

MỤC LỤC

CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO

1. Mục tiêu đào tạo	2
2. Chuẩn đầu ra.....	3
3. Khối lượng kiến thức toàn khóa	5
3.1. Tóm tắt yêu cầu chương trình đào tạo	7
3.2. Khung và chương trình đào tạo	7
3.3. Dự kiến phân bổ số học phần theo học kỳ (học đúng tiến độ)	12

Hà Nội, ngày tháng năm 2019

CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO

(Ban hành kèm theo Quyết định số /QĐ-TĐHHN, ngày tháng năm 2019
của Hiệu trưởng Trường Đại học Tài nguyên và Môi trường Hà Nội)

Tên chương trình: **MARKETING**

Ngành đào tạo: **MARKETING**

Mã số: **7340115**

Trình độ đào tạo: **Đại học chính quy**

1. Mục tiêu

- Mục tiêu chung: Đào tạo cử nhân Marketing đạt được các mục tiêu sau:
 - + Có kiến thức chuyên môn về Marketing; có kỹ năng cơ bản để vận dụng sáng tạo và hiệu quả các kiến thức về marketing vào thực tế công việc; có khả năng tự học tập để thích ứng với môi trường kinh doanh trong điều kiện hội nhập quốc tế, đáp ứng nhu cầu thực tiễn của thị trường lao động;
 - + Có phẩm chất chính trị đạo đức tốt, có ý thức tổ chức kỷ luật, đạo đức nghề nghiệp và trách nhiệm công dân; có sức khỏe tốt, có khả năng tìm việc làm phục vụ sự nghiệp xây dựng, phát triển đất nước;
 - + Có thể học tập lên trình độ cao hơn.
- Mục tiêu cụ thể:
 - + **Về kiến thức**
Kiến thức chung:
 - Nắm vững Nguyên lý Mác – Lênin và tư tưởng Hồ Chí Minh, nhận thức rõ đường lối của Đảng cộng sản Việt Nam.
 - Nắm vững những kiến thức chung, cơ bản về nền kinh tế, quản lý và kinh doanh bao gồm: Kinh tế vi mô, Kinh tế vĩ mô, Nguyên lý thống kê kinh tế, Quản trị học, Tài chính - tiền tệ,...
 - Nắm vững các kiến thức liên quan đến lĩnh vực Marketing như: Marketing căn bản, Lý thuyết truyền thông,...
 - Kiến thức cơ sở và chuyên môn:
 - *Đối với hướng chuyên sâu Quản trị marketing*: Hiểu và vận dụng những kiến thức chuyên sâu về lĩnh vực Quản trị marketing để thực hiện các nhiệm vụ nghề

nghiệp như: Kế hoạch marketing, các mô hình marketing, marketing bền vững, quản trị chiến lược giá doanh nghiệp, quản trị kênh phân phối, lập kế hoạch sản phẩm, phân tích marketing.

- *Đối với hướng chuyên sâu Quản trị thương hiệu:* Hiểu và vận dụng các kiến thức chuyên sâu về lĩnh vực Quản trị thương hiệu để thực hiện hoạt động quản trị doanh nghiệp nói chung và quản trị thương hiệu nói riêng, cụ thể như: Hệ thống nhận diện thương hiệu, định giá và nhượng quyền thương hiệu, xây dựng thương hiệu qua phương tiện truyền thông kỹ thuật số, quản trị quan hệ khách hàng, hoạt động thương mại về sở hữu trí tuệ, quản trị và phát triển sản phẩm mới, chiến lược thương hiệu.

- *Đối với hướng chuyên sâu truyền thông marketing:* Hiểu và vận dụng các kiến thức chuyên sâu về lĩnh vực truyền thông marketing để thực hiện hoạt động quản trị doanh nghiệp nói chung và truyền thông marketing nói riêng, cụ thể như: Xử lý khủng hoảng truyền thông, quảng cáo và trưng bày tại điểm bán, kế hoạch truyền thông marketing, truyền thông đa phương tiện, truyền thông báo chí, truyền thông quốc tế, tổ chức sự kiện.

+ Về kỹ năng

Biết vận dụng sáng tạo các kiến thức đã học để giải quyết các vấn đề nảy sinh trong thực tiễn công việc như:

Đối với hướng chuyên sâu Quản trị marketing:

Tư vấn các vấn đề liên quan đến marketing, quản trị marketing. Phân tích, lập kế hoạch, triển khai và đánh giá hiệu quả marketing, quản trị marketing cho các loại hình doanh nghiệp, các tổ chức xã hội, cơ quan quản lý nhà nước.

Đối với hướng chuyên sâu Quản trị thương hiệu:

Tư vấn các vấn đề về thiết kế, xây dựng chiến lược thương hiệu và quản lý thương hiệu cho các sản phẩm, các loại hình doanh nghiệp, các tổ chức xã hội, cơ quan quản lý nhà nước.

Đối với hướng chuyên sâu truyền thông marketing:

Xây dựng chiến lược truyền thông marketing cho các loại hình doanh nghiệp, các tổ chức xã hội, cơ quan quản lý nhà nước. Sử dụng các công cụ truyền thông, xử lý khủng hoảng truyền thông một cách hiệu quả.

Thể hiện được khả năng tổ chức, quản lý, làm việc theo nhóm.

+ Về thái độ

- Xác định được lập trường tư tưởng vững vàng, đạo đức và lối sống lành mạnh; nắm vững được các đường lối chủ trương chính sách của Đảng và pháp luật của Nhà nước về marketing.

- Thể hiện rõ tinh thần trách nhiệm, ước mơ, khát khao, lòng yêu nghề, ý thức cộng đồng và bảo vệ môi trường.

- Biết vận dụng một cách linh hoạt, sáng tạo lý thuyết để giải quyết hiệu quả các vấn đề nảy sinh trong thực tiễn nghề nghiệp.

- Thể hiện tinh thần ý chí vươn lên trong công việc và hoàn thiện bản thân để trở thành nhà marketing giỏi trong tương lai.

2. Chuẩn đầu ra

2.1. Kiến thức

2.1.1. Kiến thức đại cương

- Nhận thức được những vấn đề cơ bản về chủ nghĩa Mác - Lênin và tư tưởng Hồ Chí Minh, đường lối cách mạng của Đảng Cộng sản Việt Nam, pháp luật của Nhà nước và công tác An ninh - Quốc phòng;

- Hiểu được các kiến thức về khoa học tự nhiên làm nền tảng để học tập các môn cơ sở ngành và chuyên sâu.

2.1.2. Kiến thức cơ sở ngành

Hiểu và vận dụng được các kiến thức về lĩnh vực kinh tế, quản trị, marketing, tài chính, kế toán, thống kê, tài nguyên và môi trường, tâm lý khách hàng, truyền thông, quan hệ công chúng làm cơ sở nghiên cứu các nội dung kiến thức chuyên sâu.

2.1.3. Kiến thức ngành

- *Đối với hướng chuyên sâu Quản trị marketing:* Hiểu và vận dụng những kiến thức chuyên sâu về lĩnh vực Quản trị marketing để thực hiện các nhiệm vụ nghề nghiệp như: Kế hoạch marketing, các mô hình marketing, marketing bền vững, quản trị chiến lược giá doanh nghiệp, quản trị kênh phân phối, lập kế hoạch sản phẩm, phân tích marketing.

- *Đối với hướng chuyên sâu Quản trị thương hiệu:* Hiểu và vận dụng các kiến thức chuyên sâu về lĩnh vực Quản trị thương hiệu để thực hiện hoạt động quản trị doanh nghiệp nói chung và quản trị thương hiệu nói riêng, cụ thể như: Hệ thống nhận diện thương hiệu, định giá và nhượng quyền thương hiệu, xây dựng thương hiệu qua phương tiện truyền thông kỹ thuật số, quản trị quan hệ khách hàng, hoạt động thương mại về sở hữu trí tuệ, quản trị và phát triển sản phẩm mới, chiến lược thương hiệu.

- *Đối với hướng chuyên sâu truyền thông marketing:* Hiểu và vận dụng các kiến thức chuyên sâu về lĩnh vực truyền thông marketing để thực hiện hoạt động quản trị doanh nghiệp nói chung và truyền thông marketing nói riêng, cụ thể như: Xử lý khủng hoảng truyền thông, quảng cáo và trưng bày tại điểm bán, kế hoạch truyền thông marketing, truyền thông đa phương tiện, truyền thông báo chí, truyền thông quốc tế, tổ chức sự kiện.

2.1.4. Kiến thức thực tập và khóa luận tốt nghiệp

Hiểu thực tế công việc chuyên môn ngành marketing, theo ba hướng chuyên sâu quản trị marketing, quản trị thương hiệu và truyền thông marketing; có kỹ năng nghề

nghiệp về lĩnh vực marketing, theo ba hướng chuyên sâu quản trị marketing, quản trị thương hiệu và truyền thông marketing để tổng hợp để giải quyết các vấn đề thực tế.

2.1.5. Kiến thức Tiếng Anh và Tin học

- Đạt chuẩn bậc 2 theo khung năng lực ngoại ngữ 6 bậc dùng cho Việt Nam, được ban hành kèm theo Thông tư số 01/2014/TT-BGDĐT ngày 24 tháng 01 năm 2014 của Bộ trưởng Bộ Giáo dục và Đào tạo (Tương đương bậc A2 theo khung tham chiếu chung Châu Âu), do Trường Đại học Tài nguyên và Môi trường Hà Nội tổ chức thi sát hạch hoặc do các đơn vị khác được Bộ Giáo dục và Đào tạo cho phép. Ngoài ra sinh viên đạt chuẩn đầu ra Tiếng Anh khi đạt 1 trong các chứng chỉ tương đương từ A2 trở lên theo bảng quy đổi sau:

Khung tham chiếu CEFR	IELTS	TOEIC	TOEFL ITP	TOEFL CBT	TOEFL IBT	Cambridge Tests	Chuẩn Việt Nam
A2	3.5	400	400	96	40	45 – 64 PET 70 – 89 KET	2

- Đạt chuẩn Kỹ năng sử dụng Công nghệ thông tin cơ bản theo Thông tư 03/2014/TT-BTTTT ngày 11 tháng 3 năm 2014 của Bộ trưởng Bộ Thông tin và Truyền thông, quy định về Chuẩn kỹ năng sử dụng công nghệ thông tin và tương đương do Trường Đại học Tài nguyên và Môi trường Hà Nội tổ chức thi sát hạch.

