

CHUẨN ĐẦU RA CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO QUẢN TRỊ MARKETING

*(Ban hành theo Quyết định số 438/QĐ-ĐHKT&QTKD ngày 25 tháng 5 năm 2018 của
Hiệu trưởng trường Đại học Kinh tế & QTKD)*

CHƯƠNG TRÌNH (PROGRAMME): QUẢN TRỊ MARKETING (MARKETING MANAGEMENT)
TRÌNH ĐỘ ĐÀO TẠO (LEVEL OF EDUCATION): ĐẠI HỌC (UNDERGRADUATE)
NGÀNH ĐÀO TẠO (MAJOR): MARKETING (MARKETING)
MÃ NGÀNH ĐÀO TẠO (CODE): 7340115
LOẠI HÌNH ĐÀO TẠO (TYPE OF EDUCATION): CHÍNH QUY (FULL - TIME)

1. Mục tiêu

1.1. Mục tiêu chung

Đào tạo cử nhân marketing có phẩm chất chính trị, đạo đức và sức khỏe tốt, nắm vững kiến thức cơ bản về kinh tế - xã hội, những kiến thức chuyên sâu về marketing. Có khả năng hoạch định chiến lược, chính sách và tổ chức các hoạt động trong lĩnh vực marketing nhằm phát triển các doanh nghiệp, tổ chức kinh tế - xã hội tại các địa phương.

1.2. Mục tiêu cụ thể

Đào tạo cử nhân Quản trị marketing có các kiến thức cơ bản về kinh tế thị trường và các quy luật kinh tế - xã hội; nắm vững đường lối, chính sách của Đảng và pháp luật của nhà nước;

Chuyên ngành Quản trị Marketing trang bị cho sinh viên những kiến thức chuyên sâu về quản trị marketing, về phương thức xây dựng và quảng bá thương hiệu, tìm kiếm thị trường mục tiêu, phân tích, lập kế hoạch, thực hiện và kiểm tra việc thi hành chiến lược Marketing, nhằm đạt đến mục tiêu cuối cùng của doanh nghiệp/tổ chức;

Đào tạo cử nhân có khả năng phân tích các cơ hội thị trường, thực hiện việc phân đoạn thị trường, chọn thị trường mục tiêu phù hợp với mục tiêu và nguồn lực của doanh nghiệp/tổ chức; có khả năng hoạch định chiến lược marketing, triển khai các hoạt động marketing – mix, thực hiện kế hoạch marketing hàng năm,...

2. Chuẩn đầu ra

Hoàn thành chương trình đào tạo, người học có kiến thức, kỹ năng, năng lực tự chủ và trách nhiệm sau:

2.1. Về kiến thức

1. Kiến thức chung về kinh tế xã hội: Hiểu những kiến thức cơ bản về kinh tế thị trường và các quy luật kinh tế xã hội; Hiểu biết đường lối chính sách và pháp luật của Đảng và nhà nước; Hiểu các kiến thức tổng hợp về văn hóa, xã hội và công nghệ.

2. Kiến thức về kinh doanh và quản lý: Hiểu biết các kiến thức cơ bản về hoạt động kinh doanh và quản trị kinh doanh; Áp dụng các kiến thức về quản lý điều hành một doanh nghiệp/tổ chức; Hiểu biết về pháp luật kinh doanh; Áp dụng các kiến thức cơ bản về quản trị nhân sự và tài chính.

3. Phân tích được các vấn đề nghiên cứu marketing, xây dựng và quản lý hệ thống thông tin marketing.

4. Có hiểu biết các kiến thức cơ bản về các yếu tố của môi trường kinh doanh trong nước và quốc tế.

5. Áp dụng các hiểu biết về thị trường, hành vi người tiêu dùng, quản trị giá, quản trị phân phối và quản trị truyền thông marketing, quản trị giá.

6. Áp dụng được các phương pháp, quy trình và nội dung phát triển các chiến lược và kế hoạch marketing.

7. Phân tích nội dung và quy trình quản trị các hoạt động marketing cụ thể của các doanh nghiệp/tổ chức: quản trị thương hiệu, quản trị bán hàng, quản trị quan hệ khách hàng

8. Phân tích được các công việc tổ chức thực hiện và kiểm tra đánh giá hoạt động marketing

2.2. Về kỹ năng

1. Có kỹ năng soạn thảo và truyền tin qua các văn bản chuyên môn; Có kỹ năng thuyết trình các vấn đề chuyên môn; Kỹ năng giao tiếp: giao tiếp bằng văn bản và các phương tiện truyền thông khác; Giao tiếp với các cá nhân trong và ngoài tổ chức; Có kỹ năng chăm sóc khách hàng và đối tác; Kỹ năng đàm phán và thuyết phục.

