



ĐẠI HỌC ĐÀ NẴNG  
TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ



CHƯƠNG TRÌNH  
ĐÀO TẠO  
NGÀNH  
KINH DOANH  
THƯƠNG MẠI

2022 - 2023

**ĐẠI HỌC ĐÀ NẴNG**  
**TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ**

\*\*\*\*\*

**CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO**  
**NGÀNH KINH DOANH THƯƠNG MẠI**

**2022-2023**

**ĐÀ NẴNG, 2022**

## MỤC LỤC

<b>Phần 1: KHÁI QUÁT VỀ CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO</b>	<b>1</b>
<b>1.1. Giới thiệu về chương trình đào tạo</b>	<b>1</b>
<b>1.2. Thông tin chung về chương trình đào tạo</b>	<b>1</b>
<b>1.3. Triết lý giáo dục của Trường Đại học Kinh tế</b>	<b>2</b>
<b>1.4. Sứ mệnh và viễn cảnh của Trường Đại học Kinh tế</b>	<b>2</b>
<b>Phần 2: NỘI DUNG CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO</b>	<b>4</b>
<b>2.1. Căn cứ của chương trình đào tạo</b>	<b>4</b>
<b>2.2. Mục tiêu đào tạo</b>	<b>5</b>
<b>2.3. Chuẩn đầu ra</b>	<b>5</b>
<b>2.4. Cơ hội nghề nghiệp</b>	<b>6</b>
<b>2.5. Đối tượng tuyển sinh, quá trình đào tạo và điều kiện tốt nghiệp</b>	<b>7</b>
2.5.1. Đối tượng tuyển sinh:	7
2.5.2. Quá trình đào tạo	7
2.5.3. Điều kiện tốt nghiệp	8
<b>2.6. Cách tính điểm: Theo quy chế đào tạo tín chỉ hiện hành.</b>	<b>8</b>
<b>2.7. Phương pháp dạy và học</b>	<b>8</b>
2.7.1. Chiến lược giảng dạy trực tiếp	8
2.7.2. Chiến lược kỹ năng suy nghĩ	9
2.7.3. Chiến lược dựa trên hoạt động	10
2.7.4. Chiến lược hợp tác	10
2.7.5. Chiến lược học tập độc lập	11
<b>2.8. Phương pháp đánh giá</b>	<b>12</b>
<b>2.9. Khung chương trình đào tạo</b>	<b>15</b>
2.9.1. Cấu trúc chương trình	15
2.9.2. Các học phần	16
<b>2.10. Hoạt động ngoại khoá</b>	<b>19</b>
2.10.1. Hoạt động ngoại khóa liên quan tới học phần	19
2.10.2. Các hoạt động ngoại khóa khác	19
<b>2.11. Ma trận mối quan hệ giữa chuẩn đầu ra chương trình đào tạo (PLO) và các học phần</b>	<b>20</b>
<b>2.12. Lộ trình đào tạo</b>	<b>23</b>
<b>2.13. Đối sánh với một số chương trình đào tạo trong và ngoài nước</b>	<b>23</b>

<b>2.14. Hướng dẫn thực hiện chương trình</b>	<b>26</b>
<b>Phần 3: MÔ TẢ TÓM TẮT CÁC HỌC PHẦN</b>	<b>27</b>

## **Phần 1: KHÁI QUÁT VỀ CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO**

### **1.1. Giới thiệu về chương trình đào tạo**

Chương trình đại học ngành Kinh doanh Thương mại được thành lập năm 1994 với mục đích trang bị cho người học kiến thức và kỹ năng để hiểu và tham gia vào thế giới kinh doanh hiện đại.

Chương trình này được áp dụng bằng hệ thống đào tạo tín chỉ với 134 tín chỉ bao gồm các khối kiến thức đại cương, khối kiến thức khối ngành kinh doanh và khối kiến thức ngành và chuyên ngành (Kinh doanh thương mại). Chương trình giảng dạy được thiết kế theo một lộ trình linh hoạt cho phép sinh viên tự lên kế hoạch học tập và hoàn thành chương trình từ 3 đến 6 năm.

Bằng Cử nhân về Kinh doanh Thương mại tạo ra một nền tảng vững chắc để sinh viên có thể kinh doanh trong môi trường hiện đại và hội nhập quốc tế và chuyên về quản trị kinh doanh thương mại; chất lượng tốt, ý thức tuân thủ đạo đức nghề nghiệp; có kỹ năng về tin học, ngoại ngữ, giao tiếp kinh doanh để thích ứng với sự thay đổi nhanh chóng của môi trường kinh doanh và khả năng cần thiết cho mục tiêu học tập suốt đời. Chương trình đào tạo Quản trị kinh doanh thương mại năm nay có sự rà soát, điều chỉnh phù hợp với xu hướng mới và theo chiến lược chuyển đổi số của Trường Đại học Kinh tế, Đại học Đà Nẵng, giúp sinh viên thích ứng toàn diện và nhanh chóng với môi trường làm việc sau khi tốt nghiệp.

Hiện nay, hầu hết đội ngũ giảng viên của khoa Thương mại điện tử được đào tạo từ nhiều trường, đại học danh tiếng trên thế giới như Canada, Pháp, Anh, Úc, Hàn Quốc, Singapo và Đài Loan, trong đó có trên 25% giảng viên là có trình độ Tiến sĩ trở lên. Trải qua hơn 25 năm qua, chương trình Quản trị kinh doanh thương mại đã cung cấp cho xã hội hơn 2000 cử nhân ngành kinh doanh thương mại. Lực lượng lao động này tỏa ra khắp mọi miền đất nước, đảm nhiệm các vị trí khác nhau từ chuyên viên đến cấp quản lý trong các doanh nghiệp cũng như tiếp tục học tập và nghiên cứu trong lĩnh vực thương mại, marketing, quản trị kinh doanh.

Chúng tôi tự hào về kết quả nổi bật trong các hoạt động học tập và ngoại khóa của sinh viên. Sinh viên với kỹ năng ngoại ngữ và chuyên môn tốt, năng động trong các hoạt động ngoại khóa đa dạng. Sinh viên Khoa Thương Mại Điện Tử có cơ hội học tập sau đại học tại các quốc gia phát triển như Anh, Đức, Pháp ....

### **1.2. Thông tin chung về chương trình đào tạo**

<b>Ngành:</b>	<b>Kinh doanh thương mại (Commerce)</b>
<b>Mã ngành:</b>	<b>52340121</b>

<b>Chuyên ngành:</b>	<b>Quản trị kinh doanh thương mại (Commerce Management)</b>
<b>Mã chuyên ngành:</b>	<b>5234012101</b>
<b>Trình độ đào tạo:</b>	<b>Đại học</b>
<b>Bằng cấp:</b>	<b>Cử nhân</b>
<b>Loại hình đào tạo:</b>	<b>Chính quy</b>
<b>Thời gian đào tạo:</b>	<b>4 năm</b>
<b>Số tín chỉ:</b>	<b>134 tín chỉ (không kể các học phần Giáo dục thể chất và Giáo dục Quốc phòng)</b>

### **1.3. Triết lý giáo dục của Trường Đại học Kinh tế**

Chúng tôi tin tưởng rằng giáo dục đại học đóng vai trò then chốt trong “kiến tạo xã hội tương lai”. Chúng tôi theo đuổi tư tưởng giáo dục khai phóng, với tính nhân bản, tinh thần khoa học và sự chủ động học tập suốt đời của mỗi cá nhân, vì mục tiêu xây dựng một xã hội thịnh vượng và tiến bộ.

Ba trụ cột trong quan điểm giáo dục của chúng tôi là:

#### **"Khai phóng - Tự thân - Hữu ích"**

**Giáo dục khai phóng:** Chúng tôi tin tưởng rằng, sứ mệnh của giáo dục là khám phá và thúc đẩy các tiềm năng to lớn của con người trong tiến trình xây dựng một xã hội tốt đẹp hơn. Giáo dục đại học đóng vai trò tổ chức, tạo lập điều kiện và thúc đẩy mỗi cá nhân tự khai mở các năng lực riêng biệt trong việc theo đuổi các giá trị sống tốt đẹp của chính mình, thúc đẩy tiến bộ xã hội.

**Sự tự thân:** Chúng tôi quan niệm rằng, hoạt động cốt lõi trong giáo dục đại học là sự tự rèn luyện của mỗi cá nhân. Phương châm giáo dục của chúng tôi là thúc đẩy mọi người không ngừng tự đào tạo, tự hoàn thiện và tự khẳng định mình.

**Tính hữu ích:** Chúng tôi xác định rằng, sự tích lũy tri thức và sáng tạo từ giáo dục đại học phải có giá trị thực tiễn và phục vụ cho tiến bộ xã hội. Chúng tôi đề cao tính hữu dụng và đạo đức trong nghiên cứu, đào tạo và hợp tác phát triển của mình

### **1.4. Sứ mệnh và viễn cảnh của Trường Đại học Kinh tế**

#### **Viễn cảnh**

Khát vọng của chúng tôi là trở thành đại học nghiên cứu hàng đầu Việt Nam, đóng góp tích cực vào sự thịnh vượng của cộng đồng ASEAN và tri thức nhân loại.