- Sử dụng được Internet và một số phần mềm chuyên ngành để phục vụ tốt yêu cầu công việc.

2.2. Kỹ năng

2.2.1. Kỹ năng nghề nghiệp

- Khả năng lập luận tư duy và giải quyết vấn đề: Tìm hiểu, xác định nguyên nhân vấn đề, đề xuất các giải pháp, ra quyết định, lựa chọn giải pháp tối ưu nhất thông qua phân tích, tính toán;

- Khả năng nghiên cứu và khám phá kiến thức: Nghiên cứu tài liệu, thu thập, xử lý thông tin về lĩnh vực quản trị marketing, quản trị thương hiệu và truyền thông marketing;

- Khả năng điều hành, quản lý công việc: Xây dựng và điều phối công việc có tính khoa học, hợp lý; tham gia tư vấn cho các cá nhân, tổ chức trong lĩnh vực quản trị marketing, quản trị thương hiệu và truyền thông marketing;

- Năng lực vận dụng kiến thức, kỹ năng vào thực tiễn:

Đối với hướng chuyên sâu Quản trị marketing:

Tư vấn các vấn đề liên quan đến marketing, quản trị marketing. Phân tích, lập kế hoạch, triển khai và đánh giá hiệu quả marketing, quản trị marketing cho các loại hình doanh nghiệp, các tổ chức xã hội, cơ quan quản lý nhà nước.

Đối với hướng chuyên sâu Quản trị thương hiệu:

Tư vấn các vấn đề về thiết kế, xây dựng chiến lược thương hiệu và quản lý thương hiệu cho các sản phẩm, các loại hình doanh nghiệp, các tổ chức xã hội, cơ quan quản lý nhà nước.

Đối với hướng chuyên sâu truyền thông marketing:

Xây dựng chiến lược truyền thông marketing cho các loại hình doanh nghiệp, các tổ chức xã hội, cơ quan quản lý nhà nước. Sử dụng các công cụ truyền thông, xử lý khủng hoảng truyền thông một cách hiệu quả.

2.2.2. Kỹ năng mềm

- *Kỹ năng làm việc độc lập và theo nhóm:* Có khả năng tự giải quyết các vấn đề nảy sinh trong công việc hoặc phối hợp với đồng nghiệp, hợp tác và hỗ trợ nhau để đạt đến mục tiêu đã đặt ra;

- *Kỹ năng quản lý, lãnh đạo:* Có khả năng phân công và đánh giá hoạt động nhóm và tập thể; Phát triển và duy trì quan hệ tốt với các đối tác; Truyền cảm hứng, tạo động lực cho cá nhân và tập thể;

- *Kỹ năng giao tiếp và sử dụng ngoại ngữ:* Có kỹ năng giao tiếp với đối tác, đồng nghiệp và cấp trên; Có kỹ năng thuyết trình và đàm phán tốt; Có trình độ giao tiếp Tiếng Anh cơ bản; Đọc và hiểu biết cơ bản các thuật ngữ chuyên môn;

- *Kỹ năng tìm việc làm:* Có khả năng tự tìm kiếm thông tin về việc làm, chuẩn bị hồ sơ xin việc và trả lời phỏng vấn nhà tuyển dụng.

2.3. Phẩm chất đạo đức

2.3.1. Phẩm chất đạo đức cá nhân

- Có ý thức kỷ luật, tinh thần trách nhiệm trong công việc, chấp hành sự phân công của lãnh đạo;

- Khiêm tốn, ham học hỏi, tôn trọng mọi người;

- Sống hòa đồng với tập thể, có tinh thần tương thân tương ái, sẵn sàng giúp đỡ đồng nghiệp và giữ gìn đoàn kết trong đơn vị.

2.3.2. Phẩm chất đạo đức nghề nghiệp

Trung thực, cẩn thận; có tinh thần trách nhiệm với công việc; ý thức tổ chức kỷ luật tốt; có tinh thần hòa đồng, hợp tác với đồng nghiệp.

2.3.3. Phẩm chất đạo đức xã hội

- Chấp hành nghiêm chỉnh Hiến pháp và pháp luật, các chủ trương của Đảng và chính sách của Nhà nước, có cuộc sống lành mạnh và tôn trọng các quy tắc sinh hoạt công cộng; chấp hành tốt nội quy, quy chế của nơi làm việc;

- Thể hiện văn minh, lịch sự trong giao tiếp, ứng xử và trang phục phù hợp;

- Có tinh thần đấu tranh tự phê bình và phê bình, biết đấu tranh bảo vệ lẽ phải;

- Có ý thức bảo vệ tài nguyên môi trường.

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

- *Đối với hướng chuyên sâu quản trị marketing:* Sau khi tốt nghiệp, cử nhân chuyên ngành quản trị marketing có thể làm việc trong các cơ quan nhà nước (từ trung ương đến địa phương), các doanh nghiệp, các viện nghiên cứu, các trường đại học, các tổ chức tư vấn, các tổ chức chính trị, các tổ chức xã hội. Cụ thể:

+ Bộ phận tư vấn, phân tích, hoạch định, thực thi và đánh giá chính sách về marketing của các Bộ, các Sở, các Phòng/ban chức năng của các cơ quan quản lý nhà nước.

+ Bộ phận kế hoạch, bộ phận marketing, bộ phận nghiên cứu thị trường, bộ phận chăm sóc khách hàng,... của các doanh nghiệp và các tổ chức khác.

+ Các trường đại học, các viện nghiên cứu, các cơ quan tư vấn chính sách về marketing với tư cách là giảng viên, nghiên cứu viên và chuyên gia.

- *Đối với hướng chuyên sâu quản trị thương hiệu:* Sau khi tốt nghiệp, cử nhân chuyên ngành quản trị thương hiệu có thể làm việc trong các cơ quan nhà nước (từ trung ương đến địa phương), các doanh nghiệp, các viện nghiên cứu, các trường đại học, các tổ chức tư vấn, các tổ chức chính trị, các tổ chức xã hội. Cụ thể:

+ Bộ phận tư vấn, phân tích, hoạch định, thực thi và đánh giá chính sách về thương hiệu của các Bộ, các Sở, các Phòng/ban chức năng của các cơ quan quản lý nhà nước.

+ Bộ phận kế hoạch, bộ phận marketing, bộ phận quản trị thương hiệu,... của các doanh nghiệp và các tổ chức khác.

+ Các trường đại học, các viện nghiên cứu, các cơ quan tư vấn chính sách về marketing và thương hiệu với tư cách là giảng viên, nghiên cứu viên và chuyên gia.

- *Đối với hướng chuyên sâu truyền thông marketing:* Sau khi tốt nghiệp, cử nhân chuyên ngành truyền thông marketing có thể làm việc trong các cơ quan quản lý nhà nước về kinh tế (từ trung ương đến địa phương), các doanh nghiệp, các viện nghiên cứu, các trường đại học, các tổ chức tư vấn, các tổ chức chính trị, các tổ chức xã hội. Cụ thể:

+ Bộ phận tư vấn, phân tích, hoạch định, thực thi và đánh giá chính sách về truyền thông trong marketing của các Bộ, các Sở, các Phòng/ban chức năng của các cơ quan quản lý nhà nước.

+ Bộ phận kế hoạch, bộ phận truyền thông, bộ phận chăm sóc khách hàng, bộ phận quan hệ công chúng, ... của các doanh nghiệp và các tổ chức khác.

+ Các trường đại học, các viện nghiên cứu, các cơ quan tư vấn chính sách về marketing và truyền thông marketing với tư cách là giảng viên, nghiên cứu viên và chuyên gia.

3. Khối lượng kiến thức toàn khóa

3.1. Tóm tắt yêu cầu chương trình đào tạo

Tổng số tín chỉ (TC) phải tích lũy	132
Trong đó:	
- Khối kiến thức Giáo dục đại cương (Không tính các môn học GDTC, GDQP-AN)	27
- Khối kiến thức Giáo dục chuyên nghiệp	105
• Kiến thức cơ sở ngành	23
• Kiến thức ngành và chuyên sâu	70
• Kiến thức thực tập và khóa luận tốt nghiệp	12

3.2. Khung và chương trình đào tạo

Ký hiệu: - LT: Lý thuyết

- TL, TH, TT: Thảo luận, thực hành, thực tập

TT	Tên học phần	Mã học phần	Tổng số TC	Số giờ TC			Mã học phần học trước
				LT	TL, TH, TT	Tự học	
I	Khối kiến thức giáo dục đại cương		27				
I.1	Lý luận chính trị		10				
1	Những nguyên lý cơ bản của chủ nghĩa Mác-Lênin 1	LTML2101	2	22	08	60	
2	Những nguyên lý cơ bản của chủ nghĩa Mác-Lênin 2	LTML2101	3	32	13	90	LTML2101
3	Tư tưởng Hồ Chí Minh	LTTT2101	2	21	09	60	LTML2101; LTML2102
4	Đường lối cách mạng của Đảng cộng sản Việt Nam	LTĐL2101	3	32	13	90	LTML2101; LTML2102; LTTT2101
I.2	Khoa học xã hội		4				
5	Kỹ năng mềm	KTQU2151	2	20	10	60	
6	Pháp luật đại cương	LTPL2101	2	20	10	60	
I.3	Ngoại ngữ		8				
7	Tiếng Anh 1	NNTA2101	3	08	37	90	
8	Tiếng Anh 2	NNTA2102	3	06	39	90	NNTA2101
9	Tiếng Anh 3	NNTA2103	2	06	24	60	NNTA2101

