

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 - HÌNH THỨC CHÍNH QUY
NGÀNH MARKETING

Hà Nội, năm 2024

MỤC LỤC

MỤC LỤC	2
PHẦN 1. GIỚI THIỆU CHUNG VỀ CHƯƠNG TRÌNH.....	3
1.1. Giới thiệu chương trình	3
1.2. Thông tin chung về chương trình	3
1.3. Mục tiêu của chương trình đào tạo	3
1.3.1. Mục tiêu chung	3
1.3.2. Mục tiêu cụ thể	3
1.4. Chuẩn đầu vào của chương trình đào tạo và phương thức tuyển sinh	5
1.4.1 Chuẩn đầu vào của chương trình đào tạo.....	5
1.4.2 Phương thức tuyển sinh.....	5
PHẦN 2. CHUẨN ĐẦU RA CỦA CHƯƠNG TRÌNH.....	6
2.1. Nội dung và trọng số chuẩn đầu ra của chương trình đào tạo.....	6
2.2. Ma trận mối quan hệ giữa mục tiêu và chuẩn đầu ra của chương trình đào tạo ...	9
2.3. Vị trí việc làm mà sinh viên có thể đảm nhiệm sau khi tốt nghiệp	9
2.4. Khả năng học tập, nâng cao trình độ sau khi tốt nghiệp	10
PHẦN 3. NỘI DUNG CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO	11
3.1. Tóm tắt yêu cầu của chương trình đào tạo	11
3.2. Ma trận đáp ứng chuẩn đầu ra của các khối kiến thức	11
3.3. Khung chương trình đào tạo	12
3.4. Ma trận thể hiện sự đóng góp của các học phần để đạt được chuẩn đầu ra chương trình đào tạo	15
3.5. Sơ đồ chương trình dạy học.....	27
3.6. Mô tả nội dung theo các khối kiến thức	28
3.6.1. Kiến thức giáo dục đại cương (34 TC).....	28
3.6.2. Kiến thức cơ sở ngành (15 TC)	28
3.6.3. Kiến thức ngành (45 TC).....	28
3.6.4. Kiến thức chuyên ngành (18 TC)	28
3.6.5. Kiến thức khóa luận tốt nghiệp (10 TC).....	29
3.7. Phương pháp giảng dạy	29
3.8. Phương pháp đánh giá kết quả học tập.....	29
3.9. Đội ngũ giảng viên và nhân lực hỗ trợ	30
3.10. Cơ sở vật chất phục vụ đào tạo và nghiên cứu	30
3.11. Hướng dẫn thực hiện chương trình	30
3.12. Chương trình trong và ngoài nước đã tham khảo để xây dựng chương trình ...	31

PHẦN 1. GIỚI THIỆU CHUNG VỀ CHƯƠNG TRÌNH

1.1. Giới thiệu chương trình

Chương trình đào tạo đại học ngành Marketing đào tạo cử nhân Marketing. Đây là chương trình đào tạo chính quy được trường Đại học Tài nguyên và Môi trường Hà Nội đưa vào đào tạo từ năm 2020. Ngành Marketing là ngành học có nhu cầu nhân lực rất cao, triển vọng nghề nghiệp trong tương lai rất lớn. Ngành Marketing đào tạo một cách hệ thống kiến thức nền tảng về Marketing hiện đại, bao gồm các khía cạnh: nghiên cứu thị trường, xây dựng và phát triển các mối quan hệ khách hàng, thiết kế chương trình phân phối sản phẩm, tổ chức phân phối sản phẩm, định giá sản phẩm, quảng bá thương hiệu, tổ chức sự kiện,...

1.2. Thông tin chung về chương trình

- Tên ngành đào tạo:
 - Tiếng Việt: Marketing
 - Tiếng Anh: Marketing
- Mã số ngành đào tạo: 7340115
- Trình độ đào tạo: Đại học
- Hình thức đào tạo: Chính quy
- Ngôn ngữ đào tạo: Tiếng Việt
- Thời gian đào tạo: 4.0 năm
- Tổng số tín chỉ của chương trình đào tạo: 122 tín chỉ
- Tên văn bằng tốt nghiệp:
 - Tiếng Việt: Cử nhân Marketing
 - Tiếng Anh: Bachelor of Marketing
- Đơn vị quản lý chương trình đào tạo: Khoa Kinh tế
- Thời gian rà soát, điều chỉnh chương trình gần nhất: Năm 2022
- Áp dụng từ năm và khóa tuyển sinh: Năm 2024, khóa ĐH14
- Thông tin kiểm định chất lượng chương trình đào tạo: Chưa thực hiện kiểm định

1.3. Mục tiêu của chương trình đào tạo

1.3.1. Mục tiêu chung

Đào tạo nguồn nhân lực Marketing phát triển toàn diện theo định hướng ứng dụng, có sức khỏe, phẩm chất chính trị, đạo đức, tự chủ và trách nhiệm, có ý thức phục vụ nhân dân, bảo đảm quốc phòng an ninh; nắm vững kiến thức cơ bản về kinh tế - xã hội; quản trị marketing, quản trị thương hiệu và truyền thông marketing; có kiến thức và kỹ năng chuyên sâu về lĩnh vực Marketing đáp ứng nhu cầu nhân lực chất lượng cao cho sự phát triển bền vững của nền kinh tế. Sinh viên sau khi tốt nghiệp sẽ có năng lực thực hành nghề nghiệp, có khả năng sáng tạo, khởi nghiệp và phát triển kỹ năng cá nhân trong lĩnh vực Marketing và hội nhập toàn cầu.

1.3.2. Mục tiêu cụ thể

Đào tạo cử nhân Marketing đạt được các mục tiêu cụ thể sau:

- **PO1:** Có kiến thức về khoa học tự nhiên, khoa học xã hội, công nghệ, chính

trị, pháp luật, an ninh quốc phòng và kỹ năng tư duy về các vấn đề đương đại phù hợp với khối ngành Marketing.

- **PO2:** Có kiến thức thực tế vững chắc, kiến thức lý thuyết về Tài nguyên, Môi trường; kiến thức toàn diện và chuyên sâu trong lĩnh vực Marketing, để đảm bảo phát triển bền vững.

- **PO3:** Có kỹ năng giao tiếp, làm việc độc lập và làm việc nhóm; có kỹ năng chuyên môn nghề nghiệp để đề xuất các giải pháp nhằm giải quyết các vấn đề trong lĩnh vực marketing.

- **PO4:** Có năng lực tự chủ và trách nhiệm trong việc thực hiện các nhiệm vụ cụ thể và phức tạp; có khả năng sáng tạo, định hướng tương lai, chủ động học tập suốt đời và có động cơ khởi nghiệp rõ ràng; có khả năng phát triển phẩm chất, kỹ năng và trách nhiệm nghề nghiệp để thích nghi với môi trường làm việc trong lĩnh vực chuyên môn; đảm bảo các chuẩn mực đạo đức và có ý thức trách nhiệm xã hội, đóng góp vào sự phát triển bền vững.

1.3.3. Ma trận mối quan hệ giữa mục tiêu cụ thể của chương trình đào tạo với sứ mạng, tầm nhìn của Trường

Mục tiêu cụ thể của chương trình đào tạo	Sứ mạng	Tầm nhìn
PO1: Có kiến thức về khoa học tự nhiên, khoa học xã hội, công nghệ, chính trị, pháp luật, an ninh quốc phòng và kỹ năng tư duy về các vấn đề đương đại phù hợp với khối ngành Marketing.	X	
PO2: Có kiến thức thực tế vững chắc, kiến thức lý thuyết về Tài nguyên, Môi trường; kiến thức toàn diện và chuyên sâu trong lĩnh vực Marketing, để đảm bảo phát triển bền vững.	X	
PO3: Có kỹ năng giao tiếp, làm việc độc lập và làm việc nhóm; có kỹ năng chuyên môn nghề nghiệp để đề xuất các giải pháp nhằm giải quyết các vấn đề trong lĩnh vực marketing.	X	X
PO4: Có năng lực tự chủ và trách nhiệm trong việc thực hiện các nhiệm vụ cụ thể và phức tạp; có khả năng sáng tạo, định hướng tương lai, chủ động học tập suốt đời và có động cơ khởi nghiệp rõ ràng; có khả năng phát triển phẩm chất, kỹ năng và trách nhiệm nghề nghiệp để thích nghi với môi trường làm việc trong lĩnh vực chuyên môn; đảm bảo các chuẩn mực đạo đức và có ý thức trách nhiệm xã hội, đóng góp vào sự phát triển bền vững.	X	X

1.4. Chuẩn đầu vào của chương trình đào tạo và phương thức tuyển sinh

1.4.1 Chuẩn đầu vào của chương trình đào tạo

Đáp ứng các điều kiện theo quy chế tuyển sinh hiện hành của Bộ Giáo dục và Đào tạo và Đề án tuyển sinh đại học của Trường Đại học Tài nguyên và Môi trường Hà Nội

1.4.2 Phương thức tuyển sinh

Theo đề án tuyển sinh hàng năm của Trường Đại học Tài nguyên và Môi trường Hà Nội.

