trình cá nhân* 41](#_Toc171014308)

[*8.2.9. Đánh giá làm việc nhóm* 41](#_Toc171014309)

[*8.2.10. Báo cáo khoá luận* 42](#_Toc171014310)

[*8.3. Hệ thống tính điểm đánh giá kết quả học tập theo học kỳ, năm học* 42](#_Toc171014311)

[E. ĐỘI NGŨ VÀ CƠ SỞ VẬT CHẤT PHỤC VỤ GIẢNG DẠY…………........................ 43](#_Toc171014312)

[F. TỔ CHỨC THỰC HIỆN......................................................................................... 49](#_Toc171014315)

[PHỤ LỤC.................................................................................................................... 50](#_Toc171014316)

|  |  |
| --- | --- |
| ĐẠI HỌC THÁI NGUYÊN  **TRƯỜNG ĐH KINH TẾ & QTKD** | **CỘNG HOÀ XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM**  **Độc lập - Tự do - Hạnh phúc** |

**BẢN MÔ TẢ CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO TRÌNH ĐỘ ĐẠI HỌC**

*(Ban hành theo Quyết định số: /QĐ-ĐHKT&QTKD-ĐT ngày tháng năm 2024*

*của Hiệu trưởng trường Đại học Kinh tế và Quản trị kinh doanh)*

1. **THÔNG TIN CHUNG VỀ CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **STT** | **Tiêu đề** | **Nội dung** |
|  | Tên chương trình đào tạo (Tiếng Việt) | Quản trị Marketing |
|  | Tên chương trình đào tạo (Tiếng Anh) | Marketing Management |
|  | Trình độ đào tạo | Đại học |
|  | Ngành đào tạo | Marketing |
|  | Mã ngành | 7340115 |
|  | Đối tượng tuyển sinh | Theo đề án tuyển sinh của nhà trường |
|  | Thời gian đào tạo chuẩn | 04 năm |
|  | Số tín chỉ tích lũy tối thiểu | 127 |
|  | Khoa Quản lý chương trình đào tạo | Khoa Marketing, Thương mại và Du lịch |
|  | Ngôn ngữ giảng dạy | Tiếng Việt |
|  | Website | mkt.tueba.edu.vn |
|  | Thang điểm | Thang điểm 4 |
|  | Điều kiện tốt nghiệp | Theo quy định đào tạo trình độ đại học theo hệ thống tín chỉ của nhà trường |
|  | Văn bằng tốt nghiệp | Tiếng việt: Cử nhân Marketing  Tiếng Anh: BACHELOR OF MARKETING |
|  | Vị trí việc làm sau tốt nghiệp | Người học có thể làm việc tại các tổ chức với vị trí công việc sau:  **Nhóm 1. Các vị trí việc làm trong Doanh nghiệp, đơn vị sản xuất kinh doanh**  Chuyên viên nghiên cứu thị trường, chuyên viên quản trị thông tin marketing, chuyên viên marketing, chuyên viên truyền thông marketing, chuyên viên quan hệ công chúng, chuyên viên quản trị thương hiệu, giám sát bán hàng; chuyên viên Trade Marketing, Even Marketing, Content Marketing trưởng/phó các bộ phận chức năng marketing … trong các loại hình doanh nghiệp.  Tự bản thân thực hiện các công việc sáng tạo hoặc trở thành Freelancer của Agency Marketing, bao gồm: Sáng tạo nội dung (Copywriter); Viết kịch bản và biên tập nội dung (Designer), Tiktoker; Youtuber,…  **Nhóm 2: Vị trí việc làm tại các Sở, ban, ngành, cơ quan nhà nước, đơn vị hành chính sự nghiệp**  Chuyên viên hoạch định chính sách marketing trong các cơ quan nhà nước, các tổ chức kinh tế xã hội. |
|  | Khả năng nâng cao trình độ | Người học có thể tiếp tục tham gia các chương trình đào tạo chuyên ngành sau đại học (Thạc sĩ, Tiến sĩ) hoặc các chương trình đào tạo đại học, sau đại học khác tương đương. |
|  | Chương trình đào tạo đối sánh | Chương trình Đào tạo cử nhân Marketing của Đại học Kinh tế quốc dân |
|  | Thông tin kiểm định chương trình đào tạo | Đánh giá AUN-QA, tháng 1 năm 2023 |
|  | Thời điểm cập nhật chuẩn đầu ra chương trình đào tạo | Tháng 04/2024 |

# B. TRIẾT LÝ GIÁO DỤC, TẦM NHÌN, SỨ MẠNG CỦA TRƯỜNG/KHOA

# 1. Triết lý giáo dục

Triết lý giáo dục của Trường Đại học Kinh tế và Quản trị kinh doanh được phát biểu:

**Sáng tạo -  Thực tiễn - Hội nhập**

# 2. Tầm nhìn, sứ mạng

***a. Tầm nhìn***

Tầm nhìn của Trường Đại học Kinh tế và Quản trị Kinh doanh: “Trở thành một trường đại học hàng đầu trong nước và khu vực về đào tạo, nghiên cứu khoa học, chuyển giao công nghệ, hợp tác quốc tế trong các lĩnh vực kinh tế, kinh doanh và quản lý”.

***b. Sứ mạng***

Trường Đại học Kinh tế và Quản trị kinh doanh xác định sứ mạng của Nhà trường là: “Đào tạo nguồn nhân lực chất lượng cao, nghiên cứu khoa học, tư vấn, ứng dụng, chuyển giao công nghệ và hợp tác quốc tế trong lĩnh vực kinh tế, kinh doanh và quản lý, góp phần phát triển kinh tế - văn hóa - xã hội vùng trung du, miền núi phía Bắc và cả nước”.

# C. MỤC TIÊU VÀ CHUẨN ĐẦU RA CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO

# I. Mục tiêu chương trình đào tạo (Program Objectives – POs)

***1.1******Mục tiêu chung***

Đào tạo cử nhân Marketing có phẩm chất chính trị vững vàng, có đạo đức và sức khỏe tốt, có kiến thức cơ bản về kinh tế - xã hội, quản lý, quản trị kinh doanh; có kiến thức, kỹ năng chuyên sâu về marketing. Có khả năng hoạch định chiến lược, kế hoạch và tổ chức các hoạt động marketing; chịu được áp lực trong công việc; có năng lực tự học tập, nghiên cứu để nâng cao trình độ và khởi nghiệp.

***1.2 Mục tiêu cụ thể***

Sinh viên tốt nghiệp có kiến thức, kỹ năng và năng lực:

**PO1**. (Kiến thức): Người học có các kiến thức cơ bản về kinh tế và các quy luật kinh tế - xã hội; Có kiến thức để phân tích và dự báo, lập kế hoạch, tổ chức thực hiện và đánh giá các hoạt động marketing trong bối cảnh hội nhập quốc tế và cách mạng công nghiệp 4.0.

**PO2**. (Kỹ năng): Người học có các kỹ năng chuyên môn và các kỹ năng mềm khác phục vụ và đáp ứng yêu cầu công việc trong lĩnh vực quản trị marketing, có ý tưởng khởi nghiệp cho bản thân.

**PO3**. (Năng lực tự chủ và trách nhiệm): Người học có phẩm chất chính trị, đạo đức và sức khỏe tốt; có trách nhiệm với công việc được giao; có tinh thần làm việc chuyên nghiệp, tự tin, chịu được áp lực công việc, đáp ứng yêu các cầu trong công việc thuộc lĩnh vực quản trị marketing, có tư duy sáng tạo.

**II. Chuẩn đầu ra của Chương trình đào tạo (Program Learning Outcomes - PLOs)**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Ký hiệu** | **Chuẩn đầu ra (PLO)** | **Trình độ**  **năng lực** |
| **I** | **Chuẩn đầu ra về kiến thức** |  |
| **PLO1** | **Giải thích được các nội dung cơ bản về lý luận chính trị, pháp luật, khoa học tự nhiên - xã hội cho công việc chuyên môn** | **2** |
| PI1.1 | Giải thích được các quy luật, bản chất của lĩnh vực chính trị - xã hội, nhà nước và pháp luật hướng vào giải quyết những vấn đề nảy sinh trong quá trình thực hiện công việc chuyên môn. | 2 |
| PI1.2 | Giải thích được những vấn đề cơ bản về khoa học tự nhiên – xã hội trong khi thực hiện công việc | 2 |
| **PLO2** | **Vận dụng được các kiến thức và nguyên lý nền tảng của kinh tế, quản trị, quản lý một cách linh hoạt vào giải quyết các vấn đề của ngành Marketing** | **3** |
| PI2.1 | Vận dụng được các kiến thức nền tảng của lĩnh vực kinh tế, kinh doanh và quản lý vào giải thích, xử lý các vấn đề cơ bản trong lĩnh vực marketing. | 3 |
| PI2.2 | Thực hiện được nghiệp vụ cơ bản về thu thập, tổng hợp và phân tích dữ liệu trong thực hiện công việc | 3 |
| PI2.3 | Vận dụng được các kiến thức kinh doanh và pháp luật vào quá trình quản trị marketing. | 3 |
| **PLO3** | **Sử dụng thành thao công nghệ thông tin vào giải quyết các công việc trong quá trình quản trị marekting** | **3** |
| PI3.1 | Sử dụng thành thạo tin học văn phòng (word, excel, powerpoint) vào xử lý công việc chuyên môn thuộc lĩnh vực kinh doanh. Đạt chuẩn tin học theo quy định của Nhà trường | 3 |
| PI3.2 | Sử dụng được một số phần mềm chuyên môn vào xử lý công việc thuộc lĩnh vực marketing. | 3 |
| **PLO4** | **Phát hiện các vấn đề thuộc về môi trường kinh doanh, môi trường marketing và thị trường.** | **3** |
| PI4.1 | Dự đoán được các yếu tố từ môi trường ảnh hưởng tới hoạt động marketing | 3 |
| PI4.2 | Phát hiện được các vấn đề về thị trường và khách hàng | 3 |
| PI4.3 | Thực hiện hoạt động nghiên cứu Marketing | 3 |
| **PLO5** | **Xây dựng chiến lược, kế hoạch marketing trong các cơ sở kinh doanh.** | **3** |
| PI5.1 | Trình bày các mục tiêu marketing | 3 |
| PI5.2 | Trình bày chiến lược Marketing cho doanh nghiệp/tổ chức | 3 |
| PI5.3 | Thực hiện việc lập kế hoạch Marketing cho doanh nghiệp/tổ chức | 3 |
| **PLO6** | **Thực hiện các hoạt động Marketing chủ yếu của doanh nghiệp/tổ chức** | **3** |
| PI6.1 | Thực hiện các chính sách marketing hỗn hợp | 3 |
| PI6.2 | Thực hiện các chính sách khác đối với marketing dịch vụ | 3 |
| PI6.3 | Thực hiện các hoạt động nhằm duy trì và dành lợi thế cạnh tranh cho doanh nghiệp. | 3 |
| **II** | **Chuẩn đầu ra về kỹ năng** |  |
| **PLO7** | **Sử dụng các kỹ năng cơ bản phục vụ công việc** | 3 |
| PI7.1 | Sử dụng kỹ năng giao tiếp, thuyết trình và thuyết phục tốt | 3 |
| PI7.2 | Kiểm soát thời gian của cá nhân, của nhóm và quá trình làm việc nhóm | 3 |
| PI7.3 | Sử dụng ngoại ngữ để thể hiện quan điểm cá nhân trong lĩnh vực chuyên môn về marketing | 3 |
| **PLO8** | **Sử dụng các kỹ năng chuyên môn đáp ứng yêu cầu công việc về marketing** | **3** |
| PI8.1 | Sử dụng các kỹ năng thu thập, quản lý thông tin về marketing để giải quyết các vấn đề trong quá trình quản trị marketing. | 3 |
| PI8.2 | Sử dụng các kỹ năng quản trị marketing: phân tích, lập kế hoạch, thực hiện và đánh giá hoạt động marketing. | 3 |
| PI8.3 | Sử dụng các phần mềm cơ bản được ứng dụng trong lĩnh vực marketing. | 3 |
| **PLO9** | **Sử dụng các kỹ năng làm việc với khách hàng** | **3** |
| PI9.1 | Sử dụng kỹ năng xây dựng kế hoạch, quản lý thời gian để hoàn thành tốt công việc | 3 |
| PI9.2 | Sử dụng kỹ năng tiếp cận, truyền đạt thông tin và thuyết phục khách hàng | 3 |
| PI9.3 | Sử dụng kỹ năng giải quyết các tình huống phát sinh khi làm việc với khách hàng | 3 |
| **PLO10** | **Trình bày ý tưởng khởi nghiệp cho bản thân.** | **3** |
| PI10.1 | Trình bày được ý tưởng khởi nghiệp có tính khả thi | 3 |
| PI10.2 | Trình bày được các nội dung chính để thực hiện ý tưởng khởi nghiệp | 3 |
| PI10.3 | Trình bày được các ý tưởng để huy động được các nguồn lực cơ bản cho dự án khởi nghiệp | 3 |
| **III** | **Chuẩn đầu ra về năng lực tự chủ và trách nhiệm** |  |
| **PLO11** | **Thể hiện ý thức tuân thủ pháp luật, quy định của cơ quan đơn vị; sẵn sàng tham gia học tập suốt đời** | **3** |
| PI11.1 | Tuân thủ pháp luật và các quy định nghề nghiệp trong lĩnh vực Marketing, các quy định tại đơn vị công tác. | 3 |
| PI11.2 | Có ý thức tự giác học tập, nghiên cứu và rèn luyện sức khoẻ | 3 |
| PI11.3 | Có ý thức tự học tập để nâng cao năng lực của bản thân, thích ứng với sự thay đổi của môi trường làm việc. | 3 |
| **PLO12** | **Tự tin, sáng tạo, có tinh thần trách nhiệm và tác phong làm việc chuyên nghiệp, sẵn sàng phục vụ khách hàng.** | **3** |
| PI12.1 | Có tinh thần trách nhiệm với công việc được giao, tác phong làm việc chuyên nghiệp | 3 |
| PI12.2 | Tự tin, sáng tạo, có khả năng làm việc độc lập và làm việc nhóm | 3 |
| PI12.3 | Có tinh thần làm việc sẵn sàng phục vụ khách hàng, chịu được áp lực trong công việc | 3 |

# III. Các ma trận thể hiện mối quan hệ

# *3.1 Ma trận tương thích giữa mục tiêu với Triết lý giáo dục của Nhà trường*

Mục tiêu của CTĐT Quản trị marketing được xây dựng tương thích với triết lý giáo dục của Trường Đại học Kinh tế và Quản trị kinh doanh và được thể hiện qua bảng 2 dưới đây:

Bảng 2: Mối tương thích giữa mục tiêu cụ thể CTĐT với Triết lý giáo dục của Nhà trường

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Nội dung Triết lý giáo dục của Trường** | | **Mục tiêu cụ thể CTĐT QTM** |
| **Sáng tạo** | Đào tạo hướng tới phát huy tối đa khả năng của người học, chủ động tiếp cận và nắm bắt các cơ hội trong đời sống xã hội, trong nghề nghiệp | PO1, PO2 |
| **Thực tiễn** | Đào tạo người học có phẩm chất đạo đức, có tri thức, kỹ năng đáp ứng yêu cầu cần thiết phù hợp với nhu cầu của xã hội hiện đại, của thị trường lao động và nhu cầu học tập tự thân của mỗi người | PO2, PO3 |
| **Hội nhập** | Đào tạo giúp người học tích lũy tri thức và kỹ năng nghề nghiệp, chủ động hội nhập quốc tế, phù hợp xu thế phát triển bền vững | PO1, PO2, PO3 |

# *3.2. Ma trận quan hệ giữa Mục tiêu với tầm nhìn, sứ mạng của Nhà trường*

Mục tiêu của CTĐT Quản trị marketing được xây dựng phù hợp với mục tiêu và sứ mạng của Nhà trường và được thể hiện qua bảng 3 dưới đây:

Bảng 3: Quan hệ giữa mục tiêu cụ thể CTĐT Quản trị marketing với tầm nhìn, sứ mạng của Nhà trường

Mức độ đáp ứng được mã hóa theo 3 mức từ 1, 2, 3 trong đó: *Mức 1: Chưa đáp ứng; Mức 2: Đáp ứng một phần; Mức 3: Đáp ứng đầy đủ*

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **STT** | **Mục tiêu cụ thể (PO)** | **Tầm nhìn** | **Sứ mạng** |
| 1 | **PO1**. (Kiến thức): Người học có các kiến thức cơ bản về kinh tế và các quy luật kinh tế - xã hội; Có kiến thức để phân tích và dự báo, lập kế hoạch, tổ chức thực hiện và đánh giá các hoạt động marketing trong bối cảnh hội nhập quốc tế và cách mạng công nghiệp 4.0. | 2 | 3 |
| 2 | **PO2**. (Kỹ năng): Người học có các kỹ năng chuyên môn và các kỹ năng mềm khác phục vụ và đáp ứng yêu cầu công việc trong lĩnh vực quản trị marketing, có ý tưởng khởi nghiệp cho bản thân. | 2 | 2 |
| 3 | **PO3**. (Năng lực tự chủ và trách nhiệm): Người học có phẩm chất chính trị, đạo đức và sức khỏe tốt; có trách nhiệm với công việc được giao; có tinh thần làm việc chuyên nghiệp, tự tin, chịu được áp lực công việc, đáp ứng yêu các cầu trong công việc thuộc lĩnh vực quản trị marketing, có tư duy sáng tạo. | 2 | 3 |

# *3.3. Ma trận quan hệ giữa Mục tiêu và Chuẩn đầu ra chương trình đào tạo*

Chuẩn đầu ra của CTĐT Quản trị marketing được xây dựng đáp ứng với mục tiêu của CTĐT và được thể hiện tại bảng 4 dưới đây:

Bảng 4. Ma trận thể hiện sự tương thích giữa POs, PLOs và PIs.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **POs** | **PLOs** | **PIs** |
| **PO1**. (Kiến thức): Người học có các kiến thức cơ bản về kinh tế và các quy luật kinh tế - xã hội; Có kiến thức để phân tích và dự báo, lập kế hoạch, tổ chức thực hiện và đánh giá các hoạt động marketing trong bối cảnh hội nhập quốc tế và cách mạng công nghiệp 4.0. | PLO1: Giải thích được các nội dung cơ bản về lý luận chính trị, pháp luật, khoa học tự nhiên - xã hội cho công việc chuyên môn | PI 1.1: Giải thích được các quy luật, bản chất của lĩnh vực chính trị - xã hội, nhà nước và pháp luật hướng vào giải quyết những vấn đề nảy sinh trong quá trình thực hiện công việc chuyên môn. |
| PLO2: Vận dụng được các kiến thức và nguyên lý nền tảng của kinh tế, quản trị, quản lý một cách linh hoạt vào giải quyết các vấn đề của ngành Marketing | PI 2.1: Vận dụng được các kiến thức nền tảng của lĩnh vực kinh tế, kinh doanh và quản lý vào giải thích, xử lý các vấn đề cơ bản trong lĩnh vực marketing. |
| PLO3: Sử dụng thành thao công nghệ thông tin vào giải quyết các công việc trong quá trình quản trị marketing | PI 3.2: Sử dụng được một số phần mềm chuyên môn vào xử lý công việc thuộc lĩnh vực marketing. |
| PLO4: Phát hiện các vấn đề thuộc về môi trường kinh doanh, môi trường marketing và thị trường. | PI 4.2: Phát hiện được các vấn đề về thị trường và khách hàng |
| PLO5: Xây dựng chiến lược, kế hoạch marketing trong các cơ sở kinh doanh. | PI 5.3: Thực hiện việc lập kế hoạch Marketing cho doanh nghiệp/tổ chức |
| PLO6: Thực hiện các hoạt động Marketing chủ yếu của doanh nghiệp/tổ chức | PI 6.1: Thực hiện các chính sách marketing hỗn hợp |
| **PO2**. (Kỹ năng): Người học có các kỹ năng chuyên môn và các kỹ năng mềm khác phục vụ và đáp ứng yêu cầu công việc trong lĩnh vực quản trị marketing, có ý tưởng khởi nghiệp cho bản thân. | PLO7: Sử dụng các kỹ năng cơ bản phục vụ công việc | PI 7.2: Kiểm soát thời gian của cá nhân, của nhóm và quá trình làm việc nhóm |
| PLO8: Sử dụng các kỹ năng chuyên môn đáp ứng yêu cầu công việc về marketing | PI 8.2: Sử dụng các kỹ năng quản trị marketing: phân tích, lập kế hoạch, thực hiện và đánh giá hoạt động marketing. |
| PLO9: Sử dụng các kỹ năng làm việc với khách hàng | PI 9.2: Sử dụng kỹ năng tiếp cận, truyền đạt thông tin và thuyết phục khách hàng |
| **PO3**. (Năng lực tự chủ và trách nhiệm): Người học có phẩm chất chính trị, đạo đức và sức khỏe tốt; có trách nhiệm với công việc được giao; có tinh thần làm việc chuyên nghiệp, tự tin, chịu được áp lực công việc, đáp ứng yêu các cầu trong công việc thuộc lĩnh vực quản trị marketing, có tư duy sáng tạo. | PLO10: Trình bày ý tưởng khởi nghiệp cho bản thân. | PI 10.1: Trình bày được ý tưởng khởi nghiệp có tính khả thi |
| PLO11: Thể hiện ý thức tuân thủ pháp luật, quy định của cơ quan đơn vị; sẵn sàng tham gia học tập suốt đời | PI11.1: Tuân thủ pháp luật và các quy định nghề nghiệp trong lĩnh vực Marketing, các quy định tại đơn vị công tác. |
| PLO12: Tự tin, sáng tạo, có tinh thần trách nhiệm và tác phong làm việc chuyên nghiệp, sẵn sàng phục vụ khách hàng. | PI12.3: Có tinh thần làm việc sẵn sàng phục vụ khách hàng, chịu được áp lực trong công việc |

# *3.4. Ma trận quan hệ giữa Chuẩn đầu ra và Khung trình độ Quốc gia*

Bảng 5: Chuẩn đầu ra theo Khung trình độ quốc gia Việt Nam (Bậc Đại học)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Kiến thức** | **Kỹ năng** | **Mức tự chủ và trách nhiệm** |
| KT1: Kiến thức thực tế vững chắc, kiến thức lý thuyết sâu, rộng trong phạm vi của ngành đào tạo.  KT2: Kiến thức cơ bản về khoa học xã hội, khoa học chính trị và pháp luật.  KT3: Kiến thức về công nghệ thông tin đáp ứng yêu cầu công việc.  KT4: Kiến thức về lập kế hoạch, tổ chức và giám sát các quá trình trong một lĩnh vực hoạt động cụ thể.  KT5: Kiến thức cơ bản về quản lý, điều hành hoạt động chuyên môn. | KN1: Kỹ năng cần thiết để có thể giải quyết các vấn đề phức tạp.  KN2: Kỹ năng dẫn dắt, khởi nghiệp, tạo việc làm cho mình và cho người khác.  KN3: Kỹ năng phản biện, phê phán và sử dụng các giải pháp thay thế trong điều kiện môi trường không xác định hoặc thay đổi.  KN4: Kỹ năng đánh giá chất lượng công việc sau khi hoàn thành và kết quả thực hiện của các thành viên trong nhóm.  KN5: Kỹ năng truyền đạt vấn đề và giải pháp tới người khác tại nơi làm việc; chuyển tải, phổ biến kiến thức, kỹ năng trong việc thực hiện những nhiệm vụ cụ thể hoặc phức tạp.  KN6: Có năng lực ngoại ngữ bậc 3/6 Khung năng lực ngoại ngữ của Việt Nam. | TCTN1: Làm việc độc lập hoặc làm việc theo nhóm trong điều kiện làm việc thay đổi, chịu trách nhiệm cá nhân và trách nhiệm đối với nhóm.  TCTN2: Hướng dẫn, giám sát những người khác thực hiện nhiệm vụ xác định.  TCTN3: Tự định hướng, đưa ra kết luận chuyên môn và có thể bảo vệ được quan điểm cá nhân.  TCTN4: Lập kế hoạch, điều phối, quản lý các nguồn lực, đánh giá và cải thiện hiệu quả các hoạt động. |

Chuẩn đầu ra của CTĐT Quản trị marketing được xây dựng đảm bảo đáp ứng được chuẩn đầu ra theo Khung trình độ quốc gia và được thể hiện tại bảng 6 dưới đây:

Bảng6. Matrận đối sánh chuẩn đầu raCTĐT với Khungtrình độquốc gia Việt Nam

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **CĐR CTĐT**  ***(PLO)*** | **Chuẩn đầu ra theo Khung trình độ Quốc gia** | | | | | | | | | | | | | | |
| **Kiến thức** | | | | | **Kỹ năng** | | | | | | **Mức tự chủ và trách nhiệm (TC)** | | | |
| ***KT1*** | ***KT2*** | ***KT3*** | ***KT4*** | ***KT5*** | ***KN1*** | ***KN2*** | ***KN3*** | ***KN4*** | ***KN5*** | ***KN6*** | ***TC1*** | ***TC2*** | ***TC3*** | ***TC4*** |
| ***PLO1*** | X | X |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| ***PLO2*** | X | X |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| ***PLO3*** | X |  | X |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| ***PLO4*** | X |  |  |  | X |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| ***PLO5*** | X |  |  | X | X |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| ***PLO6*** | X |  |  | X | X |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| ***PLO7*** |  |  |  |  |  | X |  |  |  | X | X |  |  |  |  |
| ***PLO8*** |  |  |  |  |  | X |  |  | X |  |  |  |  |  |  |
| ***PLO9*** |  |  |  |  |  | X |  | X |  |  |  |  |  |  |  |
| ***PLO10*** |  |  |  |  |  |  | X |  |  |  |  |  |  | X | X |
| ***PLO11*** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | X |  |
| ***PLO12*** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | X | X |  |  |

# *3.5. Tương thích giữa CĐR CTĐT với yêu cầu của nhà sử dụng lao động*

CĐR CTĐT Quản trị marketing được rà soát, bổ sung, xây dựng dựa trên kết quả khảo sát ý kiến của Nhà tuyển dụng, Hội nghề nghiệp (nếu có), cựu người học nhằm đáp ứng ngày càng tốt hơn nhu cầu của thị trường lao động. Các ý kiến của nhà tuyển dụng, của cựu người học đã được tiếp thu và truyền tải vào CĐR của CTĐT. Kết quả khảo sát và tiếp thu ý kiến của nhà tuyển dụng, cựu người học vào CĐR CTĐT Quản trị marketing được thể hiện ở bảng Phụ lục 1: Báo cáo kết quả khảo sát nhà tuyển dụng/ cựu người học và truyền tải vào CĐR CTĐT

# 4. Chuẩn đầu vào của CTĐT

Người học đã tốt nghiệp trung học phổ thông hoặc tương đương; Đạt ngưỡng đảm bảo chất lượng đầu vào của Trường ĐH Kinh tế và QTKD.

# 5. Quá trình đào tạo và điều kiện tốt nghiệp

# *5.1. Quá trình đào tạo*

CTĐT Quản trị marketing của trường ĐH Kinh tế và QTKD được thực hiện từ khóa tuyển sinh năm 2024 (Khóa 21), được thiết kế theo hệ thống tín chỉ cho phép người học linh hoạt trong kế hoạch học tập, thời gian hoàn thành khóa học chuẩn của CTĐT là 04 năm, thời gian tối thiểu là 3,5 năm và tối đa là 8 năm. Tổng số tín chỉ của CTĐT Quản trị marketing là 127 tín chỉ.

# *5.2. Điều kiện tốt nghiệp*

Được quy định cụ thể tạiQuyết định số: 804/QĐ-ĐHKT&QTKD-ĐT, ngày 06 tháng 9 năm 2021 của Hiệu trưởng Trường Đại học Kinh tế và Quản trị kinh doanh, cụ thể:

- Cho đến thời điểm xét tốt nghiệp không bị truy cứu trách nhiệm hình sự hoặc không đang trong thời gian bị kỉ luật ở mức đình chỉ học tập.

- Tích luỹ đủ số học phần và khối lượng chương trình đào tạo.

- Điểm trung bình chung tích luỹ của toàn khoá học đạt từ 2.00 trở lên.

- Thoả mãn một số yêu cầu về kết quả học tập đối với nhóm học phần thuộc ngành đào tạo chính và các điều kiện khác do hiệu trưởng qui định.

- Có chứng chỉ giáo dục quốc phòng – an ninh và hoàn thành học phần giáo dục thể chất

- Có chứng chỉ ngoại ngữ Toeic 400

- Có chứng chỉ tin học theo quy định

- Có đơn gửi Phòng đào tạo đề nghị được xét tốt nghiệp trong trường hợp đủ điều kiện tốt nghiệp sớm hoặc muộn so với thời gian thiết kế của khoá học.

- Điều kiện tốt nghiệp có thể được cập nhật theo Quy chế đào tạo hiện hành.

# D. CHƯƠNG TRÌNH DẠY HỌC

# *1. Cấu trúc CTDH*

Cấu trúc CTDH của CTĐT Quản trị marketing gồm hai phần: Khối kiến thức giáo dục đại cương, Khối kiến thức giáo dục chuyên nghiệp. Trong đó khối kiến thức giáo dục chuyên nghiệp bao gồm các học phần bắt buộc và học phần tự chọn với số tín chỉ trong mỗi khối kiến thức được cụ thể trong Bảng 7.

Bảng 7: Các khối kiến thức và số tín chỉ

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **TT** | **Tên khối kiến thức** | **Số TC** | | |
| **Số tín chỉ** | **Bắt buộc** | **Tự chọn** |
| **1** | **Khối kiến thức giáo dục đại cương** | **34** | **34** | **0** |
| **2** | **Khối kiến thức giáo dục chuyên nghiệp** | **93** | **54** | **39** |
| *2.1* | *Kiến thức cơ sở ngành* | *30* | *21* | *9* |
| *2.2* | *Kiến thức ngành* | *27* | *15* | *12* |
| *2.3* | *Kiến thức chuyên ngành* | *24* | *12* | *12* |
| *2.4* | *Thực tập nghề nghiệp/môn học* | *2* | *2* | *0* |
| *2.5* | *Thực tập tốt nghiệp* | *4* | *4* | *0* |
| *2.6* | *KLTN/Tự chọn thay thế khóa luận CTĐT Quản trị marketing* | *6* | *0* | *6* |
|  | **Tổng toàn khóa** | **127** | **88** | **39** |

Cấu trúc CTĐT Quản trị marketing được cụ thể hóa thành khung chương trình và danh sách các học phần giảng dạy trong CTĐT được thể hiện trong bảng 8.

Bảng 8: Khung chương trình và các học phần giảng dạy trong CTĐT

| **TT** | **Học phần** | **Mã học phần** | **Số tín chỉ** | **Đáp ứng chuẩn đâu ra (PLO)** | **Học phần trải nghiệm** |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **1** | **Khối kiến thức giáo dục đại cương** | | **34** |  |  |
| 1 | Triết học Mác - Lênin | MLP131 | 3 | PLO1(PI1.1); PLO7(PI7.1); PLO11(PI11.1) |  |
| 2 | Kinh tế chính trị Mác - Lênin | MLE121 | 2 | PLO1(PI1.1); PLO7(PI7.1); PLO11(PI11.1) |  |
| 3 | Chủ nghĩa xã hội khoa học | SSO121 | 2 | PLO1(PI1.1); PLO7(PI7.1); PLO11(PI11.1) |  |
| 4 | Tư tưởng Hồ Chí Minh | HCM121 | 2 | PLO1(PI1.1); PLO7(PI7.1); PLO11(PI11.1) |  |
| 5 | Lịch sử Đảng Cộng sản Việt Nam | VCP121 | 2 | PLO1(PI1.1); PLO7(PI7.1); PLO11(PI11.1) |  |
| 6 | Pháp luật đại cương | LAW121 | 2 | PLO1*(PI1.1)*; PLO7*(PI7.1)*; PLO11*(PI11.1)* |  |
| 7 | Tin học ứng dụng | AIN131 | 3 | PLO1(PI1.1); PLO7(PI7.1); PLO11(PI11.2); PLO12(PI12.3) |  |
| 8 | Lý thuyết xác suất và thống kê | PST131 | 3 | PLO1(PI1.1); PLO7(PI7.1); PLO11(PI11.2); PLO12(PI12.3) |  |
| 9 | Toán kinh tế | MAE131 | 3 | PLO1(PI1.1); PLO7(PI7.1); PLO11(PI11.2); PLO12(PI12.3) |  |
| 10 | Tiếng Anh 1 | ENG121 | 2 | PLO7(PI7.3); PLO9(PI9.2) PLO11(PI11.2) |  |
| 11 | Tiếng Anh 2 | ENG122 | 2 | PLO7(PI7.3); PLO9(PI9.2) PLO11(PI11.2) |  |
| 12 | Tiếng Anh 3 | ENG133 | 3 | PLO7(PI7.3); PLO9(PI9.2) PLO11(PI11.2) |  |
| 13 | Tiếng Anh 4 | ENG134 | 3 | PLO7(PI7.3); PLO9(PI9.2) PLO11(PI11.2) |  |
| 14 | Nguyên lý khởi nghiệp và đổi mới sáng tạo |  | 2 | PLO2(PI2.1), PLO7(PI7.1); PLO10(PI10.1) |  |
| 15 | Giáo dục thể chất 1 | PHE011 | 30 tiết | PLO11(PI11.2); PLO12(PI12.1) |  |
| 16 | Giáo dục thể chất 2 | PHE012 | 30 tiết | PLO11(PI11.2); PLO12(PI12.1) |  |
| 17 | Giáo dục thể chất 3 | PHE013 | 30 tiết | PLO11(PI11.2); PLO12(PI12.1) |  |
| 18 | Giáo dục quốc phòng |  | 5 tuần | PLO1(PI1.1); PLO11(PI11.2); PLO12(PI12.1) |  |
| **2** | **Khối kiến thức giáo dục chuyên nghiệp** | | **93** |  |  |
| ***2.1*** | ***Kiến thức cơ sở ngành*** |  | ***30*** |  |  |
|  | *Bắt buộc* |  | 21 |  |  |
| 19 | Kinh tế học vi mô 1 | MIE231 | 3 | PLO2(PI2.1), PLO4(PI4.2); PLO9(PI9.3); PLO10(PI10.1) |  |
| 20 | Quản trị học | MAN231 | 3 | PLO2(PI2.3); PLO5(PI5.1); PLO9(PI9.1); PLO12(PI12.2) |  |
| 21 | Kinh tế học vĩ mô 1 | MAE231 | 3 | PLO2(PI2.1), PLO4(PI4.2); PLO9(PI9.3); PLO10(PI10.1) |  |
| 22 | Marketing căn bản | PMA231 | 3 | PLO5(PI5.3), PLO6(PI6.3); PLO7(PI7.1); PLO10(PI10.1) |  |
| 23 | Tài chính tiền tệ | FAM231 | 3 | PLO2*(PI2.1)*; PLO9*(PI9.3)*; PLO12*(PI12.2)* |  |
| 24 | Nguyên lý thống kê | PSE231 | 3 | PLO2*(PI2.1)*; PLO9*(PI9.3)*; PLO12*(PI12.2)* |  |
| 25 | Nguyên lý kế toán | ACT231 | 3 | PLO2*(PI2.1)*; PLO9*(PI9.3)*; PLO12*(PI12.2)* |  |
|  | *Tự chọn (Chọn 3 trong số 6 HP tự chọn)* | | *9* |  |  |
| 26 | Kinh tế quốc tế | INE 331 | 3 | PLO2*(PI2.1)*; PLO9*(PI9.3)*; PLO12*(PI12.2)* |  |
| 27 | Thương mại điện tử | ECM331 | 3 | PLO2*(PI2.1)*; PLO9*(PI9.3)*; PLO11*(PI11.1)* PLO12*(PI12.1)* |  |
| 28 | Quản lý nhà nước về kinh tế | SME331 | 3 | PLO2*(PI2.3)*; PLO9*(PI9.3)*; PLO11*(PI11.1)* PLO12*(PI12.1)* |  |
| 29 | Luật kinh tế căn bản | ELA231 | 3 | PLO2*(PI2.3)*; PLO7*(PI7.1)*; PLO11*(PI11.1)* |  |
| 30 | Pháp luật thương mại HH và dịch vụ | LGS331 | 3 | PLO2*(PI2.3)*; PLO7*(PI7.1)*; PLO11*(PI11.1)* |  |
| 31 | Soạn thảo văn bản KD và quản lý | WBM231 | 3 | PLO2*(PI2.1)*; PLO7*(PI7.1)*; PLO12*(PI12.2)* |  |
| ***2.2*** | ***Kiến thức ngành*** |  | ***27*** |  |  |
|  | *Bắt buộc* |  | *15* |  |  |
| 32 | Hành vi người tiêu dùng | CBE331 | 3 | PLO4*(PI4.3)*, PLO9*(PI9.2)*, PLO12*(PI12.3)* | X |
| 33 | Marketing dịch vụ | SAM331 | 3 | PLO6*(PI6.2)*; PLO9*(PI9.2)*; PLO12*(PI12.3)* |  |
| 34 | Quản trị thương hiệu | BRM331 | 3 | PLO6*(PI6.3)*; PLO7*(PI7.2)*; PLO10*(PI10.1)* |  |
| 35 | Nghiên cứu Marketing | MAR331 | 3 | PLO4*(PI4.1)*; PLO8*(PI8.1)*; PLO10*(PI10.1)* |  |
| 36 | Quản trị Marketing | MAM331 | 3 | PLO5*(PI5.3)*, PLO7*(PI7.2)*, PLO9*(PI9.1)*, PLO10*(PI10.2)* | X |
|  | *Tự chọn (Chọn 4 trong số 8 học phần tự chọn)* | | *12* |  |  |
| 37 | Marketing quốc tế | IMA331 | 3 | PLO6*(PI6.3)*; PLO7*PI7.1)*; PLO12*(PI12.2)* |  |
| 38 | Quản trị chiến lược | STM331 | 3 | PLO5*(PI5.1)*; PLO9*(PI9.1)*; PLO10*(PI10.1)* |  |
| 39 | Quản trị tài chính | FIM331 | 3 | PLO2, PLO7, PLO12 |  |
| 40 | Quản trị nhân lực | HRM331 | 3 | PLO2*(PI2.3)*; PLO9*(PI9.3)*; PLO12*(PI12.3)* |  |
| 41 | Quản trị sự kiện | AEV331 | 3 | PLO6*(PI6.3)*; PLO7*PI7.1)*; PLO12*(PI12.2)* |  |
| 42 | Hội nhập kinh tế quốc tế | IEI331 | 3 | PLO2; PLO4; PLO12 |  |
| 43 | Đạo đức KD và VHDN | ORG331 | 3 | PLO2*(PI2.1)*; PLO9*(PI9.3)*; PLO11*(PI11.1)* PLO12*(PI12.1)* |  |
| 44 | Đàm phán trong kinh doanh | NEB331 | 3 | PLO6*(PI6.3)*; PLO9*(PI9.2)*; PLO11*(PI11.3)* |  |
| 45 | Tâm lý học Quản trị kinh doanh | PBA231 | 3 | PLO2; PLO4; PLO11 |  |
| ***2.3*** | ***Kiến thức chuyên ngành*** | | ***24*** |  |  |
|  | *Bắt buộc* |  | *12* |  |  |
| 46 | Quản trị sản phẩm | PRO331 | 3 | PLO6*(PI6.1)*; PLO7*(PI7.2)*; PLO10*(PI10.1)* |  |
| 47 | Quản trị giá | PRM331 | 3 | PLO6*(PI6.1)*; PLO9*(PI9.3)*; PLO11*(PI11.3)* | X |
| 48 | Quản trị kênh phân phối | DCM331 | 3 | PLO6*(PI6.1)*; PLO9*(PI9.3)*; PLO11*(PI11.3)* | X |
| 49 | Quản trị truyền thông Marketing | MCM331 | 3 | PLO6(PI6.1); PLO9(PI9.3); PLO11(PI11.3) | X |
|  | *Tự chọn (Chọn 4 trong số 8 học phần tự chọn)* | | *12* |  |  |
| 50 | Digital Marketing | DIM331 | 3 | PLO5(PI5.2), PLO6(PI6.1), PLO8(PI8.2), PLO9(PI9.2), PLO12(PI12.3) |  |
| 51 | Quản trị bán hàng | SAM331 | 3 | *PLO5(PI5.3);*  PLO9*(PI9.2)*; PLO11*(PI11.3)* |  |
| 52 | Quản trị quan hệ khách hàng | CRM331 | 3 | PLO5*(PI5.1)*,PLO6*(PI6.3)*; PLO7*(PI7.1)*; PLO9*(PI9.2)*; PLO11*(PI11.3)* |  |
| 53 | Marketing khách hàng tổ chức | MIC331 | 3 | PLO6*(PI6.3)*; PLO7*PI7.1)*; PLO12*(PI12.2)* |  |
| 54 | Phân tích hoạt động kinh doanh | BAN331 | 3 | PLO4(PI4.2); PLO9(PI9.3); PLO11(PI11.2) |  |
| 55 | Marketing thương mại | COM331 | 3 | PLO4; PLO9; PLO11 |  |
| 56 | Phát triển sản phẩm mới | DEP331 | 3 | PLO6*(PI6.1)*; PLO7*(PI7.2)*; PLO10*(PI10.2)* |  |
| 57 | Content Marketing | COM331 | 3 | PLO5*(PI5.3)*, PLO6*(PI6.1)*, PLO8*(PI8.2)*, PLO9*(PI9.2)*, PLO12*(PI12.3)* |  |
| 58 | Kinh doanh quốc tế | INB331 | 3 | PLO2; PLO9; PLO10 |  |
| ***2.4*** | ***Thực tập môn học CTĐT Quản trị marketing*** | MAM421 | 2 | PLO3*(PI3.2)*; PLO4*(PI4.1)*, PLO6*(PI6.1)*; PLO7*(PI7.1)*; PLO8*(PI8.1)*, PLO10*(PI10.1);* PLO11*(PI11.1)* |  |
| ***2.5*** | ***Thực tập tốt nghiệp CTĐT Quản trị Marketing*** | MAM441 | 4 | PLO3*(PI3.1)*; PLO4*(PI4.2)*, *PLO5(PI5.3); PLO6(PI6.1)*; PLO7*(PI7.2)*; PLO8*(PI8.1)*, *PLO9(9.1);* PLO10*(PI10.2);* PLO11*(PI11.1);* PLO12*(PI12.1)* |  |
| ***2.6*** | ***KLTN/Tự chọn thay thế KLTN CTĐT Quản trị Marketing*** | MAM904 | 6 | PLO3*(PI3.1)*; PLO4*(PI4.3)*, *PLO5(PI5.2); PLO6(PI6.3)*; PLO8*(PI8.1)*, *PLO9(9.1);* PLO10*(PI10.2);* PLO11*(PI11.1);* PLO12*(PI12.1)* |  |
|  | *Tự chọn thay thế khóa luận (chọn 2 trong 4 HP)* | |  |  |  |
| 59 | Quản trị kinh doanh thương mại | CBM331 | 3 | PLO2*(PI2.3)*; PLO9*(PI9.3)*; PLO12*(PI12.3)* |  |
| 60 | Marketing xã hội | SOM331 | 3 | PLO6*(PI6.3)*; PLO7*PI7.1)*; PLO12*(PI12.2)* |  |
| 61 | Quan hệ công chúng | PRE331 | 3 | PLO6*(PI6.3)*; PLO7*PI7.1)*; PLO12*(PI12.2)* |  |
| 62 | Quản trị doanh nghiệp nhỏ và vừa | SME331 | 3 | PLO5*(PI5.1)*; PLO9*(PI9.1)*; PLO10*(PI10.1)* |  |
|  | ***Tổng số tín chỉ*** |  | 127 |  |  |

# *2. Kế hoạch đào tạo*

Kế hoạch đào tạo theo năm học và theo học kỳ của CTĐT Quản trị marketing được thể hiện trong bảng 9.