#### **Sứ mệnh**

Là một trường đại học định hướng nghiên cứu, chúng tôi tạo dựng môi trường học thuật tiên tiến nhằm thúc đẩy khám phá, ứng dụng, chuyển giao tri thức khoa học kinh tế và quản lý; đảm bảo nền tảng thành công và năng lực học tập suốt đời cho người học; nuôi dưỡng và phát triển tài năng; giải quyết các thách thức kinh tế - xã hội phục vụ sự phát triển thịnh vượng của cộng đồng.

**Hệ thống giá trị**

- Chính trực
- Sáng tạo
- Hợp tác
- Cảm thông
- Tôn trọng cá nhân

## **Phần 2: NỘI DUNG CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO**

### **2.1. Căn cứ của chương trình đào tạo**

#### **2.1.1 Căn cứ pháp lý**

- Quyết định 1982/QĐ-TTg ngày 18 tháng 10 năm 2016 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Khung trình độ quốc gia Việt Nam;

- Thông tư số 08/2021/TT-BGDĐT ngày 18 tháng 03 năm 2021 của Bộ Giáo dục và Đào tạo ban hành Quy chế đào tạo trình độ đại học;

- Thông tư 17/2021/TT-BGDĐT ngày 22/6/2021 Quy định về chuẩn chương trình đào tạo; xây dựng, thẩm định và ban hành chương trình đào tạo các trình độ của giáo dục đại học của Bộ Giáo dục và Đào tạo;

- Thông tư số 07/2015/TT-BGDĐT ngày 16 tháng 4 năm 2015 của Bộ trưởng Bộ Giáo dục và Đào tạo về việc Quy định về khối lượng kiến thức tối thiểu, yêu cầu về năng lực mà người học đạt được sau khi tốt nghiệp đối với mỗi trình độ đào tạo của giáo dục Đại học và quy trình xây dựng, thẩm định, ban hành chương trình đào tạo trình độ Đại học, Thạc sĩ, Tiến sĩ;

- Quyết định số 706/QĐ-ĐHKT ngày 31 tháng 12 năm 2014 của Hiệu trưởng Trường Đại học Kinh tế về việc Ban hành quy trình xây dựng, cập nhật, đánh giá chuẩn đầu ra của chương trình đào tạo.

- Quyết định số 705/QĐ-ĐHKT ngày 31 tháng 12 năm 2014 của Hiệu trưởng Trường Đại học Kinh tế về việc Ban hành quy trình xây dựng, cập nhật, đánh giá chương trình đào tạo.

#### **2.1.2. Căn cứ thực tiễn**

- Nhu cầu về nhân lực của chuyên ngành Quản trị kinh doanh thương mại: Trong bối cảnh hội nhập và tốc độ phát triển của nền kinh tế Việt Nam như hiện nay, nhu cầu tuyển dụng các chức danh nghề nghiệp liên quan đến kinh doanh thương mại trong các doanh nghiệp ở mức cao, đa dạng, triển vọng nghề nghiệp cao, và giữ vai trò quan trọng trong mô hình kinh tế hiện nay. Với sự phát triển không ngừng của nền kinh tế, các doanh nghiệp ngày càng nhận thức rõ tầm quan trọng của hoạt động thương mại (mua, bán, dự trữ, hậu cần, trong đó đặc biệt chú trọng vào hoạt động bán hàng và quản trị khách hàng) trong môi trường kinh doanh quốc tế hội nhập và môi trường kinh doanh hiện đại, số hoá mạnh mẽ. Việc này đòi hỏi cần có đội ngũ nhân lực có khả năng nhận diện, giải quyết vấn đề và thực hiện được các nghiệp vụ kinh doanh trong doanh nghiệp như: đàm phán mua bán hàng, cung ứng dịch vụ khách hàng, xúc tiến bán, quản lý kho, tổ chức phân phối hàng hoá vật chất, kinh doanh theo chuỗi,



quản trị bán lẻ, kinh doanh xuất nhập khẩu, giúp nâng cao hiệu quả của hoạt của doanh nghiệp, cũng như các tổ chức kinh tế - xã hội.

- Chương trình đào tạo đã được rà soát và chỉnh sửa bổ sung trên cơ sở ý kiến phản hồi của các bên liên quan, bao gồm đại diện giảng viên, đại diện các đơn vị sử dụng lao động và hiệp hội nghề nghiệp, các chuyên gia trong lĩnh vực chuyên môn, người đã tốt nghiệp chương trình đào tạo đang làm việc đúng chuyên môn.

## 2.2. Mục tiêu đào tạo

Mục tiêu chung của chương trình là đào tạo và cung ứng các chuyên viên kinh doanh thương mại và sau đó là các nhà quản trị trong lĩnh vực thương mại, thích ứng với môi trường kinh doanh hiện đại, số hoá mạnh mẽ và hội nhập quốc tế. Cụ thể, sau 3-5 năm tốt nghiệp, sinh viên tốt nghiệp ngành Kinh doanh thương mại có thể:

- Trở thành các chuyên viên kinh doanh thương mại, hoặc nhà quản trị kinh doanh thương mại, thích ứng với môi trường kinh doanh hiện đại số hoá và hội nhập quốc tế mạnh mẽ. (PO1)

- Phát triển các kỹ năng nhận thức, bao gồm kỹ năng giao tiếp, kỹ năng công nghệ thông tin và năng lực ngoại ngữ để học tập suốt đời và tham gia vào xã hội và nơi làm việc. (PO2).

- Tuân thủ đạo đức nghề nghiệp. (PO3)

## 2.3. Chuẩn đầu ra

Sinh viên sau khi hoàn thành chương trình đào tạo Kinh doanh thương mại có khả năng:

TT	Mã CDR	Nội dung chuẩn đầu ra
1	PLO 1	Áp dụng được kiến thức nền tảng về kinh tế, quản lý và pháp luật trong kinh doanh thương mại
2	PLO 2	Tổ chức được các hoạt động thu mua, lưu trữ và phân phối hàng hóa trong kinh doanh thương mại
3	PLO 3	Lựa chọn được các giải pháp về quản trị lực lượng bán hàng trong kinh doanh thương mại
4	PLO 4	Thực hiện được các hoạt động quản trị quan hệ khách hàng trong kinh doanh thương mại
5	PLO 5	Thực hiện cải tiến đột phá trong kinh doanh thương mại
6	PLO 6	Giao tiếp trong kinh doanh hiệu quả với các kỹ năng như: soạn thảo văn bản, thuyết trình và làm việc nhóm

7	PLO 7	Sử dụng tiếng Anh ở mức trung bình
8	PLO 8	Sử dụng công nghệ thông tin ở trình độ cao
9	PLO 9	Tuân thủ pháp luật và các quy định, trách nhiệm xã hội, đạo đức nghề nghiệp và tôn trọng văn hóa kinh doanh

Chuẩn đầu ra và PI của chương trình đào tạo

PLO	Nội dung PLO	PI	Nội dung PI
PLO1	<b>Áp dụng</b> được kiến thức nền tảng về kinh tế, quản lý và pháp luật trong kinh doanh thương mại	PI1.1	Áp dụng được kiến thức nền tảng về kinh tế trong kinh doanh thương mại
		PI1.2	Áp dụng được kiến thức nền tảng về quản lý trong kinh doanh thương mại
		PI1.3	Áp dụng được kiến thức nền tảng về pháp luật trong kinh doanh thương mại
PLO2	<b>Tổ chức</b> được các hoạt động thu mua, lưu trữ và phân phối hàng hóa trong kinh doanh thương mại	PI2.1	Tổ chức được hoạt động thu mua hàng hoá trong kinh doanh thương mại
		PI2.2	Tổ chức được hoạt động lưu trữ hàng hoá trong kinh doanh thương mại
		PI2.3	Tổ chức được hoạt động phân phối hàng hoá trong kinh doanh thương mại
PLO3	<b>Lựa chọn</b> được các giải pháp về quản trị lực lượng bán hàng trong kinh doanh thương mại	PI3.1	Lập được kế hoạch bán hàng trong kinh doanh thương mại
		PI3.2	Lựa chọn các giải pháp về quản trị lực lượng bán hàng trong kinh doanh thương mại
PLO4	<b>Thực hiện</b> được các hoạt động quản trị quan hệ khách hàng trong kinh doanh thương mại	PI4.1	Thực hiện được các hoạt động quản trị quan hệ khách hàng trong kinh doanh thương mại
PLO5	<b>Thực hiện</b> cải tiến đột phá trong kinh doanh thương mại	PI5.1	Vận hành được các hoạt động Marketing điện tử trong kinh doanh thương mại
		PI5.2	Vận hành được các hoạt động kinh doanh trên các nền tảng thương mại điện tử trong bối cảnh chuyển đổi số
		PI5.3	Thực hiện cải tiến đột phá trong bối cảnh bán lẻ
PLO6	<b>Giao tiếp</b> trong kinh doanh hiệu quả với các kỹ năng như: soạn thảo văn bản, thuyết trình và làm việc nhóm	PI6.1	Soạn thảo văn bản và báo cáo theo yêu cầu đặt ra
		PI6.2	Thuyết trình được vấn đề cho người khác
		PI6.3	Phối hợp hiệu quả trong làm việc nhóm
PLO7	<b>Sử dụng</b> tiếng Anh ở mức trung bình	PI7.1	Đọc, hiểu và giao tiếp được bằng tiếng Anh

PLO	Nội dung PLO	PI	Nội dung PI
PLO8	<b>Sử dụng</b> công nghệ thông tin ở trình độ cao	PI8.1	Sử dụng IT ở trình độ cao
PLO9	<b>Tuân thủ</b> pháp luật và các quy định, trách nhiệm xã hội, đạo đức nghề nghiệp và tôn trọng văn hóa kinh doanh	PI9.1	Tham gia các công việc cộng đồng
		PI9.2	Tôn trọng cá nhân và văn hóa của tổ chức, tuân thủ các quy định của pháp luật.