PHẦN 2. CHUẨN ĐẦU RA CỦA CHƯƠNG TRÌNH

2.1. Nội dung và trọng số chuẩn đầu ra của chương trình đào tạo

Ký hiệu CĐR	Ký hiệu chỉ số đánh giá CĐR	Nội dung chuẩn đầu ra	Mức độ
1. Chuẩn đầu ra về kiến thức			
PLO1	Vận dụng các kiến thức khoa học tự nhiên, khoa học xã hội, công nghệ, chính trị, pháp luật và khả năng tư duy về các vấn đề đương đại trong tình hình thực tế ngành marketing		3/6
	PI1.1	Vận dụng kiến thức khoa học tự nhiên vào việc giải quyết các vấn đề của ngành.	25%
	PI1.2	Vận dụng kiến thức khoa học xã hội vào việc giải quyết các vấn đề của ngành.	25%
	PI1.3	Vận dụng kiến thức công nghệ vào việc giải quyết các vấn đề của ngành.	25%
	PI1.4	Vận dụng kiến thức về chính trị, pháp luật và khả năng tư duy về các vấn đề đương đại trong tình hình thực tế của ngành.	25%
PLO2	Phân tích các kiến thức về môi trường, tài nguyên và xu hướng sản xuất kinh doanh để giải thích các vấn đề trong lĩnh vực marketing và phát triển bền vững.		4/6
	PI2.1	Phân tích các kiến thức về môi trường, tài nguyên để giải thích các vấn đề trong lĩnh vực marketing và phát triển bền vững.	50%
	PI2.2	Phân tích các kiến thức về xu hướng sản xuất kinh doanh để giải thích các vấn đề trong lĩnh vực marketing và phát triển bền vững	50%
PLO3	Hệ thống hóa các lý thuyết về sản xuất kinh doanh và quản lý để đề xuất giải pháp marketing		4/6
	PI3.1	Phân tích cơ hội marketing, phân đoạn và lựa chọn thị trường mục tiêu để đề xuất giải pháp chính sách marketing.	35%
	PI3.2	Phân tích các chiến lược định vị thương hiệu và nhận diện thương hiệu để đề xuất giải pháp quản lý thương hiệu.	30%
	PI3.3	Phân tích các hoạt động truyền thông và lập kế hoạch truyền thông để đề xuất giải pháp cho hoạt động truyền thông marketing.	35%

Ký hiệu CDR	Ký hiệu chỉ số đánh giá CDR	Nội dung chuẩn đầu ra	Mức độ
PLO4A Quản trị Marketing	Phân tích các kiến thức chuyên sâu quản trị marketing để giải quyết các vấn đề chuyên môn		4/6
	PI4A.1	Phân tích các kiến thức về quản trị giá, kênh phân phối, sản phẩm, phân tích marketing để giải quyết các vấn đề chuyên môn.	50%
	PI4A.2	Phân tích các kiến thức về xây dựng chiến lược marketing, hoạch định chương trình marketing, tổ chức, triển khai, kiểm soát hoạt động marketing nhằm giải quyết các vấn đề chuyên môn.	50%
PLO4B Quản trị thương hiệu	Phân tích các kiến thức chuyên sâu quản trị thương hiệu để giải quyết các vấn đề chuyên môn.		4/6
	PI4B.1	Phân tích các kiến thức về xây dựng thương hiệu, hệ thống nhận diện thương hiệu, định giá và nhượng quyền thương hiệu để giải quyết các vấn đề chuyên môn.	50%
	PI4B.2	Phân tích các kiến thức về nghiên cứu, định vị nhận diện thương hiệu, thiết kế và đánh giá chiến lược thương hiệu nhằm giải quyết các vấn đề chuyên môn.	50%
PLO4C Truyền thông marketing	Phân tích các kiến thức chuyên sâu truyền thông marketing để giải quyết các vấn đề chuyên môn.		4/6
	PI4C.1	Phân tích các kiến thức về xây dựng kế hoạch truyền thông marketing, hoạt động truyền thông và xử lý khủng hoảng truyền thông để giải quyết các vấn đề chuyên môn.	50%
	PI4C.2	Phân tích các kiến thức về nghiên cứu phân tích thị trường xây dựng kế hoạch truyền thông, lựa chọn kênh truyền thông marketing và đánh giá kế hoạch truyền thông nhằm giải quyết các vấn đề chuyên môn.	50%
2. Chuẩn đầu ra về kỹ năng			
PLO5	Kết hợp các kỹ năng giao tiếp hiệu quả trong các bối cảnh bằng nhiều phương thức khác nhau		4/5
	PI5.1	Giao tiếp bằng lời nói, văn bản, đa phương tiện	50%
	PI5.2	Ứng xử với cá nhân, tổ chức liên quan trong môi trường đa dạng.	50%
PLO6	Kết hợp làm việc độc lập, làm việc nhóm một cách hiệu quả		4/5

Ký hiệu CDR	Ký hiệu chỉ số đánh giá CDR	Nội dung chuẩn đầu ra	Mức độ
	PI6.1	Thể hiện kỹ năng làm việc độc lập một cách hiệu quả	35%
	PI6.2	Kết hợp làm việc nhóm một cách hiệu quả	35%
	PI6.3	Lập kế hoạch làm việc của nhóm một cách khoa học	30%
PLO7	Nắm vững các kỹ năng nghề nghiệp và sử dụng công nghệ hiện đại vào việc quản lý các lĩnh vực marketing		3/5
	PI7.1	Nắm vững các kỹ năng nghề nghiệp vào việc quản lý các lĩnh vực marketing.	50%
	PI7.2	Nắm vững công nghệ hiện đại vào việc quản lý các lĩnh vực marketing.	50%
PLO8A Quản trị marketing	Kết hợp kỹ năng tư duy phản biện; khả năng tự định hướng, dẫn dắt, thích nghi với môi trường làm việc để đưa ra các biện pháp quản lý, đánh giá, cải tiến trong lĩnh vực quản trị marketing.		4/5
	PI8A.1	Kết hợp tư duy phản biện; khả năng tự định hướng, dẫn dắt, thích nghi với môi trường làm việc trong lĩnh vực quản trị marketing	50%
	PI8A.2	Phát triển các biện pháp quản lý, đánh giá, cải tiến trong lĩnh vực quản trị marketing	50%
PLO8B Quản trị thương hiệu	Kết hợp kỹ năng tư duy phản biện; khả năng tự định hướng, dẫn dắt, thích nghi với môi trường làm việc để đưa ra các biện pháp quản lý, đánh giá, cải tiến trong lĩnh vực quản trị thương hiệu.		4/5
	PI8B.1	Kết hợp tư duy phản biện; khả năng tự định hướng, dẫn dắt, thích nghi với môi trường làm việc trong lĩnh vực quản trị thương hiệu.	50%
	PI8B.2	Phát triển các biện pháp quản lý, đánh giá, cải tiến trong lĩnh vực quản trị thương hiệu.	50%
PLO8C Truyền thông marketing	Kết hợp kỹ năng tư duy phản biện; khả năng tự định hướng, dẫn dắt, thích nghi với môi trường làm việc để đưa ra các biện pháp quản lý, đánh giá, cải tiến trong lĩnh vực truyền thông marketing.		4/5
	PI8C.1	Kết hợp tư duy phản biện; khả năng tự định hướng, dẫn dắt, thích nghi với môi trường làm việc trong lĩnh vực truyền thông marketing	50%
	PI8C.2	Phát triển các biện pháp quản lý, đánh giá, cải tiến trong lĩnh vực truyền thông marketing.	50%

Ký hiệu CDR	Ký hiệu chỉ số đánh giá CDR	Nội dung chuẩn đầu ra	Mức độ
3. Chuẩn đầu ra về năng lực tự chủ và trách nhiệm			
PLO9	Tuân thủ pháp luật và nội quy của tổ chức, đảm bảo các chuẩn mực đạo đức và có ý thức trách nhiệm xã hội		3/5
	PI9.1	Thực hiện theo các quy định của pháp luật và nội quy của tổ chức nơi đang học tập, làm việc	60%
	PI9.2	Có đạo đức, ý thức trách nhiệm trong công việc và đối với cộng đồng	40%
PLO10	Thích ứng với sự đa dạng của bối cảnh nghề nghiệp, định hướng tương lai, chủ động học tập suốt đời và có động cơ khởi nghiệp rõ ràng		4/5
	PI10.1	Nhận diện năng lực bản thân trong biến động của bối cảnh nghề nghiệp, định hướng tương lai	40%
	PI10.2	Chủ động cập nhật kiến thức, trau dồi kỹ năng nhằm đáp ứng các yêu cầu công việc	40%
	PI10.3	Hình thành các ý tưởng khởi nghiệp phù hợp với năng lực bản thân	20%

Ghi chú: Điểm mức độ yêu cầu theo thang năng lực Bloom: Kiến thức (1-6), Dave: kỹ năng (1-5), Krathwohl: Đạo đức và trách nhiệm (1-5).

2.2. Ma trận mối quan hệ giữa mục tiêu và chuẩn đầu ra của chương trình đào tạo

CHUẨN ĐẦU RA		MỤC TIÊU			
		PO1	PO2	PO3	PO4
Kiến thức	PLO1	x			
	PLO2		x		
	PLO3		x		
	PLO4		x		
Kỹ năng	PLO5			x	
	PLO6			x	
	PLO7			x	
	PLO8			x	
Năng lực tự chủ và trách nhiệm	PLO9				x
	PLO10				x

2.3. Vị trí việc làm mà sinh viên có thể đảm nhiệm sau khi tốt nghiệp

Marketing được xem là một trong những ngành dễ xin việc hiện nay bởi do xu thế toàn cầu hóa, tất cả công ty đều cần tới đội ngũ marketing để tiếp thị sản phẩm, dịch vụ của mình tới người tiêu dùng, cạnh tranh trực tiếp với các đối thủ của mình. Tốt nghiệp ngành Marketing, người học dễ dàng chọn lựa các công việc với mức lương hấp dẫn

cùng môi trường làm việc mới mẻ, năng động ở các doanh nghiệp, tập đoàn đa quốc gia, công ty truyền thông...tại các vị trí như:

- Các vị trí việc làm tại các tổ chức, cơ quan quản lý nhà nước như: chuyên viên bộ phận truyền thông; quản lý thương hiệu trong các tổ chức, cơ quan Nhà nước.

