



MỤC TIÊU, CHUẨN ĐẦU RA, CƠ HỘI VIỆC LÀM CHUYÊN NGÀNH MARKETING

1. Mục tiêu đào tạo

1.1. Mục tiêu chung

Mục tiêu chung của chương trình là đào tạo và cung ứng cho các doanh nghiệp và các tổ chức các nhà quản trị và chuyên viên marketing chuyên nghiệp có kiến thức, phẩm chất và năng lực hành động phù hợp với yêu cầu thực tiễn của hoạt động marketing trên thị trường toàn cầu. Người học được trang bị kiến thức toàn diện để theo đuổi các cơ hội nghề nghiệp trong nhiều lĩnh vực khác nhau ở các Doanh nghiệp và các tổ chức trong và ngoài nước.

1.2. Chuẩn đầu ra

Sinh viên chuyên ngành Marketing khi tốt nghiệp có các năng lực sau:

1.2.1. Kiến thức

Kiến thức cơ bản

TT	Mã CDR chuyên ngành	Tên chuẩn đầu ra về kiến thức cơ bản
1	CDR1	Hiểu biết cơ bản về nguyên lý marketing, thấu hiểu tâm lý và hành vi của người tiêu dùng, về tiến trình marketing, hoạt động 4P, phân tích và nghiên cứu thị trường phục vụ cho việc ra quyết định Marketing
2	CDR2	Tạo dựng tư duy chiến lược và kiến thức về hoạch định chiến lược Marketing cho nhà quản trị marketing trong các công ty chuyên cung ứng dịch vụ marketing (Agency) và các doanh nghiệp, tổ chức (Client) ở cấp độ quốc gia và quốc tế
3	CDR3	Am hiểu cách thức vận dụng các nguyên lý marketing trong các tình huống khác nhau về khách hàng, sản phẩm/dịch vụ, thị trường, trong xu hướng kỹ thuật số và toàn cầu hóa.

Kiến thức nghề nghiệp

TT	Mã CDR	Tên chuẩn đầu ra về kiến thức nghề nghiệp
----	--------	---

	chuyên ngành	
1	CĐR4	Hoạch định, tổ chức thực hiện, kiểm tra và đánh giá các hoạt động marketing cho các công ty và tổ chức ở cấp độ đa quốc gia, với 4P: (1) quản trị sản phẩm, (2) định giá, (3) kênh marketing và (4) truyền thông marketing nhằm đáp ứng tốt xu hướng tiêu dùng, tạo ra vị trí cạnh tranh vượt trội và bền vững cho sản phẩm/dịch vụ
2	CĐR5	Thấu hiểu các kiến thức quản trị liên quan trong môi trường toàn cầu: Quản trị quan hệ khách hàng, Quản trị lực lượng bán hàng, Quản trị đa văn hóa, Quản trị chuỗi cung ứng, Quản trị nhân sự, Quản trị tài chính và Khởi sự kinh doanh để hỗ trợ hữu hiệu cho việc ra quyết định Marketing.

1.2.2. Kỹ năng

Kỹ năng cơ bản

TT	Mã CĐR chuyên ngành	Tên chuẩn đầu ra về kỹ năng cơ bản
1	CĐR6	Nắm vững kỹ năng truyền thông: soạn thảo các báo cáo, kế hoạch trong công việc đúng chuẩn mực; khả năng thuyết trình, thuyết phục; khả năng lắng nghe hỗ trợ, chia sẻ thông tin với người khác
2	CĐR7	Có thể giao tiếp và giải quyết công việc trong môi trường quốc tế với trình độ tiếng Anh IELTS 4.5 (hoặc tương đương) trở lên
3	CĐR8	Có khả năng tương tác cá nhân và làm việc nhóm (thực hiện các công việc nhóm như phác thảo, điều khiển, định hướng hay các vai trò xây dựng mối quan hệ như gắn kết, tạo động cơ, đồng cảm, chia sẻ).

Kỹ năng nghề nghiệp

TT	Mã CĐR chuyên ngành	Tên chuẩn đầu ra về kỹ năng nghề nghiệp
1	CĐR9	Nhận diện, phân biệt, và giải quyết vấn đề thực tiễn marketing trong môi trường kinh doanh toàn cầu hóa

2	CĐR10	Vận dụng các kiến thức cốt lõi và trọng tâm về quản trị marketing để xây dựng, triển khai thực hiện, kiểm tra và đánh giá các chương trình marketing cho công ty chuyên cung ứng dịch vụ marketing hay các doanh nghiệp, tổ chức có thực hiện hoạt động marketing trong phạm vi quốc gia và quốc tế
3	CĐR11	Sử dụng thông thạo các công cụ công nghệ thông tin, các phần mềm phổ thông và chuyên dụng để phục vụ cho phát triển nghề nghiệp (đạt chuẩn kỹ năng sử dụng công nghệ thông tin nâng cao quy định tại Thông tư 03/2014/TT-BTTTT ngày 11 tháng 03 năm 2014 của Bộ trưởng Bộ Thông tin và Truyền thông).

