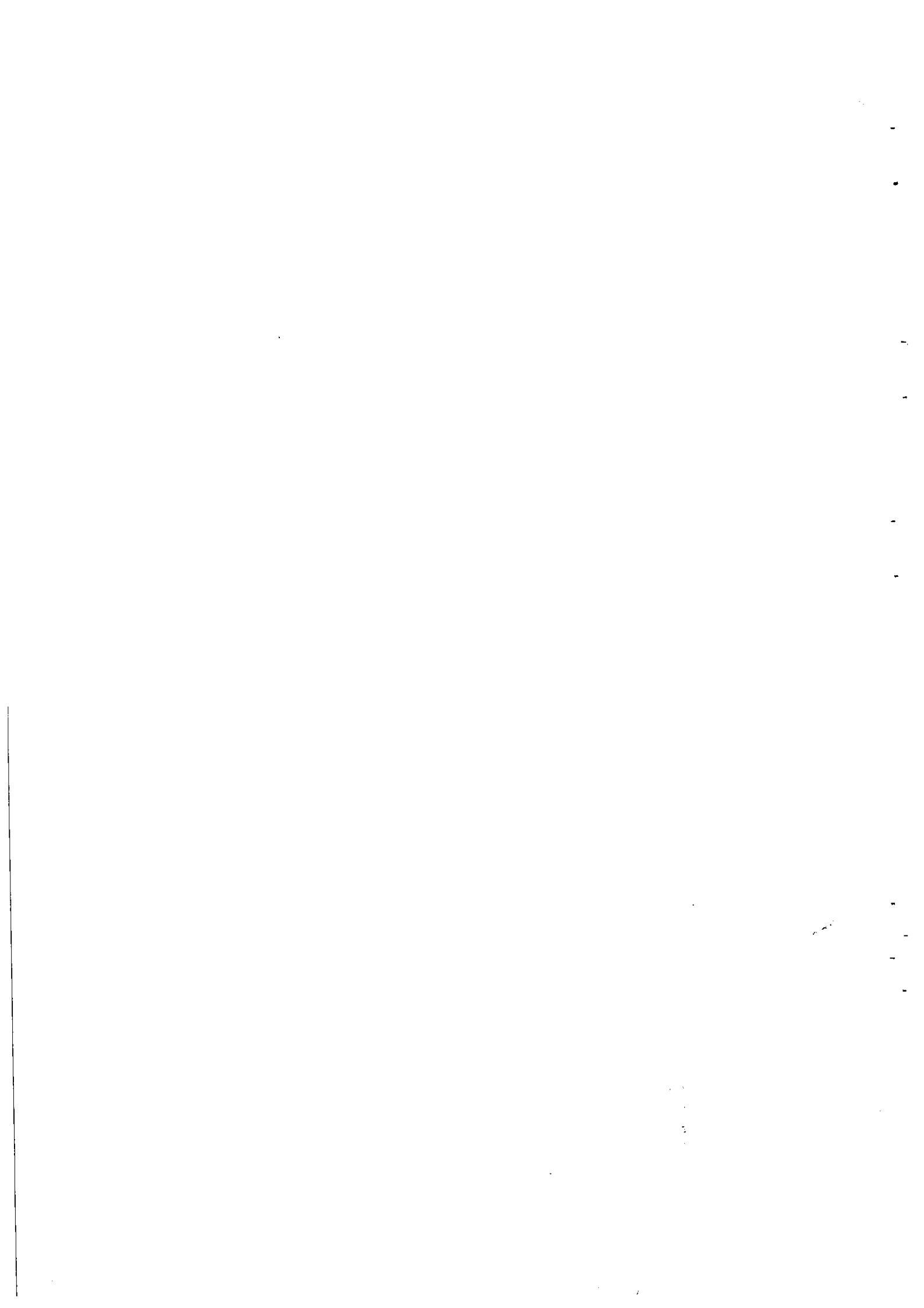


**BỘ TÀI NGUYÊN VÀ MÔI TRƯỜNG
TRƯỜNG ĐẠI HỌC TÀI NGUYÊN VÀ MÔI TRƯỜNG HÀ NỘI**



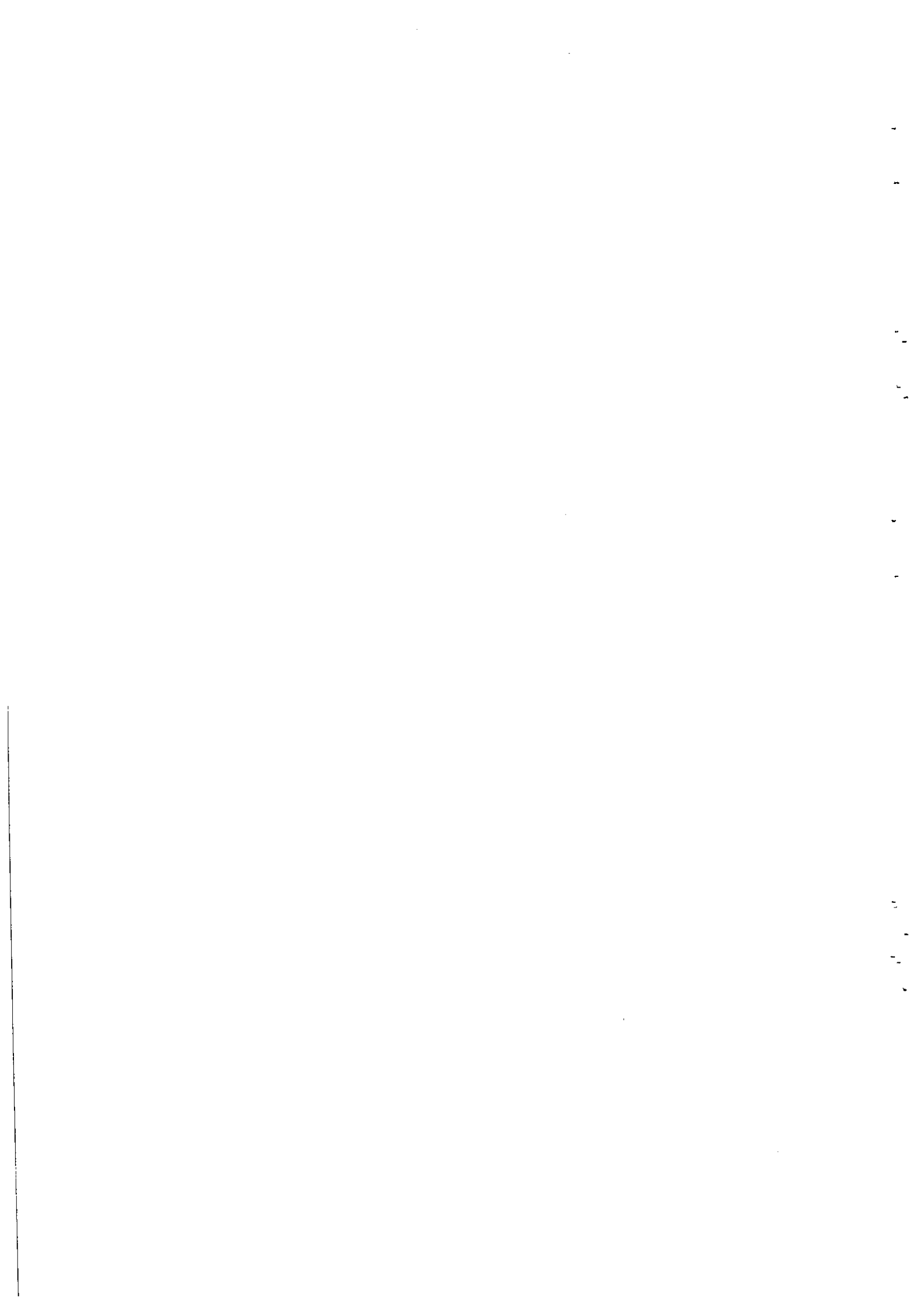
**BẢN MÔ TẢ
CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO
TRÌNH ĐỘ ĐẠI HỌC – HỆ CHÍNH QUY
NGÀNH MARKETING**

Hà Nội, năm 2020



MỤC LỤC

PHẦN 1. GIỚI THIỆU CHUNG VỀ CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO.....	1
1.1. Một số thông tin về chương trình đào tạo	1
1.2. Mục tiêu đào tạo.....	1
1.2.1. <i>Mục tiêu chung</i>	1
1.2.2. <i>Mục tiêu cụ thể</i>	1
1.3. Đối tượng, tiêu chí tuyển sinh	2
1.4. Hình thức đào tạo: Đào tạo theo hệ thống tín chỉ	2
1.5. Điều kiện tốt nghiệp	2
PHẦN 2. CHUẨN ĐẦU RA CỦA CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO.....	3
2.1. Kiến thức	3
2.2. Kỹ năng	4
2.3. Năng lực tự chủ và trách nhiệm:	5
PHẦN 3. MA TRẬN MỐI QUAN HỆ	6
GIỮA MỤC TIÊU ĐÀO TẠO VÀ CHUẨN ĐẦU RA	6
PHẦN 4. NỘI DUNG CHƯƠNG TRÌNH.....	7
4.1. Tóm tắt yêu cầu chương trình đào tạo.....	7
4.2. Chương trình đào tạo.....	7
4.3. Ma trận thể hiện sự đóng góp của các học phần để đạt được chuẩn đầu ra	37
4.4. Dự kiến phân bổ số học phần theo học kỳ (học đúng tiến độ).....	49
4.5. Mô tả vắn tắt nội dung và khối lượng các học phần	54
4.6. Thông tin về các điều kiện đảm bảo thực hiện chương trình.....	68
4.6.1. <i>Cơ sở vật chất phục vụ đào tạo và nghiên cứu</i>	68
4.6.2. <i>Danh sách giảng viên tham gia thực hiện chương trình</i>	80
4.7. Hướng dẫn thực hiện chương trình	84



PHẦN 1. GIỚI THIỆU CHUNG VỀ CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO

1.1. Một số thông tin về chương trình đào tạo

- Tên chương trình:

- Tiếng Việt: Marketing
- Tiếng Anh: Marketing

- Trình độ đào tạo: Đại học

- Ngành đào tạo: Marketing

- Mã số: 7340115

- Thời gian đào tạo: 04 năm

- Loại hình đào tạo: Chính quy

- Tên văn bằng sau khi tốt nghiệp:

- Tiếng Việt: Cử nhân Marketing
- Tiếng Anh: Bachelor of Marketing

1.2. Mục tiêu đào tạo

1.2.1. Mục tiêu chung

MT1: 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;

MT2: 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;

MT3: Có thể học tập lên trình độ cao hơn.

1.2.2. Mục tiêu cụ thể

MT4: Có kiến thức chuyên sâu về quản trị marketing, quản trị thương hiệu và truyền thông marketing: 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. 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. Xử lý khủng hoảng truyền thông, quảng cáo và

trung 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.

MT5: Có kỹ năng vận dụng sáng tạo các kiến thức đã học để giải quyết các vấn đề nảy sinh trong thực tiễn công việc như: 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. 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. 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.

MT6: Thể hiện được khả năng tổ chức, quản lý, làm việc theo nhóm.

MT7: Có năng lực về chuyên môn, nghiệp vụ để có thể tự chủ được công việc được giao trong lĩnh vực marketing; có sáng kiến trong quá trình thực hiện nhiệm vụ được giao; có khả năng tự định hướng, thích nghi với các môi trường làm việc khác nhau; tự học tập, tích lũy kiến thức, kinh nghiệm để nâng cao trình độ chuyên môn nghiệp vụ; có khả năng đưa ra được kết luận về các vấn đề chuyên môn, nghiệp vụ thông thường và một số vấn đề phức tạp về mặt kỹ thuật; có năng lực lập kế hoạch, điều phối, phát huy trí tuệ tập thể; có năng lực đánh giá và cải tiến các hoạt động chuyên môn ở quy mô trung bình; Có phẩm chất chính trị đạo đức tốt, có ý thức tổ chức kỷ luật, trách nhiệm công dân; có khả năng tìm việc làm, có sức khoẻ phục vụ sự nghiệp xây dựng đất nước.

1.3. Đối tượng, tiêu chí tuyển sinh

- Đối tượng tuyển sinh: Thí sinh đã tốt nghiệp THPT (hoặc tương đương), đạt điểm chuẩn tuyển sinh theo quy định Nhà trường.

- Tiêu chí tuyển sinh: Tiêu chí tuyển sinh theo quy chế của bộ giáo dục đào tạo; theo quyết định của trường Đại học Tài nguyên và môi trường Hà Nội hàng năm.

1.4. Hình thức đào tạo: Đào tạo theo hệ thống tín chỉ

1.5. Điều kiện tốt nghiệp

Được thực hiện theo Quy chế của Bộ Giáo dục và Đào tạo và Quy định hiện hành của Trường Đại học Tài nguyên và Môi trường Hà Nội.

PHẦN 2. CHUẨN ĐẦU RA CỦA CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO

2.1. Kiến thức

KT1: 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, chính sách pháp luật của Nhà nước và công tác an ninh - quốc phòng; Có kiến thức cơ bản về toán học, ngoại ngữ, tin học đại cương và khoa học tự nhiên làm nền tảng để học tập các môn cơ sở ngành và chuyên ngành.

KT2: Giải thích 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 làm cơ sở nghiên cứu các nội dung kiến thức chuyên sâu.

KT3: Giải thích và vận dụng những kiến thức chuyên sâu về lĩnh vực Quản trị marketing; quản trị thương hiệu và truyền thông marketing để thực hiện các nhiệm vụ nghề nghiệp như: lập kế hoạch marketing, quản trị chiến lược giá doanh nghiệp, quản trị kênh phân phối, lập kế hoạch sản phẩm, phân tích marketing; 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, quản trị và phát triển sản phẩm mới; xử lý khủng hoảng truyền thông, quảng cáo và trưng bày tại điểm bán, truyền thông đa phương tiện, tổ chức sự kiện.