TT	Tên học phần	Mã học phần	Tổng số TC	Số giờ TC			Mã học phần học trước
				LT	TL, TH, TT	Tự học	
I.4	Khoa học tự nhiên – Tin học		5				
10	Tin học đại cương	CTKH2151	2	20	10	60	KĐTO2108
11	Toán cao cấp	KĐTO2108	3	25	20	90	
I.5	Giáo dục thể chất		5				
I.6	Giáo dục quốc phòng - an ninh		165 tiết				
II	Khối kiến thức giáo dục chuyên nghiệp		105				
II.1	Kiến thức cơ sở ngành		23				
12	Kinh tế vi mô	KTKH2301	3	33	12	90	
13	Kinh tế vĩ mô	KTKH2302	3	35	10	90	
14	Nguyên lý thống kê kinh tế	KTPT2301	2	19	11	60	KĐTO2108; KTKH2301
15	Nguyên lý kế toán	KTKE2501	3	30	15	90	KTKH2301; KTKH2302
16	Quản trị học	MNT101	3	36	09	90	
17	Marketing căn bản	BMA202	2	24	06	60	
18	Tài chính - Tiền tệ	KTTC2304	2	24	06	60	
19	Kinh tế tài nguyên và môi trường	KTTN2301	2	23	07	60	KTKH2301
20	Lý thuyết truyền thông	KTQU2337	3	36	09	90	
II.2	Kiến thức ngành		50				
21	Quản trị kinh doanh	KTQU2508	3	36	09	90	MNT101
22	Marketing truyền thông xã hội	KTQU2638	3	36	09	90	
23	Đạo đức và trách nhiệm xã hội trong marketing	KTQU2539	2	20	10	60	
24	Hành vi khách hàng	KTQU2540	3	28	17	90	
25	Kế toán tài chính	KTKE2511	3	30	15	90	KTKE2301
26	Truyền thông marketing tích hợp	KTQU2541	3	34	11	90	
27	Marketing chiến lược	KTQU2642	2	20	10	60	

TT	Tên học phần	Mã học phần	Tổng số TC	Số giờ TC			Mã học phần học trước
				LT	TL, TH, TT	Tự học	
28	Marketing thương mại và dịch vụ	KTQU2543	2	21	09	60	
29	Digital marketing	KTQU2544	2	20	10	60	
30	Marketing quốc tế	KTQU2545	2	20	10	60	BMA202
31	Quản trị Marketing	KTQU2510	3	36	09	90	MNT101; BMA202
32	Quản trị bán hàng	KTQU2646	3	35	10	90	MNT101
33	Nghiên cứu Marketing	KTQU2547	3	36	09	90	BMA202
34	Tâm lý khách hàng	KTQU2548	2	20	10	60	
35	Quan hệ công chúng	KTQU2649	3	36	09	90	
36	Quản trị thương hiệu	KTQU2550	3	36	09	90	MNT101
37	Kỹ năng phát triển nghề nghiệp	KTQU2584	2	21	09	60	
38	Thương mại điện tử	KTQU2506	2	24	06	60	CTKH2151; BMA202
39	Kiến tập nghề nghiệp	KTQU2551	4		20 ngày y	40	MNT101; BMA202; KTQU2337
II.3	Thực tập và khóa luận tốt nghiệp		12				
40	Thực tập tốt nghiệp	KTQU2752	6		90	180	KTQU2508; KTQU2510; KTQU2547
41	Khóa luận tốt nghiệp	KTQU2853	6		90	180	Tất cả các môn trong chương trình
II.4	Khối kiến thức chuyên sâu		20				
Quản trị marketing			20				
42	Thực hành nghề nghiệp	KTQU2554	4		8 tuần	16 tuần	MNT101; BMA202; KTKH2301; KTKH2302;

TT	Tên học phần	Mã học phần	Tổng số TC	Số giờ TC			Mã học phần học trước
				LT	TL, TH, TT	Tự học	
							KTTC2304
43	Kế hoạch marketing	KTQU2555	3	34	11	90	
44	Mô hình marketing	KTQU2556	2	17	13	60	
45	Marketing bền vững	KTQU2557	2	19	11	60	
46	Quản trị chiến lược giá doanh nghiệp	KTQU2558	2	20	10	60	
47	Quản trị kênh phân phối	KTQU2559	2	24	06	60	
48	Lập kế hoạch sản phẩm	KTQU2560	2	24	06	60	
49	Phân tích Marketing	KTQU2561	3	35	10	90	
Quản trị thương hiệu			20				
42	Thực hành nghề nghiệp	KTQU2562	4		8 tuần	16 tuần	MNT101; BMA202; KTKH2301; KTKH2302; KTTC2304
43	Hệ thống nhận diện thương hiệu	KTQU2563	2	36	09	90	
44	Định giá và nhượng quyền thương hiệu	KTQU2564	3	36	09	90	
45	Xây dựng thương hiệu qua phương tiện truyền thông kỹ thuật số	KTQU2565	2	24	06	60	
46	Quản trị quan hệ khách hàng	KTQU2566	2	20	10	60	
47	Hoạt động thương mại về sở hữu trí tuệ	KTQU2567	2	25	05	60	
48	Quản trị và phát triển sản phẩm mới	KTQU2568	3	33	12	90	
49	Chiến lược thương hiệu	KTQU2569	2	24	06	60	
Truyền thông marketing			20				
42	Thực hành nghề nghiệp	KTQU2570	4		8 tuần	16 tuần	MNT101; BMA202; KTKH2301;

TT	Tên học phần	Mã học phần	Tổng số TC	Số giờ TC			Mã học phần học trước
				LT	TL, TH, TT	Tự học	
							KTKH2302; KTTC2304
43	Xử lý khủng hoảng truyền thông	KTQU2571	2	22	08	60	
44	Quảng cáo và trưng bày tại điểm bán	KTQU2572	2	22	08	60	
45	Kế hoạch truyền thông marketing	KTQU2573	2	22	08	60	
46	Truyền thông đa phương tiện	KTQU2574	3	40	05	90	
47	Truyền thông báo trí	KTQU2575	3	36	09	90	
48	Truyền thông quốc tế	KTQU2576	2	22	08	60	
49	Tổ chức sự kiện	KTQU2577	2	22	08	60	
III	Khởi kiến thức bổ trợ, tự chọn						
III.1	Khởi kiến thức tự chọn		11/27				
1	Marketing địa phương	KTQU2678	3	35	10	90	
2	Marketing truyền thông xã hội	KTQU2638	3	36	09	90	
3	Marketing dịch vụ công	KTQU2679	3	38	07	90	
4	Marketing chiến lược	KTQU2642	2	20	10	60	
5	Quản trị tác nghiệp	KTQU2680	2	22	08	60	
6	Quản trị chiến lược	KTQU2509	2	24	06	90	
7	Quản trị bán hàng	KTQU2646	3	35	10	90	
8	Quản trị tài chính	KTTC2506	3	30	15	90	
9	Quan hệ công chúng	KTQU2649	3	36	09	90	
10	Quản trị quảng cáo	KTQU2681	3	36	09	90	
III.2	Khởi kiến thức bổ trợ		6				
1	Marketing trong các loại hình doanh nghiệp	KTQU2882	3	33	12	90	
2	Tổ chức chiến lược marketing và truyền thông	KTQU2883	3	35	10	90	
Tổng số tín chỉ phải tích lũy			132/150				

3.3. Dự kiến phân bổ số học phần theo học kỳ (học đúng tiến độ)

TT	Tên học phần	Mã học phần	Số tín chỉ	Số tín chỉ theo học kỳ								
				1	2	3	4	5	6	7	8	
1	Những nguyên lý cơ bản của chủ nghĩa Mác-Lênin 1	LTML2101	2	2								
2	Những nguyên lý cơ bản của chủ nghĩa Mác-Lênin 2	LTML2102	3		3							
3	Tư tưởng Hồ Chí Minh	LTTT2101	2			2						
4	Đường lối cách mạng của Đảng cộng sản Việt Nam	LTĐL2101	3				3					
5	Kỹ năng mềm	KTQU2151	2			2						
6	Pháp luật đại cương	LTPL2101	2	2								
7	Tiếng Anh 1	NNTA2101	3	3								
8	Tiếng Anh 2	NNTA2102	3		3							
9	Tiếng Anh 3	NNTA2103	2			2						
10	Tin học đại cương	CTKH2151	2	2								
11	Toán cao cấp	KĐTO2108	3	3								
12	Giáo dục thể chất		5	1	1	1	1	1				
13	Giáo dục quốc phòng-An ninh		165 tiết									
14	Kinh tế vi mô	KTKH2301	3	3								
15	Kinh tế vĩ mô	KTKH2302	3		3							
16	Nguyên lý thống kê kinh tế	KTPT2301	2		2							
17	Nguyên lý kế toán	KTKE2501	3			3						
18	Quản trị học	MNT101	3		3							
19	Marketing căn bản	BMA202	2		2							
20	Tài chính - Tiền tệ	KTTC2304	2			2						
21	Kinh tế tài nguyên và môi trường	KTTM2301	2		2							
22	Lý thuyết truyền thông	KTQU2337	3				3					
24	Quản trị kinh doanh	KTQU2508	3				3					
25	Marketing truyền thông xã hội	KTQU2638	3							3		
26	Đạo đức và trách nhiệm xã hội trong marketing	KTQU2539	2							2		

27	Hành vi khách hàng	KTQU2540	3					3		
28	Kế toán tài chính	KTKE2511	3			3				
29	Truyền thông marketing tích hợp	KTQU2541	3						3	
30	Marketing chiến lược	KTQU2642	2				2			
31	Marketing thương mại và dịch vụ	KTQU2543	2					2		
32	Digital marketing	KTQU2544	2						2	
33	Marketing quốc tế	KTQU2545	2					2		
34	Quản trị Marketing	KTQU2510	3				3			
35	Quản trị bán hàng	KTQU2646	3					3		
36	Nghiên cứu Marketing	KTQU2547	3						3	
37	Tâm lý khách hàng	KTQU2548	2					2		
38	Quan hệ công chúng	KTQU2649	3					3		
39	Quản trị thương hiệu	KTQU2550	3				3			
40	Thương mại điện tử	KTQU2506	2			2				
41	Kỹ năng phát triển nghề nghiệp	KTQU2584	2						2	
42	Kiến tập nghề nghiệp *	KTQU2551	4					4		
43	Thực tập tốt nghiệp	KTQU2752	6							6
44	Khóa luận tốt nghiệp	KTQU2853	6							6
Quản trị marketing										
45	Thực hành nghề nghiệp **	KTQU2554	4							4
46	Kế hoạch marketing	KTQU2555	3							3
47	Mô hình marketing	KTQU2556	2							2
48	Marketing bền vững	KTQU2557	2						2	
49	Quản trị chiến lược giá doanh nghiệp	KTQU2558	2							2
50	Quản trị kênh phân phối	KTQU2559	2							2
51	Lập kế hoạch sản phẩm	KTQU2560	2							2
52	Phân tích Marketing	KTQU2561	3							3
Quản trị thương hiệu										
53	Thực hành nghề nghiệp **	KTQU2562	4							4
54	Hệ thống nhận diện thương hiệu	KTQU2563	2							2