Bảng 9: Kế hoạch đào tạo theo năm học và theo học kỳ của CTĐT Quản trị marketing

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **STT** | **Học kì / Học phần** | **Mã học phần** | **Tính chất HP** | **Tín chỉ** | **Số tiết** | | **Học phần trải nghiệm** |
| LT | TH |
| **I** | **Học kì I** |  |  | **15** |  |  |  |
| 1 | Lý thuyết xác suất và thống kê | PST131 | Bắt buộc | 3 | 36 | 18 |  |
| 2 | Tin học ứng dụng | AIN131 | Bắt buộc | 3 | 36 | 18 |  |
| 3 | Tiếng Anh 1 | ENG121 | Bắt buộc | 2 | 24 | 12 |  |
| 4 | Kinh tế học vi mô 1 | MIE231 | Bắt buộc | 3 | 36 | 18 |  |
| 5 | Pháp luật đại cương | LAW121 | Bắt buộc | 2 | 24 | 12 |  |
| 6 | Nguyên lý khởi nghiệp và ĐMST |  | Bắt buộc | 2 | 24 | 12 |  |
| 7 | Giáo dục thể chất I | PHE011 | Bắt buộc | x |  |  |  |
| **II** | **Học kì II** |  |  | **16** |  |  |  |
| 1 | Triết học Mác-Lênin | MLP131 | Bắt buộc | 2 | 24 | 12 |  |
| 2 | Tiếng Anh 2 | ENG122 | Bắt buộc | 2 | 24 | 12 |  |
| 3 | Toán Kinh tế | MAE131 | Bắt buộc | 3 | 36 | 18 |  |
| 4 | Quản trị học | MAN231 | Bắt buộc | 3 | 36 | 18 |  |
| 5 | Nguyên lý kế toán | ACT231 | Bắt buộc | 3 | 36 | 18 |  |
| 6 | Kinh tế học vĩ mô 1 | MAE231 | Bắt buộc | 3 | 36 | 18 |  |
| 7 | Giáo dục thể chất II | PHE012 | Bắt buộc | x |  |  |  |
| **III** | **Học kì III** |  |  | **17** |  |  |  |
| 1 | Chủ nghĩa xã hội khoa học | SSO121 | Bắt buộc | 2 | 24 | 12 |  |
| 2 | Tiếng Anh 3 | ENG133 | Bắt buộc | 3 | 36 | 18 |  |
| 3 | Marketing căn bản | PMA231 | Bắt buộc | 3 | 36 | 18 |  |
| 4 | Tài chính tiền tệ | FAM231 | Bắt buộc | 3 | 36 | 18 |  |
| 5 | Nguyên lý thống Kê | PSE231 | Bắt buộc | 3 | 36 | 18 |  |
| 6 | Giáo dục thể chất III | PHE013 | Bắt buộc | x |  |  |  |
| 7 | Giáo dục quốc phòng |  | Bắt buộc | x |  |  |  |
| 8 | HP tự chọn cơ sở ngành |  | Tự chọn | 3 | 36 | 18 |  |
| **IV** | **Học kì IV** |  |  | **18** |  |  |  |
| 1 | Kinh tế chính trị Mác - Lênin | MLE121 | Bắt buộc | 3 | 36 | 18 |  |
| 2 | Hành vi người tiêu dùng | CBE331 | Bắt buộc | 3 | 36 | 18 | X |
| 3 | Marketing dịch vụ | SAM331 | Bắt buộc | 3 | 36 | 18 |  |
| 4 | Quản trị thương hiệu | BRM331 | Bắt buộc | 3 | 36 | 18 | X |
| 5 | HP tự chọn cơ sở ngành |  | Tự chọn | 3 | 36 | 18 |  |
| 6 | HP tự chọn cơ sở ngành |  | Tự chọn | 3 | 36 | 18 |  |
| **V** | **Học kì V** |  |  | **17** |  |  |  |
| 1 | Lịch sử Đảng Cộng sản Việt Nam | VCP121 | Bắt buộc | 2 | 24 | 12 |  |
| 2 | Quản trị sản phẩm | PRO331 | Bắt buộc | 3 | 36 | 18 |  |
| 3 | Quản trị giá | PRM331 | Bắt buộc | 3 | 36 | 18 |  |
| 4 | Quản trị kênh phân phối | DCM331 | Bắt buộc | 3 | 36 | 18 | X |
| 5 | HP tự chọn khối kiến thức ngành |  | Tự chọn | 3 | 36 | 18 |  |
| 6 | HP tự chọn khối kiến thức ngành |  | Tự chọn | 3 | 36 | 18 |  |
| **VI** | **Học kì VI** |  |  | **16** |  |  |  |
| 1 | Tiếng Anh 4 | ENG134 | Bắt buộc | 3 | 36 | 18 |  |
| 2 | Tư tưởng Hồ Chí Minh | HCM121 | Bắt buộc | 2 | 24 | 12 |  |
| 3 | HP tự chọn khối kiến thức ngành |  | Tự chọn | 3 | 36 | 18 |  |
| 4 | HP tự chọn khối kiến thức ngành |  | Tự chọn | 3 | 36 | 18 |  |
| 5 | HP tự chọn khối kiến thức chuyên ngành |  | Tự chọn | 3 | 36 | 18 |  |
| 6 | Thực tập môn học CTĐT Quản trị Marketing |  | Bắt buộc | 2 |  |  |  |
| **VII** | **Học kì VII** |  |  | **18** |  |  |  |
| 1 | Nghiên cứu Marketing | MAR331 | Bắt buộc | 3 | 36 | 18 |  |
| 2 | Quản trị Marketing | MAM331 | Bắt buộc | 3 | 36 | 18 | X |
| 3 | Quản trị truyền thông marketing | MCM331 | Tự chọn | 3 | 36 | 18 | X |
| 4 | HP tự chọn khối kiến thức chuyên ngành |  | Tự chọn | 3 | 36 | 18 |  |
| 5 | HP tự chọn khối kiến thức chuyên ngành |  | Tự chọn | 3 | 36 | 18 |  |
| 6 | HP tự chọn khối kiến thức chuyên ngành |  | Tự chọn | 3 | 36 | 18 |  |
| **VIII** | **Học kì VIII** |  |  | **10** |  |  |  |
| 1 | Thực tập tốt nghiệp CTĐT Quản trị markeitng | MAM441 |  | 4 |  |  |  |
| 2 | KLTN/ Tự chọn thay thế KLTN CTĐT Quản trị Marketing | MAM904 |  | 6 |  |  |  |
|  | HP thay thế khóa luận |  | Tự chọn | 3 | 36 | 18 |  |
|  | HP thay thế khóa luận |  | Tự chọn | 3 | 36 | 18 |  |
|  | **Tổng số tín chỉ** |  |  | **127** |  |  |  |

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Sơ đồ 01: Sơ đồ Chương trình dạy học Quản trị Marketing** | | | | | | | |
| **Năm 1** | | **Năm 2** | | **Năm 3** | | **Năm 4** | |
| **Học kỳ 1** | **Học kỳ 2** | **Học kỳ 3** | **Học kỳ 4** | **Học kỳ 5** | **Học kỳ 6** | **Học kỳ 7** | **Học kỳ 8** |
| Lý thuyết xác suất và thống kê  Kinh tế học vi mô 1  Quản trị học  Marketing căn bản  Kinh tế học vĩ mô 1  Tài chính - tiền tệ  Nguyên lý kế toán  Hành vi người tiêu dùng  Tự chọn Kiến thức ngành -Tổ hợp 3  Quản trị kênh phân phối  Quản trị sản phẩm  Quản trị giá  Hành vi người tiêu dùng  Tự chọn khối Kiến thức ngành tổ hợp 2  Tự chọn khối Kiến thức ngành tổ hợp 4  QT truyền thông marketing  Tự chọn Kiến thức chuyên ngành tổ hợp 2  Thực tập tốt nghiệp ngành QTM  KLTN/ Học thay thế KLTN  Tiếng Anh 1  Tiếng Anh 2  Tiếng Anh 3  Tiếng Anh 4  Tiếng Anh 5  Nguyên lý khởi nghiệp và ĐMST  Triết học  Mác Lê  Chủ nghĩa xã hội khoa học  Lịch sử Đảng CSVN  Tư tưởng HCM  Pháp luật đại cương  Tự chọn Kiến thức cơ sở ngành -Tổ hợp 2  Thực tập môn học CTĐT Quản trị marketing  Nghiên cứu marketing  Quản trị Marketing  Tin học ứng dụng  Tự chọn Kiến thức ngành -Tổ hợp 2  Tự chọn khối kiến thức chuyên ngành 1  Tự chọn Kiến thức chuyên ngành tổ hợp 3  **15 TC**  Giáo dục thể chất 2  Giáo dục thể chất 1 | Tự chọn Kiến thức ngành -Tổ hợp 1 | Tự chọn kiến thức ngành – tổ hợp 1  Tự chọn cơ sở ngành  Nguyên lý thống kê | Giáo dục thể chất 3  Quản trị thương hiệu |  |  |  |  |

***ó:***

**10TC**

**18TC**

**16TC**

**17TC**

**18TC**

**17TC**

**16TC**

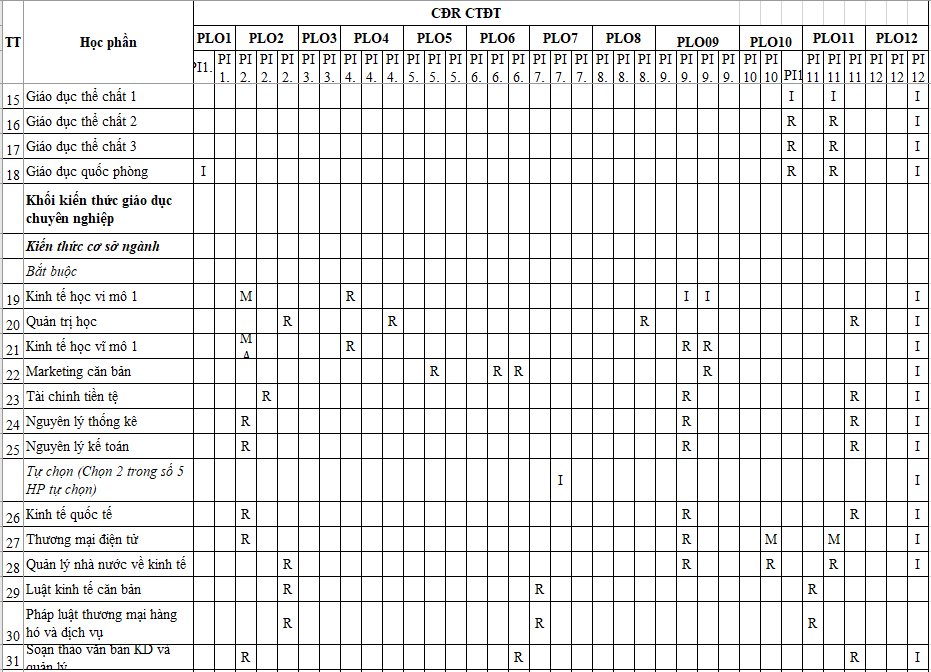
# 3. Ma trận đáp ứng giữa các học phần với CĐR của CTĐT

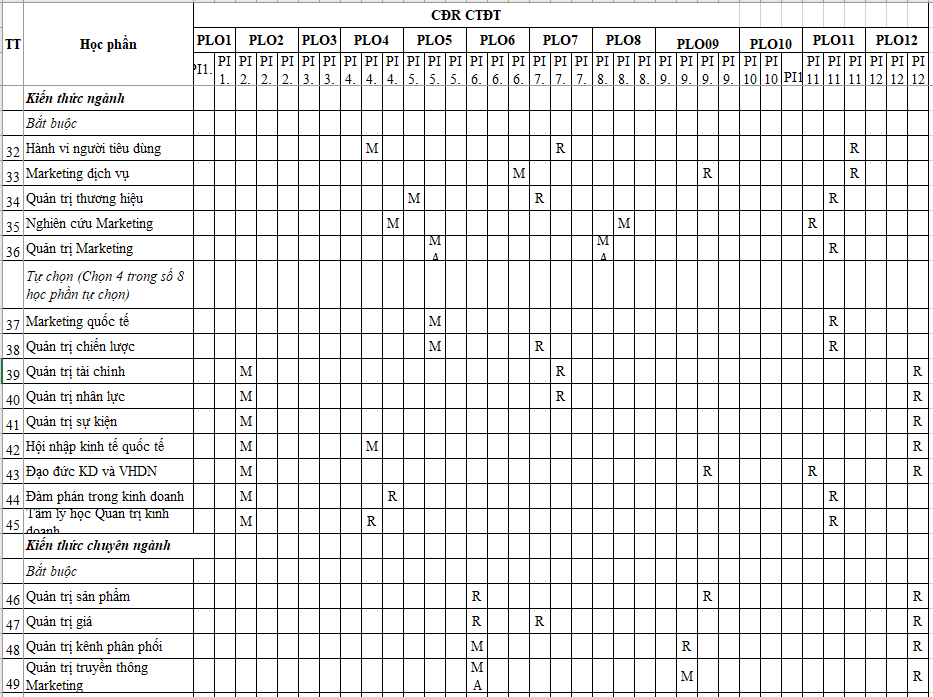
Ma trận đáp ứng giữa các học phần với CĐR của CTĐT được thể hiện trong Bảng 10

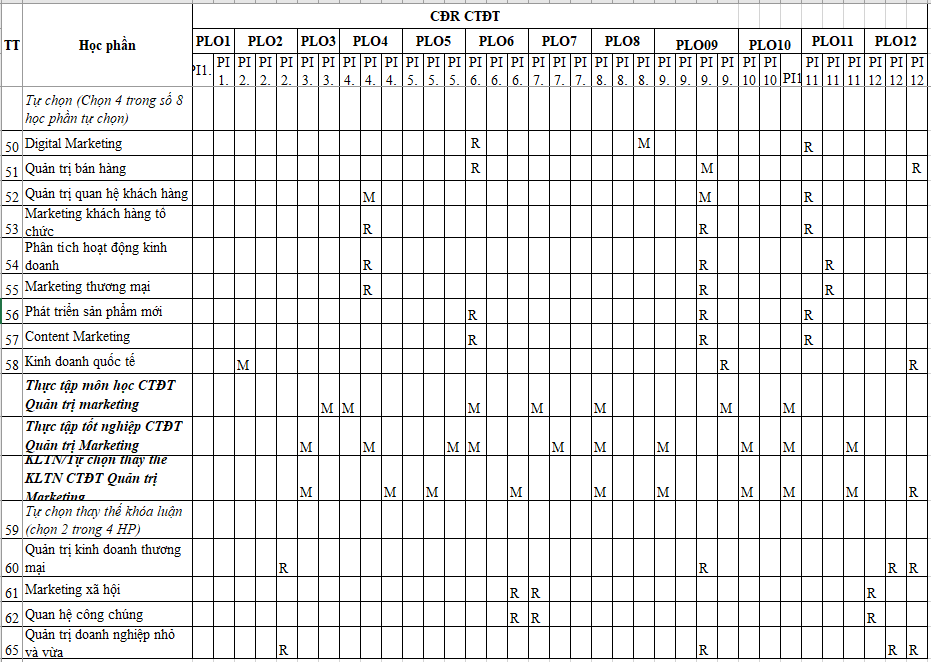
**Bảng 10: Ma trận đáp ứng giữa các học phần với CĐR của CTĐT**

Mức độ đáp ứng được mã hóa theo 3 mức từ I, R và M trong đó: *Mức I (Introduction): Giới thiệu (làm quen); Mức R (Reinforced): Tăng cường (củng cố); Mức M (Master): Đáp ứng đầy đủ (chuyên sâu)*

# 







# 4. Các học phần trong CTDH

# *4.1. Mô tả chung từng học phần*

**\* Học phần 1:** **Triết học Mác - Lênin**

Số tín chỉ: 03TC, Số tiết LT: 36 GTC, số tiết thực hành (thảo luận): 18GTC

- Học phần học trước: Không

- Học phần tiên quyết: Không

- Học phần song hành: Không

- Tóm tắt nội dung học phần: Học phần này cung cấp cho sinh viên kiến thức cơ bản về môn học Triết học Mác – Lênin giúp sinh viên có khả năng nắm vững những vấn đề lý luận của chủ nghĩa Mác – Lênin, bao gồm: vật chất và ý thức; phép biện chứng duy vật; lý luận nhận thức của chủ nghĩa duy vật biện chứng; hình thái kinh tế - xã hội; giai cấp và dân tộc; nhà nước và cách mạng; ý thức xã hội; triết học về con người. Bên cạnh đó, học phần sẽ giúp người học có khả năng phân tích các vấn đề thực tiễn của đời sống kinh tế - chính trị - xã hội của đất nước và trên thế giới.

**\* Học phần 2:** **Kinh tế chính trị Mác – Lênin**

Số tín chỉ: 02TC, Số tiết LT: 24 GTC, số tiết thực hành (thảo luận): 12GTC

- Học phần học trước: Triết học Mác – Lênin

- Học phần tiên quyết: Không

- Học phần song hành: Không

- Tóm tắt nội dung học phần: Học phần Kinh tế chính trị Mác – Lênin thuộc bộ môn Lý luận chính trị, được xây dựng theo chương trình lý luận chính trị mới của Bộ Giáo dục & Đào tạo năm 2021.

Học phần này trang bị cho sinh viên các kiến thức cơ bản sau: (i) Nhận diện được quan hệ kinh tế trong nền kinh tế thị trường nói chung, xác định được bản chất của kinh tế thị trường mang đặc thù phát triển của Việt Nam, từ đó hình thành tư duy và kỹ năng thực hiện hành vi kinh tế phù hợp với yêu cầu khách quan khi tham gia các hoạt động kinh tế - xã hội nói chung; (ii) nhận diện được biểu hiện của giá trị thặng dư trong nền kinh tế thị trường hiện nay để hình thành kỹ năng giải quyết có căn cứ khoa học quan hệ lợi ích của mình khi khởi nghiệp hoặc tham gia các hoạt động kinh tế - xã hội; (iii) Hiểu được bản chất của CNH, HĐH ở Việt Nam trong bối cảnh thích ứng với cuộc CMCN lần thứ tư và tác động của hội nhập kinh tế quốc tế tới việc xây dựng nền kinh tế Việt Nam độc lập, tự chủ trong hội nhập, từ đó hình thành tư duy về giải quyết các quan hệ lợi ích giữa Việt Nam với các quốc gia trên thế giới trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế.

Học phần này cung cấp cho giúp sinh viên những kiến thức cơ bản làm nền tảng cho học tập và nghiên cứu các môn thuộc khối chuyên ngành.

**\* Học phần 3:** **Chủ nghĩa xã hội khoa học**

Số tín chỉ: 02TC, Số tiết LT: 24 GTC, số tiết thực hành (thảo luận): 12GTC

- Học phần học trước: Không

- Học phần tiên quyết: Triết học Mác-Lênin, Kinh tế chính trị Mác-Lênin

- Học phần song hành: Không

- Tóm tắt nội dung học phần: Môn học Chủ nghĩa xã hội khoa học là môn học nghiên cứu về những quy luật và tính quy luật chính trị - xã hội của quá trình phát sinh, hình thành và phát triển hình thái kinh tế cộng sản chủ nghĩa; những nguyên tắc cơ bản, những điều kiện, con đường, hình thức và phương pháp đấu tranh cách mạng của giai cấp công nhân để thực hiện sự chuyển biến từ chủ nghĩa tư bản (và các chế độ tư hữu) lên chủ nghĩa xã hội, chủ nghĩa cộng sản.

**\* Học phần 4:** **Tư tưởng Hồ Chí Minh**

Số tín chỉ: 02TC, Số tiết LT: 24 GTC, số tiết thực hành (thảo luận): 12GTC

- Học phần học trước:

- Học phần tiên quyết: Triết học Mác-Lênin, Kinh tế chính trị Mác-Lênin, Chủ nghĩa xã hội khoa học.

- Học phần song hành: Không

- Tóm tắt nội dung học phần: Tư tưởng Hồ Chí Minh là môn khoa học chính trị bao gồm hệ thống quan điểm của Hồ Chí Minh về những vấn đề cơ bản của cách mạng Việt Nam. Nội dung của môn học bao gồm 6 chương. Cụ thể: Đối tượng, phương pháp nghiên cứu và ý nghĩa việc học tập môn tư tưởng Hồ Chí Minh; Cơ sở, quá trình hình thành và phát triển tư tưởng Hồ Chí Minh; Những nội dung cơ bản của tư tưởng Hồ Chí Minh và sự vận dụng của Đảng về: vấn đề độc lập dân tộc và chủ nghĩa xã hội; Đảng Cộng sản Việt Nam; Xây dựng nhà nước của dân, do dân và vì dân; Đại đoàn kết toàn dân tộc và đoàn kết quốc tế; Văn hóa, đạo đức và xây dựng con người. Qua đó xây dựng niềm tin, lý tưởng cách mạng cho sinh viên. Giúp sinh viên vận dụng những kiến thức chuyên ngành để chủ động, tích cực trong giải quyết những vấn đề kinh tế, chính trị, xã hội, văn hóa theo đường lối, chính sách, pháp luật của Đảng Cộng sản Việt Nam và của Nhà nước xã hội chủ nghĩa Việt Nam.

**\* Học phần 5:** **Lịch sử Đảng cộng sản Việt Nam**

Số tín chỉ: 02TC, Số tiết LT: 24 GTC, số tiết thực hành (thảo luận): 12GTC

- Học phần học trước: Triết học Mác – Lênin; Kinh tế chính trị Mác-Lênin; Chủ nghĩa xã hội khoa học; Tư tưởng Hồ Chí Minh.

- Học phần tiên quyết: Không

- Học phần song hành: Không

- Tóm tắt nội dung học phần: Học phần Lịch sử Đảng Cộng sản Việt Nam thuộc bộ môn Lý luận chính trị, được xây dựng theo chương trình lý luận chính trị mới của Bộ Giáo dục & Đào tạo năm 2021.

Học phần này cung cấp cho sinh viên những hiểu biết cơ bản về đối tượng, mục đích, nhiệm vụ, phương pháp nghiên cứu, học tập môn Lịch sử Đảng và những kiến thức cơ bản, cốt lõi, hệ thống về quá trình Đảng Cộng sản Việt Nam lãnh đạo cách mạng dân tộc dân chủ nhân dân (1930 - 1975) và quá độ lên chủ nghĩa xã hội và tiến hành công cuộc đổi mới (Từ năm 1975 đến nay). Qua đó khẳng đinh các thành công, nêu lên các hạn chế, tổng kết những kinh nghiệm về sự lãnh đạo cách mạng của Đảng để giúp người học nâng cao nhận thức, niềm tin đối với Đảng và khả năng vận dụng kiến thức đã học vao thực tiễn công tác, góp phần xây dựng và bảo vệ Tổ quốc Việt Nam xã hội chủ nghĩa.

Học phần này cung cấp cho giúp sinh viên những kiến thức cơ bản làm nền tảng cho học tập và nghiên cứu các môn thuộc khối chuyên ngành.

**\* Học phần 6:** **Pháp luật đại cương**

Số tín chỉ: 02TC, Số tiết LT: 24 GTC, số tiết thực hành (thảo luận): 12GTC

- Học phần học trước: Không

- Học phần tiên quyết: Không

- Học phần song hành: Không

- Tóm tắt nội dung học phần: Học phần này cung cấp những kiến thức lý luận về nhà nước, pháp luật và một số ngành luật cụ thể trong hệ thống pháp luật Việt Nam trước khi người học tiếp cận với những vấn đề khác thuộc chuyên ngành đào tạo. Môn học được thiết kế gồm 2 nội dung: Lý luận chung về nhà nước và pháp luật; một số ngành luật cơ bản trong hệ thống pháp luật của Việt Nam như Luật Hiến pháp Việt Nam; Luật Hành chính Việt Nam; Luật Dân sự Việt Nam; Luật Hình sự Việt Nam và các quy định pháp luật về phòng chống tham nhũng. Học phần giúp sinh viên có khả năng phân tích các vấn đề lý luận chung về nhà nước, pháp luật. Ngoài ra, học phần này cũng cung cấp khả năng vận dụng kiến thức đã học để giải quyết các vấn đề pháp lý trong thực tế.

**\* Học phần 7:** **Tin học ứng dụng**

Số tín chỉ: 03TC, Số tiết LT: 36 GTC, số tiết thực hành: 12GTC

- Học phần học trước: Không

- Học phần tiên quyết: Không

- Học phần song hành: Không

- Tóm tắt nội dung học phần: Học phần Tin học ứng dụng trang bị cho sinh viên các kiến thức và kỹ năng về máy tính và Internet, phần cứng, phần mềm; hiểu rõ cách thức hoạt động cơ bản của hệ điều hành máy tính; ứng dụng được các phần mềm vào trong công việc một cách hiệu quả. Sau khi học xong môn này, người học có thể sử dụng thành thạo máy tính trong các công việc như soạn thảo văn bản, sử dụng phần mềm bảng tính điện tử để tính toán hay trực quan hoá dữ liệu, phần mềm trình chiếu để thuyết trình, khai thác và sử dụng Internet, hay sử dụng thành thạo một số phần mềm ứng dụng chuyên dụng khác phục vụ công việc. Qua những kiến thức và kỹ năng đã được trang bị, sinh viên có thể tự học và áp dụng các kiến thức vào từng công việc cụ thể sau này.

**\* Học phần 8:** **Lý thuyết xác suất và thống kê toán**

Số tín chỉ: 03TC, Số tiết LT: 36 GTC, số tiết thảo luận: 18GTC

- Học phần học trước: Không

- Học phần tiên quyết: Không

- Học phần song hành: Không

- Tóm tắt nội dung học phần: Học phần Lý thuyết xác suất và thống kê toán học trang bị cho sinh viên những kiến thức nền tảng về xác suất và thống kê, làm cơ sở để người học học tập các học phần chuyên ngành liên quan. Với những kiến thức, kĩ năng thu được qua quá trình học tập, người học có thể vận dụng vào giải quyết các bài toán thực tiễn trong kinh tế, xã hội. Các định nghĩa về xác suất, các công thức xác suất, xác suất có điều kiện, công thức xác suất đầy đủ, công thức Bayes, dãy phép thử Bernoulli được đưa vào chương 1. Chương 2 giới thiệu về biến ngẫu nhiên, hàm phân phối, hàm mật độ, các tham số đặc trưng của biến ngẫu nhiên như kỳ vọng, phương sai, độ lệch chuẩn, mode, trung vị, giá trị tới hạn và một số phân phối thông dụng như phân phối chuẩn, phân phối không – một, phân phối nhị thức, phân phối Student, phân phối khi bình phương, phân phối F. Các chương 3,4,5,6 dành cho thống kê. Lý thuyết mẫu được trình bày trong chương 3. Chương 4 giới thiệu về ước lượng tham số, hai dạng ước lượng tham số là ước lượng điểm và ước lượng khoảng. Chương 5 bao gồm bài toán kiểm định giả thuyết thống kê, kiểm định tham số và một số kiểm định phi tham số thông dụng. Chương 6 dành cho bài toán phân tích tương quan và hồi quy.

**\* Học phần 9:** **Toán kinh tế**

Số tín chỉ: 03TC, Số tiết LT: 36 GTC, số tiết thảo luận: 18GTC

- Học phần học trước: Không

- Học phần tiên quyết: Không

- Học phần song hành: Không

- Tóm tắt nội dung học phần: Học phần này trang bị cho sinh viên kiến thức cơ bản của Toán kinh tế nhằm cho sinh viên biết phân tích, đánh giá, tổng hợp xử lý các bài toán trong lĩnh vực kinh tế.

Học phần này trang bị cho sinh viên các kiến thức cơ bản sau: (i) Sinh viên được trang bị kiến thức cơ bản về đại số tuyến tính như định thức, ma trận, hệ phương trình tuyến tính. Trên cơ sở kiến thức cơ bản đó, giải quyết một số mô hình tuyến tính trong phân tích kinh tế. (ii) Sinh viên được tìm hiểu những kiến thức cơ bản nhất về hàm một biến và nhiều biến cụ thể: về tính liên tục, về các đạo hàm riêng, qua đó sinh viên sẽ nghiên cứu các ứng dụng của đạo hàm trong kinh tế. Đồng thời, trang bị cho sinh viên về cực trị không có điều kiện, có điều kiện của hàm nhiều biến, nghiên cứu một số mô hình kinh tế liên quan đến cực trị của hàm nhiều biến. (iii) Sinh viên được trang bị những kiến thức cơ bản về phương trình vi phân như phương trình vi phân tuyến tính cấp 1, phương trình vi phân tuyến tính cấp 2 với hệ số hằng và một số mô hình ứng dụng của phương trình vi phân trong phân tích kinh tế.

Học phần này cung cấp cho giúp sinh viên những kiến thức cơ bản làm nền tảng cho học tập và nghiên cứu các môn thuộc khối chuyên ngành.

**\* Học phần 10:** **Tiếng Anh 1**

Số tín chỉ: 02TC, Số tiết LT: 24GTC, số tiết thảo luận: 12GTC

- Học phần học trước: Không

- Học phần tiên quyết: Không

- Học phần song hành: Không

- Tóm tắt nội dung học phần: Học phần Tiếng Anh 1 thuộc Khung Chương trình đào tạo Quản trị Marketing năm 2022 nhằm giới thiệu cho sinh viên những kiến thức và kỹ năng tiếng Anh ở cấp độ tiền trung cấp để củng cố kiến thức từ vựng, ngữ pháp, phát âm và phát triển các kỹ năng nghe, nói, đọc, viết. Thông qua đó, sinh viên có thể tự tin giao tiếp và sử dụng tiếng Anh trong các tình huống thực tế của cuộc sống, học tập và công việc, hướng đến đạt chuẩn đầu ra tốt nghiệp về ngoại ngữ.

Nội dung học phần bao gồm 6 chủ điểm (Cuộc sống, Công việc, Thời gian rảnh rỗi, Giáo dục, Du lịch, Sức khỏe) thuộc 6 bài học đầu tiên trong giáo trình Speakout, phiên bản 2, trình độ tiền trung cấp của Nhà xuất bản Pearson. Mỗi bài học đều trang bị cho sinh viên đầy đủ các kiến thức từ vựng, ngữ pháp, phát âm theo các chủ điểm trên làm nền tảng cho việc thực hành và phát triển các kỹ năng nghe, nói, đọc, viết thông qua các hoạt động đa dạng với các nguồn ngữ liệu sinh động và thực tế. Đặc biệt, qua mỗi bài học, sinh viên được tiếp cận với các đoạn video ngắn được cung cấp bởi BBC – Đài Truyền hình Anh Quốc. Đây là những video mô phỏng các cuộc hội thoại thực tế hàng ngày với các nhân vật được phỏng vấn tới từ các quốc gia khác nhau, do vậy, sinh viên sẽ có cơ hội được tiếp xúc và làm quen với các nền văn hóa khác nhau trên thế giới. Thông qua đó, sinh viên sẽ cảm thấy tự tin hơn trong giao tiếp, chủ động trong việc bày tỏ quan điểm cá nhân về một chủ đề quen thuộc, phát âm chuẩn giọng Anh, Mỹ với ngữ điệu thành thục, hình thành tư duy phản biện và tạo thói quen tốt trong việc học tiếng Anh. Cuối mỗi bài học là nội dung ôn tập tổng hợp lại các kiến thức và kỹ năng đã được giới thiệu trong bài học.

**\* Học phần 11:** **Tiếng Anh 2**

Số tín chỉ: 02TC, Số tiết LT: 24GTC, số tiết thảo luận: 12GTC

- Học phần học trước: Tiếng Anh 1

- Học phần tiên quyết: Không

- Học phần song hành: Không

- Tóm tắt nội dung học phần: Học phần Tiếng Anh 2 là học phần tiếp nối của Tiếng Anh 1 - học phần thuộc chương trình đào tạo hệ đại học chính quy của Trường Đại học Kinh tế và Quản trị Kinh doanh – Đại học Thái Nguyên. Học phần được thiết kế nhằm trang bị cho người học những kiến thức và kỹ năng tiếng Anh ở cấp độ tiền trung cấp giúp người học mở rộng kiến thức từ vựng, ngữ pháp, phát âm và nâng cao các kỹ năng nghe, nói, đọc, viết. Thông qua đó, người học có thể tự tin giao tiếp và sử dụng tiếng Anh trong các tình huống thực tế của cuộc sống, học tập và công việc, hướng đến đạt chuẩn đầu ra tốt nghiệp về ngoại ngữ.

Nội dung học phần bao gồm 6 chủ điểm: Sự thay đổi, Tiền tệ, Tự nhiên, Xã hội, Công nghệ, Danh tiếng trong giáo trình Speakout, phiên bản 2, của Nhà xuất bản Pearson. Mỗi bài học đều trang bị cho người học đầy đủ các kiến thức từ vựng, ngữ pháp, phát âm theo các chủ điểm trên làm nền tảng cho việc thực hành và phát triển các kỹ năng nghe, nói, đọc, viết thông qua các hoạt động đa dạng với các nguồn ngữ liệu sinh động và thực tế. Đặc biệt, qua mỗi bài học, người học được tiếp cận với các đoạn video ngắn tương ứng với từng chủ đề và mức độ khó dễ của bài học được cung cấp bởi BBC - Anh Quốc. Nhờ đó, người học có thể giao tiếp tương đối tự tin về các vấn đề quen thuộc liên quan đến sở thích, học tập, việc làm, trao đổi, kiểm tra và xác nhận thông tin, thể hiện quan điểm cá nhân về các chủ đề quen thuộc và cuộc sống hằng ngày, phát âm chuẩn giọng Anh, Mỹ với ngữ điệu thành thục, hình thành tư duy phản biện và tăng cường năng lực tự học trong việc học tiếng Anh. Cuối mỗi bài học có nội dung ôn tập tổng hợp lại các kiến thức và kỹ năng đã được giới thiệu trong bài học.

**\* Học phần 12:** **Tiếng Anh 3**

Số tín chỉ: 02TC, Số tiết LT: 24GTC, số tiết thảo luận: 12GTC

- Học phần học trước: Tiếng Anh 2

- Học phần tiên quyết: Không

- Học phần song hành: Không

- Tóm tắt nội dung học phần: Trong học phần này, sinh viên sẽ được tiếp cận với các hiện tượng ngữ pháp, hệ thống từ vựng cũng như các tình huống giao tiếp ở cấp độ trung cấp (Trình độ B1 theo khung năng lực Châu Âu). Bốn kỹ năng giao tiếp cơ bản Nghe, Nói, Đọc, Viết được chú trọng và phát triển thông qua các hoạt động ngôn ngữ cụ thể và đa dạng.

Học phần gồm 4 bài học được phân theo chủ điểm khác nhau như Thói quen sinh hoạt, Cuộc sống hằng ngày, Giải trí, Kì nghỉ. Mỗi bài học đều có những hoạt động phát triển từ vựng, những hiện tượng ngữ pháp thiết yếu, các cơ hội luyên tập kỹ năng nghe, nói cũng như các ngữ liệu phong phú cho việc rèn luyện kỹ năng đọc và viết. Bên cạnh đó, cuối mỗi bài học đều có một hệ thống các bài tập bổ trợ để sinh viên có thể củng cố kiến thức và kỹ năng được học. Ngoài ra, trong học phần này, sinh viên được trang bị kiến thức và làm quen với các dạng bài trong kỳ thi đánh giá năng lực tiếng Anh PET.

