

CHUẨN ĐẦU RA
CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO QUẢN TRỊ MARKETING

(Ban hành kèm theo Quyết định số: 269/QĐ-ĐHKT&QTKD-ĐT ngày 14 tháng 3 năm 2022 của Hiệu trưởng trường ĐH Kinh tế và QTKD)

CHƯƠNG TRÌNH (PROGRAM)	QUẢN TRỊ MARKETING (MARKETING MANAGEMENT)
NGÀNH ĐÀO TẠO (MAJOR)	MARKETING (MARKETING)
MÃ NGÀNH ĐÀO TẠO (CODE)	7340115
DANH HIỆU TỐT NGHIỆP (ACADEMIC DEGREE)	CỬ NHÂN (BACHELOR)

I. Mục tiêu của chương trình đào tạo (Program Objectives - POs)

*** 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.

*** Mục tiêu cụ thể**

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.

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 cầu trong công việc thuộc lĩnh vực quản trị marketing, có tư duy khởi nghiệp.

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

PLO1. Kiến thức

Người học sau khi tốt nghiệp CTĐT Quản trị Marketing sẽ có những kiến thức sau:

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.

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 cơ sở kinh doanh và tổ chức.

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.

1.4. Đưa ra được các nhận định về môi trường kinh doanh, môi trường marketing và thị trường.

1.5. Xây dựng chiến lược, kế hoạch marketing và tổ chức hoạt động marketing trong các cơ sở kinh doanh.

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.

1.7. Phân tích được các hoạt động quản trị marketing trong cơ sở kinh doanh, tổ chức kinh tế.

PLO2. Kỹ năng

Người học sau khi tốt nghiệp CTĐT Quản trị Marketing sẽ có những kỹ năng sau:

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.

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.

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.

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.

2.5. Am hiểu khách hàng, truyền đạt thông tin hiệu quả, dẫn dắt khởi nghiệp và tạo việc làm.

PLO3. Năng lực tự chủ và trách nhiệm

Người học sau khi tốt nghiệp CTĐT Quản trị Marketing sẽ có những năng lực tự chủ và trách nhiệm sau:

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.

3.2. 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. Có khả năng làm việc độc lập, làm việc nhóm và thích ứng trong các điều kiện làm việc khác nhau.

III. Vị trí và nơi làm việc 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. Ma trận mức độ đáp ứng giữa chuẩn đầu ra của chương trình đào tạo và các văn bản quy định của Nhà nước, Bộ Giáo dục và Đào tạo, các bộ tiêu chuẩn đánh giá chất lượng và tiêu chuẩn nghề nghiệp

1. Đánh giá mức độ đáp ứng giữa chuẩn đầu ra của chương trình đào tạo so với yêu cầu chuẩn đầu ra trong Khung trình độ quốc gia.

Khung trình độ quốc gia	Chuẩn đầu ra CTĐT QTM
Kiến thức	
Kiến thức thực tế vững chắc, kiến thức lý thuyết sâu, rộng trong phạm vi của ngành đào tạo	<p>1.1. Vận 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.</p> <p>1.2. Vận 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 cơ sở kinh doanh và tổ chức.</p>
Kiến thức cơ bản về khoa học xã hội, khoa học chính trị và pháp luật.	<p>1.1. Vận 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.</p> <p>1.2. Vận 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 cơ sở kinh doanh và tổ chức.</p>
Kiến thức về công nghệ thông tin đáp ứng yêu cầu công việc	1.3. Vận dụng các kiến thức cơ bản về công nghệ thông tin để đáp ứng yêu cầu công việc.
Kiến thức về lập kế hoạch, tổ chức và giám sát các quá trình trong một lĩnh vực hoạt động cụ thể	<p>1.4. Đưa ra được các nhận định về môi trường kinh doanh, môi trường marketing và thị trường.</p> <p>1.5. Xây dựng chiến lược, kế hoạch marketing và tổ chức hoạt động marketing trong các cơ sở kinh doanh.</p>

Kiến thức cơ bản về quản lý, điều hành hoạt động chuyên môn	<p>1.6. Triển khai các hoạt động tác nghiệp chức năng trong lĩnh vực quản trị marketing.</p> <p>1.7. Phân tích được các hoạt động quản trị marketing trong cơ sở kinh doanh, tổ chức kinh tế.</p>
Kỹ năng	
Kỹ năng cần thiết để có thể giải quyết các vấn đề phức tạp.	2.2. Vận dụng quá trình thu thập quản lý thông tin về marketing để giải quyết các tình huống phát sinh trong quá trình quản trị marketing.
Kỹ năng dẫn dắt, khởi nghiệp, tạo việc làm cho mình và cho người khác	2.5. Am hiểu khách hàng, truyền đạt thông tin hiệu quả, dẫn dắt khởi nghiệp và tạo việc làm.
Kỹ năng phản biện, phê phán và sử dụng các giải pháp thay thế trong điều kiện môi trường không xác định hoặc thay đổi	<p>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.</p> <p>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.</p>
Kỹ năng đánh giá chất lượng công việc sau khi hoàn thành và kết quả thực hiện của các thành viên trong nhóm	2.3. Triển khai quá trình quản trị marketing trong doanh nghiệp: phân tích, lập kế hoạch, thực hiện và đánh giá hoạt động marketing.
Kỹ năng truyền đạt vấn đề và giải pháp tới người khác tại nơi làm việc; chuyển tải, phổ biến kiến thức, kỹ năng trong việc thực hiện những nhiệm vụ cụ thể hoặc phức tạp	<p>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.</p> <p>2.5. Am hiểu khách hàng, truyền đạt thông tin hiệu quả, dẫn dắt khởi nghiệp và tạo việc làm.</p>
Có năng lực ngoại ngữ bậc 3/6 Khung năng lực ngoại ngữ của Việt Nam	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.
Mức tự chủ và trách nhiệm	

<p>Làm việc độc lập hoặc làm việc theo nhóm trong điều kiện làm việc thay đổi, chịu trách nhiệm cá nhân và trách nhiệm đối với nhóm</p>	<p>3.1. Có khả năng tự học tập để nâng cao trình độ chuyên môn và năng lực của bản thân.</p> <p>3.3. Có khả năng làm việc độc lập, làm việc nhóm và thích ứng trong các điều kiện làm việc khác nhau; lập kế hoạch, điều phối, quản lý các nguồn lực, đánh giá và cải thiện hiệu quả các hoạt động marketing.</p>
<p>Tự định hướng, đưa ra kết luận chuyên môn và có thể bảo vệ được quan điểm cá nhân</p>	<p>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.</p>
<p>Lập kế hoạch, điều phối, quản lý các nguồn lực, đánh giá và cải thiện hiệu quả các hoạt động</p>	<p>3.3. Có khả năng làm việc độc lập, làm việc nhóm và thích ứng trong các điều kiện làm việc khác nhau; lập kế hoạch, điều phối, quản lý các nguồn lực, đánh giá và cải thiện hiệu quả các hoạt động marketing.</p>