KT4: Vận dụng và tổng hợp kiến thức đã học vào 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.

KT5: Kiến thức Tiếng anh và Tin học:

+ Đạt trình độ tiếng Anh 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 do Trường Đại học Tài nguyên và Môi trường Hà Nội tổ chức thi sát hạch hoặc đạt chứng chỉ A2 theo khung tham chiếu Châu Âu và tương đương.

+ 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.

2.2. Kỹ năng

2.2.1. Kỹ năng nghề nghiệp

KN1: 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;

KN2: 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;

KN3: 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;

KN4: Năng lực vận dụng kiến thức, kỹ năng vào thực tiễn: Xây dựng, quản trị marketing, quản trị thương hiệu và truyền thông marketing. Thu thập thông tin, phân tích, dự báo, tham gia thực hiện và kiểm tra kế hoạch kinh doanh; tư vấn thiết kế bộ máy quản lý doanh nghiệp phù hợp với từng lĩnh vực kinh doanh; Phân tích tình hình hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp, đề xuất, tham mưu cho lãnh đạo các biện pháp quản trị, truyền thông nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp.

2.2.2. Kỹ năng mềm

KN5: 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;

KN6: 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;

KN7: 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;

KN8: 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.

2.2.3. Kỹ năng ngoại ngữ và tin học

KN9: Kỹ năng ngoại ngữ

Kỹ năng giao tiếp và sử dụng ngoại ngữ

Có kỹ năng giao tiếp với khách hàng, đối tác, đồng nghiệp và cấp trên; có kỹ năng thuyết phục, thuyết trình và đàm phán tốt; có trình độ tiếng Anh giao tiếp cơ bản, đọc và hiểu biết cơ bản các kiến thức chuyên môn.

KN10: Kỹ năng tin học

Sử dụng thành thạo các công cụ công nghệ thông tin phổ biến. Sử dụng được Internet và một số phần mềm chuyên ngành để phục vụ tốt yêu cầu công việc.

2.3. Năng lực tự chủ và trách nhiệm:

NL1: Có năng lực 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. Có năng lực hướng dẫn, giám sát những người khác thực hiện nhiệm vụ xác định. Có sáng kiến trong quá trình thực hiện nhiệm vụ được giao; có khả năng tự định hướng, thích nghi với các môi trường làm việc khác nhau; tự học tập, tích lũy kiến thức, kinh nghiệm để nâng cao trình độ chuyên môn nghiệp vụ; có khả năng đưa ra được kết luận về các vấn đề chuyên môn, nghiệp vụ thông thường và một số vấn đề phức tạp về mặt kỹ thuật; có năng lực lập kế hoạch, điều phối, quản lý các nguồn lực, phát huy trí tuệ tập thể; có năng lực đánh giá và cải tiến các hoạt động chuyên môn ở quy mô trung bình.

**PHẦN 3. MA TRẬN MỐI QUAN HỆ
GIỮA MỤC TIÊU ĐÀO TẠO VÀ CHUẨN ĐẦU RA**

CHUẨN ĐẦU RA		MỤC TIÊU ĐÀO TẠO						
		MT1	MT2	MT3	MT4	MT5	MT6	MT7
Kiến thức	KT1	x				x		
	KT2	x		x				
	KT3		x	x	x		x	x
	KT4			x	x			x
	KT5			x				
Kỹ năng	KN1	x	x	x	x		x	x
	KN2	x				x		
	KN3	x	x	x	x			x
	KN4		x	x	x	x		x
	KN5	x	x	x	x	x	x	x
	KN6						x	
	KN7						x	x
	KN8	x	x					x
	KN9	x	x	x	x			x
	KN10	x						
Năng lực tự chủ và trách nhiệm	NL1	x	x	x	x	x	x	x

PHẦN 4. NỘI DUNG CHƯƠNG TRÌNH

4.1. Tóm tắt yêu cầu chương trình đào tạo

Tổng số tín chỉ (TC) phải tích lũy	133
Trong đó:	
- Khối lượng kiến thức Giáo dục đại cương (Không tính các môn học GDTC, GDQP-AN)	28
- Khối lượng 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

4.2. Chương trình đào tạo

Ký hiệu: - LT: Lý thuyết

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

TT	Mã số HP	Học phần	Nội dung cần đạt của từng học phần (tóm tắt)	Khối lượng kiến thức			Ghi chú
				LT	TH	Tự học	
1. Kiến thức giáo dục đại cương							
1	LCML2101	Triết học Mác - Lênin	Nắm được nội dung khái quát về triết học, triết học Mác - Lênin, và vai trò của triết học Mác-Lênin trong đời sống xã hội. Bên cạnh đó nắm được những nội dung cơ bản của chủ nghĩa duy vật biện chứng, gồm vấn đề vật chất và ý thức; phép biện chứng duy vật; lý luận nhận thức của chủ nghĩa duy vật biện chứng. Nắm được những nội dung cơ bản của chủ nghĩa duy vật lịch sử, gồm vấn đề hình thái kinh tế xã hội; giai cấp và dân tộc; nhà nước và cách mạng xã hội; ý thức xã hội; triết học về con người.	30	15	90	
2	LCML2102	Kinh tế Chính trị Mác - Lênin	Nắm được đối tượng, phương pháp nghiên cứu và chức năng của kinh tế chính trị Mác - Lênin. Thêm vào đó hiểu được các nội	20	10	60	

TT	Mã số HP	Học phần	Nội dung cần đạt của từng học phần (tóm tắt)	Khối lượng kiến thức			Ghi chú
				LT	TH	Tự học	
			dung về hàng hóa, thị trường, giá trị thặng dư, cạnh tranh, độc quyền và sự vận động của các vấn đề đó trong điều kiện kinh tế thị trường hiện nay. Hiểu được những nội dung về nền kinh tế thị trường định hướng XHCN, các quan hệ lợi ích kinh tế, công nghiệp hóa, hiện đại hóa và hội nhập kinh tế quốc tế của Việt Nam				
3	LCML2103	Chủ nghĩa xã hội khoa học	Hiểu biết về sự ra đời và phát triển chủ nghĩa xã hội khoa học và nội dung cơ bản của chủ nghĩa xã hội khoa học bao gồm: sứ mệnh lịch sử của giai cấp công nhân, chủ nghĩa xã hội và thời kỳ quá độ lên chủ nghĩa xã hội, dân chủ xã hội chủ nghĩa và nhà nước xã hội chủ nghĩa, cơ cấu xã hội giai cấp và liên minh giai cấp, tầng lớp trong thời kỳ quá độ lên chủ nghĩa xã hội, vấn đề dân tộc và tôn giáo trong thời kỳ quá độ lên chủ nghĩa xã hội, vấn đề gia đình trong thời kỳ quá độ lên chủ nghĩa xã hội	20	10	60	
4	LCTT2104	Tư tưởng Hồ Chí Minh	Nắm được nội dung về đối tượng, phương pháp nghiên cứu và ý nghĩa học tập môn tư tưởng Hồ Chí Minh; Về cơ sở, quá trình hình thành và phát triển tư tưởng Hồ Chí Minh; Về độc lập dân tộc và chủ nghĩa xã hội; Về Đảng Cộng sản và nhà nước Việt Nam; Về đại đoàn kết dân tộc và đoàn kết quốc tế; Về văn hóa, đạo đức, con người.	21	09	60	

TT	Mã số HP	Học phần	Nội dung cần đạt của từng học phần (tóm tắt)	Khối lượng kiến thức			Ghi chú
				LT	TH	Tự học	
5	LCLS 2101	Lịch sử Đảng Cộng sản Việt Nam	Biết và hiểu được nội dung môn học gồm những kiến thức cơ bản, cốt lõi, hệ thống về sự ra đời của Đảng (1920 - 1930), quá trình Đảng lãnh đạo cuộc đấu tranh giành chính quyền (1930-1945), lãnh đạo hai cuộc kháng chiến chống thực dân Pháp và đế quốc Mỹ xâm lược, hoàn thành giải phóng dân tộc, thống nhất đất nước (1945-1975), lãnh đạo cả nước quá độ lên chủ nghĩa xã hội và tiến hành công cuộc đổi mới (1975 đến nay). Qua đó khẳng định các thành công, nêu lên các hạn chế, tổng kết những kinh nghiệm về sự lãnh đạo cách mạng của Đảng và việc vận dụng vào thực tiễn hiện nay.	21	09	60	
6	KTQU2151	Kỹ năng mềm	Biết, hiểu và áp dụng được các kiến thức, kỹ năng mềm 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 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 sinh viên áp dụng được kỹ năng trong quá trình tìm kiếm việc làm sau khi tốt nghiệp ra trường.	20	10	60	
7	LTPL2101	Pháp luật đại cương	Sinh viên hiểu được những vấn đề cơ bản về nhà nước và pháp luật ; Quy phạm pháp luật, Quan hệ	20	10	60	

TT	Mã số HP	Học phần	Nội dung cần đạt của từng học phần (tóm tắt)	Khối lượng kiến thức			Ghi chú
				LT	TH	Tự học	
			pháp luật, Vi phạm pháp luật và Trách nhiệm pháp lý; Bên cạnh đó hiểu biết về một số ngành luật chủ yếu trong hệ thống pháp luật Việt Nam. Chương 3: Một số ngành luật chủ yếu trong hệ thống pháp luật Việt Nam.				
8	NNTA2101	Tiếng Anh 1	<p>Biết thêm các từ vựng và ngữ pháp thuộc các chủ đề sau:</p> <p>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</p>	08	37	90	
9	NNTA2102	Tiếng Anh 2	<p>Sinh viên biết, hiểu và có thể vận dụng Các thời thể ngữ pháp tiếng Anh và từ vựng được sử dụng trong các tình huống hàng ngày; 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>Sử dụng được bảng phiên âm quốc tế và biết cách phát âm phụ âm, nguyên âm, các âm phổ biến trong tiếng Anh....</p> <p>Cải thiện kỹ năng nghe, nói, đọc, viết bằng tiếng anh</p>	06	39	90	
10	NNTA2103	Tiếng Anh 3	Người học nắm được các thời thể ngữ pháp tiếng Anh như: cách sử	06	24	60	

TT	Mã số HP	Học phần	Nội dung cần đạt của từng học phần (tóm tắt)	Khối lượng kiến thức			Ghi chú
				LT	TH	Tự học	
			<p>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>Biết thêm những từ vựng được sử dụng trong các tình huống hàng ngày và nói được về các chủ đề quen thuộc của cuộc sống 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>Hiểu rõ hơn cách vận dụng bảng phiên âm quốc tế và cách phát âm phụ âm, nguyên âm, các âm phổ biến trong tiếng Anh. Có thể phát âm 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 và dần dần cải thiện</p>				
11	CTKH2151	Tin học đại cương	<p>Sinh viên nắm được 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	

TT	Mã số HP	Học phần	Nội dung cần đạt của từng học phần (tóm tắt)	Khối lượng kiến thức			Ghi chú
				LT	TH	Tự học	
12	KDTO2108	Toán cao cấp	<p>Sinh viên hiểu và làm được bài tập về các nội dung kiến thức như sau:</p> <p>+Ma trận và định thức.</p> <p>+Các kiến thức về hệ phương trình tuyến tính.</p> <p>+Các kiến thức về hàm số một biến số.</p> <p>+Các kiến thức về hàm số nhiều biến số.</p> <p>+Các kiến thức về cực trị của hàm số nhiều biến số.</p> <p>+Các kiến thức về phương trình vi phân.</p>	25	20	90	
13		Giáo dục thể chất	<p>Sinh viên nắm được các kiến thức cơ bản trong công tác giáo dục thể chất, thể thao và thực hành rèn luyện giáo dục thể chất theo các hướng sau:</p> <p>* Phần bắt buộc: Thể dục (ITC): Nắm được những kiến thức cơ bản trong công tác giáo dục thể chất; Điền kinh.</p> <p>* Phần tự chọn: SV chọn một trong các môn học sau (mỗi môn học bao gồm 2 học phần): Bóng chuyền, cầu lông, bơi lội, bóng rổ.</p>	5	tín chỉ		
14		Giáo dục quốc phòng – an ninh	Hiểu rõ 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		

TT	Mã số HP	Học phần	Nội dung cần đạt của từng học phần (tóm tắt)	Khối lượng kiến thức			Ghi chú
				LT	TH	Tự học	
2. Kiến thức giáo dục chuyên nghiệp							
2.1. Kiến thức cơ sở ngành							
15	KTKH2301	Kinh tế vi mô	Sinh viên hiểu được nội dung 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 phí sản xuất (tối thiểu hóa chi phí) và về lợi nhuận (tối đa hóa lợi nhuận); Giải thích được 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, 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. Phân tích được ý nghĩa của các loại cơ cấu thị trường và những thất bại vốn có của thị trường, hiểu được vai trò Chính phủ trong việc can thiệp vào một số thất bại của thị trường	33	12	90	
16	KTKH2302	Kinh tế vĩ mô	Sinh viên nắm được những nội dung của 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	35	10	90	

TT	Mã số HP	Học phần	Nội dung cần đạt của từng học phần (tóm tắt)	Khối lượng kiến thức			Ghi chú
				LT	TH	Tự học	
			hành vi của các cá thể đơn lẻ như công ty và cá nhân người tiêu dùng, kinh tế 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 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.				
17	KTPT2301	Nguyên lý thống kê kinh tế	Sinh viên hiểu và áp dụng được 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.	19	11	60	
18	KTKE2501	Nguyên lý kế toán	Hiểu được và áp dụng được những 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 pháp tổng hợp cân đối.	30	15	90	

