ĐẠI HỌC THÁI NGUYÊN

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



**BẢN MÔ TẢ**

**CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO QUẢN TRỊ MARKETNG**

**Ngành: Marketing**

 **Mã ngành: 7340115**

**Thái Nguyên, 2022**

**DANH MỤC CHỮ VIẾT TẮT**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **STT** | **Ký hiệu chữ viết tắt** | **Chữ viết đầy đủ** |
| 1 | CĐR | Chuẩn đầu ra |
| 2 | CTĐT | Chương trình đào tạo |
| 3 | CTDH | Chương trình dạy học |

|  |  |
| --- | --- |
| 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 2022*

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

**Chương trình đào tạo: Quản trị marketing**

**Trình độ đào tạo: Đại học**

**Ngành đào tạo**: **Marketing**

**Mã ngành: 7340115**

**Danh hiệu tốt nghiệp: Cử nhân quản trị marketing**

**Thông tin kiểm định CTĐT:**

**Ngôn ngữ đào tạo: Tiếng Việt**

**Thời gian đào tạo: 4 năm**

**1. Mục tiêu của CTĐT (Program Objectives - POs)**

***1.1. Mục tiêu chung***

Đào tạo cử nhân Quản trị 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; có năng lực tự học tập, nghiên cứu để nâng cao trình độ.

***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 kỹ năng mềm đáp ứng yêu cầu công việc trong lĩnh vực quản trị marketing, có tư duy khởi nghiệp.

**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; tự tin, đáp ứng yêu các cầu trong công việc thuộc lĩnh vực quản trị marketing.

**2. CĐR của CTĐT (Program Learning Outcomes - PLOs)**

***2.1. Nội dung CĐR của CTĐT***

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Ký hiệu** | **CĐR CTĐT** | **Trình độ****năng lực** |
| PLO1 | **Kiến thức** |  |
| 1.1 | Áp dụng được kiến thức cơ bản về tự nhiên, xã hội, lý luận chính trị và hệ thống pháp luật Việt Nam vào công việc chuyên môn, nghề nghiệp và cuộc sống | 3 |
| 1.2 | Áp dụng được các kiến thức cơ sở ngành làm nền tảng lý luận để nghiên cứu, phát hiện, giải quyết vấn đề kinh doanh, ra quyết định quản trị marketing, triển khai có hiệu quả các hoạt động marketing trong các cở sở kinh doanh và tổ chức. | 3 |
| 1.3 | Sử dụng các kiến thức cơ bản về công nghệ thông tin để đáp ứng yêu cầu công việc trong các hoạt động quản trị marketing | 3 |
| 1.4 | Đưa ra được các nhận định về môi trường kinh doanh, môi trường marketing và thị trường, | 3 |
| 1.5 | Xây dựng chiến lược, kế hoạch marketing và tổ chức hoạt động marketing trong các cơ sở kinh doanh. | 3 |
| 1.6 | Triển khai các hoạt động tác nghiệp chức năng trong quản trị marketing của cơ sở kinh doanh và tổ chức kinh tế. | 3 |
| 1.7 | Phân tích được các hoạt động quản trị marketing trong cơ sở kinh doanh, tổ chức kinh tế. | 4 |
| PLO2 | **Kỹ năng** |  |
| 2.1 | Sử dụng ngoại ngữ để trình bày quan điểm, ý kiến cá nhân, xử lý một số tình huống thông thường trong công việc và cuộc sống. | 3 |
| 2.2 | Thực hiện được quá trình thu thập, quản lý thông tin về marketing để giải quyết các vấn đề trong quá trình quản trị marketing. | 3 |
| 2.3 | Vận dụng quá trình quản trị marketing trong doanh nghiệp: phân tích, lập kế hoạch, thực hiện và đánh giá hoạt động marketing. | 3 |
| 2.4 | Tiếp cận, giao tiếp, thuyết phục khách hàng và đối tác, giải quyết các tình huống phát sinh trong quá trình quản trị marketing. | 3 |
| 2.5 | Am hiểu khách hàng, truyền đạt thông tin hiệu quả, dẫn dắt khởi nghiệp và tạo việc làm. | 3 |
| PLO3 | **Năng lực tự chủ và trách nhiệm**  |  |
| 3.1 | Có khả năng tự học tập để nâng cao trình độ chuyên môn và năng lực của bản thân, thích ứng với sự thay đổi của hội nhập quốc tế và cách mạng công nghiệp 4.0. | 3 |
| 3.2 | Tự tin, sáng tạo, có tinh thần trách nhiệm và tác phong làm việc chuyên nghiệp, sẵn sàng phục vụ khách hàng, chịu được các áp lực trong công việc. | 3 |
| 3.3 | Có khả năng làm việc độc lập, làm việc nhóm và thích ứng trong các điều kiện làm việc khác nhau. | 3 |

***2.2. Cơ hội việc làm và học tập sau khi tốt nghiệp***

*2.2.1. Cơ hội việc làm sau khi tốt nghiệp*

***Nhóm 1***

Chuyên viên nghiên cứu thị trường, chuyên viên quản trị thông tin marketing, chuyên viên marketing, chuyên viên truyền thông marketing, chuyên viên quảng cáo, chuyên viên quan hệ công chúng, chuyên viên quản trị thương hiệu, giám sát bán hàng; trưởng/phó các bộ phận chức năng marketing … trong các loại hình doanh nghiệp.

Qua quá trình công tác và tích lũy kinh nghiệm, người học có triển vọng trở thành giám đốc marketing, giám đốc/quản lý thương hiệu, giám đốc bán hàng và các chức danh quản lý khác trong lĩnh vực quản trị marketing.

***Nhóm 2***

 Chuyên viên hoạch định chính sách marketing trong các cơ quan nhà nước, các tổ chức kinh tế xã hội.

*2.2.2. Cơ hội học tập sau khi tốt nghiệp*

Người học có khả năng tự học tập và nghiên cứu để nâng cao trình độ, trình độ chuyên môn nghiệp vụ và năng lực của bản thân; có đủ năng lực để học Thạc sĩ, Tiến sĩ về kinh tế, quản trị kinh doanh và marketing.

***2.3. Ma trận đáp ứng của CĐR với Mục tiêu CTĐT, Khung trình độ quốc gia và Sứ mạng, Tầm nhìn của Trường***

*2.3.1. Ma trận đáp ứng của CĐR CTĐT với Mục tiêu cụ thể của CTĐT*

 Mối liên hệ giữa mục tiêu và CĐR của CTĐT Quản trị marketing cho biết sinh viên có thể đạt được mục tiêu của CTĐT nếu đáp ứng được các CĐR của CTĐT, thể hiện tại bảng 2.1.

**Bảng 2.1: Quan hệ giữa CĐR CTĐT với Mục tiêu cụ thể của CTĐT**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Mục tiêu cụ thể của CTĐT** |  |  | **CĐR của CTĐT** |
| PLO1 | PLO2 | PLO3 |
| 1.1 | 1.2  | 1.3 | 1.4 | 1.5  | 1.6  | 1.7  | 2.1 | 2.2  | 2.3  | 2.4  | 2.5  | 3.1 | 3.2  | 3.3  |
| PO1 | x  | x  | x | x | x  | x  | x  |   |   |   |   |   |   |   |   |
| PO2 |   |   |  |  |   |   |   | x  | x  | x  | x  | x  |   |   |   |
| PO3 |   |   |  |  |   |   |   |   |   |   |   |   | x  | x  | x  |

*(Đánh dấu x vào ô thể hiện mối quan hệ giữa CĐR CTĐT với Mục tiêu cụ thể của CTĐT)*

*2.3.2. Ma trận đáp ứng của CĐR CTĐT so với yêu cầu CĐR trong Khung trình độ quốc gia (bậc 6)*

Ma trận đáp ứng của CĐR CTĐT Quản trị marketing so với yêu cầu CĐR trong Khung trình độ quốc gia (bậc 6) được thể hiện trong Bảng 2.2.

**Bảng 2.2: Quan hệ giữa CĐR CTĐT và yêu cầu CĐR trong**

**Khung trình độ quốc gia (bậc 6)**

|  |  |
| --- | --- |
| **Khung trình độ quốc gia** | **CĐR CTĐT Quản trị marketing** |
| ***Kiến thức*** |  |
| Kiến thức thực tế và lý thuyết sâu, rộng, tiên tiến, nắm vững các nguyên lý và học thuyết cơ bản trong lĩnh vực nghiên cứu thuộc chuyên ngành đào tạo. | 1.2; 1.4; 1.5; 1.6; 1.7 |
| Kiến thức liên ngành có liên quan. | 1.1; 1.3 |
| Kiến thức chung về quản trị và quản lý. | 1.2; 1.5; 1.7 |
| ***Kỹ năng*** |  |
| Kỹ năng phân tích, tổng hợp, đánh giá dữ liệu và thông tin để đưa ra giải pháp xử lý các vấn đề một cách khoa học. | 2.2;  |
| Có kỹ năng truyền đạt tri thức dựa trên nghiên cứu, thảo luận các vấn đề chuyên môn và khoa học với người cùng ngành và với những người khác. | 2.1; 2.3; 2.4; 2.5 |
| Kỹ năng tổ chức, quản trị và quản lý các hoạt động nghề nghiệp tiên tiến. | 2.3; 2.5 |
| Kỹ năng nghiên cứu phát triển và sử dụng các công nghệ một cách sáng tạo trong lĩnh vực học thuật và nghề nghiệp. | 2.1; 2.2;  |
| Có trình độ ngoại ngữ tương đương bậc 3/6 Khung năng lực ngoại ngữ Việt Nam. | 2.1 |
| ***Mức tự chủ và trách nhiệm*** |  |
| Nghiên cứu, đưa ra những sáng kiến quan trọng. | 3.1; 3.2 |
| Thích nghi, tự định hướng và hướng dẫn người khác. | 3.1; 3.3 |
| Đưa ra những kết luận mang tính chuyên gia trong lĩnh vực chuyên môn. | 3.1; 3.3 |
| Quản lý, đánh giá và cải tiến các hoạt động chuyên môn. | 3.2; 3.3 |

*2.3.3. Mối tương thích giữa CĐR CTĐT với Triết lý giáo dục của Trường*

Triết lý giáo dục của Trường Đại học Kinh tế và QTKD: **Sáng tạo - Thực tiễn - Hội nhập**

Mối tương thích giữa CĐR CTĐT Quản trị marketing với Triết lý giáo dục của Trường được thể hiện trong Bảng 2.3.