55	Định giá và nhượng quyền thương hiệu	KTQU2564	3							3	
56	Xây dựng thương hiệu qua phương tiện truyền thông kỹ thuật số	KTQU2565	2						2		
57	Quản trị quan hệ khách hàng	KTQU2566	2							2	
58	Hoạt động thương mại về sở hữu trí tuệ	KTQU2567	2							2	
59	Quản trị và phát triển sản phẩm mới	KTQU2568	3							3	
60	Chiến lược thương hiệu	KTQU2569	2							2	
Truyền thông marketing											
61	Thực hành nghề nghiệp **	KTQU2570	4							4	
62	Xử lý khủng hoảng truyền thông	KTQU2571	2							2	
63	Quảng cáo và trưng bày tại điểm bán	KTQU2572	2							2	
64	Kế hoạch truyền thông marketing	KTQU2573	2							2	
65	Truyền thông đa phương tiện	KTQU2574	3							3	
66	Truyền thông báo trí	KTQU2575	3							3	
67	Truyền thông quốc tế	KTQU2576	2							2	
68	Tổ chức sự kiện	KTQU2577	2						2		
Tổng cộng tín chỉ theo học kỳ			132	15	18	16	17	19	17	18	1 2

Ghi chú: (*): cuối kì 5

(**): đầu kì 7

4. Đối tượng tuyển sinh

Toàn bộ thí sinh đã tốt nghiệp THPT (theo hình thức giáo dục chính quy hoặc giáo dục thường xuyên) hoặc đã tốt nghiệp trung cấp, sau đây gọi chung là tốt nghiệp trung học. Người tốt nghiệp trung cấp nhưng chưa có bằng tốt nghiệp THPT phải học và được công nhận hoàn thành các môn văn hóa trong chương trình giáo dục THPT theo quy định của Bộ GDĐT.

5. Quy trình đào tạo, điều kiện tốt nghiệp

5.1. Tổ chức quản lý đào tạo

Tổ chức quản lý đào tạo theo Quy chế đào tạo đại học và cao đẳng hệ chính quy theo hệ thống tín chỉ ban hành theo Quyết định số 43/2007/QĐ-BGDĐT, ngày 15/8/2007 của Bộ trưởng Bộ Giáo dục và Đào tạo và Quy chế đào tạo theo học chế tín chỉ của Trường Đại học Tài nguyên và Môi trường Hà Nội ban hành ngày 03/11/2015.

5.2. Điều kiện tốt nghiệp

Điều kiện tốt nghiệp là:

- Tích lũy đủ 132 tín chỉ;
- Điểm trung bình chung tích lũy toàn khóa học đạt từ 2,00 trở lên;
- Đạt chuẩn đầu ra về ngoại ngữ;
- Khóa luận tốt nghiệp đạt điểm C trở lên;
- Có chứng chỉ giáo dục quốc phòng và giáo dục thể chất.

6. Cách thức đánh giá

Dựa theo Điều 23 Quy chế đào tạo theo học chế tín chỉ của Trường Đại học Tài nguyên và Môi trường Hà Nội ban hành ngày 03/11/2015, quy định cách tính điểm học phần của Trường như sau:

a) Loại đạt:

A (8,5 - 10)	}	Giỏi
B ⁺ (8,0 - 8,4)		}
B (7,0 - 7,9)	}	
C ⁺ (6,5 - 6,9)		}
C (5,5 - 6,4)	}	
D ⁺ (5,0 - 5,4)		}
D (4,0 - 4,9)	}	

b) Loại không đạt:

F (dưới 4,0)

7. Nội dung chương trình

TT	Mã số HP	Học phần	Nội dung cần đạt của từng học phần	Khối lượng kiến thức			Ghi chú
				LT	TH	Tự học	
1. Kiến thức giáo dục đại cương							
1	LTML2101	Những nguyên lý cơ bản của chủ nghĩa Mác-Lênin 1	Ngoài chương mở đầu nhằm giới thiệu khái lược về chủ nghĩa Mác-Lênin và một số vấn đề chung của học phần. Căn cứ	22	08	60	

TT	Mã số HP	Học phần	Nội dung cần đạt của từng học phần	Khối lượng kiến thức			Ghi chú
				LT	TH	Tự học	
			<p>vào mục tiêu học phần , nội dung chương trình học phần được cấu trúc thành 3 chương bao quát những nội dung cơ bản về thế giới quan và phương pháp luận của chủ nghĩa Mác-Lênin.</p> <p>Chương 1: Chủ nghĩa duy vật biện chứng</p> <p>Chương 2: Phép biện chứng duy vật</p> <p>Chương 3: Chủ nghĩa duy vật lịch sử</p>				
2	LTML2102	Những nguyên lý cơ bản của chủ nghĩa Mác-Lênin 2	<p>Căn cứ vào mục tiêu học phần, nội dung chương trình học phần được cấu trúc thành 6 chương:</p> <p>Chương 4,5,6: trình bày ba nội dung trọng tâm thuộc học thuyết kinh tế của chủ nghĩa Mác-Lênin về phương thức sản xuất tư bản chủ nghĩa.</p> <p>Chương 7,8: khái quát những nội dung cơ bản thuộc lý luận của chủ nghĩa Mác-Lênin về chủ nghĩa xã hội.</p> <p>Chương 9: khái quát chủ nghĩa xã hội hiện thực và triển vọng.</p>	32	13	90	
3	LTTT2101	Tư tưởng Hồ Chí Minh	<p>Mô tả vắn tắt nội dung ngoài Chương mở đầu, nội dung học phần gồm 7 chương: Chương 1 trình bày về cơ sở, quá trình hình thành và phát triển tư tưởng Hồ Chí Minh; từ chương 2 đến</p>	21	09	60	

TT	Mã số HP	Học phần	Nội dung cần đạt của từng học phần	Khối lượng kiến thức			Ghi chú
				LT	TH	Tự học	
			chương 7 trình bày những nội dung cơ bản của Tư tưởng Hồ Chí Minh theo mục tiêu học phần.				
4	LTĐL2101	Đường lối cách mạng của Đảng cộng sản Việt Nam	Ngoài chương mở đầu , nội dung học phần gồm 8 chương: Chương I: Sự ra đời của Đảng Cộng sản Việt Nam và Cương lĩnh chính trị đầu tiên của Đảng; chương II: Đường lối đấu tranh giành chính quyền (1930-1945); chương III: Đường lối kháng chiến chống thực dân Pháp và đế quốc Mỹ xâm lược (1945-1975); chương IV: Đường lối công nghiệp hóa; chương V: Đường lối xây dựng nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa; chương VI: Đường lối xây dựng hệ thống chính trị; chương VII: Đường lối xây dựng văn hóa và giải quyết các vấn đề xã hội; chương VIII: Đường lối đối ngoại. Nội dung chủ yếu của học phần là cung cấp cho sinh viên những hiểu biết cơ bản có hệ thống về đường lối của Đảng, đặc biệt là đường lối trong thời kỳ đổi mới.	32	13	90	
5	KTQU2151	Kỹ năng mềm	Học phần Kỹ năng mềm cung cấp cho sinh viên các kiến thức, kỹ năng như kỹ năng giao tiếp bằng cách sử dụng các phương tiện giao tiếp bằng ngôn ngữ và phi ngôn ngữ để đạt hiệu quả cao. Các kỹ	20	10	60	

TT	Mã số HP	Học phần	Nội dung cần đạt của từng học phần	Khối lượng kiến thức			Ghi chú
				LT	TH	Tự học	
			năng trong quá trình làm việc nhóm như kỹ năng giải quyết vấn đề, kỹ năng tư duy, kỹ năng giải quyết các xung đột... . Đồng thời học phần này còn trang bị cho sinh viên cách thức kỹ năng trong quá trình tìm kiếm việc làm sau khi tốt nghiệp ra trường.				
6	LTPL2101	Pháp luật đại cương	Học phần Pháp luật đại cương bao gồm 03 chương trình bày về các vấn đề sau: Chương 1: Những vấn đề cơ bản về nhà nước và pháp luật ; Chương 2: Quy phạm pháp luật, Quan hệ pháp luật, Vi phạm pháp luật và Trách nhiệm pháp lý; Chương 3: Một số ngành luật chủ yếu trong hệ thống pháp luật Việt Nam.	20	10	60	
7	NNTA2101	Tiếng Anh 1	Unit 1: People and Places Unit 2: Everyday life Unit 3: Loves and Hates Unit 4: Eating and Drinking Unit 5: Extraordinary Lives Unit 6: Buying and Selling Unit 7: The world around us Unit 8: Going places	08	37	90	
8	NNTA2102	Tiếng Anh 2	Chương trình tiếng Anh cơ bản dành cho hệ Cao đẳng và Đại học. Học phần cung cấp cho sinh viên những kiến thức cơ bản về: Các thời thể ngữ pháp tiếng Anh như: Ôn tập lại cách sử dụng của	06	39	90	

TT	Mã số HP	Học phần	Nội dung cần đạt của từng học phần	Khối lượng kiến thức			Ghi chú
				LT	TH	Tự học	
			<p>động từ to be, thời hiện tại đơn, quá khứ đơn, động từ khuyết thiếu...</p> <p>Những từ vựng được sử dụng trong các tình huống hàng ngày cũng như giúp SV nói được về các chủ đề quen thuộc của cuộc sống như bản thân, gia đình, quê hương, đất nước. Các hoạt động thể thao, nghề nghiệp trong tương lai...</p> <p>Bảng phiên âm quốc tế và cách phát âm phụ âm, nguyên âm, các âm phổ biến trong tiếng Anh. Bên cạnh đó, sinh viên cũng được học cách phát âm các dạng động từ được chia ở dạng hiện tại và quá khứ; danh từ số nhiều....</p> <p>Các kỹ năng ngôn ngữ nghe, nói, đọc, viết ở dạng làm quen ban đầu.</p>				
9	NNTA2103	Tiếng Anh 3	<p>Chương trình tiếng Anh cơ bản cung cấp cho sinh viên những kiến thức cơ bản về:</p> <p>Các thời thể ngữ pháp tiếng Anh như: Ôn tập lại cách sử dụng của động từ ở thì hiện tại đơn, quá khứ đơn, hiện tại hoàn thành, câu điều kiện và động từ khuyết thiếu.</p> <p>Những từ vựng được sử dụng trong các tình huống hàng ngày cũng như giúp SV nói được về các chủ đề quen thuộc của cuộc sống</p>	06	24	60	