1.2.3. Thái độ và hành vi

TT	Mã CĐR chuyên ngành	Tên chuẩn đầu ra về thái độ và hành vi
1	CĐR12	Tôn trọng pháp luật, thể hiện các hành vi phù hợp với chuẩn mực đạo đức chung của xã hội và đạo đức nghề nghiệp (giáo dục ý thức về cân bằng lợi ích của các bên hữu quan), có sự trung thực, có tinh thần trách nhiệm và lòng yêu nghề. Tham gia các hoạt động cộng đồng và thực hiện trách nhiệm xã hội

1.3. Cơ hội việc làm

Sinh viên chuyên ngành Marketing được đào tạo và chuẩn bị các kiến thức cũng như năng lực cần thiết để phát triển theo các mức độ thăng tiến nghề nghiệp trong các doanh nghiệp, tổ chức từ nhân viên marketing (marketing executive) đến các cấp quản trị trung gian (marketing manager) và quản trị marketing cấp cao (marketing director) ở cấp độ quốc gia và quốc tế- những nơi đòi hỏi tính chuyên nghiệp cao và năng lực tiếng Anh tốt, bao gồm:

+ Các cơ quan Nhà nước; các tổ chức phi chính phủ để phụ trách các hoạt động về marketing như: Tổ chức sự kiện; Nghiên cứu và phân tích thị trường; Quan hệ công chúng; Thiết kế và quản lý các chương trình truyền thông marketing; Chiến lược marketing; Quản trị sản phẩm và thương hiệu cho tổ chức.

+ Các doanh nghiệp và tổ chức (Client): để đảm nhiệm hầu hết các công việc liên quan đến 4P (Sản phẩm- Giá thành- Phân phối – Truyền thông), từ giai đoạn đầu đến lúc sản phẩm đến tay người tiêu dùng; với các công ty nổi trội như Unilever, P&G, Coca-Cola, Neslé... Các công việc ở Client thường rất đa dạng ở các vị trí khác nhau: từ chuyên viên marketing (chuyên trách các công việc như marketing trực tuyến, quản trị



sản phẩm và thương hiệu, quản trị phân phối và bán lẻ, bán hàng và chăm sóc khách hàng, truyền thông marketing) đến các chức danh cấp cao hơn như Giám đốc marketing, Giám đốc bán hàng, Giám đốc phát triển kênh phân phối, Giám đốc truyền thông, Giám đốc thương hiệu.

+ Các công ty chuyên cung ứng dịch vụ Marketing (Agency) như công ty tư vấn Marketing; công ty Nghiên cứu và phân tích thị trường, khách hàng (Nielsen, FTA...); công ty chuyên về quảng cáo, truyền thông (như Ogilvy & Mather (Mỹ), JW Thomson (Mỹ), Saatchi & Saatchi (Anh), Dentsu (Nhật), Cowan (Úc).

Ngoài ra, những sinh viên theo học chuyên ngành Marketing cũng được trang bị những kiến thức cần thiết để có thể tự khởi nghiệp cũng như theo học các bậc học cao hơn về lĩnh vực Marketing ở các trường trong và ngoài nước.

Với những vị trí công việc chuyên sâu trong lĩnh vực:

+ Lĩnh vực quản trị thương hiệu và sản phẩm (Brand Management): làm việc và phụ trách các hoạt động quản trị thương hiệu, sản phẩm (Brand Manager, Product Manager, Product Development Manager, v.v.)

+ Lĩnh vực nghiên cứu thị trường (Market Research): Đảm nhận các hoạt động nghiên cứu và phân tích thị trường trong các doanh nghiệp chuyên về nghiên cứu thị trường và bộ phận nghiên cứu thị trường của các đơn vị (Market Research Director, Market Research Manager, Market Research Supervisor, Market Analyst, v.v.)

+ Lĩnh vực quảng cáo (Advertising): Đảm nhận các hoạt động quảng cáo cho các tổ chức, công ty. (Advertising Manager, Advertising Sales Director, Account Executive, Account Coordinator, Media Director, Media Coordinator, Media Buyer...)

+ Lĩnh vực quản trị chiêu thị và tổ chức sự kiện (Promotion & Event Management): Hoạt động trong các cơ quan và doanh nghiệp, phụ trách các hoạt động thiết kế và quản trị các chương trình truyền thông marketing và tổ chức sự kiện.

+ Lĩnh vực quan hệ công chúng (Public Relations): Hoạt động trong các cơ quan và doanh nghiệp, phụ trách các hoạt động về quản trị công chúng, truyền thông tổ chức (Public Relations Specialist, Public Relations Director, Corporate Communications Manager)

+ Lĩnh vực phân phối và cung ứng sản phẩm, dịch vụ (Marketing Channels): Hoạt động trong các cơ quan và doanh nghiệp, đảm nhận các công việc quản trị kênh phân phối, phụ trách các hoạt động cung ứng, phân phối và marketing tại điểm bán.



+ Lĩnh vực bán hàng và marketing online (Sales & marketing online): làm việc và phụ trách các hoạt động quản trị lực lượng bán, thiết kế bán hàng trực tiếp, marketing online cho doanh nghiệp, tổ chức

+ Lĩnh vực dịch vụ khách hàng và chăm sóc khách hàng (Customer services): Hoạt động trong các đơn vị và phụ trách các hoạt động thiết kế và cung ứng và dịch vụ khách hàng, chăm sóc khách hàng.