**Bảng 2.3: Mối tương thích giữa CĐR CTĐT với Triết lý giáo dục của Trường**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nội dung Triết lý giáo dục của Trường** | **CĐR CTĐT Quản trị marketing.** |
| **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 | 1.7; 2.2; 2.4; 2.5; 3.2 |
| **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 | 1.1;1.2;1.3;1.4;1.5; 1.6; 1.7; 2.1;2.2;2.3;2.4;2.5 3.1; 3.2; 3.3; |
| **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 | 1.1;1.2;1.3;1.4;1.5; 1.6; 1.7; 2.1;2.2;2.3;2.4;2.5 3.1; 3.2; 3.3; |

*2.3.4. Ma trận đáp ứng của CĐR đối với các tiêu chuẩn nghề nghiệp và tầm nhìn, sứ mạng của Trường và nhu cầu của nhà sử dụng lao động*

 *2.3.4.1. Tầm nhìn và sứ mạng của Trường*

 *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”.

 *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”.

 *2.3.4.2. Ma trận đáp ứng của CĐR đối với các tiêu chuẩn và tầm nhìn, sứ mạng của Trường và nhu cầu của nhà sử dụng lao động*

Ma trận đáp ứng củaCĐR CTĐT Quản trị marketing đối với các tiêu chuẩn nghề nghiệp và tầm nhìn, sứ mạng của Trường và nhu cầu của nhà sử dụng lao động được thể hiện trong bảng 2.4.

**Bảng 2.4: Quan hệ giữa CĐR của CTĐT Quản trị marketing với các tiêu chuẩn nghề nghiệp, tầm nhìn, sứ mạng của Nhà trường và yêu cầu của nhà sử dụng lao động**

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)*

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **CĐR CTĐT** | **Tầm nhìn, sứ mạng của Nhà trường** | **Yêu cầu của nhà sử dụng lao động** |
| PLO1 | 1.1 | R | R |
| 1.2 | R | R |
| 1.3 | M | R |
| 1.4 | M | M |
| 1.5 | M | M |
| 1.6 | M | R |
| 1.7 | M | R |
| PLO2 | 2.1 | M | R |
| 2.2 | M | R |
| 2.3 | M | R |
| 2.4 | M | R |
| 2.5 | M | R |
| PLO3 | 3.1 | M | M |
| 3.2 | M | R |
| 3.3 | M | R |

2.4. Báo cáo về các nội dung đối sánh và tham chiếu bên ngoài/nội bộ được sử dụng để cung cấp thông tin về CĐR được rà soát và điều chỉnh (Phụ lục 1)

**3. 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.

**4. Quá trình đào tạo và điều kiện tốt nghiệp**

***4.1. Quá trình đào tạo***

 CTĐT Quản trị marketing của trường ĐH Kinh tế và QTKD được thực hiện từ khóa tuyển sinh năm 2022 (Khóa 19), được thiết kế theo hệ thống tín chỉ cho phép người học linh hoạt trong kế hoạch học tập, từ đó có thể tốt nghiệp trong thời gian 3,5 - 8 năm, tổng số tín chỉ của CTĐT Quản trị marketing là 125 tín chỉ.

***4.2. Điều kiện tốt nghiệp***

*Điều kiện chung*:Quy định về đào tạo trình độ đại học theo hệ thống tín chỉ của Trường Đại học Kinh tế và Quản trị kinh doanh ban hành theo Quyết 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.

*Điều kiện của CTĐT*: Không

**5. Chương trình dạy học**

***5.1. Cấu trúc CTDH***

*5.1.1. 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 5.1.

**Bảng 5.1: Các khối kiến thức và số tín chỉ**

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

Các khối kiến thức được thiết kế nhằm đáp ứng được CĐR của CTĐT, được thể hiện trong Bảng 5.2.

**Bảng 5.2: Ma trận giữa các khối kiến thức và CĐR CTĐT Quản trị marketing**

Mức độ đóng góp 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)*

Ô để trống thể hiện mức độ đóng góp không rõ ràng.

| **TT** | **Khối kiến thức** | **Số tín chỉ** | **Tỷ lệ (%)** | **Chuẩn đầu ra CTĐT Quản trị marketing** |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **1.1** | **1.2** | **1.3** | **1.4** | **1.5** | **1.6** | **1.7** | **2.1** | **2.2** | **2.3** | **2.4** | **2.5** | **3.1** | **3.2** | **3.3** |
| **1** | **Khối Kiến thức giáo dục đại cương** | **32** | **25.6** | M |  R | M |   |   |  |  | M  | R  |   | I | I | M  | I  | I  |
| **2** | **Khối Kiến thức giáo dục chuyên nghiệp**  | **93** | **74.4** |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| 2.1 | Kiến thức cơ sở ngành  | 30 | 24 | R | M | I | I  | I |   |  |  | I | I | I  | I | I | R | R |
| 2.2 | Kiến thức ngành  | 24 | 19.2 |   |   | R | M | R |  I | I |  | M | R | R | R | R | R | R |
| 2.3 | Kiến thức chuyên ngành  | 27 | 21.6 |   |   | R | M | M | M  | M |  | M | M | M | R | R | M | M |
| 2.4 | Thực tập nghề nghiệp/môn học | 2 | 1.6 |   |   | R | R | R | R  | R |  | R | R | R | R | R | R | R |
| 2.5 | Thực tập tốt nghiệp | 4 | 3.2 |   |   |  | M | M | M | M |  | M | M | M | M | M | M | M |
| 2.6 | KLTN/Tự chọn thay thế khóa luận | 6 | 4.8 |  |  |   | M | M | M  | M |  | M | M | M | M | M | M | M |
| **Tổng cộng** | **125** |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |

Danh sách các học phần giảng dạy trong CTĐT Quản trị marketing và các học phần tiên quyết, học phần học trước, học phần song hành của học phần được thể hiện trong bảng 5.3.

**Bảng 5.3: Học phần giảng dạy trong CTĐT Quản trị marketing** **và các học phần tiên quyết/học trước/song hành của học phần**

| **TT** | **Mã học phần** | **Học phần** | **Số tín chỉ** | **Mã học phần tiên quyết** | **Mã học phần học trước** | **Mã học phần song hành** |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **1** | **Khối kiến thức giáo dục đại cương** |
| 1 | MLP131 | Triết học Mác-Lênin  | 3 |  |  |  |
| 2 | MLE121 | Kinh tế chính trị Mác - Lênin | 2 |  | MLP131 |  |
| 3 | SSO121 | Chủ nghĩa xã hội khoa học | 2 | MLP131,MLE121 |  |  |
| 4 | HCM121 | Tư tưởng Hồ Chí Minh | 2 | MLP131,MLE121,SSO121 |  |  |
| 5 | VCP121 | Lịch sử Đảng CSVN | 2 |  | MLP131,MLE121,SSO121,HCM121 |  |
| 6 | LAW121 | Pháp luật đại cương | 2 |  |  |  |
| 7 | AIN131 | Tin học ứng dụng | 3 |  |  |  |
| 8 | PST131 | Lý thuyết XS và thống kê toán | 3 |  |  |  |
| 9 | MAE131 | Toán kinh tế | 3 |  |  |  |
| 10 | ENG121 | Tiếng Anh 1 | 2 |  |  |  |
| 11 | ENG122 | Tiếng Anh 2 | 2 |  | ENG121 |  |
| 12 | ENG123 | Tiếng Anh 3 | 2 |  | ENG122 |  |
| 13 | ENG124 | Tiếng Anh 4 | 2 |  | ENG123 |  |
| 14 | ENG125 | Tiếng Anh 5 | 2 |  | ENG124 |  |
| 15 | PHE111 | Giáo dục thể chất 1 | 30 tiết |  |  |  |
| 16 | PHE112 | Giáo dục thể chất 2 | 30 tiết | PHE111 |  |  |
| 17 | PHE113 | Giáo dục thể chất 3 | 30 tiết | PHE111 | PHE112 |  |
| 18 |   | Giáo dục quốc phòng | 5 tuần |  |  |  |
| **2** | **Khối kiến thức giáo dục chuyên nghiệp** |
| ***2.1*** | ***Kiến thức cơ sở ngành***  |
|  | **Bắt buộc** |  |  |  |  |
| 19 | MIE231. | Kinh tế học vi mô 1 | 3 |  |  |  |
| 20 | MAN231 | Quản trị học | 3 |  |  |  |
| 21 | MAE231. | Kinh tế học vĩ mô 1 | 3 |  |  |  |
| 22 | PMA231 | Marketing căn bản | 3 |  | MIE231; MAE231 |  |
| 23 | FAM231. | Tài chính - tiền tệ  | 3 |  |  |  |
| 24 | PSE231 | Nguyên lý thống kê | 3 |  | PST131 |  |
| 25 | ACT231 | Nguyên lý kế toán | 3 |  | MIE231. |  |
| 26 | INE 331 | Kinh tế quốc tế | 3 |  | MAE231. |  |
|  | **Tự chọn** |  |  |  |  |
| 27 |  | ***Tổ hợp 1*** | **3** |  |  |  |
| ECM331 | Thương mại điện tử | 3 |  | MIE231,MAE231,PMA231 |  |
| SME331 | Quản lý nhà nước về kinh tế | 3 |  | MAE231. |  |
| 28 |  | ***Tổ hợp 2*** | **3** |  |  |  |
| ELA231 | Luật kinh tế căn bản | 3 |  | LAW121 |  |
| LGS331 | Pháp luật thương mại hàng hóa và dịch vụ | 3 |  | LAW121 |  |
| WBM231 | Soạn thảo văn bản kinh doanh và quản lý  | 3 |  | LAW121,ELA231 |  |
| ***2.2*** | ***Kiến thức ngành*** |
|  | **Bắt buộc** |  |  |  |  |
| 29 | CBE331 | Hành vi người tiêu dùng | 3 |  |  |  |
| 30 | SMA331 | Marketing dịch vụ | 3 |  | PMA231 |  |
| 31 | IMA331 | Marketing quốc tế | 3 |  | PMA231 |  |
| 32 | MAR331 | Nghiên cứu marketing | 3 |  | PMA231; CBE331;DCM331; PRM331MCM331 |  |
| 33 | MAM331 | Quản trị marketing | 3 | PMA231 | CBE331; MAN321 |  |
|  | **Tự chọn** |  |  |  |  |
| 34 |  | *Tổ hợp 1* | 3 |  |  |  |
| STM331 | Quản trị chiến lược | 3 |  | MIE231,MAE231,PMA231,MAN231 |  |
| FIM331 | Quản trị tài chính  | 3 |  | MAN231, ACT231 |  |
| HRM331 | Quản trị nhân lực | 3 |  | MIE231,MAE231,PMA231,MAN231 |  |
| 35 |   | *Tổ hợp 2* | 3 |  |  |  |
| MAI331 | Internet Marketing | 3 |  | PMA231 |  |
| AEV331 | Quản trị sự kiện | 3 |  | MIE231. |  |
| IEI331 | Hội nhập kinh tế quốc tế | 3 |  | MAE231. |  |
| 36 |   | *Tổ hợp 3* | 3 |  |  |  |
| ORC331 | Đạo đức KD và VH DN | 3 |  | MIE231. |  |
| PBA231 | Tâm lý học QTKD | 3 |  | PMA231 |  |
| BAN331 | Phân tích hoạt động KD | 3 |  | PMA231, PSE231 |  |
| ***2.3*** | ***Kiến thức chuyên ngành*** |
|  | **Bắt buộc** |  |  |  |  |
| 37 | BRM331 | Quản trị thương hiệu | 3 |  | MAN231; PMA231 |  |
| 38 | SAM331 | Quản trị bán hàng | 3 |  | MAN231; PMA231 |  |
| 39 | MCM331 | Quản trị truyền thông Marketing | 3 |  | MAN231; PMA231 |  |
| 40 | DCM331 | Quản trị kênh phân phối | 3 |  | MAN231; PMA231 |  |
| 41 | PRM331 | Quản trị giá | 3 |  | MAN231; PMA231 |  |
|  | **Tự chọn** |  |  |  |  |
| 42 |  | *Tổ hợp 1* | 3 |  |  |  |
| CRM331 | Quản trị quan hệ khách hàng | 3 |  | MAN231; PMA231 |  |
| COM331 | Marketing thương mại | 3 |  | PMA231 |  |
| 43 |   | *Tổ hợp 2* | 3 |  |  |  |
| MDP331 | Quản trị và phát triển sản phẩm mới | 3 |  | MAN231; PMA231 |  |
| INM331 | Marketing công nghiệp | 3 |  | PMA321; |  |
| 44 |   | *Tổ hợp 3* | 3 |  |  |  |
| DMS331 | Marketing số và truyền thông xã hội | 3 |  | PMA321; |  |
| SOM331 | Marketing xã hội | 3 |  | PMA321; |  |
| 45 |   | *Tổ hợp 4* | 3 |  |  |  |
| NEB331 | Đàm phán trong kinh doanh | 3 |  | PMA321; MIE231; MAE231 |  |
| INB331 | Kinh doanh quốc tế | 3 |  | PMA321; MIE231; MAE231 |  |
| ***2.4*** |  | ***Thực tập môn học CTĐT Quản trị Marketing*** | 2 |  | PMA231; CBE331; BRM331; DCM331; PRM331 |  |
| ***2.5*** |  | ***Thực tập tốt nghiệp CTĐT Quản trị Marketing*** | 4 |  |  |  |
| ***2.6*** |  | ***Khóa Luận TN CTĐT Quản trị Marketing /Tự chọn thay thế khóa luận*** | 6 |  |  |  |
|  |  | ***Tự chọn thay thế khóa luận*** |  |  |  |  |
| 46 |  | *Tổ hợp 1* | 3 |  |  |  |
| FTT331 | Kỹ thuật nghiệp vụ ngoại thương | 3 |  | MIE231; MAE231 |  |
| DIM331 | Marketing trực tiếp | 3 |  | PMA321; |  |
| SCM331 | Quản trị chuỗi cung ứng | 3 |  | MIE231,MAE231,PMA231,MAN231 |  |
| SBO331 | Khởi sự kinh doanh | 3 |  | MIE231,MAE231,PMA231 |  |
| 47 |   | *Tổ hợp 2* | 3 |  |  |  |
| INT331 | Thương mại quốc tế | 3 |  | MIE231; MAE231 |  |
| PRE331 | Quan hệ công chúng | 3 |  | PMA321; |  |
| ETM331 | Quản trị doanh nghiệp  | 3 |  | MAN231 |  |