- Các vị trí việc làm tại các cơ sở giáo dục, viện nghiên cứu như: Giảng dạy, nghiên cứu về Marketing, Quản trị Marketing tại các trường đại học, viện kinh tế.

- Các vị trí việc làm tại các doanh nghiệp như: Chuyên viên marketing tại các công ty, doanh nghiệp, tổ chức; Chuyên viên nghiên cứu thị trường; Chuyên viên chăm sóc khách hàng, quan hệ công chúng; Chuyên viên phát triển và quản trị thương hiệu; quản lý tổ chức kế hoạch marketing.

- Tự thành lập và điều hành doanh nghiệp.

2.4. Khả năng học tập, nâng cao trình độ sau khi tốt nghiệp

Sau khi tốt nghiệp sinh viên có khả năng tự học tập nâng cao trình độ; học liên thông cùng trình độ hoặc học lên các trình độ sau đại học tương ứng với các ngành gần, ngành phù hợp theo quy định hiện hành của Bộ Giáo dục và Đào tạo cũng như của các cơ sở giáo dục đại học.

PHẦN 3. NỘI DUNG CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO

3.1. Tóm tắt yêu cầu của chương trình đào tạo

STT	Khối kiến thức	Số tín chỉ	Số tín chỉ bắt buộc	Số tín chỉ tự chọn
1	Kiến thức giáo dục đại cương	34	30	04
2	Kiến thức cơ sở ngành	15	09	06
3	Kiến thức ngành	45	30	15
4	Kiến thức chuyên ngành	18	0	18
5	Khóa luận tốt nghiệp	10	10	0
	Tổng	122	79	43

Ghi chú: Chương trình trên chưa bao gồm các học phần Giáo dục thể chất, Giáo dục quốc phòng - an ninh.

3.2. Ma trận đáp ứng chuẩn đầu ra của các khối kiến thức

KHỐI KIẾN THỨC	CHUẨN ĐẦU RA									
	PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5	PLO6	PLO7	PLO8	PLO9	PLO10
- Kiến thức giáo dục đại cương	3	3	-	-	2	-	-	-	-	-
- Kiến thức cơ sở ngành	-	-	3	-	2	1	1	-	2	2
- Kiến thức ngành	-	-	-	2	3	1	2	2	2	3
- Kiến thức chuyên ngành	-	-	-	3	3	1	2	3	2	3
- Khóa luận tốt nghiệp	1	1	3	3	3	2	3	3	3	3

Mức đóng góp: nhiều (3); trung bình (2); ít (1); không (-).

3.3. Khung chương trình đào tạo

STT	Mã học phần	Tên học phần	Số tín chỉ	Số giờ học tập			Mã học phần tiên quyết
				Lý thuyết	Thực hành	Tự học	
I	KHỐI KIẾN THỨC GIÁO DỤC ĐẠI CƯƠNG		34	595	70	1260	
1.1	Các học phần chung		21	280	70	630	
1	LCML101	Triết học Mác - Lênin	3	45	0	90	
2	LCML102	Kinh tế chính trị Mác - Lênin	2	30	0	60	
3	LCML103	Chủ nghĩa xã hội khoa học	2	30	0	60	
4	LCTT101	Tư tưởng Hồ Chí Minh	2	30	0	60	
5	LCLS101	Lịch sử Đảng Cộng sản Việt Nam	2	30	0	60	
6	LCPL101	Pháp luật đại cương	2	30	0	60	
7	CTKU101	Tin học đại cương	2	15	30	60	
8	NNTA164	Ngoại ngữ 1	3	35	20	90	
9	NNTA165	Ngoại ngữ 2	3	35	20	90	
		<i>Giáo dục thể chất</i>	4	-	-	-	
		<i>Giáo dục quốc phòng</i>	9	-	-	-	
		<i>Kỹ năng bổ trợ</i>	3	-	-	-	
1.2	Các học phần của Trường (chọn 2 TC/ 6 TC)		2	90	0	180	
10	MTQM102	Môi trường và phát triển	2	30	0	60	
11	MTQM104	Tăng trưởng xanh và bền vững	2	30	0	60	
12	KTKH142	Chuyển đổi số tài nguyên và môi trường	2	30	0	60	
1.3	Các học phần của lĩnh vực		11	225	0	450	
1.3.1	Các học phần bắt buộc		9	135	0	270	
13	KTKH101	Kinh tế vi mô	3	45	0	90	
14	KTKH102	Kinh tế vĩ mô	3	45	0	90	KTKH101
15	KTKD105	Quản trị học	3	45	0	90	
1.3.2	Tự chọn (chọn 2 TC/6 TC)		2	90	0	180	
16	KTKH144	Toán kinh doanh	2	30	0	60	
17	KTKH145	Toán tài chính	2	30	0	60	
18	KTKH133	Thống kê doanh nghiệp	2	30	0	60	
II	KHỐI KIẾN THỨC GIÁO DỤC CHUYÊN NGHIỆP		88	1665	1110	4440	
2.1	Kiến thức cơ sở ngành		15	300	30	630	
2.1.1	Các học phần bắt buộc		9	120	30	270	

STT	Mã học phần	Tên học phần	Số tín chỉ	Số giờ học tập			Mã học phần tiên quyết
				Lý thuyết	Thực hành	Tự học	
20	KTPT101	Marketing căn bản	3	45	0	90	
21	KTPT102	Lý thuyết truyền thông	3	45	0	90	
22	KTKT108	Thị trường chứng khoán	3	30	30	90	
2.1.2	Tự chọn (chọn 6 TC/12 TC)		6	180	0	360	
23	KTKE101	Nguyên lý kế toán	3	45	0	90	
24	KTPT103	Tâm lý và hành vi khách hàng	3	45	0	90	
25	KTPT104	Kỹ năng phát triển nghề nghiệp	3	45	0	90	
26	KTKT130	Tài chính tiền tệ	3	45	0	90	
2.2	Kiến thức ngành		45	615	660	1980	
2.2.1	Các học phần bắt buộc		30	165	570	900	
27	KTPT105	Quản trị Marketing*	3	30	30	90	KTPT101
28	KTPT106	Quản trị bán hàng	3	45	0	90	KTPT101
29	KTMK113	Thực tập nhận thức nghề nghiệp	4	0	120	120	
30	KTMK114	Thực tập cơ sở ngành	4	0	120	120	
31	KTMK115	Thực tập ngành	5	0	150	150	
32	KTMK110	Thực tập chuyên ngành	5	0	150	150	
33	KTPT111	Nghiên cứu Marketing	3	45	0	90	
34	KTPT108	Tiếng anh chuyên ngành	3	45	0	90	
2.2.2	Các học phần tự chọn (chọn 15 TC/33TC)		15	435	120	990	
35	KTPT107	Quan hệ công chúng*	3	30	30	90	
36	KTPT116	Truyền thông Marketing tích hợp	3	30	30	90	
37	KTPT117	Quản trị thương hiệu	3	45	0	90	
38	KTPT118	Digital Marketing	3	30	30	90	
39	KTPT119	Marketing quốc tế	3	45	0	90	
40	KTKD174	Quản trị kinh doanh	3	45	0	90	
41	KTPT120	Truyền thông báo chí	3	45	0	90	
42	KTPT121	Truyền thông quốc tế*	3	45	0	90	
43	KTKD108	Quản trị chiến lược	3	45	0	90	
44	KTKD166	Thương mại điện tử	3	45	0	90	
45	KTKD186	Khởi sự kinh doanh	3	45	0	90	
2.3	Kiến thức chuyên ngành		18	765	90	1620	
2.3.1	Hướng chuyên sâu về Quản trị marketing						

STT	Mã học phần	Tên học phần	Số tín chỉ	Số giờ học tập			Mã học phần tiên quyết
				Lý thuyết	Thực hành	Tự học	
46	KTPT122	Mô hình marketing	3	45	0	90	
47	KTPT123	Quản trị giá	3	45	0	90	
48	KTPT124	Quản trị kênh phân phối	3	45	0	90	
49	KTPT125	Quản trị sản phẩm	3	30	30	90	
50	KTPT126	Phân tích marketing	3	45	0	90	
51	KTPT127	Marketing bền vững	3	45	0	90	
2.3.2	<i>Hướng chuyên sâu về Quản trị thương hiệu</i>						
46	KTPT131	Hệ thống nhận diện thương hiệu	3	45	0	90	
47	KTPT132	Định giá và nhượng quyền thương hiệu	3	45	0	90	
48	KTPT133	Xây dựng thương hiệu qua phương tiện truyền thông kỹ thuật số	3	45	0	90	
49	KTPT134	Quản trị quan hệ khách hàng	3	45	0	90	
50	KTPT135	Hoạt động thương mại về sở hữu trí tuệ	3	30	30	90	
51	KTPT136	Chiến lược thương hiệu	3	45	0	90	
2.3.3	<i>Hướng chuyên sâu về Truyền thông marketing</i>						
46	KTPT141	Kế hoạch truyền thông Marketing	3	45	0	90	
47	KTPT142	Quản trị dự án truyền thông	3	45	0	90	
48	KTPT143	Quảng cáo và trưng bày tại điểm bán	3	45	0	90	
49	KTPT144	Tổ chức sự kiện	3	30	30	90	
50	KTPT145	Truyền thông đa phương tiện	3	45	0	90	
51	KTPT146	Xử lý khủng hoảng truyền thông	3	45	0	90	
2.4	Khóa luận tốt nghiệp		10	0	300	300	
52	KTMK157	Khóa luận tốt nghiệp	10	0	300	300	
	TỔNG		122	2260	1180	5700	