**\* Học phần 13:** **Tiếng Anh 4**

Số tín chỉ: 02TC, Số tiết LT: 24GTC, số tiết thảo luận: 12GTC

- Học phần học trước: Tiếng Anh 3

- Học phần tiên quyết: Không

- Học phần song hành: Không

- Tóm tắt nội dung học phần: Học phần Tiếng Anh 4 là môn học tiếp nối môn học tiếng Anh học phần 1, 2, 3 và là một trong số các môn học bắt buộc trong chương trình giảng dạy hệ đại học chính quy của Trường Đại học Kinh tế và Quản trị Kinh doanh – Đại học Thái Nguyên. Môn học được thiết kế nhằm cung cấp cho người học những kiến thức và kỹ năng ở cấp độ trung cấp. Bốn kỹ năng giao tiếp cơ bản Nghe, Nói, Đọc, Viết được chú trọng và phát triển thông qua các hoạt động ngôn ngữ cụ thể và đa dạng.

Học phần gồm 4 bài học được phân theo chủ điểm khác nhau như Cảm xúc, Giải trí và Thời trang, Du lịch và Trải nghiệm. Mỗi bài học đều có những hoạt động phát triển từ vựng, những hiện tượng ngữ pháp thiết yếu, các cơ hội luyên tập kỹ năng nghe, nói cũng như các ngữ liệu phong phú cho việc rèn luyện kỹ năng đọc và viết. Bên cạnh đó, cuối mỗi bài học đều có một hệ thống các bài tập bổ trợ để sinh viên có thể củng cố kiến thức và kỹ năng được học, đồng thời thực hành áp dụng những kiến thức và kĩ năng này trong quá trình hoàn thành các dạng bài tập theo định hướng bài thi đánh giá năng lực chuẩn đầu ra.

Học phần Tiếng Anh 4 hướng đến giúp sinh viên đạt được các mục tiêu cụ thể về kiến thức, kỹ năng của môn học cũng như nâng cao năng lực tự chủ và tinh thần trách nhiệm của sinh viên với môn tiếng Anh nói riêng và các môn học khác nói chung.

**\* Học phần 14:** **Nguyên lý khởi nghiệp và đổi mới sáng tạo**

Số tín chỉ: 02TC, Số tiết LT: 24GTC, số tiết thảo luận: 12GTC

- Học phần học trước: Không

- Học phần tiên quyết: Không

- Học phần song hành: Không

- Tóm tắt nội dung học phần: Học phần Nguyên lý khởi nghiệp và đổi mới sáng tạo thuộc bộ môn Quản trị kinh doanh– Khoa QTKD nhằm giới thiệu cho sinh viên những kiến thức, kỹ năng và thái độ cơ bản cần thiết về khởi nghiệp đổi mới sáng tạo, cụ thể học phần sẽ trang bị cho người học những kiến thức và kỹ năng cơ bản về khởi nghiệp, đổi mới sáng tạo, khởi nghiệp đổi mới sáng tạo, nhận diện cơ hội kinh doanh, mô hình kinh doanh, kỹ năng cần thiết cho khởi nghiệp. Thông qua học phần này là cơ sở để xây dựng và hun đúc tinh thần khởi nghiệp đổi mới sáng tạo, làm chủ làm giàu của người học.

**\* Học phần 15:** **Giáo dục thể chất I**

Số tín chỉ: 02TC, Số tiết LT: 4GTC, số tiết thực hành: 26GTC

- Học phần học trước: Không

- Học phần tiên quyết: Không

- Học phần song hành: Không

- Tóm tắt nội dung học phần: GDTC I là học phần giúp sinh viên tiếp tục rèn luyện thể chất, nhằm tăng cường sức khoẻ, phát triển các tố chất thể lực, đảm bảo sự kế thừa về nội dung học tập một cách hệ thống và liên tục chặt chẽ với chương trình GDTC trong các trường phổ thông. Trang bị cho sinh viên nhận thức về quan điểm, chủ trương của Đảng và Nhà nước về thể dục thể thao trong trường học; vị trí, vai trò của thể dục thể thao đối với con người và xã hội. Cung cấp cho sinh viên những kiến thức cơ bản về giáo dục thể chất, vận dụng kiến thức, kỹ năng đã học để tự tập luyện.

**\* Học phần 16:** **Giáo dục thể chất II**

Số tín chỉ: 02TC, Số tiết LT: 4GTC, số tiết thực hành: 26GTC

- Học phần học trước: Không

- Học phần tiên quyết: Giáo dục thể chất I

- Học phần song hành: Không

- Tóm tắt nội dung học phần: GDTC II là học phần giúp sinh viên tiếp tục rèn luyện thể chất, nhằm tăng cường sức khoẻ, phát triển các tố chất thể lực, đảm bảo sự kế thừa về nội dung học tập một cách hệ thống và liên tục chặt chẽ với chương trình GDTC trong các trường phổ thông. Các bài tập điền kinh không chỉ có tác dụng tốt đối với sức khỏe con người mà còn là cơ sở để phát triển các môn thể thao khác. Trang bị cho sinh viên nhận thức về quan điểm, chủ trương của Đảng và Nhà nước về thể dục thể thao trong trường học; vị trí, vai trò của thể dục thể thao đối với con người và xã hội. Cung cấp cho sinh viên những kiến thức cơ bản về môn Điền kinh, vận dụng kiến thức, kỹ năng đã học để tự tập luyện. Có hiểu biết về ý nghĩa tác dụng của thể dục thể thao đối với con người; nhận thức về vị trí, vai trò của giáo dục thể chất và các hoạt động thể dục thể thao trong hoạt động giáo dục đại học.

**\* Học phần 17:** **Giáo dục thể chất III**

Số tín chỉ: 02TC, Số tiết LT: 4GTC, số tiết thực hành: 26GTC

- Học phần học trước: Giáo dục thể chất II

- Học phần tiên quyết: Giáo dục thể chất I

- Học phần song hành: Không

- Tóm tắt nội dung học phần: Bóng chuyền hơi là môn thể thao hiện nay rất phát triển ở nước ta, đặc biệt trong các trường chuyên nghiệp, đây là môn thể thao có nhiều hình thức chơi cho từng trường hợp cụ thể và phù hợp với tất cả mọi người. Giúp sinh viên tiếp tục rèn luyện thể chất trong môi trường đại học, nhằm tăng cường sức khoẻ, phát triển các tố chất thể lực. Trang bị cho sinh viên những kiến thức, kỹ thuật cơ bản nhất, kỹ năng đã học để tự tập luyện và thi đấu, tạo điều kiện cho sinh viên từng bước hình thành thói quen vận động thường xuyên.

**\* Học phần 18:** **Giáo dục quốc phòng**

Số tín chỉ: …TC, Số tiết LT: ….GTC, số tiết thực hành: ………GTC

- Học phần học trước:

- Học phần tiên quyết:

- Học phần song hành:

- Tóm tắt nội dung học phần:

**\* Học phần 19:** **Kinh tế học vi mô 1**

Số tín chỉ: 03TC, Số tiết LT: 36GTC, số tiết thảo luận: 18GTC

- Học phần học trước: Không

- Học phần tiên quyết: Không

- Học phần song hành: Không

- Tóm tắt nội dung học phần: Học phần Kinh tế học vi mô 1 cung cấp cho sinh viên kiến thức về hành vi và cách thức ra quyết định của các thành viên trong nền kinh tế. Học phần được trình bày trong 8 chương, bao gồm một số nội dung cơ bản về: Lý thuyết cầu - cung và cơ chế hình thành giá cả của thị trường; Co giãn của cầu, cung; Lý thuyết hành vi người tiêu dùng và nhà sản xuất; Quyết định sản xuất của doanh nghiệp trong những thị trường khác nhau; Thị trường lao động; Thất bại của thị trường và giải pháp can thiệp của Chính phủ. Qua đó, người học có khả năng vận dụng các kiến thức liên quan đến Kinh tế học vi mô vào giải quyết những vấn đề thực tiễn.

**\* Học phần 20:** **Quản trị học**

Số tín chỉ: 03TC, Số tiết LT: 36GTC, số tiết thảo luận: 18GTC

- Học phần học trước: Không

- Học phần tiên quyết: Không

- Học phần song hành: Không

- Tóm tắt nội dung học phần: Học phần này cung cấp cho sinh viên kiến thức về quản trị các hoạt động của một tổ chức nhằm đạt hiệu quả cao trong việc thực hiện mục tiêu chung. Giúp sinh viên có khả năng phân tích tác động của các yếu tố môi trường đến hoạt động của tổ chức. Ngoài ra, học phần này cũng cung cấp khả năng vận dụng kiến thức đã học để xây dựng chính sách phát triển của tổ chức thông qua các chức năng của hoạt động quản trị.

**\* Học phần 21:** **Kinh tế học vĩ mô 1**

Số tín chỉ: 03TC, Số tiết LT: 36GTC, số tiết thảo luận: 18GTC

- Học phần học trước: Không

- Học phần tiên quyết: Không

- Học phần song hành: Không

- Tóm tắt nội dung học phần: Kinh tế vĩ mô 1 là môn học cơ sở của lĩnh vực kinh tế, kinh doanh và quản lý. Môn học nghiên cứu và xem xét nền kinh tế với tư cách là một tổng thể. Môn học giới thiệu những nguyên lý cơ bản của kinh tế học vĩ mô; sự vận hành của nền kinh tế một nước và sự can thiệp của Chính phủ mỗi quốc gia nhằm dạt được các mục tiêu kinh tế vĩ mô trong từng thời kỳ. Bằng phương pháp mô hình hóa, trừu tượng hóa khoa học, môn học sẽ giải thích mối quan hệ giữa các biến số vĩ mô cơ bản trong từng mô hình kinh tế từ đơn giản đến phức tạp, đồng thời nghiên cứu và phân tích trạng thái của nền kinh tế trong ngắn hạn và dài hạn. Các biến số kinh tế vĩ mô cơ bản như tổng cung, tổng cầu, thất nghiệp, lạm phát, tăng trưởng kinh tế... sẽ được đề cập và giải thích giúp người học có thể hiểu và vận dụng trong phân tích thực tiễn kinh tế của mỗi quốc gia.

**\* Học phần 22:** **Marketing căn bản**

Số tín chỉ: 03TC, Số tiết LT: 36GTC, số tiết thảo luận: 18GTC

- Học phần học trước: Kinh tế vi mô, Kinh tế vĩ mô

- Học phần tiên quyết: Không

- Học phần song hành: Không

- Tóm tắt nội dung học phần: Học phần marketing căn bản cung cấp cho người học những kiến thức căn bản nhất trong lĩnh vực marketing, giúp người học bước đầu vận dụng các kiến thức kỹ năng của môn học vào các hoạt động marketing của doanh nghiệp. Môn học giúp sinh viên hiểu được các quan điểm khác nhau về marketing. Sự cần thiết cũng như vai trò của hoạt động marketing trong sản xuất kinh doanh. Nắm được thế nào là thị trường, phân khúc thị trường. Cách xác định trường mục tiêu và định vị sản phẩm, định vị thương hiệu trên thị trường. Biết được vì sao phải nghiên cứu tiến trình quyết định mua hàng của người tiêu dùng và các yếu tố tác động đến tiến trình quyết định mua hàng đó. Hiểu rõ và có thể vận dụng trong thực tiễn các chính sách sản phẩm, chính sách giá, chính sách phân phối và chính sách truyền thông, cũng như cách thức hiệu quả nhất để phối hợp các chiến lược ấy lại với nhau để tạo ra một chiến lược marketing- mix độc đáo nhất so với các đối thủ cạnh tranh.

**\* Học phần 23:** **Tài chính – Tiền tệ**

Số tín chỉ: 03TC, Số tiết LT: 36GTC, số tiết thảo luận: 18GTC

- Học phần học trước: Không

- Học phần tiên quyết: Không

- Học phần song hành: Không

- Tóm tắt nội dung học phần: Học phần Tài chính tiền tệ là học phần bắt buộc nằm trong khối kiến thức cơ sở ngành kinh tế, thuộc khoa Ngân hàng – Tài chính. Học phần nhằm trang bị cho sinh viên những kiến thức cơ bản về lĩnh vực tài chính - tiền tệ trong nền kinh tế thị trường như: tổng quan về tiền tệ, tổng quan về tài chính, tài chính công, tài chính doanh nghiệp, tín dụng, bảo hiểm, tài chính quốc tế, từ đó giúp sinh viên có khả năng vận dụng vào thực tiễn công tác trong lĩnh vực kinh tế và quản lý. Đồng thời, học phần Tài chính tiền tệ trang bị kỹ năng nghề nghiệp (chuyên môn), kỹ năng mềm, năng lực tự chủ và tự chịu trách nhiệm giúp sinh viên rèn luyện các phẩm chất đạo đức và ý thức tổ chức kỷ luật, tích cực học tập nâng cao nhận thức về lĩnh vực tài chính tiền tệ/ngân hàng góp phần hình thành tư duy độc lập, khởi nghiệp sáng tạo trong lĩnh vực kinh tế và quản lý.

**\* Học phần 24:** **Nguyên lý thống kê**

Số tín chỉ: 03TC, Số tiết LT: 36GTC, số tiết thảo luận: 18GTC

- Học phần học trước: Không

- Học phần tiên quyết: Không

- Học phần song hành: Không

- Tóm tắt nội dung học phần: Học phần Nguyên lý thống kê là học phần bắt buộc thuộc khối kiến thức cơ sở ngành nhằm giới thiệu cho sinh viên những kiến thức cơ bản để nhận biết và mô tả được các khái niệm, quá trình nghiên cứu thống kê, hệ thống các chỉ tiêu của các vấn đề kinh tế xã hội và các phương pháp phân tích thống kê trong phân tích mối liên hệ giữa các biến số kinh tế. Trong quá trình học, người học sẽ hiểu, biết và thực hành quá trình nghiên cứu thống kê, vận dụng được các hình thức tiến hành điều tra, thu thập thông tin; lựa chọn phương pháp chọn mẫu phù hợp trong từng vấn đề nghiên cứu; vận dụng được các công cụ tổng hợp thống kê. Bên cạnh đó, người học còn áp dụng hệ thống chỉ tiêu trong việc mô tả, phân tích các vấn đề KT-XH; áp dụng hệ thống chỉ tiêu trong phân tích sự biến động của các biến số kinh tế theo thời gian và dự báo các biến số kinh tế; áp dụng các phương pháp phân tích trong phân tích mối liên hệ giữa các biến số kinh tế. Ngoài ra, học phần này cũng cung cấp khả năng vận dụng kiến thức đã học để giải quyết vấn đề trong việc đưa ra những quyết định phù hợp và chính xác trong hoạt động kinh tế, kinh doanh và quản lý thực tế.

**\* Học phần 25:** **Nguyên lý kế toán**

Số tín chỉ: 03TC, Số tiết LT: 36GTC, số tiết thảo luận: 18GTC

- Học phần học trước: Không

- Học phần tiên quyết: Không

- Học phần song hành: Không

- Tóm tắt nội dung học phần: Nguyên lý kế toán là học phần cơ sở trong chương trình đào tạo cử nhân kinh tế nói chung, chuyên ngành kế toán nói riêng. Học phần cung cấp các kiến thức cơ bản về kế toán, là nền tảng khoa học của khoa học kế toán và kinh tế. Những quy định mang tính nguyên tắc chung về kế toán, đối tượng nghiên cứu và các phương pháp kế toán sử dụng để thực hiện vai trò là một trong các công cụ quản lý kinh tế đối với nhà quản lý. Học phần cung cấp cho người học có được các kỹ năng cơ bản của một người làm công tác kế toán, tập hợp, hệ thống hóa và xử lý các dữ liệu kế toán một cách cơ bản. Đồng thời, với kiến thức khoa học giúp người học tiếp tục nghiên cứu kế toán chuyên ngành, nghiên cứu sâu trong lĩnh vực kế toán tài chính.

Học phần trang bị cho người học những kiến thức cơ bản về Kế toán: các khái niệm, bản chất, chức năng, đối tượng, mục đích và yêu cầu kế toán, phương pháp kế toán, quá trình thu thập, ghi chép số liệu kế toán, trình tự kế toán, kế toán các quá trình hoạt động sản xuất kinh doanh chủ yếu, các hình thức kế toán, nội dung và các hình thức tổ chức công tác kế toán, lập và diễn dịch các báo cáo tài chính. Ngoài ra, học phần còn giúp người học nắm khái quát được Chế độ kế toán Việt Nam bước đầu tiếp cận với thực tiễn kế toán trong hệ thống quản lý của Việt Nam định hướng được việc sử dụng tài liệu kế toán vào quản lý các lĩnh vực thuộc chuyên ngành đào tạo của mình làm cơ sở để tiếp cận nghiên cứu sâu hơn về kế toán.

**\* Học phần số 26: Kinh tế quốc tế**

Số tín chỉ: 03TC, Số tiết LT: 36GTC, số tiết thảo luận: 18GTC

- Học phần học trước: Kinh tế vĩ mô

- Học phần tiên quyết: Không

- Học phần song hành: Không

Tóm tắt nội dung học phần

Học phần Kinh tế quốc tế nghiên cứu sự phụ thuộc kinh tế giữa các quốc gia, phân tích dòng chảy hàng hóa, dịch vụ và thanh toán giữa một quốc gia với phần còn lại của thế giới, chính sách định hướng cho các dòng chảy này ảnh hưởng của chúng đối với phúc lợi của quốc gia. Sự phụ thuộc kinh tế của các quốc gia này ảnh hưởng và bị ảnh hưởng bởi các quan hệ chính trị kinh tế, văn hóa, xã hội, an ninh giữa các quốc gia. Ngoài ra, học phần cũng giúp người học nắm được bản chất của những vấn đề tiền tệ của nền kinh tế thế giới như thị trường ngoại hối, tỷ giá hối đoái, cán cân thanh toán quốc tế và các thể chế tài chính quốc tế.

**\* Học phần số 27: Thương mại điện tử**

Số tín chỉ: 03TC, Số tiết LT: 36GTC, số tiết thảo luận: 18GTC

- Học phần học trước: Quản trị học, Marketing căn bản

- Học phần tiên quyết: Không

- Học phần song hành: Không

Tóm tắt nội dung học phần

Thương mại điện tử đã được đưa vào là một môn học bắt buộc trong các trường đại học khối ngành kinh tế, nhằm đào tạo ra một nguồn nhân lực có chất lượng cao trong lĩnh vực này. Môn học cung cấp cho sinh viên kiến thức cơ bản vềthương mại điện tử, kinh doanh trên Internet, quảng cáo trên mạng, thanh toán điện tử, dịch vụ khách hàng trực tuyến, Logistics trong thương mại điện tử. Ngoài ra còn trang bị cho sinh viên kỹ năng tạo lập một hoạt động kinh doanh trên mạng cơ bản.

**\* Học phần số 28: Quản lý nhà nước về kinh tế**

Số tín chỉ: 03TC, Số tiết LT: 36GTC, số tiết thảo luận: 18GTC

- Học phần học trước: Kinh tế vĩ mô

- Học phần tiên quyết: Không

- Học phần song hành: Không

- Tóm tắt nội dung học phần

Học phần Quản lý Nhà nước về kinh tế thuộc CTĐT LKT nhằm giới thiệu cho sinh viên về việc nghiên cứu vai trò, chức năng của nhà nước trong nền kinh tế thị trường ở Việt Nam hiện nay theo quan điểm chiến lược của Đảng. Thông qua việc tìm hiểu thực trạng của nền kinh tế, đề xuất các biện pháp để đổi mới các công cụ chính sách, pháp luật, kế hoạch, phương pháp quản lý, mục tiêu, chức năng của nhà nước cho phù hợp với sự biến đổi của nền kinh tế. Tìm hiểu về bộ máy, đội ngũ cán bộ cũng như các nguyên tắc, tiêu chuẩn trong tổ chức bộ máy và hoạt động của các cơ quan và cán bộ công chức trong hoạt động quản lý nhà nước.

**\* Học phần số 29: Luật kinh tế căn bản**

Số tín chỉ: 03TC, Số tiết LT: 36GTC, số tiết thảo luận: 18GTC

- Học phần học trước: Kinh tế vĩ mô

- Học phần tiên quyết: Không

- Học phần song hành: Không

- Tóm tắt nội dung học phần

Học phần Luật kinh tế căn bản thuộc khối kiến thức cơ sở ngành, cung cấp cho sinh viên những kiến thức cơ bản và thiết thức về pháp luật kinh tế trong nền kinh tế thị trường như: Khái quát chung về luật kinh tế; vấn đề thành lập, tổ chức, hoạt động, quyền và nghĩa vụ của các chủ thể kinh doanh; hợp đồng trong kinh doanh thương mại; giải quyết tranh chấp trong kinh doanh thương mại, pháp luật về phá sản; pháp luật lao động... Ngoài ra, học phần này cũng cung cấp khả năng vận dụng kiến thức đã học để tránh được những hành vi vi phạm pháp luật khi hoạt động kinh doanh, biết lựa chọn các mô hình kinh doanh thích hợp và sử dụng các công cụ pháp lý để tiến hành kinh doanh một cách có hiệu quả và bảo vệ hữu hiệu quyền và lợi ích hợp pháp của mình.

**\* Học phần số 30: Pháp luật thương mại hàng hóa và dịch vụ**

Số tín chỉ: 03TC, Số tiết LT: 36GTC, số tiết thảo luận: 18GTC

- Học phần học trước: Kinh tế vĩ mô

- Học phần tiên quyết: Không

- Học phần song hành: Không

- Tóm tắt nội dung học phần

Học phần Pháp luật về thương mại hàng hoá và dịch vụ thuộc khối kiến thức cơ sở ngành, cung cấp cho sinh viên những kiến thức pháp lý về các hoạt động thương mại như: mua bán hàng hóa; cung ứng dịch vụ; các dịch vụ trung gian thương mại, xúc tiến thương mại, dịch vụ logistic, đấu giá hàng hóa, đấu thầu hàng hóa, dịch vụ... và giải quyết tranh chấp thương mại. Ngoài ra, học phần này cũng cung cấp khả năng vận dụng kiến thức đã học để phân tích, bình luận, đánh giá về các vấn đề liên quan đến các hoạt động thương mại, giải quyết các tình huống liên quan phát sinh trong thực tiễn.

**\* Học phần số 31: Soạn thảo văn bản kinh doanh và quản lý**

Số tín chỉ: 03TC, Số tiết LT: 36GTC, số tiết thảo luận: 18GTC

- Học phần học trước: Kinh tế vĩ mô

- Học phần tiên quyết: Không

- Học phần song hành: Không

- Tóm tắt nội dung học phần

Học phần Soạn thảo văn bản Kinh doanh và Quản lý thuộc CTĐT Quản trị Marketing nhằm giới thiệu cho sinh viên những kiến thức lý luận cơ bản về văn bản và cách thức soạn thảo một số loại văn bản hành chính, văn bản hợp đồng thông dụng. Môn học cung cấp những kiến thức liên quan đến khái niệm văn bản, chức năng của văn bản, vấn đề thể thức văn bản, yêu cầu khi soạn thảo văn bản hành chính, quy trình soạn thảo văn bản hành chính; cách thức soạn thảo một số văn bản hành chính thông thường như công văn, biên bản, thông báo, tờ trình, báo cáo, đơn từ…. , kỹ thuật soạn thảo văn bản quản lý tổ chức như quyết định, nghị quyết, điều lệ, quy chế, nội quy. Kỹ thuật soạn thảo hợp đồng trong kinh doanh thương mại, kỹ thuật soạn thảo một số hợp đồng dân sự và kỹ thuật soạn thảo hợp đồng lao động.

**\* Học phần số 32: Hành vi người tiêu dùng**

Số tín chỉ: 03TC, Số tiết LT: 36GTC, số tiết thảo luận: 18GTC

- Học phần học trước: Kinh tế vi mô, Marketing căn bản

- Học phần tiên quyết: Không

- Học phần song hành: Không

- Tóm tắt nội dung học phần

Để có được thành công trong thị trường đầy biến động và cạnh tranh gay gắt, nhà quản trị marketing cần phải hiểu tất cả những gì họ có thể về người tiêu dùng như người tiêu dùng muốn cái gì, họ nghĩ gì, họ làm việc như thế nào và họ nghỉ ngơi như thế nào. Bên cạnh đó, nhà quản trị marketing còn phải hiểu được những ảnh hưởng cá nhân và môi trường xung quanh tới các quyết định của người tiêu dùng và quyết định này được thực hiện như thế nào. Đó là chủ đề của hành vi người tiêu dùng.

Tại sao lại phải nghiên cứu hành vi người tiêu dùng? Chúng ta nghiên cứu hành vi người tiêu dùng vì nhiều nguyên nhân khác nhau. Với tư cách là *người tiêu dùng*, chúng ta được hưởng lợi từ việc hiểu sâu sắc những quyết định liên quan đến tiêu dùng của cá nhân chúng ta: chúng ta mua cái gì, tại sao chúng ta mua và chúng ta mua như thế nào? Việc nghiên cứu hành vi người tiêu dùng giúp chúng ta nhận biết những ảnh hưởng tinh tế thuyết phục chúng ta mua sản phẩm và dịch vụ mà ta lựa chọn. Với tư cách là *sinh viên,* việc nghiên cứu hành vi người tiêu dùng đóng vai trò quan trọng trong việc giúp chúng ta hiểu những ảnh hưởng bên trong và bên ngoài bắt buộc cá nhân hành động theo cách liên quan tới tiêu dùng nhất định. Là nhà *quản trị marketing* hay *nhà quản trị marketing trong tương lai*, việc nghiên cứu hành vi người tiêu dùng giúp cho người học nhận biết các cá nhân ra quyết định tiêu dùng của mình như thế nào và làm thế nào để nhà quản trị có thể có được những quyết định marketing chiến lược tốt hơn. Việc hiểu được hành vi người tiêu dùng giúp cho nhà quản trị marketing có được lợi thế cạnh tranh trên thương trường. Môn học Hành vi người tiêu dùng cung cấp những kiến thức tổng quan về người tiêu dùng, phân đoạn thị trường, nghiên cứu những ảnh hưởng bên ngoài (văn hóa- xã hội, gia đình, nhóm, nhân cách và lối sống) và những ảnh hưởng cá nhân (nhu cầu và đông cơ, nhận thức và học tập và thái độ) tới quá trình quyết định mua của người tiêu dùng. Trên cơ sở đó, người học vận dụng những kiến thức đã học vào giải quyết những vấn đề liên quan đến về marketing trong thực tế.

**\* Học phần số 33: Marketing dịch vụ**

Số tín chỉ: 03TC, Số tiết LT: 36GTC, số tiết thảo luận: 18GTC

- Học phần học trước: Kinh tế vi mô, Marketing căn bản

- Học phần tiên quyết: Không

- Học phần song hành: Không

- Tóm tắt nội dung học phần:

Marketing dịch vụ thuộc chuyên ngành đào tạo Quản trị marketing nhằm giới thiệu cho sinh viên nhưng kiến thức nghiệp vụ quản lý hoạt động marketing trong kinh doanh và vận hành doanh nghiệp thuộc các lĩnh vực dịch vụ. Qua đó, sinh viên nhận biết được cách thức vận hành hoạt động marketing trong doanh nghiệp dịch vụ, xây dựng chiến lược và tổ chức các hoạt động marketing trong doanh nghiệp dịch vụ

**\* Học phần số 34: Marketing quốc tế**

Số tín chỉ: 03TC, Số tiết LT: 36GTC, số tiết thảo luận: 18GTC

- Học phần học trước: Kinh tế vi mô, Marketing căn bản

- Học phần tiên quyết: Không

- Học phần song hành: Không

- Tóm tắt nội dung học phần:

Marketing Quốc tế là một học phần quan trọng thuộc khối kiến thức bắt buộc của ngành Quản trị Marketing và các ngành học có liên quan đến kinh doanh quốc tế. Bản chất của Marketing quốc tế là xem xét và cân đối giữa những thay đổi của các yếu tố môi trường bên ngoài với các chính sách marketing hỗn hợp của doanh nghiệp trên thị trường quốc tế. Sự thành công của các doanh nghiệp này phụ thuộc vào việc áp dụng các chính sách kinh doanh của họ ở thị trường nước ngoài.

Học phần Marketing quốc tế nhằm trang bị cho người học các kiến thức tổng quan về marketing, những yếu tố ảnh hưởng đến môi trường marketing quốc tế, hoạt động và tổ chức chuyên sâu của marketing trong marketing quốc tế, lựa chọn thị trường, xây dựng chiến lược thâm nhập thị trường, chiến lược sản phẩm quốc tế, chiến lược giá quốc tế, chiến lược phân phối quốc tế và chiến lược xúc tiến hỗn hợp quốc tế.

**\* Học phần số 35: Nghiên cứu Marketing**

Số tín chỉ: 03TC, Số tiết LT: 36GTC, số tiết thảo luận: 18GTC

- Học phần học trước: Kinh tế vi mô, Marketing căn bản, Hành vi người tiêu dùng, Quản trị giá, Quản trị kênh phân phối

- Học phần tiên quyết: Không

- Học phần song hành: Không

- Tóm tắt nội dung học phần

Môn học giới thiệu bản chất của hoạt động nghiên cứu marketing, các loại hình nghiên cứu, vai trò và mối quan hệ của nghiên cứu marketing với quản trị marketing. Nội dung môn học tập trung vào các kỹ năng xây dựng và thực hiện các dự án nghiên cứu marketing, bao gồm lập kế hoạch nghiên cứu, thực hiện dự án nghiên cứu và báo cáo kết quả. Môn học giới thiệu các phương pháp thu thập dữ liệu cả sơ cấp và thứ cấp; cung cấp kỹ năng thu thập dữ liệu bằng quan sát, điều tra và thực nghiệm. Đặc biệt, môn học tập trung giới thiệu các phương pháp đo lường thông tin; quy trình thiết kế bảng câu hỏi trong nghiên cứu điều tra; nội dung các phương pháp phân tích và giải thích dữ liệu; báo các kết quả nghiên cứu phục vụ cho làm quyết định marketing của các cấp quản trị trong doanh nghiệp. Môn học cũng giới thiệu chương trình phần mềm SPSS dùng để phân tích dữ liệu trong nghiên cứu marketing. Sau khi hoàn thành khoá học, sinh viên khả năng tổ chức, thực hiện, đánh giá và quản lý được các dự án nghiên cứu marketing phục vụ cho hoạt động quản trị marketing, đề xuất các chiến lược marketing trong doanh nghiệp.

**\* Học phần số 36: Quản trị Marketing**

Số tín chỉ: 03TC, Số tiết LT: 36GTC, số tiết thảo luận: 18GTC

- Học phần học trước: Kinh tế vi mô, Marketing căn bản

- Học phần tiên quyết: Không

- Học phần song hành: Không

- Tóm tắt nội dung học phần

Học phần Quản trị marketing do Bộ môn Marketing phụ trách thuộc chương trình đào tạo khối ngành marketing, quản trị kinh doanh nhằm giới thiệu cho sinh viên nhưng kiến thức nghiệp vụ để quản trị hoạt động marketing trong kinh doanh và vận hành doanh nghiệp trong mọi lĩnh vực. Qua đó, sinh viên nhận biết được cách thức vận hành hoạt động marketing trong doanh nghiệp, xây dựng chiến lược và tổ chức các hoạt động marketing trong doanh nghiệp.

**\* Học phần số 37: Quản trị chiến lược**

Số tín chỉ: 03TC, Số tiết LT: 36GTC, số tiết thảo luận: 18GTC

- Học phần học trước: Quản trị học, Kinh tế học vi mô, Kinh tế học vĩ mô, Marketing căn bản.

- Học phần tiên quyết: Không

- Học phần song hành: Không

- Tóm tắt nội dung học phần

Học phần Quản trị chiến lược cung cấp những nội dung cơ bản về chiến lược kinh doanh và cách thức hoạch định, tổ chức thực hiện, kiểm tra và điều chỉnh các chiến lược trong doanh nghiệp. Quá trình hoạch định chiến lược bắt đầu từ việc nghiên cứu các triết lý kinh doanh, phân tích và dự báo những cơ hội và thách thức do môi trường bên ngoài tác động đến doanh nghiệp và đánh giá những điểm mạnh, điểm yếu của doanh nghiệp. Trên cơ sở đó, các nhà chiến lược trong doanh nghiệp sẽ xem xét lại hệ thống mục tiêu của mình và đề xuất các phương án chiến lược. Nội dung tiếp theo là việc sử dụng hệ thống các công cụ phân tích và lựa chọn chiến lược phù hợp với doanh nghiệp và quyết định lựa chọn chiến lược cho doanh nghiệp, cho đơn vị kinh doanh chiến lược hay cho các bộ phận chức năng. Sau khi quyết định lựa chọn chiến lược, doanh nghiệp phải tiến hành tổ chức thực hiện chiến lược đó. Nội dung tổ chức thực hiện chiến lược bao gồm: thiết lập các kế hoạch tác nghiệp, điều chỉnh cơ cấu tổ chức, phân phối nguồn lực và xây dựng các chính sách kinh doanh. Bên cạnh đó có thể nghiên cứu cách thức thực hiện chiến lược theo phương pháp thẻ điểm cân bằng. Nội dung cuối cùng của Quản trị chiến lược là kiểm tra, đánh giá và điều chỉnh chiến lược. Nội dung này bao gồm bản chất của hoạt động kiểm tra và quy trình kiểm tra chiến lược trong các tổ chức.

**\* Học phần số 38: Quản trị tài chính**

Số tín chỉ: 03TC, Số tiết LT: 36GTC, số tiết thảo luận: 18GTC

- Học phần học trước: Quản trị học, Nguyên lý kế toán

- Học phần tiên quyết: Không

- Học phần song hành: Không

- Tóm tắt nội dung học phần

Học phần Quản trị tài chính thuộc bộ môn Quản trị kinh doanh nhằm giới thiệu cho sinh viên các vấn đề cốt yếu về quản trị tài chính mà doanh nghiệp sẽ thực hiện để tiến hành hoạt động kinh doanh trong nền kinh tế thị trường như: những vấn đề chung về quản trị tài chính, định giá tài sản tài chính (cổ phiếu, trái phiếu), chi phí huy động và sử dụng vốn (chi tiết cho từng nguồn vốn huy động tại doanh nghiệp ), quy trình đánh giá, các tiêu chuẩn lựa chọn các dự án đầu tư dài hạn; huy động vốn trên thị trường tài chính, xem xét cơ cấu tài chính, các chính sách tài trợ để có cơ cấu vốn tối ưu, các hoạt động quản trị vốn kinh doanh, cách xác định chi phí, doanh thu và lợi nhuận cho doanh nghiệp, các vấn đề về phân tích tình hình tài chính doanh nghiệp (nhóm chỉ tiêu về: khả năng thanh toán, khả năng hoạt động , khả năng sinh lời) và hoạch định kế hoạch tài chính cho doanh nghiệp.

**\* Học phần số 39: Quản trị nhân lực**

Số tín chỉ: 03TC, Số tiết LT: 36GTC, số tiết thảo luận: 18GTC

- Học phần học trước: Quản trị học

- Học phần tiên quyết: Không

- Học phần song hành: Không

- Tóm tắt nội dung học phần

Học phần Quản trị nhân lực sẽ cung cấp các kiến thức cơ bản về quá trình quản trị nhân lực trong các doanh nghiệp, những kiến thức cơ bản và có hệ thống về quá trình quản trị nhân lực như vai trò con người trong lao động sản xuất; Phân tích công việc; Lập kế hoạch nhân lực; Tuyển chọn nhân viên; Tổ chức quá trình lao động; Định mức lao động; Đánh giá thực hiện công việc; Đào tạo và phát triển nhân lực; Vấn đề trả công lao động và Mối quan hệ lao đông trong doanh nghiệp tương ứng với 3 giai đoạn: Hình thành, sử dụng và phát triển nhân lực trong doanh nghiệp.

**\* Học phần số 40: Quản trị sự kiện**

Số tín chỉ: 03TC, Số tiết LT: 36GTC, số tiết thảo luận: 18GTC

- Học phần học trước: Quản trị học

- Học phần tiên quyết: Không

- Học phần song hành: Không

- Tóm tắt nội dung học phần

Học phần Quản trị Sự kiện thuộc chuyên ngành Quản trị Kinh doanh Khách sạn, Du lịch nhằm giới thiệu cho sinh viên Môn học cung cấp cho sinh viên những kiến thức cơ bản về tổ chức sự kiện như cách thức tổ chức 1 sự kiện, những vấn đề cần quan tâm khi tổ chức sự kiện, lập kế hoạch, ngân sách cho sự kiện… Ngoài ra, môn học còn cung cấp cho sinh viên cách tính toán thời gian diễn ra sự kiện để sự kiện được diễn ra, những thông tin về kiểm tra, đánh giá sự kiện sau khi sự kiện diễn ra.

**\* Học phần số 41: Hội nhập kinh tế quốc tế**

Số tín chỉ: 03TC, Số tiết LT: 36GTC, số tiết thảo luận: 18GTC

- Học phần học trước: Kinh tế vi mô, Marketing căn bản

- Học phần tiên quyết: Không

- Học phần song hành: Không

- Tóm tắt nội dung học phần

Học phần Hội nhập kinh tế quốc tế nhằm cung cấp cho người học những kiến thức cơ bản, có hệ thống về hội nhập kinh tế quốc tế. Người học sẽ được cung cấp những kỹ năng để phân tích, nhận dạng, đánh giá tác động và dự báo những cơ hội và thách thức của hội nhập kinh tế quốc tế. Trên cơ sở đó, người học được nâng cao khả năng hoạch định, tham gia hoạch định chiến lược, đề xuất chính sách và biện pháp để giải quyết các vấn đề của thực tiễn.

**\* Học phần số 42: Đạo đức kinh doanh và Văn hóa doanh nghiệp**

Số tín chỉ: 03TC, Số tiết LT: 36GTC, số tiết thảo luận: 18GTC

- Học phần học trước: Marketing căn bản

- Học phần tiên quyết: Không

- Học phần song hành: Không

- Tóm tắt nội dung học phần

Trong bối cảnh hội nhập sâu rộng, chắc chắn mỗi doanh nghiệp luôn phải cạnh tranh khốc liệt. Đó vừa là sức ép, vừa là cơ hội để doanh nghiệp giữ vững thương hiệu trên thị trường. Trong đó, yếu tố văn hóa doanh nghiệp là giá trị cốt lõi, tạo niềm tin xã hội, với cán bộ nhân viên, đặc biệt tạo ra sự trường tồn của đội ngũ doanh nhân đất nước. Mỗi doanh nghiệp đều phải xây dựng đạo đức trong kinh doanh phù hợp với lĩnh vực sản xuất, có trách nhiệm với xã hội chính là góp phần xây dựng văn hóa doanh nghiệp.

Học phần Đạo đức kinh doanh & Văn hóa doanh nghiệp thuộc Bộ Môn Marketing giảng dạy nhằm trang bị cho sinh viên những kiến thức tổng quát về lĩnh vực văn hóa doanh nghiệp, giúp sinh viên làm quen với các khái niệm, thuật ngữ chuyên môn, và có một tầm nhìn rộng về lĩnh vực này. Học phần cung cấp cho sinh viên kiến thức về trách nhiệm của doanh nghiệp đối với xã hội, quy trình ra quyết định của doanh nghiệp chịu chi phối, ảnh hưởng bởi những yếu tố nào, tác động đến những ai... Các hệ thống biểu trưng trực quan và phi trực quan, các dạng văn hóa doanh nghiệp, các bước xây dựng văn hóa doanh nghiệp,... Từ đó sinh viên có thể xây dựng văn hóa doanh nghiệp với vai trò là một thành viên hay một người tư vấn cho doanh nghiệp đó.