***Trong đó:***

***- Học phần tiên quyết:*** *Học phần A là học phần tiên quyết của học phần B, nghĩa là sinh viên muốn đăng ký học học phần B thì phải đăng ký học và thi đạt học phần A.*

***- Học phần học trước:*** *Học phần A là học phần học trước của học phần B khi điều kiện bắt buộc để học học phần B là sinh viên đã đăng ký và học học phần A ở học kỳ trước đó. Sinh viên được phép học học phần B tiếp sau học phần A.*

***- Học phần song hành:*** *Học phần B là học phần song hành đối với học phần A khi điều kiện bắt buộc để đăng ký học học phần B là sinh viên đã đăng ký học học phần A. Sinh viên được phép học học phần B đồng thời hoặc có thể sau học phần A.*

Triết lý giáo dục của Trường Đại học Kinh tế và QTKD được chuyển tải một cách cụ thể vào CTĐT..... tại bảng 5.4.

**Bảng 5.4: Ma trận quan hệ giữa CTĐT Quản trị marketing với Triết lý giáo dục của Trường**

| **CTĐT Quản trị marketing** | **Triết lý giáo dục của Trường ĐH Kinh tế và QTKD** |
| --- | --- |
| **Sáng tạo** | **Thực tiễn** | **Hội nhập** |
| **I. Khối kiến thức đại cương** |  |  |  |
|  | * Triết học Mác - Lênin
* Kinh tế chính trị Mác - Lênin
* Chủ nghĩa xã hội khoa học
* Tư tưởng Hồ Chí Minh
* Lịch sử Đảng Cộng sản Việt Nam
* Pháp luật đại cương
* Tin học ứng dụng
* Lý thuyết xác suất và thống kê
* Toán kinh tế
* Tiếng Anh 1
* Tiếng Anh 2
* Tiếng Anh 3
* Tiếng Anh 4
* Tiếng Anh 5
 |  | x | x |
| * Giáo dục thể chất 1
* Giáo dục thể chất 2
* Giáo dục thể chất 3
* Giáo dục quốc phòng
 |  | x | x |
| **II. Khối kiến thức giáo dục chuyên nghiệp** |  |  |  |
| Kiến thức cơ sở ngành | **Bắt buộc:*** Kinh tế học vi mô 1
* Quản trị học
* Kinh tế học vĩ mô 1
* Marketing căn bản
* Tài chính - tiền tệ
* Nguyên lý thống kê
* Nguyên lý kế toán
* Kinh tế quốc tế
 | x | x | x |
| **Tự chọn:***Tổ hợp 1** Thương mại điện tử
* Quản lý nhà nước về kinh tế

*Tổ hợp 2** Luật Kinh tế căn bản
* Pháp luật thương mại hàng hóa và dịch vụ
* Soạn thảo văn bản kinh doanh và quản lý
 | x | x | x |
| Kiến thức ngành | **Bắt buộc:*** Hành vi người tiêu dùng
* Marketing dịch vụ
* Marketing quốc tế
* Nghiên cứu marketing
* Quản trị marketing
 | x | x | x |
| **Tự chọn:***Tổ hợp 1** Quản tri chiến lược
* Quản trị tài chính
* Quản trị nhân lực

*Tổ hợp 2** Internet Marketing
* Quản trị sự kiện
* Hội nhập kinh tế quốc tế

*Tổ hợp 3** Đạo đức KD và VHDN
* Tâm lý học QTKD
* Phân tích hoạt động kinh doanh
 | x | x | x |
| Kiến thức chuyên ngành | **Bắt buộc:*** Quản trị thương hiệu
* Quản trị bán hàng
* Quản trị truyền thông marketing
* Quản trị kênh phân phối
* Quản trị giá
 | x | x | x |
| **Tự chọn:***Tổ hợp 1** Quản trị quan hệ khách hàng
* Marketing thương mại

*Tổ hợp 2** Quản trị và phát triển sản phẩm mới
* Marketing công nghiệp

*Tổ hợp 3** Marketing số và truyền thông XH
* Marketing xã hội

*Tổ hợp 4** Đàm phán trong kinh doanh
* Kinh doanh quốc tế
 | x | x | x |
| Thực tập môn học | * Quản trị marketing
* Quản trị kênh phân phối
* Quản trị giá
 | x | x | x |
| Thực tập tốt nghiệp |  | x | x | x |
| Khóa luận tốt nghiệp/Các học phần tự chọn thay thế khóa luận tốt nghiệp | Các học phần tự chọn thay thế khóa luận tốt nghiệp:*Tổ hợp 1** Kỹ thuật nghiệp vụ ngoại thương
* Marketing trực tiếp
* Quản trị chuỗi cung ứng
* Khởi sự kinh doanh

*Tổ hợp 2** Thương mại quốc tế
* Quan hệ công chúng
* Quản trị doanh nghiệp
 | x | x | x |

*5.1.2. 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 5.5.