Ghi chú: Các học phần dự kiến giảng dạy bằng tiếng Anh (*)

3.4. Ma trận thể hiện sự đóng góp của các học phần để đạt được chuẩn đầu ra chương trình đào tạo

STT	MÃ HỌC PHẦN	TÊN HỌC PHẦN	SỐ TC	HỌC KỲ	CHUẨN ĐẦU RA CỦA CTĐT																				Tổng												
					Kiến thức										Kỹ năng								NĂng lực tự chủ và trách nhiệm														
					PLO1		PLO2		PLO3		PLO4		PLO5		PLO6		PLO7		PLO8		PLO9	PLO10															
					PI1.1	PI1.2	PI1.3	PI1.4	PI2.1	PI2.2	PI3.1	PI3.2	PI3.3	PI4A.1	PI4A.2	PI4B.1	PI4B.2	PI4C.1	PI4C.2	PI5.1	PI5.2	PI6.1	PI6.2	PI6.3		PI7.1	PI7.2	PI8A.1	PI8A.2	PI8B.1	PI8B.2	PI8C.1	PI8C.2	PI9.1	PI9.2	PI10.1	PI10.2
I	Khôi kiến thức giáo dục đại cương		34																																		
1.1	Các học phần chung		21																																		
1	LCML101	Triết học Mác - Lênin	3	1	-	-	-	2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2	2	-	-	-	-	-	-	-	-	2	2	-	-	-	-	-	-	5	
2	LCML102	Kinh tế chính trị Mác - Lênin	2	2	-	-	-	2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2	2	-	-	-	-	-	-	-	-	2	2	-	-	-	-	-	-	5	
3	LCML103	Chủ nghĩa xã hội khoa học	2	2	-	-	-	2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2	2	-	-	-	-	-	-	-	-	2	2	-	-	-	-	-	-	5	
4	LCTT101	Tư tưởng Hồ Chí Minh	2	3	-	-	-	2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2	2	-	-	-	-	-	-	-	-	2	2	-	-	-	-	-	-	5	

STT	MÃ HỌC PHẦN	TÊN HỌC PHẦN	SỐ TC	HỌC KỲ	CHUẨN ĐẦU RA CỦA CTĐT																				Tổng							
					Kiến thức										Kỹ năng								Năng lực tự chủ và trách nhiệm									
					PLO1				PLO2		PLO3		PLO4				PLO5		PLO6		PLO7		PLO8				PLO9		PLO10			
					PI1.1	PI1.2	PI1.3	PI1.4	PI2.1	PI2.2	PI3.1	PI3.2	PI3.3	PLO4A		PLO4B		PLO4C		PI5.1	PI5.2	PI6.1	PI6.2	PI6.3		PI7.1	PI7.2	PLO8A		PLO8B		PLO8C
PI4A.1	PI4A.2	PI4B.1	PI4B.2	PI4C.1										PI4C.2	PI8A.1	PI8A.2	PI8B.1	PI8B.2	PI8C.1						PI8C.2							
5	LCLS101	Lịch sử Đảng Cộng sản Việt Nam	2	4	-	-	-	2	-	-	-	-	-	-	-	-	2	2	-	-	-	-	-	-	-	-	2	2	-	-	-	5
6	LCPL101	Pháp luật đại cương	2	1	-	-	-	3	-	-	-	-	-	-	-	-	2	2	-	-	-	-	-	-	-	-	3	2	-	2	-	6
7	NNTA164	Ngoại ngữ 1	3	1	-	3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3	-	-	3	-	-	-	-	-	-	-	-	2	-	3	-	5
8	NNTA165	Ngoại ngữ 2	3	2	-	3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3	-	-	3	-	-	-	-	-	-	-	-	2	-	3	-	5
9	CTKU101	Tin học đại cương	2	1	-	-	3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2	2	-	2	2	-	-	-	-	-	2	2	-	3	-	8
1.2	Các học phần bắt buộc của Trường (chọn 2/6 TC)		2																													
10	MTQM102	Môi trường và phát triển	2	2	2	2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2	-	-	-	4
11	MTQM104	Tăng trưởng xanh và bền vững	2	2	2	2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2	-	-	-	4

STT	MÃ HỌC PHẦN	TÊN HỌC PHẦN	SỐ TC	HỌC KỲ	CHUẨN ĐẦU RA CỦA CTĐT																				Tổng										
					Kiến thức										Kỹ năng								Năng lực tự chủ và trách nhiệm												
					PLO1				PLO2		PLO3		PLO4				PLO5		PLO6		PLO7		PLO8				PLO9		PLO10						
					PI1.1	PI1.2	PI1.3	PI1.4	PI2.1	PI2.2	PI3.1	PI3.2	PI3.3	PI4A.1	PI4A.2	PI4B.1	PI4B.2	PI4C.1	PI4C.2	PI5.1	PI5.2	PI6.1	PI6.2	PI6.3		PI7.1	PI7.2	PI8A.1	PI8A.2	PI8B.1	PI8B.2	PI8C.1	PI8C.2	PI9.1	PI9.2
12	KTKH142	Chuyên đổi số tài nguyên và môi trường	2	2	-	-	2	-	2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2	-	-	-	-	-	-	-	-	2	-	-	2	5
1.3	Các học phần của lĩnh vực		11																																
13.1	Các học phần bắt buộc		9																																
13	KTKH101	Kinh tế vi mô	3	1	2	-	-	-	-	2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2	2	2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	5
14	KTKH102	Kinh tế vĩ mô	3	2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2	2	-	2	2	-	-	-	-	-	2	2	-	-	-	6
15	KTKD105	Quản trị học	3	3	-	-	-	-	3	-	-	-	-	-	-	-	-	2	1	2	2	1	1	-	-	-	-	-	-	2	2	-	2	-	10
1.3.2	Tự chọn (chọn 2 TC/6 TC)																																		
16	KTKH144	Toán kinh doanh	2	1	2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2	2	2	4
17	KTKH145	Toán tài chính	2	1	-	-	-	-	2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2	2	2	4
18	KTKH133	Thông kê doanh nghiệp	2	1	2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2	2	2	4

STT	MÃ HỌC PHẦN	TÊN HỌC PHẦN	SỐ TC	HỌC KỲ	CHUẨN ĐẦU RA CỦA CTĐT																					Tổng									
					Kiến thức										Kỹ năng								Năng lực tự chủ và trách nhiệm												
					PLO1				PLO2		PLO3		PLO4				PLO5		PLO6		PLO7		PLO8				PLO9		PLO10						
					PI1.1	PI1.2	PI1.3	PI1.4	PI2.1	PI2.2	PI3.1	PI3.2	PI3.3	PLO4A		PLO4B		PLO4C		PI5.1	PI5.2	PI6.1	PI6.2	PI6.3	PI7.1		PI7.2	PLO8A		PLO8B		PLO8C		PI9.1	PI9.2
PI4A.1	PI4A.2	PI4B.1	PI4B.2	PI4C.1										PI4C.2	PI8A.1	PI8A.2	PI8B.1	PI8B.2	PI8C.1							PI8C.2									
II	Khối kiến thức giáo dục chuyên nghiệp		88																																
2.1	Kiến thức cơ sở ngành		15																																
2.1.1	Các học phần bắt buộc		9																																
19	KTPT101	Marketing căn bản	3	3	-	-	-	-	1	1	2	-	-	-	-	-	-	1	1	-	1	-	-	-	-	-	-	-	1	1	-	-	-	8	
20	KTPT102	Lý thuyết truyền thông	3	3	-	-	-	-	1	1	-	-	2	-	-	-	-	1	1	-	1	-	-	-	-	-	-	1	1	-	-	-	9		
21	KTKT108	Thị trường chứng khoán	3	2	2	-	-	-	-	-	-	2	-	-	-	-	1	-	1	1	-	-	-	-	-	-	2	2	2	2	2	2	10		
2.1.2	Tự chọn (chọn 6 TC/12 TC)		6																																
22	KTKE101	Nguyên lý kế toán	3	3	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	1	1	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	5		

STT	MÃ HỌC PHẦN	TÊN HỌC PHẦN	SỐ TC	HỌC KỲ	CHUẨN ĐẦU RA CỦA CTĐT																				Tổng												
					Kiến thức										Kỹ năng								Năng lực tự chủ và trách nhiệm														
					PLO1				PLO2		PLO3		PLO4				PLO5		PLO6		PLO7		PLO8				PLO9		PLO10								
					PI1.1	PI1.2	PI1.3	PI1.4	PI2.1	PI2.2	PI3.1	PI3.2	PI3.3	PI4A.1	PI4A.2	PI4B.1	PI4B.2	PI4C.1	PI4C.2	PI5.1	PI5.2	PI6.1	PI6.2	PI6.3		PI7.1	PI7.2	PI8A.1	PI8A.2	PI8B.1	PI8B.2	PI8C.1	PI8C.2	PI9.1	PI9.2	PI10.1	PI10.2
23	KTPT103	Tâm lý và hành vi khách hàng	3	3	-	-	-	-	-	2	-	-	-	-	-	-	-	-	1	1	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	5
24	KTPT104	Kỹ năng phát triển nghề nghiệp	3	5	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2	2	3	2	2	-	-	-	-	-	-	2	2	-	2	1	10
25	KTKT130	Tài chính tiền tệ	3	1	2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	1	1	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2	2	2	7
2.2	Kiến thức ngành		45																																		
2.2.1	<i>Bắt buộc</i>		30																																		
26	KTPT105	Quản trị Marketing*	3	4	-	-	-	-	-	-	2	1	1	2	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	1	-	-	-	-	2	1	-	-	-	9
27	KTPT106	Quản trị bán hàng	3	6	-	-	-	-	-	-	2	1	1	2	1	-	-	-	-	-	2	2	-	-	-	1	1	-	-	-	-	-	1	-	-	-	10