**\* Học phần số 43: Đàm phán trong kinh doanh**

Số tín chỉ: 03TC, Số tiết LT: 36GTC, số tiết thảo luận: 18GTC

- Học phần học trước: Marketing căn bản

- Học phần tiên quyết: Không

- Học phần song hành: Không

- Tóm tắt nội dung học phần

Đàm phán trong kinh doanh thuộc chuyên ngành đào tạo Quản trị marketing nhằm giới thiệu cho sinh viên kỹ năng quan trọng nhóm Kỹ năng Giao tiếp. Trong cuộc sống hàng ngày, chúng ta thực hiện rất nhiều cuộc đàm phán thương lượng mà đôi khi chính chúng ta cũng không nhận ra. Thương lượng trong Kinh doanh là quá trình bàn bạc thỏa thuận giữa các bên một cách tự nguyện, trong đó các bên điều chỉnh đề xuất và mục tiêu của mình để có thể đạt được mục tiêu của mình.

**\* Học phần số 44: Tâm lý học Quản trị kinh doanh**

Số tín chỉ: 03TC, Số tiết LT: 36GTC, số tiết thảo luận: 18GTC

- Học phần học trước: Kinh tế vi mô, Marketing căn bản

- Học phần tiên quyết: Không

- Học phần song hành: Không

- Tóm tắt nội dung học phần

Học phần Tâm lý học QTKD thuộc CTĐT Quản trị Marketing nhằm giới thiệu cho sinh viên về các hiện tượng tâm lý của con người và các quy luật tâm lý đó diễn ra trong hoạt động sản xuất kinh doanh. Hơn thế nữa, học phần sẽ trang bị cho sinh viên những kiến thức lý luận thực tiễn về tâm lý trong hoạt động quản trị và hoạt động kinh doanh, từ đó rèn luyện được các kỹ năng cơ bản, cần thiết trong vấn đề giao tiếp như kỹ năng lắng nghe, kỹ năng viết, kỹ năng nói. Môn học không chỉ giúp cho sinh viên có cái nhìn tổng quan về các hiện tượng tâm lý thường xảy ra mà còn giúp cho sinh viên vận dụng chúng vào đời sống hàng ngày cũng như công việc trong tương lai.

**\* Học phần số 45: Quản trị sản phẩm**

Số tín chỉ: 03TC, Số tiết LT: 36GTC, số tiết thảo luận: 18GTC

- Học phần học trước: Marketing căn bản

- Học phần tiên quyết: Không

- Học phần song hành: Không

- Tóm tắt nội dung học phần

**\* Học phần số 46: Quản trị giá**

Số tín chỉ: 03TC, Số tiết LT: 36GTC, số tiết thảo luận: 18GTC

- Học phần học trước: Quản trị học, Marketing căn bản

- Học phần tiên quyết: Không

- Học phần song hành: Không

- Tóm tắt nội dung học phần

Quản trị giá thuộc chuyên ngành đào tạo Quản trị marketing nhằm giới thiệu cho sinh viên khả năng ứng dụng sáng tạo lý luận, có thể phát huy các kinh nghiệm của bản thân và hình thành các kỹ năng cần thiết trong việc phân tích tình huống, xử lý các tình huống quản trị giá một cách thành thạo. Trên cơ sở đó, người học có khả năng đưa ra các quyết định về quản trị giá nhằm giải quyết các vấn đề phát sinh trong thực tiễn.

**\* Học phần số 47: Quản trị kênh phân phối**

Số tín chỉ: 03TC, Số tiết LT: 36GTC, số tiết thảo luận: 18GTC

- Học phần học trước: Quản trị học, Marketing căn bản

- Học phần tiên quyết: Không

- Học phần song hành: Không

- Tóm tắt nội dung học phần

Truyền thông marketing là một thành phần quan trọng trong marketing mix, đang phát triển rất nhanh cùng với sự bùng nổ của các phương tiện truyền thông, Internet trong quá trình toàn cầu hóa.

Học phần Quản trị truyền thông Marketing tích hợp thuộc Bộ Môn Marketing giảng dạy nhằm trang bị cho sinh viên hiểu quy trình phát triển chương trình truyền thông marketing cho một sản phẩm hoặc một dịch vụ, kết hợp giữa 5 yếu tố: quảng cáo, khuyến mại, bán hàng trực tiếp, quan hệ công chúng (PR) và marketing trực tiếp. Các nội dung chủ yếu của môn học bao gồm: Phân tích hành vi người tiêu dùng; thiết lập mục tiêu; xây dựng chiến lược, kế hoạch truyền thông marketing; tổ chức các hoạt động truyền thông marketing; đo lường, đánh giá việc thực hiện và hiệu quả chương trình truyền thông marketing.

**\* Học phần số 48: Quản trị truyền thông Marketing**

Số tín chỉ: 03TC, Số tiết LT: 36GTC, số tiết thảo luận: 18GTC

- Học phần học trước: Kinh tế vi mô, Quản trị học, Marketing căn bản

- Học phần tiên quyết: Không

- Học phần song hành: Không

- Tóm tắt nội dung học phần

Truyền thông marketing là một thành phần quan trọng trong marketing mix, đang phát triển rất nhanh cùng với sự bùng nổ của các phương tiện truyền thông, Internet trong quá trình toàn cầu hóa.

Học phần Quản trị truyền thông Marketing tích hợp thuộc Bộ Môn Marketing giảng dạy nhằm trang bị cho sinh viên hiểu quy trình phát triển chương trình truyền thông marketing cho một sản phẩm hoặc một dịch vụ, kết hợp giữa các hoạt động: Quảng cáo, Xúc tiến bán, Bán hàng trực tiếp, Quan hệ công chúng (PR) và Marketing trực tiếp. Các nội dung chủ yếu của môn học bao gồm: Khái quát về quản trị truyền thông marketing; Thiết lập mục tiêu; Xây dựng kế hoạch truyền thông; Đo lường, đánh giá hiệu quả chương trình truyền thông marketing.

**\* Học phần số 49: Quản trị thương hiệu**

Số tín chỉ: 03TC, Số tiết LT: 36GTC, số tiết thảo luận: 18GTC

- Học phần học trước: Quản trị học, Marketing căn bản

- Học phần tiên quyết: Không

- Học phần song hành: Không

- Tóm tắt nội dung học phần

Học phần Quản trị thương hiệu thuộc Bộ Môn Marketing giảng dạy nhằm trang bị cho sinh viên những kiến thức tổng quát về lĩnh vực Quản trị Thương hiệu, giúp sinh viên làm quen với các khái niệm, thuật ngữ chuyên môn, và có một tầm nhìn rộng về ngành Quản trị thương hiệu. Môn học cung cấp các kiến thức, kỹ năng cần thiết giúp người học sau khi tốt nghiệp có thể đảm nhiệm công tác về quản trị thương hiệu trong doanh nghiệp. Giúp người học có thể tiếp cận và giải quyết các vấn đề quản trị thương hiệu như: lập chiến lược, kế hoạch xây dựng và phát triển thương hiệu; xây dựng hệ thống nhận diện thương hiệu; thực hiện các biện pháp nhằm bảo vệ thương hiệu; đề xuất các biện pháp xây dựng giá trị thương hiệu; thực hiện công tác đánh giá thương hiệu; đề xuất các biện pháp duy trì và phát triển thương hiệu; thực hiện truyền thông thương hiệu cho doanh nghiệp/tổ chức.

**\* Học phần số 50: Quản trị bán hàng**

Số tín chỉ: 03TC, Số tiết LT: 36GTC, số tiết thảo luận: 18GTC

- Học phần học trước: Quản trị học, Marketing căn bản

- Học phần tiên quyết: Không

- Học phần song hành: Không

- Tóm tắt nội dung học phần

Học phần Quản trị bán hàng thuộc Bộ Môn Marketing giảng dạy nhằm trang bị cho sinh viên những kiến thức tổng quát về lĩnh vực Quản trị bán hàng, giúp sinh viên làm quen với các khái niệm, thuật ngữ chuyên môn, và có một tầm nhìn rộng về lĩnh vực Quản trị bán hàng. Môn học cung cấp các kiến thức, kỹ năng cần thiết giúp người học sau khi tốt nghiệp có thể đảm nhiệm công tác về quản trị bán hàng trong doanh nghiệp. Giúp người học có thể tiếp cận và giải quyết các vấn đề quản trị bán hàng như: Phân tích, Dự báo, lập kế hoạch bán hàng, Quản lý năng suất của lực lượng bán hàng, Xây dựng đội ngũ bán hàng- tuyển dụng và lựa chọn, Lãnh đạo lực lượng bán hàng, Thực hiện chương trình huấn luyện bán hàng, Quản lý đội ngũ bán hàng.

**\* Học phần số 51: Digital Marketing**

Số tín chỉ: 03TC, Số tiết LT: 36GTC, số tiết thảo luận: 18GTC

- Học phần học trước: Marketing căn bản

- Học phần tiên quyết: Không

- Học phần song hành: Không

- Tóm tắt nội dung học phần

Ngày nay, Internet và các thiết bị kết nối, chia sẻ dữ liệu số đã làm thay đổi nhiều mặt trong đời sống xã hội nói chung và các hoạt động kinh doanh nói riêng. Các doanh nghiệp hiện nay đang khai thác, vận dụng công nghệ số, không chỉ trong sản xuất mà trong hầu hết tất cả các hoạt động marketing và bán hàng, từ khâu nghiên cứu thị trường, phát triển sản phẩm, thiết kế bao gói, tổ chức điểm bán, định giá, cho đến truyền thông cho sản phẩm, xây dựng thương hiệu và phát triển mối quan hệ với khách hàng…

Học phần Digital marketing thuộc Bộ Môn Marketing giảng dạy nhằm trang bị cho sinh viên những kiến thức tổng quát về lĩnh vực marketing trong môi trường kỹ thuật số, giúp sinh viên có thể xây dựng được chiến lược, kế hoạch marketing, truyền thông, xây dựng thương hiệu, bán hàng... trên các phương tiện truyền thông số phổ biến hiện nay như Google, mạng xã hội Facebook, Youtube, TikTok… từ đó đạt được mục tiêu marketing và mục tiêu kinh doanh của doanh nghiệp.

**\* Học phần số 52 Quản trị quan hệ khách hàng**

Số tín chỉ: 03TC, Số tiết LT: 36GTC, số tiết thảo luận: 18GTC

- Học phần học trước: Quản trị học, Marketing căn bản

- Học phần tiên quyết: Không

- Học phần song hành: Không

- Tóm tắt nội dung học phần

Học phần Quản trị quan hệ khách hàng cung cấp cho người học những kiến thức cơ bản về việc tổ chức và điều hành các hoạt động quản trị thông tin khách hàng và mối quan hệ giữa doanh nghiệp với khách hàng. Cụ thể, học phần này trang bị cho sinh viên các kiến thức cơ bản về bản chất của quản trị quan hệ khách hàng, các hoạt động chủ yếu, mối quan hệ giữa quản trị quan hệ khách hàng với các hoạt động quản trị chức năng khác trong doanh nghiệp.

Ngoài ra, học phần này cũng cung cấp các kiến thức về các hoạt động cung cấp dịch vụ cho khách hàng, quy trình lựa chọn chiến lược quản trị quan hệ khách hàng và các công việc tác nghiệp cụ thể khác như quản trị xung đột và duy trì sự hài lòng của khách hàng, kiểm tra, đánh giá và điều chỉnh chiến lược quản trị.

**\* Học phần số 53: Marketing khách hàng tổ chức**

Số tín chỉ: 03TC, Số tiết LT: 36GTC, số tiết thảo luận: 18GTC

- Học phần học trước: Kinh tế vi mô, Marketing căn bản

- Học phần tiên quyết: Không

- Học phần song hành: Không

- Tóm tắt nội dung học phần

Số lượng các doanh nghiệp cung cấp hàng hoá, dịch vụ công nghiệp (hàng hoá, dịch vụ bán cho các doanh nghiệp) chiếm tới 70-80% tổng số các doanh nghiệp. Đối tượng khách hàng này có nhu cầu, mong muốn, hành vi mua khác và phức tạp hơn người tiêu dùng. Do đó để bán được hàng cho họ đòi hỏi người làm arketing phải có những kiến thức chuyên sâu và những hoạt động Marketing riêng tác động vào họ.

Các kiến thức Marketing khách hàng tổ chức có thể áp dụng cho các doanh nghiệp bán hàng hoá dịch vụ công nghiệp thuần tuý, hàng hoá bán cả cho 2 thị trường công nghiệp và tiêu dùng và hàng hoá tiêu dùng khi muốn bán cho đối tượng khách hàng công nghiệp.

Môn học sẽ củng cố thêm những kiến thức marketing sinh viên đã học trong môn marketing căn bản, cung cấp những kiến thức chuyên sâu để sinh viên có thể làm việc với thị trường công nghiệp. Học xong môn học này sinh viên sẽ có những kiến thức, kỹ năng để có thể làm việc ở các vị trí nhân viên kinh doanh, nhân viên marketing, quản lý marketing, quản lý bán hàng...

**\* Học phần số 54: Phân tích hoạt động kinh doanh**

Số tín chỉ: 03TC, Số tiết LT: 36GTC, số tiết thảo luận: 18GTC

- Học phần học trước: Kinh tế vi mô, Nguyên lý thống kê

- Học phần tiên quyết: Không

- Học phần song hành: Không

- Tóm tắt nội dung học phần:

Học phần Phân tích hoạt động kinh doanh là học phần bắt buộc thuộc khối kiến thức ngành Marketing, Logistics và Quản lý chuỗi cung ứng và là học phần tự chọn thuộc khối kiến thức chuyên ngành trong chương trình đào tạo: Quản lý công, Quản lý kinh tế, Quản trị marketing, Kinh doanh Quốc tế và Thương mại Quốc tế.

Học phần này nhằm giới thiệu cho sinh viên hiểu, vận dụng, phân tích ảnh hưởng của các nhân tố (nguyên nhân) tới các chỉ tiêu đánh giá kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh. Ngoài ra, học phần này giúp người học khả năng vận dụng kiến thức đã học để giải quyết vấn đề: Phân tích các nguyên nhân chủ yếu ảnh hưởng tới việc sử dụng các yếu tố sản xuất; tiết kiệm chi phí, hạ giá thành sản phẩm; biện pháp nâng cao hiệu quả sử dụng các nguồn lực trong doanh nghiệp.

**\* Học phần số 55: Marketing thương mại**

Số tín chỉ: 03TC, Số tiết LT: 36GTC, số tiết thảo luận: 18GTC

- Học phần học trước: Marketing căn bản

- Học phần tiên quyết: Không

- Học phần song hành: Không

- Tóm tắt nội dung học phần:

Học phần Marketing thương mại cung cấp cho người học những kiến thức marketing trong lĩnh vực thương mại, giúp người học vận dụng các kiến thức, kỹ năng của môn học vào hoạt động thương mại của doanh nghiệp. Môn học giúp sinh viên chuyên ngành Thương mại, marketing hiểu được các quan điểm khác nhau về marketing thương mại. Sự cần thiết cũng như vai trò của hoạt động marketing trong hoạt động thương mại. Nắm được các cơ hội hấp dẫn thị trường trong kinh doanh thương mại, cách xác định cơ hội hấp dẫn thị trường và định vị thương hiệu cho doanh nghiệp trên thị trường. Biết được vì sao phải nghiên cứu tiến trình quyết định mua hàng của người tiêu thụ và các yếu tố tác động đến tiến trình quyết định mua hàng đó. Hiểu rõ và có thể vận dụng trong thực tiễn các chiến lược marketing và tham số sản phẩm, chính sách giá trong chiến lược marketing, địa điểm và phân phối phân phối hàng hóa trong chiến lược marketing và Tham số xúc tiến trong chiến lược marketing của doanh nghiệp.

**\* Học phần số 56: Phát triển sản phẩm mới**

Số tín chỉ: 03TC, Số tiết LT: 36GTC, số tiết thảo luận: 18GTC

- Học phần học trước: Quản trị học, Marketing căn bản

- Học phần tiên quyết: Không

- Học phần song hành: Không

- Tóm tắt nội dung học phần

Môn học đưa ra phương pháp quản trị sản phẩm mới ở khía cạnh marketing, nhằm nghiên cứu nhiệm vụ tổng hợp bao gồm xây dựng chiến lược, công việc tổ chức, phát triển những ý tưởng, khái niệm của sản phẩm mới, quy trình đánh giá các giai đoạn, sự phát triển mang tính kỹ thuật, marketing, v.v… Thông qua việc kết hợp giữa lý thuyết và thực hành, môn học sẽ giúp sinh viên hiểu thêm quy trình quản trị sản phẩm mới cũng như sản phẩm được ra đời như thế nào; các công đoạn của sự phát triển sản phẩm từ phân tích cơ hội, ý tưởng, đến những hoạt động đưa sản phẩm đến khách hàng mục tiêu; quy trình đánh giá và hoạch định chiến lược sản phẩm mới như thế nào để vừa đáp ứng với nhu cầu thị trường và vừa phù hợp nguồn lực sẵn có của tổ chức để đạt được mục tiêu đề ra. Tăng khả năng tư duy về mặt lý thuyết và kỹ năng giải quyết vấn đề cũng như khả năng áp dụng thực tế của sinh viên thông qua những bài thảo luận, bài tập tình huống và bài tập chuyên đề.

**\* Học phần số 57: Content Marketing**

Số tín chỉ: 03TC, Số tiết LT: 36GTC, số tiết thảo luận: 18GTC

- Học phần học trước: Marketing căn bản

- Học phần tiên quyết: Không

- Học phần song hành: Không

- Tóm tắt nội dung học phần:

Trong thế kỷ 21, người tiêu dùng chủ động tìm cách tránh tiếp xúc với các quảng cáo và thông điệp marketing. Trước đây, các công ty thường phải dựa vào việc thu hút sự chú ý của người tiêu dùng bằng các chiến thuật như quảng cáo gây sốc, tác động mạnh vào tâm lý, tình cảm; tuy nhiên, trong bối cảnh ngày nay, những chiến thuật này không còn phát huy hiệu quả như trước vì người tiêu dùng có thể ấn nút chuyển kênh hay nhấp chuột bỏ qua quảng cáo trực tuyến trên youtube, thậm chí cài đặt các chế độ, phần mềm loại bỏ quảng cáo.

Thêm vào đó, người tiêu dùng ngày nay đều trong trạng thái siêu kết nối. Từ nhà ở, nơi làm việc và các thiết bị di động, họ được tiếp cận với lượng thông tin khổng lồ, hấp dẫn. Do đó, chỉ có những thông tin có ích, phù hợp với nhu cầu của họ mới được chú ý. Marketing nội dung cung cấp những thông tin có ích (thông tin và giải trí) để thu hút những đối tượng khách hàng mục tiêu (những người có nhu cầu mong muốn và khả năng thanh toán) giống như quảng cáo, đồng thời tiếp cận đối tượng liên quan không phải là khách hàng mục tiêu của doanh nghiệp. Từ đó, xây dựng nên mối quan hệ gắn bó lâu dài với hai đối tượng này để đạt được mục tiêu marketing của doanh nghiệp.

**\* Học phần số 58: Kinh doanh quốc tế**

Số tín chỉ: 03TC, Số tiết LT: 36GTC, số tiết thảo luận: 18GTC

- Học phần học trước: Kinh tế vĩ mô

- Học phần tiên quyết: Không

- Học phần song hành: Không

- Tóm tắt nội dung học phần

Học phần Kinh doanh quốc tế thuộc khối kiến thức bắt buộc của chuyên ngành Kinh tế và Kinh doanh quốc tế, cung cấp cho người học các vấn đề cốt yếu về hoạt động kinh doanh quốc tế trong nền kinh tế thị trường như: những vấn đề chung về hoạt động kinh doanh quốc tế, môi trường kinh doanh quốc tế, các định chế trong kinh doanh quốc tế, tổ chức hoạt động kinh doanh trong môi trường kinh doanh quốc tế, các phương thức thanh toán và thâm nhập thị trường quốc tế. Đặc biệt môn học trang bị kỹ năng ra các quyết định trong hoạt động kinh doanh quốc tế có tính đến ảnh hưởng của môi trường kinh tế, chính trị, văn hóa của mỗi quốc gia, và thực tiễn kinh doanh quốc tế trong bối cảnh cuộc cách mạng 4.0 đang diễn ra.

**\* Học phần số 59: Quản trị kinh doanh thương mại**

Số tín chỉ: 03TC, Số tiết LT: 36GTC, số tiết thảo luận: 18GTC

- Học phần học trước:

- Học phần tiên quyết: Không

- Học phần song hành: Không

- Tóm tắt nội dung học phần: Học phần Quản trị kinh doanh thương mại thuộc bộ môn Quản trị kinh doanh – Khoa QTKD nhằm giới thiệu cho sinh viên những kiến thức, kỹ năng và thái độ cơ bản quản trị kinh doanh thương mại, cụ thể học phần sẽ trang bị cho người học những kiến thức về Kiến thức cơ bản về quản lý và sử dụng các yếu tố đầu vào của kinh doanh thương mại để đạt được kết quả cao ở đầu ra, kiến thức về kinh doanh thương mại, về tổ chức, kỹ thuật, nghiệp vụ, nghệ thuật kinh doanh thương mại; Kỹ năng về phân tích, đánh giá được hiệu quả kinh doanh, đề ra các quyết định điều hành kinh doanh của doanh nghiệp thương mại.

**\* Học phần số 60: Marketing xã hội**

Số tín chỉ: 03TC, Số tiết LT: 36GTC, số tiết thảo luận: 18GTC

- Học phần học trước: Marketing căn bản

- Học phần tiên quyết: Không

- Học phần song hành: Không

- Tóm tắt nội dung học phần

Học phần Marketing Xã hội cho phép người học khai thác ứng dụng marketing trong các chương trình hoạt động nhằm thay đổi hành vi cá nhân vì mục tiêu cộng đồng và phi lợi nhuận, một lĩnh vực có tầm ảnh hưởng xã hội rộng lớn vượt ra khỏi phạm trù kinh doanh thuần túy. Người học được mở rộng kiến thức và kỹ năng thực hành marketing trong việc nghiên cứu, lập kế hoạch, triển khai thực hiện và đánh giá các chương trình hoạt động cụ thể hướng đến thay đổi hành vi cá nhân và tập thể theo quan điểm quản trị marketing hiệu quả.

**\* Học phần số 61: Quan hệ công chúng**

Số tín chỉ: 03TC, Số tiết LT: 36GTC, số tiết thảo luận: 18GTC

- Học phần học trước: Kinh tế vi mô, Marketing căn bản

- Học phần tiên quyết: Không

- Học phần song hành: Không

- Tóm tắt nội dung học phần

Học phần giới thiệu những nguyên tắc cơ bản của Quan hệ công chúng (Public Relations - PR), giúp cho sinh viên những hiểu biết nền tảng về PR mà từ đó có thể áp dụng vào thực tiễn. Tập trung vào các nội dung lớn: Tầm quan trọng của PR trong tổ chức. Đạo đức trong PR; Tóm lược những lý thuyết cơ bản về PR và nghiên cứu PR; Quản lý PR: Xác định các đối tượng trong PR làm cơ sở lập kế hoạch chiến lược, nhận diện và quản lý sự cố và khủng hoảng của doanh nghiệp. Phương thức thiết lập, duy trì và nâng tầm mối quan hệ với các nhóm công chúng: báo giới, nội bộ, cộng đồng, khách hàng, nhà đầu tư, cổ đông. Các công cụ cơ bản của PR và kỹ năng ứng dụng: viết tin - bài, trình bày và giao tiếp cá nhân, đánh giá tài trợ và tổ chức các sự kiện của doanh nghiệp, …thực thi công tác PR nói riêng và marketing nói chung một cách hiệu quả.

**\* Học phần số 62: Quản trị doanh nghiệp nhỏ và vừa**

Số tín chỉ: 03TC, Số tiết LT: 36GTC, số tiết thảo luận: 18GTC

- Học phần học trước:

- Học phần tiên quyết: Không

- Học phần song hành: Không

- Tóm tắt nội dung học phần: Học phần Quản trị doanh nghiệp trang bị cho sinh viên những kiến thức cơ bản về doanh nghiệp vừa và nhỏ, các nghiệp vụ, quy trình quản trị doanh nghiệp vừa và nhỏ.Giúp người học có hiểu biết chung về doanh nghiệp vừa và nhỏ, cách phân loại, vai trò, cách khởi sự và cơ cấu tổ chức trong doanh nghiệp vừa và nhỏ, am hiểu về hoạt động quản trị sản xuất, quản trị nhân lực, quản trị tài chính, marketing trong doanh nghiệp vừa và nhỏ. Sau khi học xong môn học này người học có thể hiểu được quy trình khởi sự và điều hành các hoạt động kinh doanh nhỏ và vừa, tạo tiền đề để hướng đến phát triển thành các doanh nghiệp lớn.

# *4.2. Đề cương chi tiết học phần:*

- Đề cương chi tiết học phần giảng dạy trong CTĐT Quản trị marketing được thể hiện cụ thể tại Phụ lục 2: Đề cương chi tiết học phần CTĐT Quản trị marketing.

- Đề cương chi tiết học phần CTĐT Quản trị marketing được rà soát, điều chỉnh trên cơ sở đối sánh nôi bộ với với đề cương chi tiết học phần CTĐT năm 2022 Nhà trường; đối sánh với đề cương chi tiết học phần của các đơn vị đào tạo đại học như đại học Tài chính Marketing, đại học Thương mại, đại học Kinh tế quốc dân... Kết quả đối sánh được thể hiện tại Phụ lục 3: Báo cáo về các nội dung đối sánh và tham chiếu bên ngoài/nội bộ được sử dụng để cung cấp thông tin về các học phần được rà soát và điều chỉnh.

# 5. Hoạt động trải nghiệm/ ngoại khóa

# *5.1 Hoạt động trải nghiệm/ ngoại khóa liên quan tới học phần*

Hoạt động này dành cho sinh viên ngành Marketing năm thứ 2,3, được tổ chức bằng một trong hai hoặc cả hai hình thức sau:

Hình thức 1: Tham quan, khảo sát tại một số doanh nghiệp hoặc các tổ chức xã hội, phi lợi nhuận liên quan đến công việc hoạch định chiến lược, chính sách, quy hoạch và quản lý hoạt động marketing hoặc các doanh nghiệp thuộc mọi thành phần kinh tế ở các cấp nhằm cung cấp các cơ hội khám phá và học hỏi chuyên môn của một nhân viên làm việc liên quan đến lĩnh vực Marketing; dần hoàn thiện các kĩ năng cần thiết cho quá trình làm việc về sau.

Hình thức 2: Sinh viên được tham gia học cùng với người trình bày, diễn giả không phải là giảng viên của Nhà trường. Đó là các chuyên gia có nhiều kinh nghiệm đến từ các tổ chức khác nhau hoặc các doanh nghiệp được mời về trường để báo cáo tham luận.

Bảng 10. Danh sách học phần có nội dung trải nghiệm thực tế

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **STT** | **Học phần** | **Kỳ học** | **Mời chuyên gia giảng dạy** | | **Trải nghiệm thực tế** | |
| **Số tiết** | **Nội dung** | **Số buổi** | **Nội dung** |
| 1 | Hành vi người tiêu dùng | 5 |  |  | 1 | Trải nghiệm tại điểm bán |
| 2 | Quản trị marketing | 6 |  |  | 1 | Trải nghiệm tại điểm bán/DN |
| 3 | Quản trị kênh phân phối | 5 |  |  | 1 | Trải nghiệm điểm bán lẻ (chợ truyền thống, (kênh truyền thông và kênh VMS (siêu thị, kênh nhượng quyền, điểm bán lẻ hợp đồng)). Quan sát, viết báo cáo theo đề yêu cầu của giảng viên. |
| 4 | Quản trị truyền thông marketing | 7 |  |  | 1 | Thiết kế thông điệp cho 1 sản phẩm/DN cụ thể |
| 5 | Quản trị thương hiệu | 5 |  |  | 1 | Trải nghiệm tại điểm bán/DN |

# 5.2 Các hoạt động ngoại khoá khác

Bên cạnh các hoạt động ngoại khóa liên quan đến các học phần trong chương trình đào tạo, sinh viên ngành Marketing còn có cơ hội được tham gia các hoạt động ngoại khóa khác do Đoàn TNCS Hồ Chí Minh Trường, Hội Sinh viên Trường, Liên chi đoàn, Liên chi Hội, các chi đoàn, các Câu lạc bộ và Đoàn cấp trên tổ chức để đạt chuẩn đầu ra về hoạt động ngoại khóa theo quy định của nhà trường, gồm:

- Các chiến dịch tình nguyện (tình nguyện hè, tình nguyện đông,...)

- Các hoạt động nhân đạo, vì cộng đồng (hiến máu, dọn vệ sinh,...)

- Các giải thi đấu thể thao, văn nghệ, học thuật (thi thể thao,...)

- Các hoạt động đội nhóm, câu lạc bộ.

- Chào đón tân sinh viên...

- Các hoạt động được tổ chức bởi Chi đoàn Khoa như lễ đón tân sinh viên năm nhất, các chuyến đi tình nguyện (ví dụ: chuyến đi tình nguyện ở vùng sâu vùng xa), thi văn nghệ…

- Hội thảo với các doanh nghiệp và cựu sinh viên.

- Cuộc thi Bản lĩnh sinh viên Marketing.

# 6. Đối sánh và tham chiếu bên ngoài/nội bộ được sử dụng để cung cấp thông tin về CTĐT được rà soát và điều chỉnh

Chương trình đào tạo rà soát, cập nhật năm 2024 được đối sánh với các trường hợp sau:

- Đối sánh nội bộ: Đối sánh với CĐR và CTĐT năm 2022 của Nhà trường.

- Đối sánh trong nước: CĐR và CTĐT Quản trị Marketing của Nhà trường được đối sánh với CĐR và CTĐT Quản trị Marketing của Trường Đại học kinh tế Quốc Dân.

Kết quả đối sánh được thể hiện qua P*hụ lục 4*: Báo cáo về các nội dung đối sánh và tham chiếu bên ngoài/nội bộ được sử dụng để cung cấp thông tin về CTĐT được rà soát và điều chỉnh.

***7.1. Phương pháp giảng dạy***

Với phương châm lấy người học làm trung tâm, phương pháp giảng dạy của Nhà trường hướng tới phát huy tinh thần tự chủ, tự giác, tự nghiên cứu của người học; phát huy tính sáng tạo của giảng viên trong giảng dạy. Chú trọng pháp pháp giảng dạy – học tập chủ động và được thể hiện trong đề cương chi tiết các học phần. Phương pháp giảng dạy phải tương ứng với chuẩn đầu ra của học phần, qua đó góp phần đáp ứng chuẩn đầu ra của CTĐT Quản trị Marketing.

Các phương pháp giảng dạy và học tập được áp dụng trong CTĐT Quản trị Marketing cụ thể qua bảng bảng 11 dưới đây:

**Bảng 11: Phương pháp giảng dạy - học tập thực hiện trong CTĐT**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **TT** | **Phương pháp, hình thức tổ chức**  **giảng dạy** | **Mục đích** | **CĐR của CTĐT** |
| **I** | **Hình thức tổ chức đào tạo** | | |
| 1 | Giảng dạy, học tập trực tiếp trên lớp | Trang bị những kiến thức nền tảng cho sinh viên, trực tiếp giải đáp các thắc mắc trực tiếp của sinh viên | PLO1; PLO2; PLO4; PLO5; PLO6 |
| 2 | Giảng dạy, học trực tuyến trên hệ thống LMS/LCMS | Tăng cường khả năng tự học, tự nghiên cứu; trách nhiệm bản thân, nâng cao ý thức và trách nhiệm cho sinh viên | PLO3; PLO7 |
| **II** | **Phương pháp giảng dạy – học tập** | | |
| 1 | Thuyết giảng | Cung cấp cho sinh viên kiến thức nền tảng của các học phần một cách khoa học, logic và gợi mở cho sinh viên cách thức chiếm lĩnh tri thức | PLO2; PLO3; PLO4; PLO5; PLO6; PLO8 |
| 2 | Thảo luận | Thông qua việc hỏi đáp và trao đổi các tình huống thực tiến, giảng viên giúp sinh viên hiểu rõ hơn các vấn đề khó, chuyên sâu hoặc những vấn đề còn nhiều vướng mắc trong thực tiễn, từ đó giúp cho sinh viên có chiếm lĩnh tốt hơn về lý luận. Bên cạnh đó còn giúp sinh viên có được kỹ năng trình bày, kỹ năng tư duy phản biện | PLO2; PLO3; PLO7 |
| 3 | Bài tập cá nhân | Giúp sinh viên hiểu rõ hơn kiến thức lý luận và bước đầu vận dụng vào thực tiễn. Đồng thời, thông qua bài tập cá nhân còn giúp sinh viên rèn luyện khả năng tự chủ và trách nhiệm, trang bị kỹ năng trình bày, kỹ năng tư duy logic | PLO2; PLO3; PLO6; PLO7 |
| 4 | Bài tập nhóm | Rèn luyện cho sinh viên kỹ năng làm việc theo nhóm, tăng cường các kỹ năng diễn thuyết, thuyết trình, tinh thần hợp tác để hoàn thành nhiệm vụ. Bên cạnh đó còn giúp cho sinh viên hiểu sâu sắc hơn kiến thức lý luận và bước đầu vận dụng vào thực tiễn | PLO7; PLO8; PLO12 |
| 5 | Chuẩn bị bài và tự nghiên cứu | Giúp sinh viên tăng cường khả năng tự học, tự nghiên cứu, tự phát triển năng lực bản thân, đồng thời rèn luyện và tăng cường năng lực tự chủ và trách nhiệm của bản thân | PLO7;PLO8 |
| 6 | Trải nghiệm thực tế | Giúp sinh viên gắn kết giữa kiến thức lý thuyết và kiến thức thực tiễn, tiếp cận nhanh chóng với thực tiễn, định hình ý thức nghề nghiệp trong tương lai | PLO6; PLO8; PLO10 |
| 7 | Hoạt động Câu lạc bộ của Đoàn, Hội | Trang bị cho sinh viên những kỹ năng cơ bản như giao tiếp, thuyết trình, hùng biện; kỹ năng làm việc nhóm; kỹ năng lập kế hoạch; xây dựng tinh thần khởi nghiệp, sáng tạo; nêu cao trách nhiệm của bản thân, trách nhiệm xã hội thông qua các hoạt động của Đoàn, Hội | PLO7 |
| 8 | Thực tập định hướng nghề nghiệp, thực hành nghề nghiệp | Giúp sinh viên tăng cường phương pháp tư duy, kiến thức về chuyên môn đào tạo; kỹ năng nghiên cứu, vận dụng lý thuyết vào giải quyết công việc trong thực tiễn. Đồng thời còn giúp sinh viên rèn luyện phẩm chất đạo đức, ý thức, đạo đức nghề nghiệp, trách nhiệm công dân | PLO9; PLO11; PLO12 |

**7.2. Chiến lược dạy học**

Các chiến lược và phương pháp dạy học đã được thiết kế nhằm giúp người học đạt được các mục tiêu và chuẩn đầu ra của CTĐT, cụ thể như sau:

Bảng 12. Tương quan giữa chiến lược, phương pháp dạy học và PLO.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **STT** | **Chiến lược dạy và học** | **Phương pháp**  **dạy và học** | **Cách tổ chức**  **hoạt động học** | **PLO** |
| 1 | Dạy học theo hướng phát huy tính tích cực và sáng tạo của người học | Phương pháp thuyết trình vấn đề  (Problem Solving) | - GV đặt vấn đề  - GV phát biểu vấn đề  - GV giải quyết vấn đề theo 2 logic phổ biến: quy nạp hoặc diễn dịch  - Kết luận và thảo luận (nhấn mạnh, tổng kết, liên hệ, kiểm tra, đánh giá) | PLO1  PLO2  PLO3  PLO4  PLO7  PLO8  PLO12 |
| 2 | Dạy học hướng phát huy tính tự lực,  tính nghiên cứu | Phương pháp  động não (brainstorming) | - GV giới thiệu chủ đề hoặc nêu câu hỏi  - Khuyến khích SV phát biểu và đóng góp ý kiến càng nhiều càng tốt  - Liệt kê tất cả các ý kiến lên bảng hoặc giấy to, phân loại ý kiến  - Làm sáng tỏ những ý kiến chưa rõ ràng  - Tổng hợp ý kiến của sinh viên và rút ra kết luận | PLO3  PLO6  PLO7  PLO8  PLO9 |
| 3 | Dạy học tăng cường năng lực thực hành và tình huống thực tế | Phương pháp nghiên cứu trường hợp điển hình (case study) | - SV đọc, xem hoặc nghe về trường hợp điển hình  - SV suy nghĩ về nó, viết ý chính trước khi thảo luận với người khác.  - Thảo luận về trường hợp điển hình theo các câu hỏi hướng dẫn của giảng viên | PLO2  PLO4  PLO5  PLO6  PLO7  PLO8  PLO11  PLO12 |

**Bảng 13. Mối liên hệ giữa Chiến lược dạy và học với chuẩn đầu ra PLO**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Chiến lược và phương pháp dạy - học** | | **Chuẩn đầu ra CTĐT (PLOs)** | | | | | | | | | | | |
| **PLO**  **1** | **PLO**  **2** | **PLO**  **3** | **PLO**  **4** | **PLO**  **5** | **PLO**  **6** | **PLO**  **7** | **PLO**  **8** | **PLO**  **9** | **PLO**  **10** | **PLO**  **11** | **PLO**  **12** |
| 1 | Dạy học hướng phát huy tính tích cực và sáng tạo của người học | X | X | X | X |  |  | X | X |  |  |  | X |
| 2 | Dạy học hướng phát huy tính tự lực, tính nghiên cứu |  |  | X |  |  | X | X | X | X |  |  |  |
| 3 | Dạy học tăng cường năng lực thực hành, và tình huống thực tế |  | X |  | X | X | X | X | X |  |  | X | X |

# 8. Phương pháp đánh giá và hệ thống tính điểm

# *8.1. Phương pháp đánh giá*

Đánh giá là quá trình ghi lại, lưu trữ và cung cấp thông tin về quá trình học tập của sinh viên. Việc đánh giá đảm bảo nguyên tắc rõ ràng, chính xác, khách quan, thường xuyên và liên tục. Các phương pháp đánh giá được nêu rõ trong chương trình đào tạo này gắn với đề cương chi tiết từng học phần cấu thành nên chương trình đào tạo. Yêu cầu và tiêu chí của từng phương pháp đánh giá của từng học phần được các giảng viên phụ trách học phần đó thiết kế chi tiết và thông báo cho sinh viên vào buổi học đầu tiên.

Sau đây là những phương pháp đánh giá được áp dụng trong CTĐT ngành Quản trị Marketing

a. Đánh giá tiến trình

*- Đánh giá chuyên cần - Attendance Check (AM1)*

Cùng với tự học, việc có mặt thường xuyên của sinh viên và những đóng góp từ sinh viên trong suốt môn học cũng thể hiện thái độ của họ tới môn học đó.

*- Đánh giá bài tập - Work Assigment (AM2)*

Sinh viên được yêu cầu làm bài tập liên quan đến bài học trong và sau giờ lên lớp. Những bài tập này có thể được hoàn thành bởi cá nhân hoặc nhóm và được cho điểm dựa theo những tiêu chí đã thông báo từ trước.

*- Thuyết trình - Oral Presentation (AM3)*

Sinh viên được yêu cầu thực hiện một số nội dung liên quan tới hoạt động thuyết trình trong giờ học hoặc sau giờ lên lớp. Các hoạt động này được thực hiện bởi cá nhân hoặc nhóm và được đánh giá theo các tiêu chí cụ thể (rubrics).

*b. Đánh giá tổng kết*

*- Thi viết tự luận - Essay (AM6)*

Theo phương pháp đánh giá này, sinh viên được yêu cầu trả lời một số câu hỏi, bài tập hoặc ý kiến cá nhân về các câu hỏi liên quan đến các yêu cầu tiêu chuẩn của khoá học.

*- Kiểm tra trắc nghiệm - Multiple choice exam (AM7)*

Phương pháp đánh giá này tương tự như phương pháp kiểm tra viết, tuy nhiên điểm khác biệt là sinh viên được yêu cầu trả lời các câu hỏi dựa trên đáp án được thiết kế sẵn.