**Bảng 5.5: Kế hoạch đào tạo theo năm học và theo học kỳ của CTĐT QTM**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **TT** | **Mã HP** | **Học phần** | **Số TC** | **Số tiết** | **NĂM/ HỌC KỲ** |
| **LT** | **TH** | **I** | **II** | **III** | **IV** |
|  |  | **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **6** | **7** | **8** |
| **1. Khối Kiến thức đại cương**  | **32** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 1 | MLP131 | Triết học Mác-Lênin  | 3 | 36 | 18 | 3 |   |   |   |   |   |   |   |
| 2 | MLE121 | Kinh tế chính trị Mác - Lênin | 2 | 24 | 12 |   | 2 |   |   |   |   |   |   |
| 3 | SSO121 | Chủ nghĩa xã hội khoa học | 2 | 24 | 12 |   |   |   | 2 |   |   |   |   |
| 4 | HCM121 | Tư tưởng Hồ Chí Minh | 2 | 24 | 12 |   |   |   |   | 2 |   |   |   |
| 5 | VCP121 | Lịch sử Đảng CSVN | 2 | 24 | 12 |   |   |   |   |   | 2 |   |   |
| 6 | LAW121 | Pháp luật đại cương | 2 | 24 | 12 | 2 |   |   |   |   |   |   |   |
| 7 | AIN131 | Tin học ứng dụng | 3 | 36 | 18 | 3 |   |   |   |   |   |   |   |
| 8 | PST131 | Lý thuyết xác suất và thống kê toán | 3 | 36 | 18 | 3 |   |   |   |   |   |   |   |
| 9 | MAE131 | Toán kinh tế | 3 | 36 | 18 |   | 3 |   |   |   |   |   |   |
| 10 | ENG121 | Tiếng Anh 1 | 2 | 24 | 12 | 2 |   |   |   |   |   |   |   |
| 11 | ENG122 | Tiếng Anh 2 | 2 | 24 | 12 |   | 2 |   |   |   |   |   |   |
| 12 | ENG123 | Tiếng Anh 3 | 2 | 24 | 12 |   |   | 2 |   |   |   |   |   |
| 13 | ENG124 | Tiếng Anh 4 | 2 | 24 | 12 |   |   |   | 2 |   |   |   |   |
| 14 | ENG125 | Tiếng Anh 5 | 2 | 24 | 12 |   |   |   |   | 2 |   |   |   |
| 15 | PHE111 | Giáo dục thể chất 1 | 30 tiết |   |   | x |   |   |   |   |   |   |   |
| 16 | PHE112 | Giáo dục thể chất 2 | 30 tiết |   |   |   | x |   |   |   |   |   |   |
| 17 | PHE113 | Giáo dục thể chất 3 | 30 tiết |   |   |   |   | x |   |   |   |   |   |
| 18 |   | Giáo dục quốc phòng | 5 tuần |   |   |   |   | x |   |   |   |   |   |
| **2. Khối kiến thức giáo dục chuyên nghiệp** | **83** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| ***2*** | ***Kiến thức cơ sở ngành***  | ***30*** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|   | **Bắt buộc**  | **24** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 19 | MIE231. | Kinh tế học vi mô 1 | 3 | 36 | 18 | 3 |   |   |   |   |   |   |  |
| 20 | MAN231 | Quản trị học | 3 | 36 | 18 |   | 3 |   |   |   |   |   |  |
| 21 | MAE231. | Kinh tế học vĩ mô 1 | 3 | 36 | 18 |   | 3 |   |   |   |   |   |  |
| 22 | PMA231 | Marketing căn bản | 3 | 36 | 18 |   | 3 |   |   |   |   |   |  |
| 23 | FAM231. | Tài chính - tiền tệ  | 3 | 36 | 18 |   |   | 3 |   |   |   |   |  |
| 24 | PSE231 | Nguyên lý thống kê | 3 | 36 | 18 |   |   | 3 |   |   |   |   |  |
| 25 | ACT231 | Nguyên lý kế toán | 3 | 36 | 18 |   |   | 3 |   |   |   |   |  |
| 26 | INE 331 | Kinh tế quốc tế | 3 | 36 | 18 |   |   |   | 3 |   |   |   |  |
|   | **Tự chọn**  | **6** |  |  |   |   |  |   |   |   |   |  |
| 27 |  | *Tổ hợp 1* | 3 |  |  |   |   |   |   |   |   |   |  |
| ECM331 | Thương mại điện tử | 3 | 36 | 18 |  |  | 3 |  |  |  |  |  |
| SME331 | Quản lý nhà nước về kinh tế | 3 | 36 | 18 |  |  |  |  |  |  |  |
| 28 |   | *Tổ hợp 2* | 3 |   |   |  |  |  |  |  |  |  |  |
| ELA231 | Luật kinh tế căn bản | 3 | 36 | 18 |  |  |  | 3 |  |  |  |  |
| LGS331 | Pháp luật thương mại hàng hóa và dịch vụ | 3 | 36 | 18 |  |  |  |  |  |  |  |
| WBM231 | Soạn thảo văn bản kinh doanh và quản lý  | 3 | 36 | 18 |  |  |  |   |  |  |  |  |
| ***2*** | ***Kiến thức ngành*** | ***24*** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | **Bắt buộc**  | **15** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 29 | CBE331 | Hành vi người tiêu dùng | 3 | 36 | 18 |  |  |   |   | 3 |   |   |  |
| 30 | SMA331 | Marketing dịch vụ | 3 | 36 | 18 |  |  |   |   |   |   | 3 |  |
| 31 | IMA331 | Marketing quốc tế | 3 | 36 | 18 |  |  |   |   |   |   | 3 |  |
| 32 | MAR331 | Nghiên cứu marketing | 3 | 36 | 18 |  |  |   |   |   |   | 3 |  |
| 33 | MAM331 | Quản trị marketing | 3 | 36 | 18 |  |  |   |   |   | 3 |   |  |
|   | **Tự chọn**  | **9** |   |   |  |   |   |   |   |   |  |  |
|   |  | *Tổ hợp 1* | 3 |   |   |  |   |   |   |   |   |  |  |
| 34 | STM331 | Quản trị chiến lược | 3 | 36 | 18 |  |   | 3 |   |   |   |  |  |
| FIM331 | Quản trị tài chính  | 3 | 36 | 18 |  |  |  |  |  |  |  |
| HRM331 | Quản trị nhân lực | 3 | 36 | 18 |  |  |  |  |  |  |  |
|   |   | *Tổ hợp 2* | 3 |   |   |  |  |  |   |   |   |  |  |
| 35 | MAI331 | Internet Marketing | 3 | 36 | 18 |  |  |  | 3 |   |   |  |  |
| AEV331 | Quản trị sự kiện | 3 | 36 | 18 |  |  |  |   |  |  |  |
| IEI331 | Hội nhập kinh tế quốc tế | 3 | 36 | 18 |  |  |  |   |  |  |  |
|   |   | *Tổ hợp 3* | 3 |   |   |  |  |  |   |   |  |  |  |
| 36 | ORC331 | Đạo đức KD và VH DN | 3 | 36 | 18 |  |  |  | 3 |   |  |  |  |
| PBA231 | Tâm lý học quản trị kinh doanh  | 3 | 36 | 18 |  |  |  |  |  |  |  |
| BAN331 | Phân tích hoạt động kinh doanh  | 3 | 36 | 18 |  |  |  |  |  |  |  |
| ***2*** | ***Kiến thức chuyên ngành*** | ***27*** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | **Bắt buộc**  | **15** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 37 | BRM331 | Quản trị thương hiệu | 3 | 36 | 18 |  |  |  |  |   | 3 |   |  |
| 38 | SAM331 | Quản trị bán hàng | 3 | 36 | 18 |  |  |  |  | 3 |   |   |  |
| 39 | MCM331 | Quản trị truyền thông Marketing | 3 | 36 | 18 |  |  |  |  |   |   | 3 |  |
| 40 | DCM331 | Quản trị kênh phân phối | 3 | 36 | 18 |  |  |  |  | 3 |   |   |  |
| 41 | PRM331 | Quản trị giá | 3 | 36 | 18 |  |  |  |  | 3 |   |   |  |
|  | **Tự chọn**  | **12** |  |  |  |  |   |   |   |   |   |  |
| 42 |  | *Tổ hợp 1* | 3 |  |  |  |  |   |   |   |   |   |  |
| CRM331 | Quản trị quan hệ khách hàng | 3 | 36 | 18 |  |  |  |  |  |  | 3 |  |
| COM331 | Marketing thương mại | 3 | 36 | 18 |  |  |  |  |  |  |  |
| 43 |   | *Tổ hợp 2* | 3 |  |  |  |  |  |  |   |  |   |  |
| MDP331 | Quản trị và phát triển sản phẩm mới | 3 | 36 | 18 |  |  |  |  |  | 3 |  |  |
| INM331 | Marketing công nghiệp | 3 | 36 | 18 |  |  |  |  |  |  |  |
| 44 |   | *Tổ hợp 3* | 3 |   |   |  |  |  |  |  |  |   |  |
| DMS331 | Marketing số và truyền thông xã hội | 3 | 36 | 18 |  |  |  |  |  |  | 3 |  |
| SOM331 | Marketing xã hội | 3 | 36 | 18 |   |   |   |   |   |   |  |
| 45 |   | *Tổ hợp 4* | 3 |   |   |  |  |  |  |  |  |   |  |
| NEB331 | Đàm phán trong kinh doanh | 3 | 36 | 18 |  |   |   |   |   | 3 |   |   |
| INB331 | Kinh doanh quốc tế | 3 | 36 | 18 |  |   |   |   |   |   |   |
| ***2*** | MAM421 | ***Thực tập môn học CTĐT Quản trị Marketing*** | ***2*** |  |  |  |  |  |  |  | *2* |  |  |
| ***3*** | MAM441 | ***Thực tập tốt nghiệp CTĐT Quản trị Marketing*** | ***4*** |  |  |  |  |  |  |  |  |  | ***4*** |
| ***3*** | MAM904 | ***KLTN CTĐT Quản trị Marketing /Tự chọn thay thế khóa luận*** | ***6*** |  |  |  |  |  |  |  |  |  | ***6*** |
| 46 |  | *Tổ hợp 1* | 3 |   |   |  |  |  |  |  |  |  | x |
| FTT331 | Kỹ thuật nghiệp vụ ngoại thương | 3 | 36 | 18 |  |  |  |  |  |  |  |
| DIM331 | Marketing trực tiếp | 3 | 36 | 18 |  |  |  |  |  |  |  |
| SCM331 | Quản trị chuỗi cung ứng | 3 | 36 | 18 |  |  |  |  |  |  |  |
| SBO331 | Khởi sự kinh doanh | 3 | 36 | 18 |  |  |  |  |  |  |  |
| 47 |   | *Tổ hợp 2* | 3 |   |   |  |  |  |  |  |  |  | x |
| INT331 | Thương mại quốc tế | 3 | 36 | 18 |  |  |  |  |  |  |  |
| PRE331 | Quan hệ công chúng | 3 | 36 | 18 |  |  |  |  |  |  |  |
| ETM331 | Quản trị doanh nghiệp  | 3 | 36 | 18 |  |  |  |  |  |  |  |
| **Tổng số tín chỉ toàn khóa**  | **125** |  |  | **16** | **16** | **17** | **16** | **16** | **16** | **18** | **10** |

Trình tự nội dung chương trình và bản đồ CTDH được thể hiện trong Sơ đồ 5.1. *(Căn cứ vào nội dung bảng 5.4 và bảng 5.5 để vẽ sơ đồ 5.1)*