TT	Mã số HP	Học phần	Nội dung cần đạt của từng học phần	Khối lượng kiến thức			Ghi chú
				LT	TH	Tự học	
			<p>như cuộc sống truyền thống và hiện đại, các vấn đề về sức khỏe, các vật dụng cá nhân và trong gia đình, thông tin cá nhân, mô tả người quen và trao đổi những trải nghiệm.</p> <p>Bảng phiên âm quốc tế và cách phát âm phụ âm, nguyên âm, các âm phổ biến trong tiếng Anh. Bên cạnh đó, sinh viên cũng được học cách phát âm các dạng động từ được chia ở dạng hiện tại, quá khứ; hiện tại hoàn thành, câu điều kiện và câu trực tiếp, gián tiếp.</p> <p>Các kỹ năng ngôn ngữ nghe, nói, đọc, viết ở dạng cơ bản.</p>				
10	CTKH2151	Tin học đại cương	<p>Nội dung được đề cập trong học phần bao gồm:</p> <p>Khái niệm tin học, cấu trúc và hoạt động của hệ thống máy tính, mạng máy tính, Internet và tìm kiếm tài liệu học thuật trên Internet.</p> <p>Một số hệ điều hành thông dụng và sử dụng hệ điều hành.</p> <p>Các chương trình ứng dụng MS Word, Excel và Powerpoint</p>	20	10	60	
11	KĐTO2108	Toán cao cấp	<p>Nội dung được đề cập trong học phần bao gồm:</p> <p>Các kiến thức về ma trận và định thức.</p> <p>Các kiến thức về hệ phương trình tuyến tính.</p>	25	20	90	

TT	Mã số HP	Học phần	Nội dung cần đạt của từng học phần	Khối lượng kiến thức			Ghi chú
				LT	TH	Tự học	
			Các kiến thức về hàm số một biến số. Các kiến thức về hàm số nhiều biến số. Các kiến thức về cực trị của hàm số nhiều biến số. Các kiến thức về phương trình vi phân.				
12		Giáo dục thể chất	Bao gồm phần bắt buộc (3TC) và tự chọn (2TC): * Phần bắt buộc: Thể dục (1TC): Nội dung học phần bao gồm: những kiến thức cơ bản trong công tác giáo dục thể chất; Điền kinh. * Phần tự chọn: SV chọn một trong các môn học sau (mỗi môn học bao gồm 2 học phần): Bóng chuyền, cầu 21lưng, bơi lội, bóng rổ.	5 tín chỉ			
13		Giáo dục quốc phòng – an ninh	Bao gồm 3 học phần: Đường lối quân sự của Đảng, Công tác quốc phòng – an ninh và Quân sự chung, chiến thuật và kỹ thuật bắn súng tiểu liên AK.	8 tín chỉ			
2. Khối kiến thức giáo dục chuyên nghiệp							
2.1 Kiến thức cơ sở ngành							
14	KTKH2301	Kinh tế vi mô	Nội dung được đề cập trong học phần bao gồm: lý thuyết về cầu – cung hàng hóa và giá cả hàng hóa trên thị trường; lý thuyết về sản xuất (tối đa hóa sản lượng), về chi	33	12	90	

TT	Mã số HP	Học phần	Nội dung cần đạt của từng học phần	Khối lượng kiến thức			Ghi chú
				LT	TH	Tự học	
			phí sản xuất (tối thiểu hóa chi phí) và về lợi nhuận (tối đa hóa lợi nhuận); Các lý thuyết về cấu trúc của thị trường hàng hóa (thị trường cạnh tranh hoàn hảo, thị trường cạnh tranh không hoàn hảo) và nguyên tắc tối đa hóa lợi nhuận của doanh nghiệp hoạt động trong các thị trường này. Đồng thời, học phần cũng nghiên cứu hành vi của các doanh nghiệp, người tiêu dùng; phân tích các yếu tố xác định giá và lượng trong thị trường hàng hoá và thị trường các yếu tố sản xuất. Ý nghĩa của các loại cơ cấu thị trường; Phân tích những thất bại vốn có của thị trường và vai trò Chính phủ trong việc can thiệp vào một số thất bại của thị trường				
15	KTKH2302	Kinh tế vĩ mô	Nội dung được đề cập trong học phần bao gồm: Kinh tế học vĩ mô (Macroeconomic) là một phân ngành của kinh tế học chuyên nghiên cứu về đặc điểm, cấu trúc và hành vi của cả một nền kinh tế nói chung. Kinh tế học vĩ mô và kinh tế học vi mô là hai lĩnh vực chung nhất của kinh tế học. Trong khi kinh tế học vi mô chủ yếu nghiên cứu về hành vi của các cá thể đơn lẻ như công ty và cá nhân người tiêu dùng, kinh tế học	35	10	90	

TT	Mã số HP	Học phần	Nội dung cần đạt của từng học phần	Khối lượng kiến thức			Ghi chú
				LT	TH	Tự học	
			vĩ mô lại nghiên cứu các chỉ tiêu cộng hưởng như GDP, tỉ lệ thất nghiệp, và các chỉ số giá cả để hiểu cách hoạt động của cả nền kinh tế. Học phần bao gồm 7 chương, sẽ cung cấp cho sinh viên các khái niệm cơ bản, các nguyên lý và một số mô hình kinh tế vĩ mô đơn giản; những nội dung cơ bản của hạch toán thu nhập quốc dân, các nhân tố quy định sản lượng của một nền kinh tế, hay các vấn đề về lạm phát, thất nghiệp, lãi suất, tỷ giá hối đoái, các chính sách của nền kinh tế mở.				
16	KTPT2301	Nguyên lý thống kê kinh tế	Nội dung học phần Nguyên lý thống kê kinh tế được phân bổ thành 5 chương giới thiệu những vấn đề cơ bản trong quá trình thống kê như thu thập thông tin, tổng hợp và xử lý các số liệu thống kê, phân tích, đánh giá và dự báo trên cơ sở những thông tin đã được xử lý. Cụ thể:	19	11	60	
17	KTKE2501	Nguyên lý kế toán	Nội dung được đề cập trong học phần bao gồm: Khái niệm; các nguyên tắc cơ bản. Đối tượng nghiên cứu của kế toán. Hệ thống phương pháp kế toán gồm: Phương pháp chứng từ, phương pháp đối ứng tài khoản, phương pháp tính giá và phương	30	15	90	

TT	Mã số HP	Học phần	Nội dung cần đạt của từng học phần	Khối lượng kiến thức			Ghi chú
				LT	TH	Tự học	
			<p>pháp tổng hợp cân đối.</p> <p>Các quá trình kinh doanh chủ yếu.</p> <p>Các hình thức kế toán.</p> <p>Tổ chức bộ máy kế toán</p>				
18	MNT101	Quản trị học	<p>Nội dung được đề cập trong học phần bao gồm: Những vấn đề căn bản của quản trị, các học thuyết quản trị, môi trường quản trị, thông tin quản trị, ra quyết định trong quá trình quản trị và bốn chức năng cơ bản của nhà quản trị đó là chức năng hoạch định, chức năng tổ chức, chức năng lãnh đạo, chức năng kiểm tra.</p>	36	09	90	
19	BMA202	Marketing căn bản	<p>Nội dung được đề cập trong học phần bao gồm: tổng quan về Marketing, các môi trường Marketing, hành vi của khách hàng, phân khúc và lựa chọn thị trường mục tiêu, định vị và các chiến lược Marketing hỗn hợp.</p> <p>Học phần sẽ cung cấp cho sinh viên những kiến thức cơ bản về hành vi mua của người tiêu dùng và các yếu tố ảnh hưởng đến hành vi mua đó, đồng thời hiểu rõ quá trình ra quyết định mua của người tiêu dùng và hiểu về chính sách sản phẩm, chính sách giá của sản phẩm và chính sách phân phối sản phẩm của doanh nghiệp.</p>	24	06	60	
20	KTTC2304	Tài chính – Tiền tệ	<p>Nội dung được đề cập trong học phần bao gồm: Các khái niệm căn</p>	24	06	60	

TT	Mã số HP	Học phần	Nội dung cần đạt của từng học phần	Khối lượng kiến thức			Ghi chú
				LT	TH	Tự học	
			bản về phạm trù tài chính – tiền tệ, các bộ phận của hệ thống tài chính, chức năng cũng như các nguyên lý về hình thức hoạt động của nó trong nền kinh tế hàng hóa, nền kinh tế thị trường. Đặc biệt đi vào nghiên cứu những vấn đề liên quan đến lãi suất và tín dụng, Ngân sách Nhà nước, tài chính doanh nghiệp, thị trường tài chính và các tổ chức tài chính trung gian đặc biệt là Ngân hàng thương mại, Ngân hàng Trung Ương và Chính sách tiền tệ, tài chính quốc tế...				
21	KTTM2301	Kinh tế tài nguyên và môi trường	<p>Nội dung được đề cập trong học phần bao gồm:</p> <p>Kinh tế tài nguyên và môi trường nghiên cứu các vấn đề tài nguyên, môi trường với viễn cảnh và những ý tưởng phân tích của kinh tế học. Nó tập trung vào việc nghiên cứu nguyên nhân và cách thức con người gây ô nhiễm môi trường và khai thác cạn kiệt tài nguyên thiên nhiên; từ đó nó đề ra những qui định, những chính sách kiểm soát ô nhiễm và khai thác tài nguyên sao cho giảm được sự suy thoái môi trường cũng như khai thác tài nguyên thiên nhiên có hiệu quả hơn.</p> <p>Học phần cung cấp các khái niệm cơ bản về kinh tế tài nguyên môi</p>	23	07	60	