*- Bảo vệ và thi vấn đáp - Oral Exam (AM8)*

Sinh viên được đánh giá thông qua các cuộc phỏng vấn, câu hỏi và câu trả lời trực tiếp. Phương pháp này được sử dụng trong một số học phần để đánh giá năng lực tổng thể của sinh viên bao gồm kiến thức và kỹ năng thuyết trình. Tất cả các học phần áp dụng kiểm tra vấn đáp đều có tiêu chuẩn đánh giá (rubrics) và được công bố.

*- Viết báo cáo - Written Report (AM9)*

Sinh viên được đánh giá thông qua các báo cáo, bao gồm nội dung được trình bày trong báo cáo, cách trình bày, hình vẽ/ hình ảnh trong báo cáo.

*- Thuyết trình cá nhân - Oral Presentation (AM10)*

Phương pháp đánh giá này rất giống với phương pháp thuyết trình song là đánh giá tổng kết (summative), được thực hiện định kỳ (giữa kỳ, cuối kỳ hoặc sau khoá học).

*- Đánh giá làm việc nhóm - Teamwork (AM11)*

Đánh giá công việc nhóm được sử dụng khi thực hiện các hoạt động giảng dạy nhóm và được sử dụng để đánh giá kĩ năng làm việc nhóm của sinh viên. Phiếu đánh giá nhóm và tiêu chí đánh giá được công bố rõ.

*- Báo cáo khoá luận - Graduation Thesis/ Report (AM12)*

Trong phương pháp này, sinh viên được đánh giá thông qua bài báo cáo trước Hội đồng đánh giá được nhà trường ra quyết định thành lập trên cơ sở đề xuất của Khoa. Sinh viên thuyết trình báo cáo khóa luận của mình trước Hội đồng, giáo viên phản biện và các thành viên Hội đồng nhận xét và nêu ra các câu hỏi. Sinh viên trả lời trực tiếp câu hỏi tại buổi bảo vệ khóa luận. Phương pháp này được sử dụng trong kỳ thực tập để đánh giá năng lực tổng thể của sinh viên bao gồm kiến thức, kỹ năng và thái độ đối với những bạn đủ điều kiện bảo vệ khóa luận theo qui định. Hội đồng đánh giá sẽ cho điểm theo Rubric được cung cấp bởi Khoa/Bộ môn. Điểm đánh giá khóa luận tốt nghiệp là điểm trung bình của các thành viên Hội đồng, được Hội đồng quyết định.

Bảng 14. Sự tương thích giữa phương pháp đánh giá và chuẩn đầu ra CTĐT

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Phương pháp đánh giá** | | **CĐR CTĐT (PLO…)** | | | | | | | | | | | |
|  | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 |
| **Đánh giá tiến trình** | |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 1 | *Đánh giá chuyên cần* | x | x | x | x | x | x | x | x | x | x | x | x |
| 2 | *Đánh giá bài tập* | x | x | x | x | x | x | x | x | x | x | x | x |
| 3 | *Thuyết trình* |  |  |  |  | x | x |  |  |  |  |  |  |
| **Đánh giá tổng kết** | |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 1 | *Thi viết tự luận* | x | x | x | x | x | x | x | x | x | x | x | x |
| 2 | *Kiểm tra trắc nghiệm* | x |  |  | x | x |  |  |  |  |  |  |  |
| 3 | *Bảo vệ và thi vấn đáp* | x | x | x | x | x | x | x | x |  |  |  |  |
| 4 | *Viết báo cáo* |  | x | x | x |  | x | x | x | x | x | x |  |
| 5 | *Thuyết trình cá nhân* |  | x |  |  |  | x |  |  |  |  |  |  |
| 6 | *Đánh giá làm việc nhóm* |  | x |  |  |  | x |  |  |  |  |  |  |
| 7 | *Báo cáo khoá luận* |  | x | x | x |  | x | x | x | x | x | x | x |

# *8.2. Công cụ, tiêu chí đánh giá*

Các phương pháp đánh giá khác nhau được xây dựng dưới dạng các Rubric (R) đánh giá dựa vào thang đánh giá Bloom và PLO

Bảng 15: Thang đánh giá năng lực/mức độ các tiêu chí đánh giá

*8.2.1. Thang đánh giá chuyên cần*

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Năng lực** | **Tiêu chí đánh giá** | **Mức độ đạt được** | | | |
| **1** | **2** | **3** | **4** |
| ***Chuyên cần*** | Số tiết (80%) | Đi học (<80%) | Đi học ít chuyên cần  (81-90%) | Đi học chuyên cần  (91-95%) | Đi học đầy đủ, rất chuyên cần  (96-100%) |
| Đóng góp tại lớp (20%) | Không tham gia hợt động nào tại lớp hoặc hiếm khi tham gia phát biểu, đóng góp cho bài học tại lớp.  Đóng góp không hiệu quả. | Thỉnh thoảng tham gia phát biểu, trao đổi ý kiến tại lớp.  Phát biểu ít khi có hiệu quả. | Thường xuyên phát biểu và trao đổi ý kiến liên quan đến bài học.  Các đóng góp cho bài học là hiệu quả. | Tham gia tích cực các hoạt động tại lớp: phát biểu, trao đổi ý kiến liên quan đến bài học.  Các đóng góp rất hiệu quả. |

*8.2.2. Đánh giá bài tập*

*a. Bài tập nhóm*

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Năng lực** | **Tiêu chí đánh giá** | **Mức độ đạt được** | | | |
| **1** | **2** | **3** | **4** |
| ***Bài tập nhóm*** | Làm việc nhóm (20%) | Không xác định nhiệm vụ và đánh giá không chính xác cho các thành viên. Không tổ chức làm việc nhóm.  Không nộp bài tập nhóm | Xác định nhiệm vụ không rõ ràng và đánh giá không chính xác cho các thành viên. Hiếm khi làm việc nhóm.  Nộp bài tập nhóm muộn | Xác định nhiệm vụ rõ ràng và đánh giá chính xác cho các thành viên. Thường xuyên làm việc nhóm.  Nộp bài tập nhóm đúng thời hạn | Xác định nhiệm vụ rõ ràng và đánh giá chính xác cho các thành viên. Thường xuyên và tích cực làm việc nhóm.  Nộp bài tập nhóm đúng thời hạn |
| Trình bày bài tập (20%) | Không có bài tập | Bài tập trình bày lộn xộn, không đúng yêu cầu (font chữ, cỡ chữ, giãn dòng). Hình vẽ, bảng biểu sử dụng trong bài tập không phù hợp | Bài tập trình bày đẹp, đầy đủ, đúng yêu cầu (font chữ, cỡ chữ, giãn dòng). Hình vẽ, bảng biểu sử dụng trong bài tập rõ ràng, phù hợp. Ghi chú, giải thích đầy đủ, hợp lý | Bài tập trình bày đẹp, đầy đủ, đúng yêu cầu (font chữ, cỡ chữ, giãn dòng), logic. Hình vẽ, bảng biểu sử dụng trong bài tập rõ ràng, khoa học. Ghi chú, giải thích cụ thể, hợp lý |
| Nội dung bài tập (60%) | Không có bài tập | Nội dung bài tập không đầy đủ và không thuyết trình được theo yêu cầu. Một số không đúng theo yêu cầu nhiệm vụ | Nội dung bài tập đầy đủ, hợp lý, đúng theo yêu cầu nhiệm vụ và thuyết trình tốt theo yêu cầu. Nội dung đúng, rõ ràng. | Nội dung bài tập đầy đủ, hợp lý, đúng theo yêu cầu nhiệm vụ và thuyết trình rất tốt theo yêu cầu. Nội dung logic, chi tiết và rõ ràng, hoàn toàn hợp lý. |

*b. Bài tập cá nhân*

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Năng lực** | **Tiêu chí đánh giá** | **Mức độ đạt được** | | | |
| **1** | **2** | **3** | **4** |
| ***Bài tập cá nhân*** | Nộp bài tập (20%) | Không nộp bài tập | Nộp bài tập đạt 70% khối lượng được giao.  Tất cả hoặc hầu hết các bài chưa đúng thời gian quy định | Nộp bài tập đầy đủ (100% khối lượng được giao). Hầu hết bài tập nộp đúng thời gian quy định | Nộp bài tập đầy đủ (100% khối lượng được giao).  Đúng thời gian quy định |
| Trình bày bài tập (20%) | Không có bài tập | Bài tập trình bày lộn xộn, không đúng yêu cầu (font chữ, cỡ chữ, giãn dòng). Hình vẽ, bảng biểu sử dụng trong bài tập không phù hợp | Bài tập trình bày đẹp, đầy đủ, đúng yêu cầu (font chữ, cỡ chữ, giãn dòng). Hình vẽ, bảng biểu sử dụng trong bài tập rõ ràng, phù hợp. Ghi chú, giải thích đầy đủ, hợp lý | Bài tập trình bày đẹp, đầy đủ, đúng yêu cầu (font chữ, cỡ chữ, giãn dòng), logic. Hình vẽ, bảng biểu sử dụng trong bài tập rõ ràng, khoa học. Ghi chú, giải thích cụ thể, hợp lý |
| Nội dung bài tập (60%) | Không có bài tập | Nội dung bài tập không đầy đủ, một số không đúng theo yêu cầu nhiệm vụ | Nội dung bài tập đầy đủ, hợp lý, đúng theo yêu cầu nhiệm vụ. Nội dung đúng, rõ ràng | Nội dung bài tập đầy đủ, hợp lý, đúng theo yêu cầu nhiệm vụ. Nội dung logic, chi tiết và rõ ràng, hoàn toàn hợp lý |

*8.2.3. Thuyết trình*

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Năng lực** | **Tiêu chí đánh giá** | **Mức độ đạt được** | | | |
| **1** | **2** | **3** | **4** |
| ***Thuyết trình*** | Khối lượng hoàn thành nội dung bài thuyết trình (50%) | Hoàn thành <50% khối lượng nội dung bài thuyết trình | Hoàn thành 50%-69% khối lượng nội dung bài thuyết trình | Hoàn thành 70% - 89% khối lượng nội dung bài thuyết trình | Hoàn thành 90%-100% khối lượng nội dung bài thuyết trình |
| Kỹ năng thuyết trình (50%) | Không thuyết trình hoặc kỹ năng thuyết trình kém | Có thuyết trình, kỹ năng thuyết trình đạt mức trung bình | Có thuyết trình, kỹ năng thuyết trình đạt mức khá | Có thuyết trình, kỹ năng thuyết trình đạt mức Tốt |

*8.2.4. Thi viết tự luận*

Theo thang điểm 10 dựa trên đáp án được thiết kế sẵn

*8.2.5. Kiểm tra trắc nghiệm*

Theo thang điểm 10 dựa trên đáp án được thiết kế sẵn

*8.2.6. Bảo vệ và thi vấn đáp*

Theo thang điểm 10 dựa trên đáp án được thiết kế sẵn

*8.2.7.Viết báo cáo*

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Năng lực** | **Tiêu chí đánh giá** | **Mức độ đạt được** | | | |
| **1** | **2** | **3** | **4** |
| ***Báo cáo thực tập tốt nghiệp*** | **Quá trình thực tập và liên hệ với GVHD (30%)** | Không đi thực tập và không liên hệ với GVHD | Thỉnh thoảng đi thực tập và Thỉnh thoảng liên hệ với GVHD | Thường xuyên đi thực tập và thường xuyên liên hệ với GVHD | Tích cực đi thực tập và thường xuyên liên hệ với GVHD |
| **BCTTTN giữa kỳ (20%)** | **<** 70% nội dung theo kế hoạch | Từ 70% nội dung theo kế hoạch và trình bày theo cầu. | | |
| **BCTTTN cuối kỳ (50%)** |  |  |  |  |
| Nội dung  báo cáo (40%) | Không có hoặc nội dung được trình bày trong báo cáo không phù hợp với yêu cầu. | Đầy đủ nội dung theo yêu cầu, còn một số nhầm lẫn trong tính toán, một số nội dung chưa hợp lý. | Đầy đủ nội dung theo yêu cầu, trình tự tính toán hợp lý, tính toán chính xác. Kết quả tính toán và chưa có giải thích cụ thể, chưa thuyết phục. | Đầy đủ nội dung theo yêu cầu, tính toán chi tiết, rõ ràng, logic, trình tự tính toán hợp lý. Kết quả tính toán và chọn có sự phân tích, lý giải cụ thể, rõ ràng và thuyết phục. |
| Hình thức của báo cáo (10%) | Hình thức trình bày không khoa học, nhiều lỗi chính tả. Kỹ năng soạn thảo văn bản còn yếu | Hình thức trình bày còn một số nội dung chưa khoa học, còn một số lỗi về chính tả. | Hình thức trình bày khoa học, còn một số lỗi về chính tả. | Hình thức trình bày khoa học. Thể hiện kỹ năng soạn thảo văn bản tốt. |

*8.2.8. Thuyết trình cá nhân*

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Năng lực** | **Tiêu chí đánh giá** | **Mức độ đạt được** | | | |
| **1** | **2** | **3** | **4** |
| ***Thuyết trình cá nhân*** | Nội dung thuyết trình (50%) | Hoàn thành <50% khối lượng nội dung bài thuyết trình | Hoàn thành 50%-69% khối lượng nội dung bài thuyết trình | Hoàn thành 70% - 89% khối lượng nội dung bài thuyết trình | Hoàn thành 90%-100% khối lượng nội dung bài thuyết trình |
| Kỹ năng thuyết trình (50%) | Không thuyết trình hoặc kỹ năng thuyết trình kém | Có thuyết trình, kỹ năng thuyết trình đạt mức trung bình | Có thuyết trình, kỹ năng thuyết trình đạt mức khá | Có thuyết trình, kỹ năng thuyết trình đạt mức Tốt |

*8.2.9. Đánh giá làm việc nhóm*

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Năng lực** | **Tiêu chí đánh giá** | **Mức độ đạt được** | | | |
| **1** | **2** | **3** | **4** |
| *Làm việc nhóm* | Tham gia làm việc nhóm (30%) | Không tham gia xây dựng nội dung theo phân công của nhóm hoặc Tham gia xây dựng nội dung theo phân công của nhóm ở mức kém. | Tham gia xây dựng nội dung theo phân công của nhóm ở mức trung bình | Tham gia xây dựng nội dung theo phân công của nhóm ở mức khá | Tích cực tham gia xây dựng nội dung theo phân công của nhóm |
|  | Kết quả làm việc nhóm (70%) | Hoàn thành dưới 50% khối lượng công việc được phân công | Hoàn thành 50-69% khối lượng công việc được phân công | Hoàn thành 70-89% khối lượng công việc được phân công | Hoàn thành trên 90% khối lượng công việc được phân công |

*8.2.10. Báo cáo khoá luận*

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Năng lực** | **Tiêu chí đánh giá** | **Mức độ đạt được** | | | |
| **1** | **2** | **3** | **4** |
| ***Báo cáo khóa luận*** | Hình thức trình bày khóa luận (10%) | Hình thức trình bày không khoa học, nhiều lỗi chính tả. Kỹ năng soạn thảo văn bản còn yếu | Hình thức trình bày còn một số nội dung chưa khoa học, còn một số lỗi về chính tả. | Hình thức trình bày khoa học, còn một số lỗi về chính tả. | Hình thức trình bày khoa học. Thể hiện kỹ năng soạn thảo văn bản tốt. |
| Nội dung khóa luận (70%) | Không có hoặc nội dung được trình bày trong khóa luận không phù hợp với yêu cầu. | Đầy đủ nội dung theo yêu cầu, còn một số nhầm lẫn trong tính toán, một số nội dung chưa hợp lý. | Đầy đủ nội dung theo yêu cầu, trình tự tính toán hợp lý, tính toán chính xác. Kết quả tính toán và chưa có giải thích cụ thể, chưa thuyết phục. | Đầy đủ nội dung theo yêu cầu, tính toán chi tiết, rõ ràng, logic, trình tự tính toán hợp lý. Kết quả tính toán và chọn có sự phân tích, lý giải cụ thể, rõ ràng và thuyết phục. |
| Thuyết trình báo cáo khóa luận và trả lới các câu hỏi của thành viên Hội đồng (20%) | Kỹ năng thuyết trình kém và không trả lời được các câu hỏi của các thành viên Hội đồng | Kỹ năng thuyết trình đạt mức trung bình và trả lời được <50% các câu hỏi của các thành viên Hội đồng | Kỹ năng thuyết trình đạt mức khá và trả lời được <85% các câu hỏi của các thành viên Hội đồng | Kỹ năng thuyết trình đạt mức tốt và trả lời được >85% các câu hỏi của các thành viên Hội đồng |

***8.3. Hệ thống tính điểm đánh giá kết quả học tập theo học kỳ, năm học***

a. Để tính điểm trung bình chung học kỳ và điểm trung bình chung tích lũy, mức điểm chữ của mỗi học phần phải được quy đổi qua điểm số theo thang điểm 4 như sau:

A tương ứng với 4

B tương ứng với 3

C tương ứng với 2

D tương ứng với 1

F tương ứng với 0

b. Điểm trung bình chung học kỳ và điểm trung bình chung tích lũy được tính theo công thức sau và được làm tròn đến 2 chữ số thập phân:

****

Trong đó:

*A* là điểm trung bình chung học kỳ hoặc điểm trung bình chung tích lũy

*ai* là điểm của học phần thứ i

*ni* là số tín chỉ của học phần thứ i

*n* là tổng số học phần.

c. Sinh viên được xếp loại học lực theo điểm trung bình học kỳ, điểm trung bình năm học hoặc điểm trung bình tích lũy theo thang điểm 4 như sau:

Từ 3,60 đến 4,00: Xuất sắc;

Từ 3,20 đến cận 3,60: Giỏi;

Từ 2,50 đến cận 3,20: Khá;

Từ 2,00 đến cận 2,50: Trung bình;

Từ 1,00 đến cận 2,00: Yếu;

Dưới 1,00: Kém.

d. Điểm đánh giá bộ phận đối với một học phần gồm:

+ Điểm kiểm tra thường xuyên: 30%

+ Điểm thi giữa học phần: 20%

+ Điểm thi kết thúc học phần: 50%

**E. ĐỘI NGŨ VÀ CƠ SỞ VẬT CHẤT PHỤC VỤ GIẢNG DẠY**

***9.1. Đội ngũ giảng viên giảng dạy CTĐT***

Đội ngũ giảng viên của Nhà trường có trình độ chuyên môn cao, được đào tạo sau đại học tại các trường đại học danh tiếng ở trong nước và ngoài nước như Đại học Kinh tế quốc dân, Học viện Tài chính, Đại học Ngoại thương... và tại các quốc gia phát triển hàng đầu thế giới như Mỹ, Đức, Anh, Hà Lan, Hàn Quốc, Trung Quốc, Đài Loan… Hiện nay, đội ngũ giảng viên cơ hữu trong toàn trường gồm 250 người trong đó có 05 Phó Giáo sư, 112 Tiến sĩ và 133 thạc sĩ đủ khả năng đảm nhận giảng dạy 100% khối lượng học phần trong CTĐT Quản trị Marketing ngành Marketing.

Đội ngũ GV được tạo điều kiện để học tập, bồi dưỡng nâng cao trình độ chuyên môn. Hiện nay, 100% GV của CTĐT Cử nhân Quản trị marketing đã đạt chuẩn về chuyên môn, ngoại ngữ và tin học theo quy định của Nhà trường. chi tiết tại Phụ lục 5

***9.2. Điều kiện cơ sở vật chất, kỹ thuật phục vụ đào tạo***

Trường Đại học Kinh tế và Quản trị Kinh doanh được quy hoạch xây dựng trên một khu đất có diện tích 17,13 ha. Để đáp ứng nhu cầu học tập của sinh viên và học viên, nâng cao chất lượng đào tạo, Nhà trường luôn chú trọng tới việc đầu tư cho thư viện, trang thiết bị học tập và các cơ sở vật chất khác.

- Giảng đường: Nhà trường có phòng học, phòng thực hành với các trang thiết bị cần thiết đáp ứng yêu cầu giảng dạy, học tập và nghiên cứu khoa học của các ngành đào tạo. Nhà trường có hệ thống giảng đường tương đối hiện đại, với 49 phòng học, tổng diện tích 13.748 m2 gồm 02 giảng đường năm tầng, 5 phòng thực hành máy tính diện tích 380 m2 với 231 bộ máy tính phục vụ cho nhu cầu học tập của tất cả các học phần trong chương trình đào tạo. Các trang thiết bị được mua sắm đáp ứng yêu cầu học tập và giảng dạy.

- Thư viện:Hiện nay**,** trư­ờng Đại học Kinh tế & Quản trị Kinh doanh đã có hệ thống thư­ viện với số lượng đầu sách đảm bảo cho việc học tập. Sinh viên được mư­ợn sách, giáo trình, các tài liệu phục vụ cho việc học tập nghiên cứu và tiến tới đ­ược cấp thẻ sử dụng thư­ viện điện tử.

Nhà trường đang dành 305,4m2 diện tích phòng học dùng để sách, phòng đọc và nơi cho mượn sách với 20 chỗ ngồi, 01 máy tính tra cứu và 738 đầu sách đáp ứng nhu cầu học tập nghiên cứu của sinh viên. Mặt khác, sinh viên của Trường còn được mượn sách, giáo trình, tài liệu... tại Trung tâm số thuộc Đại học Thái Nguyên với diện tích 15.400m2 với 450 chỗ ngồi, 400 bộ máy tính tra cứu và 66.094 đầu sách. Số đầu sách phục vụ cho các chuyên ngành đào tạo được bổ sung kịp thời, đã đáp ứng được nhu cầu về tài liệu học tập, giảng dạy và nghiên cứu cho sinh viên, cán bộ giảng viên.

- Một số cơ sở vật chất khác

**+** Nhà trường có các công trình xây dựng phục vụ hoạt động giải trí, thể thao, văn hoá và các công trình y tế, dịch vụ để phục vụ cán bộ, giảng viên và sinh viên.

+ Website của trường được cập nhật thường xuyên, công bố công khai cam kết chất lượng giáo dục và chất lượng giáo dục thực tế, công khai các điều kiện đảm bảo chất lượng, công khai thu chi tài chính.

+ Khu ký túc xá cho sinh viên của Đại học Thái Nguyên dành cho sinh viên Nhà trường bao gồm 04 nhà 5 tầng, với quy mô 180 phòng đảm bảo điều kiện nội trú cho sinh viên và lưu học sinh quốc tế.

- Điều kiện cơ sở vật chất được thể hiện tại phụ lục 6 : Cơ sở vật chất, kỹ thuật phục vụ đào tạo của Trường Đại học Kinh tế và Quản trị kinh doanh.

**F. TỔ CHỨC THỰC HIỆN**

CTĐT Quản trị marketing được áp dụng từ khóa tuyển sinh năm 2024 (Khóa 21)

Trưởng khoa chịu trách nhiệm tổ chức, hướng dẫn các nguyên tắc để phát triển đề cương chi tiết và thực hiện kế hoạch đào tạo nhằm thực hiện các mục tiêu, đáp ứng CĐR CTĐT, đồng thời thỏa mãn được nhu cầu của người học và xã hội.

CTĐT được rà soát và cập nhật 02 (hai) năm một lần hoặc khi có bất kỳ sự cần thiết phải cập nhật để đáp ứng các mục tiêu và tiêu chuẩn mới. Khoa nộp bản báo cáo về Trường (qua Phòng Đào tạo) để xem xét và giải quyết theo quy định hiện hành.

|  |  |
| --- | --- |
| **HIỆU TRƯỞNG** | *Thái Nguyên, ngày tháng 4 năm 2024*  **TRƯỞNG KHOA**    **TS. Dương Thanh Hà** |

**PHỤ LỤC**

Phụ lục 1: Báo cáo kết quả khảo sát nhà tuyển dụng/ cựu người học và truyền tải vào CĐR CTĐT Quản trị Marketing

TRƯỜNG ĐH KINH TẾ &QTKD

**KHOA MARKETING, TM&DL**

**BÁO CÁO KẾT QUẢ KHẢO SÁT CHUẨN ĐẦU RA**

**CTĐT QUẢN TRỊ MARKETING NĂM HỌC 2023 - 2024**

**Đối tượng khảo sát: người sử dụng lao động và cựu sinh viên**

**1. Giới thiệu**

Thực hiện kế hoạch rà soát chương trình đào tạo của Trường Đại học Kinh tế và Quản trị kinh doanh, với mong muốn nâng cao chất lượng, hướng tới đáp ứng thực chất hơn nhu cầu của thị trường lao động, Bộ môn Marketing đã tiến hành thu thập thông tin phản hồi cơ quan/doanh nghiệp để xây dựng tiêu chuẩn năng lực người học sau tốt nghiệp của Nhà trường. Các phản hồi, đánh giá từ bảng hỏi này sẽ giúp cho Bộ môn và Nhà trường thu thập được những thông tin cần thiết để làm cơ sở cho xây dựng chuẩn đầu ra, đổi mới chương trình, phương pháp giảng dạy, nâng cao chất lượng đào tạo, đáp ứng tốt nhất nhu cầu của xã hội.

**2. Phương pháp khảo sát**

***- Công cụ khảo sát:*** Phiếu khảo sát theo mẫu chung của Trường Đại học Kinh tế và Quản trị kinh doanh.

***- Phương pháp khảo sát:*** Khảo sát trực tuyến thông qua Google Form tại địa chỉ <https://docs.google.com/forms/d/1jWsuRduAtZkPyNjp04Da9BZ0YXVTH4zcPsmGNv65aUI/edit?ts=65a9cabe>

***- Đối tượng khảo sát:*** Lãnh đạo và cán bộ tuyển dụng tại Doanh nghiệp, Nhà tuyển dụng, Cơ quan, Tổ chức, Cựu sinh viên.

***- Số lượng khảo sát:*** Bộ môn đã gửi tới 30 doanh nghiệp, có 14 doanh nghiệp phản hồi. Cụ thể như sau:

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **STT** | **Doanh nghiệp** | **Địa chỉ** | **Chức vụ người trả lời** | **Điện thoại, Email** |
| 1 | Công ty Cổ Phần Du Lịch Thương Mại và Đầu Tư Hà Nội | Tầng 3, toà nhà The Golden Palm , 21 Lê Văn Lương , Phường Nhân Chính, quận Thanh Xuân, Hà Nội | Giám đốc kinh doanh khối 3 | 0961509683, dochung.hanotours@gmai.com |
| 2 | Công Ty TNHH Thành Chung | 279A Phan Đình Phùng ,Tp. Thái Nguyên | Quản lý Marketing | 0886019004 |
| 3 | Công ty cổ phần CNC sản phẩm dịch vụ và giải pháp | BT19 N04A KĐT Mới Dịch Vọng,Cầu Giấy,Hà Nội | Phó GĐ | 0828991988 |
| 4 | Công ty cổ phần đầu tư xây dựng và thương mại Xuân Đức | Tổ 9 phường Trung Thành thánh phố Thái Nguyên tỉnh Thái nguyên | GĐ | 0913286022 |
| 5 | HTX Đồ gỗ mỹ nghệ Thủy Hòa | Xóm Trúc Mai - xã Lâu Thượng - Võ Nhai - Thái Nguyên | GĐ | 0855 758 758 |
| 6 | CT CP TM&PT nền móng Hồ Bắc | Tổ 1 - P Gia Sàng - TP Thái Nguyên - Tỉnh Thái Nguyên |  | 02083859859 |
| 7 | Công ty TNHH Du lịch quốc tế Tràng an | 77 Trần Khát Chân, p. thanh lương, Q. Hai bà trưng. Hà nội | Phó tổng GĐ | (0919119290) sm1@trangantravel.com.vn |
| 8 | Công ty TNHH thương mại sản xuất cơ khí và xây dựng DTH | 25 đường Quang Tiến, Phường Đại Mỗ, Quận Nam Từ Liêm, Thành phố Hà Nội | Trưởng phòng KD | dothuong693@gmail.com |
| 9 | HANOTOURS | 21 Lê Văn Lương, HN | GĐ | phucceo.hanotour@gmail.com |
| 10 | Hello Mu Cang Chai | La Pán Tẩn, Mù Cang Chải, Yên Bái | GĐ | Hellomucangchai@gmail.com |
| 11 | Doanh nghiệp Mạnh Hưng\_Kova Thái Nguyên | 114- Việt Bắc Tp Thái Nguyên | GĐ | 0973621198 |
| 12 | Công ty TNHH Thanh Tùng | Phường Túc Duyên, Tp. Thái Nguyên | GĐ | 0981337337 |
| 13 | Công Ty TNHH sản xuất & Thương Mại Tập Đoàn Gold King | Khách Sạn Habana, Đường Quang Trung, Phường Đồng Quang, TP Thái Nguyên | Trưởng phòng Marketing | 0979878230, hieucoysiro@gmail.com |
| 14 | Liên Việt Bank chi nhánh Sông Công | Thành phố Sông Công, Thái Nguyên | Phó GĐ |  |

***- Nội dung khảo sát:*** Phiếu khảo sát gồm 02 phần: Phần 1 – Thông tin doanh nghiệp; Phần 2 – Nhận định, đánh giá của doanh nghiệp.

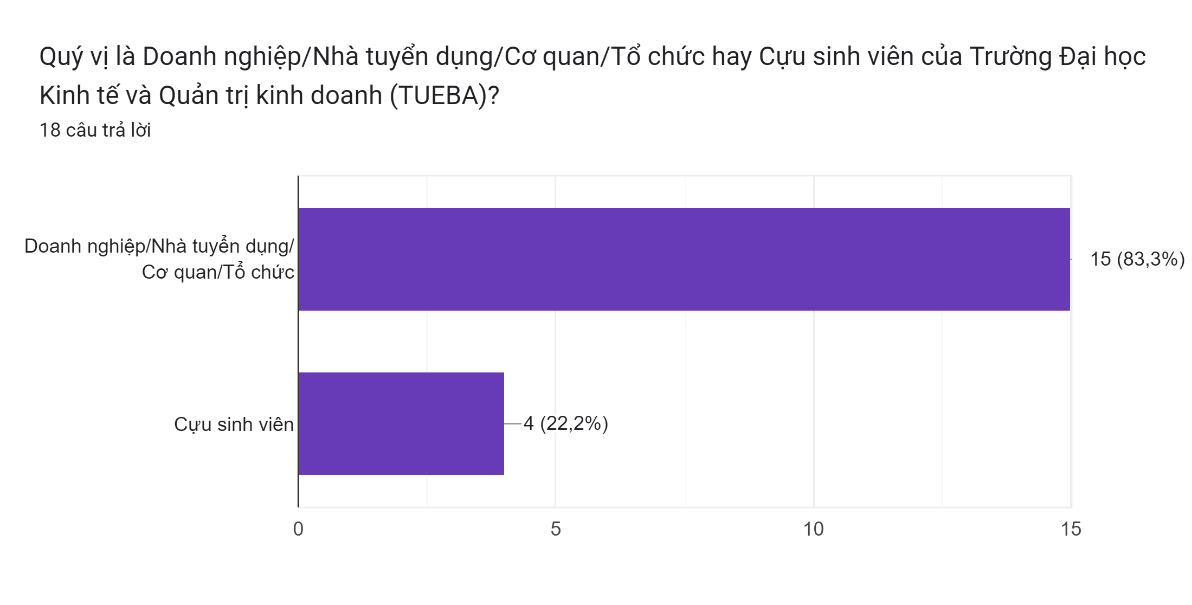
Nội dung khảo sát tập trung vào việc đánh giá thực trạng sinh viên đang làm việc tại các doanh nghiệp, cơ quan, tổ chức và những yêu cầu của doanh nghiệp về mặt kiến thức, kỹ năng, thái độ của sinh viên khi ra trường.

- Đo lường: Việc đánh giá sẽ được đo lường thông qua 05 mức: Cụ thể về khoảng đáp ứng như sau:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Điểm** | **Khoảng** | **Ý nghĩa** |
| 1 | 1,0 - 1,8 | Rất không đáp ứng |
| 2 | 1,81 - 2,6 | Không đáp ứng |
| 3 | 2,61 – 3,4 | Đáp ứng một phần |
| 4 | 3,42 – 4,2 | Đáp ứng |
| 5 | 4,21 – 5,0 | Rất đáp ứng |

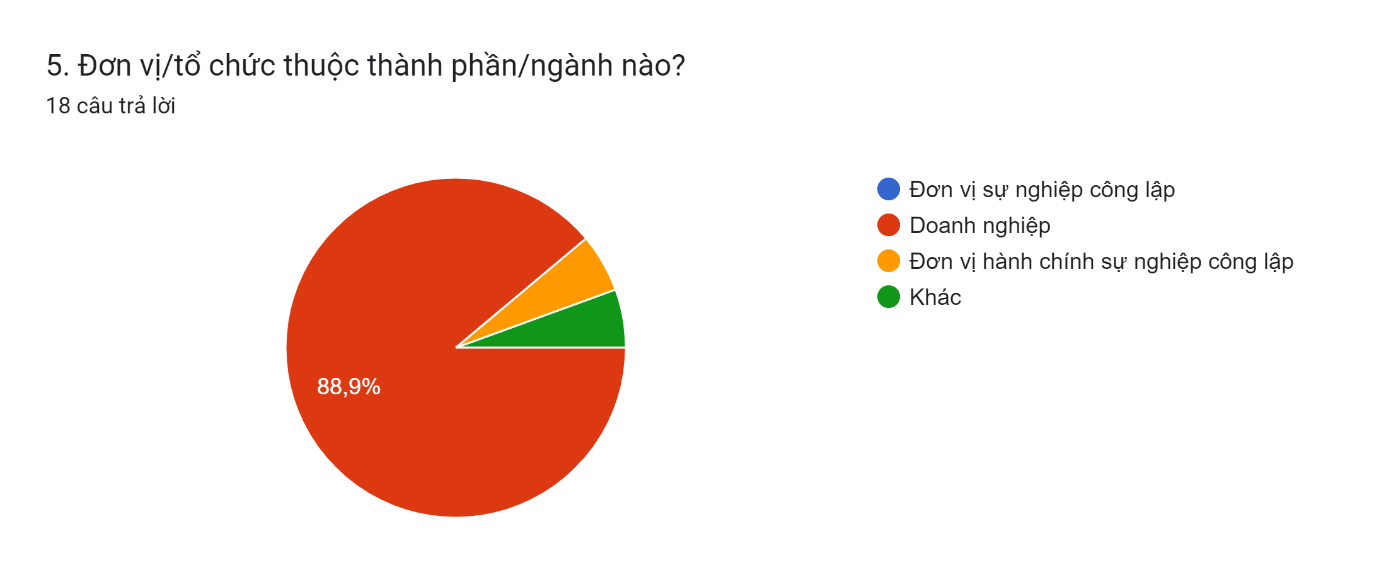
**3. Kết quả khảo sát**

***3.1. Đối tượng khảo sát***

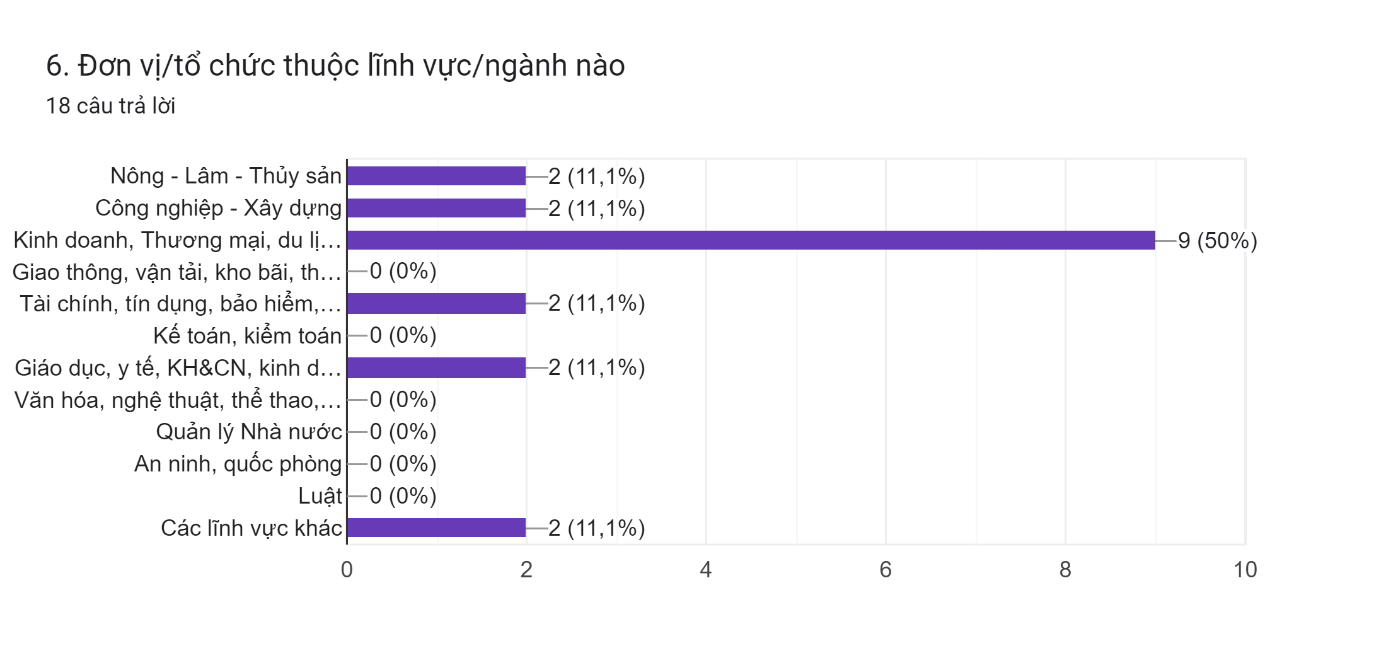


- Doanh nghiệp, Tổ chức tham gia khảo sát gồm: Công ty CP TM Hồ Bắc, Ngân hàng Liên Việt Bank, Công ty TNHH Gold King (Việt Nam), Công ty Mạnh Hưng Kova,...

- Người trả lời câu hỏi gồm: Giám đốc, Phó GĐ, Trưởng phòng Marketing, trưởng phòng kinh doanh.

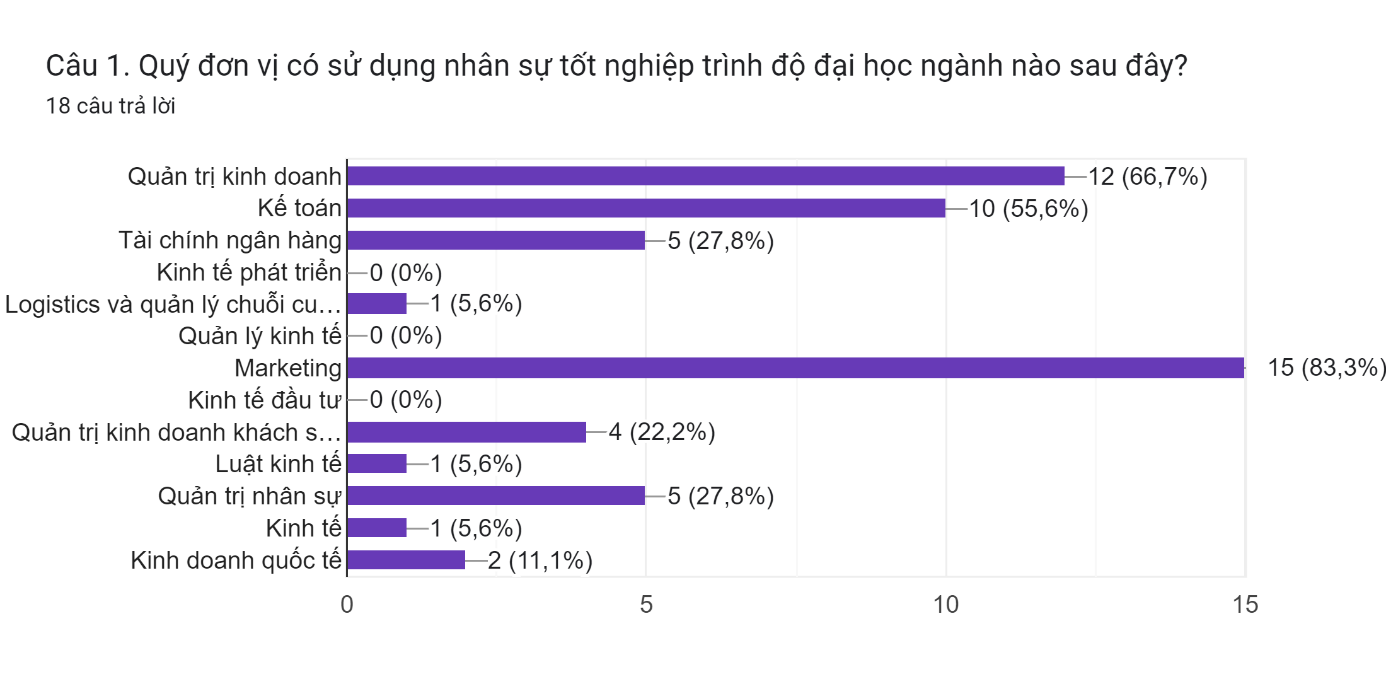


Trong số đơn vị/tổ chức có 89% là doanh nghiệp, 11% là đơn vị sự nghiệp công lập. Đây cũng là nhóm khách hàng mục tiêu của sinh viên Trường Đại học Kinh tế và Quản trị kinh doanh.