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Năm 1** | **Năm 2** | **Năm 3** | **Năm 4** |
| Lý thuyết xác suất và thống kêKinh tế học vi mô 1Quản trị họcMarketing căn bảnKinh tế học vĩ mô 1Tài chính - tiền tệNguyên lý kế toánKinh tế quốc tếTự chọn Kiến thức ngành -Tổ hợp 3Quản trị kênh phân phốiQuản trị bán hàng Quản trị giáHành vi người tiêu dùngTự chọn Kiến thức chuyên ngành tổ hợp 2Quản trị thương hiệuQuản trị marketing Tự chọn Kiến thức chuyên ngành tổ hợp 4Marketing quốc tếTự chọn Kiến thức chuyên ngành tổ hợp 1Thực tập tốt nghiệp ngành QTMKLTN/ Học thay thế KLTNTiếng Anh 1Tiếng Anh 2Tiếng Anh 3Tiếng Anh 4Tiếng Anh 5Triết học Mác - LêninKinh tế chính trị Mác - LêninChủ nghĩa xã hội khoa họcTư tưởng Hồ Chí MinhLịch sử Đảng CSVNPháp luật đại cươngTự chọn Kiến thức cơ sở ngành -Tổ hợp 2Thực tập môn học CTĐT Quản trị marketing Nghiên cứu marketing Marketing dịch vụTin học ứng dụngTự chọn Kiến thức ngành -Tổ hợp 2Quản trị truyền thông marketing Tự chọn Kiến thức chuyên ngành tổ hợp 3Giáo dục thể chất 1Giáo dục thể chất 2Giáo dục thể chất 3 | Toán kinh tế | Tự chọn Kiến thức ngành -Tổ hợp 1Nguyên lý thống kêTự chọn cơ sở ngành -Tổ hợp 1 |  |  |  |  |  |
| **16TC** | **16 TC** | **17 TC** | **16 TC** | **16 TC** | **16 TC** | **18 TC** | **10 TC** |

***Trong đó:***  Học phần tiên quyết: Học phần học trước: Học phần song hành:

**Sơ đồ 5.1: Tiến trình dạy học CTĐT Quản trị marketing**

***5.2.*** ***Ma trận đáp ứng giữa các học phần với CĐR của CTĐT***

Ma trận đóng góp giữa các học phần với CĐR của CTĐT được thể hiện trong Bảng 5.6.

 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)*

*- Ô để trống thể hiện mức độ đóng góp không rõ ràng*

**Bảng 5.6: Ma trận đáp ứng giữa các học phần với CĐR của CTĐT**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **TT** | **Học phần** | **CĐR CTĐT QTM** |
| **PLO1** | **PLO2** | **PLO3** |
| 1.1 | 1.2 | 1.3 | 1.4 | 1.5 | 1.6 | 1.7 | 2.1 | 2.2 | 2.3 | 2.4 | 2.5 | 3.1 | 3.2 | 3.3 |
| 1 | Triết học Mác - Lênin | R |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | I | I |  |  |
| 2 | Kinh tế chính trị Mác – Lênin | R |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | I | I |  |  |
| 3 | Chủ nghĩa xã hội khoa học | R |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | R | R |  |  |
| 4 | Tư tưởng Hồ Chí Minh | M |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | R | R |  |  |
| 5 | Lịch sử Đảng cộng sản Việt Nam | R |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | R | R |  |  |
| 6 | Pháp luật đại cương | R |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | I |  |  |
| 7 | Tin học ứng dụng |  |  | R |  |  |  |  |  | R |  | R |  | I |  | I |
| 8 | Lý thuyết xác suất thống kê toán | R | R |  |  |  |  |  |  | R |  |  |  |  |  | I |
| 9 | Toán Kinh tế | M | R |  |  |  |  |  |  | R |  |  |  |  |  | I |
| 10 | Tiếng Anh 1 |  |  |  |  |  |  |  | R |  |  |  |  |  |  | R |
| 11 | Tiếng Anh 2 |  |  |  |  |  |  |  | R |  |  |  |  |  |  | R |
| 12 | Tiếng Anh 3 |  |  |  |  |  |  |  | R |  |  |  |  |  |  | R |
| 13 | Tiếng Anh 4 |  |  |  |  |  |  |  | R |  |  |  |  |  |  | R |
| 14 | Tiếng Anh 5 |  |  |  |  |  |  |  | M |  |  |  |  |  |  | R |
| 15 | Giáo dục thể chất 1 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | R |  |  |
| 16 | Giáo dục thể chất 2 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | R |  |  |
| 17 | Giáo dục thể chất 3 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | M |  |  |
| 18 | Giáo dục quốc phòng |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | R |  |  |
| 19 | Kinh học tế vi mô 1 |  | R |  |  |  |  |  |  | I | I | I | I | I |  |  |
| 20 | Quản trị học |  | M |  | I | I |  |  |  | I | I |  |  | I |  |  |
| 21 | Kĩnh học tế vĩ mô 1 |  | R |  |  |  |  |  |  | R |  | I |  |  |  | R |
| 22 | Marketing Căn bản |  |  |  | I |  | I |  |  | I |  |  |  | I |  |  |
| 23 | Tài chính – Tiền tệ |  | I |  |  |  |  |  |  |  |  | R |  | R | R | R |
| 24 | Nguyên lý thống kê |  | R |  |  |  |  |  |  | R |  |  |  |  | I |  |
| 25 | Nguyên lý kế toán |  | R |  |  |  |  |  |  | I |  |  |  |  | I |  |
| 26 | Kinh tế quốc tế |  | R |  |  |  |  |  |  | R |  |  |  | R |  | R |
| 27 | Thương mại điện tử |  |  | R | I |  |  |  |  | R |  |  |  |  | R |  |
| 28 | Quản lý nhà nước về kinh tế |  | R |  |  |  |  |  |  |  |  |  | R | R | R |  |
| 29 | Luật kinh tế căn bản | R | R |  |  |  |  |  |  |  |  | R |  | I | I |  |
| 30 | Pháp luật thương mại hàng hóa và dịch vụ | R | R |  |  |  |  |  |  |  |  | R |  | I | I |  |
| 31 | Soạn thảo văn bản kinh doanh và quản lý |  | R | R |  |  |  |  |  | I | I |  | R |  | I |  |
| 32 | Hành vi người tiêu dùng |  |  |  | R |  | R |  |  |  |  | R |  |  | R |  |
| 33 | Marketing dịch vụ |  |  |  |  |  | I | R |  |  | R | R |  |  | R |  |
| 34 | Marketing quốc tế |  |  |  |  | I | R |  |  |  | R |  | R | R |  |  |
| 35 | Nghiên cứu Marketing |  |  |  | M | R |  | R |  | R |  |  |  | R |  |  |
| 36 | Quản trị marketing |  |  |  |  | M |  | M |  |  | M | R | M |  |  | R |
| 37 | Quản trị chiến lược |  |  |  | I | M |  |  |  |  | R |  | R |  | R |  |
| 38 | Quản trị tài chính |  |  |  |  | R |  | R |  |  | R |  | R |  | R |  |
| 39 | Quản trị nhân lực |  |  |  |  | R |  |  |  |  | R |  | R |  |  | R |
| 40 | Internet Marketing |  |  | R |  |  | R |  |  | R |  | R | R | R |  |  |
| 41 | Quản trị sự kiện |  |  |  | I |  |  |  |  | R |  | R | R |  |  | R |
| 42 | Hội nhập kinh tế quốc tế |  | R |  | I |  |  |  |  |  | I | I |  |  | R |  |
| 43 | Đạo Đức KD và VHDN |  |  |  |  | R |  | R |  |  |  | R | R |  | M |  |
| 44 | Tâm lý học Quản trị KD |  |  |  | R |  |  |  |  |  |  | R |  |  | R |  |
| 45 | Phân tích hoạt động KD |  |  |  |  | R |  | R |  |  | R |  | R |  |  | R |
| 46 | Quản trị thương hiệu |  |  |  |  | R | R |  |  |  |  | R |  | R |  |  |
| 47 | Quản trị bán hàng |  |  |  |  | R | R |  |  |  |  | M | R |  | R | R |
| 48 | Quản trị truyền thông marketing |  |  | R |  | R | M | R |  |  |  | R |  | R |  |  |
| 49 | Quản trị kênh phân phối |  |  |  |  | R | M | R |  |  |  | R |  |  |  | M |
| 50 | Quản trị giá |  |  |  |  | R | M |  |  |  |  | R |  | R |  |  |
| 51 | Quản trị quan hệ khách hàng |  |  |  |  | R | M |  |  |  |  | M | R |  | R |  |
| 52 | Marketing thương mại |  |  |  |  | R |  |  |  |  |  | R | R |  |  | R |
| 53 | Quản trị và phát triển sản phẩm mới |  |  |  |  |  | R | R |  |  |  | R | R | R |  |  |
| 54 | Marketing công nghiệp |  |  |  | R | R |  |  |  |  | R | R |  |  | R |  |
| 55 | Marketing số và truyển thông xã hội |  |  |  |  | R | M |  |  | R |  | R |  | R |  | R |
| 56 | Marketing xã hội |  |  |  |  | R | R |  |  |  |  | R | R |  | R |  |
| 57 | Đàm phán trong kinh doanh |  |  |  |  | R | R |  |  |  |  | M | R |  | R |  |
| 58 | Kinh doanh quốc tế |  | R |  | R |  |  |  |  |  | R | R |  | R |  |  |
| 59 | Thực tập môn học CTĐT Quản trị Marketing |  |  | R | R | R | R | R |  | R | R | R | R | R | R | R |
| 60 | Thực tập tốt nghiệp CTĐT Quản trị markeitng |  |  | R | R | R | M | M |  | M | M | M | M | M | R | R |
| 61 | Khóa luận tốt nghiệp/Tự chọn thay theess khóa luận |  |  |  | M | M | M | M |  | M | M | M | M | M | M | M |
| 62 | Kỹ thuật nghiệp vụ ngoại thương |  |  |  | R | R |  |  |  |  |  | R | R | R |  |  |
| 63 | Marketing trực tiếp |  |  |  |  | R | R |  |  |  |  | R | R |  | R |  |
| 64 | Quản trị chuỗi cung úng |  |  |  | R | R |  |  |  |  |  | R | R |  | R |  |
| 65 | Thương Mại quốc tế |  |  |  | R | R |  |  |  |  |  | R |  | R | R |  |
| 66 | Quan hệ công chúng |  |  |  |  | R | R |  |  |  |  | R | R | R |  |  |
| 67 | Quản trị doanh nghiệp |  |  |  | R | R |  |  |  |  | R |  | R |  | R |  |

***5.3. Báo cáo về các nội dung đối sánh và tham chiếu bên ngoài/nội bộ được sử dụng để cung cấp thông tin về CTĐT được rà soát và điều chỉnh (Phụ lục 1)***

***5.4. Mô tả các học phần trong CTDH***

**\* 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:

- 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:** **Tiếng anh 5**

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

- Học phần học trước: Tiếng Anh 4

- Học phần tiên quyết: Không

- Học phần song hành: Không

- Tóm tắt nội dung học phần: Học phần Tiếng Anh 5 là học phần tiếp nối của Tiếng Anh 1, 2, 3, 4 và là một trong số các môn học bắt buộc trong 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 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 những chủ điểm khác nhau như Sức khỏe, Ẩm thực, Bảo tồn thiên nhiên và Giao tiếp. 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 đa dạng 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.