## 2.4. Cơ hội nghề nghiệp

Sinh viên tốt nghiệp ngành Kinh doanh thương mại (KDTM) có thể làm việc tại các tổ chức thương mại, các doanh nghiệp dịch vụ thương mại, tại bộ phận phụ trách thương mại trong các tổ chức, các tập đoàn đa quốc gia, các công ty trong nước, trong tổ chức chính phủ và phi chính phủ, các cơ quan quản lý nhà nước với các vị trí khác nhau như:

- Chuyên viên, quản trị viên tổ chức kinh doanh thương mại ở các doanh nghiệp, tại bộ phận sales và xúc tiến dịch vụ khách hàng, xuất nhập khẩu, mua bán hàng, tại các doanh nghiệp thương mại, các công ty xuất nhập khẩu, các văn phòng đại diện, các công ty đa quốc gia, công ty liên doanh, các đơn vị dịch vụ, hàng không, bảo hiểm, ngân hàng, các đơn vị kinh doanh thương mại hàng tiêu dùng, hàng công nghiệp, các siêu thị... Có thể kể tên các chức danh cụ thể như: nhân viên kinh doanh, chuyên viên kinh doanh, nhân viên chăm sóc khách hàng, chuyên viên sales và xúc tiến dịch vụ khách hàng, chuyên viên phụ trách xuất nhập khẩu, chuyên viên quản lý mua bán hàng,...

- Chuyên viên, quản trị viên trong các cơ quan, tổ chức quản lý nhà nước và tổ chức nghiên cứu phát triển thương mại và thương mại quốc tế như tại sở công thương, sở kế hoạch đầu tư, tại đại diện thương mại,...

- Trưởng cửa hàng bán lẻ, Trưởng ngành hàng, Giám đốc bán hàng vùng/khu vực, Giám đốc điều hành chi nhánh/khu vực, Giám đốc kinh doanh hay giám đốc khách hàng (CCO), Giám đốc/Tổng giám đốc doanh nghiệp, tổ chức/tập đoàn.

- Nghiên cứu viên, giảng viên trong các tổ chức nghiên cứu và đào tạo

- Tự thành lập làm chủ doanh nghiệp và điều hành công ty

### **Cơ hội phát triển của cử nhân ngành Kinh doanh Thương mại:**

- Phát triển, thăng tiến lên các chức danh quản lý cao hơn tại các doanh nghiệp, tổ chức như:

- Trưởng một đơn vị trực thuộc: trưởng cửa hàng bán lẻ, trưởng chi nhánh, đại diện khu vực

- Trưởng phòng kinh doanh, giám đốc khách hàng (Giám đốc kinh doanh-CCO), giám đốc doanh nghiệp, tổng giám đốc công ty/ tập đoàn

- Chủ doanh nghiệp.

- Theo đuổi các ý tưởng kinh doanh và trở thành các nhà khởi nghiệp trong lĩnh vực kinh doanh, thương mại trong môi trường kinh doanh hiện đại, năng động và hội nhập quốc tế.

- Trở thành các lãnh đạo chủ chốt các lĩnh vực thương mại ở các công ty đa quốc gia, công ty liên doanh, các đơn vị kinh doanh thương mại hàng tiêu dùng, hàng công nghiệp, các siêu thị,...

- Trở thành các chuyên gia tư vấn giải pháp, tư vấn chiến lược tích hợp và phát triển hệ thống thương mại cho các doanh nghiệp và tổ chức

Cơ hội học tập nâng cao và khả năng học sau đại học

- Theo học các chương trình đại học khác để nhận bằng đại học thứ hai, đặc biệt là ở các ngành thuộc khối ngành kinh tế, quản lý và kinh doanh.

- Tiếp tục học tập ở bậc cao hơn (thạc sĩ, tiến sĩ) trong lĩnh vực kinh tế, quản lý và kinh doanh nói chung và trong lĩnh vực Kinh doanh thương mại, Marketing, Thương mại quốc tế, Quản trị kinh doanh nói riêng.

## **2.5. Đối tượng tuyển sinh, quá trình đào tạo và điều kiện tốt nghiệp**

### **2.5.1. Đối tượng tuyển sinh:**

Theo Quy chế tuyển sinh đại học của Bộ Giáo dục & Đào tạo và Đề án tuyển sinh đại học chính quy của Trường Đại học Kinh tế.

### **2.5.2. Quá trình đào tạo**

Quá trình đào tạo tuân thủ các quy định của Bộ Giáo dục và Đào tạo, Đại học Đà Nẵng và Trường Đại học Kinh tế. Chương trình giảng dạy được xây dựng trên hệ thống đơn vị tín chỉ cho phép sinh viên linh hoạt trong kế hoạch học tập cá nhân. Thiết kế chương trình là 4 năm, tùy theo khả năng và điều kiện học tập, sinh viên có thể rút ngắn còn 3 năm hoặc kéo dài thời gian học tối đa lên đến 6 năm.

Chương trình đào tạo gồm 134 tín chỉ (không bao gồm các tín chỉ của học phần giáo dục thể chất và giáo dục quốc phòng. Mỗi năm học có hai học kỳ chính (bắt đầu từ giữa tháng 8 đến cuối tháng 6) và một học kỳ hè (bắt đầu từ đầu tháng 7 đến giữa tháng 8). Theo lộ trình đào tạo, sinh viên sẽ học các học phần thuộc khối kiến thức đại cương (46 tín chỉ) trong 3 kì học đầu tiên; các học phần thuộc khối kiến thức khối

ngành (30 tín chỉ) trong năm học thứ 2, đầu năm thứ 3; cuối cùng, các học phần thuộc khối kiến thức ngành, chuyên ngành sẽ được học vào cuối năm thứ 2 trở đi. Sau đó, sinh viên sẽ đi thực tập kì học cuối cùng của chương trình và lựa chọn 1 trong 2 hình thức: Báo cáo thực tập tốt nghiệp và học bổ sung ít nhất 6 tín chỉ được chọn từ các học phần tự chọn hoặc Báo cáo khóa luận tốt nghiệp (với điều kiện sinh viên phải học học phần “Phương pháp nghiên cứu khoa học”, có điểm trung bình chung tích lũy lớn hơn mức quy định của Trường và được Khoa chuyên ngành đồng ý cho làm khóa luận tốt nghiệp).

### **2.5.3. Điều kiện tốt nghiệp**

Sinh viên được Nhà trường xét và công nhận tốt nghiệp khi có đủ các điều kiện sau:

- Cho đến thời điểm xét tốt nghiệp không bị truy cứu trách nhiệm hình sự hoặc không đang trong thời gian bị kỉ luật ở mức đình chỉ học tập.

- Tích lũy đủ số học phần và khối lượng chương trình đào tạo.

- Điểm trung bình chung tích lũy của toàn khoá học đạt từ 2.00 trở lên.

- Thoả mãn một số yêu cầu về kết quả học tập đối với nhóm học phần thuộc ngành đào tạo chính và các điều kiện khác do hiệu trưởng qui định.

- Có chứng chỉ giáo dục quốc phòng - an ninh và hoàn thành học phần giáo dục thể chất.

- Có chứng chỉ ngoại ngữ (TOIEC 450 hoặc tương đương).

- Có chứng chỉ tin học (Tin học nâng cao hoặc tương đương).

- Có đơn gửi Phòng đào tạo đề nghị được xét tốt nghiệp trong trường hợp đủ điều kiện tốt nghiệp sớm hoặc muộn so với thời gian thiết kế của khoá học.

Điều kiện tốt nghiệp có thể được cập nhật theo Quy chế đào tạo hiện hành.

## **2.6. Cách tính điểm: Theo quy chế đào tạo tín chỉ hiện hành.**

## **2.7. Phương pháp dạy và học**

### **2.7.1. Chiến lược giảng dạy trực tiếp**

Đối với chiến lược giảng dạy trực tiếp, thông tin được truyền đạt đến sinh viên theo cách trực tiếp: giáo viên giảng bài và sinh viên lắng nghe. Chiến lược này thường được áp dụng trong các lớp học truyền thống và đặc biệt hiệu quả khi giảng viên muốn truyền đạt cho sinh viên những kiến thức cơ bản hoặc giải thích một kĩ năng mới.

Chiến lược giảng dạy trực tiếp được áp dụng đối với chương trình Kinh doanh thương mại bao gồm: giảng dạy tiềm ẩn, bài giảng và diễn giả (được mời).

- *Giải thích cụ thể - Explicit Teaching (TLM1)*: với phương pháp này, giảng viên sẽ hướng dẫn và giải thích các khía cạnh của nội dung bài học, giúp sinh viên đạt được các kiến thức và kỹ năng.