TT	Mã số HP	Học phần	Nội dung cần đạt của từng học phần (tóm tắt)	Khối lượng kiến thức			Ghi chú
				LT	TH	Tự học	
			<p>Các quá trình kinh doanh chủ yếu.</p> <p>Các hình thức kế toán.</p> <p>Tổ chức bộ máy kế toán</p>				
19	MNT101	Quản trị học	<p>Hiểu được và áp dụng được những 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	
20	BMA202	Marketing căn bản	<p>Hiểu được và áp dụng được những 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>Sinh viên nắm được 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	
21	KTTC2304	Tài chính – Tiền tệ	<p>Hiểu được và áp dụng được những nội dung được đề cập trong học phần bao gồm: Các khái niệm</p>	24	06	60	

TT	Mã số HP	Học phần	Nội dung cần đạt của từng học phần (tóm tắt)	Khối lượng kiến thức			Ghi chú
				LT	TH	Tự học	
			căn 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...				
22	KTTN2301	Kinh tế tài nguyên và môi trường	<p>Hiểu được và áp dụng được những 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>Sinh viên hiểu được các khái niệm cơ bản về kinh tế tài nguyên môi trường như ngoại ứng, thuế ô nhiễm</p>	23	07	60	

TT	Mã số HP	Học phần	Nội dung cần đạt của từng học phần (tóm tắt)	Khối lượng kiến thức			Ghi chú
				LT	TH	Tự học	
			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.				
23	KTQU2337	Lý thuyết truyền thông	Hiểu được và áp dụng được những 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							
24	KTQU2508	Quản trị kinh doanh	Người học nắm được 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, và có thể triển khai áp dụng các kiến thức vào công việc trong tương lai.	36	09	90	
25	KTQU2638	Marketing truyền thông xã hội	Hiểu được và áp dụng được những 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	36	09	90	

TT	Mã số HP	Học phần	Nội dung cần đạt của từng học phần (tóm tắt)	Khối lượng kiến thức			Ghi chú
				LT	TH	Tự học	
			<p> 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.</p>				
26	KTQU2539	Đạo đức và trách nhiệm xã hội trong marketing	<p>Hiểu được và áp dụng được những 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</p>	20	10	60	
27	KTQU2540	Hành vi khách hàng	<p>Hiểu được và áp dụng được những 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 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.</p>	28	17	90	

TT	Mã số HP	Học phần	Nội dung cần đạt của từng học phần (tóm tắt)	Khối lượng kiến thức			Ghi chú
				LT	TH	Tự học	
28	KTKE2511	Kế toán tài chính	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	
29	KTQU2541	Truyền thông marketing tích hợp	Hiểu được và áp dụng được những 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	
30	KTQU2642	Marketing chiến lược	Hiểu được và áp dụng được những 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	
31	KTQU2543	Marketing thương mại và dịch vụ	Hiểu được và áp dụng được những nội dung được đề cập trong học phần bao gồm: Nội dung được đề cập trong học phần bao gồm: Tổng quan về marketing thương	21	09	60	

TT	Mã số HP	Học phần	Nội dung cần đạt của từng học phần (tóm tắt)	Khối lượng kiến thức			Ghi chú
				LT	TH	Tự học	
			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.				
32	KTQU2544	Digital Marketing	<p>Hiểu được và áp dụng được những nội dung được đề cập trong học phần bao gồm:</p> <p>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 bookmarking, 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.</p>	20	10	60	
33	KTQU2545	Marketing quốc tế	<p>Hiểu được và áp dụng được những nội dung được đề cập trong học phần bao gồm:</p> <p>Tổng quan về marketing quốc tế, các yếu tố ảnh hưởng đến khả năng cạnh tranh trong môi trường quốc</p>	20	10	60	

TT	Mã số HP	Học phần	Nội dung cần đạt của từng học phần (tóm tắt)	Khối lượng kiến thức			Ghi chú
				LT	TH	Tự học	
			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.				
34	KTQU2516	Quản trị marketing	Người học nhận thức được 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	
35	KTQU2646	Quản trị bán hàng	Nắm được các nội dung về tổng quan 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. Phân tích và áp dụng được các kiến thức vào tình huống thực tiễn quản trị bán hàng	35	10	90	
36	KTQU2547	Nghiên cứu marketing	Hiểu được và áp dụng được những 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 liệu, phân tích dữ liệu, soạn thảo báo cáo nghiên cứu và thuyết trình báo cáo nghiên	36	09	90	

TT	Mã số HP	Học phần	Nội dung cần đạt của từng học phần (tóm tắt)	Khối lượng kiến thức			Ghi chú
				LT	TH	Tự học	
			cứu, đọc báo cáo và đánh giá dự án marketing.				
37	KTQU2548	Tâm lý khách hàng	Hiểu được và áp dụng được những 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	
38	KTQU2649	Quan hệ công chúng	Hiểu được và áp dụng được những 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	
39	KTQU2550	Quản trị thương hiệu	Hiểu được và áp dụng được những 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	
40	KTQU2506	Thương mại điện tử	Sinh viên khái quát được những kiến thức cơ bản về thương mại điện tử, cơ sở công nghệ của thương	24	06	60	

TT	Mã số HP	Học phần	Nội dung cần đạt của từng học phần (tóm tắt)	Khối lượng kiến thức			Ghi chú
				LT	TH	Tự học	
			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.				
41	KTQU2584	Kỹ năng phát triển nghề nghiệp	<p>Hiểu được và áp dụng được những nội dung được đề cập trong học phần bao gồm:</p> <p>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.</p>	21	09	60	
42	KTQU2551	Kiến tập nghề nghiệp	<p>Sau kiến tập sinh viên nhận biết và phân tích được các nội dung sau:</p> <p>Các thông tin tổng quan về đơn vị kiến tập bao gồm:</p> <ul style="list-style-type: none"> + Giới thiệu chung về đơn vị kiến tập. + Cơ cấu tổ chức của đơn vị kiến tập. + Hoạt động quản trị cơ bản tại các đơn vị kiến tập 		20 ngày	40	
2.3 Thực tập và khóa luận tốt nghiệp							

TT	Mã số HP	Học phần	Nội dung cần đạt của từng học phần (tóm tắt)	Khối lượng kiến thức			Ghi chú
				LT	TH	Tự học	
43	KTQU2752	Thực tập tốt nghiệp	<p>Hiểu được và áp dụng những nội dung đã học để thực hành:</p> <p>Tìm hiểu về tổ chức và hoạt động chung của đơn vị thực tập;</p> <p>Tìm hiểu về các hoạt động quản trị marketing của đơn vị thực tập;</p> <p>Thực tập các hoạt động quản trị marketing</p>		90	180	
44	KTQU2853	Khóa luận tốt nghiệp	<p>Sinh viên trình bày được:</p> <p>Cơ sở lý luận, hệ thống hóa lại những vấn đề lý luận về lĩnh vực nghiên cứu của khóa luận tốt nghiệp.</p> <p>Thực trạng về vấn đề nghiên cứu tại đơn vị thực tập.</p> <p>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</p>		90	180	
2.4 Khối kiến thức chuyên sâu							
2.4.1 Quản trị marketing							
45	KTQU2554	Thực hành nghề nghiệp	<p>Sinh viên nhận biết và phân tích được các nội dung sau :</p> <p>+ Thông tin tổng quan về đơn vị thực hành nghề nghiệp.</p> <p>+ Cơ cấu tổ chức của đơn vị thực hành nghề nghiệp.</p>		8 tuần	16 tuần	

TT	Mã số HP	Học phần	Nội dung cần đạt của từng học phần (tóm tắt)	Khối lượng kiến thức			Ghi chú
				LT	TH	Tự học	
			<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>				
46	KTQU2555	Kế hoạch Marketing	<p>Hiểu được và áp dụng được những 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	
47	KTQU2556	Mô hình Marketing	<p>Hiểu được và áp dụng được những 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	
48	KTQU2557	Marketing bền vững	<p>Hiểu được và áp dụng được những nội dung được đề cập trong học phần bao gồm: tổng quan về marketing bền vững, chiến lược marketing bền vững và chuỗi cung</p>	19	11	60	

TT	Mã số HP	Học phần	Nội dung cần đạt của từng học phần (tóm tắt)	Khối lượng kiến thức			Ghi chú
				LT	TH	Tự học	
			ứng bền vững.				
49	KTQU2558	Quản trị chiến lược giá doanh nghiệp	Hiểu được và áp dụng được những 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	
50	KTQU2559	Quản trị kênh phân phối	Hiểu được và áp dụng được những 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	
51	KTQU2560	Lập kế hoạch sản phẩm	Hiểu được và áp dụng được những 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	
52	KTQU2561	Phân tích Marketing	Hiểu được và áp dụng được những 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 marketing thông qua các công cụ tài chính và phi tài chính.	35	10	90	

TT	Mã số HP	Học phần	Nội dung cần đạt của từng học phần (tóm tắt)	Khối lượng kiến thức			Ghi chú
				LT	TH	Tự học	
2.4.2 Quản trị thương hiệu							
53	KTQU2562	Thực hành nghề nghiệp	<p>Sinh viên thực hiện được các nội dung sau:</p> <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 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>		8 tuần	16 tuần	
54	KTQU2563	Hệ thống nhận diện thương hiệu	<p>Hiểu được và áp dụng được những 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.</p>	36	09	90	
55	KTQU2564	Định giá và nhượng quyền thương hiệu	<p>Sinh viên hiểu được những kiến thức về giá, thẩm định giá trị thương hiệu, chuyên nhượng tài sản thương hiệu. Tài sản thương hiệu và các phương án phát triển, khai thác tài sản thương hiệu như nhượng</p>	36	09	90	

TT	Mã số HP	Học phần	Nội dung cần đạt của từng học phần (tóm tắt)	Khối lượng kiến thức			Ghi chú
				LT	TH	Tự học	
			quyền thương mại, quản trị tài sản thương hiệu trong các tình huống mua bán, chia tách và sáp nhập doanh nghiệp				
56	KTQU2565	Xây dựng thương hiệu qua phương tiện truyền thông kỹ thuật số	Hiểu được và áp dụng được những 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	
57	KTQU2566	Quản trị quan hệ khách hàng	Hiểu được và áp dụng được những 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 giải pháp nhằm triển khai hệ thống CRM.	20	10	60	
58	KTQU2567	Hoạt động thương mại về sở hữu trí tuệ	Hiểu được 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	25	05	60	

TT	Mã số HP	Học phần	Nội dung cần đạt của từng học phần (tóm tắt)	Khối lượng kiến thức			Ghi chú
				LT	TH	Tự học	
			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				
59	KTQU2568	Quản trị và phát triển sản phẩm mới	Sinh viên hiểu những kiến thức cơ bản về sản phẩm mới, phương pháp nghiên cứu, chất lượng và đánh giá chất lượng thực phẩm. Đồng thời tiếp thu kỹ năng để tiến hành các hoạt động quản lý, phát triển, nghiên cứu sản phẩm mới. Tiuwf đó hiểu được 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.	33	12	90	
60	KTQU2569	Chiến lược	Sinh viên hiểu được những kiến	24	06	60	

TT	Mã số HP	Học phần	Nội dung cần đạt của từng học phần (tóm tắt)	Khối lượng kiến thức			Ghi chú
				LT	TH	Tự học	
		thương hiệu	thức nâng cao về chiến lược thương hiệu và quản trị chiến lược thương hiệu trong doanh nghiệp. Cụ thể là các nội dung : 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. Vận dụng được lý thuyết vào giải quyết tình huống trong xây dựng và triển khai chiến lược thương hiệu.				