Tiếng Anh học phần 5 hướng đến giúp sinh viên đạt chuẩn các mục tiêu cụ thể về kiến thức, kỹ năng của môn học cũng như phát huy sự sáng tạo, nâng cao khả năng hội nhập quốc tế, 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 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 27.1: 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 27.2: 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 28.1: 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 28.2: 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 28.3: 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 29: 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 30: 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 31: 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 môn học quan trọng của chương trình đào tạo cử nhân Quản trị Marketing, đặc biệt là trong bối cảnh hội nhập và toàn cầu hoá. 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 vào các thị trường nước ngoài. Marketing quốc tế ngày càng trở nên quan trọng và sống còn đối với các công ty trên thế giới muốn tồn tại và phát triển trong nền kinh tế đầy biến động. Nghiên cứu Marketing quốc tế sẽ trang bị 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 tiễn hỗn hợp quốc tế.

**\* Học phần số 32: 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 33: 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 34.1: 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 34.2: 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 34.3: 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 35.1: Internet 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

Môn học cung cấp kiến thức giúp sinh viên hiểu được xu hướng pháp triển và tiếp cận được những vấn đề trong môi trường marketing mới (môi trường trực tuyến) - môi trường luôn phát triển biến đổi từng giờ. Rèn luyện cho sinh viên những kỹ năng làm việc với khách hàng trực tuyến, các công cụ, ứng dụng, phần mềm, chương trình đang được sử dụng rộng rãi cho hoạt động marketing.

Môn học giúp sinh viên biết cách lập kế hoạch, tổ chức, thực hiện và đo lường các chiến lược marketing phức tạp trên internet một cách thường xuyên và liên tục.

**\* Học phần số 35.2: 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 35.3: 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 36.1: Đạo đức KD và VHDN**

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. 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 36.2: Tâm lý học QTKD**

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 36.3: 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 (PTHĐKD) 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 37: 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 38: 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 39: 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 40: 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 41: 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 42.1 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 42.2: 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 43.1: Quản trị và 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 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 43.2: Marketing công nghiệp**

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 marketing phải có những kiến thức chuyên sâu và những hoạt động marketing riêng tác động vào họ.

Các kiến thức marketing công nghiệp 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 song 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 44.1: Marketing số và truyền thông 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

Với 68 triệu người sử dụng chiếm 70% dân số, internet đang là kênh marketing đầy tiềm năng của các thương hiệu, nhãn hàng lớn nhỏ ở Việt Nam cũng như thế giới. Internet ngày càng trở nên phổ biến, Marketing số càng yêu cầu cao hơn với các nhà làm marketing trong quá trình khai thác tối ưu giá trị của kênh marketing này.

Học phần *Marketing số và truyền thông xã hội* thuộc Bộ Môn Marketing giảng dạy nhằm trang bị cho sinh viên những kiến thức tổng quát về lĩnh vực Marketing số, chiến lược, kế hoạch truyền thông số, nghiên cứu kỹ thuật trên các kênh Marketing số phổ biến hiện nay như Google, Facebook, Youtube… để vận dụng một cách hiệu quả trong việc tiếp cận khách hàng cũng như tiêu thụ sản phẩm cho doanh nghiệp.

**\* Học phần số 44.2: 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 45.1: 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 45.2: 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 46.1: Kỹ thuật nghiệp vụ ngoại thương**

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

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

- Học phần tiên quyết: Không

- Học phần song hành: Không

- Tóm tắt nội dung học phần

Học phần Kỹ thuật nghiệp vụ ngoại thương là một môn học cung cấp các kiến thức cơ bản có liên quan đến lĩnh vực kinh doanh quốc tế, các nghiệp vụ giao dịch và thanh toán trên thị trường ngoại thương. Đó là các phương thức hay được dung trong giao dịch ngoại thương. Các tập quán thương mại quốc tế mà nó đã trở thành các điều kiện thương mại quốc tế được áp dụng rộng rãi. Các nội dung liên quan đến việc ký kết hợp đồng thương mại quốc tế cũng như các công việc cần chuẩn bị cho một quá trình giao dịch. Các nghiệp vụ, chứng từ thanh toán quốc tế và quá trình giao dịch ngoại thương được diễn ra như thế nào. Cùng với việc cung cấp cho người học các kiến thức kinh doanh ngoại thương, các cách thức tiến hành một thương vụ kinh doanh quốc tế thì môn học cũng góp phần giúp người học hình thành những kỹ năng cần thiết để trở thành một nhà quản lý các nghiệp vụ ngoại thương, quản lý các giao dịch kinh doanh quốc tế.

**\* Học phần số 46.2: Marketing trực tiếp**

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

Marketing trực tiếp thuộc chuyên ngành đào tạo Quản trị marketing nhằm giới thiệu cho sinh viên kiến thức marketing trực tiếp, một phần quan trọng trong toàn bộ chiến lược Marketing của doanh nghiệp. Marketing trực tiếp và tương tác yêu cầu một sự tập trung vào một tập hợp các kỹ năng nhằm tối đa các hiệu quả bao gồm lập hồ sơ khách hàng, nghiên cứu và kiểm tra, và lập kế hoạch phương tiện truyền thông tương tác. Sinh viên sẽ học cách sử dụng các nguyên lý cơ bản quả marketing trực tiếp để sáng tạo các chiến dịch công nghệ cao bằng cách sử dụng công nghệ hiện đại. Sinh viên vừa học lý thuyết vừa thực hành thông qua quan sát, tìm hiểu một số hoạt động marketing trong thực tế tại một số công ty cũng như thảo luận, giải quyết một vài vấn đề theo tình huống.

**\* Học phần số 46.3: Quản trị chuỗi cung ứng**

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, Marketing căn bản, Quản trị học

- Học phần tiên quyết: Không

- Học phần song hành: Không

- Tóm tắt nội dung học phần

Học phần Quản trị chuỗi cung ứng thuộc khối kiến thức chuyên ngành bắt buộc của CTĐT Logistics và Quản lý chuỗi cung ứng, là học phần tự chọn trong CTĐT Quản trị kinh doanh, Kinh doanh quốc tế, Thương mại quốc tế và Quản trị Marketing nhằm giới thiệu cho sinh viên những kiến thức tổng quan về chuỗi cung ứng và chiến lược cạnh tranh, quy trình chuỗi cung ứng, xác định tồn kho, lựa chọn phương thức vận chuyển, kho bãi phù hợp; phương pháp quản lý các quá trình hoạt động của chuỗi cung ứng; cách thức thiết kế mạng lưới chuỗi cung ứng; phương pháp đánh giá chuỗi cung ứng; nội dung về quản trị quan hệ đối tác và quản trị chuỗi cung ứng dịch vụ.

**\* Học phần số 46.4: Khởi sự 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

Học phần Khởi sự kinh doanh sẽ cung cấp cho người học những kiến thức cần thiết và những kỹ năng cơ bản sau khi ra trường để khởi sự kinh doanh và thực hiện khởi sự kinh doanh ở quy mô nhỏ ở một lĩnh vực kinh tế - xã hội cụ thể. Học phần là cơ sở để xây dựng và hun đúc tinh thần tư duy khởi nghiệp làm giàu cho sinh viên và trang bị cho sinh viên những kiến thức về khởi nghiệp trong bối cảnh khởi sự kinh doanh ở Việt Nam và ra quyết định khởi nghiệp như một lựa chọn nghề nghiệp thể hiện ở tư duy khởi sự kinh doanh; phương thức, quy trình và chiến lược khởi sự kinh doanh; Điều kiện cần để trở thành nghiệp chủ; Xây dựng hình thành ý tưởng kinh doanh và Lập kế hoạch kinh doanh và xây dựng phát triển doanh nghiệp mới.

**\* Học phần số 47.1: Thương mại 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

Thương mại quốc tế nghiên cứu những vấn đề liên quan đến hoạt động kinh tế thương mại giữa các quốc gia, lãnh thổ trên phạm vi toàn cầu, các nội dung cụ thể như: Các lý thuyết về thương mại quốc tế, các chính sách thương mại quốc tế và các công cụ để thực hiện các chính sách này, các liên minh kinh tế và xu hướng vận động của các quan hệ kinh tế. Mối quan hệ kinh tế thương mại được nghiên cứu thông qua mô hình tổng quát dựa trên cơ sở mối quan hệ giữa 2 quốc gia: Quốc gia 1 (home) – Quốc gia 2 (foreign).

**\* Học phần số 47.2: 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 47.3: Quản trị doanh nghiệp**

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

- Học phần học trước: Kinh tế vi mô

- 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 quản trị có tính nguyên lý chung, các kỹ năng rất cơ bản của quản trị kinh doanh. Môn học này có mối quan hệ chặt chẽ với hệ thống các môn học trong khung chương trình đào tạo chuyên ngành Quản trị marketing. Quản trị doanh nghiệp yêu cầu phải nằm vững các kiến thức cơ bản về cơ cấu tổ chức của doanh nghiệp, chức năng, nhiệm vụ cửa từng lĩnh vực trong doanh nghiệp. Lập kế hoạch kinh doanh cho doanh nghiệp và cho từng bộ phận. Tổ chức, sắp xếp thiết lập các mối quan hệ giữa các bộ phận chức năng trong doanh nghiệp chặt chẽ và đạt hiệu quả cao. Để thực hiện được các công việc đó thì nhà quản trị phải nhận thức rõ được vị trí, vai trò và trách nhiệm của mình trên cương vị lãnh đạo điều hành. Công tác kiểm tra, giám sát một cách khoa học và đúng quy trình là yêu cầu bắt buộc của nhà quản trị và luôn được thực hiện đầy đủ trong doanh nghiệp. Cuối cùng để quản trị doanh nghiệp tốt thì nhận thức sự thay đổi đang diễn ra trong doanh nghiệp cũng như môi trường kinh doanh nói chung là vô cùng cần thiết để nhà quản trị có thể định hình doanh nghiệp trong tương lai.