- *Thuyết giảng- Lecture (TLM2)*: Giảng viên trình bày và giải thích nội dung bài giảng. Người dạy sẽ trình bày các chi tiết của bài giảng và sinh viên có trách nhiệm nghe và ghi lại các điều cần thiết để đạt được kiến thức.

- *Tham luận - Guest lecture (TLM3)*: Với phương pháp này, sinh viên được tham gia cùng với người trình bày, diễn giả không phải là giảng viên. Họ là các chuyên gia có nhiều kinh nghiệm trong lĩnh vực kinh tế và kinh doanh đến từ các tổ chức thương mại, các doanh nghiệp dịch vụ thương mại, các bộ phận phụ trách thương mại trong các tổ chức, các tập đoàn đa quốc gia, các công ty trong nước, các tổ chức chính phủ và phi chính phủ, các cơ quan quản lý nhà nước, hoặc các nghiên cứu viên kinh nghiệm tại các cơ sở giáo dục đại học, cao đẳng và các cơ sở nghiên cứu. Phương pháp này được sử dụng cho một nhóm các học phần của chuyên ngành và được thực hiện gắn với hoạt động ngoại khóa của chương trình đào tạo.

### **2.7.2. Chiến lược kỹ năng suy nghĩ**

Chiến lược kỹ năng suy nghĩ phát triển tư duy phê phán, kỹ năng đặt câu hỏi, kỹ năng phân tích và thực hành kỹ năng phản xạ trong phương pháp học tập của sinh viên. Những chiến lược này được thiết kế để thúc đẩy tư duy và học tập sáng tạo, độc lập; bao gồm: giải quyết vấn đề, động não và nghiên cứu trường hợp cụ thể.

- *Giải quyết vấn đề - Problem Solving (TLM4)*: Trong quá trình học, sinh viên phải dùng tư duy sâu và logic để nhìn nhận và giải quyết các vướng mắc giữa tình hình hiện tại và mục tiêu mong muốn, qua đó, học được các kiến thức mới trong khi đối mặt và giải quyết vấn đề.

- *Tập kích não - Brainstorming (TLM5)*: Trong quá trình làm việc nhóm, sinh viên được yêu cầu sử dụng phương pháp này để tạo ra các câu hỏi, ý tưởng và ví dụ; được dùng để minh họa, mở rộng và đào sâu vào ý tưởng chính hoặc chủ đề. Mỗi thành viên của nhóm được khuyến khích đóng góp ý kiến mà không cần quan tâm tới tính khả thi. Phương pháp này tạo nên sự linh hoạt suy nghĩ của sinh viên và giúp tăng khả năng tìm kiếm và mở rộng vấn đề. Nó được dùng trong các học phần nhằm phát triển cách suy nghĩ sáng tạo, tìm kiếm ý tưởng và phương pháp giải quyết vấn đề.

- *Học theo tình huống- Case Study (TLM6)*: Đây là một phương pháp dạy lấy tâm điểm là sinh viên, giúp sinh viên tạo ra lối tư duy sâu để trao đổi với giảng viên, sinh viên khác. Với phương pháp này, giảng viên sẽ đưa ra các nhiệm vụ và các mốc thời gian tùy theo từng tình huống, vấn đề và thách thức gặp phải. Việc yêu cầu sinh

viên xác định và phân tích vấn đề sẽ giúp sinh viên hình thành kỹ năng giải quyết vấn đề, kỹ năng ra quyết định và kỹ năng học tập.

### **2.7.3. Chiến lược dựa trên hoạt động**

Chiến lược này khuyến khích sinh viên học tập thông qua các hoạt động thực tế. Những hoạt động này cũng cấp cho sinh viên cơ hội trải nghiệm thực tế, điều này sẽ thúc đẩy người học thực hiện các khám phá, đưa ra quyết định, giải quyết vấn đề và tự mình tương tác với người khác.

- *Đóng vai - Role play (TLM7)*: Phương pháp mà sinh viên giả định các vai diễn khác nhau trong một tình huống và tương tác (diễn) với người khác.

- *Trò chơi - Game (TLM8)*: Các trò chơi được xem như là hoạt động tương tác, có thể tạo ra sự hỗ trợ qua lại giữa giảng viên – sinh viên hoặc các thành viên trong lớp, giúp hệ thống hóa kiến thức đồng thời tăng cường sự tự tin của sinh viên. Trò chơi có thể được giảng viên đưa ra để mở đầu hoặc kết thúc bài học. Trò chơi cũng có thể được nhóm sinh viên đưa ra từ sự khuyến khích của giảng viên trong quá trình làm việc nhóm để mở đầu hoặc kết thúc bài thuyết trình của nhóm.

- *Đi thực tế - Field Trip (TLM9)*: Sinh viên được tham quan, khảo sát tại một số các doanh nghiệp dịch vụ thương mại, tại bộ phận phụ trách thương mại trong các tổ chức, các tập đoàn đa quốc gia, các công ty trong nước, trong tổ chức chính phủ và phi chính phủ, các cơ quan quản lý nhà nước... để trải nghiệm môi trường làm việc thực tế của chuyên ngành quản trị kinh doanh thương mại, cung cấp các cơ hội khám phá và học hỏi chuyên môn trong công việc, xây dựng các kỹ năng nơi làm việc, dần hoàn thiện các kỹ năng cần thiết cho quá trình làm việc về sau. Phương pháp này được sử dụng cho một nhóm các học phần của chuyên ngành và được thực hiện gắn với hoạt động ngoại khóa của chương trình đào tạo.

- *Tranh luận - Debates (TLM10)*: Đây là chiến lược mà giảng viên đưa ra một vấn đề liên quan tới bài học và sinh viên, với những ý kiến khác nhau, cố thuyết phục người khác đồng ý với quan điểm của mình. Qua tranh luận, sinh viên đạt được những kỹ năng hữu ích như tư duy sâu, đàm phán, ra quyết định, và nói trước đám đông.

### **2.7.4. Chiến lược hợp tác**

Chiến lược hợp tác giúp sinh viên trở nên năng động, có trách nhiệm và chu đáo, nhờ vào sự tương tác tích cực và hợp tác trong nhóm. Bên cạnh đó, sinh viên có thể thực hành các kỹ năng lắng nghe, tôn trọng và xem xét các mặt của một vấn đề. Chiến lược này tập trung vào các làm cho sinh viên tương tác với nhau và sau đó áp dụng các kỹ năng này vào thực tế.

- *Thảo luận – Discussion (TLM11)*: Một chiến lược mà sinh viên được chia thành các nhóm và đưa ý kiến về vấn đề giảng viên đã đưa ra từ trước. Chiến lược này giúp cho sinh viên phân tích các định nghĩa, ý tưởng, dữ liệu về chủ đề và bàn luận với thầy/cô, qua đó có thể liên kết các ý tưởng và làm rõ vấn đề.

- *Học nhóm - Teamwork Learning (TLM12)*: Sinh viên được chia thành những nhóm nhỏ để giải quyết vấn đề được cho, và trình bày kết quả bằng báo cáo hoặc thuyết trình. Trong chương trình học, sinh viên được cung cấp kiến thức căn bản và kỹ năng làm việc nhóm từ năm nhất. Tiếp đó, họ sẽ luyện tập phương pháp này trong những học phần ở các cấp độ khác nhau.

- *Câu hỏi gợi mở - Inquiry (TLM13)*: Giảng viên sử dụng các câu hỏi hoặc vấn đề mở và hướng dẫn sinh viên/nhóm sinh viên trả lời từng bước một.

### 2.7.5. Chiến lược học tập độc lập

- *Dự án nghiên cứu - Research Project (TLM14)*: Phương pháp này cho sinh viên khả năng lập kế hoạch, tổ chức, khám phá và giao tiếp về một chủ đề một cách độc lập và còn hơn cả thế, dưới sự hướng dẫn của đội ngũ trong Khoa. Nó cũng tăng cường động lực học tập và tính chủ động học tập vì sinh viên được quyền lựa chọn điều gì mà họ muốn trình bày. Khoa và DUE có thư viện với lượng sách dồi dào và cập nhật là tài nguyên hỗ trợ hữu ích cho việc tự học của sinh viên.

- *Học trực tuyến (TLM15)*: Giảng viên và sinh viên dùng các công cụ trực tuyến hỗ trợ quá trình dạy và học.

- *Bài tập - Work Assignment (TLM16)*: Sinh viên được yêu cầu phải hoàn thành các bài tập của giảng viên tại nhà. Qua quá trình này, sinh viên sẽ học được cách tự học, cũng như đạt được các kiến thức và kỹ năng.

- *Khác (TLM17)*: Các phương pháp khác.