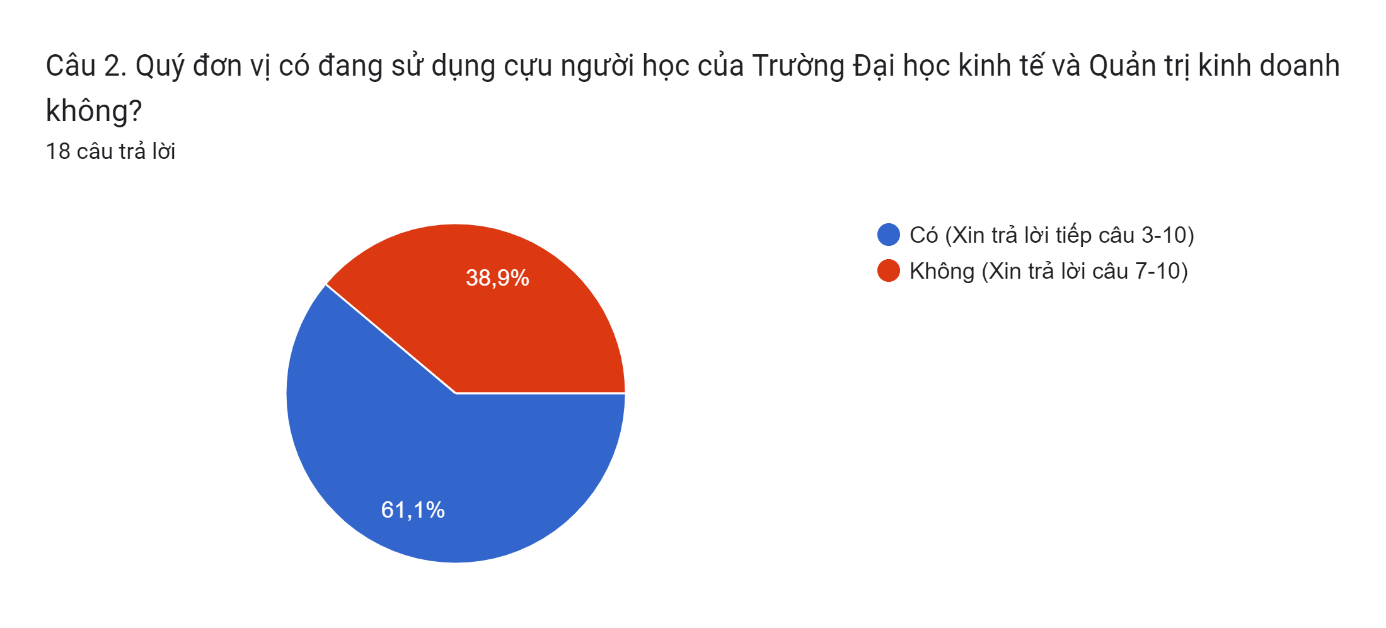


Hầu hết đối tượng khảo sát kinh doanh thuộc nhóm ngành tài chính, tín dụng, bảo hiểm, kinh doanh, thương mại, du lịch (80%).

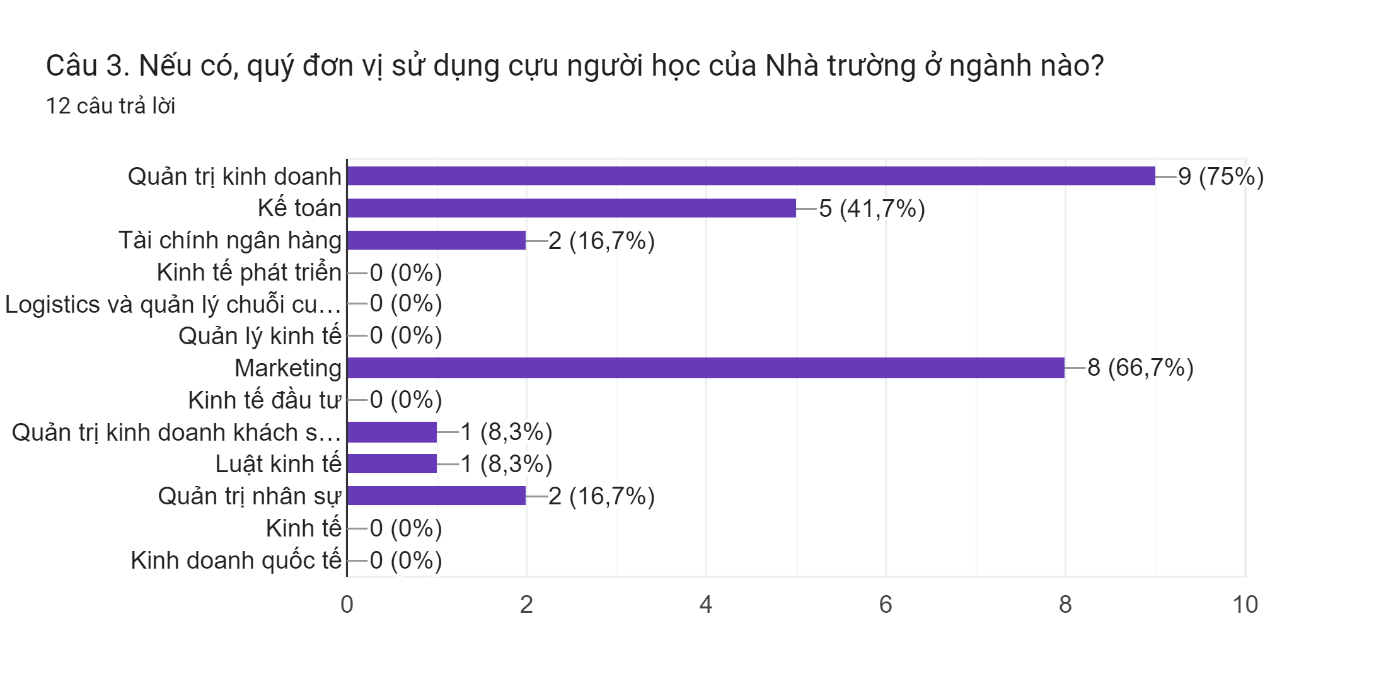
**3.2. Tình hình sử dụng nhân sự của doanh nghiệp, đơn vị**



Các ngành sử dụng nhiều nhân sự có thể kể đến: Marketing (83%), tiếp đến là Quản trị kinh doanh (66%), Kế toán, Tài chính ngân hàng, Quản trị nhân sự, Kinh tế, Kinh doanh Quốc tế, Luật Kinh tế.



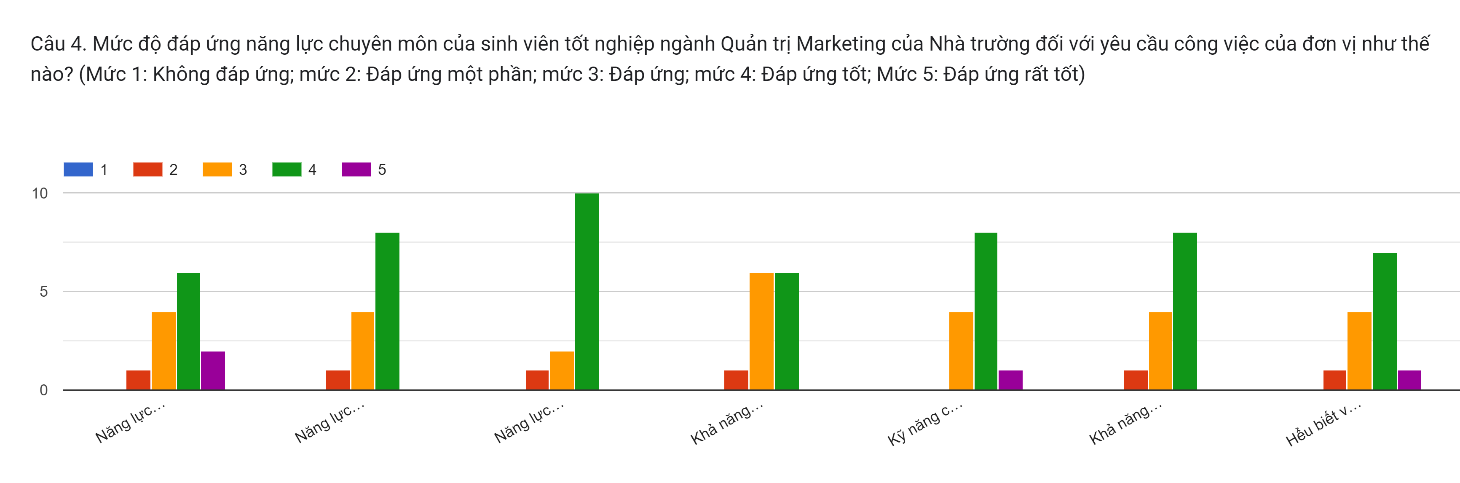
61% doanh nghiệp khảo sát đều đang sử dụng cựu sinh viên của Nhà trường.



Cựu sinh viên của trường mà các doanh nghiệp sử dụng nhiều nhất thuộc ngành Marketing và Quản trị kinh doanh.

***3.3. Đánh giá của doanh nghiệp về cựu sinh viên của Nhà trường***

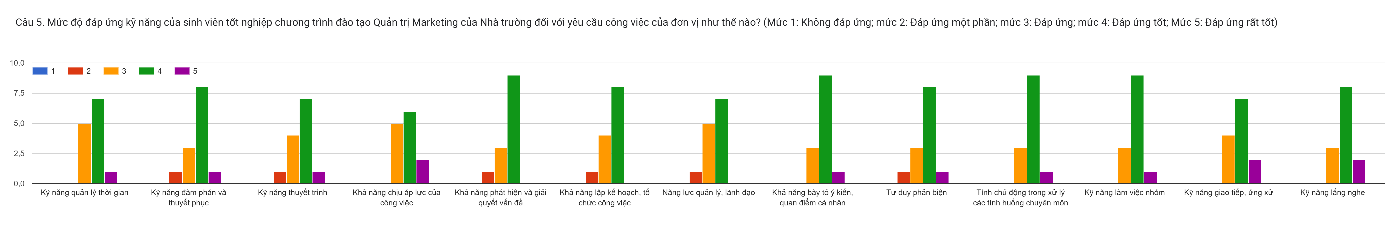
*\* Về kiến thức*

**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Tiêu chí** | **Đánh giá** | |
| *Điểm* | *Ý nghĩa* |
| Năng lực ứng dụng kiến thức chung, kiến thức xã hội, pháp luật vào công việc | 4,0 | Đáp ứng |
| Năng lực ứng dụng kiến thức cơ bản và liên  ngành vào công việc | 2,8 | Đáp ứng một phần |
| Năng lực ứng dụng kiến thức chuyên ngành vào công việc | 3,8 | Đáp ứng |
| Khả năng sử dụng ngoại ngữ trong công việc | 3,1 | Đáp ứng một phần |
| Kỹ năng công nghệ thông tin | 2,9 | Đáp ứng một phần |
| Khả năng hiểu biết về môi trường, lĩnh vực hoạt động của đơn vị | 4,1 | Đáp ứng |
| Hiểu biết về vị trí công việc đang thực hiện | 3,9 | Đáp ứng |

Qua phân tích cho thấy, hiểu biết về vị trí công việc đang thực hiện là các tiêu chí được đánh giá tốt nhất. Trong đó, yếu nhất là khả năng sử dụng ngoại ngữ, Kỹ năng công nghệ thông tin, Năng lực ứng dụng kiến thức cơ bản và liên ngành vào công việc chỉ đáp ứng một phần. Riêng Khả năng sử dụng ngoại ngữ, kỹ năng công nghệ thông tin, có doanh nghiệp đánh giá mức không đáp ứng.

*\* Về kỹ năng:*

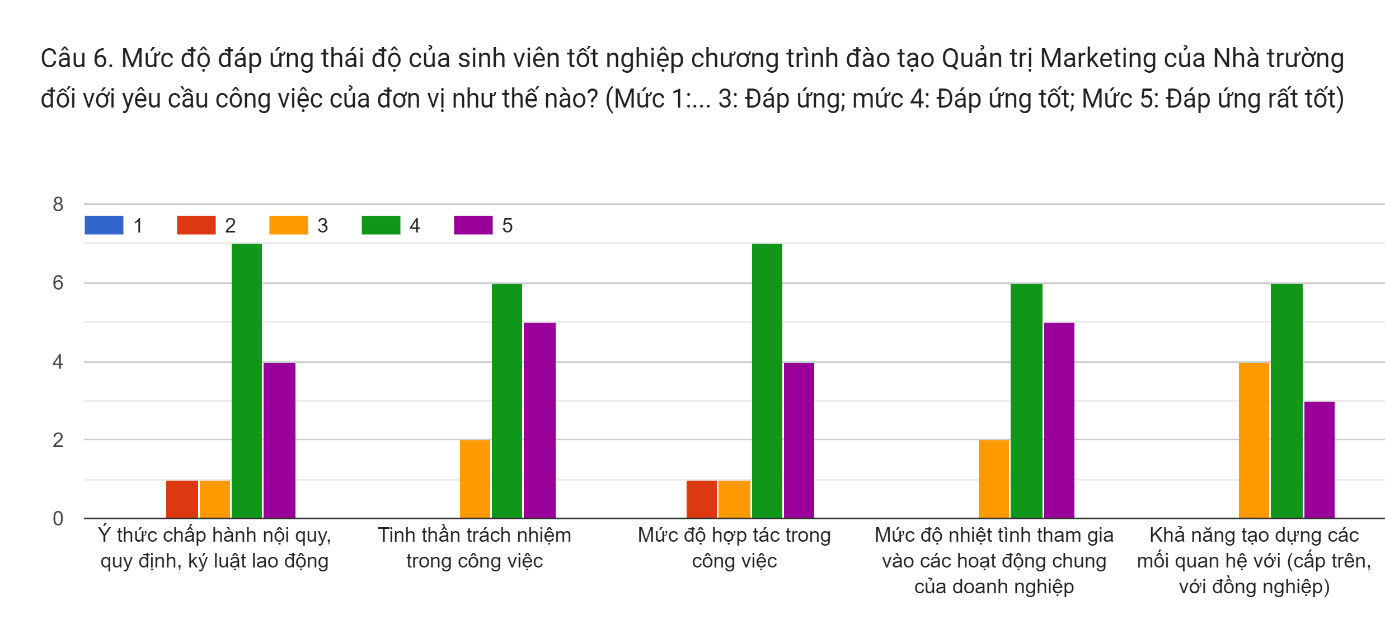


|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Tiêu chí** | **Đánh giá** | |
| *Điểm* | *Ý nghĩa* |
| Kỹ năng quản lý thời gian | 2,7 | Đáp ứng một phần |
| Kỹ năng đàm phán và thuyết phục | 3,5 | Đáp ứng |
| Kỹ năng thuyết trình | 3,8 | Đáp ứng |
| Khả năng chịu áp lực của công việc | 3,7 | Đáp ứng |
| Khả năng phát hiện và giải quyết vấn đề | 3,8 | Đáp ứng |
| Khả năng lập kế hoạch, tổ chức công việc | 2,8 | Đáp ứng một phần |
| Năng lực quản lý, lãnh đạo | 2,7 | Đáp ứng một phần |
| Khả năng bày tỏ ý kiến, quan điểm cá nhân | 3,5 | Đáp ứng |
| Tư duy phản biện | 3,0 | Đáp ứng một phần |
| Tính chủ động trong xử lý các tình huống chuyên môn | 2,9 | Đáp ứng một phần |
| Kỹ năng làm việc nhóm | 3,9 | Đáp ứng |
| Kỹ năng giao tiếp, ứng xử | 3,6 | Đáp ứng |
| Kỹ năng lắng nghe | 4,0 | Đáp ứng |

Trong các kỹ năng, sinh viên Trường Đại học Kinh tế và Quản trị kinh doanh được đánh giá tốt nhất là khả năng chịu áp lực công việc và khả năng bày tỏ ý kiến, quan điểm cá nhân.

Có 05 kỹ năng bị đánh giá yếu nhất là: Kỹ năng quản lý thời gian, khả năng lập kế hoạch, tổ chức công việc, năng lực quản lý, lãnh đạo, tư duy phản biện và tính chủ động trong việc xử lý các tình huống chuyên môn.

*\* Về thái độ:*



|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Tiêu chí** | **Đánh giá** | |
| *Điểm* | *Ý nghĩa* |
| Ý thức chấp hành nội quy, quy định, ký luật lao động | 4,1 | Đáp ứng |
| Tinh thần trách nhiệm trong công việc | 3,9 | Đáp ứng |
| Mức độ hợp tác trong công việc | 4,0 | Đáp ứng |
| Mức độ nhiệt tình tham gia vào các hoạt động chung của doanh nghiệp | 4,2 | Đáp ứng |
| Khả năng tạo dựng các mối quan hệ với (cấp trên, với đồng nghiệp) | 3,7 | Đáp ứng |

Thái độ của cựu sinh viên TUEBA nhìn chung được đánh giá tốt, đặc biệt là mức độ nhiệt tình tham gia vào các hoạt động chung của doanh nghiệp.

***3.4. Yêu cầu và kỳ vọng của doanh nghiệp đối với lao động***

*\* Về kiến thức:*

Doanh nghiệp, đơn vị sử dụng nhân lực của Tueba có một số đánh giá như sau:

* Có sự hiểu biết cơ bản về ngành
* Cần học hỏi kiến thức bên ngoài nhiều hơn nữa
* Tư duy MKT tốt, tính tự học cao
* Có hiểu biết sâu rộng về lĩnh vực đồ gỗ mỹ nghệ, am hiểu về nghiệp vụ kế toán, xuất nhập khẩu và các cách thức quảng cáo, marketing sản phẩm đồ gỗ mỹ nghệ.
* Có kiến thức thực tiễn, hiểu biết sâu rộng về kế toán trong lĩnh vực xây dựng, quản trị donah nghiệp
* Bổ sung kiến thức thực tiễn của xã hội vào công việc thực tế cho sinh viên
* Nhân viên cần có kiến thức chuyên môn về marketing
* Người lao động cần có thêm chuyên môn phụ ngoài chuyên môn chính
* Cần thêm kiến thức marketing online

*\* Kỹ năng mềm:*

* Kỹ năng ứng xử, kỹ năng đàm phán, kỹ năng thuyết trình
* Kỹ năng mềm cần đào tạo chuyên sâu
* Kỹ năng giao tiếp và làm việc nhóm tốt
* Tập trung vào kỹ năng giao tiếp, lắng nghe để nắm bắt được nhu cầu của khách hàng.
* Thương thảo hợp đồng tốt, nhanh nhẹn, trung thực, cầu tiến, ham học hỏi.
* Làm việc nhóm, trình bày vấn đề tốt, có tinh thần trách nhiệm
* Bồi dưỡng chuyên sâu cho sinh về tính chủ động, giao tiếp trong môi trường làm việc
* Kỹ năng tin học văn phòng word, excel, kỹ năng giao tiếp
* Bổ sung kỹ năng giao tiếp, đàm phán

*\* Về kỹ năng chuyên môn nghiệp vụ:*

* Cần thêm bộ môn chuyên môn thực tế ứng dụng với hiện tại
* Có kiến thức sâu rộng về lĩnh vực đồ gỗ mỹ nghệ, am hiểu về nghiệp vụ kế toán, xuất nhập khẩu và các cách thức quảng cáo, marketing sản phẩm đồ gỗ mỹ nghệ.
* Hiểu biết sâu rộng về kế toán và quản trị doanh nghiệp.
* Bổ sung kỹ năng làm việc độc lập và theo nhóm sâu hơn
* Kỹ năng phân tích, hoạch định, làm việc nhóm, tư duy sáng tạo
* Cần nắm vững nghiệp vụ hơn
* Kỹ năng conten, video, hình ảnh cần đào tạo thêm

*\* Về kỹ năng công nghệ thông tin:*

* Work, Exel thành thạo
* Kỹ năng tin học văn phòng cơ bản
* nên biết sử dụng các phần mềm thiết kế nội dung cơ bản như: Canva, photoshop...
* Tin học văn phòng, một số phần mềm kế toán.
* Tin học văn phòng thành thạo.
* Thích ứng nhanh với các phần mềm công nghệ thông tin mới trong lĩnh vực công việc.
* Công ty yêu cầu nhân viên sử dụng máy tính thành thạo
* Thành thạo excel

*\* Kỹ năng sử dụng ngoại ngữ:*

* Yêu cầu SV phải có thêm ngoại ngữ tốt
* GV cần biết 1 trong các ngoại ngữ như: tiếng anh/nhật/hàn/trung
* Tiếng Anh hoặc tiếng Trung thành thạo
* Cần giao tiếp Tiếng Anh cơ bản

*\* Về thái độ:*

* Có thái độ làm việc tốt, ý thức trong công việc, chủ động trong công việc, trách nhiệm
* Cần tự giác hơn nữa
* Tính chủ động cao , có trách nhiệm trong công việc
* mỗi nhân viên đều phải tập làm quen với áp lực và nâng cao tính trách nhiệm cao trong công việc.
* Học hỏi, cầu tiến.
* Trách nhiệm với công việc được giao, cầu thị, lắng nghe tiếp thu ý kiến góp ý của đồng nghiệp
* Nâng cao tinh thần nhận trách nhiệm trong công việc
* Công ty cần nhân viên có năng lực làm việc, tư duy sáng tạo, luôn tìm tòi học hỏi và phát triển bản thân
* Quyết đoán công việc, chịu được áp lực có trách nhiệm với công việc

***3.5. Một số góp ý để nâng cao chất lượng đào tạo***

* Sinh viên được đi thực tế nhiều có trải nghiệm các em sẽ có nhìn thực tế sau này ra trường
* Cần thêm các bộ môn đào tạo thực tế, trải nghiệm thực tế
* Nâng cao kỹ năng làm việc từ lý thuyết sang thực tế tốt hơn
* Cần thực hành nhiều hơn và tiếp cận nhiều hơn với công nghệ thông tin, kiến thức thực tiễn của xã hội hiện tại, chuyên sâu về kiến thức chuyên ngành, định hướng áp lực công việc, cách ứng dụng kiến thức cơ bản vào thực tế, đinh hướng cho sv cách linh hoạt ứng biến trong công việc, sáng tạo nội dung, cách làm. Nâng cao tính tự lập và làm việc theo nhóm
* Nhà trường có nhiều chương trình, khoá học thực tế, liên kết với công ty, nắm bắt được thực tế nhu cầu công ty hiện nay

**3. Kết luận**

- Cựu sinh viên TUEBA cơ bản đáp ứng được yêu cầu của người sử dụng lao động.

- Khả năng sử dụng ngoại ngữ về cơ bản là và khả năng sử dụng công nghệ thông tin cần được bổ sung vào chương trình học như các nội dung học về thiết kế chỉnh sửa video, content.

- Kỹ năng quản lý thời gian, Kỹ năng thuyết trình, khả năng lập kế hoạch, tổ chức công việc, năng lực quản lý, lãnh đạo, tư duy phản biện và tính chủ động trong việc xử lý các tình huống chuyên môn hiện đang yếu nhất.

- Các hoạt động trải nghiệm thực tế cần được bổ sung vào chương trình học.

- Thái độ được đánh giá tốt, đặc biệt là việc nhiệt tình tham gia các hoạt động của doanh nghiệp.

**4. Đề xuất**

- Tăng cường năng lực ngoại ngữ cho sinh viên: Phát triển CLB Tiếng Anh; có thể quy định việc tham gia CLB Tiếng Anh là bắt buộc, có điểm danh, theo dõi, Nhà trường sẽ trực tiếp quản lý và vận hành CLB Tiếng Anh.

- Tăng cường khả năng sử dụng công nghệ thông tin: Chương trình Marketing cần bổ sung các phần mềm cơ bản cần phải được trang bị, giảng dạy trong môn học này: Các phần mềm đồ hoạ, video.

- Cải thiện kỹ năng mềm cho sinh viên: Đưa 01 môn học (Kỹ năng mềm hoặc Kỹ năng chuyên môn) thành một môn học bắt buộc. Có thể tham khảo môn học Kỹ năng chuyên môn. Môn nay hiện đang giảng dạy gần như tất cả các kỹ năng mềm: Thuyết trình, quản lý thời gian, lãnh đạo, tổ chức, nghiên cứu, trích dẫn, viết CV,…

- Tăng cường việc thực hành, thực tế tại doanh nghiệp: (1) Cần xây dựng các khoá đào tạo trải nghiệm thực tế tại doanh nghiệp; (2) Mời doanh nghiệp tham gia giảng dạy chuyên đề; (3) Mời doanh nghiệp tham gia chia sẻ.

*Thái Nguyên, ngày 18 tháng 01 năm 2024*

**PHÓ TRƯỞNG BỘ MÔN**



**ThS. Nguyễn Minh Huệ**

Phụ lục 2: Đề cương chi tiết học phần CTĐT QT marketing

Phụ lục 3: Báo cáo về các nội dung đối sánh và tham chiếu bên ngoài/nội bộ được sử dụng để cung cấp thông tin về các học phần được rà soát và điều chỉnh

Phụ lục 4: Báo cáo về các nội dung đối sánh và tham chiếu bên ngoài/nội bộ được sử dụng để cung cấp thông tin về CTĐT được rà soát và điều chỉnh

|  |  |
| --- | --- |
| TRƯỜNG ĐH KINH TẾ & QTKD  KHOA MARKETING, TM, DL | CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM  Độc lập - Tự do - Hạnh phúc |
|  | *Thái Nguyên, ngày 19 tháng 4 năm 2024* |

**BÁO CÁO**

**Kết quả đối sánh chương trình đào tạo Quản trị Marketing**

**NĂM 2024**

**I. Những thuận lợi, khó khăn trong quá trình thực hiện đối sánh**

Hiện nay Khoa Marketing TM&DL có đội ngũ cán bộ giảng viên có kinh nghiệm và trình độ đào tạo cao. Đội ngũ giảng dạy xác định Marketing là lĩnh vực quan trọng, có tính ứng dụng cao, là một trong những trụ cột căn bản ở mỗi doanh nghiệp. Do đó yêu cầu về việc đổi mới cả về nội dung và phương pháp giảng dạy là một điều rất cần thiết. Trong đó nhấn mạnh tầm quan trọng của tính cập nhật ứng dụng, nhằm giới thiệu cho sinh viên khả năng ứng dụng sáng tạo lý luận, có kiến thức và kỹ năng chuyên sâu về lĩnh vực quản trị giá trong doanh nghiệp; có khả năng hoạch định chiến lược, kế hoạch và tổ chức các hoạt động về marketing của doanh nghiệp một cách thành thạo. Trên cơ sở đó, giúp người học có năng lực tự học tập, nghiên cứu để nâng cao trình độ của bản thân, đồng thời người học có khả năng đưa ra các quyết định về quản trị giá nhằm giải quyết các vấn đề phát sinh trong thực tiễn.

**1.2. Khó khăn**

Tại mỗi doanh nghiệp việc xác định chính sách marketing là vấn đề quan trọng, quyết định trực tiếp đến tập khách hàng mà các doanh nghiệp đó phục vụ. Chính vì vậy, nghiên cứu các chính sách về marketing là một trong những vấn đề khó, buộc người học phải nghiêm túc nghiên cứu. Các tài liệu tham khảo hiện có và có tính cập nhật về môn học chưa nhiều, đặc biệt sách tham khảo từ nước ngoài còn hạn chế nhất định. Điều này đòi hỏi người giảng dạy phải có sự tìm tòi cả về lý thuyết qua các tài liệu giảng dạy học thuật cũng như kĩ năng chuyên môn qua các lớp đào tạo bồi dưỡng nghiệp vụ thực tế.

**II. Tóm tắt kết quả thực hiện**

**2.1. Lựa chọn đối tác đối sánh Chương trình đào tạo**

***2.1.1. Đối sánh với chính CTĐT với chu kỳ gần nhất***

Định kỳ 2 năm một lần, nhà trường và các Khoa sẽ tổ chức rà soát lại chương trình đào tạo của mình để có những điều chỉnh, bổ sung phù hợp nhất cho người học cũng như yêu cầu xã hội.

***2.1.2. Đối tác trong nước***

Chương trình QT Marketing của trường được đối sánh với chương trình Quản trị Marketing của trường đại học Kinh tế quốc dân. Trường Đại học Kinh tế quốc dân là một trong những ngôi trường lâu đời, uy tín về đào tạo về kinh tế nói chung và ngành quản trị Marketing nói riêng. Việc đối sánh này sẽ giúp cho chúng ta nhận ra được những điểm tiên tiến trong chương trình của trường đại học thương mại mà chúng ta cần học tập và đưa vào áp dụng trong thời gian tới.

**2.2. Xây dựng/xác định Bộ tiêu chí đối sánh CTĐT**

|  |  |
| --- | --- |
| **TT** | **Tiêu chí** |
| **I** | **Mục tiêu của chương trình đào tạo** |
| **II** | **Chuẩn đầu ra chương trình đào tạo** |
| 1 | Số lượng chuẩn đầu ra |
| 2 | Số chuẩn đầu ra đối với phần “Kiến thức” |
| 3 | Số chuẩn đầu ra đối với phần “Kỹ năng” |
| 4 | Số chuẩn đầu ra đối với phần “Năng lực tự chủ và trách nhiệm” |
| 5 | Đối sánh nội dung của một số chuẩn đầu ra có nội dung tương đồng |
| **III** | **Khung chương trình đào tạo** |
| 1 | Số tín chỉ |
| 2 | Tổng số học phần trong khung chương trình |
| 3 | Số học phần bắt buộc |
| 4 | Số học phần tự chọn |

**2.3. Kết quả lượng hóa theo các tiêu chuẩn, tiêu chí**

**2.3.1. Đối sánh mục tiêu chương trình đào tạo**

- Phân tích những điều chỉnh trong lần rà soát năm 2024 với lần rà soát năm 2022

Mục tiêu của năm 2024 bên cạnh các nội dung của năm 2022, Khoa còn chú trọng đến khả năng chịu áp lực công việc trong thời đại cạnh tranh ngày càng gia tăng, chú trọng đến khả năng tự lập trong học tập cũng như nâng cao trình độ và ý thức khởi nghiệp của mỗi cá nhân người học.

- Đối sánh với mục tiêu của chương trình QTM của trường ĐH Kinh tế quốc dân

Mục tiêu chương trình ĐT quản trị Marketing được phát biểu khá chi tiết. Các nội dung về kiến thức được diễn giải thành kiến thức đại cương, kiến thức ngành và chuyên ngành, diễn giải về kỹ năng và năng lực tự chủ, tự chịu trách nhiệm. một điểm khác là trường ĐH Kinh tế quốc dân không chỉ nhằm mục tiêu đào tạo nguồn nhân lực Marketing trong nước mà còn hướng đến thị trường quốc tế. Đây cũng là điều dễ hiểu vì đây là ngôi trường lâu đời và có thâm niên đào tạo về chuyên ngành Marketing.

**2.3.2. Đối sánh chuẩn đầu ra CTĐT**

***a. Đối sánh năm 2024 so với lần rà soát năm 2022***

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **TT** | **Tiêu chí** | **Năm 2024** | **Năm 2022** | **So sánh 2024 với 2022**  **(SL +,-)** | **Ghi chú** |
| 1 | Số lượng chuẩn đầu ra | **12 (38)** | **15** | **-3** | Năm 2024, trong mỗi CDR lại có rất nhiều CDR nhỏ, nhằm mô tả chi tiết, cụ thể hoá, và có yếu tố định lượng về mức đánh giá năng lực |
| 2 | Số chuẩn đầu ra đối với phần “Kiến thức” | 6 (18) | 7 | -1 |
| 3 | Số chuẩn đầu ra đối với phần “Kỹ năng” | 3 (10) | 5 | -2 |
| 4 | Số chuẩn đầu ra đối với phần “Năng lực tự chủ và trách nhiệm” | 3 (10) | 3 | 0 |

***b. Đối sánh nội dung của một số chuẩn đầu ra có nội dung tương đồng***

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Stt** | **Chuẩn đầu ra** | **2024 so sánh với 2022** | **Ghi chú** |
| **Kiến thức** | | |  |
| 1 | PLO1 | - Cơ bản là giống CDR 2022  - Đưa thêm mức đánh giá trình độ năng lực: 2  - Cụ thể thành 2 PLOi |  |
| 2 | PLO2 | - Chỉ rõ kiến thức cơ sở ngành là gồm các mảng kinh tế, quản lý, quản trị  - Đưa thêm mức đánh giá trình độ năng lực: 3  - Cụ thể thành 3 PLOi |  |
| 3 | PLO3 | - Cơ bản là giống CDR 2022  - Đưa thêm mức đánh giá trình độ năng lực: 3  - Cụ thể thành 3 PLOi |  |
| 4 | PLO4 | - Thay cụm từ “nhận định” bằng “phát hiện vấn đề”  - Đưa thêm mức đánh giá trình độ năng lực: 3  - Cụ thể thành 4 PLOi |  |
| 5 | PLO5 | - Cơ bản là giống CDR 2022  - Đưa thêm mức đánh giá trình độ năng lực: 3  - Cụ thể thành 3 PLOi |  |
| 6 | PLO6 | - Thay cụm từ “Triển khai” bằng “thực hiện”  - Đưa thêm mức đánh giá trình độ năng lực: 3  - Cụ thể thành 4 PLOi |  |
| **Kỹ năng** | | |  |
| 7 | PLO7 | -Phân thành 3 kỹ năng chính là kỹ năng cơ bản, kỹ năng chuyên môn, kỹ năng chăm sóc khách hàng  - Cụ thể hoá thành các PLOi  - Đưa thêm mức đánh giá trình độ năng lực: 3 |  |
| 8 | PLO8 |
| 9 | PLO9 |
| **Năng lực tự chủ và tự chịu trách nhiệm** | | |  |
| 10 | PLO10 | - Cơ bản là giống CDR 2022  - Đưa thêm mức đánh giá trình độ năng lực: 3  - Cụ thể thành các PLOi |  |
| 11 | PLO11 |
| 12 | PLO12 |

***c. Đối sánh với CĐR của CTĐT tương tự tại một số CSGD trong nước có uy tín***

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **TT** | **Tiêu chí** | **CTĐT QT Marketing thuộc Trường TUEBA** | **CTĐT QT Marketing thuộc Trường ĐH Kinh tế quốc dân** | **Ghi chú** |
| 1 | Số lượng chuẩn đầu ra | **12** | **10** |  |
| 2 | Số chuẩn đầu ra đối với phần “Kiến thức” | 6 | 5 |  |
| 3 | Số chuẩn đầu ra đối với phần “Kỹ năng” | 3 | 3 |  |
| 4 | Số chuẩn đầu ra đối với phần “Năng lực tự chủ và trách nhiệm” | 3 | 2 |  |
| 5 | ***Đối sánh những CĐR tương tự với các Trường*** | | |  |
| 5.1 | Kiến thức | | |  |
|  | PLO4: KT về môi trường KD, marketing | - Có thang đo năng lực : 3; có 4 PLOi | CDR2: Không có thang đo năng lực  - KT về môi trường KD, marketing, trong nước và quốc tế  CDR5: phát hiện vấn đề marketing  -Không có CDRi |  |
|  | PLO5: xây dựng, CL, kế hoạch marketing  PLO6: hoạt động marketing chủ yếu | - Có thang đo năng lực : 3; có 3 PLOi | CDR3: KT về chiến lược, kế hoạch marketing  Không có thang đo năng lực  Không có CDRi |  |
| 5.2 | Kỹ năng |  |  |  |
|  | Kỹ năng quản trị Marketing | PLO8  - Có thang đo năng lực : 3  - có 3 PLOi | CDRO6: không có thang đo năng lực, không có CDRi |  |
|  | Làm việc nhóm, truyền thông, giao tiếp | PLO7  - Có thang đo năng lực : 3  - có 3 PLOi |  |
| 5.3 | Năng lực tự chủ và tự chủ và tự chịu trách nhiệm | | |  |
|  | Chấp hành nội quy, quy chế  Tác phong làm việc chuyên nghiệp | PLO11, PLO12  - Có thang đo năng lực : 3  - có 3 PLOi | CDR10: không có thang đo năng lực; không có PLOi |  |

**2.3.3. Đối sánh khung chương trình đào tạo**

***\* Phân tích những điều chỉnh của lần rà soát năm 2024 so với lần rà soát năm 2022 của CTĐT Quản trị Marketing***

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| TT | **Tên khối kiến thức** | **2022** | | **2024** | |
| **Bắt buộc** | **Tự chọn** | **Bắt buộc** | **Tự chọn** |
| **1** | **Khối kiến thức giáo dục đại cương** | **32** | **0** | **34** | **0** |
| **2** | **Khối kiến thức giáo dục chuyên nghiệp** |  |  |  |  |
| *2.1* | *Kiến thức cơ sở ngành* | *24* | *6* | *21* | *9* |
| *2.2* | *Kiến thức ngành* | *15* | *9* | *15* | *12* |
| *2.3* | *Kiến thức chuyên ngành* | *15* | *12* | *12* | *12* |
| *2.4* | *Thực tập nghề nghiệp/môn học* | *2* | *0* | *2* | *0* |
| *2.5* | *Thực tập tốt nghiệp* | *4* | *0* | *4* | *0* |
| *2.6* | *KLTN/Tự chọn thay thế khóa luận CTĐT Quản trị marketing* |  | *6* |  | *6* |
|  | **Tổng toàn khóa** | **92** | **33** | **88** | **39** |

***Nhận xét chung:***

* Tổng số tín chỉ của chương trình ĐT QT Marketing năm 2024 tăng thêm 3TC so với năm 2022
* Số TC bắt buộc giảm 5TC từ 92 xuống 88TC.
* Số TC tự chọn tăng 6TC từ 33 lên 39TC, điều này cho thấy tỷ lệ các môn học tự chọn ngày càng có xu hướng tăng lên từ 26% lên 30 %, như vậy người học có nhiều quyền lựa chọn các môn học phù hợp với sở thích, khả năng của mình.

Đây là xu hướng chung khi xây dựng CTĐT và Khoa đã chú trọng điều này.