2.4.3 Truyền thông marketing

61	KTQU2570	Thực hành nghề nghiệp	<p>Sinh viên phải thực hiện các nội dung sau:</p> <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</p>		8 tuần	16 tuần	
----	----------	-----------------------	---	--	--------	---------	--

TT	Mã số HP	Học phần	Nội dung cần đạt của từng học phần (tóm tắt)	Khối lượng kiến thức			Ghi chú
				LT	TH	Tự học	
			hành				
62	KTQU2571	Xử lý khủng hoảng truyền thông	Hiểu được và áp dụng được những 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	
63	KTQU2572	Quảng cáo và trưng bày tại điểm bán	Hiểu được và áp dụng được những 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	
64	KTQU2573	Kế hoạch truyền thông marketing	Hiểu được và áp dụng được những nội dung được đề cập trong học phần bao gồm: tổng quan về truyền thông marketing, phân tích quá trình truyền thông, thiết lập mục tiêu và ngân sách truyền thông marketing và thiết kế thông điệp, phương tiện truyền thông marketing	22	08	60	
65	KTQU2574	Truyền thông đa phương tiện	Hiểu được và áp dụng được những 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	

TT	Mã số HP	Học phần	Nội dung cần đạt của từng học phần (tóm tắt)	Khối lượng kiến thức			Ghi chú
				LT	TH	Tự học	
66	KTQU2575	Truyền thông báo chí	Hiểu được và áp dụng được những 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	
67	KTQU2576	Truyền thông quốc tế	Nhận biết Khái quát 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	
68	KTQU2577	Tổ chức sự kiện	Nhận thức được vấn đề và áp dụng lý thuyết vào giải quyết 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.	22	08	60	
3. Khối kiến thức bổ trợ, tự chọn							
3.1 Khối kiến thức tự chọn							
69	KTQU2678	Marketing địa phương	Hiểu được và áp dụng được những nội dung được đề cập trong học phần bao gồm: Tổng quan về	35	10	90	

TT	Mã số HP	Học phần	Nội dung cần đạt của từng học phần (tóm tắt)	Khối lượng kiến thức			Ghi chú
				LT	TH	Tự học	
			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				
70	KTQU2679	Marketing dịch vụ công	Hiểu được và áp dụng được những 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	
71	KTQU2680	Quản trị tác nghiệp	Nhận thức được các nội dung của quản trị tác nghiệp như tổng quan về quản trị tác nghiệp; dự báo; định vị doanh nghiệp; bố trí sản xuất; các phương pháp tổ chức sản xuất; quản trị dự trữ. Giải thích và phân tích được tình huống về hoạt động quản trị tác nghiệp	22	08	60	
72	KTQU2509	Quản trị chiến lược	Hiểu được và áp dụng được những 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. Bên cạnh đó, sinh viên hiểu phương pháp đánh giá và điều chỉnh chiến	24	6	60	

TT	Mã số HP	Học phần	Nội dung cần đạt của từng học phần (tóm tắt)	Khối lượng kiến thức			Ghi chú
				LT	TH	Tự học	
			lược trong doanh nghiệp.				
73	KTTC2506	Quản trị tài chính	Khái quát được các vấn đề cốt yếu về quản trị tài chính mà 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.	30	15	90	
74	KTQU2681	Quản trị quảng cáo	Hiểu được và áp dụng được những nội dung được đề cập trong học phần bao gồm: tổng quan về 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	
3.2 Khối kiến thức bổ trợ							
75	KTQU2882	Marketing trong các loại hình doanh nghiệp	Hiểu được và áp dụng được những 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	33	12	90	

TT	Mã số HP	Học phần	Nội dung cần đạt của từng học phần (tóm tắt)	Khối lượng kiến thức			Ghi chú
				LT	TH	Tự học	
			công ty trách nhiệm hữu hạn, marketing trong công ty hợp danh và marketing trong doanh nghiệp tư nhân.				
76	KTQU2883	Tổ chức chiến lược marketing và truyền thông	Hiểu được và áp dụng được những 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	

4.3. Ma trận thể hiện sự đóng góp của các học phần để đạt được chuẩn đầu ra

CÁC HỌC PHẦN TRONG CHUONG TRÌNH ĐÀO TẠO		Chuẩn đầu ra													Năng lực tự chủ và trách nhiệm			
		Kiến thức					Kỹ năng											
		KT1	KT2	KT3	KT4	KT5	KN1	KN2	KN3	KN4	KN5	KN6	KN7	KN8		KN9	KN10	
I. Khối kiến thức giáo dục đại cương																		
I.1. Lý luận chính trị																		
LCML2101	Triết học Mác - Lênin	X							X									X
LCML2102	Kinh tế chính trị Mác- Lênin	X							X									X
LCML2103	Chủ nghĩa xã hội khoa học	X							X									X
LCTT2104	Tư tưởng Hồ Chí Minh	X							X									X
LCLS2101	Lịch sử Đảng Cộng sản Việt	X							X									X

CÁC HỌC PHẦN TRONG CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO		Chuẩn đầu ra																Năng lực tự chủ và trách nhiệm
		Kiến thức						Kỹ năng										
		KT1	KT2	KT3	KT4	KT5	KN1	KN2	KN3	KN4	KN5	KN6	KN7	KN8	KN9	KN10	NL1	
	Nam																	
<i>I.2. Khoa học xã hội</i>																		
LTPL2101	Pháp luật đại cương	X								X								X
KTQU2151	Kỹ năng mềm	X								X	X	X						X
<i>I.3. Ngoại ngữ</i>																		
NNTA2101	Tiếng Anh 1	X																X
NNTA2102	Tiếng Anh 2	X								X								X
NNTA2103	Tiếng Anh 3	X								X								X
<i>I.4. Khoa học tự nhiên – Tin học</i>																		
CTKH2151	Tin học đại cương	X								X								X

CÁC HỌC PHẦN TRONG CHUONG TRÌNH ĐÀO TẠO		Chuẩn đầu ra														Năng lực tự chủ và trách nhiệm				
		Kiến thức					Kỹ năng										NL1			
		KT1	KT2	KT3	KT4	KT5	KN1	KN2	KN3	KN4	KN5	KN6	KN7	KN8	KN9			KN10		
KĐTO2108	Toán cao cấp	X								X									X	
<i>I.5. Giáo dục thể chất</i>																				
<i>I.6. Giáo dục quốc phòng-an ninh</i>																				
II. Khối kiến thức giáo dục chuyên nghiệp																				
II.1. Kiến thức cơ sở ngành																				
KTKH2301	Kinh tế vi mô		X								X									X
KTKH2302	Kinh tế vĩ mô		X								X									X
KTPPT2301	Nguyên lý thống kê kinh tế										X									X
KTKE2501	Nguyên lý kế toán		X								X									X
MNT101	Quản trị học		X								X									X
BMA202	Marketing căn		X								X									X

CÁC HỌC PHẦN TRONG CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO		Chuẩn đầu ra															Năng lực tự chủ và trách nhiệm
		Kiến thức					Kỹ năng										
		KT1	KT2	KT3	KT4	KT5	KN1	KN2	KN3	KN4	KN5	KN6	KN7	KN8	KN9	KN10	
KTQU2510	Quản trị Marketing	X	X	X			X	X	X	X	X						X
KTQU2646	Quản trị bán hàng	X	X	X			X	X	X	X	X						X
KTQU2547	Nghiên cứu Marketing		X	X			X	X	X	X	X						X
KTQU2548	Tâm lý khách hàng		X	X			X	X	X	X	X						X
KTQU2649	Quan hệ công chúng		X	X			X	X	X	X	X						X
KTQU2550	Quản trị thương hiệu		X	X			X	X	X	X	X						X
KTQU2584	Kỹ năng phát triển nghề nghiệp			X			X	X	X	X	X						X
KTQU2506	Thương mại điện tử		X	X			X	X	X	X	X						X

CÁC HỌC PHẦN TRONG CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO		Chuẩn đầu ra															
		Kiến thức					Kỹ năng										Năng lực tự chủ và trách nhiệm
		KT1	KT2	KT3	KT4	KT5	KN1	KN2	KN3	KN4	KN5	KN6	KN7	KN8	KN9	KN10	
KTQU2551	Kiến tập nghề nghiệp		X			X	X		X	X						NL1	X
II.3. Thực tập và khóa luận tốt nghiệp																	
KTQU2752	Thực tập tốt nghiệp					X				X							X
KTQU2853	Khóa luận tốt nghiệp					X				X							X
II.4. Khởi kiến thức chuyên sâu																	
A. Quản trị marketing																	
KTQU2554	Thực hành nghề nghiệp		X		X	X			X	X							X
KTQU2555	Kế hoạch marketing	X	X	X	X	X			X	X							X
KTQU2556	Mô hình marketing	X	X	X	X	X			X	X							X

CÁC HỌC PHẦN TRONG CHUONG TRÌNH ĐÀO TẠO		Chuẩn đầu ra																Năng lực tự chủ và trách nhiệm
		Kiến thức					Kỹ năng											
		KT1	KT2	KT3	KT4	KT5	KN1	KN2	KN3	KN4	KN5	KN6	KN7	KN8	KN9	KN10		
KTQU2557	Marketing bên vững	X	X	X	X		X	X	X	X	X						NL1	X
KTQU2558	Quản trị chiến lược giá doanh nghiệp	X	X	X	X		X	X	X	X	X						X	X
KTQU2559	Quản trị kênh phân phối	X	X	X	X		X	X	X	X	X						X	X
KTQU2560	Lập kế hoạch sản phẩm	X	X	X	X		X	X	X	X	X						X	X
KTQU2561	Phân tích Marketing	X	X	X	X		X	X	X	X	X						X	X
B. Quản trị thương hiệu																		
KTQU2562	Thực hành nghề nghiệp			X	X		X	X	X	X	X						X	X
KTQU2563	Hệ thống nhận diện thương hiệu	X	X	X	X		X	X	X	X	X						X	X

CÁC HỌC PHẦN TRONG CHUONG TRÌNH ĐÀO TẠO		Chuẩn đầu ra															
		Kiến thức					Kỹ năng							Năng lực tự chủ và trách nhiệm			
		KT1	KT2	KT3	KT4	KT5	KN1	KN2	KN3	KN4	KN5	KN6	KN7	KN8	KN9	KN10	NL1
KTQU2564	Định giá và nhượng quyền thương hiệu	X	X	X	X		X	X	X	X	X						X
KTQU2565	Xây dựng thương hiệu qua phương tiện truyền thông kỹ thuật số	X	X	X	X		X	X	X	X	X						X
KTQU2566	Quản trị quan hệ khách hàng	X	X	X	X		X	X	X	X	X						X
KTQU2567	Hoạt động thương mại về sở hữu trí tuệ	X	X	X	X		X	X	X	X	X						X
KTQU2568	Quản trị và phát triển sản phẩm mới	X	X	X	X		X	X	X	X	X						X
KTQU2569	Chiến lược thương hiệu	X	X	X	X		X	X	X	X	X						X

CÁC HỌC PHẦN TRONG CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO		Chuẩn đầu ra																
		Kiến thức					Kỹ năng									Năng lực tự chủ và trách nhiệm		
		KT1	KT2	KT3	KT4	KT5	KN1	KN2	KN3	KN4	KN5	KN6	KN7	KN8	KN9		KN10	NL1
C. Truyền thông marketing																		
KTQU2570	Thực hành nghề nghiệp		X	X		X			X									X
KTQU2571	Xử lý khủng hoảng truyền thông	X		X	X	X			X	X								X
KTQU2572	Quảng cáo và trưng bày tại điểm bán	X		X	X				X	X								X
KTQU2573	Kế hoạch truyền thông marketing	X		X	X				X	X								X
KTQU2574	Truyền thông đa phương tiện	X		X	X				X	X								X
KTQU2575	Truyền thông báo trí	X		X	X				X	X								X
KTQU2576	Truyền thông quốc tế	X		X	X				X	X								X

CÁC HỌC PHẦN TRONG CHUONG TRÌNH ĐÀO TẠO		Chuẩn đầu ra															
		Kiến thức					Kỹ năng							Năng lực tự chủ và trách nhiệm			
		KT1	KT2	KT3	KT4	KT5	KN1	KN2	KN3	KN4	KN5	KN6	KN7	KN8	KN9	KN10	NL1
KTQU2577	Tổ chức sự kiện	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X				X	
III. Khối kiến thức bổ trợ, tự chọn																	
III.1. Khối kiến thức tự chọn																	
KTQU2678	Marketing địa phương	X	X			X	X	X	X	X	X					X	
KTQU2679	Marketing dịch vụ công	X	X			X	X	X	X	X	X					X	
KTQU2680	Quản trị tác nghiệp	X	X			X	X	X	X	X	X				X		X
KTQU2509	Quản trị chiến lược	X	X			X	X	X	X	X	X						X
KTTC2506	Quản trị tài chính	X	X			X	X	X	X	X	X						X
KTQU2681	Quản trị quảng cáo	X	X			X	X	X	X	X	X						X
III.2. Các môn thay thế khóa																	

CÁC HỌC PHẦN TRONG CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO		Chuẩn đầu ra														Năng lực tự chủ và trách nhiệm		
		Kiến thức					Kỹ năng											
		KT1	KT2	KT3	KT4	KT5	KN1	KN2	KN3	KN4	KN5	KN6	KN7	KN8	KN9		KN10	NL1
<i>luận tốt nghiệp</i>																		
KTQU2882	Marketing trong các loại hình doanh nghiệp	X	X			X	X	X	X	X								X
KTQU2883	Tổ chức chiến lược marketing và truyền thông	X	X			X	X	X	X	X								X

4.4. 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
I	Khối kiến thức giáo dục đại cương										
I.1	Lý luận chính trị										
1	Triết học Mac – Lênin	LCML2101	3	3							
2	Kinh tế chính trị Mác – Lênin	LCML2102	2		2						
3	Chủ nghĩa xã hội khoa học	LCML2103	2			2					
4	Tư tưởng Hồ Chí Minh	LCTT2104	3				3				
5	Lịch sử Đảng cộng sản Việt Nam	LCLS 2101	2					2			
I.2	Khoa học xã hội										
6	Kỹ năng mềm	KTQU2151	2			2					
7	Pháp luật đại cương	LTPL2101	2	2							
I.3	Ngoại ngữ										
8	Tiếng Anh 1	NNTA2101	3	3							
9	Tiếng Anh 2	NNTA2102	3		3						
10	Tiếng Anh 3	NNTA2103	2			2					
I.4	Khoa học tự nhiên – Tin học										
11	Tin học đại cương	CTKH2151	2	2							
12	Toán cao cấp	KDTO2108	3	3							
13	Giáo dục thể chất		5	1	1	1	1	1			
14	Giáo dục quốc phòng- An ninh		165 tiết								
II	Khối kiến thức giáo dục chuyên nghiệp										
II.1	Kiến thức cơ sở ngành										
15	Kinh tế vi mô	KTKH2301	3	3							
16	Kinh tế vĩ mô	KTKH2302	3		3						