*Bảng 2.2 Sự tương thích giữa phương pháp dạy và học và chuẩn đầu ra chương trình đào tạo*

	<b>Chuẩn đầu ra</b>	<b>Phương pháp dạy và học</b>
<b>PLO1</b>	<b>Áp dụng được kiến thức nền tảng về kinh tế, quản lý và pháp luật</b>	<b>TLM1, 2, 4, 6, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16</b>
<b>PLO2</b>	<b>Tổ chức được các hoạt động thu mua, lưu trữ và phân phối hàng hóa</b>	<b>TLM2, 6, 9, 11, 12, 13, 14, 15, 16</b>
<b>PLO3</b>	<b>Đề xuất được các giải pháp về quản trị lực lượng bán hàng</b>	<b>TLM2, 6, 9, 11, 12, 13, 14, 15, 16</b>



<b>PLO4</b>	<b>Đánh giá được các mặt hoạt động của một tổ chức bán lẻ</b>	<b>TLM2, 6, 12, 14, 15, 16</b>
<b>PLO5</b>	<b>Thực hiện được các hoạt động quản trị quan hệ khách hàng</b>	<b>TLM2, 6, 11, 12, 13, 14, 15, 16</b>
<b>PLO6</b>	<b>Giao tiếp trong kinh doanh hiệu quả với các kỹ năng như: soạn thảo văn bản, thuyết trình và làm việc nhóm</b>	<b>TLM3, 4, 5, 9, 10, 11, 14, 15</b>
<b>PLO7</b>	<b>Sử dụng ngoại ngữ để làm việc trong môi trường công nghệ toàn cầu hóa</b>	<b>TLM1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 12, 15, 16</b>
<b>PLO8</b>	<b>Sử dụng hiệu quả phần mềm, CNTT và các công cụ thống kê để giải quyết các vấn đề trong kinh doanh thương mại</b>	<b>TLM1, 2, 3, 4, 5, 6, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15</b>
<b>PLO9</b>	<b>Tuân thủ pháp luật, chuẩn mực xã hội, đạo đức, tác phong nghề nghiệp</b>	<b>TLM1, 3, 4, 6, 9, 15</b>

## 2.8. Phương pháp đánh giá

Đánh giá là quá trình ghi lại, lưu trữ và cung cấp thông tin về quá trình học tập của sinh viên. Việc đánh giá đảm bảo nguyên tắc rõ ràng, chính xác, khách quan, thường xuyên và liên tục. Các phương pháp đánh giá được nêu rõ trong chương trình đào tạo này gắn với đề cương chi tiết từng học phần cấu thành nên chương trình đào tạo. Yêu cầu và tiêu chí của từng phương pháp đánh giá của từng học phần được các giảng viên phụ trách học phần đó thiết kế chi tiết và thông báo cho sinh viên vào buổi học đầu tiên.

Sau đây là những phương pháp đánh giá được áp dụng trong chương trình đào tạo chuyên ngành Quản trị kinh doanh thương mại:

- *Đánh giá chuyên cần - Attendance Check (AM1)*

Cùng với tự học, việc có mặt thường xuyên của sinh viên và những đóng góp từ sinh viên trong suốt môn học cũng thể hiện thái độ của họ tới môn học đó.

- *Đánh giá bài tập - Work Assignment (AM2)*

Sinh viên được yêu cầu làm bài tập liên quan đến bài học trong và sau giờ lên lớp. Những bài tập này có thể được hoàn thành bởi cá nhân hoặc nhóm và được cho điểm dựa theo những tiêu chí đã thông báo từ trước.

- *Thuyết trình - Oral Presentation (AM3)*

Sinh viên được yêu cầu thực hiện một số nội dung liên quan tới hoạt động thuyết trình trong giờ học hoặc sau giờ lên lớp. Các hoạt động này được thực hiện bởi cá nhân hoặc nhóm và được đánh giá theo các tiêu chí cụ thể (rubrics).

- *Đánh giá hoạt động - Performance test (AM4)*

Sinh viên được yêu cầu thực hiện một số thao tác cụ thể, kỹ thuật theo yêu cầu về kiến thức và kỹ năng của môn học.

- *Nhật kí thực tập - Journal and blogs (AM5)*

Sinh viên viết nhật kí thực tập trong suốt quá trình thực hành để phản ánh hiệu suất và kinh nghiệm trong trải nghiệm học tập. Đây là phương pháp chính để đánh giá sinh viên trong khoá thực tập.

- *Thi viết tự luận - Essay (AM6)*

Theo phương pháp đánh giá này, sinh viên được yêu cầu trả lời một số câu hỏi, bài tập hoặc ý kiến cá nhân về các câu hỏi liên quan đến các yêu cầu tiêu chuẩn của khoá học.

- *Kiểm tra trắc nghiệm - Multiple choice exam (AM7)*

Phương pháp đánh giá này tương tự như phương pháp kiểm tra viết, tuy nhiên điểm khác biệt là sinh viên được yêu cầu trả lời các câu hỏi dựa trên đáp án được thiết kế sẵn.

- *Bảo vệ và thi vấn đáp - Oral Exam (AM8)*

Sinh viên được đánh giá thông qua các cuộc phỏng vấn, câu hỏi và câu trả lời trực tiếp. Phương pháp này được sử dụng trong một số học phần để đánh giá năng lực tổng thể của sinh viên bao gồm kiến thức và kỹ năng thuyết trình. Tất cả các học phần áp dụng kiểm tra vấn đáp đều có tiêu chuẩn đánh giá (rubrics) và được công bố.

- *Viết báo cáo - Written Report (AM9)*

Sinh viên được đánh giá thông qua các báo cáo, bao gồm nội dung được trình bày trong báo cáo, cách trình bày, hình vẽ/ hình ảnh trong báo cáo.

- *Thuyết trình cá nhân - Oral Presentation (AM10)*

Phương pháp đánh giá này rất giống với phương pháp thuyết trình song là đánh giá tổng kết (summative), được thực hiện định kỳ (giữa kỳ, cuối kỳ hoặc sau khoá học).

- *Đánh giá làm việc nhóm - Teamwork (AM11)*

Đánh giá công việc nhóm được sử dụng khi thực hiện các hoạt động giảng dạy nhóm và được sử dụng để đánh giá kỹ năng làm việc nhóm của sinh viên. Phiếu đánh giá nhóm và tiêu chí đánh giá được công bố rõ.

- Báo cáo khoá luận - Graduation Thesis/ Report (AM12)

Trong phương pháp này, sinh viên được đánh giá thông qua bài báo cáo trước Hội đồng đánh giá được nhà trường ra quyết định thành lập trên cơ sở đề xuất của Khoa. Sinh viên thuyết trình báo cáo khóa luận của mình trước Hội đồng, giáo viên phản biện và các thành viên Hội đồng nhận xét và nêu ra các câu hỏi. Sinh viên trả lời trực tiếp câu hỏi tại buổi bảo vệ khóa luận. Phương pháp này được sử dụng trong kỳ thực tập để đánh giá năng lực tổng thể của sinh viên bao gồm kiến thức, kỹ năng và thái độ đối với những bạn đủ điều kiện bảo vệ khóa luận theo qui định. Hội đồng đánh giá sẽ cho điểm theo Rubric được cung cấp bởi Khoa/Bộ môn. Điểm đánh giá khóa luận tốt nghiệp là điểm trung bình của các thành viên Hội đồng, được Hội đồng quyết định.

*Bảng 2.3 Sự tương thích giữa phương pháp đánh giá và chuẩn đầu ra chương trình đào tạo*

<b>Chuẩn đầu ra</b>		<b>Phương pháp đánh giá</b>
<b>PLO1</b>	<b>Áp dụng được kiến thức nền tảng về kinh tế, quản lý và pháp luật</b>	<b>AM1, 2, 3, 4, 6, 7, 8, 9, 10, 11</b>
<b>PLO2</b>	<b>Tổ chức được các hoạt động thu mua, lưu trữ và phân phối hàng hóa</b>	<b>AM1, 3, 6, 9, 11</b>
<b>PLO3</b>	<b>Đề xuất được các giải pháp về quản trị lực lượng bán hàng</b>	<b>AM1, 2, 3, 4, 6, 7, 9, 11</b>
<b>PLO4</b>	<b>Đánh giá được các mặt hoạt động của một tổ chức bán lẻ</b>	<b>AM1, 3, 8, 9, 11</b>
<b>PLO5</b>	<b>Thực hiện được các hoạt động quản trị quan hệ khách hàng</b>	<b>AM1, 2, 3, 6, 7, 9, 11</b>
<b>PLO6</b>	<b>Giao tiếp trong kinh doanh hiệu quả với các kỹ năng như: soạn thảo văn bản, thuyết trình và làm việc nhóm</b>	<b>AM1, 3, 5, 8, 9</b>
<b>PLO7</b>	<b>Sử dụng ngoại ngữ để làm việc trong môi trường công nghệ toàn cầu hóa</b>	<b>AM1, 3, 4, 6, 7, 8, 9, 10</b>
<b>PLO8</b>	<b>Sử dụng hiệu quả phần mềm, CNTT và các công cụ thống kê để giải quyết các vấn đề trong kinh doanh thương mại</b>	<b>AM1, 2, 3, 4, 9, 10, 11</b>

<b>PLO9</b>	<b>Tuân thủ pháp luật, chuẩn mực xã hội, đạo đức, tác phong nghề nghiệp</b>	<b>AM1, 2, 3, 4, 5, 9, 12</b>
-------------	---	-------------------------------

## 2.9. Khung chương trình đào tạo

### 2.9.1. Cấu trúc chương trình

Bảng 2.4 Các khối kiến thức và tín chỉ

T T	Khối kiến thức	Số tín chỉ		
		Tổng cộng	Trong đó:	
			Bắt buộc	Tự chọn
1	Khối kiến thức đại cương	46	46	-
2	Khối kiến thức khối ngành	30	30	-
3	Khối kiến thức ngành và chuyên ngành	58	46	12
3.1	<i>Khối kiến thức chung của ngành</i>	20	15	5
3.2	<i>Khối kiến thức chuyên ngành</i>	28	21	7
3.3	<i>Thực tập cuối khóa</i>	10	10	-
<b>Tổng</b>		<b>134</b>	<b>122</b>	<b>12</b>

*Khối kiến thức giáo dục đại cương* cung cấp cho sinh viên những kiến thức nền tảng và những kỹ năng chung cơ bản, là tiền đề cho các học phần của khối ngành, ngành và chuyên ngành trong khung chương trình đào tạo về sau, đồng thời, cũng là tiền đề cho việc học tập nâng cao trình độ cho sinh viên sau khi tốt nghiệp đại học.