TT	Mã số HP	Học phần	Nội dung cần đạt của từng học phần	Khối lượng kiến thức			Ghi chú
				LT	TH	Tự học	
			trường như ngoại ứng, thuế ô nhiễm tối ưu, thị trường Quota ô nhiễm, đường cong tăng trưởng của tài nguyên, khả năng khai thác tài nguyên bền vững... và vấn đề ứng dụng hệ thống thông tin trong quản lý tài nguyên và môi trường.				
22	KTQU2337	Lý thuyết truyền thông	Nội dung được đề cập trong học phần bao gồm: quan niệm chung về truyền thông; truyền thông cá nhân; truyền thông nhóm; truyền thông đại chúng; một số lý thuyết truyền thông; chu trình truyền thông, lập kế hoạch truyền thông và quản trị truyền thông trong khủng hoảng	36	09	90	
2.2 Kiến thức ngành							
23	KTQU2508	Quản trị kinh doanh	Học phần quản trị kinh doanh gồm 5 chương, nghiên cứu những kiến thức cơ bản nhằm giúp người học phát triển những kiến thức nền tảng về quản trị kinh doanh, các hoạt động marketing, quản trị nhân lực, quản trị tài chính, quản trị chất lượng, hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp, giúp người học triển khai áp dụng vào công việc trong tương lai.	36	09	90	
24	KTQU2638	Marketing truyền thông xã hội	Nội dung được đề cập trong học phần bao gồm: Những vấn đề căn bản của marketing truyền thông xã hội, các quy tắc dành cho hoạt	36	09	90	

TT	Mã số HP	Học phần	Nội dung cần đạt của từng học phần	Khối lượng kiến thức			Ghi chú
				LT	TH	Tự học	
			động marketing truyền thông xã hội, các nền tảng truyền thông xã hội và các trang mạng xã hội, microblog, sáng tạo và chia sẻ nội dung, video marketing, social bookmaking, marketing nội dung, marketing trên mạng xã hội trong hệ sinh thái di động, giám sát phương tiện truyền thông xã hội, công cụ quản lý nỗ lực marketing truyền thông xã hội.				
25	KTQU2539	Đạo đức và trách nhiệm xã hội trong marketing	Nội dung được đề cập trong học phần bao gồm: Những vấn đề căn bản của marketing đạo đức xã hội, các quy tắc đạo đức của doanh nghiệp đối với trách nhiệm xã hội, các nền tảng truyền thông xã hội và các trang mạng xã hội, sáng tạo và chia sẻ nội dung, video marketing, , marketing nội dung, marketing trên mạng xã hội trong hệ sinh thái di động, giám sát phương tiện truyền thông xã hội, công cụ quản lý nỗ lực marketing truyền thông xã hội	20	10	60	
26	KTQU2540	Hành vi khách hàng	Nội dung được đề cập trong học phần bao gồm: tổng quan về hành vi khách hàng; hành vi của khách hàng trong quá trình mua sắm; động cơ và hành vi của khách hàng; nhận thức của khách hàng; thái độ của khách hàng và các ảnh hưởng của yếu tố văn hóa xã hội	28	17	90	

TT	Mã số HP	Học phần	Nội dung cần đạt của từng học phần	Khối lượng kiến thức			Ghi chú
				LT	TH	Tự học	
			đến hành vi khách hàng. Từ đó, có thể mang lại hiệu quả kinh doanh cao và góp phần trong sự phát triển bền vững cho doanh nghiệp.				
27	KTKE2511	Kế toán tài chính	Nội dung được đề cập trong học phần bao gồm: Cung cấp cho người học kiến thức chuyên môn về kế toán tài chính doanh nghiệp bao gồm lập chứng từ các nghiệp vụ kinh tế, tài chính phát sinh; nội dung; phương pháp ghi chép trên các tài khoản kế toán; sổ sách kế toán tổng hợp và việc lập hệ thống báo cáo tài chính.	30	15	90	
28	KTQU2541	Truyền thông marketing tích hợp	Nội dung được đề cập trong học phần bao gồm: Tổng quan về truyền thông marketing tích hợp, quản trị quá trình truyền thông marketing tích hợp, các phương tiện được sử dụng trong hoạt động truyền thông marketing tích hợp và đánh giá hiệu quả của hoạt động truyền thông marketing tích hợp	34	11	90	
29	KTQU2642	Marketing chiến lược	Nội dung được đề cập trong học phần bao gồm: Những vấn đề căn bản của marketing chiến lược, tiến trình hoạch định marketing chiến lược của doanh nghiệp, cách phân tích đối thủ cạnh tranh từ đó đưa ra các chiến lược cạnh tranh nhằm mang lại lợi thế cho doanh nghiệp.	20	10	60	

TT	Mã số HP	Học phần	Nội dung cần đạt của từng học phần	Khối lượng kiến thức			Ghi chú
				LT	TH	Tự học	
30	KTQU2543	Marketing thương mại và dịch vụ	Nội dung được đề cập trong học phần bao gồm: Tổng quan về marketing thương mại dịch vụ, cấu trúc thị trường thương mại, dự báo nhu cầu thị trường, các chính sách marketing trong công ty thương mại, chất lượng dịch vụ và marketing hỗn hợp dịch vụ. Thông qua việc phối hợp giữa lý thuyết lẫn thực hành, môn học sẽ giúp sinh viên trả lời được các câu hỏi như: thế nào là Marketing thương mại, marketing dịch vụ, các chính sách marketing được sử dụng trong doanh nghiệp thương mại và dịch vụ.	21	09	60	
31	KTQU2544	Digital Marketing	Nội dung được đề cập trong học phần bao gồm: Những vấn đề căn bản của marketing truyền thông xã hội, các quy tắc dành cho hoạt động marketing truyền thông xã hội, các nền tảng truyền thông xã hội và các trang mạng xã hội, microblog, sáng tạo và chia sẻ nội dung, video marketing, social bookmaking, marketing nội dung, marketing trên mạng xã hội trong hệ sinh thái di động, giám sát phương tiện truyền thông xã hội, công cụ quản lý nỗ lực marketing truyền thông xã hội.	20	10	60	
32	KTQU2545	Marketing quốc tế	Nội dung được đề cập trong học phần bao gồm: Tổng quan về	20	10	60	

TT	Mã số HP	Học phần	Nội dung cần đạt của từng học phần	Khối lượng kiến thức			Ghi chú
				LT	TH	Tự học	
			marketing quốc tế, các yếu tố ảnh hưởng đến khả năng cạnh tranh trong môi trường quốc tế, các phương thức và chiến lược tham gia, mở rộng thị trường quốc tế, các quyết định marketing như quyết định về sản phẩm, định giá, xúc tiến trên thị trường quốc tế và marketing xuất nhập khẩu.				
33	KTQU2510	Quản trị marketing	Học phần trình bày các vấn đề cơ bản của quản trị marketing tế như: bản chất của quản trị marketing, các cơ hội marketing, chiến lược marketing mục tiêu, chiến lược marketing cạnh tranh và hoạch định chương trình marketing	36	09	90	
34	KTQU2646	Quản trị bán hàng	Nội dung được đề cập trong học phần bao gồm: Tổng quan về quản trị bán hàng, Xây dựng kế hoạch, lập ngân sách cho hoạt động bán hàng, tổ chức lực lượng bán hàng, lãnh đạo lực lượng bán hàng, sử dụng các công cụ động viên khích lệ sao cho có hiệu quả và kiểm tra đánh giá kết quả đạt được trong hoạt động bán hàng.	35	10	90	
35	KTQU2547	Nghiên cứu marketing	Nội dung được đề cập trong học phần bao gồm: Tổng quan về nghiên cứu marketing, phát triển và khai thác nguồn dữ liệu thứ cấp, các phương pháp thu thập dữ liệu sơ cấp, thiết kế công cụ dữ liệu, chọn mẫu và thu thập dữ	36	09	90	

TT	Mã số HP	Học phần	Nội dung cần đạt của từng học phần	Khối lượng kiến thức			Ghi chú
				LT	TH	Tự học	
			liệu, phân tích dữ liệu, soạn thảo báo cáo nghiên cứu và thuyết trình báo cáo nghiên cứu, đọc báo cáo và đánh giá dự án marketing.				
36	KTQU2548	Tâm lý khách hàng	Nội dung được đề cập trong học phần bao gồm: Tổng quan về tâm lý học, các kỹ năng giao tiếp, thương lượng trong kinh doanh, hành vi người tiêu dùng, hành vi mua hàng của tổ chức, sự thỏa mãn và lòng trung thành của khách hàng	20	10	60	
37	KTQU2649	Quan hệ công chúng	Nội dung được đề cập trong học phần bao gồm: Tổng quan về quan hệ công chúng, các thành phần tổ chức tham gia quan hệ công chúng, các hoạt động quan hệ công chúng đối với một số công chúng điển hình, quản trị khủng hoảng, tổ chức sự kiện và các hoạt động tài trợ.	36	09	90	
38	KTQU2550	Quản trị thương hiệu	Nội dung được đề cập trong học phần bao gồm: Tổng quan về quản trị thương hiệu, Các bước định vị thương hiệu, các chiến lược định vị thương hiệu, hệ thống nhận diện thương hiệu, các phương tiện trong truyền thông thương hiệu, các thủ tục pháp lý cũng như các biện pháp bảo vệ thương hiệu của doanh nghiệp và quản lý thương hiệu.	36	09	90	

TT	Mã số HP	Học phần	Nội dung cần đạt của từng học phần	Khối lượng kiến thức			Ghi chú
				LT	TH	Tự học	
39	KTQU2506	Thương mại điện tử	Học phần sẽ cung cấp cho sinh viên những kiến thức cơ bản về thương mại điện tử, cơ sở công nghệ của thương mại điện tử và hệ thống thanh toán trong thương mại internet; vấn đề an ninh, bảo mật trong thương mại điện tử và các mô hình giao dịch trong thương mại điện tử hiện nay.	24	06	60	
40	KTQU2384	Kỹ năng phát triển nghề nghiệp	Nội dung được đề cập trong học phần bao gồm: Kỹ năng khám phá và thấu hiểu bản thân, quản lý giá trị sống thông qua năng lực nghề nghiệp cá nhân, Những nội dung hướng dẫn lập kế hoạch nghề nghiệp và khảo sát cơ hội nghề nghiệp, Vận dụng quy trình tìm kiếm việc làm, một số kỹ năng liên quan để phát triển nghề nghiệp như: kỹ năng xây dựng thương hiệu cá nhân, quản lý cảm xúc, thay đổi công việc.	21	09	60	
41	KTQU2551	Kiến tập nghề nghiệp	Học phần Kiến tập lần 1 yêu cầu sinh viên phải thực hiện các nội dung sau: Tìm hiểu chung về đơn vị kiến tập. + Giới thiệu chung về đơn vị kiến tập. + Cơ cấu tổ chức của đơn vị kiến tập. Tìm hiểu các hoạt động quản trị cơ bản tại các đơn vị kiến tập		20 ng ày	40	