17	Nguyên lý thống kê kinh tế	KTPT2301	2		2						
18	Nguyên lý kế toán	KTKE2501	3			3					
19	Quản trị học	MNT101	3		3						
20	Marketing căn bản	BMA202	2		2						
21	Tài chính - Tiền tệ	KTTC2304	2			2					
22	Kinh tế tài nguyên và môi trường	KTTN2301	2		2						
23	Lý thuyết truyền thông	KTQU2337	3				3				
II.2	Kiến thức ngành										
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	KTQU2516	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			
II.3 Thực tập và khóa luận tốt nghiệp											
43	Thực tập tốt nghiệp	KTQU2752	6								6
44	Khóa luận tốt nghiệp	KTQU2853	6								6
II.4 Khỏi kiến thức chuyên sâu											
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 chí	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			133	15	16	18	17	19	17	18	12
III	Khôi kiến thức bổ trợ, tự chọn										
III.1	Khôi kiến thức tự chọn										
1	Marketing địa phương	KTQU2678	3								
2	Marketing dịch vụ công	KTQU2679	3								
3	Quản trị tác nghiệp	KTQU2680	2								
4	Quản trị chiến lược	KTQU2509	2								
5	Quản trị tài chính	KTTC2506	3								
6	Quản trị quảng cáo	KTQU2681	3								
III.2	Khôi kiến thức bổ trợ		6								
	Các môn thay thế khóa luận tốt nghiệp										
1	Marketing trong các loại hình doanh nghiệp	KTQU2882	3								

2	Tổ chức chiến lược marketing và truyền thông	KTQU2883	3									
---	--	----------	---	--	--	--	--	--	--	--	--	--

4.5. Mô tả vắn tắt nội dung và khối lượng các học phần

1. Triết học Mac – Lênin

3TC

Căn cứ vào mục tiêu môn học, nội dung chương trình môn học được cấu trúc thành 6 chương:

- Chương 1 trình bày về đối tượng, phương pháp nghiên cứu và chức năng của kinh tế chính trị Mác – Lê nin
- Chương 2,3,4 trình bày các nội dung về hàng hóa, thị trường, giá trị thặng dư, cạnh tranh, độc quyền và sự vận động của các vấn đề đó trong điều kiện kinh tế thị trường hiện nay.
- Chương 5, 6 trình bày những nội dung về nền kinh tế thị trường định hướng XHCN, các quan hệ lợi ích kinh tế, công nghiệp hóa, hiện đại hóa và hội nhập kinh tế quốc tế của Việt Nam

2. Kinh tế chính trị Mác - Lênin

2TC

Căn cứ vào mục tiêu môn học, nội dung chương trình môn học được cấu trúc thành 6 chương:

- Chương 1 trình bày về đối tượng, phương pháp nghiên cứu và chức năng của kinh tế chính trị Mác – Lê nin
- Chương 2,3,4 trình bày các nội dung về hàng hóa, thị trường, giá trị thặng dư, cạnh tranh, độc quyền và sự vận động của các vấn đề đó trong điều kiện kinh tế thị trường hiện nay.
- Chương 5, 6 trình bày những nội dung về nền kinh tế thị trường định hướng XHCN, các quan hệ lợi ích kinh tế, công nghiệp hóa, hiện đại hóa và hội nhập kinh tế quốc tế của Việt Nam

3. Chủ nghĩa xã hội khoa học

2TC

Nội dung môn học gồm 7 chương, ngoài khái quát sự ra đời và phát triển chủ nghĩa xã hội khoa học, nội dung cơ bản của chủ nghĩa xã hội khoa học bao gồm: sứ mệnh lịch sử của giai cấp công nhân, chủ nghĩa xã hội và thời kỳ quá độ lên chủ nghĩa xã hội, dân chủ xã hội chủ nghĩa và nhà nước xã hội chủ nghĩa, cơ cấu xã hội giai cấp và liên minh giai cấp, tầng lớp trong thời kỳ quá độ lên chủ nghĩa xã hội, vấn đề dân tộc và tôn giáo trong thời kỳ quá độ lên chủ nghĩa xã hội, vấn đề gia đình trong thời kỳ quá độ lên chủ nghĩa xã hội

4. Tư tưởng Hồ Chí Minh

3TC

Học phần Tư tưởng Hồ Chí Minh gồm 6 chương cung cấp cho sinh viên kiến thức cơ bản về: Đối tượng, phương pháp nghiên cứu và ý nghĩa học tập môn tư tưởng Hồ Chí Minh; Về cơ sở, quá trình hình thành và phát triển tư tưởng Hồ Chí Minh; Về độc lập dân tộc và chủ nghĩa xã hội; Về Đảng Cộng sản và nhà nước Việt Nam; Về đại đoàn kết dân tộc và đoàn kết quốc tế; Về văn hóa, đạo đức, con người.

5. Lịch sử Đảng cộng sản Việt Nam

2TC

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.

6. Kỹ năng mềm

2TC

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 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.

7. Pháp luật đại cương

2TC

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.

8. Tiếng Anh 1

3TC

Nội dung được đề cập trong học phần bao gồm:

- Module 1: People and places
- Module 2: Everyday Life
- Module 3: Loves and Hates

Module 4: Eating and Drinking

Module 5: Extraordinary Lives

Module 6: Buying and Selling

Module 7: The world around us

Module 8: Going Places

9. Tiếng Anh 2

3TC

Nội dung được đề cập trong học phần bao gồm:

Module 1: Leisure and Lifestyle

Module 2: Important Firsts

Module 3: At rest, at work

Module 4: Special Occasions

Module 5: Appearances

Module 6: Ambitions and Dreams

Module 7: Countries and cultures

10. Tiếng Anh 3

2TC

Nội dung được đề cập trong học phần bao gồm:

Module 1: Old and New

Module 2: Take care

Module 3: Got to have it

Module 4: Choosing the right person

Module 5: Money, money, money

11. Tin học đại cương

2TC

Học phần xây dựng cho sinh viên các khái niệm cơ bản về công nghệ thông tin, cấu trúc máy tính, mạng máy tính, phân loại, sử dụng các phần mềm ứng dụng văn phòng.

Nội dung chính gồm:

- 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.
- Một số hệ điều hành thông dụng và sử dụng hệ điều hành.
- Các chương trình ứng dụng MS Word, Excel và Powerpoint.

12. Toán cao cấp

3TC

Nội dung được đề cập trong học phần bao gồm:

- Các kiến thức về ma trận và định thức.
- Các kiến thức về hệ phương trình tuyến tính.
- 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.

13. Giáo dục thể chất

Bao gồm phần bắt buộc và phần tự chọn:

* Phần bắt buộc (3TC)

+ (1) Thể dục (1TC): Nội dung học phần bao gồm: những kiến thức cơ bản trong công tác giáo dục thể chất (nhiệm vụ và chức năng của sinh viên, các hình thức giáo dục thể chất trong trường đại học; cấu trúc cơ bản của vận động thông qua một số bài thể dục cơ bản, giúp cho SV có được tư thế tác phong nhằm chuẩn mực hoá kỹ năng vận động và nâng cao thể lực.

+ (2) Điền kinh 1 (1TC) và Điền kinh 2 (1TC): Nội dung học phần bao gồm: các kiến thức cơ bản trong môn chạy cự ly trung bình, cự ly ngắn và môn nhảy cao; phương pháp tổ chức thi đấu và trọng tài điền kinh.

* Phần tự chọn (2TC): SV chọn một trong các môn học sau (mỗi môn học bao gồm 2 học phần):

+ (1) Bóng chuyền 1 (1TC) và Bóng chuyền 2 (1TC): Nội dung bao gồm: các kiến thức cơ bản về luật và phương pháp tổ chức thi đấu môn bóng chuyền; một số kỹ thuật cơ bản trong bóng chuyền nhằm chuẩn mực hoá kỹ năng vận động và tăng cường thể chất.

+ (2) Cầu lông 1(1TC) và Cầu lông 2 (1TC): Nội dung bao gồm: các kiến thức về lịch sử ra đời và phát triển môn cầu lông trên thế giới và Việt Nam, tác dụng của tập luyện và thi đấu; kỹ thuật, chiến thuật trong thi đấu cầu lông. Luật và phương pháp tổ chức thi đấu, trọng tài môn cầu lông, giúp SV chuẩn mực hoá kỹ năng vận động và tăng cường thể chất.

+ (3) Bơi lội 1(1TC) và Bơi lội 2 (1TC): Nội dung bao gồm: một số kiến thức và kỹ thuật cơ bản về bơi lội thông qua các bài tập, giúp SV chuẩn mực hoá kỹ năng vận động và tăng cường thể chất.

+ (4) Bóng rổ 1 (1TC) và Bóng rổ 2 (1TC): Nội dung bao gồm: những kiến thức cơ bản về môn bóng rổ thông qua các bài tập, giúp SV có được tư thế tác phong, chuẩn mực hoá kỹ năng vận động và tăng cường thể chất.

14. Giáo dục quốc phòng – an ninh

165 tiết

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.

+ (1) Đường lối quân sự của Đảng (3TC): Nội dung học phần bao gồm: các kiến thức về Quan điểm của chủ nghĩa Mác – Lênin, tư tưởng Hồ Chí Minh về chiến tranh, quan đội và bảo vệ tổ quốc; Xây dựng nền quốc phòng toàn dân và lực lượng vũ trang nhân dân Việt Nam, Nghệ thuật quân sự Việt Nam.

+ (2) Công tác quốc phòng – an ninh và Quân sự chung (2TC): Nội dung học phần bao gồm: các kiến thức về chiến lược diễn biến hòa bình, bạo loạn lật đổ của các thế

lực thù địch đối với cách mạng Việt Nam và những vấn đề cơ bản về bảo vệ an ninh quốc gia và giữ gìn trật tự, an toàn xã hội.

+ (3) Quân sự chung, chiến thuật và kỹ thuật bắn súng tiểu liên AK (3TC): Nội dung học phần bao gồm: các kiến thức chung về quân sự phổ thông, những kỹ năng quân sự cần thiết nhằm đáp ứng yêu cầu xây dựng, củng cố lực lượng vũ trang nhân dân, sẵn sàng tham gia lực lượng dân quân tự vệ, dự bị động viên và nghĩa vụ quân sự bảo vệ tổ quốc.

15. Kinh tế vi mô

3TC

Sau khi kết thúc học phần sinh viên cần hiểu được những 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 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; 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 hóa 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.

16. Kinh tế vĩ mô

3TC

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 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, cá nhân

17. Nguyên lý thống kê kinh tế

2TC

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:

- Chương 1. Tổng quan về nguyên lý thống kê: giới thiệu những kiến thức chung thống kê, học phần nguyên lý thống kê, khái niệm thường dùng trong thống kê, quá trình nghiên cứu thống kê và một số phần mềm thông dụng trong nghiên cứu thống kê.

- Chương 2. Thu thập thông tin thống kê: giới thiệu những kiến thức về thông tin thống kê, thu thập thông tin thống kê, bao gồm: khái niệm, các hình thức tổ chức, phương pháp thu thập thông tin thống kê, phương pháp chọn mẫu.
- Chương 3. Tổng hợp và trình bày dữ liệu thống kê: giới thiệu các kiến thức về phân tổ thống kê, bảng thống kê, đồ thị thống kê.
- Chương 4. Các chỉ tiêu phân tích mức độ của hiện tượng: giới thiệu những kiến thức về các chỉ số so sánh, các chỉ tiêu thể hiện điển hình, các chỉ tiêu đánh giá mức độ điển hình của số bình quân và cách sử dụng phần mềm SPSS trong tính toán các chỉ tiêu phân tích mức độ của hiện tượng.
- Chương 5. Dự báo thống kê: giới thiệu các phương pháp dự báo dựa trên dãy số biến động thời gian và phương pháp chỉ số trong phân tích sự biến động của các hiện tượng.

18. Nguyên lý kế toán

3TC

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 pháp tổng hợp cân đối.
- Các quá trình kinh doanh chủ yếu.
- Các hình thức kế toán; Tổ chức bộ máy kế toán.

19. Quản trị học

3TC

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.

20. Marketing căn bản

2TC

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.

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.

21. Tài chính - Tiền tệ

2TC

Nội dung được đề cập trong học phần bao gồm: Các khái niệm căn 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...

22. Kinh tế tài nguyên và môi trường 2TC

Nội dung được đề cập trong học phần bao gồm:

- Kinh tế tài nguyên và môi trường nghiên cứu các vấn đề tài nguyên, môi trường dưới góc độ phân tích của kinh tế học.

- Học phần cung cấp các khái niệm cơ bản về kinh tế tài nguyên môi 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...

23. Lý thuyết truyền thông 3TC

Nội dung được đề cập trong học phần bao gồm: quan niệm chung về truyền thông và các mô hình truyền thông; một số kỹ năng về 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.

24. Quản trị kinh doanh 3TC

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.

25. Marketing truyền thông xã hội 3TC

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 bookmarking, 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.

26. Đạo đức và trách nhiệm xã hội trong marketing 2TC

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.

27. Hành vi khách hàng

3TC

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 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.

28. Kế toán tài chính

3TC

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.

29. Truyền thông marketing tích hợp

3TC

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.

30. Marketing chiến lược

2TC

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.

31. Marketing thương mại và dịch vụ

2TC

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.

32. Digital marketing

2TC

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 bookmarking, 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.

33. Marketing quốc tế

2TC

Nội dung được đề cập trong học phần bao gồm: Tổng quan về 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.

34. Quản trị Marketing

3TC

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.

35. Quản trị bán hàng

3TC

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.

36. Nghiên cứu Marketing

3TC

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 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.

37. Tâm lý khách hàng

2TC

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.

38. Quan hệ công chúng

3TC

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.

39. Quản trị thương hiệu

3TC

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.

40. Thương mại điện tử

2TC

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.

41. Kỹ năng phát triển nghề nghiệp

2TC

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.

42. Kiến tập nghề nghiệp

4TC

Học phần Kiến tập nghề nghiệp 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
- Viết báo cáo sau quá trình đi kiến tập

43. Thực tập tốt nghiệp

6TC

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.

44. Khóa luận tốt nghiệp

6TC

- + 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.

45. Thực hành nghề nghiệp – Quản trị Marketing

4TC

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

46. Kế hoạch marketing

3TC

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

47. Mô hình marketing

2TC

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.

48. Marketing bền vững

2TC

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.