*Khối kiến thức chung của khối ngành* giúp bổ sung kiến thức và kỹ năng chung cơ bản của khối ngành kinh tế và kinh doanh, là tiền đề cho các học phần của ngành và chuyên ngành trong chương trình đào tạo về sau.

*Khối kiến thức ngành* giúp bổ sung kiến thức và kỹ năng liên quan đến hoạt động kinh doanh và quản lý, bởi vì nguồn nhân sự, những người làm việc trong những cơ quan quản lý, tổ chức và công ty trong nước và quốc tế chắc chắn cần được trang bị những kiến thức, kỹ năng và thái độ để làm việc trong một môi trường hiện đại và toàn cầu hoá.

*Khối kiến thức chuyên ngành* hỗ trợ sinh viên phát triển năng lực chuyên nghiệp (tập trung hơn vào tư duy bậc cao) trong lĩnh vực kinh doanh thương mại, cả về lý thuyết lẫn thực tiễn.

## 2.9.2. Các học phần

Bảng 2.5 Các học phần và số tín chỉ

TT	Mã học phần	Học phần	Phân bổ thời gian			Tín chỉ
			Lý thuyết	Thực hành	Tổng	
<b>A. Khối kiến thức đại cương</b>						
1.	SMT1005	Triết học Mác-Lênin	34	11	45	3
2.	SMT1006	Kinh tế chính trị Mác-Lênin	25	5	30	2
3.	SMT1007	Chủ nghĩa xã hội khoa học	24	6	30	2
4.	SMT1008	Lịch sử Đảng cộng sản Việt Nam	24	6	30	2
5.	SMT1004	Tư tưởng Hồ Chí Minh	24	6	30	2
6.	LAW1001	Pháp luật đại cương	21	9	30	2
7.	TOU1001	Giao tiếp trong kinh doanh	30	15	45	3
8.	MIS1002	Tin học ứng dụng trong quản lý	16	29	45	3
9.	MAT1001	Toán ứng dụng trong kinh tế	45	0	45	3
10.	MGT1001	Kinh tế vi mô	36	9	45	3
11.	ECO1001	Kinh tế vĩ mô	35	10	45	3
12.	MGT1002	Quản trị học	30	15	45	3
13.	ENGELE 1	English Elementary 1	45	90	135	3
14.	ENGELE 2	English Elementary 2	60	120	180	4
15.	ENG2015	English Communication 1	19	26	45	3

16.	ENG2016	English Communication 2	19	26	45	3
17.	ENG2017	English Composition 1	21	9	30	2
		<b>Tổng</b>				<b>46</b>
		<b>Giáo dục thể chất</b>				<b>5</b>
		<b>Giáo dục Quốc phòng</b>				<b>4 tuần</b>
<b>Khối kiến thức khối ngành</b>						
18.	ACC1002	Nhập môn kế toán	30	15	45	3
19.	MKT2001	Marketing căn bản	34	11	45	3
20.	MIS2002	Hệ thống thông tin quản lý	30	15	45	3
21.	HRM2001	Hành vi tổ chức	30	15	45	3
22.	STA2002	Thống kê kinh doanh và kinh tế	33	12	45	3
23.	FIN2001	Thị trường và các định chế tài chính	30	15	45	3
24.	MGT2002	Nhập môn kinh doanh	27	18	45	3
25.	IBS2001	Kinh doanh quốc tế	28	17	45	3
26.	LAW2001	Luật kinh doanh	30	15	45	3
27.	ENG3001	Tiếng Anh kinh doanh	12	33	45	3
		<b>Tổng</b>				<b>30</b>
<b>B. Khối kiến thức ngành và chuyên ngành</b>						
<i>C1. Học phần chung của ngành: 20 tín chỉ gồm 15 tín chỉ bắt buộc và 5 tín chỉ tự chọn</i>						
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Các học phần bắt buộc</i></li> </ul>						
28.	COM2001	Quản trị doanh nghiệp thương mại	24	21	45	3
29.	COM3001	Thương mại điện tử	23	22	45	3
30.	COM3008	Marketing điện tử	30	15	45	3

31.	ELC3013	Phân tích và thiết kế quy trình kinh doanh	22	23	45	3
32.	FIN3006	Quản trị tài chính	28	17	45	3
		<b>Tổng</b>				<b>15</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li><i>Học phần tự chọn</i></li> </ul> <p><i>Chọn ít nhất 5 tín chỉ trong các học phần tự chọn sau:</i></p>						
33.	MIS3013	Kinh doanh điện tử	30	15	45	3
34.	MKT3003	Hành vi người tiêu dùng	30	15	45	3
35.	MKT3006	Truyền thông Marketing	23	22	45	3
36.	IBS2003	Giao dịch thương mại quốc tế	30	15	45	3
37.	MGT3001	Quản trị chiến lược	27	18	45	3
38.	RMD3001	Phương pháp nghiên cứu khoa học	17	13	30	2
<p><b>C2. Học phần chuyên ngành: 28 tín chỉ gồm 21 tín chỉ bắt buộc và 7 tín chỉ tự chọn</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><i>Các học phần bắt buộc</i></li> </ul>						
39.	COM3003	Quản trị quan hệ khách hàng	33	12	45	3
40.	COM3002	Quản trị bán lẻ	30	15	45	3
41.	COM2002	Quản trị phân phối	30	15	45	3
42.	COM3004	Quản trị lực lượng bán	28	17	45	3
43.	COM3009	Quản trị thu mua và lưu kho	30	15	45	3
44.	COM3010	Tư duy thiết kế và trải nghiệm khách hàng	17	28	45	3
45.	COM3011	Kỹ năng bán hàng	15	30	45	3
		<b>Tổng</b>				<b>21</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li><i>Học phần tự chọn</i></li> </ul> <p><i>Chọn ít nhất 7 tín chỉ trong các học phần tự chọn sau:</i></p>						

46.	ELC3020	Nhập môn khoa học dữ liệu trong kinh doanh (a)	25	20	45	3
47.	MKT3013	Thiết kế truyền thông đa phương tiện (a)	23	22	45	3
48.	COM3006	Bán lẻ điện tử (b)	20	25	45	3
49.	COM3095	Đề án kinh tế thương mại (b)	6	24	30	2
50.	IBS3004	Kinh doanh xuất nhập khẩu (b)	30	15	45	3
51.	ELC3002	Quản trị nội dung số (c)	20	25	45	3
52.	MIS3011	Hệ thống hoạch định nguồn lực doanh nghiệp (c)	19	26	45	3
53.	IBS3010	Marketing quốc tế (b)	30	15	45	3
54.	MGT3018	Kế hoạch kinh doanh (b)	21	9	30	2
<p><i>Chú ý: Sinh viên được khuyến khích chọn lựa các học phần theo các hướng hoàn chỉnh gồm (a) Công cụ phân tích; (b) Phân tích, báo cáo kinh doanh và Nghiệp vụ Quản trị Kinh doanh thương mại; (c) Tối ưu hóa hệ thống quản trị.</i></p> <p><b>C. Thực tập tốt nghiệp cuối khóa</b></p> <p>Sinh viên lựa chọn đăng ký Khóa luận tốt nghiệp hoặc Báo cáo thực tập tốt nghiệp với các điều kiện được quy định theo Quy chế đào tạo hiện hành.</p>						
		Hình thức 1				
55.	COM4001	Báo cáo thực tập tốt nghiệp				4
		Học bổ sung ít nhất 6 tín chỉ được chọn từ các học phần tự chọn				6
		Hình thức 2				
56.	COM4002	Khóa luận tốt nghiệp (*)				10

## 2.10. Hoạt động ngoại khóa

### 2.10.1. Hoạt động ngoại khóa liên quan tới học phần

Chương trình đào tạo của Khoa có các hoạt động ngoại khóa đa dạng tương ứng với các tiêu chuẩn đầu ra để hỗ trợ sinh viên xây dựng và phát triển các kỹ năng và thái độ. Các hoạt động ngoại khóa liên quan đến môn học bao gồm các chuyến đi thực tế, cụ thể là đến các doanh nghiệp dịch vụ thương mại. Ngoài ra, sinh viên có cơ hội nói chuyện với các doanh nghiệp về chủ đề liên quan đến nội dung học tập.