STT	MÃ HỌC PHẦN	TÊN HỌC PHẦN	SỐ TC	HỌC KỲ	CHUẨN ĐẦU RA CỦA CTĐT																				Tổng													
					Kiến thức										Kỹ năng								Năng lực tự chủ và trách nhiệm															
					PLO1				PLO2		PLO3		PLO4				PLO5		PLO6		PLO7		PLO8				PLO9		PLO10									
					PI1.1	PI1.2	PI1.3	PI1.4	PI2.1	PI2.2	PI3.1	PI3.2	PI3.3	PI4A.1	PI4A.2	PI4B.1	PI4B.2	PI4C.1	PI4C.2	PI5.1	PI5.2	PI6.1	PI6.2	PI6.3		PI7.1	PI7.2	PI8A.1	PI8A.2	PI8B.1	PI8B.2	PI8C.1	PI8C.2	PI9.1	PI9.2	PI10.1	PI10.2	PI10.3
28	KTMK113	Thực tập nhận thức nghề nghiệp	4	4	-	-	-	-	-	-	1	1	1	1	-	1	-	1	-	1	1	1	1	-	-	-	-	-	-	-	1	1	-	-	1	13		
29	KTMK114	Thực tập cơ sở ngành	4	5	-	-	-	-	-	-	1	1	1	1	-	1	-	1	-	1	-	1	-	1	1	-	-	-	-	-	-	-	1	1	-	-	1	13
30	KTMK115	Thực tập ngành	5	6	-	-	-	-	-	-	2	2	2	2	-	2	-	2	-	2	-	2	-	1	2	-	-	-	-	-	-	-	1	1	-	-	1	13
31	KTMK110	Thực tập chuyên ngành	5	7	-	-	-	-	-	-	2	2	2	2	-	2	-	2	-	2	-	2	-	1	2	-	-	-	-	-	-	-	1	1	-	-	1	13
32	KTPT111	Nghiên cứu Marketing	3	4	-	-	-	-	-	-	2	-	-	2	-	-	-	-	-	-	-	1	1	-	-	-	1	1	-	-	-	-	1	1	-	-	-	8
33	KTPT108	Tiếng anh chuyên ngành	3	5	-	3	-	-	-	-	1	1	1	-	-	-	-	-	-	-	-	1	1	-	1	-	-	-	-	-	-	-	1	1	-	-	-	9
2.2.2	Các học phần tự chọn (chọn 15 TC/33TC)		15																																			

STT	MÃ HỌC PHẦN	TÊN HỌC PHẦN	SỐ TC	HỌC KỲ	CHUẨN ĐẦU RA CỦA CTĐT																				Tổng													
					Kiến thức										Kỹ năng								Năng lực tự chủ và trách nhiệm															
					PLO1				PLO2		PLO3		PLO4				PLO5		PLO6		PLO7		PLO8				PLO9		PLO10									
					PI1.1	PI1.2	PI1.3	PI1.4	PI2.1	PI2.2	PI3.1	PI3.2	PI3.3	PLO4A		PLO4B		PLO4C		PI5.1	PI5.2	PI6.1	PI6.2	PI6.3		PI7.1	PI7.2	PLO8A		PLO8B		PLO8C		PI9.1	PI9.2	PI10.1	PI10.2	PI10.3
PI4A.1	PI4A.2	PI4B.1	PI4B.2	PI4C.1										PI4C.2	PI8A.1	PI8A.2	PI8B.1	PI8B.2	PI8C.1						PI8C.2													
34	KTPT107	Quan hệ công chúng*	3	5	-	-	-	-	-	-	2	2	2	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	1	1	1	1	-	-	-	-	9			
35	KTPT116	Truyền thông Marketing tích hợp	3	5	-	-	-	-	-	-	2	2	2	-	1	-	-	-	-	-	1	-	2	2	-	-	2	2	-	1	-	-	-	-	12			
36	KTPT117	Quản trị thương hiệu	3	5	-	-	-	-	-	-	2	2	2	-	-	2	2	-	-	-	-	1	-	1	1	2	2	-	-	1	-	-	-	-	11			
37	KTPT118	Digital Marketing	3	6	-	-	-	-	-	-	2	2	2	1	1	-	-	2	2	-	-	-	-	-	1	-	1	1	-	-	2	2	2	-	-	-	-	13
38	KTPT119	Marketing quốc tế	3	4	-	-	-	-	-	-	2	2	2	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	1	1	-	2	2	-	1	-	-	11		
39	KTKD174	Quản trị kinh doanh	3	5							2	2	2	2												2						2		1	7			
40	KTPT120	Truyền thông báo chí	3	5	-	-	-	-	-	-	2	2	2	-	-	-	-	-	-	-	1	-	1	1	1	1	1	2	2	-	2	-	-	-	-	13		

STT	MÃ HỌC PHẦN	TÊN HỌC PHẦN	SỐ TC	HỌC KỲ	CHUẨN ĐẦU RA CỦA CTĐT																							Tổng										
					Kiến thức											Kỹ năng								Năng lực tự chủ và trách nhiệm														
					PLO1				PLO2		PLO3		PLO4					PLO5		PLO6		PLO7		PLO8					PLO9		PLO10							
					PI1.1	PI1.2	PI1.3	PI1.4	PI2.1	PI2.2	PI3.1	PI3.2	PI3.3	PLO4A		PLO4B		PLO4C	PI5.1	PI5.2	PI6.1	PI6.2	PI6.3	PI7.1	PI7.2	PLO8A			PLO8B		PLO8C		PI9.1	PI9.2	PI10.1	PI10.2	PI10.3	
PI4A.1	PI4A.2	PI4B.1	PI4B.2	PI4C.1										PI4C.2	PI8A.1	PI8A.2	PI8B.1	PI8B.2								PI8C.1	PI8C.2											
41	KTPT121	Truyền thông quốc tế*	3	5	-	-	-	-	-	-	2	2	2	-	-	-	-	1	1	-	-	-	-	-	1	-	1	1	1	1	2	2	2	-	-	-	-	13
42	KTKD108	Quản trị chiến lược	3	6	1	1	-	-	1	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	1	-	-	-	-	-	-	1	1	-	-	-	-	8
43	KTKD166	Thương mại điện tử	3	4	-	-	-	-	2	2	2	2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2	2	7
44	KTKD186	Khởi sự kinh doanh	3	4	-	-	-	-	2	2	2	2	-	-	-	-	-	-	-	2	2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2	3	8	
2.3	Kiến thức chuyên ngành		18																																			
2.3.1	Hướng chuyên sâu về Quản trị marketing		18																																			
45	KTPT122	Mô hình marketing	3	7	-	-	-	-	-	-	3	-	-	3	3	-	-	-	-	-	-	-	-	1	1	2	2	-	-	-	-	2	2	2	-	2	11	
46	KTPT123	Quản trị giá	3	7	-	-	-	-	-	-	3	-	-	3	3	-	-	-	-	-	-	-	-	1	1	2	2	-	-	-	-	2	2	2	-	2	11	
47	KTPT124	Quản trị kênh phân phối	3	7	-	-	-	-	-	-	3	-	-	3	3	-	-	-	-	-	-	-	-	1	1	2	2	-	-	-	-	2	2	2	-	2	11	

STT	MÃ HỌC PHẦN	TÊN HỌC PHẦN	SỐ TC	HỌC KỲ	CHUẨN ĐẦU RA CỦA CTĐT																				Tổng										
					Kiến thức										Kỹ năng								Năng lực tự chủ và trách nhiệm												
					PLO1				PLO2		PLO3		PLO4				PLO5		PLO6		PLO7		PLO8				PLO9		PLO10						
					PI1.1	PI1.2	PI1.3	PI1.4	PI2.1	PI2.2	PI3.1	PI3.2	PI3.3	PLO4A		PLO4B		PLO4C		PI5.1	PI5.2	PI6.1	PI6.2	PI6.3		PI7.1	PI7.2	PLO8A		PLO8B		PLO8C		PI9.1	PI9.2
PI4A.1	PI4A.2	PI4B.1	PI4B.2	PI4C.1										PI4C.2	PI8A.1	PI8A.2	PI8B.1	PI8B.2	PI8C.1						PI8C.2										
48	KTPT125	Quản trị sản phẩm	3	7	-	-	-	-	-	-	3	-	-	3	3	-	-	-	-	-	-	1	1	2	2	-	-	-	-	2	2	2	-	2	
49	KTPT126	Phân tích marketing	3	6	-	-	-	-	-	3	-	-	3	3	-	-	-	-	-	-	-	1	1	2	2	-	-	-	-	2	2	2	-	2	
50	KTPT127	Marketing bền vững	3	6	-	-	-	-	2	2	3	-	-	3	3	-	-	-	-	-	-	1	1	2	2	-	-	-	-	2	2	2	-	2	
2.3.2	Hướng chuyên sâu về Quản trị thương hiệu		18																																
51	KTPT131	Hệ thống nhận diện thương hiệu	3	7	-	-	-	-	-	-	3	-	-	-	3	3	-	-	-	-	-	-	1	1	-	-	2	2	-	-	2	2	2	-	2
52	KTPT132	Định giá và nhượng quyền thương hiệu	3	7	-	-	-	-	-	-	3	-	-	-	3	3	-	-	-	-	-	-	1	1	-	-	2	2	-	-	2	2	2	-	2