49. Quản trị chiến lược giá doanh nghiệp

2TC

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.

50. Quản trị kênh phân phối

2TC

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;

51. Lập kế hoạch sản phẩm

2TC

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.

53. Thực hành nghề nghiệp – Quản trị thương hiệu

4TC

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

54. Hệ thống nhận diện thương hiệu

2TC

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

55. Định giá và nhượng quyền thương hiệu 3TC

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 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.

56. Xây dựng thương hiệu qua phương tiện truyền thông kỹ thuật số 2TC

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.

57. Quản trị quan hệ khách hàng 2TC

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 giải pháp nhằm triển khai hệ thống CRM.

58. Hoạt động thương mại về sở hữu trí tuệ 2TC

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.

59. Quản trị và phát triển sản phẩm mới 3TC

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 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.

60. Chiến lược thương hiệu

2TC

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

61. Thực hành nghề nghiệp – Truyền thông Marketing

4TC

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 truyền thông marketing tại các đơn vị thực hành
- Trình bày thực trạng hoạt động thực hành của sinh viên: truyền thông marketing
- Viết báo cáo sau quá trình đi thực hành

62. Xử lý khủng hoảng truyền thông

2TC

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.

63. Quảng cáo và trưng bày tại điểm bán

2TC

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.

64. Kế hoạch truyền thông marketing

2TC

Nội dung được đề cập trong học phần bao gồm: tổng quan về truyền thông marketing, phân tích quá trình truyền thông, thiết lập mục tiêu và ngân sách truyền thông marketing và thiết kế thông điệp, phương tiện truyền thông marketing.

65. Truyền thông đa phương tiện

3TC

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.

66. Truyền thông báo chí

3TC

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.

67. Truyền thông quốc tế

2TC

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.

68. Tổ chức sự kiện

2TC

Học phần tổ chức sự kiện nghiên 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.

69. Marketing địa phương

3TC

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.

70. Marketing dịch vụ công

3TC

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.

71. Quản trị tác nghiệp

2TC

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 xuất; các phương pháp tổ chức sản xuất; quản trị dự trữ.

72. Quản trị chiến lược

2TC

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. Từ đó có thể mang lại hiệu quả kinh doanh cao và góp phần trong sự phát triển bền vững cho doanh nghiệp.

73. Quản trị tài chính

Môn học đề cập đến các vấn đề cốt yếu về quản trị tài chính mà 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.

74. Quản trị quảng cáo

3TC

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.

75. Marketing trong các loại hình doanh nghiệp

3TC

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.

76. Tổ chức chiến lược marketing và truyền thông

3TC

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.

4.6. Thông tin về các điều kiện đảm bảo thực hiện chương trình**4.6.1. Cơ sở vật chất phục vụ đào tạo và nghiên cứu**

Trường Đại học Tài nguyên và Môi trường Hà Nội có đủ phòng học, phòng thí nghiệm, phòng thực hành với các trang thiết bị cần thiết đáp ứng yêu cầu giảng dạy, học tập và nghiên cứu khoa học của ngành, đảm bảo đủ theo danh mục trang thiết bị tối thiểu phục vụ công tác đào tạo của ngành Marketing.

a. Phòng học, giảng đường, trang thiết bị hỗ trợ giảng dạy

TT	Loại phòng	Số lượng	Diện tích (m ²)	Danh mục trang thiết bị chính hỗ trợ giảng dạy		
				Tên thiết bị	SL	Phục vụ học phần môn học
1	Phòng học	154	13.854	Máy chiếu Màn chiếu Bảng chống loá Bàn giáo viên Bàn học sinh	104 107 154 154 3.650	Tất cả các học phần/ môn học
2	Phòng	28	1.988	- Máy tính	1.200	Tin học; Tiếng Anh

b. Phòng thí nghiệm, cơ sở thực hành và trang thiết bị phục vụ thí nghiệm thực hành

TT	Loại phòng	Số lượng	Diện tích (m ²)	Danh mục trang thiết bị chính hỗ trợ giảng dạy			
				Tên thiết bị	SL	Phục vụ học phần/ môn học	Diện tích (m ²)
1	Phòng học	154	13.854	Máy chiếu Màn chiếu Bảng chống loá Bàn giáo viên Bàn học sinh	104 107 154 154 3.650	- Tất cả các môn	13.854
2	Phòng máy 701	1	103	Máy vi tính DELL Máy chiếu đa năng Sony Thiết bị hỗ trợ trình chiếu Avov Switch Dell™ 24 Port Gigabit Ethernet with 2 Fiber Uplink Ports slot Acces Point Cisco truy cập không dây từ xa Phần mềm Virus có bản quyền Phần mềm quản trị cơ sở dữ liệu có bản quyền Microsoft SQLSvrStd 2012	54 1 2 02 02 41 01	Các môn tin học	

TT	Loại phòng	Số lượng	Diện tích (m ²)	Danh mục trang thiết bị chính hỗ trợ giảng dạy			
				Tên thiết bị	SL	Phục vụ học phần/ môn học	Diện tích (m ²)
				SNGL OLP NL Acdbc			
				Microsoft SQLCAL 2012 SNGL OLP NL Acdbc UsrCAL	05		
3	Phòng máy 810	1	103	Máy Vi tính DELL	50	Các môn tin học	103
				Máy chiếu đa năng SONY	1		
				Thiết bị hỗ trợ trình chiếu AVOV	1		
				Cable mạng AMP Category 6 UTP Cable	4		
				Wall Place AMP đôi	25		
				Phần mềm kế toán			
				Phần mềm kế toán DN MISA	1		
				Phần mềm KTHCSN Misa	1		
4	Phòng 901	1	103	Máy vi tính DELL	57	Các môn tin học	103
				Máy chủ Server Dell™ Rack Mount PowerEdge™ + Hệ điều hành cho máy chủ	1		
				Máy chiếu đa năng Sony	1		

c. Thông tin thư viện

Tổng diện tích thư viện: 890 m² trong đó diện tích các phòng đọc: 440 m² Số lượng máy tính phục vụ tra cứu (tài liệu giấy và số): 100

Số chỗ ngồi đọc: 200

Phần mềm Thư viện (tích hợp quản lý thư viện truyền thống và thư viện điện tử): iLibme

Thư viện điện tử: Đã kết nối với thư viện Đại học TNMT Thành phố Hồ Chí

Minh các chương trình Fulbright, Cranfield University, Ohidink DRC Bowling Green State University, Đại học An Giang, Đại học Bách khoa Đà Nẵng, Đại học Bách khoa TP Hồ Chí Minh, nhóm trường Kiến trúc, nhóm trường Quản trị kinh doanh, nhóm trường Sư phạm, nhóm trường Y dược.

Thư viện trường có đủ số lượng sách, giáo trình của trường: 9.915 sách, giáo trình, tài liệu tham khảo.

d. Danh mục giáo trình phục vụ đào tạo ngành Marketing

Thư viện trường có đủ số lượng sách, giáo trình, tài liệu tham khảo phục vụ nhu cầu đào tạo sinh viên ngành Marketing. Danh mục sách, giáo trình, tài liệu tham khảo trong bảng sau:

STT	TÊN MÔN HỌC	TÀI LIỆU CHÍNH
1	Triết học Mác – Lênin	Bộ giáo dục và Đào tạo (2016), Giáo trình Những nguyên lý cơ bản của chủ nghĩa Mác-Lênin, Nhà xuất bản Chính trị quốc gia – sự thật.
2	Kinh tế chính trị Mác – Lênin	Bộ giáo dục và Đào tạo (2016), Giáo trình Những nguyên lý cơ bản của chủ nghĩa Mác-Lênin, Nhà xuất bản Chính trị quốc gia – sự thật.
3	Chủ nghĩa xã hội khoa học	Bộ Giáo dục và Đào tạo (2016), Giáo trình Chủ nghĩa xã hội khoa học, Nhà xuất bản Chính trị quốc gia – sự thật.
4	Tư tưởng Hồ Chí Minh	Bộ giáo dục và đào tạo (2016), Giáo trình tư tưởng Hồ Chí Minh, NXB Chính trị quốc gia-Sự thật, Hà Nội.
5	Lịch sử Đảng Cộng sản Việt Nam	Bộ Giáo dục và Đào tạo (2016), Đường lối cách mạng của Đảng Cộng sản Việt Nam (Dành cho sinh viên đại học, cao đẳng khối không chuyên ngành Mác - Lênin, tư tưởng Hồ Chí Minh), Nxb Chính trị Quốc gia – Sự thật, HN.
6	Kỹ năng mềm	1. TS Bùi Thị Thu (2018), <i>Giáo trình kỹ năng mềm</i> , NXB Xây dựng
		2. Lại Thế Luyện (2014), <i>Kỹ năng tìm việc làm</i> , NXB Thời đại.
		3. Dương Thị Liễu (2013), <i>Kỹ năng thuyết trình</i> , NXB Kinh tế quốc dân.

7	Pháp luật đại cương	1. TS. Lê Minh Toàn (chủ biên) (2015), Pháp luật đại cương, NXB Chính trị Quốc gia, Hà Nội.
		2. Nguyễn Minh Doan (2016), Lý luận về Nhà nước và Pháp luật; NXB. Công An Nhân Dân, Hà Nội
		3. GVC.TS. Vũ Quang (2018), Giáo trình Pháp luật đại cương, NXB Bách Khoa Hà Nội, Hà Nội.
8	Tiếng anh 1	1. Cunningham, Sarah (2011), New cutting Edge (Elementary), NXB Từ điển bách khoa
		2. Chris Redston, Gille Cunningham (2012), Face2face 2nd edition (Starter), Cambridge
9	Tiếng anh 2	1. Cunningham, Sarah (2011), New cutting Edge (Elementary), NXB Từ điển bách khoa
		2. Chris Redston, Gille Cunningham (2012), Face2face 2nd edition (Starter), Cambridge
10	Tiếng anh 3	1. Cunningham, Sarah (2011), New cutting Edge (Elementary), NXB Từ điển bách khoa
		2. Chris Redston, Gille Cunningham (2012), Face2face 2nd edition (Starter), Cambridge
11	Tin học đại cương	1. Tự học windows 7 (2012); Trí Việt (2012), Tự học Microsoft Excel 2010, NXB Văn hóa Thông tin
		2. Tự học Word 2010 (2011), NXB Hồng Bàng.
		3. Tự học PowerPoint 2010 (2012), NXB Hồng Bàng
12	Toán cao cấp	1. Nguyễn Đình Trí (chủ biên) – Tạ Văn Đĩnh – Nguyễn Hồ Quỳnh, 1998, Toán học cao cấp (Tập 1, 2, 3), Nhà xuất bản Giáo Dục
		2. Nguyễn Đình Trí, 2012, Bài tập toán cao cấp (tập 1,2,3), Nhà xuất bản giáo dục

13	Kinh tế vi mô	1. Đỗ Thị Dinh, Tống Thị Thu Hòa, Nguyễn Gia Thọ, Phạm Thị Ngoan, Đào Thị Thương (2018), GT Kinh tế vi mô, Nhà xuất bản xây dựng.
		2. PGS.TS Vũ Kim Dũng (2012), GT Nguyên lý kinh tế học vi mô, NXB Lao động – Xã hội.
		3. PGS.TS Phí Mạnh Hồng (2014), Giáo trình Kinh tế vi mô, NXB Đại học Quốc Gia Hà Nội.
		4. Nguyễn Văn Dân (2011), Kinh tế vi mô 1, NXB Tài chính.
		5. Robert S.Pindyck, Daniel L.Rubinfeld (2015), Kinh tế học vi mô, NXB Kinh tế Thành phố Hồ Chí Minh
		6. Đinh Phi Hồ (2013), Kinh tế vi mô căn bản và nâng cao, NXB Tài chính.
14	Kinh tế vĩ mô	1. Nguyễn Văn Công (2012), Nguyên lý Kinh tế học vĩ mô, NXB Giáo dục Việt Nam.
		2. Đỗ Thị Dinh (2018), Giáo trình Kinh tế vĩ mô, Nhà xuất bản Tài chính.
15	Nguyên lý thống kê kinh tế	1. Phan Công Nghĩa, Bùi Đức Triệu(2014), Giáo Trình thống kê Kinh tế, NXB Đại học Kinh tế quốc dân.
		2. Trần Thị Kim Thu (2014), Lý thuyết thống kê, NXB ĐH Kinh tế Quốc dân
		3. Phạm Ngọc Kiểm (2012), Nguyên lý thống kê kinh tế, NXB Giáo dục Việt Nam.
16	Nguyên lý kế toán	1. Nguyễn Hoàn, Phạm Xuân Kiên, (2018), Giáo trình Nguyên lý kế toán, NXB Lao động xã hội
		2. Bộ Tài chính (2015), 26 chuẩn mực kế toán Việt Nam, NXB Tài chính
		3. Phan Đức Dũng (2014), 26 chuẩn mực kế toán Việt Nam và các Thông tư hướng dẫn chuẩn mực, NXB Thống kê
17	Quản trị học	1. Nguyễn Hoàn (2013), Giáo trình Quản trị học, NXB Lao động.
		2. Nguyễn Thị Liên Diệp (2012), Quản trị học, NXB Văn hóa - Nghệ thuật

18	Marketing căn bản	1. Trần Minh Đạo (2012), Marketing căn bản, NXB Đại học Kinh tế quốc dân
		2. Nguyễn Hoàn (2013), Giáo trình Marketing căn bản, Trường Đại học Tài nguyên và Môi trường Hà Nội
19	Tài chính – Tiền tệ	1. Đinh Xuân Hạng, Phạm Ngọc Dũng (2014), Giáo trình Tài chính – Tiền tệ, NXB Tài chính.
		2. Lê Thị Mận (2014), Lý thuyết Tài chính – Tiền tệ, NXB Lao động Xã hội
		3. Nguyễn Hữu Tài (2012), Lý thuyết Tài chính tiền tệ, NXB Đại học Kinh tế quốc dân.
20	Kinh tế tài nguyên và môi trường	Nguyễn Hoàn, Phạm Thị Bích Thủy, Nguyễn Tân Huyền (2017), Kinh tế tài nguyên và môi trường, Nhà xuất bản Tài chính
21	Lý thuyết truyền thông	Nguyễn Văn Dũng, Đỗ Thị Thu Hằng (2018), Truyền thông Lý thuyết và kỹ năng cơ bản, Nxb Thông tin và Truyền thông
22	Quản trị kinh doanh	1. Nguyễn Hoàn (2013), Giáo trình Marketing căn bản, Đại học Tài nguyên và Môi trường Hà Nội.
		2. Nguyễn Ngọc Huyền (2016), Giáo trình quản trị kinh doanh, Tập 1, NXB Đại học kinh tế quốc dân.
23	Marketing truyền thông xã hội	1. Mellissa S.Barker (2018), Chiến lược Marketing truyền thông xã hội, NXB Bách Khoa Hà Nội
		2. Lưu Đan Thọ, Tôn Thất Hoàng Hải (2016), Quản trị truyền thông marketing tích hợp, NXB Tài chính.
24	Đạo đức và trách nhiệm xã hội trong Marketing	1. Nguyễn Mạnh Quân (2015), Đạo đức kinh doanh và văn hoá công ty, NXB ĐHKQTĐ.
		2. Nguyễn Ngọc Thắng (2015), Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp, NXB Đại học quốc gia Hà Nội
25	Hành vi khách hàng	1. Vũ Huy Thông (2014), Giáo trình hành vi người tiêu dùng, NXB Đại học Kinh tế quốc dân.
		2. Nguyễn Hoàn (2013), Giáo trình marketing căn bản, NXB Thống kê.