**6. Phương pháp giảng dạy - học tập**

Các phương pháp giảng dạy và học tập nói trên giúp người học đạt được CĐR CTĐT Quản trị marketing, thể hiện trong Bảng 6.1.

**Bảng 6.1: Mối liên hệ giữa CĐR CTĐT và phương pháp giảng dạy - học tập**

| **Phương pháp giảng dạy - học tập** | **Chuẩn đầu ra CTĐT Quản trị marketing** |
| --- | --- |
| **1.1** | **1.2** | **1.3** | **1.4** | **1.5** | **1.6** | **1.7** | **2.1** | **2.2** | **2.3** | **2.4** | **2.5** | **3.1** | **3.2** | **3.3** |
| **I. Chiến lược dạy học trực tiếp** |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| 1. Thuyết giảng | x | x | x | x | x | x | x | x | x | x | x | x |   |   |   |
| 2.Giải thích cụ thể | x | x | x | x | x | x | x | x | x | x | x | x |   |   |   |
| **II. Chiến lược dạy học gián tiếp**  |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| 3. Câu hỏi gợi mở | x | x | x | x | x | x | x | x | x | x | x | x | x | x |  x |
| 4.Giải quyết vấn đề | x | x | x | x | x | x | x | x | x | x | x | x | x | x | x  |
| 5.Học theo tình huống | x | x | x | x | x | x | x | x | x | x | x | x | x | x | x  |
| **III. Dạy học tương tác** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 6. Tranh luận |   |  x |   |  x | x  | x  | x  |   |   |   |  x |  x | x | x | x |
| 7.Thảo luận |   |   |   |  x |  x | x  | x  |   | x  | x | x  | x | x | x | x |
| 8.Học nhóm |  x |  x |  x |  x |  x |  X | x  | x  | x  | x | x | x | x | x | x |
| **IV. Dạy học trải nghiệm** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 9.Thực tập, thực tế |  |  x |  x | x | x | **x** | x | x | x | x | x | x | x | x | x |
| 10.Thực hành |  |  |  |  x |   | **x** |  |   | **x** |  | x |  |  |  |  |
| **V.Tự học** |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| 11. Bài tập ở nhà |   |  x |  x |  x |  x |  x | x  |   | x  |  x | x |  x | x | x  |   |

**7. Phương pháp đánh giá và hệ thống tính điểm**

***7.1. Phương pháp đánh giá***

Đánh giá kết quả học tập của sinh viên là quá trình ghi chép, lưu giữ và cung cấp thông tin về sự tiến bộ của người học trong suốt quá trình dạy học. Việc đánh giá đảm bảo nguyên tắc rõ ràng, chính xác, khách quan và phân hóa, thường xuyên liên tục và định kỳ. Yêu cầu và tiêu chí đánh giá cụ thể được Khoa Marketing, Thương mại và Du lịch thiết kế và công bố, làm rõ cho người học trước khi học.

Các thông tin về đánh giá được cung cấp và chia sẽ kịp thời cho các bên liên quan gồm người dạy, người học, phụ huynh và nhà quản lý. Từ đó, kịp thời có những điều chỉnh về các hoạt động dạy học, đảm bảo định hướng và đạt được mục tiêu dạy học.

Khoa Marketing TM & DL đã xây dựng và áp dụng nhiều phương pháp đánh giá khác nhau. Tùy thuộc vào chiến lược, phương pháp dạy học và yêu cầu đáp ứng chuẩn đầu ra của từng môn học để lựa chọn các phương pháp đánh giá phù hợp, đảm bảo cung cấp đầy đủ thông tin để đánh giá mức độ tiến bộ của người học cũng như mức độ hiệu quả đạt được của tiến trình dạy học.

Các phương pháp đánh giá được sử dụng trong chương trình đào tạo của Khoa Khoa Marketing, TM & DL được chia thành 3 loại chính là: đánh giá theo tiến trình, đánh giá giữa kỳ và đánh giá cuối kỳ.

\* Đánh giá tiến trình:

Mục đích của đánh giá tiến trình là nhằm cung cấp kịp thời các thông tin phản hồi của người dạy và người học về những tiến bộ cũng như những điểm cần khắc phục xuất hiện trong quá trình dạy học.

Các phương pháp đánh giá cụ thể với loại đánh giá tiến trình được Khoa Marketing, TM & DL áp dụng gồm: đánh giá chuyên cần, đánh giá bài tập nhóm, bài tập cá nhân và kiểm tra thường xuyên.

\* Đánh giá giữa kỳ:

Mục đích của loại đánh giá này là đưa ra những kết luận, phân hạng về mức độ đạt được mục tiêu và chất lượng đầu ra, sự tiến bộ của người học tại thời điểm giữa học kỳ. Phương pháp đánh giá giữa học kỳ được sử dụng gồm có: Kiểm tra viết, Báo cáo.

\* Đánh giá cuối kỳ:

Mục đích của loại đánh giá này là đưa ra những kết luận, phân hạng về mức độ đạt được mục tiêu và chất lượng đầu ra, sự tiến bộ của người học tại thời điểm cuối học kỳ. Các phương pháp đánh giá cuối kỳ sử dụng trong loại đánh giá này gồm có: Kiểm tra viết, kiểm tra trắc nghiệm trên giấy, vấn đáp, Báo cáo.

**Bảng 7.1: Quan hệ giữa phương pháp đánh giá và CĐR CTĐT Quản trị marketing**

| **Phương pháp đánh giá** | **Chuẩn đầu ra CTĐT Quản trị marketing**  |
| --- | --- |
| **1.1** | **1.2** | **1.3** | **1.4** | **1.5** | **1.6** | **1.7** | **2.1** | **2.2** | **2.3** | **2.4** | **2.5** | **3.1** | **3.2** | **3.3** |
| **I** | **Đánh giá tiến trình**  |
| ***1*** | ***Chuyên cần*** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | x |  | x | x |  |
| ***2*** | ***Bài tập nhóm, cá nhân*** | x | x | x | x | x | x | x | x | x | x | x | x | x | x | x |
| ***3*** | ***Kiểm tra thường xuyên*** | x | x | x | x | x | **x** | **x** | **x** | **x** | **x** | **x** | **x** | **x** | **x** | **x** |
| 3.1 | Viết | x | x | x | x | x | x | **x** |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 3.2 | Trắc nghiệm |  | x | x | x | x | x |  | **x** |  |  |  |  |  |  |  |
| **II** | **Đánh giá giữa kỳ** |
| 1 | Viết | x | x | x | x | x | x | x | x |  |  |  |  |  |  |  |
| 2 | Thực hành |  |  | x |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **III** | **Đánh giá cuối kỳ** |
| 1 | Viết | x | x | x | x | x | x | x | x |  |  |  |  |  |  |  |
| 2 | Vấn đáp | x | x | x | x | x | x | x | x |  |  |  |  |  |  |  |
| 3 | Trắc nghiệm | x |  |  | x | x |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 4 | Báo cáo |  |  |  | x | X | x | x |  | x | x | x | x | x | x | x |

***7.2. Công cụ, tiêu chí đánh giá***

*7.2.1.Đánh giá chuyên cần*

**Tiêu chí đánh giá 1: Chuyên cần (Class Attendace)**

| **Tiêu chí đánh giá** | **Mức độ đạt chuẩn quy định** | **Trọng số** |
| --- | --- | --- |
| **MỨC 1** | **MỨC 2** | **MỨC 3** | **MỨC 4** | **MỨC 5** |
| **(0)** | **(5.5-6.9)** | **(7.0-8.4)** | **(8.5-8.9)** | **(9,0-10,0)** |
| **Số tiết**  | Đi học(<80%) | Đi học (<81-85%) | Đi học ít chuyên cần(86-90%) | Đi học chuyên cần(91-95%) | Đi học đầy đủ, rất chuyên cần(96-100%) | **50%** |
| **Đóng góp tại lớp** | Không tham gia hoạt động nào tại lớp | 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. | **50%** |

*7.2.2. Bài tập nhóm, cá nhân*

*a. Bài tập nhóm*

Bài tập nhóm được đánh giá gồm 3 thành phần điểm:

- Làm việc nhóm chiếm 20% điểm của bài tập nhóm (Tính theo Tiêu chí đánh giá 2). Sinh viên không tham gia làm việc nhóm thì không được tính điểm nội dung của bài tập nhóm.

- Trình bày bài tập nhóm chiếm 20% điểm của bài tập nhóm (Tính theo Tiêu chí đánh giá 2)

- Nội dung bài tập nhóm chiếm 60% điểm của bài tập nhóm (Tính theo Tiêu chí đánh giá 2)

**Tiêu chí đánh giá 2: Bài tập nhóm**

| **Tiêu chí đánh giá** | **Mức độ đạt chuẩn quy định** | **Trọng số** |
| --- | --- | --- |
| **MỨC 1** | **MỨC 2** | **MỨC 3** | **MỨC 4** | **MỨC 5** |
| **(0)** | **(0.25-4.0)** | **(4.1-6.0)** | **(6.1-8.0)** | **(8.1-10,0)** |
| Làm việc nhóm | 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 khá rõ ràng đánh giá khá chính xác cho các thành viên. Thỉnh thoảng 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 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 | **20%** |
| Trình bày bài tập | 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 đúng yêu cầu (font chữ, cỡ chữ, giãn dòng). Hình vẽ, bảng biểu rõ ràng, phù hợp. Còn một số lỗi nhỏ (lỗi chính tả, nhầm lẫn ghi chú, kích thước) | 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 | **20%** |
| Nội dung bài tập | 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, đúng với yêu cầu nhiệm vụ nhưng chưa hợp lý và thuyết trình chưa tốt theo yêu cầu. Còn một số sai sót trong nội dung. | 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. | **60%** |

*b. Bài tập cá nhân*

Bài tập cá nhân được đánh giá gồm 3 thành phần điểm:

- Nộp bài tập chiếm 20% điểm của bài tập cá nhân (Tính theo Tiêu chí đánh giá 3). Sinh viên không làm bài tập cá nhân thì tính 0 điểm.