STT	MÃ HỌC PHẦN	TÊN HỌC PHẦN	SỐ TC	HỌC KỲ	CHUẨN ĐẦU RA CỦA CTĐT																				Tổng										
					Kiến thức										Kỹ năng								Năng lực tự chủ và trách nhiệm												
					PLO1				PLO2		PLO3		PLO4				PLO5		PLO6		PLO7		PLO8				PLO9		PLO10						
					PI1.1	PI1.2	PI1.3	PI1.4	PI2.1	PI2.2	PI3.1	PI3.2	PI3.3	PLO4A		PLO4B		PLO4C		PI5.1	PI5.2	PI6.1	PI6.2	PI6.3		PI7.1	PI7.2	PLO8A		PLO8B		PLO8C		PI9.1	PI9.2
PI4A.1	PI4A.2	PI4B.1	PI4B.2	PI4C.1										PI4C.2	PI8A.1	PI8A.2	PI8B.1	PI8B.2	PI8C.1						PI8C.2										
53	KTPT133	Xây dựng thương hiệu qua phương tiện truyền thông kỹ thuật số	3	6	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	1	-	-	2	2	-	-	2	2	2	-	2	11
54	KTPT134	Quản trị quan hệ khách hàng	3	6	-	-	-	-	-	-	-	3	3	-	-	-	-	-	-	-	2	2	-	-	2	2	-	-	2	2	2	-	2	11	
55	KTPT135	Hoạt động thương mại về sở hữu trí tuệ	3	7	-	-	-	-	-	-	3	-	-	-	3	3	-	-	-	-	-	1	1	-	-	2	2	-	-	2	2	2	-	2	11
56	KTPT136	Chiến lược thương hiệu	3	7	-	-	-	-	-	-	3	-	-	-	3	3	-	-	-	-	-	1	1	-	-	2	2	-	-	2	2	2	-	2	11

STT	MÃ HỌC PHÂN	TÊN HỌC PHÂN	SỐ TC	HỌC KỲ	CHUẨN ĐẦU RA CỦA CTĐT																			Tổng												
					Kiến thức									Kỹ năng								Năng lực tự chủ và trách nhiệm														
					PLO1				PLO2		PLO3			PLO4		PLO5		PLO6		PLO7		PLO8			PLO9		PLO10									
					PI1.1	PI1.2	PI1.3	PI1.4	PI2.1	PI2.2	PI3.1	PI3.2	PI3.3	PLO4A		PLO4B		PLO4C	PI5.1	PI5.2	PI6.1	PI6.2	PI6.3		PI7.1	PI7.2	PLO8A		PLO8B		PLO8C		PI9.1	PI9.2	PI10.1	PI10.2
PI4A.1	PI4A.2	PI4B.1	PI4B.2	PI4C.1										PI4C.2	PI8A.1	PI8A.2	PI8B.1							PI8B.2			PI8C.1	PI8C.2								
2.3.3	Hướng chuyên sâu về Truyền thông marketing		18															-																		
57	KTPT141	Kế hoạch truyền thông Marketing	3	7	-	-	-	-	-	-	-	3	-	-	-	-	-	-	-	1	1	-	-	-	-	2	2	2	2	2	2	-	2	11		
58	KTPT142	Quản trị dự án truyền thông	3	7	-	-	-	-	-	-	3	-	-	-	-	3	3	-	-	-	-	1	1	-	-	-	-	2	2	2	2	2	-	2	11	
59	KTPT143	Quảng cáo và trưng bày tại điểm bán	3	7	-	-	-	-	-	-	3	-	-	-	-	3	3	-	-	-	-	1	1	-	-	-	-	2	2	2	2	2	-	2	11	
60	KTPT144	Tổ chức sự kiện	3	6	-	-	-	-	-	-	3	-	-	-	-	3	3	-	-	2	2	1	1	1	-	-	-	-	2	2	2	2	2	-	2	14
61	KTPT145	Truyền thông đa phương tiện	3	6	-	-	-	-	-	-	3	-	-	-	-	3	3	-	-	-	-	1	1	-	-	-	-	2	2	2	2	2	-	2	11	

STT	MÃ HỌC PHẦN	TÊN HỌC PHẦN	SỐ TC	HỌC KỲ	CHUẨN ĐẦU RA CỦA CTĐT																								Tổng									
					Kiến thức												Kỹ năng										Năng lực tự chủ và trách nhiệm											
					PLO1				PLO2		PLO3		PLO4				PLO5		PLO6		PLO7		PLO8				PLO9			PLO10								
					PI1.1	PI1.2	PI1.3	PI1.4	PI2.1	PI2.2	PI3.1	PI3.2	PI3.3	PLO4A		PLO4B		PLO4C		PI5.1	PI5.2	PI6.1	PI6.2	PI6.3	PI7.1	PI7.2	PLO8A			PLO8B		PLO8C		PI9.1	PI9.2	PI10.1	PI10.2	PI10.3
PI4A.1	PI4A.2	PI4B.1	PI4B.2	PI4C.1										PI4C.2	PI8A.1	PI8A.2	PI8B.1	PI8B.2	PI8C.1								PI8C.2											
62	KTPT146	Xử lý khủng hoảng truyền thông	3	7	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3	-	-	-	-	-	-	1	1	-	-	-	-	2	2	2	2	-	2	11				
2.4	Khóa luận tốt nghiệp																																					
63	KTMK157	Khóa luận tốt nghiệp	10	8	1	1	1	1	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	33				
Tổng			122		9	8	7	7	9	10	27	24	24	16	11	12	8	17	13	12	9	25	25	11	38	23	16	15	10	10	13	13	44	52	31	26	35	
<i>Trong đó¹: Các học phần có mức đóng góp nhiều (mức 3)</i>					9	8	7	7	9	10	27	24	24	16	11	12	8	17	13	12	9	25	25	11	39	24	16	15	10	10	13	13	44	52	26	14	34	
Các học phần có mức đóng góp trung bình (mức 2)					0	3	1	1	1	0	7	7	7	7	7	7	7	7	7	2	0	0	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	3	2
Các học phần có mức đóng góp ít (mức 1)					7	2	1	5	5	7	16	12	12	6	0	3	1	6	4	4	4	1	17	17	1	7	5	8	7	7	7	10	10	32	37	26	11	25

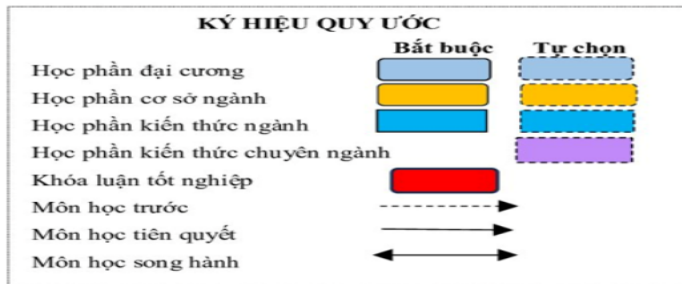
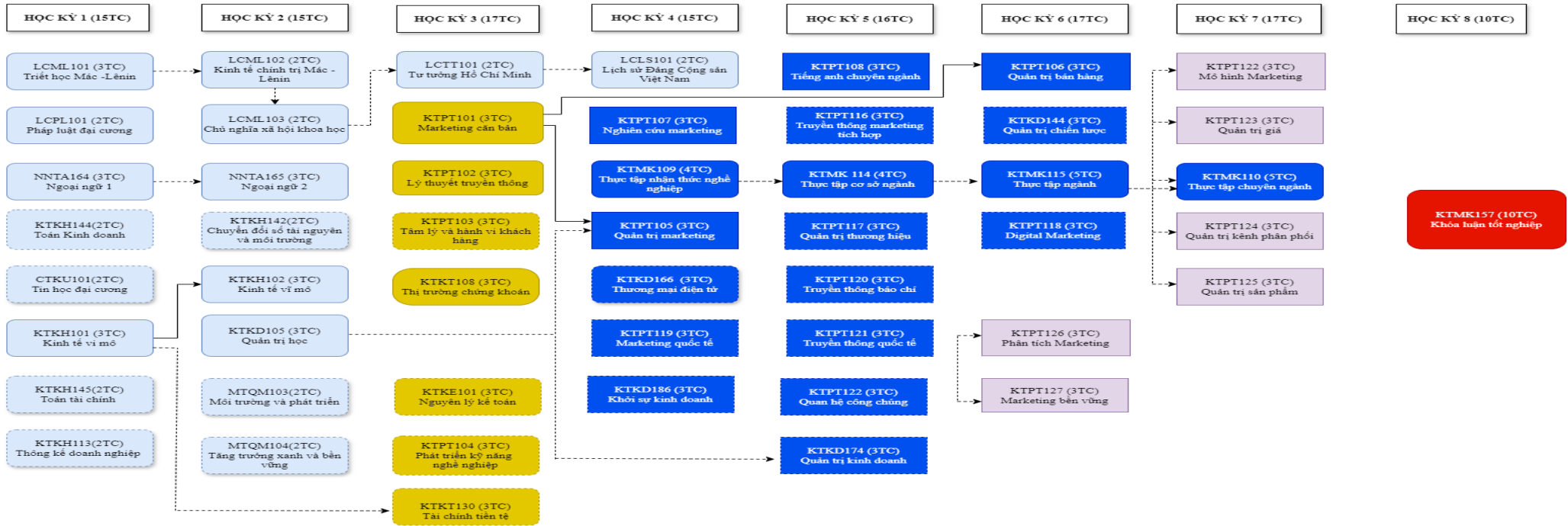
Mức đóng góp: nhiều (3); trung bình (2); ít (1); không (-).