### 2.10.2. Các hoạt động ngoại khoá khác

Bên cạnh chương trình giảng dạy, Khoa Thương mại điện tử cũng tổ chức cho sinh viên nhiều các hoạt động ngoại khoá như sau:

- Các hoạt động được tổ chức bởi Chi đoàn Khoa như lễ đón tân sinh viên năm nhất, các chuyến đi tình nguyện (ví dụ: Đông Ước Mơ, chuyến đi tình nguyện ở vùng sâu)...

### 2.11. Ma trận mối quan hệ giữa chuẩn đầu ra chương trình đào tạo (PLO) và các học phần

T	Mã học phần	Tên học phần dùng để đánh giá (Học phần A)	Số tín chỉ	PI 1.1	PI 1.2	PI 1.3	PI 2.1	PI 2.2	PI 2.3	PI 3.1	PI 3.2	PI 4.1	PI 4.2	PI 5.1	PI 5.2	PI 6.1	PI 6.2	PI 6.3	PI 7.1	PI 8.1	PI 9.1	PI 9.2
	A. Khối kiến thức đại cương		43																			
1	SMT1005	Triết học Mác-Lênin	3		I																	
2	SMT1006	Kinh tế chính trị Mác-Lênin	2	I																		
3	SMT1007	Chủ nghĩa xã hội khoa học	2		M																	
4	SMT1008	Lịch sử Đảng cộng sản Việt Nam	2																		I	
5	SMT1004	Tư tưởng Hồ Chí Minh	2																		M	
6	LAW1001	Pháp luật đại cương	2			I																
7	TOU1001	Giao tiếp trong kinh doanh	3														F A					
8	MIS1002	Tin học ứng dụng trong quản lý	3																		I	
9	MAT1001	Toán ứng dụng trong kinh tế	3		I																	
10	MGT1001	Kinh tế vi mô	3	M																		
11	ECO1001	Kinh tế vĩ mô	3	F A																		
12	MGT1002	Quản trị học	3		I A																	
13	ENGELE1	English Elementary 1	3																		I	
14	ENGELE2	English Elementary 2	4																		M	
15	ENG2015	English Communication 1	3																		M	
16	ENG2016	English Communication 2	3																		M	
17	ENG2017	English Composition B1	2																		F	
	Khối kiến thức khối ngành		24																			

18	ACC1002	Nhập môn kế toán	3	I	F															
19	MKT2001	Marketing căn bản	3	I																
20	MIS2002	Hệ thống thông tin quản lý	3		I														I	
21	HRM2001	Hành vi tổ chức	3																I	M
22	STA2002	Thống kê kinh doanh và kinh tế	3		M															
23	FIN2001	Thị trường và các định chế tài chính	3	I	I															
24	MGT2002	Nhập môn kinh doanh	3	I																
25	IBS2001	Kinh doanh quốc tế	3	I																
26	LAW2001	Luật kinh doanh	3			I	A													
27	ENG3001	Tiếng Anh kinh doanh	3																	F
	Khối kiến thức ngành và chuyên ngành		42																	
28	COM2001	Quản trị doanh nghiệp thương mại	3			I			I	I		I								
29	COM3001	Thương mại điện tử	3										M		M					
30	COM3008	Marketing điện tử	3										M		M					
31	ELC3013	Phân tích và thiết kế quy trình kinh doanh	3						M											
32	FIN3006	Quản trị tài chính	3									M		M						
	Học phần tự chọn (Chọn ít nhất 5 tín chỉ trong các học phần tự chọn sau)		7																	
33	MIS3013	Kinh doanh điện tử	3										M							
34	MKT3003	Hành vi người tiêu dùng	3							M			M							
35	MKT3006	Truyền thông Marketing	3										M							
36	IBS2003	Giao dịch thương mại quốc tế	3									M								
37	MGT3001	Quản trị chiến lược	3							M		M		M						
38	RMD3001	Phương pháp nghiên cứu khoa học	2										M		M					
	Học phần chuyên ngành bắt buộc																			
39	COM3003	Quản trị quan hệ khách hàng	3											F		F				
														A		A				

40	COM3002	Quản trị bán lẻ	3										F	F										
													A	A										
41	COM2002	Quản trị phân phối	3								F													
											A													
42	COM3004	Quản trị lực lượng bán	3								F	F												
											A	A												
43	COM3009	Quản trị thu mua và lưu kho	3							F														
										A														
44	COM3010	Tư duy thiết kế và trải nghiệm khách hàng	3															M						
45	COM3011	Kỹ năng bán hàng								F														
										A														
Học phần tự chọn (Chọn ít nhất 15 tín chỉ trong các học phần tự chọn sau)			15																					
46	ELC3020	Nhập môn khoa học dữ liệu trong kinh doanh	3			I											M							
47	MKT3013	Thiết kế truyền thông đa phương tiện	3														M							
48	COM3006	Bán lẻ điện tử	3												M	M								
49	COM3095	Đề án kinh tế thương mại	3				M	M	M	M			M		M		M							
50	IBS3004	Kinh doanh xuất nhập khẩu	3												M									
51	ELC3002	Quản trị nội dung số	3												M									
52	MIS3011	Hệ thống hoạch định nguồn lực doanh nghiệp	3														M							
53	IBS3010	Marketing quốc tế	3												M									
54	MGT3018	Kế hoạch kinh doanh	3									M												
Thực tập tốt nghiệp cuối khóa (Chọn 1 trong 2 phương án)			10																					
55	COM4001	Báo cáo thực tập tốt nghiệp	4		M	M	M	F	F	F	F	F	F	F		F	F	F	F	F	F	F	F	F
																								F
																								A
																								F
56	COM4002	Khóa luận tốt nghiệp	10	M	M			F	F				F	F	F	F	F	F	F	F	F	F	F	
Tổng hợp số lượng học phần theo các mức độ đóng góp (không tính đến HP tự chọn)																								
Mức I						6	5	2	1	1	1	1	0	1	0	0	0	1	0	0	1	2	1	0
Mức M						1	3	1	1	0	1	0	1	0	3	1	2	0	1	0	3	0	1	0
Mức F						1	1	0	0	2	2	3	2	2	2	2	2	2	1	2	1	3	1	1

Học phần A (Chuẩn tiếng Anh, tin học, ngoại khoá thì không có học phần đo)	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	0
Số lượng HP có hỗ trợ đạt được PLO/PI	8	9	3	2	3	4	4	3	3	5	3	4	2	3	1	7	3	3	1	

## 2.12. Lộ trình đào tạo

Bảng 2.6 Lộ trình đào tạo chuyên ngành Quản trị kinh doanh thương mại

Bước 1	Bước 2	Bước 3	Bước 4	Bước 5	Bước 6
[SMT1005] Triết học Mác Lê nin (3)	[SMT1006] Kinh tế chính trị Mác Lênin (2)	[SMT1007] Chủ nghĩa xã hội khoa học (2)		[SMT1004] Tư tưởng Hồ Chí Minh (2) [SMT1008] Lịch sử ĐCSVN (2)	Thực tập tốt nghiệp (10): Chọn 1 trong 2 hình thức:
[LAW1001] Pháp luật đại cương (2)	[LAW2001] Luật kinh doanh (3)				
[MIS1002] Tin học ứng dụng trong quản lý (3)		[MKT13013]TC Thiết kế truyền thông đa phương tiện (3)			
			[TOU1001] Giao tiếp trong KD (3)		
[ENGELE1] English Elementary 1 (3)	[ENGELE2] English Elementary 2 (4)	ENG2015] English Communication 1 (3)	[ENG2016] English Communication 2 (3) [ENG2017] English Composition B1 (2)		
[ECO1001] Kinh tế vĩ mô (3)	[FIN2001] Thị trường và các định chế tài chính (3)		[ENG3001] Tiếng Anh kinh doanh (3)		
		[ELC3013] Phân tích và thiết kế quy trình kinh doanh (3)			
[MAT1001] Toán ứng dụng trong kinh tế (3)	[STA2002] Thống kê kinh doanh và kinh tế (3)				
[MGT1001] Kinh tế vi mô (3)	[ACC1002] Nhập môn kế toán (3)		[MIS3011]TC Hệ thống hoạch định nguồn lực doanh nghiệp (3)		
	[MIS2002] (3) Hệ thống thông tin quản lý (3)				
[MGT1002] Quản trị học (3)	[MGT2002] Nhập môn kinh doanh (3)	[Mgt3001]TC Quản trị chiến lược (3)			
	[HRM2001] Hành vi tổ chức (3)	[IBS2001] Kinh doanh quốc tế (3)			
	[COM2001] Quản trị doanh nghiệp thương mại (3)	[MGT3018] Kế hoạch kinh doanh (2)			
			[COM3002] Quản trị bán lẻ (3)	[COM3006]TC Bán lẻ điện tử (3)	
	[COM3001] Thương mại điện tử (3)		[COM3004] Quản trị lực lượng bán (3)		
		[MIS3013]TC Kinh doanh điện tử (3)		[COM3095] Đề án kinh doanh thương mại (2)	
		[COM3008] Marketing điện tử (3)		[COM2002] Quản trị phân phối (3)	
		[COM3010] Tư duy thiết kế và trải nghiệm khách hàng (3)		[COM3009] Quản trị thu mua và lưu kho (3)	
[MKT2001] Marketing căn bản (3)		[COM3003] Quản trị quan hệ khách hàng (3)			
	[MKT3003]TC Hành vi người tiêu dùng (3)		[MKT3006]TC Truyền thông Marketing (3)		
			[IBS2003]TC Giao dịch thương mại quốc tế (3)	[IBS3004]TC Kinh doanh xuất nhập khẩu (3)	
			[FIN3006] Quản trị tài chính (3)		
		[ELC3020]TC Nhập môn khoa học dữ liệu trong kinh doanh kinh doanh (3)			
				[ELC3002]TC Quản trị nội dung số (3)	
				[IBS3010]TC Marketing quốc tế (3)	
		[RMD3001]TC Phương pháp nghiên cứu khoa học (2)			
Chú thích :	Học phần chung toàn Trường	Học phần chung của ngành	TC: Học phần tự chọn		
	Học phần chung khối ngành	Học phần chuyên ngành	Trong dấu [...]: Mã học phần		
		Học phần tự chọn	Trong dấu (....): Số tín chỉ		