2. Kỹ năng làm việc theo nhóm: Kỹ năng phối hợp với các thành viên trong nhóm tốt; Có kỹ năng phân công công việc và điều hành nhóm.

3. Kỹ năng tin học, ngoại ngữ: đạt chuẩn đầu ra về ngoại ngữ và tin học theo quy định hiện hành của Trường Đại học Kinh tế & QTKD.

4. Kỹ năng chuyên môn: Xây dựng các chiến lược, kế hoạch, chính sách marketing của doanh nghiệp/tổ chức; Xây dựng và triển khai được các dự án nghiên cứu marketing; Xây dựng hệ thống thông tin marketing; Triển khai các hoạt động marketing tới các bộ phận có liên quan của doanh nghiệp/tổ chức; Kiểm tra đánh giá hoạt động marketing; Tổ chức và thực hiện các hoạt động marketing cụ thể: Quản trị thương hiệu, quản trị giá, phân

phối và bán hàng, quản trị hoạt động truyền thông, Quản trị và phát triển sản phẩm, quản trị quan hệ khách hàng.

5. Kỹ năng quản lý nhân viên và lãnh đạo nhóm chuyên môn: Kỹ năng xác định vấn đề, phân tích đánh giá các vấn đề marketing, đề xuất các giải pháp xử lý vấn đề; Kỹ năng phân tích xử lý độc lập các vấn đề về marketing; Kỹ năng truyền thông nội bộ và truyền thông tới khách hàng và xã hội.

2.3. Năng lực tự chủ và trách nhiệm

1. Có ý thức học và tự học; Chủ động trong công việc, biết lắng nghe nhưng cũng rất cần có lập trường tư tưởng vững vàng. Có tính quyết đoán, dám nghĩ, biết làm và dám chịu trách nhiệm.

2. Tự chủ, trung thực, tự tin, linh hoạt, kiên trì theo đuổi mục tiêu, nhiệt tình, say mê sáng tạo, dám đương đầu với thử thách và khát vọng trở thành doanh nhân, nhà lãnh đạo, chuyên gia marketing cao cấp.

3. Có trách nhiệm với xã hội và tuân thủ pháp luật; Chấp hành các qui định của nhà nước và pháp luật, sống và làm việc có trách nhiệm với cộng đồng và xã hội, trân trọng các giá trị đạo đức của dân tộc; Hiểu biết vai trò của marketing để nâng cao giá trị của cuộc sống, đóng góp cho xã hội;

4. Có tinh thần trách nhiệm với các nhiệm vụ được giao, thường xuyên đổi mới trong công việc mang lại lợi ích cho cộng đồng và XH.

3. Vị trí và nơi làm việc sau khi tốt nghiệp

3.1. Nhóm 1 - Chuyên viên marketing

Có khả năng thích ứng cao trong công việc liên quan đến lĩnh vực marketing, có đủ năng lực làm việc liên quan đến khoa học quản lý, quản trị nguồn nhân lực, chiến lược và chính sách kinh doanh, phát triển thị trường, phát triển văn hóa doanh nghiệp – xử lý xung đột, nghệ thuật lãnh đạo và thương lượng đàm phán trong kinh doanh. Vị trí chuyên viên hoặc quản lý đảm nhiệm các công tác marketing trong mọi loại hình doanh nghiệp. Công việc marketing xã hội, tổ chức sự kiện trong các tổ chức phi lợi nhuận, các tổ chức xã hội và tổ chức phi lợi nhuận.

3.2. Nhóm 2- Chuyên viên tư vấn và hoạch định chính sách marketing

Có năng lực làm việc tại các bộ sở, ban, ngành liên quan và các cơ quan quản lý nhà nước về kinh tế, các tổ chức tư vấn thị trường; có thể đảm đương tốt các công việc: tư vấn viên, trợ lý phân tích, lập báo cáo về thị trường và tham gia hoạch định, xây dựng chính sách marketing. Triền vọng trong tương lai có thể trở thành các chuyên gia phân tích, tư vấn, lãnh đạo, quản lý cao cấp về marketing.

3.3. Nhóm 3- Nghiên cứu viên và giảng viên

Có khả năng nghiên cứu và giảng dạy tại các cơ sở nghiên cứu, cơ sở giáo dục đại học về lĩnh vực kinh tế, quản trị kinh doanh. Tham gia nghiên cứu các vấn đề có liên quan đến quản trị kinh doanh, giảng dạy các môn học thuộc lĩnh vực marketing. Triển vọng trong tương lai có thể trở thành nghiên cứu viên, giảng viên có trình độ trong lĩnh vực quản trị kinh doanh, chuyên sâu về marketing..

Thái Nguyên, ngày 25 tháng 5 năm 2018

TRƯỞNG KHOA

(Ký và ghi rõ họ tên)