TT	Mã số HP	Học phần	Nội dung cần đạt của từng học phần	Khối lượng kiến thức			Ghi chú
				LT	TH	Tự học	
			Viết báo cáo sau quá trình đi kiến tập				
2.3 Thực tập và khóa luận tốt nghiệp							
42	KTQU2752	Thực tập tốt nghiệp	Nội dung được đề cập trong học phần bao gồm: Tìm hiểu về tổ chức và hoạt động chung của đơn vị thực tập; Tìm hiểu về các hoạt động quản trị marketing của đơn vị thực tập; Thực tập các hoạt động quản trị marketing		90	180	
43	KTQU2853	Khóa luận tốt nghiệp	Tổng quan đề tài nghiên cứu Cơ sở lý luận, hệ thống hóa lại những vấn đề lý luận về lĩnh vực nghiên cứu của khóa luận tốt nghiệp. Thực trạng về vấn đề nghiên cứu tại đơn vị thực tập. Những giải pháp cho vấn đề nghiên cứu, đề xuất những giải pháp, kiến nghị nhằm giải quyết những tồn tại, cải thiện hiện trạng để nâng cao hiệu quả lĩnh vực hoạt động thuộc phạm vi lĩnh vực nghiên cứu của khóa luận tốt nghiệp		90	180	
2.4 Khối kiến thức chuyên sâu							
2.4.1 Quản trị marketing							
44	KTQU2554	Thực hành nghề nghiệp quản trị marketing	Học phần thực hành nghề nghiệp yêu cầu sinh viên phải thực hiện các nội dung sau: Tìm hiểu chung về đơn vị thực		8 tuần	16 tuần	

TT	Mã số HP	Học phần	Nội dung cần đạt của từng học phần	Khối lượng kiến thức			Ghi chú
				LT	TH	Tự học	
			<p>hành nghề nghiệp.</p> <p>+ Giới thiệu chung về đơn vị thực hành nghề nghiệp.</p> <p>+ Cơ cấu tổ chức của đơn vị thực hành nghề nghiệp.</p> <p>Tìm hiểu các hoạt động quản trị marketing cơ bản tại các đơn vị thực hành</p> <p>Trình bày thực trạng hoạt động thực hành của sinh viên: Quản trị thương hiệu</p> <p>Viết báo cáo sau quá trình đi thực hành</p>				
45	KTQU2555	Kế hoạch Marketing	<p>Nội dung được đề cập trong học phần bao gồm: Những vấn đề căn bản của lập kế hoạch marketing; Thị trường mục tiêu và mục tiêu marketing; hoạch định chiến lược – chương trình marketing; dự báo và lập ngân sách thực hiện; kế hoạch thực hiện và kiểm soát – đánh giá lại lịch trình marketing.</p>	34	11	90	
46	KTQU2556	Mô hình Marketing	<p>Nội dung được đề cập trong học phần bao gồm: Những vấn đề tổng quan về mô hình marketing, marketing B2B và marketing B2C. Hành vi mua của khách hàng công nghiệp và khách hàng tiêu dùng. Phân đoạn thị trường khách hàng tiêu dùng, khách hàng công nghiệp và lựa chọn thị trường mục tiêu. Chiến lược marketing B2B và B2C.</p>	17	13	60	

TT	Mã số HP	Học phần	Nội dung cần đạt của từng học phần	Khối lượng kiến thức			Ghi chú
				LT	TH	Tự học	
47	KTQU2557	Marketing bền vững	Nội dung được đề cập trong học phần bao gồm: tổng quan về marketing bền vững, chiến lược marketing bền vững và chuỗi cung ứng bền vững.	19	11	60	
48	KTQU2558	Quản trị chiến lược giá doanh nghiệp	Nội dung được đề cập trong học phần bao gồm: Những khái niệm, vai trò của quản trị giá và các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định giá; phương pháp xác định giá căn cứ vào nhu cầu thị trường và từ chi phí	20	10	60	
49	KTQU2559	Quản trị kênh phân phối	Nội dung được đề cập trong học phần bao gồm: Tổng quan về phân phối sản phẩm; Môi trường và hành vi trong kênh phân phối; chiến lược, xây dựng, quản lý và đánh giá hoạt động phân phối; các vấn đề chiến thuật trong quản trị kênh phân phối	24	06	60	
50	KTQU2560	Lập kế hoạch sản phẩm	Nội dung được đề cập trong học phần bao gồm: Giới thiệu về lập kế hoạch; Lên ý tưởng; Lập kế hoạch thị trường; Quản trị vòng đời và Pháp lý và xã hội trong lập kế hoạch sản phẩm.	24	06	60	
51	KTQU2561	Phân tích Marketing	Nội dung được đề cập trong học phần bao gồm: Những vấn đề căn bản về phân tích marketing, xây dựng cơ sở dữ liệu marketing, phân tích thị trường tiềm năng marketing và đo lường hoạt động	35	10	90	

TT	Mã số HP	Học phần	Nội dung cần đạt của từng học phần	Khối lượng kiến thức			Ghi chú
				LT	TH	Tự học	
			marketing thông qua các công cụ tài chính và phi tài chính.				
2.4.2 Quản trị thương hiệu							
52	KTQU2562	Thực hành nghề nghiệp quản trị thương hiệu	Học phần thực hành nghề nghiệp yêu cầu sinh viên phải thực hiện các nội dung sau: Tìm hiểu chung về đơn vị thực hành nghề nghiệp. + Giới thiệu chung về đơn vị thực hành nghề nghiệp. + Cơ cấu tổ chức của đơn vị thực hành nghề nghiệp. Tìm hiểu các hoạt động quản trị marketing cơ bản tại các đơn vị thực hành Trình bày thực trạng hoạt động thực hành của sinh viên: Quản trị thương hiệu Viết báo cáo sau quá trình đi thực hành		8 tu ần	16 tu àn	
53	KTQU2563	Hệ thống nhận diện Thương hiệu	Nội dung được đề cập trong học phần bao gồm: Khái quát chung về hệ thống nhận diện thương hiệu, tầm quan trọng của hệ thống nhận diện thương hiệu. Quy trình thiết kế hệ thống nhận diện thương hiệu. Triển khai hệ thống nhận diện thương hiệu	36	09	90	
54	KTQU2564	Định giá và nhượng quyền thương hiệu	Nội dung được đề cập trong học phần bao gồm những kiến thức về giá, thẩm định giá trị thương hiệu, chuyển nhượng tài sản thương	36	09	90	

TT	Mã số HP	Học phần	Nội dung cần đạt của từng học phần	Khối lượng kiến thức			Ghi chú
				LT	TH	Tự học	
			hiệu. Các nội dung chủ yếu được đề cập trong học phần gồm: Tài sản thương hiệu và các phương án phát triển, khai thác tài sản thương hiệu như nhượng quyền thương mại, quản trị tài sản thương hiệu trong các tình huống mua bán, chia tách và sáp nhập doanh nghiệp				
55	KTQU2565	Xây dựng thương hiệu qua phương tiện truyền thông kỹ thuật số	Nội dung được đề cập trong học phần bao gồm: Tổng quan về xây dựng thương hiệu kỹ thuật số, Câu chuyện thương hiệu, định vị thương hiệu nội dung số. Hệ thống nhận diện thương hiệu số, mạng xã hội, công cụ tìm kiếm, Mobile, Online, quảng cáo và thư điện tử. Quản trị danh tiếng thương hiệu trực tuyến	24	06	60	
56	KTQU2566	Quản trị quan hệ khách hàng	Nội dung được đề cập trong học phần bao gồm: quản trị quan hệ khách hàng; cơ sở dữ liệu khách hàng; hệ thống và tiến trình quản trị quan hệ khách hàng; hiểu được mô hình IDIC, nhận diện được khách hàng theo các tiêu thức khác nhau, khai thác và phân tích được cơ sở dữ liệu khách hàng; hiểu được hoạt động CRM thông qua qui trình tự động hoá các hoạt động Marketing, bán hàng, chăm sóc khách hàng; thiết lập hệ thống CRM trong doanh nghiệp và các	20	10	60	

TT	Mã số HP	Học phần	Nội dung cần đạt của từng học phần	Khối lượng kiến thức			Ghi chú
				LT	TH	Tự học	
			giải pháp nhằm triển khai hệ thống CRM.				
57	KTQU2567	Hoạt động thương mại về sở hữu trí tuệ	Đây là học phần cung cấp kiến thức nền tảng của ngành quản trị hiện đại, bao gồm tài sản trí tuệ, quyền sở hữu trí tuệ và thực thi quyền sở hữu trí tuệ trong tổ chức. Học phần được kết cấu bao gồm 7 chương, cung cấp những kiến thức cơ bản và những quan điểm tiếp cận hiện đại về các đối tượng bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ bao gồm: sự cần thiết phải bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ đối với tổ chức kinh doanh, khái quát các đối tượng được bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ trong tổ chức, giới thiệu khung pháp lý liên quan tới quyền sở hữu trí tuệ; các điều kiện đảm bảo quyền đăng ký bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ của tổ chức kinh doanh; các hình thức hoạt động để chuyển giao, nhượng quyền sở hữu trí tuệ trong kinh doanh thương mại, những điều kiện thực thi quyền sở hữu trí tuệ đối với các cơ sở sản xuất, kinh doanh	25	05	60	
58	KTQU2568	Quản trị và phát triển sản phẩm mới	Học phần này trang bị cho sinh viên những kiến thức cơ bản về sản phẩm mới, phương pháp nghiên cứu, chất lượng và đánh giá chất lượng thực phẩm. Đồng thời tạo cho người học kỹ năng để	33	12	90	