- Trình bày bài tập chiếm 20% điểm của bài tập cá nhân (Tính theo Tiêu chí đánh giá 3)

- Nội dung bài tập chiếm 60% điểm của bài tập cá nhân (Tính theo Tiêu chí đánh giá 3)

**Tiêu chí đánh giá 3: Bài tập cá nhân**

| **Tiêu chí đánh giá** | **Mức độ đạt chuẩn quy định** | **Trọng**  |
| --- | --- | --- |
| **MỨC 1** | **MỨC 2** | **MỨC 3** | **MỨC 4** | **MỨC 5** | **số** |
| **(0)** | **(0.25-4.0)** | **(4.1-6.0)** | **(6.1-8.0)** | **(8.1-10.0)** |
| Nộp bài tập | Không nộp bài tập | Nộp bài tập đạt 70% khối lượng được giao. Tất cả các bài chưa đúng thời gian quy định | Nộp bài tập đầy đủ (100% khối lượng được giao). Một số bài tập nộp 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 | **20%** |
| Trình bày bài tập | 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 đúng yêu cầu (font chữ, cỡ chữ, giãn dòng). Hình vẽ, bảng biểu sử dụng trong bài tập rõ ràng, phù hợp. Còn một số lỗi nhỏ (lỗi chính tả, nhầm lẫn ghi chú, kích thước) | 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 | **20%** |
| Nội dung bài tập | 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, đúng với yêu cầu nhiệm vụ nhưng chưa hợp lý. Còn một số sai sót trong nội dung | 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 | **60%** |

*7.2.3. Kiểm tra viết*

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

*7.2.4. Kiểm tra trắc nghiệm*

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

*7.2.5. Thực hành*

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

*7.2.6. Vấn đáp*

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

*7.2.7. Đánh giá Báo cáo thực tập tốt nghiệp*

**Tiêu chí đánh giá 4: Báo cáo thực tập tốt nghiệp**

| **Tiêu chí đánh giá** | **Mức độ đạt chuẩn quy định** | **Trọng**  |
| --- | --- | --- |
| **MỨC 1** | **MỨC 2** | **MỨC 3** | **MỨC 4** | **MỨC 5** | **số** |
| **(0)** | **(0.25-4.0)** | **(4.1-6.0)** | **(6.1-8.0)** | **(8.1-10.0)** |
| **Quá trình thực tập và liên hệ với GVHD** | Không đi thực tập và không liên hệ với GVHD | Hiếm khi đi thực tập và hiếm khi 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 | 30% |
| **BCTTTN giữa kỳ** | **<** 70% nội dung theo kế hoạch | Từ 70% nội dung theo kế hoạch và trình bày theo cầu. | **20%** |
| **BCTTTN cuối kỳ**  |  |  |  |  |  | **50%** |
| Nội dungbáo cáo  | Không có hoặc nội dung được trình bày trong báo cáo không phù hợp với yêu cầu. | Nội dung trình bày trong báo cáo đầy đủ theo yêu cầu. Tính toán sai, không cụ thể, không đáp ứng 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. | ***45%*** |
| Hình thức của báo cáo  | 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. Nhiều lỗi chính tả. Kỹ năng soạn thảo văn bản còn kém | 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. | **5%** |

***7.3. Hệ thống tính điểm***

Điểm học phần được đánh giá theo thang điểm 10 sau đó quy đổi sang thang điểm chữ.

Mức điểm chữ của mỗi học phần được quy đổi qua điểm số theo thang điểm 4 để tính điểm trung bình chung học kỳ và điểm trung bình chung tích lũy.

**8. Cơ sở vật chất phục vụ giảng dạy và học tập**

***8.1. Đội ngũ giảng viên giảng dạy CTĐT Quản trị marketing***

| **STT** | **Họ và tên** | **Ngày, tháng, năm sinh** | **Giới tính** | **Trình độ chuyên môn** | **Chuyên môn được đào tạo** |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Nguyễn Thị Gấm | 25/07/1969 | Nữ | PGS, Tiến sĩ | Quản trị kinh doanh |
|  | Dương Thanh Hà | 02/11/1976 | Nam | Tiến sĩ | QTKD/Marketing  |
|  | Nguyễn Thị Thái Hà | 5/9/1983 | Nữ | Tiến sĩ | QTKD/Marketing  |
|  | Đào Thị Hương | 27/10/1988 | Nữ | Tiến sĩ | Quản trị kinh doanh |
|  | Nguyễn Minh Huệ | 11/7/1983 | Nữ | Thạc sĩ | Quản trị kinh doanh |
|  | Nguyễn Văn Hùng | 4/11/1984 | Nam | Thạc sĩ | Quản trị kinh doanh |
|  | Nguyễn Thị Thanh Huyền | 20/08/1983 | Nữ | Thạc sĩ | Kinh tế học |
|  | Đoàn Quang Huy | 21/1/1987 | Nam | Tiến sĩ | Kinh tế |
|  | Ngô Thị Huyền Trang | 29/9/1987 | Nữ | Tiến sĩ | Quản lý kinh tế |
|  | Trần Nhuận Kiên | 16/08/1981 | Nam | PGS, Tiến sĩ | Thương mại quốc tế |
|  | Bùi Thị Minh Hằng |  | Nữ | Tiến sĩ | Kinh tế nông nghiệp |
|  | Đỗ Thị Thùy Linh | 24/2/1987 | Nữ | Tiến sĩ | Phát triển kinh tế |
|  | Phạm Minh Hương | 23/8/1986 | Nữ | Thạc sĩ | Quản trị lý du lịch |
|  | Bùi Thị Thanh Hương | 06/08/1990 | Nữ | Tiến sĩ | Quản trị kinh doanh |
|  | Vũ Thị Oanh | 20/08/1983 | Nữ | Tiến sĩ | Quản lý và phát triển kinh tế khu vực |
|  | Đặng Thị Ngọc Anh | 17/05/1982 | Nữ | Thạc sĩ | Tiếng Anh |
|  | Đinh Thị Tuyết | 16/07/1988 | Nữ | Tiến sĩ | Chủ nghĩa duy vật biện chứng và chủ nghĩa duy vật lịch sử |
|  | Dương Thanh Hảo | 01/08/1990 | Nữ | Thạc sĩ | Tiếng Anh |
|  | Dương Thị Hương | 26/02/1988 | Nữ | Tiến sĩ | Triết học |
|  | Dương Thu Vân | 14/08/1991 | Nữ | Thạc sĩ | Ngôn ngữ Anh |
|  | Hoàng Thị Huệ | 22/06/1978 | Nữ | Thạc sĩ | Quản trị kinh doanh |
|  | Lê Huy Hoàng | 11/03/1986 | Nam | Thạc sĩ | Tiếng Anh |
|  | Ma Thị Huyền Nga | 15/12/1989 | Nữ | Thạc sĩ | Quản lý kinh tế |
|  | Ngô Thị Hương Giang | 07/10/1979 | Nữ | Tiến sĩ | Thương mại |
|  | Nguyễn Nam Hà | 14/02/1962 | Nam | Thạc sĩ | Giáo dục thể chất - Huấn luyện thể thao |
|  | Nguyễn Ngọc Bính | 06/05/1987 | Nam | Thạc sĩ | Giáo dục thể chất |
|  | Nguyễn Thành Công | 02/09/1984 | Nam | Tiến sĩ | Khoa học quản lý và Công trình |
|  | Nguyễn Thảo Nguyên | 10/04/1990 | Nữ | Thạc sĩ | Quản lý kinh tế |
|  | Nguyễn Thị Kim Nhung | 08/10/1982 | Nữ | Thạc sĩ | Quản trị kinh doanh |
|  | Nguyễn Thị Oanh | 08/02/1990 | Nữ | Thạc sĩ | Quản lý kinh tế |
|  | Nguyễn Thị Thu Hà | 18/10/1989 | Nữ | Thạc sĩ | Quản trị kinh doanh |
|  | Nguyễn Thị Thu Hà | 24/12/1984 | Nữ | Tiến sĩ | Quản trị công |
|  | Nguyễn Tiên Phong | 05/12/1966 | Nam | Thạc sĩ | Giáo dục học |
|  | Nguyễn Vũ Phong Vân | 12/07/1986 | Nữ | Thạc sĩ | Tiếng Anh |
|  | Nông Thị Dung | 16/01/1981 | Nữ | Thạc sĩ | Quản trị doanh nghiệp |
|  | Phạm Thị Hồng | 15/12/1988 | Nữ | Thạc sĩ | Kinh tế nông nghiệp |
|  | Phạm Văn Hạnh | 11/02/1978 | Nam | Tiến sĩ | Quản trị kinh doanh |
|  | Phùng Trần Mỹ Hạnh | 03/03/1991 | Nữ | Thạc sĩ | Kinh tế Nông nghiệp |
|  | Trần Quang Huy | 14/05/1962 | Nam | PGS.TS | Kinh tế nông nghiệp |
|  | Trần Thị Mai Linh | 02/11/1990 | Nữ | Thạc sĩ | Toán học |
|  | Trần Thị Phương Hạnh | 24/11/1986 | Nữ | Thạc sĩ | Hồ Chí Minh học |
|  | Trần Thị Vân Anh | 08/09/1987 | Nữ | Thạc sĩ | Kinh tế Nông nghiệp |
|  | Trần Thị Xuân | 04/02/1984 | Nữ | Thạc sĩ | Khoa học máy tính |
|  | Trần Văn Dũng | 20/05/1963 | Nam | Thạc sĩ | Kinh tế |
|  | Trần Văn Giảng | 06/09/1984 | Nam | Tiến sĩ | Triết học |

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

- Các phòng thực hành và các hệ thống thiết bị quan trọng.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **STT** | **Tên** | **Danh mục trang thiết bị chính** |
| 1 | Phòng thực hành (P.502, P.503, P.504, P.405) | Máy tính, máy in, máy chiếu, điều hòa, hệ thống trang âm loa + mic, các phần mềm phục vụ đào tạo |
| 2 | Phòng học ngoại ngữ (P.501) | Máy tính, máy in, máy chiếu, điều hòa, hệ thống trang âm loa + mic, các phần mềm phục vụ đào tạo |

- Thư viện, trang Web.

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **TT** | **Nhóm ngành****đào tạo** | **Sách giáo trình** | **Cơ sở dữ liệu điện tử** | **Cơ sở dữ liệu điện tử (Sách tham khảo ngoại văn)** | **Tạp chí** |
| 1 | Khối ngành III | 29241 | 141 | 105 | 1128 |

**9. Đề cương chi tiết các học phần *(Phụ lục 3)***

**10. 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)***

**11. Tổ chức thực hiện**

CTĐT Quản trị marketing được áp dụng từ khóa tuyển sinh năm 2022 (Khóa 19)

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.

|  |  |
| --- | --- |
|  | *Thái Nguyên, ngày 5 tháng 8 năm 2022***TRƯỞNG KHOA** |