***\* Đối sánh với khung chương trình QT Marketing của trường ĐH Kinh tế QD***

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **TT** | **Tên khối kiến thức** | **KTQD** | | **TUEBA** | |
| **Bắt buộc** | **Tự chọn** | **Bắt buộc** | **Tự chọn** |
| **1** | **Khối kiến thức giáo dục đại cương** | **44** | **0** | **34** | **0** |
| **2** | **Khối kiến thức giáo dục chuyên nghiệp** | **60** | **25** |  |  |
| *2.1* | *Kiến thức cơ sở ngành* | *15* |  | *21* | *9* |
| *2.2* | *Kiến thức ngành* | *27* | *15* | *15* | *12* |
| *2.3* | *Kiến thức chuyên ngành* | *18* | *10* | *12* | *12* |
| *2.4* | *Thực tập nghề nghiệp/môn học* | *0* | *0* | *2* | *0* |
| *2.5* | *Thực tập tốt nghiệp* | *5* | *0* | *4* | *0* |
| *2.6* | *KLTN/Tự chọn thay thế khóa luận CTĐT Quản trị marketing* | *5* | *0* |  | *6* |
|  | Giáo dục quốc phòng – an ninh | Chưa tính | | Đã tính | |
|  | **Tổng toàn khoá** | **129** | | **127** | |

***Nhận xét chung:***

* Tổng số tín chỉ của chương trình ĐT QT Marketing của trường KTQD nhiều hơn 2TC, sự chênh lệch này không quá cao nhưng cũng là gợi ý để Khoa và nhà trường tăng số TC cho chương trình.
* Chương trình của KTQD không có đề án thực tập môn học.
* Số TC bắt buộc của trường KTQD chiếm 80.6%, của TUEBA chiếm 69.3%.
* Số TC tự chọn của trường KTQD chiếm 19.4%, của TUEBA chiếm 30%, như vậy chương trình học của TUEBA người học có nhiều quyền lựa chọn các môn học phù hợp với sở thích, khả năng của mình. Điều này là xu hướng chung khi xây dựng CTĐT và Khoa đã chú trọng điều này.

**III. Đánh giá chung**

Nhìn chung, nội dung về CĐR và khung chương trình quản trị Marketing của Khoa Marketing Thương mại và Du lịch luôn được cập nhật và cải tiến, nhằm đáp ứng được các yêu cầu về kiến thức, kỹ năng, năng lực tự chủ và tự chịu trách nhiệm của xã hội đối với người học. Với số lượng học phần như vậy đã đảm bảo được thời lượng theo yêu cầu về đào tạo tín chỉ, đáp ứng được các mặt bằng chung khi so sánh với chương trình của CSGD khác. Trong đó luôn đảm bảo các nội dung giảng dạy được cập nhật, đa dạng từ nhiều nguồn tham khảo và các tài liệu mới nhất. Các thang đo đánh giá được phân bố hài hòa, đề cao tinh thần học tập, tiến bộ của sinh viên trong cả quá trình.

**IV. Giải pháp cải tiến chất lượng, nâng cao mức chuẩn**

Các học phần cần tiếp tục được đổi mới để bảo đảm tính cập nhật, ứng dụng vì đây là môn học có tính thực tế cao. Cần tăng cường thời lượng báo cáo, tiếp tục áp dụng các phương pháp giảng dạy trong đó sinh viên thực hiện trình bày, báo cáo, giải quyết vấn đề. Các kiến thức giảng dạy cần đi song hành với các nghiệp vụ, tình huống ứng dụng thực tế, đảm bảo cho khả năng thích ứng với đặc thù Quản trị marketing mà chương trình đào tạo hướng tới.

|  |  |
| --- | --- |
| ***Nơi nhận*:**  - Ban Giám hiệu;  - Phòng Đào tạo, KT&ĐBCLGD;  - Lưu: VP khoa. | **TRƯỞNG KHOA**    **TS. Dương Thanh Hà** |

Phụ lục 5: Danh sách giảng viên phụ trách và giảng dạy CTĐT

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **STT** | **Họ và tên** | **Chức danh khoa học** | **Trình độ** | **Ghi chú** |
| 1 | Dương Thanh Hà |  | Tiến sĩ | Quản lý Ngành |
| 2 | Nguyễn Thị Thu |  | Tiến sĩ |  |
| 3 | Nguyễn Thị Lan Hương |  | Tiến sĩ |  |
| 4 | Đào Thị Hương |  | Tiến sĩ |  |
| 5 | Phương Hữu Khiêm |  | Tiến sĩ |  |
| 6 | Nguyễn Thị Thái Hà |  | Tiến sĩ |  |
| 7 | Nguyễn Huy Hoàng |  | Thạc sĩ |  |
| 8 | Đỗ Thanh Phúc |  | Thạc sĩ |  |
| 9 | Hoàng Thanh Hải |  | Thạc sĩ |  |
| 10 | Phạm Thị Hồng Nhung |  | Thạc sĩ |  |
| 11 | Đặng Thị Ngọc Anh |  | Thạc sĩ |  |
| 12 | Dương Thanh Hảo |  | Thạc sĩ |  |
| 13 | Phạm Lê Vân |  | Thạc sĩ |  |
| 14 | Nguyễn Thị Thanh Quý |  | Thạc sĩ |  |
| 15 | Nguyễn Ngọc Hoa |  | Thạc sĩ |  |
| 16 | Nguyễn Thị Thanh Huyền |  | Thạc sĩ |  |
| 17 | Nguyễn Minh Huệ |  | Thạc sĩ |  |
| 18 | Nguyễn Văn Hùng |  | Thạc sĩ |  |
| 19 | Hoàng Thị Thu Hằng |  | Thạc sĩ |  |
| 20 | Nguyễn Thảo Nguyên |  | Thạc sĩ |  |
| 21 | Nguyễn Thị Hạnh Hồng |  | Thạc sĩ |  |
| 22 | Dương Thu Vân |  | Thạc sĩ |  |
| 23 | Phạm Thị Linh |  | Thạc sĩ |  |
| 24 | Trần Thị Mai Linh |  | Thạc sĩ |  |
| 25 | Nguyễn Hồng Hạnh |  | Thạc sĩ |  |
| 26 | Trần Thị Phương Hạnh |  | Thạc sĩ |  |
| 27 | Đàm Thanh Huyền |  | Thạc sĩ |  |

**Phụ lục 6: Cơ sở vật chất, kỹ thuật phục vụ đào tạo của Trường Đại học Kinh tế và Quản trị kinh doanh**

**Phụ lục 6.1. Hệ thống cơ sở vật chất**

| **STT** | **Hạng mục** | **Số lượng** | **Diện tích sàn xây dựng (m2)** | **Học phần /môn học** | **Thời gian sử dụng (học kỳ, năm học)** | **Ghi chú** |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **1** | **Hội trường, giảng đường, phòng học các loại, phòng đa năng, phòng làm việc của giáo sư, phó giáo sư, giảng viên cơ hữu** |  |  |  |  |  |
| 1.1 | Hội trường, phòng học lớn trên 200 chỗ | 02 | 2.949 | Tất cả các học phần | Năm học |  |
| 1.2 | Phòng học từ 100 - 200 chỗ | 05 | 741 | Tất cả các học phần | Năm học |  |
| 1.3 | Phòng học từ 75 - 100 chỗ | 29 | 2.195 | Tất cả các học phần | Năm học |  |
| 1.4 | Số phòng học dưới 75 chỗ | 14 | 1.030 | Tất cả các học phần | Năm học |  |
| 1.5 | Số phòng học đa phương tiện | 01 | 54 | Tất cả các học phần | Năm học |  |
| 1.6 | Phòng làm việc của giáo sư, phó giáo sư, giảng viên toàn thời gian | 49 | 14.067 | - | Năm học |  |
| **2** | **Thư viện, trung tâm học liệu** | **02** | *10.243* | **Tất cả các học phần** | **Năm học** |  |
| **3** | **Trung tâm nghiên cứu, phòng thí nghiệm, thực nghiệm, cơ sở thực hành, thực tập, luyện tập** | **01** | *3.940* | **Tất cả các học phần** | **Năm học** |  |

Phụ lục 6.2. Hệ thống thư viện

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **TT** | **Thư viện** | **Diện tích thư viện (m2)** | **Diện tích phòng đọc (m2)** | **Số chỗ ngồi** | **Số lượng máy tính tra cứu** | **Số đầu sách (GT, TK)/số bản** | **Phần mềm quản lí thư viện** |
| 1 | Trung tâm số - ĐH Thái Nguyên | 10.000 | 5.400 | 450 | 400 bộ | 66.094 | Ilib4.0 |
| 2 | Thư viện Trường | 227,7 | 77,7 | 20 | 01 | 738 đầu 42.042 cuốn | Elib.tueba.edu.vn |
| 3 | Thư viện điện tử của Nhà trường | x | x | x | x | 347 | Elib.tueba.edu.vn |

**Phụ lục 6.3. Danh mục hỗ trợ nghiên cứu, thực hành thí nghiệm, luyện tập**

| **Danh mục hỗ trợ nghiên cứu, thí nghiệm, thực nghiệm, thực hành, thực tập, luyện tập** | | | | | **Tên học phần/môn học sử dụng thiết bị** | **Thời gian sử dụng (năm học)** | **Số người học/máy, thiết bị** | **Ghi chú** |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **STT** | **Tên gọi máy, thiết bị, ký hiệu và mục đích sử dụng** | **Nước sản xuất, năm sản xuất** | **Số lượng** | **Đơn vị** |  |  |  |  |
| (1) | (2) | (3) | (4) | (5) | (6) | (7) | (8) | (9) |
| ***1*** | ***Giảng đường*** | ***2013-2024*** | ***03*** | ***13.644m2*** | ***Tất cả các học phần*** | ***4 năm*** |  |  |
| 1.1 | Máy chiếu | 2013-2024 | 52 | Cái | Tất cả các học phần | 4 năm |  |  |
| 1.2 | Hệ thống âm thanh | 2013-2024 | 10 | Cái | Tất cả các học phần | 4 năm |  |  |
| 1.3 | Bộ phát không dây | 2013-2024 |  | Cái | Tất cả các học phần | 4 năm |  |  |
| ***2*** | ***Phòng học máy tính*** | ***2013-2024*** | ***05*** | ***phòng*** | Tất cả các học phần | ***4 năm*** |  |  |
| 2.1 | Máy tính | 2013-2024 | 231 | Cái | Các học phần học và thi TNTM | 4 năm |  |  |

**Phụ lục 7 : Tương quan giữa chiến lược, phương pháp dạy học và PLO.**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **STT** | **Chiến lược dạy và học** | **Phương pháp**  **dạy và học** | **Cách tổ chức**  **hoạt động học** | **PLO** |
| 1 | Dạy học theo hướng phát huy tính tích cực và sáng tạo của người học | Phương pháp thuyết trình vấn đề  (Problem Solving) | - GV đặt vấn đề  - GV phát biểu vấn đề  - GV giải quyết vấn đề theo 2 logic phổ biến: quy nạp hoặc diễn dịch  - Kết luận và thảo luận (nhấn mạnh, tổng kết, liên hệ, kiểm tra, đánh giá) | PLO1  PLO2  PLO3  PLO4  PLO7  PLO8  PLO12 |
| 2 | Dạy học hướng phát huy tính tự lực,  tính nghiên cứu | Phương pháp  động não (brainstorming) | - GV giới thiệu chủ đề hoặc nêu câu hỏi  - Khuyến khích SV phát biểu và đóng góp ý kiến càng nhiều càng tốt  - Liệt kê tất cả các ý kiến lên bảng hoặc giấy to, phân loại ý kiến  - Làm sáng tỏ những ý kiến chưa rõ ràng  - Tổng hợp ý kiến của sinh viên và rút ra kết luận | PLO3  PLO6  PLO7  PLO8  PLO9 |
| 3 | Dạy học tăng cường năng lực thực hành và tình huống thực tế | Phương pháp nghiên cứu trường hợp điển hình (case study) | - SV đọc, xem hoặc nghe về trường hợp điển hình  - SV suy nghĩ về nó, viết ý chính trước khi thảo luận với người khác.  - Thảo luận về trường hợp điển hình theo các câu hỏi hướng dẫn của giảng viên | PLO2  PLO4  PLO5  PLO6  PLO7  PLO8  PLO11  PLO12 |

**PHỤ LỤC 8: Mẫu các phương pháp kiểm tra đánh giá**

Các phương pháp đánh giá khác nhau được xây dựng dưới dạng các Rubric (R) đánh giá dựa vào thang đánh giá Bloom và PLO (**từ Bảng 16 đến Bảng 27**).

**Bảng 16**. Thang đánh giá năng lực thực hành/thí nghiệm (R1).

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Năng lực** | **Tiêu chí đánh giá** | **Mức độ đạt được** | | | |
| **1** | **2** | **3** | **4** |
| **1. Năng lực thực hiện các kĩ thuật PTN** | **1.1. Thực hiện nội quy, quy định của PTN** | Phân tích được nội quy và quy định nhưng chưa thực hiện đúng nội quy,  quy định của PTN | Thực hiện được một số nội quy, quy định của PTN khi có sự nhắc nhở của GV | Thực hiện đầy đủ các nội quy, quy định của PTN khi có sự nhắc nhở của GV | Tự giác thực hiện đầy đủ các nội quy, quy định của PTN |
| **1.2. Sử dụng các thiết bị, dụng cụ thí nghiệm** | Lựa chọn các thiết bị, dụng cụ không phù hợp với thí nghiệm | Lựa chọn đúng các dụng cụ, thiết bị nhưng lắp ráp chưa hoàn chỉnh hệ thống hoặc còn sai một số các bộ phận thiết bị, dụng cụ; các thao tác sử dụng lóng ngóng hoặc sai các thao tác các thiết bị, dụng cụ | Lựa chọn và lắp ráp đúng các thiết bị thí nghiệm nhưng một số thao tác còn lúng túng. | Độc lập thực hiện chính xác, linh hoạt các thao tác lựa chọn và lắp ráp, sử dụng các thiết bị, dụng cụ thí nghiệm. Linh hoạt, sáng tạo trong các thí nghiệm mới |
| **2. Năng lực thực hiện các bước theo quy trình thí nghiệm** | **2.1. Thực hiện theo các bước của quy trình thí nghiệm** | Thực hiện chưa đúng các bước của quy trình thí nghiệm, làm ảnh hưởng đến kết quả  thí nghiệm | Thực hiện đúng quy trình thí nghiệm nhưng còn lúng túng. | Thực hiện đúng quy trình thí nghiệm nhưng còn lúng túng | Độc lập thực hiện đúng, nhanh chóng, chính xác các bước của quy trình thí nghiệm |
| **2.2. Thực hiện các thao tác thí nghiệm** | Thực hiện còn chưa chính xác các thao tác trong từng bước thí nghiệm | Thực hiện được đúng các thao tác trong từng bước thí nghiệm nhưng ở một số thao tác phức tạp còn lúng  túng | Thực hiện được chính xác, thành thạo các thao tác trong từng bước thí nghiệm | Độc lập thực hiện đúng, nhanh chóng, chính xác các thao tác trong từng bước thí nghiệm |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **3. Năng lực thu thập dữ liệu** | **3.1. Xác định các biến số, chỉ số cần quan sát, đo đạc** | Chưa xác định được các biến số, chỉ số cần quan sát, đo đạc | Xác định được các biến số, chỉ số cần quan sát, đo đạc nhưng chưa đủ hoặc còn nhầm lẫn một số biến số. | Xác định được đầy đủ các biến số, chỉ số cần quan sát, đo đạc | Độc lập xác định được đầy đủ, chính xác các biến số, chỉ số cần quan sát, đo đạc |
| **3.2. Quan sát thu thập dữ liệu thí nghiệm** | Chưa biết cách quan sát thu thập các dữ liệu thí nghiệm bằng các giác quan cũng như bằng các thiết bị hỗ trợ | Đã biết cách quan sát hiện tượng thí nghiệm, sử dụng các thiết bị quan sát chưa thành thạo và kết quả quan sát chưa chính xác hoặc còn chưa đầy đủ. | Quan sát trực tiếp bằng các giác quan hay sử dụng các thiết bị quan sát các hiện tượng thí nghiệm một cách chi tiết nên thu được kết quả đầy  đủ, chính xác. | Chủ động lựa chọn phương pháp, thiết bị quan sát các hiện tượng thí nghiệm một cách chi tiết và thu được kết quả đầy đủ, chính xác. |
| **3.3. Sử dụng các dụng cụ, thiết bị thu thập số liệu định lượng** | Chưa biết cách sử dụng các dụng cụ, thiết bị thu thập số liệu nên chưa thu được số liệu thí  nghiệm | Sử dụng còn chưa thành thạo một số dụng cụ đo đạc đơn giản nên số liệu thu được từ thí nghiệm còn sơ sài, chưa đầy đủ. | Sử dụng thành thạo các dụng cụ đo đạc để thu thập số liệu từ thí nghiệm một cách chính xác | Chủ động lựa chọn và sử dụng thành thạo các dụng cụ đo đạc để thu thập số liệu một cách chính xác |
| **4. Năng lực xử lý số liệu** | **4.1. Lựa chọn các phương pháp, công cụ để xử lí số liệu thu được** | Chưa lựa chọn được hoặc lựa chọn không đúng các phương pháp, công cụ để xử lí số liệu | Lựa chọn chưa đầy đủ các phương pháp, công cụ để xử lí số liệu | Lựa chọn đúng, đầy đủ các phương pháp, công cụ để xử lí số liệu thu được | Chủ động lựa chọn các phương pháp, công cụ để tối ưu hóa việc xử lý số liệu thu được |
| **4.2. Hiệu quả xử lí số liệu thu được** | Chưa biết cách xử lí số liệu | Sử dụng các phương pháp, công cụ để xử lí số liệu còn lúng túng và sai sót | Sử dụng thành thạo các phương pháp, công cụ để xử lí số liệu thu được thu được kết quả chính xác | Độc lập sử dụng thành thạo các phương pháp, công cụ để xử lí số liệu thu được thu được kết quả  chính xác |
| **5. Năng lực phân tích kết quả thí nghiệm sau khi xử lí số liệu** | **5.1. Giải thích mối quan hệ giữa các biến thí nghiệm đưa ra kết luận từ thí**  **nghiệm** | Chưa hình thành được mối quan hệ giữa các biến thí nghiệm nên chưa  đưa ra được kết luận | Hình thành được nhưng chưa giải thích được mối quan hệ giữa các biến thí nghiệm và đưa ra chưa đầy  đủ các kết luận thí nghiệm | Hình thành và giải thích chưa đầy đủ mối quan hệ giữa các biến thí nghiệm, đưa ra kết luận tổng thể  từ thí nghiệm | Hình thành và giải thích đầy đủ và khoa học mối quan hệ giữa các biến thí nghiệm, từ đó đưa ra kết  luận chi tiết từ thí nghiệm |
| **5.2. Giải thích các tình huống xảy ra** | Chưa giải thích  được các tình huống | Đưa ra được một số ý giải  thích các tình huống xảy ra | Giải thích được nguyên  nhân các tình huống xảy | Giải thích đầy đủ, có khoa  học về nguyên nhân các |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **trong quá trình làm thí nghiệm** | xảy ra trong quá trình làm thí nghiệm | trong quá trình làm thí nghiệm, tuy nhiên, chưa chắc chắn về ý kiến của mình | ra trong quá trình làm thí nghiệm | tình huống xảy ra trong quá trình làm thí nghiệm |
| **5.3. Đánh giá, cải tiến thí nghiệm** | Chưa rút ra kinh nghiệm từ thí nghiệm và chưa đề xuất được phương án cải tiến thí  nghiệm | Rút ra kinh nghiệm từ thí nghiệm nhưng cần sự gợi ý của GV, chưa đề xuất được phương án cải tiến thí nghiệm | Rút ra kinh nghiệm từ thí nghiệm và đề xuất được phương án cải tiến thí nghiệm | Đánh giá được mức độ thành công của thí nghiệm, rút ra kinh nghiệm và đề xuất phương án tối ưu hóa thí nghiệm |

**Bảng 17.** Thang đánh giá năng lực giải quyết vấn đề (R2).

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Năng lực** | **Tiêu chí đánh giá** | **Mức độ đạt được** | | | |
| **1** | **2** | **3** | **4** |
| **1. Năng lực phát hiện vấn đề** | **1.1. Phân tích, làm rõ nội dung của VĐ** | Chưa phân tích được nội dung hoặc có phân tích nội dung nhưng không liên  quan đến VĐ. | Có phân tích nhưng chưa đầy đủ, chưa làm rõ nội dung kiến thức của VĐ | Có phân tích nhưng chưa làm rõ hoàn toàn nội dung kiến thức của VĐ | Phân tích, làm rõ nội dung của VĐ |
| **1.2. Nhận ra mâu thuẫn giữa VĐ với kiến thức đã học** | Không phát hiện thấy mâu thuẫn | Phát hiện thấy mâu thuẫn nhưng chưa chỉ ra đúng nội dung trọng tâm của mâu thuẫn. | Xác định được mâu thuẫn và chỉ ra đúng nội dung trọng tâm của  mâu thuẫn | Xác định đúng mâu thuẫn, tìm ra những kiến thức đã học liên quan đến mâu thuẫn. |
| **1.3. Phát biểu VĐ thành một câu hỏi** | Không phát biểu được câu hỏi hoặc câu hỏi không phản ánh đúng nội dung  của VĐ | Phát biểu được câu hỏi nhưng còn dài dòng, chưa phản ảnh đầy đủ nội dung của VĐ | Phát biểu được câu hỏi nhưng còn dài dòng | Phát biểu thành 1 câu hỏi ngắn gọn nêu bật nội dung của VĐ. |
| **2. Năng lực thiết lập không gian VĐ và hình thành giả thuyết** | **2.1. Thu thập, lựa chọn, sắp xếp những nội dung kiến thức liên quan đến VĐ.** | Đưa ra (nói, viết, trình bày) những thông tin kiến thức nhưng hầu như  không liên quan đến VĐ cần giải quyết. | Xác định được một số thông tin, kiến thức nền tảng liên quan đến VĐ cần giải quyết nhưng chưa đầy đủ | Xác định được thông tin, kiến thức nền tảng liên quan đến VĐ cần giải quyết | Giải thích và lý giải thoả đáng (vẽ hình, mô tả) thông tin, kiến thức cần thiết cho mục tiêu GQVĐ |
| **2.2. Thiết lập mối quan hệ giữa VĐ với các nội dung kiến**  **thức đã học.** | Thiết lập không đúng, làm phức tạp thêm nội dung của  VĐ. | Thiết lập được một số mối quan hệ nhưng chưa đầy đủ. | Thiết lập được mối quan hệ giữa nội dung của VĐ với kiến thức đã biết  nhưng chưa đầy đủ | Thiết lập đầy đủ mối quan hệ giữa nội dung của VĐ với kiến thức đã biết, làm  cơ sở để giải thích VĐ |
| **2.3. Đưa ra giả thuyết giải thích VĐ.** | Đưa ra được một vài giả thuyết nhưng không phù hợp với nội dung của VĐ | Đưa ra được một số giả thuyết, trong đó có 50% giả thuyết phù hợp, có 50% giả thuyết chưa phù  hợp | Đưa ra được một số giả thuyết, trong đó có 75% giả thuyết phù hợp, có 25% giả thuyết chưa phù  hợp | Đưa ra đầy đủ các giả thuyết. Tất cả các giả thuyết đưa ra đều phù hợp với nội dung của VĐ |
| **3. Năng lực** | **3.1. Đề ra các biện** | Chưa đưa ra được PP | Đưa ra được một số PP | Đưa ra được một số PP | Đề ra đầy đủ các PP và chỉ |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **lập kế hoạch và tiến hành GQVĐ** | **pháp để kiểm chứng giả thuyết** | hoặc đưa được một số PP để kiểm chứng giả thuyết nhưng PP đó không phù hợp | kiểm chứng giả thuyết nhưng chưa đầy đủ hoặc chưa hoàn toàn phù hợp. | kiểm chứng giả thuyết nhưng chưa đầy đủ | ra được tính ưu điểm của mỗi biện pháp đó |
| **3.2. Tiến hành kiểm chứng giả thuyết** | Chưa triển khai kiểm chứng giả thuyết hoặc đã triển khai nhưng không phù  hợp. | Đã tiến hành kiểm chứng giả thuyết và đã tìm ra giả thuyết đúng nhưng còn phụ thuộc nhiều vào sự gợi  ý của GV hoặc bạn bè | Đã tiến hành kiểm chứng giả thuyết và đã tìm ra giả thuyết đúng nhưng còn phụ thuộc vào sự gợi  ý của GV hoặc bạn bè | Chủ động, độc lập tiến hành kiểm chứng giả thuyết và đã tìm ra giả thuyết đúng |
| **3.3. Rút ra kết luận về vấn đề và hình thành kiến thức mới** | Chưa đưa ra được kết luận về vấn đề mà tình huống đề cập. | Đưa ra các kết luận nhưng chưa đầy đủ hoặc đưa ra đầy đủ nhưng cần sự hướng dẫn của GV, của  bạn | Đưa ra các kết luận về vấn đề, hình thành được một phần kiến thức mới | Đưa ra các kết luận đầy đủ, chi tiết của vấn đề và phát biểu kiến thức mới học được thông qua vấn đề |
| **4. Năng lực đánh giá giải pháp GQVĐ, rút ra kết luận** | **4.1. Tổng hợp, khái quát hóa, hình thành**  **tri thức mới** | Sau khi GQVĐ, chưa khái quát hóa  được tri thức. | Khái quát hóa được tri thức nhưng chưa đầy đủ,  chưa chính xác | Khái quát hóa được tri thức nhưng chưa đầy đủ | Độc lập rút ra tri thức mới và khái quát hóa tri thức  (bằng sơ đồ, quy trình…) |
| **4.2. Xác nhận những kinh nghiệm thu nhận được** | Chưa rút ra được kinh nghiệm khi hoàn thành GQVĐ. | Rút ra được một vài kinh nghiệm nhưng chưa rõ nét. | Rút ra được kinh nghiệm sau khi hoàn thành việc GQVĐ, vận dụng để giải quyết các VĐ tổng thể. | Rút ra được kinh nghiệm sau khi hoàn thành việc GQVĐ, có thể vận dụng để giải quyết các VĐ mới nảy  sinh |

**Bảng 18.** Thang đánh giá năng lực hợp tác (R3).

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Năng lực** | **Tiêu chí đánh giá** | **Mức độ đạt được** | | | |
| **1** | **2** | **3** | **4** |
| **1. Xác định được mục đích và lựa chọn được các phương thức hợp tác** | **1.1. Xác định mục đích hợp tác** | Không tham gia đề xuất mục đích hợp tác để giải quyết một vấn đề | Tham gia đề xuất mục đích hợp tác để giải quyết một vấn đề, nhưng chưa mạnh dạn bảo vệ ý kiến | Tham gia đề xuất mục đích hợp tác để giải quyết một vấn đề | Chủ động x đề xuất mục đích hợp tác để giải quyết vấn đề và tích cực thảo luận trong nhóm |
| **1.2.Phương thức hợp tác** | Không xác định được phương thức hợp tác | Có tham gia góp ý, lựa chọn hình thức làm việc nhóm | Tham gia tích cực vào việc lựa chọn hình thức làm việc nhóm với quy mô phù hợp với yêu cầu và nhiệm vụ. | Chủ động đề xuất hình thức hợp tác phù hợp với hoàn cảnh, yêu cầu và nhiệm vụ đặt ra |
| **2. Xác định được trách nhiệm và các hoạt động mà bản thân có thể đảm nhiệm** | **2.1. Xác định trách nhiệm** | Chưa xác định được các công việc mà nhóm phải làm | Dự kiến được một số công việc nhóm sẽ phải làm theo trình tự. Nhưng chưa xác định được thời gian và cách thức tiến hành các công việc | Tham gia đề xuất và góp ý một số công việc nhóm sẽ phải làm theo trình tự.  Nhưng chưa xác định được thời gian và cách thức tiến hành các công việc | Chủ động đề xuất các công việc mà nhóm phải làm và xác định rõ thời gian, cách thức tiến hành các công việc |
| **2.2. Xác định khả năng đóng góp của bản thân** | Không xác định được khả năng đóng góp của bản thân, giao việc gì làm việc đấy | Xác định được khả năng đóng góp của bản thân nhưng chưa mạnh dạn đề xuất được công việc của mình trong quá trình hợp tác. | phân tích được các công việc cần thực hiện để hoàn thành nhiệm vụ đáp ứng được mục đích chung, đánh giá khả năng của mình có thể đóng góp thúc đẩy hoạt động của nhóm. | Chủ động xác định trách nhiệm và vai trò của mình trong hoạt động chung của nhóm |
| **3. Xác định được nhu cầu và khả năng của**  **những** | **3.1. Khả năng và nhu cầu của các thành viên** | Không phân tích được khả năng của từng thành viên để tham gia đề xuất  phương án phân | Phân tích được khả năng của một số thành viên để tham gia đề xuất phương án phân công công việc.  Nhưng chưa tích cực trong | Phân tích được khả năng của một số thành viên và tích cực tham gia đề xuất phương án phân công  công việc. Nhưng chưa | Phân tích được khả năng của các thành viên và tích cực tham gia đề xuất phương án phân công  công việc. Quan tâm đến |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **người cùng hợp tác** |  | công công việc. | quá trình thảo luận | hoàn toàn quan tâm đến nhu cầu làm việc của các thành viên. | nhu cầu làm việc của các thành viên. |
| **3.2. Phân công nhiệm vụ phù hợp** | Thụ động, không dự kiến được phương án phân công nhiệm vụ hợp lý; chưa quan tâm đến việc tổ chức hoạt động hợp tác của nhóm. | Tham gia góp ý phương án phân công nhiệm vụ hợp lý; chưa tham gia tổ chức tốt hoạt động hợp tác của nhóm. | Tham gia góp ý phương án phân công nhiệm vụ hợp lý; có tham gia hoạt động hợp tác của nhóm. | Dự kiến được phương án phân công nhiệm vụ hợp lý; tổ chức tốt hoạt động hợp tác của nhóm. |
| **4. Tổ chức và thuyết phục người khác cùng hoàn thành công việc** | **4.1. Thực hiện nhiệm vụ của bản thân** | Không/chưa hoàn thành nhiệm vụ. Chưa biết cách theo dõi tiến độ hoàn thành công việc  của bản thân | Hoàn thành nhiệm vụ của mình. Chưa biết cách theo dõi tiến độ hoàn thành công việc của bản thân | Hoàn thành tốt nhiệm vụ. Biết cách theo dõi tiến độ hoàn thành công việc của bản thân | Chủ động hoàn thành tốt nhiệm vụ. Theo dõi tiến độ hoàn thành công việc của bản thân và có thể điều hoà hoạt động phối hợp của nhóm |
| **4.2. Kích lệ thành viên** | Chưa biết lắng nghe ý kiến người khác, bảo thủ và dễ nổi nóng khi thể hiện ý kiến không đồng tình của bản thân | Biết lắng nghe ý kiến người khác, bảo thủ và dễ nổi nóng khi thể hiện ý kiến không đồng tình của bản thân. Chưa biết cách khích lệ thành viên khác. | Biết lắng nghe ý kiến người khác, nhưng chưa khéo léo khi thể hiện ý kiến không đồng tình của bản thân. | Khiêm tốn tiếp thu sự góp ý và nhiệt tình chia sẻ, hỗ trợ, động viên các thành viên khác. |
| **5. Rút kinh nghiệm, đánh giá kết quả hoạt động** | **5.1. Báo cáo kết quả thực hiện** | * Tổng hợp thiếu nhiều ý kiến, không hoàn toàn đảm bảo mục đích hoạt động hợp tác * Trình bày kết quả hoạt động hợp tác không khoa học. | * Lựa chọn, tổng hợp tương đối đầy đủ ý kiến của các thành viên đáp ứng mục đích đặt ra. * Chọn ngôn ngữ, cách trình bày tương đối khoa học, hợp lí. | * Lựa chọn, tổng hợp đầy đủ ý kiến của các thành viên đáp ứng mục đích đặt ra. * Chọn ngôn ngữ, cách trình bày khoa học, hợp lí. | * Tổng hợp đầy đủ các ý kiến của các thành viên và chắt lọc những ý kiến phù hợp nhất, đáp ứng mục đích đặt ra. * Ngôn ngữ, cách trình bày khoa học, hợp lí, ngắn gọn, súc tích. |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **5.2. Kỹ năng đánh giá lẫn nhau** | Không đánh giá được người khác, nhóm khác. | Đánh giá còn thiếu chính xác và còn dựa trên cảm tính cá nhân | Đánh giá chính xác nhưng đôi khi còn dựa trên cảm tính cá nhân. | Đánh giá chính xác, công bằng, công khai, khách quan của người khác, nhóm khác. |
| **5.3. Rút kinh nghiệm hoạt động hợp tác** | Không rút ra được kinh nghiệm gì cho bản thân, không tham gia góp ý cho người khác | Rút kinh nghiệm cho bản thân và có góp ý cho người khác nhưng chưa tích cực | Rút ra được kinh nghiệm hữu ích cho bản thân và góp ý tích cực cho từng người trong nhóm. | Rút ra được bài học kinh Phân tích được điểm mạnh, điểm yếu của bản thân và các thành viên trong nhóm để phát triển trong những bài sau |

**Bảng 19**. Thang đánh giá năng lực học tập suốt đời (R4).

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Năng lực** | **Tiêu chí đánh giá** | **Mức độ đạt được** | | | |
| **1** | **2** | **3** | **4** |
| **Năng lực học tập suốt đời** | **1. Sự chủ động trong học tập** | Chưa quan tâm đến môn học, cần GV thường xuyên nhắc nhở trong quá trình học tập | Có quan tâm đến môn học nhưng vẫn cần GV nhắc nhở trong quá trình học tập | Có hứng thú với môn học, tự giác hoàn thành những nhiệm vụ học tập do GV đề ra | Thể hiện sự đam mê với môn học. Chủ động tìm hiểu, khám phá thêm những kiến thức, thông tin liên quan đến môn học. |
| **2. Sự độc lập trong phát triển bản thân** | Chưa quan tâm đến việc mở rộng kiến thức ngoài lớp học. | Có sự quan tâm đến việc mở rộng kiến thức ngoài lớp học. Tham gia vào những khóa học ngoài khung chương trình đào tạo, tuy nhiên chưa có sự  chủ động. | Có sự quan tâm đến các cơ hội học tập mở rộng. Sẵn sàng tham gia vào những chương trình đào tạo ngoài khung chương trình của ngành học khi  có cơ hội. | Hình thành động lực phát triển năng lực bản thân rõ ràng. Chủ động tìm kiếm cơ hội tham gia vào những chương trình đào tạo ngoài khung chương trình của  ngành học |
| **3. Khả năng ứng dụng kiến thức vào giải quyết vấn đề** | Chưa xác định được nội dung kiến thức và kỹ năng đã học liên quan đến vấn đề và không áp dụng được vào việc giải quyết vấn đề | Xác định được nội dung kiến thức và kỹ năng đã học liên quan đến vấn đề nhưng chưa vận dụng được để giải quyết vấn đề | Xác định được nội dung kiến thức và kỹ năng đã học liên quan đến vấn đề. Có thể áp dụng những kiến thức và kỹ năng này để giải quyết các vấn đề mới. | Xác định nhanh nội dung kiến thức và kỹ năng đã học liên quan đến vấn đề. Áp dụng những kiến thức và kỹ năng này để giải quyết vấn đề theo cách thức/phương pháp mới lạ  và sáng tạo |
| **4. Học tập thường xuyên** | Không nhận thấy vai trò của học tập thường xuyên (chính thức và không chính thức); chưa xác định được cách học. | Nhận thấy sự vai trò của học tập thường xuyên nhưng chưa xác định các hình thức học tập thường xuyên phù hợp | Nhìn nhận được sự cần thiết phải học tập thường xuyên, xác định được các hình thức học tập nhưng vẫn bỏ sót một số yếu tố ảnh  hưởng đến các hình thức học tập | Hiểu rõ về sự cần thiết phải học tập thường xuyên. Phân tích rõ những yếu tố ảnh hưởng đến sự thành công của các hình thức học tập. Lựa chọn  được những cách thức học tập phù hợp |
| **4. Xây dựng kế**  **hoạch nghề nghiệp** | Mô tả mơ hồ về mục  tiêu nghề nghiệp, chưa | Mô tả được mục tiêu nghề  nghiệp sau khi tốt nghiệp, | Mô tả được mục tiêu  nghề nghiệp thực tế | Mô tả được mục tiêu nghề  nghiệp ngắn và dài hạn, |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **ngắn/dài hạn** | xây dựng được kế hoạch thực tế để đạt được mục tiêu | nhưng chưa xây dựng được kế hoạch ngắn hạn và dài hạn hoặc kế hoạch thực hiện còn thiếu tính  thực tế | ngắn và dài hạn, xây dựng được kế hoạch để đáp ứng những mục tiêu này. | xây dựng được kế hoạch kỹ lưỡng và chu đáo để đạt được mục tiêu |

**Bảng 20.** Thang đánh giá năng lực báo cáo/thuyết trình (R5).

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Năng lực** | **Tiêu chí đánh giá** | **Mức độ đạt được** | | | | |
| **1** | **2** | **3** | **4** | **5** |
| **Năng lực báo cáo/thuyết trình.** | **Nội dung bài báo cáo (30%)** | Chưa trình bày rõ chủ đề báo cáo | Tập trung nhiều vào khái quát mà chưa đi vào chi tiết | Cơ bản trình bày được chủ đề báo cáo | Lựa chọn được những nội dung phù hợp nhưng chưa làm rõ  chủ đề báo cáo | Trình bày rõ chủ đề báo cáo và những nội dung chi tiết  của bài báo cáo |
| **Slide (20%)** | Khó nhìn thấy chữ trong slide do độ tương phản thấp và quá nhiều chữ trong 1 slide | Độ tương phản cao nhưng kích thước chữ nhỏ do quá nhiều nội dung trong 1 slide | * Sử dụng màu sắc chữ và nền chưa phù hợp làm giảm độ tương phản * Kích cỡ chữ phù hợp | * Sử dụng màu sắc chữ và nền phù hợp làm tăng độ tương phản * Kích cỡ chữ phù hợp | * Trình bày đẹp và độ tương phản cao * Áp dụng quy tắc 7x7 trong trình chiếu |
| Không có công cụ  trực quan | Sử dụng một vài  công cụ trực quan hỗ trợ nhưng không rõ ràng, chất lượng thấp và không thể  hiện rõ ý nghĩa | Sử dụng đủ các  công cụ trực quan cơ bản | Phân phối hợp lý giữa  hình ảnh và video trong bài trình chiếu | Sử dụng công cụ  trực quan đẹp, rõ ràng, phù hợp với nội dung và có ý nghĩa |
| **Tác phong trình bày (40%)** | Không có phần giới thiệu | Giới thiệu đúng đối tượng nhưng dài dòng và không đầy  đủ | Giới thiệu đối tượng chính xác và giới thiệu hấp  dẫn | Phần giới thiệu thú vị, cuốn hút | Phần giới thiệu hấp dẫn, bất ngờ và sáng tạo |
| Giọng nói quá nhỏ để theo dõi | Giọng nói rõ ràng nhưng thường bị lắp | Giọng nói to, rõ ràng, trôi chảy nhưng đơn điệu và buổn tẻ | Giọng nói to, rõ ràng, lưu loát và truyền cảm | Giọng nói to, rõ ràng, lưu loát và thu hút |
| Chỉ đứng một chỗ, không bao quát lớp không có sự tương tác với người nghe | Có di chuyển nhưng không bao quát lớp, chỉ có một vài tương tác nhỏ với người nghe | Có di chuyển và bao quát lớp .  Tương tác nhiều với người nghe nhưng không hiệu  quả | Có di chuyển và bao quát lớp. Sử dụng nhiều hình thức tương tác và khiến người nghe thích thú | Có di chuyển và bao quát lớp. Sử dụng nhiều hình thức tương tác và khiến người nghe  thích thú và cùng |