26	Kế toán tài chính	1. Nguyễn Hoàn (2018), Giáo trình Kế toán tài chính, NXB Tài chính.
		2. Bộ Tài chính (2015), 26 chuẩn mực kế toán Việt Nam, NXB Tài chính.
		3. Phan Đức Dũng (2014), Bài tập và bài giải Kế toán tài chính, NXB lao động – xã hội.
27	Truyền thông Marketing tích hợp	1. Trương Đình Chiến (2015), Truyền thông Marketing tích hợp, NXB Đại học Kinh tế quốc dân
		2. Lưu Đan Thọ, Tôn Thất Hoàng Hải (2016), Quản trị truyền thông marketing tích hợp, NXB Tài chính
28	Marketing chiến lược	1. David C. Edelman (2018), Marketing chiến lược, NXB Công Thương
		2. Trương Đình Chiến (2015), Quản trị Marketing, NXB ĐHKQTĐ
29	Marketing thương mại và dịch vụ	1. Nguyễn Thừa Lộc (2016), Quản trị doanh nghiệp thương mại, NXB Đại học kinh tế quốc dân.
		2. Phạm Thị Huyền (2018), Giáo trình Marketing dịch vụ, NXB Đại học kinh tế quốc dân.
30	Digital Marketing	1. Vinalink (2017), Digital Marketing - Từ chiến lược đến thực thi, NXB Lao động.
		2. Philip Kotler (2018), Marketing Trong Cuộc Cách Mạng Công Nghệ 4.0, NXB thế giới
31	Marketing quốc tế	1. Trần Minh Đạo, Vũ Trí Dũng (2012), Marketing quốc tế, NXB Đại học Kinh tế Quốc dân.
		2. Nguyễn Hoàn (2013), Giáo trình Marketing căn bản, NXB Thống kê
		3. Trương Đình Chiến (2015), Quản trị Marketing, NXB Đại học Kinh tế quốc dân
32	Quản trị Marketing	1. Trương Đình Chiến (2014), Quản trị Marketing, NXB Đại học Kinh tế quốc dân.
		2. Trần Minh Đạo (2012), Marketing căn bản, NXB Đại học Kinh tế quốc dân
		3. Nguyễn Hoàn (2013), Marketing căn bản, NXB Lao động

33	Quản trị bán hàng	1. Vũ Minh Đức, Vũ Huy Thông (2018), Giáo trình Quản trị bán hàng, NXB Đại học kinh tế quốc dân.
		2. Nguyễn Hoàn (2013), Giáo trình Quản trị học, NXB Lao động..
		3. Nguyễn Thị Liên Diệp (2012), Quản trị học, NXB Văn hóa - Nghệ thuật.
34	Nghiên cứu Marketing	1. Phạm Thị Lan Hương, Lê Văn Huy, Ngô Thị Khuê Thu (2017), Nghiên cứu marketing, NXB Đà Nẵng.
		2. Lê Công Hoa (2013), Giáo trình nghiên cứu kinh doanh, NXB Đại học Kinh tế quốc dân.
		3. Lê Văn Huy (2012), Giáo trình phương pháp nghiên cứu khoa học trong kinh doanh, NXB Tài Chính.
35	Tâm lý khách hàng	1. Nguyễn Hoàn (2013), Giáo trình Marketing căn bản, Trường Đại học Tài nguyên và Môi trường Hà Nội
		2. Nguyễn Quang Uẩn (2015), Giáo trình Tâm lý học đại cương, NXB Đại học sư phạm
		3. Trịnh Quốc Trung (2012), Kỹ năng giao tiếp trong kinh doanh, NXB Lao động xã hội
36	Quan hệ công chúng	1. Nguyễn Đình Toàn (2017), Bài giảng Quan hệ công chúng, NXB Đại học kinh tế quốc dân
		2. Lưu Văn Nghiêm (2011), Quản trị quan hệ công chúng, NXB Đại học Kinh tế quốc dân
		3. Nguyễn Thị Mỹ Thanh (2015), Quản trị tổ chức sự kiện và lễ hội, NXB Lao động xã hội
37	Quản trị thương hiệu	1. Bùi Văn Quang (2018), Quản trị thương hiệu lý thuyết và thực tiễn, NXB Lao động - Xã hội.
		2. Phạm Thị Lan Hương (2014), Giáo trình Quản trị thương hiệu, NXB Tài chính.
		3. Trương Đình Chiến (2013), Quản trị Marketing, NXB Đại học Kinh tế quốc dân.
38	Thương mại điện tử	1. Trần Văn Hòe (2015), Thương mại điện tử căn bản, Nhà xuất bản Đại học Kinh tế quốc dân.
		2. Nguyễn Văn Hồng (2012), Thương mại điện tử căn bản, NXB Hồng Đức

39	Kỹ năng phát triển nghề nghiệp	1. Carolyn Boyes (2012), Quản trị nghề nghiệp, NXB Lao động – xã hội.
		2. Phạm Thị Lan Hương (2014), Quản trị thương hiệu, NXB Tài chính
40	Kiến tập nghề nghiệp	1. Nguyễn Hoàn (2013), Quản trị học, NXB Lao động.
		2. Trần Minh Đạo (2012), Marketing căn bản, NXB ĐH Kinh tế quốc dân.
		3. Nguyễn Văn Dũng, Đỗ Thị Thu Hằng (2018), Truyền thông Lý thuyết và kỹ năng cơ bản, Nxb Thông tin và Truyền thông.
41	Thực tập tốt nghiệp	1. Nguyễn Hoàn (2013), Quản trị học, NXB Lao động.
		2. Trần Minh Đạo (2012), Marketing căn bản, NXB ĐH Kinh tế quốc dân.
		3. Phạm Thị Lan Hương (2012), Quản trị thương hiệu, NXB Tài chính
42	Khóa luận tốt nghiệp	1. Nguyễn Hoàn (2013), Quản trị học, NXB Lao động.
		2. Trần Minh Đạo (2012), Marketing căn bản, NXB ĐH Kinh tế quốc dân.
		3. Phạm Thị Lan Hương (2014), Quản trị thương hiệu, NXB Tài chính
43	Thực hành nghề nghiệp	1. Nguyễn Hoàn (2013), Quản trị học, NXB Lao động.
		2. Trần Minh Đạo (2012), Marketing căn bản, NXB ĐH Kinh tế quốc dân.
		3. Phạm Thị Lan Hương (2014), Quản trị thương hiệu, NXB Tài chính
44	Kế hoạch Marketing	1. Nguyễn Hoàng Phương (2012), Bộ sách Xây dựng kế hoạch marketing hoàn hảo, Tập 2, NXB Thông tin và Truyền thông.
		2. William A.Cohen (2000), The Marketing Plan, California University, USA
45	Mô hình Marketing	1. Phạm Thị Huyền, Nguyễn Thị Thu Hiền, Phạm Văn Tuấn (2015), Marketing tới khách hàng tổ chức, NXB Giáo dục
		2. William M.Luther (2015), Chiến lược Marketing hoàn hảo, NXB Lao động- Xã hội
		3. Trương Đình Chiến (2013), Quản trị Marketing, NXB ĐH Kinh tế Quốc dân

46	Marketing bền vững	Robert Dahlstrom, Jody Crosno (2018), Sustainable Marketing, second edition, Chicago Business Press
47	Quản trị chiến lược giá doanh nghiệp	1. Trương Đình Chiến (2014), Quản trị Marketing, NXB Đại học Kinh tế quốc dân.
		2. Vũ Minh Đức (2013), Quản trị giá trong doanh nghiệp, NXB Kinh tế quốc dân
48	Quản trị kênh phân phối	Nguyễn Đình Chiến (2012), Quản trị kênh phân phối, NXB ĐH Kinh tế quốc dân
49	Lập kế hoạch sản phẩm	Kenneth B.Kahn (2015), Product Planning Essentials, Routledge, USA
50	Phân tích Marketing	Trương Đình Chiến, Phạm Thị Huyền (2013), Quản trị Marketing, NXB Giáo dục Việt Nam
		2. Phạm Thị Lan Hương (2018), Nghiên cứu Marketing, NXB Đà Nẵng
51	Thực hành nghề nghiệp	1. Nguyễn Hoàn (2013), Quản trị học, NXB Lao động.
		2. Trần Minh Đạo (2012), Marketing căn bản, NXB ĐH Kinh tế quốc dân.
		3. Phạm Thị Lan Hương (2014), Quản trị thương hiệu, NXB Tài chính
52	Hệ thống nhận diện thương hiệu	1. Nguyễn Hữu Thanh (2018), Giáo trình Thiết kế hệ thống nhận diện thương hiệu, NXB Đồng Nai.
		2. Rio Creative (2017), Nhận diện thương hiệu. Những điểm chạm thị giác, NXB Lao Động.
53	Định giá và nhượng quyền thương hiệu	Kap ferer J.N (2012), The new strategic Brand Management, NXB Kogan Page
54	Xây dựng thương hiệu qua phương tiện truyền thông kỹ thuật số	Daniel Rowles (2014), Digital Branding, NXB Kogan
55	Quản trị quan hệ khách hàng	1. Lưu Đan Thọ, Lượng Văn Quốc (2016), Quản trị quan hệ khách hàng, NXB Tài chính.
		2. Lưu Đan Thọ, Lượng Văn Quốc (2016), Marketing mối quan hệ và Quản trị quan hệ khách hàng: Lý thuyết và tình huống ứng dụng của các công ty Việt Nam, NXB Tài chính
56	Hoạt động thương mại về sở hữu trí tuệ	1. Hội Luật Gia Việt Nam (2017), Giáo trình Luật sở hữu trí tuệ, NXB Hồng Đức
		2. Phùng Trung Lập (2015), Luật sở hữu trí tuệ Việt Nam, NXB Công An nhân dân

57	Quản trị và phát triển sản phẩm mới	1. Trương Đình Chiến (2014), Quản trị Marketing, NXB Đại học Kinh tế quốc dân.
		2. Bùi Tiến Dũng (2018), Từ ý tưởng đổi mới sáng tạo đến sản phẩm hàng hóa, NXB Khoa học và kỹ thuật
58	Chiến lược thương hiệu	1. Tiến Huy, Công Minh (2013), Những Chiến Lược Khác Biệt Để Phát Triển Thương Hiệu, Nxb Đại Học Sư Phạm.
		2. Bùi Văn Quang (2015), Quản Trị Thương Hiệu - Lý Thuyết Và Thực Tiễn, NXB Lao động - Xã hội.
59	Xử lý khủng hoảng truyền thông	Phạm Minh Cường (2018), Quản trị khủng bố trực tuyến, NXB Tổng hợp TP HCM
60	Thực hành nghề nghiệp	1. Trần Thị Ngọc Trang (2008), Quản trị chiêu thị, NXB Lao động - Xã hội.
		2. Nguyễn Thị Mỹ Thanh (2013), Quản trị tổ chức sự kiện và lễ hội, NXB Hà Nội.
61	Quảng cáo và trưng bày tại điểm bán	Trần Thị Ngọc Trang (2008), Quản trị chiêu thị, NXB Lao động – xã hội.
62	Kế hoạch truyền thông Marketing	Trần Thị Ngọc Trang (2008), Quản trị chiêu thị, NXB Lao động – xã hội.
63	Truyền thông đa phương tiện	Lê Đắc Nhường (2016), Bài giảng Truyền thông đa phương tiện, XB thông tin và truyền thông
64	Truyền thông báo chí	Dương Xuân Sơn (2015), Lý luận báo chí truyền thông, NXB Giáo dục Việt Nam
65	Truyền thông quốc tế	1. Vũ Thanh Vân (2014), Truyền thông quốc tế, Nxb Chính trị Quốc gia – Sự thật.
		2. Lê Thanh Bình (2012), Giáo trình đại cương Truyền thông quốc tế, Nxb Thông tin và Truyền thông.
		3. Nguyễn Văn Dũng, Đỗ Thị Thu Hằng (2018), Truyền thông, lý thuyết và kỹ năng cơ bản, Nxb Thông tin và Truyền thông.
66	Tổ chức sự kiện	1. Lưu Văn Nghiêm (2012), Tổ chức sự kiện, NXB ĐH Kinh tế quốc dân Hà Nội.
		2. Nguyễn Thị Mỹ Thanh (2016), Quản trị tổ chức sự kiện và lễ hội, NXB Lao động xã hội.
67	Marketing địa phương	Vũ Trí Dũng (2011), Marketing lãnh thổ,