¹ Các học phần có mức đóng góp ở cả 3 mức cộng lại bằng dòng tổng ở trên.

3.5. Sơ đồ chương trình dạy học

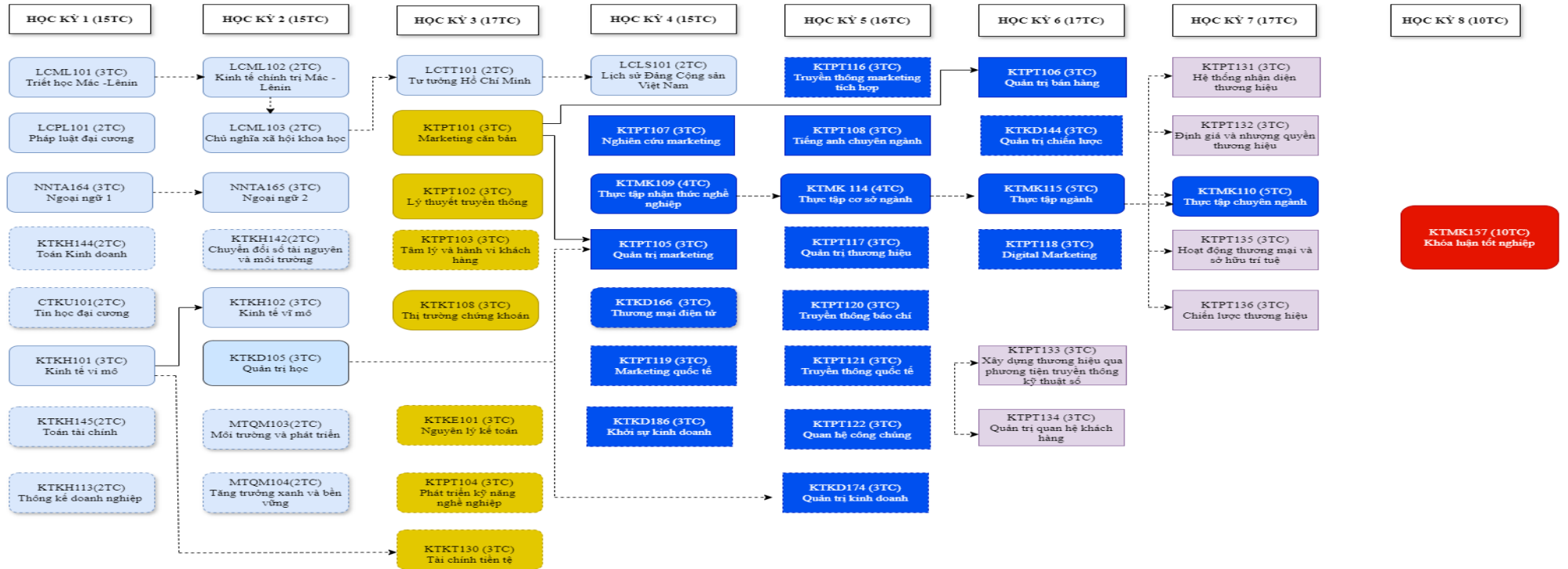
SƠ ĐỒ MỐI LIÊN HỆ VÀ TIẾN TRÌNH ĐÀO TẠO CÁC MÔN HỌC TRONG CTĐT NGÀNH MARKETING

Chuyên sâu : Quản trị marketing



SƠ ĐỒ MỐI LIÊN HỆ VÀ TIẾN TRÌNH ĐÀO TẠO CÁC MÔN HỌC TRONG CTĐT NGÀNH MARKETING

Chuyên sâu : Quản trị thương hiệu

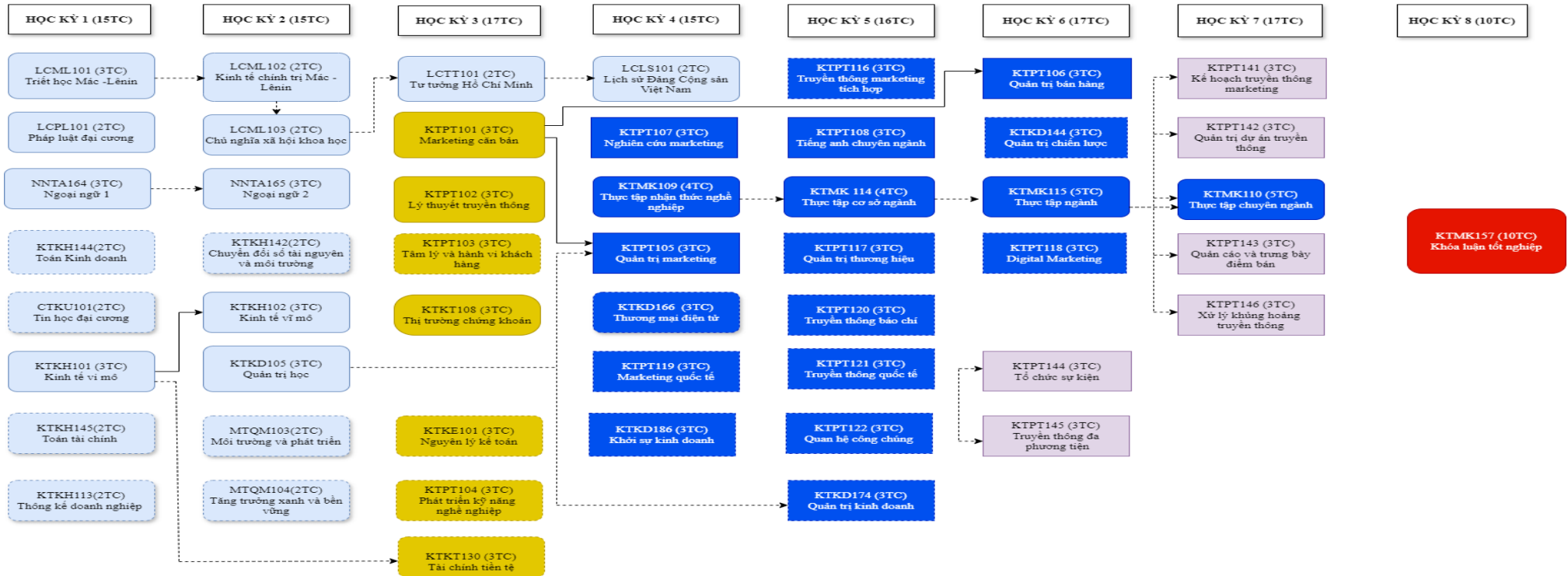


KÝ HIỆU QUY ƯỚC

	Bắt buộc	Tự chọn
Học phần đại cương		
Học phần cơ sở ngành		
Học phần kiến thức ngành		
Học phần kiến thức chuyên ngành		
Khóa luận tốt nghiệp		
Môn học trước		
Môn học tiên quyết		
Môn học song hành		

SƠ ĐỒ MỐI LIÊN HỆ VÀ TIẾN TRÌNH ĐÀO TẠO CÁC MÔN HỌC TRONG CTĐT NGÀNH MARKETING

Chuyên sâu: Truyền thông marketing



KÝ HIỆU QUY ƯỚC

	Bắt buộc	Tự chọn
Học phần đại cương	[Solid Blue Box]	[Dashed Blue Box]
Học phần cơ sở ngành	[Solid Yellow Box]	[Dashed Yellow Box]
Học phần kiến thức ngành	[Solid Light Blue Box]	[Dashed Light Blue Box]
Học phần kiến thức chuyên ngành	[Solid Purple Box]	[Dashed Purple Box]
Khóa luận tốt nghiệp	[Solid Red Box]	
Môn học trước	[Dashed Arrow]	
Môn học tiên quyết	[Solid Arrow]	
Môn học song hành	[Double Arrow]	

3.6. Mô tả nội dung theo các khối kiến thức

3.6.1. Kiến thức giáo dục đại cương (34 TC)

Khối kiến thức Giáo dục đại cương trang bị cho người học kiến thức cơ bản về lý luận chính trị và pháp luật đại cương, Giáo dục thể chất, Giáo dục quốc phòng - an ninh theo quy định chung, ngoại ngữ, khoa học cơ bản, công nghệ thông tin và các kiến thức nền tảng về kinh tế, xã hội và môi trường nhằm giúp người học phát triển bản thân, hình thành các kỹ năng, sẵn sàng tiếp cận phần khối kiến thức cơ sở ngành và kiến thức ngành. Khối kiến thức này bao gồm 34 tín chỉ, trong đó 23 tín chỉ bắt buộc, 6 tín chỉ tự chọn, gồm các học phần chung (lý luận chính trị, pháp luật đại cương, ngoại ngữ), các học phần của trường (môi trường và phát triển, tăng trưởng xanh và bền vững, chuyển đổi số tài nguyên và môi trường), các học phần của lĩnh vực (Kinh tế vĩ mô, kinh tế vi mô, quản trị học) và các học phần tự chọn như toán kinh doanh, toán tài chính, thống kê doanh nghiệp, tin học ứng dụng trong kinh doanh...

3.6.2. Kiến thức cơ sở ngành (15 TC)

Khối kiến thức cơ sở ngành trang bị cho người học kiến thức cơ sở để giúp người học hiểu các kiến thức cơ sở làm nền tảng tiếp cận phần khối kiến thức ngành và chuyên ngành. Khối kiến thức cơ sở ngành bao gồm các kiến thức, kỹ năng về marketing căn bản, lý thuyết truyền thông, thị trường chứng khoán, nguyên lý kế toán, tâm lý và hành vi khách hàng, kỹ năng phát triển nghề nghiệp... Khối kiến thức cơ sở ngành bao gồm 15 tín chỉ, trong đó 9 tín chỉ bắt buộc, 6 tín chỉ tự chọn.