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  |  |  |  |  | tham gia vào buổi  thuyết trình |
| Thể hiện sự nhút nhát, không tự tin, hay gãi đầu gãi tai | Tự tin nhưng vẫn bối rối khi giải quyết vấn đề | Tự tin nhưng thiếu nhiệt tình khi trả lời câu hỏi | Điềm tĩnh, tự tin nhưng thiếu nhiệt tình, sôi nổi khi trả lời câu  hỏi | Điềm tĩnh, tự tin, nhiệt tình, sôi nổi khi trả lời câu hỏi  của người nghe |
| **Quản lý thời gian (10%)** | Phân phối thời gian không phù hợp giữa các nội dung.  Thời gian báo cáo khác nhiều so với  dự kiến (>50%) | Thời gian báo cáo dài hoặc ngắn hơn dự kiến 20-40% | Thời gian báo cáo dài hoặc ngắn hơn dự kiến 10-20% | Thời gian báo cáo dài hoặc ngắn hơn dự kiến 5-10% | Phân phối thời gian hợp lý giữa các nội dung. Tuân thủ thời gian dự kiến |

**Bảng 21.** Thang đánh giá mức độ thực hiện bài tập về nhà (R6).

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Năng lực** | **Tiêu chí đánh giá** | **Mức độ đạt được** | | | |
| **1** | **2** | **3** | **4** |
| **Thực hiện bài tập về nhà.** | **Khối lượng hoàn thành (40%)** | Hoàn thành 30% khối  lượng bài tập | Hoàn thành 50% khối  lượng bài tập | Hoàn thành 70% khối  lượng bài tập | Hoàn thành 100% khối  lượng bài tập |
| **Độ chính xác của kiến thức**  **(60%)** | Chính xác dưới 50% | Chính xác 50-69% | Chính xác 70-89% | Chính xác trên 90% |

**Bảng 22.** Thang đánh giá năng lực khởi nghiệp (R7).

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Năng lực** | **Tiêu chí đánh giá** | **Mức độ đạt được** | | | |
| **1** | **2** | **3** | **4** |
| **Năng lực khởi nghiệp.** | **1. Sự quan tâm đến khởi nghiệp** | Thờ ơ, chưa quan tâm đến khởi nghiệp | Có quan tâm đến khởi nghiệp | Có quan tâm đến khởi nghiệp, có mong muốn khởi nghiệp | Quan tâm sâu sắc đến khởi nghiệp, tìm tòi để kết nối những kiến thức của môn  học vào khởi nghiệp |
| **2. Đánh giá các yếu tố ảnh hưởng đến khởi nghiệp** | Chưa chỉ ra được những yếu tố ảnh hưởng đến khởi nghiệp | Chỉ ra được những yếu tố ảnh hưởng đến khởi nghiệp nhưng chưa đầy đủ | Chỉ ra được đầy đủ những yếu tố ảnh hưởng đến khởi nghiệp, phân tích được tầm quan trọng  của từng yếu tố | Đánh giá được đầy đủ và chính xác các yếu tố ảnh hưởng đến khởi nghiệp. Lên được ma trận SWOT phân tích. |
| **3. Ý tưởng khởi nghiệp** | Chưa hình thành được ý tưởng khởi nghiệp | Đã hình thành ý tưởng khởi nghiệp nhưng  chưa có tính thực tiễn | Đã hình thành ý tưởng khởi nghiệp nhưng  cần thêm 1 vài góp ý | Hình thành ý tưởng khởi nghiệp có tính thực tiễn cao. |
| **4. Xây dựng ý tưởng kinh doanh** | Chưa trình bày được kế hoạch kinh doanh | Trình bày khái quát về kế hoạch kinh doanh, chưa làm rõ kế hoạch chi tiết | Trình bày rõ kế hoạch kinh doanh nhưng còn thiết một số thông tin | Trình bày đầy đủ và rõ ràng kế hoạch kinh doanh bao gồm: lý do khởi nghiệp, hoạt động cơ bản, trọng tâm của doanh nghiệp, hàng hóa/dịch vụ được cung cấp, khảo sát thị trường, lựa chọn  địa điểm… |
| **5. Phân tích cơ hội phát triển** | Cung cấp một số thông tin không đầy đủ về quy mô và sự phát triển của lĩnh vực kinh doanh, cơ hội và mối đe dọa trong lĩnh vực, triển vọng chung cho lĩnh vực, các đối thủ cạnh tranh. Chưa đề xuất được sản phẩm/dịch vụ khác  biệt với những cơ sở kinh | Cung cấp khá đầy đủ thông tin về quy mô và sự phát triển của lĩnh vực kinh doanh, cơ hội và mối đe dọa trong lĩnh vực, triển vọng chung cho lĩnh vực, các đối thủ cạnh tranh. Chưa đề xuất  được sản phẩm/dịch | Cung cấp khá đầy đủ thông tin về quy mô và sự phát triển của lĩnh vực kinh doanh, cơ hội và mối đe dọa trong lĩnh vực, triển vọng chung cho lĩnh vực, các đối thủ cạnh tranh. Đề xuất được  sản phẩm/dịch vụ | Cung cấp đầy đủ thông tin về quy mô và sự phát triển của lĩnh vực kinh doanh, cơ hội và mối đe dọa trong lĩnh vực, triển vọng chung cho lĩnh vực, các đối thủ cạnh tranh. Đề xuất được sản phẩm/dịch vụ khác biệt với những cơ sở kinh doanh  khác. Phân tích được thế |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  | doanh khác | vụ khác biệt với những cơ sở kinh  doanh khác | khác biệt với những cơ sở kinh doanh khác | mạnh của sản phẩm/dịch vụ mới đó. |

**Bảng 23.** Thang đánh giá mức độ tham gia lớp học (R8).

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Năng lực** | **Tiêu chí** | **Mức độ đạt được** | | | |
| **1** | **2** | **3** | **4** |
| **Tham gia lớp học** | **Tính chuyên cần (40%)** | SV vắng học nhiều hơn 2  buổi có phép | SV vắng học 2 buổi  có phép | SV vắng học 1 buổi có  phép | SV tham gia đầy đủ các  buổi học |
| **Đúng giờ (30%)** | SV ít khi đi học đúng giờ hoặc đến lớp sớm (đi học muộn 4 lần trở lên) | SV thỉnh thoảng đi học đúng giờ (đi học muộn 3 lần), và hiếm  khi đến lớp sớm | SV thường đi học đúng giờ hoặc đến lớp sớm (đi học muộn 1-2 lần) | SV luôn đi học đúng giờ và thường đến lớp sớm |
| **Mức độ tham gia và thái độ học tập (20%)** | SV hiếm khi tham gia thảo luận/phát biểu xây dựng bài trên lớp hoặc đặt câu hỏi tương tác với thầy cô và bạn học. SV chỉ trả lời câu hỏi khi được GV yêu  cầu đích danh | SV thỉnh thoảng tham gia thảo luận/phát biểu xây dựng bài mà không cần sự nhắc nhở của GV. SV không tham gia làm  việc nhóm trong lớp. | SV thường xuyên tham gia thảo luận/phát biểu xây dựng bài và đặt câu hỏi tương tác với thầy cô và bạn học | SV có chính kiến, quan điểm riêng khi tham gia thảo luận/phát biểu xây dựng bài, tham gia đầy đủ và tích cực vào tất cả các buổi học, làm việc và hợp  tác tốt với bạn học |

**Bảng 24.** Thang đánh giá năng lực phản biện (R9).

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Tiêu chí** | **Mức độ đạt được** | | | |
| **1** | **2** | **3** | **4** |
| **Phát hiện vấn đề** | Không phát hiện vấn đề | Vấn đề chưa được phát  hiện rõ ràng | Vấn đề được phát hiện rõ  ràng | Vấn đề được phát hiện rất rõ  ràng |
| **Lý giải tính bất hợp lý** | Chưa lý giải tính bất hợp lý | Lý giải một phần tính bất  hợp lý | Lý giải tính bất hợp lý | Lý giải hoàn toàn tính bất hợp  lý |
| **Thái độ tranh luận** | Thái độ tranh luận không hợp  tác, căng thẳng | Thái độ tranh luận có hợp  tác | Thái độ tranh luận hợp tác,  dễ chịu | Thái độ tranh luận rõ rang,  hợp tác và dễ chịu. |
| **Mức độ phù hợp của giải pháp đưa ra** | Mức độ phù hợp của giải pháp đưa ra | Mức độ phù hợp của giải pháp đưa ra | Mức độ phù hợp của giải pháp đưa ra | Mức độ phù hợp của giải pháp đưa ra |

**Bảng 25.** Thang đánh giá năng lự sáng tạo (R10).

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Tiêu chí** | **Mức độ đạt được** | | | |
| **1** | **2** | **3** | **4** |
| **Sự thông thạo** | Không sản sinh nhiều ý tưởng ở lĩnh vực ngôn ngữ, sơ đồ hình ảnh hay hành động | Sản sinh hạn chế ý tưởng ở lĩnh vực ngôn ngữ, sơ đồ hình ảnh hay hành  động | Sản sinh nhiều ý tưởng ở lĩnh vực ngôn ngữ, sơ đồ hình ảnh hay hành động | Sản sinh đa dạng ý tưởng ở lĩnh vực ngôn ngữ, sơ đồ hình ảnh hay hành động |
| **Linh hoạt** | Không sản sinh nhiều ý tưởng từ nhiều lĩnh vực và dễ dàng chuyển đổi giữa các lĩnh vực | Sản sinh hạn chế ý tưởng từ nhiều lĩnh vực và dễ dàng chuyển đổi giữa các  lĩnh vực | Sản sinh nhiều ý tưởng từ nhiều lĩnh vực và dễ dàng chuyển đổi giữa các lĩnh  vực | Sản sinh đa dạng ý tưởng từ nhiều lĩnh vực và dễ dàng chuyển đổi giữa các lĩnh vực |
| **Mới, nguyên bản** | Không sản sinh các ý tưởng  hiếm, độc đáo | Sản sinh các ý tưởng khá  độc đáo | Sản sinh các ý tưởng độc  đáo | Sản sinh các ý tưởng rất hiếm,  độc đáo |
| **Tính rõ ràng của tình tiết** | Làm rõ các ý tưởng | Gọt rũa, làm rõ các ý tưởng | Phát triển, gọt rũa, làm rõ các ý tưởng | Phát triển, gọt rũa, làm rõ các ý tưởng |
| **Tính trìu tượng** | Không cảm nhận sự cần thiết của vấn đề, mức độ trìu tượng | Cảm nhận được sự cần thiết của vấn đề, mức độ  trìu tượng | Cảm nhận tốt sự cần thiết của vấn đề, mức độ trìu  tượng | Cảm nhận rất tốt sự cần thiết của vấn đề, mức độ trìu tượng |
| **Sự cởi mở, tìm tòi câu hỏi, vấn đề.** | Chưa cởi mở với các câu hỏi chưa được trả lời, vấn đề chưa được giải quyết và làm việc với các thông tin từ nhiều góc nhìn khác nhau | Có cởi mở với các câu hỏi chưa được trả lời, vấn đề chưa được giải quyết và làm việc với các thông  tin từ nhiều góc nhìn khác nhau | Cởi mở với các câu hỏi chưa được trả lời, vấn đề chưa được giải quyết và làm việc với các thông tin  từ nhiều góc nhìn khác nhau | Rất cởi mở với các câu hỏi chưa được trả lời, vấn đề chưa được giải quyết và làm việc với các thông tin từ nhiều góc nhìn khác nhau |

**Bảng 26.** Thang đánh giá khóa luận tốt nghiệp (R11).

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| ***1. Rubric đánh giá dành cho giảng viên hướng dẫn*** | | | | | |
| **Năng lực** | **Tiêu chí đánh giá** | **Mức độ đạt được** | | | |
| **1** | **2** | **3** | **4** |
|  | **Hình thành và** | Không có đóng góp gì vào | Có thảo luận và đóng góp | Chủ động thảo luận và | Chủ động đề xuất ý tưởng |
| **phát triển** | việc xây dựng ý tưởng | ý tưởng dựa trên gợi ý của | tự xây dựng mục tiêu | và mục tiêu của khoá luận |
| **ý tưởng nghiên** |  | cán bộ hướng dẫn | dựa trên gợi ý của | có tính mới/sáng tạo |
| **cứu.** |  |  | GVHD |  |
|  | **Xây dựng đề** | Không xây dựng đề cương | Đề cương khoá luận không | Đề cương khoá luận | Đề cương khoá luận chi |
| **cương phù** | khoá luận. Không có kế | phù hợp với mục tiêu cốt | phù hợp với mục tiêu | tiết và phù hợp với mục |
| **hợp với mục tiêu** | hoạch làm việc. | lõi. | nhưng chưa chi tiết. | tiêu. |
| **đặt ra.** |  | Kế hoạch làm việc chưa | Kế hoạch làm việc chi | Kế hoạch làm việc chi tiết |
|  |  | chi tiết và thiếu phương án | tiết nhưng phương án | với các phương án dự |
|  |  | dự phòng. | dự phòng không hợp lý. | phòng hợp lý. |
|  | **Kiên trì và cam** | Không có động lực thực | Thiếu tập trung thực hiện | Có động lực thực hiện | Hứng thú và chủ động |
| **kết thực** | hiện khoá luận, không làm | khoá luận và có xu hướng | khoá luận, chủ động | vượt qua các trở ngại |
| **hiện khoá luận** | thí nghiệm và liên hệ với | bỏ cuộc. | vượt qua các trở ngại | xuyên suốt quá trình thực |
| **một cách** | GVHD |  | với sự giúp đỡ của | hiện khoá luận |
| **hiệu quả.** |  |  | GVHD |  |
|  | **Sự tương tác giữa sinh**  **viên và GVHD.** | Không trao đổi với GVHD trong suốt quá trình thực hiện khoá luận | Không chủ động liên hệ với GVHD | Chủ động tìm gặp GVHD | Chủ động tìm gặp CBHD để thảo luận các khó khăn của đề tài và đề xuất  phương án giải quyết |
|  | **Tổ chức sắp xếp và thực**  **hiện thí nghiệm.** | Không thể tổ chức sắp xếp và thực hiện thí nghiệm | Có thể thực hiện thí nghiệm nhưng chưa tổ chức sắp xếp hợp lý | Tổ chức sắp xếp và thực hiện thí nghiệm một cách độc lập | Tổ chức sắp xếp, thực hiện thí nghiệm một cách độc lập và dự đoán trước các tình huống bất lợi có thể  xảy ra |
|  | **Thu nhận kết quả và xử lý**  **số liệu thực** | Không biết cách sử dụng dữ  liệu, không biết dùng các | Có thể sắp xếp và kiểm sơ  bộ số liệu. Tuy nhiên không có khả năng nhận | Có thể sắp xếp dữ liệu,  kiểm tra và phân tích dữ liệu ở mức cơ bản. | Có thể sắp xếp và kiểm tra toàn bộ dữ liệu, có thể  thực hiện phân tích dữ liệu |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **nghiệm hợp lý** | phần mềm xử lý số liệu | xét  kết quả thu thập được | Nhận xét được kết quả | nâng cao. Nhận xét được kết quả. So sánh với kết quả của các thí nghiệm tương đương |
|  | **Phân tích và biện luận các kết quả thu được** | Không phân tích và biện luận được các kết quả thu được | Có phân tích và biện luận các kết quả thu được, tuy nhiên các phân tích và biện luận chưa được rõ ràng và  hợp lý | Phân tích và biện luận các kết quả thu được rõ ràng và hợp lý | Phân tích và biện luận các kết quả thu được rõ ràng và hợp lý. Có những ý tưởng phân tích và biện  luận mới |
|  | **Các ý tưởng đề xuất để phát triển các kết quả nghiên cứu thành một quy trình/ mô hình**  **thực nghiệm** | Không có ý tưởng đề xuất để phát triển các kết quả nghiên cứu thành một quy trình/ mô hình thực nghiệm | Ý tưởng đề xuất để phát triển các kết quả nghiên cứu thành một quy trình/ mô hình thực nghiệm chưa rõ ràng | Ý tưởng đề xuất để phát triển các kết quả nghiên cứu thành một quy trình/ mô hình thực nghiệm rõ ràng và hợp lý | Ý tưởng đề xuất để phát triển các kết quả nghiên cứu thành một quy trình/ mô hình thực nghiệm rõ ràng, hợp lý và khả quan |
|  | **Tài liệu tham khảo được được trích dẫn một các**  **hợp lý** | Không trình bày TLTK theo quy định.  Không trích dẫn TLTK | Trình bày TLTK theo quy định, nhưng vẫn còn 20% sai sót.  Trích dẫn không đầy đủ TLTK | Trình bày TLTK theo quy định.  Trích dẫn TLTK hợp lý | Trình bày TLTK theo quy định.  Trích dẫn TLTK hợp lý, tin cậy |
|  | **Bài báo cáo được** | Mắc trên 20 lỗi chính tả, | Mắc 10-20 lỗi chính tả, | Mắc dưới 10 lỗi chính | Hầu như không mắc lỗi |
| **trình** | ngữ pháp và định dạng văn | ngữ pháp và định dạng văn | tả, ngữ pháp và định | chính tả, ngữ pháp và định |
| **bày đúng văn** | bản. | bản nhưng không biết cách | dạng văn bản, sử dụng | dạng văn bản sử dụng hợp |
| **phong, ngữ** | Không chú thích hình ảnh, | sử dụng văn phong khoa | hợp lý văn phong khoa | lý văn phong khoa học và |
| **pháp** | bảng biểu, đồ thị, biểu đồ | học | học nhưng còn lỗi trong | thuật ngữ chuyên ngành |
|  |  | Chú thích hình ảnh, bảng | việc sử dụng thuật ngữ | Chú thích hình ảnh, bảng |
|  |  | biểu, đồ thị, biểu đồ chưa | chuyên ngành. | biểu, đồ thị, biểu đồ đúng |
|  |  | đầy đủ, chưa đúng quy | - Chú thích hình ảnh, | quy định |
|  |  | định | bảng biểu, đồ thị, biểu |  |
|  |  |  | đồ đầy đủ nhưng chưa |  |
|  |  |  | đúng quy định |  |

**2. Rubric đánh giá dành cho giảng viên phản biện và Hội đồng đánh giá**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Năng lực** | **Tiêu chí đánh giá** | **Mức độ đạt được** | | | |
| **1** | **2** | **3** | **4** |
|  | **Bố cục và trình** | Không tuân thủ qui định | Trình bày đúng bố cục của | Trình bày đúng bố cục | Trình bày đúng bố cục của |
| **bày hợp** | về bố cục của một bài | một khoá luận nhưng nội | của một khoá luận, | một khoá |
| **lý theo quy định** | khoá luận tốt nghiệp | dung của từng phần được  sắp xếp chưa hợp lý | phần lớn nội dung các  phần rõ ràng và hợp lý | luận, nội dung tất cả các  phần rõ ràng, hợp lý, chi |
|  |  |  |  | tiết |
|  | **Mục tiêu nghiên** | Mục tiêu nghiên cứu | Mục tiêu nghiên cứu | Mục tiêu nghiên cứu rõ | Mục tiêu nghiên cứu |
| **cứu rõ ràng và** | không rõ ràng và phù hợp | không rõ ràng, nhưng chưa | ràng và phù hợp hợp | không rõ ràng và phù hợp |
| **phù hợp; đề tài** | hợp với tên đề tài; đề tài | phù hợp hợp với tên đề tài; | với tên đề tài; đề tài có | hợp với tên đề tài; đề tài |
| **có ý nghĩa khoa** | không có ý nghĩa khoa học | đề tài có ý nghĩa khoa học | ý nghĩa khoa học | có ý nghĩa khoa học và |
| **học và thực tiễn** | và thực tiễn | và thực tiễn |  | thực tiễn |
|  | **Nội dung nghiên** | Nội dung nghiên cứu | Nội dung nghiên cứu gắn | Nội dung nghiên cứu | Nội dung nghiên cứu gắn |
| **cứu gắn liền với** | không gắn liền với mục | liền với mục tiêu, nhưng | gắn liền với mục tiêu và | liền với mục tiêu, đầy đủ |
| **mục tiêu, đầy đủ** | tiêu | chưa đầy đủ và phù hợp | đầy đủ, nhưng chưa phù | và phù hợp |
| **và phù hợp** |  |  | hợp |  |
|  | **Vật liệu và** | Không thể chọn lựa vật | Chọn lựa vật liệu chưa phù | Chọn được vật liệu. | Chọn được vật liệu. |
| **phương pháp thí** | liệu, | hợp. | Phương pháp và bố trí | Phương pháp và bố trí thí |
| **nghiệm phù hợp** | phương pháp và bố trí thí | Phương pháp và bố trí thí | thí nghiệm chưa hoàn | nghiệm phù hợp với mục |
| **với mục tiêu đề** | nghiệm | nghiệm chưa phù hợp với | toàn phù hợp với mục | tiêu đề tài. |
| **tài** |  | mục tiêu đề tài. | tiêu đề tài. |  |
|  | **Thu nhận kết** | Không biết cách sử dụng | Có thể sắp xếp và kiểm sơ | Có thể sắp xếp dữ liệu, | Có thể sắp xếp và kiểm tra |
| **quả và xử lý số** | dữ liệu, không biết dùng | bộ số liệu. | kiểm tra và phân tích | toàn bộ dữ liệu, có thể |
| **liệu thực nghiệm** | các phần mềm xử lý số | Tuy nhiên không có khả | dữ liệu ở mức cơ bản. | thực hiện phân tích dữ liệu |
| **hợp lý** | liệu | năng nhận xét kết quả thu  thập được. | Nhận xét được kết quả. | nâng cao. Nhận xét được  kết quả. So sánh với kết |
|  |  |  |  | qủa của các thí nghiệm |
|  |  |  |  | tương đương. |
|  | **Phân tích và** | Không phân tích và biện | Có phân tích và biện luận | Phân tích và biện luận | Phân tích và biện luận các |
| **biện luận các kết** | luận được các kết quả thu | các kết quả thu được, tuy | các kết quả thu được rõ | kết quả thu được rõ ràng |
| **quả thu được** | được | nhiên các phân tích và biện | ràng và hợp lý | và hợp lý. Có những ý |
| **hợp lý** |  | luận chưa được rõ ràng và |  | tưởng phân tích và biện |
|  |  | hợp lý |  | luận mới. |
|  | **Các ý tưởng đề** | Không có ý tưởng đề xuất | Ý tưởng đề xuất để phát | Ý tưởng đề xuất để phát | Ý tưởng đề xuất để phát |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **xuất để phát triển các kết quả nghiên cứu thành một quy trình/ mô hình thực nghiệm hợp**  **lý** | để phát triển các kết quả nghiên cứu thành một quy trình/ mô hình thực nghiệm | triển các kết quả nghiên cứu thành một quy trình/ mô hình thực nghiệm chưa rõ ràng | triển các kết quả nghiên cứu thành một quy trình/ mô hình thực nghiệm rõ ràng và hợp lý | triển các kết quả nghiên cứu thành một quy trình/ mô hình thực nghiệm rõ ràng, hợp lý và khả quan. |
|  | **Tài liệu tham khảo được được trích dẫn một các hợp lý** | Không trình bày TLTK theo quy định.  Không trích dẫn TLTK | Trình bày TLTK theo quy định, nhưng vẫn còn 20% sai sót.  Trích dẫn không đầy đủ  TLTK. | Trình bày TLTK theo quy định.  Trích dẫn TLTK hợp lý | Trình bày TLTK theo quy định.  Trích dẫn TLTK hợp lý, tin cậy |
|  | **Báo cáo được** | Mắc trên 20 lỗi chính tả, | Mắc 10-20 lỗi chính tả, | Mắc dưới 10 lỗi chính | Hầu như không mắc lỗi |
| **trình bày đúng** | ngữ pháp và định dạng văn | ngữ pháp và định dạng văn | tả, ngữ pháp và định | chính tả, ngữ pháp và định |
| **văn phong, ngữ** | bản. | bản nhưng không biết cách | dạng văn bản, sử dụng | dạng văn bản sử dụng hợp |
| **pháp** | Không chú thích hình ảnh, | sử dụng văn phong khoa | hợp lý văn phong khoa | lý văn phong khoa học và |
|  | bảng biểu, đồ thị, biểu đồ | học. | học nhưng còn lỗi trong | thuật ngữ chuyên ngành. |
|  |  | Chú thích hình ảnh, bảng | việc sử dụng thuật ngữ | Chú thích hình ảnh, bảng |
|  |  | biểu, đồ thị, biểu đồ chưa | chuyên ngành. | biểu, đồ thị, biểu đồ đúng |
|  |  | đầy đủ, chưa đúng quy | - Chú thích hình ảnh, | quy định. |
|  |  | định. | bảng biểu, đồ thị, biểu |  |
|  |  |  | đồ đầy đủ nhưng chưa |  |
|  |  |  | đúng quy định. |  |
|  | **Trả lời câu hỏi của PB** | Không trả lời được các câu hỏi của PB | Trả lời đúng nhưng chưa  đầy đủ đối với các câu hỏi của PB | Trả lời đúng và đầy đủ  đối với các câu hỏi của PB | Trả lời thuyết phục đối với các câu hỏi của PB |

**Bảng 27.** Thang đánh giá thực tập tốt nghiệp (R12).

1. **Rubric đánh giá của Hội đồng**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Stt** | **Nội dung đánh giá** | **Mức và điểm đánh giá** | | | |
| Xuất sắc  (9-10) | Tốt  (7-8) | Đạt  (5-6) | Không đạt  (<5) |
| 1 | Nhận thức nghề nghiệp và tính trung thực | * Đam mê với chủ đề thực tập * Có **trách nhiệm cao** với công việc được giao * Trung thực trong báo cáo công việc | * Đam mê với chủ đề thực tập * **Có trách nhiệm** với công việc được giao * Trung thực trong báo cáo công việc | * **Chưa thực sự đam** mê với chủ đề thực tập * Có trách nhiệm với công việc được giao * Trung thực trong báo cáo công việc | * **Không đam mê** với   chủ đề thực tập   * **Không có trách nhiệm** với công việc được giao * **Có thái độ không trung thực** trong báo   cáo công việc |
| 2 | Tuân thủ các quy định về hình thức và nội dung báo cáo | * Trình bày đúng định dạng quy định, **cân đối giữa các phần.** * Nội dung **đầy đủ và phù hợp** với yêu cầu học phần | * Trình bày đúng định dạng quy định, **tương đối cân đối** giữa các phần. * Nội dung **đầy đủ và phù hợ**p với yêu cầu học phần | * Trình bày đúng định dạng quy định, **thiếu sự c**ân đối giữa các phần. * Nội dung **tương đối đầy đủ và phù hợp** với yêu cầu học phần | * Trình bày **không** đúng theo định dạng quy định, **thiếu sự c**ân đối giữa các phần. * Nội dung **không đầy đủ và phù hợp** với yêu cầu học phần |
| 3 | Xây dựng đề cương thực tập | **Rất đầy đủ và phù hợp** với yêu cầu của học phần | **Đầy đủ và phù hợp** với yêu cầu của học phần | **Tương đối đầy đủ và phù hợp** với yêu cầu của học phần | **Không đầy đủ và phù hợp** với yêu cầu của học phần |
| 4 | Kiến thức chuyên môn liên quan đến nội dung thực tập | Tương đương **mức**  **4 của thang Bloom trở lên** | Tương đương **mức 3 của thang Bloom** | Tương đương **mức 2 của thang Bloom** | Tương đương **mức 1 của thang Bloom** |
| 5 | Khả năng liên hệ và vận dụng kiến thức vào | Có khả năng liên | Có khả năng liên hệ | Có khả năng liên hệ | **Không có khả năng** |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | thực tế công việc | hệ và **vận dụng kiến thức vào các tình huống công**  **việc** | và **vận dụng kiến thức vào một số tình huống công**  **việc đơn giản** | kiến thức **vào một số tình huống công việc đơn giản** | **liên hệ và vận dụng kiến thức vào thực tế công việc** |
| 6 | Kỹ năng thực hiện công việc chuyên môn được giao | Tương đương mức 4 của thang Bloom trở lên **(Rất thành**  **thạo)** | Tương đương mức 3 của thang Bloom **(Thành thạo)** | Tương đương mức 2 của thang Bloom **(Tương đối thành**  **thạo)** | Tương đương mức 1 của thang Bloom **(Không thành thạo)** |
| 7 | Phát hiện và đề xuất ý tưởng (sáng tạo) | * Phát hiện được các **vấn đề có giá trị** trong quá trình thực tập * Giải quyết vấn đề hiệu quả * Đề xuất được ý   tưởng có khả năng giải quyết vấn đề | * Phát hiện được các **vấn đề đơn giản** trong quá trình thực tập * Giải quyết vấn đề   **tương đối hiệu quả**   * Đề xuất được ý tưởng có khả năng giải quyết vấn đề | * Phát hiện được các vấn đề đơn giản trong quá trình thực tập * Giải quyết vấn đề   **tương đối hiệu quả**   * **Đề xuất được ý tưởng** | * **Không phát hiện được các vấn đề** có giá trị trong quá trình thực tập * **Không giải quyết được vấn đề** * **Không đề xuất được ý tưởng** có khả   năng giải quyết vấn đề |
| 8 | Kỹ năng viết và trình bày báo cáo | * Cách hành văn phù hợp với văn **bản báo cáo, rõ ràng, dễ hiểu** * **Không có hặc có**   **tương đối it lỗi chính tả** | * Cách hành văn phù hợp với **văn bản báo cáo, rõ ràng, dễ hiểu** * **Có ít lỗi chính tả** | * Cách hành văn phù hợp với **văn bản báo cáo, rõ ràng** * Có **tương đối nhiều**   **lỗi ch**ính tả | * Cách hành văn **không phù hợp với văn bản báo cáo, khó hiểu** * **Nhiều lỗi chính tả** |
| 9 | Kỹ năng thuyết trình và trả lời câu hỏi | - Sử dụng phù hợp **âm giọng và điệu bộ** trong thuyết  trình | * Sử dụng phù hợp **âm giọng và điệu bộ** trong thuyết trình * Thuyết trình **tương** | * Sử dụng phù hợp **âm giọng** trong thuyết trình * Thuyết trình **đối rõ** | * Sử dụng **âm giọng và điệu bộ** không phù hợp trong thuyết trình * Thuyết trình không |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  | * Thuyết trình **rõ ràng, dễ hiểu** * Cách trả lời câu   hỏi phù hợp và thuyết phục | **đối rõ ràng, dễ hiểu**  - Cách trả lời câu hỏi phù hợp và thuyết phục | **ràng, tương đối dễ hiểu**  - **Cách trả lời câu hỏi**  **phù hợp** | **rõ ràng, khó hiểu**  - Cách trả lời câu hỏi **không phù hợp và thuyết phục** |
| 10 | Kỹ năng học tập suốt đời | * Có hiểu biết nhiều về kiến thức cơ đại cương và cơ sở * Có khả năng tự xác định kiến thức và tìm kiếm kiến thức hiệu quả * Có kế hoạch tìm hiểu kiến thức phù hợp | * Có hiểu biết cơ bản về kiến thức đại cương và cơ sở * Có khả năng tự xác định kiến thức và tìm kiếm kiến thức hiệu quả * Có kế hoạch tìm hiểu kiến thức phù hợp | * Có hiểu biết cơ bản   về kiến thức đại cương và cơ sở   * Có khả năng tự xác định và tìm kiếm kiến thức | * Kiến thức đại cương   và cơ sở còn hạn chế   * Không có khả năng tự xác định và tìm kiếm kiến thức |

1. **Rubric đánh giá của Giảng viên hướng dẫn**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Stt** | **Nội dung đánh giá** | **Mức và điểm đánh giá** | | | |
| Xuất sắc  (9-10) | Tốt  (7-8) | Đạt  (5-6) | Không đạt  (<5) |
| 1 | Chuẩn bị thủ tục và đề cương thực tập | - Chủ động hoàn toàn đối với việc lên kế hoạch và chuẩn bị đầy đủ các thủ tục theo quy định | * Chủ động lên kế hoạch và chuẩn bị đầy đủ các thủ tục theo quy định * Có tiếp nhận những tư vấn của | * Chưa chủ động hoàn toàn đối với việc lên kế hoạch và chuẩn bị đầy đủ các thủ tục theo quy định * Có tiếp nhận những | * Không chủ động lên kế hoạch và chuẩn bị chậm các thủ tục theo quy định * Không tiếp nhận những tư vấn của |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  | * Tiếp nhận tốt những tư vấn của CBHD/GVHD   trong quá trình chuẩn bị đề cương thực tập   * Xây dựng đề cương thực tập rõ   ràng, hợp lí | CBHD/GVHD trong quá trình chuẩn bị đề cương thực tập  - Xây dựng đề cương thực tập rõ ràng, hợp lí | tư vấn của CBHD/GVHD trong quá trình chuẩn bị đề cương thực tập  - Xây dựng đề cương thực tập rõ ràng | CBHD/GVHD trong quá trình chuẩn bị đề cương thực tập  - Xây dựng đề cương thực tập chưa rõ ràng và hợp lí |
| 2 | Khả năng tiếp cận và làm quen với môi trường làm việc tại CSTT | - Tiếp cận và làm quen nhanh (< 1 tuần) với môi  trường làm việc tại CSTT | Tiếp cận và làm quen tốt (1-2 tuần) với môi trường làm việc tại CSTT | Tiếp cận và làm quen (2-3 tuần) với môi trường làm việc tại CSTT | Chậm tiếp cận và làm quen (>3 tuần) với môi trường làm việc tại CSTT |
| 3 | Tuân thủ các quy định của CSTT và quy định thực tập  *(Mỗi vi phạm sẽ bị đánh giá lùi một mức)* | - Tuân thủ hoàn toàn những quy định của CSTT và quy định thực tập của Khoa (*sinh viên tuân thủ tốt mọi quy định nào*) | Tuân thủ những quy định của CSTT và quy định thực tập của Khoa (*sinh viên có vi phạm một vài lỗi nhưng không gây ảnh hưởng đáng kể*) | Chưa tuân thủ hoàn toàn những quy định của CSTT và quy định thực tập của Khoa (*sinh viên vi phạm một số lỗi*) | Không tuân thủ những  quy định của CSTT và quy định thực tập của Khoa (*những vi phạm của sinh viên làm ảnh hưởng đến*  *CSTT và uy tín của Khoa*). |
| 4 | Thái độ thực tập và đạo đức nghề nghiệp | * Đam mê với chủ đề thực tập và tinh thần khởi nghiệp * Có trách nhiệm cao với công việc   được giao | * Đam mê với chủ đề thực tập và tinh thần khởi nghiệp * Có trách nhiệm với công việc được giao * Thực hiện công | * Chưa thực sự đam mê với chủ đề thực tập * Có trách nhiệm với công việc được giao * Thực hiện công việc | * Không đam mê với   chủ đề thực tập   * Không có trách nhiệm với công việc được giao * Có biểu hiện không |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  | - Thực hiện công việc theo đúng các quy định nghề  nghiệp | việc theo đúng các quy định nghề nghiệp | theo đúng các quy định nghề nghiệp | tuân thủ các quy định về đạo đức nghề nghiệp |
| 5 | Kiến thức chuyên môn liên quan đến nội dung thực tập | Tương đương mức 4 của thang Bloom trở lên | Tương đương mức 3 của thang Bloom | Tương đương mức 2 của thang Bloom | Tương đương mức 1 của thang Bloom |
| 6 | Khả năng liên hệ và vận dụng kiến thức vào thực tế công việc | Có khả năng liên hệ và vận dụng kiến thức vào các tình huống công  việc | Có khả năng liên hệ và vận dụng kiến thức vào một số tình huống công việc đơn  giản | Có khả năng liên hệ kiến thức vào một số tình huống công việc đơn giản | Không có khả năng liên hệ và vận dụng kiến thức vào thực tế công việc |
| 7 | Kỹ năng thực hiện công việc chuyên môn được giao | Tương đương mức 4 của thang Bloom trở lên | Tương đương mức 3 của thang Bloom | Tương đương mức 2 của thang Bloom | Tương đương mức 1 của thang Bloom |
| 8 | Kỹ năng viết và trình bày báo cáo | * Bố cục trình bày hợp lí và theo đúng quy định * Cách hành văn phù hợp với văn bản báo cáo, rõ ràng, dễ hiểu * Không có lỗi   chính tả | * Bố cục trình bày hợp lí và theo đúng quy định * Cách hành văn phù hợp với văn bản báo cáo, rõ ràng, dễ hiểu * Có ít lỗi chính tả | * Bố cục trình bày hợp lí và theo đúng quy định * Cách hành văn phù hợp với văn bản báo cáo, rõ ràng * Có ít lỗi chính tả | * Bố cục trình bày không hợp lí và không theo đúng quy định * Cách hành văn không phù hợp với văn bản báo cáo, khó hiểu * Nhiều lỗi chính tả |
| 9 | Kỹ năng giao tiếp và giải quyết vấn đề | - Cách trình bày vấn đề và thảo luận với GVHD rõ ràng,  dễ hiểu và thuyết | - Cách trình bày vấn đề và thảo luận với GVHD rõ ràng, dễ  hiểu | * Cách trình bày vấn đề và thảo luận với GVHD rõ ràng * Giải quyết một số | * Không có kỹ năng giao tiếp * Không có khả năng   giải quyết vấn đề, tình |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  | phục  - Giải quyết tốt các vấn đề, tình huống do GVHD đặt ra | - Giải quyết một số vấn đề, tình huống do GVHD đặt ra | vấn đề, tình huống đơn giản do GVHD đặt ra | huống do GVHD đặt ra |
| 10 | Kỹ năng học tập suốt đời | * Có hiểu biết nhiều về kiến thức cơ đại cương và cơ sở * Có khả năng tự xác định kiến thức và tìm kiếm kiến thức hiệu quả * Có kế hoạch tìm hiểu kiến thức phù hợp | * Có hiểu biết cơ bản về kiến thức đại cương và cơ sở * Có khả năng tự xác định kiến thức và tìm kiếm kiến thức hiệu quả * Có kế hoạch tìm hiểu kiến thức phù hợp | * Có hiểu biết cơ bản về kiến thức đại cương và cơ sở * Có khả năng tự xác định và tìm kiếm kiến thức | * Kiến thức đại cương   và cơ sở còn hạn chế   * Không có khả năng tự xác định và tìm kiếm kiến thức |

**Bảng 20.** Thang đánh giá năng lực kiến thức (R13**).**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Năng lực** | **Tiêu chí đánh giá** | **Mức độ đạt được** | | | |
| **1** | **2** | **3** | **4** |
| **Kiến thức** | **Kiến thức cơ bản** | Không đạt được tất cả các yêu cầu theo thang Bloom cập nhật | Đáp ứng yêu cầu tương ứng với mức 1 và 2 theo thang Bloom cập  nhật | Đáp ứng yêu cầu tương ứng với mức 3 và 4 theo thang Bloom cập  nhật | Đáp ứng yêu cầu tương ứng với mức 5 và 6 theo thang Bloom cập nhật |
| **Kiến thức cơ sở ngành** | Không đạt được tất cả các yêu cầu theo thang Bloom cập nhật | Đáp ứng yêu cầu tương ứng với mức 1 và 2 theo thang Bloom cập  nhật | Đáp ứng yêu cầu tương ứng với mức 3 và 4 theo thang Bloom cập  nhật | Đáp ứng yêu cầu tương ứng với mức 5 và 6 theo thang Bloom cập nhật |
| **Kiến thức chuyên ngành** | Không đạt được tất cả các yêu cầu theo thang Bloom cập nhật | Đáp ứng yêu cầu tương ứng với mức 1 và 2 t  theo thang Bloom cập nhật | Đáp ứng yêu cầu tương ứng với mức 3 và 4  theo thang Bloom cập nhật | Đáp ứng yêu cầu tương ứng với mức 5 và 6 theo thang Bloom cập nhật |