		NXB ĐH Kinh tế quốc dân
68	Marketing dịch vụ công	Vũ Trí Dũng (2014), Marketing dịch vụ công, NXB ĐH Kinh tế quốc dân
69	Quản trị tác nghiệp	1. Nguyễn Thành Hiếu (2018), Giáo trình Quản trị tác nghiệp, NXB ĐH Kinh tế quốc dân Hà Nội.
		2. Trần Đức Lộc, Trần Văn Phùng (2008), Giáo trình quản trị sản xuất và tác nghiệp, NXB Tài Chính
70	Quản trị chiến lược	Ngô Kim Thanh (2015), Quản trị chiến lược, NXB Đại học Kinh tế quốc dân
71	Quản trị tài chính	1. Nguyễn Hoàn (2013), Giáo trình Tài chính doanh nghiệp, NXB Lao động.
		2. Vũ Văn Ninh, Bùi Văn Vân (2015), Giáo trình Tài chính doanh nghiệp, NXB Tài chính.
		3. Nguyễn Trung Trực (2015), Quản trị tài chính, NXB Kinh Tế TP HCM .
72	Quản trị quảng cáo	Trần Thị Ngọc Trang (2008), Quản trị chiêu thị, NXB Lao động – xã hội
73	Marketing trong các loại hình doanh nghiệp	1. GS.TS Trần Minh Đạo (2012), Giáo trình Marketing căn bản, NXB Đại học Kinh tế quốc dân.
		2. PGS.TS. Ngô Kim Thanh, PGS.TS. Lê Văn Tâm (2013), Giáo trình Quản trị doanh nghiệp, NXB Đại học Kinh tế quốc dân.
74	Tổ chức chiến lược marketing và truyền thông	1. Trương Đình Chiến (2014), Quản trị marketing, NXB Đại học kinh tế quốc dân.
		2. Trương Đình Chiến (2014), Truyền thông marketing tích hợp, NXB Đại học kinh tế quốc dân

4.6.2. Danh sách giảng viên tham gia thực hiện chương trình

TT	Họ và tên	Trình độ chuyên môn		Chức vụ
		Học hàm học vị	Chuyên ngành TN	
1	Nguyễn Hoàn	Tiến sĩ	Kế toán	Trưởng khoa Kinh tế TN&MT, trưởng bộ môn kế toán
2	Hoàng Đình Hương	Tiến sĩ	Kế toán, Quản	Phó trưởng khoa

TT	Họ và tên	Trình độ chuyên môn		Chức vụ
		Học hàm học vị	Chuyên ngành TN	
			trị kinh doanh	Kinh tế TN&MT
3	Nguyễn Ngọc Thanh	Phó giáo sư, Tiến sĩ	Kinh tế học	Giảng viên
4	Phan Thị Minh Lý	Phó giáo sư, Tiến sĩ	Khoa học quản lý, Kế toán	Giảng viên
5	Vũ Thị Ánh Tuyết	Thạc sĩ	Quản trị kinh	Giảng viên
6	Đào Thị Thương	Thạc sĩ	Thương mại	Giảng viên
7	Phạm Thị Ngoan	Thạc sĩ	Quản trị kinh doanh	Giảng viên
8	Ngô Thị Duyên	Thạc sĩ	Thương mại	Giảng viên
9	Trần Minh Nguyệt	Tiến sĩ	Quản trị nhân lực Kinh tế	Phó trưởng khoa Kinh tế TN&MT
10	Tạ Thị Bảy	Thạc sĩ	Tài chính – Ngân hàng	Giảng viên
11	Hà Thị Thanh Thủy	Tiến sĩ	Kinh tế	Trưởng bộ môn Kinh tế TNTN
12	Nguyễn Kiều Hoa	Thạc sĩ	Kế toán	Giảng viên
13	Nguyễn Thị Thu Trang	Thạc sĩ	Kế toán	Giảng viên
14	Đào Thị Thanh Thúy	Thạc sĩ	Kế toán	Giảng viên
15	Nguyễn Thị Diệu Linh	Thạc sĩ	Kế toán	Giảng viên
16	Nguyễn Quỳnh Châm	Thạc sĩ	Quản trị kinh doanh	Giảng viên
17	Vũ Thị Thảo	Thạc sĩ	Quản trị nhân lực	Giảng viên
18	Đỗ Thị Dinh	Tiến sĩ	Kinh triển phát triển	Trưởng bộ môn kinh tế học
19	Bùi Thị Thu	Tiến sĩ	Marketing	Trưởng bộ môn Quản trị kinh doanh
20	Nguyễn Danh Nam	Tiến sĩ	Quản trị kinh doanh	Giảng viên
21	Vũ Thúy Hà	Tiến sĩ	Kinh tế	Giảng viên
22	Giáp Minh Nguyệt Ánh	Thạc sĩ	Kế toán	Giảng viên
23	Trần Thị Dung	Thạc sĩ	Kế toán	Giảng viên
24	Đỗ Thị Phương	Thạc sĩ	Quản trị kinh doanh	Giảng viên
25	Nguyễn Thị Thanh Mai	Thạc sĩ	Quản trị kinh doanh	P. Trưởng bộ môn quản trị dịch vụ du lịch và lữ hành
26	Nguyễn Thị Thu Hường	Thạc sĩ	Quản trị kinh doanh	Giảng viên

TT	Họ và tên	Trình độ chuyên môn		Giảng viên
		Học hàm học vị	Chuyên ngành TN	
27	Nguyễn Văn Dũng	Thạc sĩ	Kinh tế	Giảng viên
28	Phan Thị Yên	Thạc sĩ	Kinh tế	Giảng viên
29	Chu Lâm Sơn	Thạc sĩ	Kinh doanh thương mại	Giảng viên
30	Bùi Phương Nhung	Thạc sĩ	Kinh tế	Giảng viên
31	Lê Thị Thủy Dung	Tiến sĩ	Triết học	Phó trưởng khoa
32	Trần Lê Thu	Tiến sĩ	Luật	Phó trưởng khoa
33	Vũ Thị Mạc Dung	Tiến sĩ	Lịch sử	Trưởng bộ môn
34	Lê Ngọc Anh	Tiến sĩ	Hóa học	Trưởng bộ môn
35	Nguyễn Gia Thọ	Tiến sĩ	Quản lý kinh tế	Giảng viên
36	Khuyết Thị Nga	Thạc sĩ	Triết học	Giảng viên
37	Nguyễn Thị Quý	Thạc sĩ	Lịch sử	Giảng viên
38	Mai Ngọc Diệu	Thạc sĩ	Toán học	Giảng viên
39	Nguyễn Ngọc Linh	Thạc sĩ	Toán học	Giảng viên
40	Nguyễn Thị Na	Thạc sĩ	Kinh tế chính trị	Giảng viên
41	Phạm Thị Hồng Quê	Thạc sĩ	Ngôn ngữ Anh	Giảng viên
42	Lê Thị Hương	Thạc sĩ	Toán tin	Giảng viên
43	Đoàn Thị Thanh Huyền	Thạc sĩ	Toán học	Giảng viên
44	Hoàng Diệu Thảo	Thạc sĩ	Chính trị học	Giảng viên
45	Nguyễn Tiên Dung	Cử nhân	Su phạm Toán	Giảng viên
46	Nguyễn Tài Hoa	Thạc sĩ	Toán học	Giảng viên
47	Nguyễn Thị Bích	Thạc sĩ	Luật kinh tế	Giảng viên
48	Đỗ Thị Ngân	Thạc sĩ	Kinh tế chính trị	Giảng viên
49	Đinh Thị Như Trang	Thạc sĩ	Kinh tế chính trị	Giảng viên
50	Nguyễn Thị Huyền Thu	Thạc sĩ	Toán học	Giảng viên
51	Nguyễn Thị Thu Hằng	Thạc sĩ	Dạy Tiếng Anh cho người nói ngôn ngữ khác	Giảng viên
52	Đặng Thị Khánh Linh	Thạc sĩ	Kinh tế	Giảng viên
53	Hoàng Thị Ngọc Minh	Thạc sĩ	Hồ Chí Minh học	Giảng viên
54	Đàm Thanh Tuấn	Thạc sĩ	Toán học	Giảng viên
55	Lê Thị Vui	Thạc sĩ	Khoa học máy tính	Giảng viên
56	Lê Xuân Tú	Thạc sĩ	Lịch sử	Giảng viên
57	Nguyễn Thị Liên	Thạc sĩ	Lịch sử	Giảng viên
58	Nguyễn Thị Nguyệt	Thạc sĩ	Lịch sử	Giảng viên
59	Phùng Thị Bích Hằng	Thạc sĩ	Sử học	Giảng viên
60	Đỗ Minh Anh	Thạc sĩ	Triết học	Giảng viên

TT	Họ và tên	Trình độ chuyên môn		Chức vụ
		Học hàm học vị	Chuyên ngành TN	
61	Lê Thanh Thủy	Thạc sỹ	Triết học	Giảng viên
62	Ngô Quang Duy	Thạc sỹ	Triết học	Giảng viên
63	Trần Thị Hương	Thạc sỹ	Hệ thống thông tin	Giảng viên
64	Vũ Thị Kim Oanh	Thạc sỹ	Kinh tế chính trị	Giảng viên
65	Nguyễn Thị Hồng Loan	Thạc sỹ	Công nghệ thông tin	Phó trưởng bộ môn
66	Hoàng Thị Tuyết Nhung	Thạc sỹ	Giảng dạy tiếng anh cho người nước ngoài	Giảng viên
67	Phùng Thị Kim Yên	Thạc sỹ	Toán học	Giảng viên
68	Bùi Thị Thu Hương	Thạc sỹ	Luật kinh tế	Giảng viên
69	Nguyễn Đình Tuấn Lê	Thạc sỹ	Hồ Chí Minh học	Giảng viên
70	Nguyễn Thị Hiền	Thạc sỹ	Quan lý kinh tế	Giảng viên
71	Nguyễn Thị Trang	Thạc sỹ	Toán học	Giảng viên
72	Phạm Thị Hương	Thạc sỹ	Kinh tế	Giảng viên
73	Phạm Thị Linh	Thạc sỹ	Kinh tế chính trị	Giảng viên
74	Trần Nguyễn Thị Tâm Đan	Thạc sỹ	Luật học	Giảng viên
75	Trương Thị Hương	Thạc sỹ	Toán học	Giảng viên
76	Vũ Thị Thanh Thủy	Thạc sỹ	Hồ Chí Minh học	Giảng viên
77	Ngô Thị Kiều Trang	Tiến sỹ	Kiểm toán	P. Trưởng bộ môn kiểm toán
78	Nguyễn Thị Mai Anh	Tiến sỹ	Kế toán	Giảng viên
79	Phạm Huy Hùng	Thạc sỹ	Kiểm toán	Giảng viên
80	Nguyễn Khanh Ly	Thạc sỹ	Kinh tế	Giảng viên
81	Trần Thị Thu Trang	Thạc sỹ	Kinh tế	Giảng viên
82	Nguyễn Thị Hiền	Thạc sỹ	Kinh tế	Giảng viên
83	Đỗ Thị Ngọc Thủy	Thạc sỹ	Kinh tế	Giảng viên
84	Đào Hồng Vân	Thạc sỹ	Kinh tế	Giảng viên
85	Đặng Thị Hiền	Thạc sỹ	Kinh tế	Giảng viên
86	Đỗ Diệu Linh	Thạc sỹ	Kinh tế	Giảng viên
87	Đỗ Đức Dương	Thạc sỹ	Kinh tế	Giảng viên
88	Phạm Thị Ngoan	Thạc sỹ	Quản trị kinh doanh	Giảng viên
89	Tông Thị Thu Hòa	Thạc sỹ	TCDN	Giảng viên
90	Nguyễn Thị Thu Hà	Tiến sỹ	Kinh tế	Giảng viên
91	Như Thị Hà Giang	Thạc sỹ	TGNH	Giảng viên

TT	Họ và tên	Trình độ chuyên môn		Chức vụ
		Học hàm học vị	Chuyên ngành TN	
92	Vũ Thị Nhung	Thạc sỹ	Kinh tế	Giảng viên
93	Lê Thị Bích Lan	Thạc sỹ	Kinh tế	Giảng viên
94	Trần Thu Hằng	Thạc sỹ	TCDN	Giảng viên
95	Vũ Thị Hoàng Yên	Thạc sỹ	Kinh tế	Giảng viên
96	Phạm Thị Lam	Thạc sỹ	TCNH	Giảng viên

4.7. Hướng dẫn thực hiện chương trình

- 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 đồ án, 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.

- Lưu ý khi sắp xếp lịch học thực hành, thực tập giữa các học phần trong cùng một học kỳ phải so le nhau, tránh chồng chéo./.

Hà Nội, ngày 01 tháng 06 năm 2020

TL. HIỆU TRƯỞNG
KT. TRƯỞNG PHÒNG ĐÀO TẠO

Phó trưởng phòng



TS. Lưu Văn Huyền

TRƯỞNG KHOA

TS. Nguyễn Hoàn