3.6.3. Kiến thức ngành (45 TC)

Khối kiến thức ngành bao gồm 45 tín chỉ, trong đó 30 tín chỉ bắt buộc, 15 tín chỉ tự chọn. Đây là khối kiến thức trang bị cho người học kiến thức ngành, kỹ năng, mức tự chủ và trách nhiệm để đáp ứng mục tiêu phát triển nghề nghiệp trong lĩnh vực marketing bao gồm các kiến thức, kỹ năng về khoa học và công nghệ, doanh nghiệp và phục vụ cộng đồng; kỹ năng hình thành ý tưởng, xây dựng các chương trình, kế hoạch thực hiện và đưa ra các quyết định trong thực hành nghề nghiệp lĩnh vực marketing. Các học phần của khối kiến thức này gồm: Quản trị Marketing, Quản trị bán hàng, nghiên cứu marketing, tiếng anh chuyên hành, quan hệ công chúng, truyền thông marketing tích hợp, quản trị thương hiệu, Digital marketing, Thương mại điện tử, Quản trị chiến lược, Marketing quốc tế, Quản trị kinh doanh, thực tập nhận thức nghề nghiệp, Thực tập cơ sở ngành, Thực tập ngành, Thực tập chuyên ngành, Truyền thông báo chí, Truyền thông quốc tế, Khởi sự kinh doanh.

3.6.4. Kiến thức chuyên ngành (18 TC)

Khối kiến thức chuyên ngành bao gồm 18 tín chỉ. Đây là khối kiến thức trang bị cho người học kiến thức chuyên sâu của ngành theo các hướng chuyên sâu về Quản trị marketing; Quản trị thương hiệu; Truyền thông marketing; người học áp dụng được các kiến thức ngành, chuyên ngành, hình thành các kỹ năng chuyên sâu theo các hướng trên. Các học phần của khối kiến thức này gồm:

- Quản trị marketing: Mô hình marketing, Quản trị giá, Quản trị kênh phân phối, Quản trị sản phẩm, Phân tích marketing, Marketing bền vững.

- Quản trị thương hiệu: 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, Chiến lược thương hiệu.

- Truyền thông marketing: Kế hoạch truyền thông Marketing, Quản trị dự án truyền thông, Quảng cáo trưng bày tại điểm bán, Xử lý khủng hoảng truyền thông, Tổ chức sự kiện, Truyền thông đa phương tiện.

3.6.5. Kiến thức khóa luận tốt nghiệp (10 TC)

Khoá luận tốt nghiệp giúp người học trải nghiệm thực tế, tổng hợp kiến thức, vận dụng kiến thức, phát triển kỹ năng giải quyết vấn đề trong lĩnh vực Marketing. Khoá luận tốt nghiệp giúp sinh viên tổng hợp, vận dụng kiến thức đã học và những kiến thức thực tế trong các lĩnh vực Marketing để thực tập tại cơ sở thực tập và nghiên cứu một đề tài và viết báo cáo kết quả nghiên cứu của đề tài đó theo đề cương nghiên cứu và đạt được những mục tiêu đã đặt ra đối với đề tài.

3.7. Phương pháp giảng dạy

Phương pháp giảng dạy trong chương trình đào tạo được thiết kế theo cách tiếp cận lấy người học làm trung tâm và chủ thể của quá trình đào tạo nhằm thúc đẩy người học phát huy chủ động và nỗ lực tham gia các hoạt động học tập; định hướng hiệu quả để người học đạt được chuẩn đầu ra của mỗi học phần và cả chương trình đào tạo.

Phương pháp giảng dạy từng học phần được thể hiện cụ thể trong đề cương chi tiết, bao gồm chủ yếu các nhóm phương pháp sau:

- a) Thuyết trình, giảng dạy tích hợp;
- b) Thực hành, thực tập;
- c) Tham quan thực tế;
- d) Học tập thông qua các phương thức mô phỏng thực tế nghề nghiệp như bài tập tình huống, dự án hoặc các phương thức khác;
- đ) Học tập hợp tác thông qua dự án hay bài tập làm việc theo nhóm;
- e) Học tập thông qua giải quyết vấn đề, trong đó nhấn mạnh đến việc thu thập, đánh giá thông tin, đề xuất giải pháp và trình bày kết quả;
- f) Học tập thông qua cách tích hợp học tập trong các hoạt động khác nhau để trang bị cho người học năng lực tự học;
- g) Áp dụng các phương thức học tập ứng dụng công nghệ thông tin và truyền thông, có thể kết hợp giảng dạy, đánh giá trực tiếp và trực tuyến;
- h) Học tập thông qua trải nghiệm tại môi trường làm việc thực tế.

3.8. Phương pháp đánh giá kết quả học tập

Đánh giá kết quả học tập của người học dựa trên đánh giá quá trình và đánh giá tổng kết; làm cơ sở để kịp thời điều chỉnh hoạt động giảng dạy và học tập, thúc đẩy nỗ lực và hỗ trợ tiến

bộ của người học, cải tiến chương trình đào tạo và tổ chức thực hiện chương trình đào tạo. Về đánh giá kết quả học tập từng học phần theo tỷ lệ 40% điểm đánh giá quá trình và 60% điểm thi kết thúc học phần;

- Phương pháp đánh giá quá trình: Thảo luận trên lớp; Bài tập về nhà, Bài tập thảo luận nhóm; Pháp vấn; Bài kiểm tra điều kiện...

- Phương pháp đánh giá thi kết thúc học phần: Bài tự luận; Viết báo cáo; Trắc nghiệm; Vấn đáp...

- Đánh giá quá trình và đánh giá kết thúc học phần, khóa luận tốt nghiệp dựa trên các rubrics, ma trận đề thi đảm bảo độ tin cậy, độ chính xác và công bằng, đánh giá kết quả học tập của người học dựa trên chuẩn đầu ra, làm rõ mức độ đạt được của người học theo các cấp độ tư duy quy định trong chuẩn đầu ra của mỗi học phần và chương trình đào tạo.

- Từng học phần được đánh giá theo thang điểm 10, sau đó được quy đổi sang thang điểm chữ và thang điểm 4 theo quy chế đào tạo hiện hành.

3.9. Đội ngũ giảng viên và nhân lực hỗ trợ

Số lượng, trình độ, tiêu chuẩn, năng lực của đội ngũ giảng viên và nhân lực hỗ trợ đáp ứng quy định hiện hành của Bộ Giáo dục và Đào tạo, Luật Giáo dục đại học, quy chế tổ chức và hoạt động của Nhà trường để tổ chức giảng dạy và hỗ trợ người học nhằm đạt được chuẩn đầu ra của chương trình đào tạo.

3.10. Cơ sở vật chất phục vụ đào tạo và nghiên cứu

Hệ thống cơ sở vật chất hiện tại bao gồm cơ sở hạ tầng, trang thiết bị thực hành, thí nghiệm, công nghệ thông tin, thư viện, học liệu, hệ thống quản lý hỗ trợ học tập, quản lý đào tạo đáp ứng nhu cầu phục vụ đào tạo và nghiên cứu của Trường. Những nội dung này được thể hiện chi tiết trong đề án mở ngành, xây dựng và ban hành chương trình đào tạo, đề án tuyển sinh đại học hàng năm, trong báo cáo Ba công khai của Trường... được thường xuyên cập nhật trong báo cáo gửi Bộ Giáo dục và Đào tạo, đồng thời đăng tải trên cổng thông tin điện tử của Trường.

3.11. Hướng dẫn thực hiện chương trình

Kế hoạch đào tạo chuẩn của chương trình đào tạo là 04 năm. Mỗi năm có 02 học kỳ chính, tổ chức đào tạo theo tín chỉ.

Căn cứ kế hoạch đào tạo chuẩn, Trường đăng ký mặc định thời khóa biểu từng học kỳ chính cho sinh viên. Trừ học kỳ đầu tiên, các học kỳ tiếp theo sinh viên được đăng ký số tín chỉ/học phần tăng lên hoặc giảm đi theo quy định.

Sinh viên có thể học vượt để tốt nghiệp sớm so với kế hoạch đào tạo chuẩn hoặc tốt nghiệp muộn nhưng không quá thời gian đào tạo tối đa theo quy định.

Khối lượng kiến thức, phương pháp dạy và học, cách đánh giá học phần, nội dung cần đạt được của từng học phần được mô tả, quy định trong đề cương chi tiết học phần.

3.12. Chương trình trong và ngoài nước đã tham khảo để xây dựng chương trình

- Các chương trình đào tạo Đại học Marketing trong nước bao gồm các trường có truyền thống đào tạo ngành Marketing như:

- + Trường Đại học Kinh tế Quốc dân
- + Trường Đại học Thương mại
- + Trường Đại học Kinh tế Tài chính Tp. Hồ Chí Minh

- Các chương trình đào tạo ngành Marketing ngoài nước bao gồm các trường có nhiều đặc điểm tương đồng với Việt Nam như:

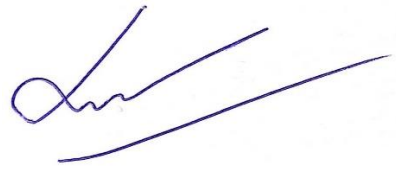
- + Đại học RMIT Aniversity Autralia

TL.HIỆU TRƯỞNG
KT. TRƯỞNG PHÒNG ĐÀO TẠO
PHÓ TRƯỞNG PHÒNG

Phạm Thị Hồng Phương

Hà Nội, ngày 09 tháng 09 năm 2024

TRƯỞNG KHOA



Nguyễn Hoàn