TT	Mã số HP	Học phần	Nội dung cần đạt của từng học phần	Khối lượng kiến thức			Ghi chú
				LT	TH	Tự học	
			tiến hành các hoạt động quản lý, phát triển, nghiên cứu sản phẩm mới. Giúp cho người học có phương pháp tiếp cận, phương pháp luận khi học chuyên sâu về nghiên cứu và phát triển sản phẩm mới, từ đó có những định hướng cụ thể về khả năng học tập, nghiên cứu và phát triển nghề nghiệp của mình.				
59	KTQU2569	Chiến lược thương hiệu	Đây là học phần thuộc khối kiến thức chuyên ngành cung cấp những kiến thức nâng cao về chiến lược thương hiệu và quản trị chiến lược thương hiệu trong doanh nghiệp. các nội dung chủ yếu sẽ được đề cập trong học phần gồm: Định hướng chiến lược thương hiệu trong quan hệ với chiến lược kinh doanh của doanh nghiệp; các vấn đề về định vị và liên kết thương hiệu; các kỹ năng phân tích và xác lập kiến trúc thương hiệu, lựa chọn mô hình thương hiệu cũng như danh mục chiến lược thương hiệu trong doanh nghiệp; vấn đề rủi ro và quản trị rủi ro trong xây dựng thương hiệu	24	06	60	
2.4.3 Truyền thông marketing							
60	KTQU2570	Thực hành nghề nghiệp Truyền thông marketing	Học phần thực hành nghề nghiệp yêu cầu sinh viên phải thực hiện các nội dung sau:		8 tu ần	16 tu ần	

TT	Mã số HP	Học phần	Nội dung cần đạt của từng học phần	Khối lượng kiến thức			Ghi chú
				LT	TH	Tự học	
			<p>Tìm hiểu chung về đơn vị thực hành nghề nghiệp.</p> <p>+ Giới thiệu chung về đơn vị thực hành nghề nghiệp.</p> <p>+ Cơ cấu tổ chức của đơn vị thực hành nghề nghiệp.</p> <p>Tìm hiểu các hoạt động truyền thông marketing tại các đơn vị thực hành</p> <p>Trình bày thực trạng hoạt động thực hành của sinh viên: truyền thông marketing</p> <p>Viết báo cáo sau quá trình đi thực hành</p>				
61	KTQU2571	Xử lý khủng hoảng truyền thông	Nội dung được đề cập trong học phần bao gồm: tổng quan về khủng hoảng truyền thông, dự phòng khủng hoảng truyền thông, xử lý khủng hoảng truyền thông và tận dụng khủng hoảng truyền thông.	22	08	60	
62	KTQU2572	Quảng cáo và trưng bày tại điểm bán	Nội dung được đề cập trong học phần bao gồm: tổng quan về quảng cáo và trưng bày tại điểm bán, hành vi người tiêu dùng, hoạch định, tổ chức thực hiện và đánh giá hiệu quả hoạt động quảng cáo và trưng bày tại điểm bán.	22	08	60	
63	KTQU2573	Kế hoạch truyền thông marketing	Nội dung được đề cập trong học phần bao gồm: tổng quan về truyền thông marketing, phân tích quá trình truyền thông, thiết lập	22	08	60	

TT	Mã số HP	Học phần	Nội dung cần đạt của từng học phần	Khối lượng kiến thức			Ghi chú
				LT	TH	Tự học	
			mục tiêu và ngân sách truyền thông marketing và thiết kế thông điệp, phương tiện truyền thông marketing				
64	KTQU2574	Truyền thông đa phương tiện	Nội dung được đề cập trong học phần bao gồm: tổng quan về truyền thông đa phương tiện, ứng dụng của đa phương tiện trong cuộc sống, các yêu cầu của hệ thống đa phương tiện, một số dữ liệu đa phương tiện và xây dựng ứng dụng đa phương tiện.	40	05	90	
65	KTQU2575	Truyền thông báo chí	Nội dung được đề cập trong học phần bao gồm: Truyền thông và quá trình truyền thông; các phương tiện, hình thức hoạt động và lịch sử tiến hóa của truyền thông đại chúng; báo chí – một hoạt động truyền thông đại chúng; chức năng và nguyên tắc hoạt động của báo chí; báo chí và các hình thái ý thức xã hội khác; nhà báo – chủ thể hoạt động báo chí.	36	09	90	
66	KTQU2576	Truyền thông quốc tế	Học phần truyền thông quốc tế nghiên cứu các vấn đề về lịch sử hình thành, xu hướng phát triển của báo chí thế giới, phương thức quản lý và vận hành của các cơ quan báo chí – truyền thông toàn cầu và một số vấn đề truyền thông toàn cầu hiện nay	22	08	60	
67	KTQU2577	Tổ chức sự kiện	Học phần tổ chức sự kiện nghiên	22	08	60	

TT	Mã số HP	Học phần	Nội dung cần đạt của từng học phần	Khối lượng kiến thức			Ghi chú
				LT	TH	Tự học	
			cứu các vấn đề liên quan đến hoạt động tổ chức sự kiện như: hình thành chủ đề, lập chương trình và dự toán ngân sách tổ chức sự kiện; lập kế hoạch tổ chức sự kiện; Các hoạt động chuẩn bị tổ chức sự kiện; chuẩn bị hậu cần tổ chức sự kiện; tổ chức điều hành các hoạt động của sự kiện.				
3. Khối kiến thức bổ trợ, tự chọn							
3.1 Khối kiến thức tự chọn							
68	KTQU2678	Marketing địa phương	Nội dung được đề cập trong học phần bao gồm: Tổng quan về marketing địa phương; quy trình marketing địa phương; chiến lược marketing địa phương; chiến lược marketing cải thiện địa phương; thiết kế hình ảnh địa phương.	35	10	90	
69	KTQU2679	Marketing dịch vụ công	Nội dung được đề cập trong học phần bao gồm: Tổng quan về dịch vụ công và marketing dịch vụ công; môi trường marketing dịch vụ công; chiến lược phát triển của tổ chức dịch vụ công; chính sách sản phẩm/dịch vụ công; chiến lược giá dịch vụ công; chính sách phân phối dịch vụ công và chiến lược truyền thông dịch vụ công	38	07	90	
70	KTQU2680	Quản trị tác nghiệp	Học phần tổ chức sự kiện nghiên cứu các vấn đề: giới thiệu chung về quản trị tác nghiệp; dự báo; định vị doanh nghiệp; bố trí sản	22	08	60	

TT	Mã số HP	Học phần	Nội dung cần đạt của từng học phần	Khối lượng kiến thức			Ghi chú
				LT	TH	Tự học	
			xuất; các phương pháp tổ chức sản xuất; quản trị dự trữ.				
71	KTQU2509	Quản trị chiến lược	Nội dung được đề cập trong học phần bao gồm: tổng quan về Quản trị chiến lược, nghiên cứu môi trường kinh doanh của doanh nghiệp, viễn cảnh, sứ mạng và mục tiêu của doanh nghiệp, lợi thế cạnh tranh, định vị và ra các quyết định về chiến lược của doanh nghiệp. Học phần không chỉ tập trung vào việc lựa chọn, và tổ chức thực hiện chiến lược mà còn đề cập tới việc đánh giá và điều chỉnh chiến lược trong doanh nghiệp.	24	6	60	
72	KTQU2681	Quản trị quảng cáo	Nội dung được đề cập trong học phần bao gồm: tổng quan về quảng cáo (định nghĩa, vai trò, chức năng, lịch sử của quảng cáo, vấn đề văn hóa và đạo đức trong quảng cáo); tổ chức hoạt động của phòng quảng cáo và công ty quảng cáo; đặc điểm của quảng cáo trên các phương tiện báo in, radio, truyền hình; quảng cáo ngoài trời và trên các phương tiện giao thông công cộng; các loại hình quảng cáo khác; kế hoạch sử dụng các phương tiện truyền thông cho quảng cáo.	36	09	90	
73	KTTC2506	Quản trị tài chính	Môn học đề cập đến các vấn đề cốt yếu về quản trị tài chính mà	30	15	90	

TT	Mã số HP	Học phần	Nội dung cần đạt của từng học phần	Khối lượng kiến thức			Ghi chú
				LT	TH	Tự học	
			doanh nghiệp sẽ thực hiện để hoạt động kinh doanh trong nền kinh tế thị trường như chi phí huy động và sử dụng vốn; đánh giá mức độ rủi ro trong hoạt động đầu tư, cơ cấu tài chính và sử dụng các công cụ tài chính của doanh nghiệp, các hoạt động quản trị tài sản dài hạn, quản trị nguồn vốn, chính sách tài trợ để có cơ cấu vốn tối ưu.				
3.2 Khối kiến thức bổ trợ							
74	KTQU2882	Marketing trong các loại hình doanh nghiệp	Nội dung được đề cập trong học phần bao gồm: marketing trong kinh doanh và doanh nghiệp, doanh nghiệp và các loại hình doanh nghiệp, marketing trong doanh nghiệp nhà nước, marketing trong công ty cổ phần, marketing trong công ty trách nhiệm hữu hạn, marketing trong công ty hợp danh và marketing trong doanh nghiệp tư nhân.	33	12	90	
75	KTQU2883	Tổ chức chiến lược marketing và truyền thông	Nội dung được đề cập trong học phần bao gồm: Những kiến thức cơ bản về tổ chức chiến lược marketing, các chiến lược marketing, tổ chức thực hiện các chiến lược marketing, một số vấn đề về truyền thông marketing, tổ chức hoạt động truyền thông marketing	35	10	90	

8. Hướng dẫn thực hiện

- Một tín chỉ được quy định bằng 15 tiết học lý thuyết; 30 tiết thực hành, thí nghiệm hoặc thảo luận; 50÷80 giờ thực tập; tiểu luận, bài tập lớn hoặc, khoá luận tốt nghiệp;

- Điểm đánh giá bộ phận và điểm thi kết thúc học phần được chấm theo thang điểm 10, làm tròn đến một chữ số thập phân, sau đó được chuyển đổi sang thang điểm chữ theo quy định;

- Lớp học được tổ chức theo từng học phần dựa vào đăng ký khối lượng học tập của sinh viên ở từng học kỳ. Nếu số lượng sinh viên đăng ký thấp hơn số lượng tối thiểu quy định thì lớp học sẽ không được tổ chức và sinh viên phải đăng ký chuyển sang học những học phần khác có lớp (nếu chưa đảm bảo đủ quy định về khối lượng học tập tối thiểu cho mỗi học kỳ);

- Khối lượng học tập mà mỗi sinh viên phải đăng ký trong mỗi học kỳ (Trừ học kỳ cuối khóa) là không dưới 14TC đối với những sinh viên được xếp hạng học lực bình thường và 10÷14TC đối với những sinh viên đang trong thời gian bị xếp hạng học lực yếu. Việc đăng ký các học phần sẽ học cho từng học kỳ phải bảo đảm điều kiện tiên quyết của học phần và trình tự học tập của chương trình.