### 2.13. Đối sánh với một số chương trình đào tạo trong và ngoài nước

<p style="text-align: center;"><b>Học phần ngành và chuyên ngành</b></p> <p><b>Chương trình đào tạo</b></p>	Q u ả n t r ị d o a n h n g h i ệ p t h ư ơ n g m ại	T h ư ơ n g m ại đ i ệ n t ử	M a r k e t i n g đ i ệ n t ử	P h â n t í c h v à t h i ệ t k ế q u y t r ị n h k i n h d o a	Q u ả n t r ị t à i c h í n h	K i n h d o a n h đ i ệ n t ử	H à n h v i n g ư ờ i t i ệ u d ù n g	T r u y ề n t h ô n g M a r k e t i n g	G i a o d i c h t h ư ơ n g m ại q u ố c t ế	Q u ả n t r ị c h i ế n l ư ợ c	Q u ả n t r ị q u a n h ệ k h á c h h à n g	Q u ả n t r ị p h â n p h ố i	Q u ả n t r ị l ư c l ư ợ n g b á n	Q u ả n t r ị t h u m a v à l ư u k h o	T u d ư y t h i ệ t k ế v à t r ả i n g h i ệ m k h á c h h à	K ỹ n ă n g b á n h à n g	N h â p m ô n k h o a h ọ c d ữ l i ệ u t r o n g k i n h d o a	T h i ệ t k ế t r u y ề n t h ô n g đ a p h ư ơ n g t i ệ n	B á n l ẻ đ i ệ n t ử	Đ ề á n k i n h t ế t h ư ơ n g m ại	K i n h d o a n h x u á t n h â p k h ả u	Q u ả n t r ị n ộ i d u n g s ố	H ệ t h ố n g h o a c h đ i n h n g u ồ n l ư c d o a n h n	M a r k e t i n g q u ố c t ế
---	--	------------------------------	-------------------------------	---	-------------------------------	-------------------------------	---------------------------------------	---	--	---------------------------------	---	-------------------------------	-------------------------------------	---	---	---------------------------	---	---	-----------------------	--------------------------------------	---	---------------------------------	---	-------------------------------

				n h											n g		n h k i n h d o a n h							g h i ê p	
Chương trình 1		X	C		X		X			X	X	X	C	X	X		X						C		X
Chương trình 2	X	X		C	X				C			C	C	C	C		C					X	C		C
Chương trình 3					X	C			C	C															C
Chương trình 4			X					C		C							C	C							
Chương trình 5				C	C										C		C								C
Chương trình 6	C		X		X		X	X	C	C		C	C		C			C	C				C	C	C
C (Close): Học phần có nội dung gần										X: Học phần có nội dung tương thích															
(Chi tiết của các chương trình đào tạo đối sánh được đính kèm)																									

Chương trình 1: Chương trình Kinh doanh thương mại, Đại học Kinh tế TP. Hồ Chí Minh (UEH)

[https://ueh.edu.vn/images/upload/editer/Nganh\\_Kinh%20doanh%20thuong%20mai.pdf](https://ueh.edu.vn/images/upload/editer/Nganh_Kinh%20doanh%20thuong%20mai.pdf)

Chương trình 2: Chương trình Kinh doanh thương mại, Đại học Kinh tế Quốc dân (NEU)

<https://daotao.neu.edu.vn/vi/ctdt-he-chinh-quy/chuong-trinh-dao-tao-he-dai-hoc-chinh-quy-cho-khoa-62>

Chương trình 3 : Bachelor of commerce, Queen's School of Business, Queen's University, Canada

<https://smith.queensu.ca/bcom/Smith-Commerce-Brochure.pdf>

Chương trình 4: Bachelor of commerce, La Trobe University, Australia

<https://www.latrobe.edu.au/courses/bachelor-of-commerce>

Chương trình 5, Bachelor of commerce, The University of Queensland, Australia

<https://my.uq.edu.au/programs-courses/requirements/program/2338/2022>

Chương trình 6: Business and Retail Management BSc, University of Surrey, UK

<https://catalogue.surrey.ac.uk/2019-0/programme/UKA10-5>



## **2.14. Hướng dẫn thực hiện chương trình**

Chương trình đào tạo ngành Kinh doanh thương mại (chuyên ngành Quản trị kinh doanh thương mại) được áp dụng từ năm 2021.

Quá trình giảng dạy được thiết kế dựa trên cấu trúc của chương trình, ý kiến đóng góp từ các giảng viên trong Khoa và các yêu cầu cụ thể cho từng học phần. Đối với các môn học tự chọn, Khoa hướng dẫn sinh viên chọn các Mô-đun phù hợp nhất để thích ứng với các điều kiện thực tế và các yêu cầu xã hội.

Trưởng khoa chịu trách nhiệm tổ chức và hướng dẫn quá trình xây dựng và phát triển các đề cương chi tiết học phần để phù hợp với mục tiêu, nội dung, tiêu chuẩn nhập học và nhu cầu của sinh viên và xã hội.

Cấu trúc chương trình luôn được xem xét và cập nhật hàng năm để phù hợp với những thay đổi. Cứ sau 2 năm, bản mô tả chương trình đào tạo được xem xét và có thể có những thay đổi cho phù hợp với nhu cầu của các bên liên quan.

### **Phần 3: MÔ TẢ TÓM TẮT CÁC HỌC PHẦN**

#### **3.1. STM1005 - TRIẾT HỌC MAC-LENIN (MARXISTS-LENINIST PHILOSOPHY)**

**Số tín chỉ: 3 tín chỉ**

**Học phần điều kiện học trước: Không**

Học phần gồm 3 chương, ngoài phần giới thiệu vấn đề chung của triết học, học phần chủ yếu cung cấp những kiến thức cơ bản về Triết học Mác-Lênin: điều kiện ra đời, khái niệm; vật chất và ý thức; các nguyên lý, quy luật, cặp phạm trù của phép biện chứng duy vật; Lý luận nhận thức; Học thuyết hình thái kinh tế - xã hội; giai cấp và đấu tranh giai cấp; nhà nước và cách mạng; tồn tại xã hội và ý thức xã hội; con người và vai trò sáng tạo lịch sử của quần chúng nhân dân.

#### **3.2. SMT1006 - KINH TẾ CHÍNH TRỊ MÁC - LÊNIN (POLITICAL ECONOMICS OF MARXISM-LENINISM)**

**Số tín chỉ: 2 tín chỉ**

**Học phần điều kiện học trước: Triết học Mác – Lênin**

Học phần được kết cấu thành 2 phần chính:

Một là, nghiên cứu các vấn đề kinh tế chính trị của phương thức sản xuất tư bản chủ nghĩa trong cả hai giai đoạn là tự do cạnh tranh và giai đoạn độc quyền.

Hai là, nghiên cứu các vấn đề về kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa và các quan hệ lợi ích kinh tế ở Việt Nam; Công nghiệp hóa, hiện đại hóa và hội nhập kinh tế quốc tế của Việt Nam

#### **3.3. SMT1007 - CHỦ NGHĨA XÃ HỘI KHOA HỌC (SCIENTIFIC SOCIALISM)**

**Số tín chỉ: 2 tín chỉ**

**Học phần điều kiện học trước: SMT1005 – Triết học Mác – Lênin**

Học phần được kết cấu thành hai phần chính:

- Một là, nghiên cứu những vấn đề cốt lõi nhất về Chủ nghĩa xã hội khoa học, một trong ba bộ phận cấu thành chủ nghĩa Mác - Lênin.

- Hai là, nghiên cứu những vấn đề chính trị - xã hội của Việt Nam liên quan đến chủ nghĩa xã hội và con đường đi lên chủ nghĩa xã hội ở Việt Nam.

#### **3.4. SMT1008 - LỊCH SỬ ĐẢNG CỘNG SẢN VIỆT NAM (HISTORY OF VIETNAMESE COMMUNIST PARTY)**

**Số tín chỉ: 2 tín chỉ**

### **Học phần điều kiện học trước: Không**

Ngoài chương nhập môn và kết luận, học phần có 3 chương đề cập đến những tri thức khoa học về đối tượng, mục đích, nhiệm vụ, phương pháp nghiên cứu, học tập môn học Lịch sử Đảng Cộng sản Việt Nam; Đảng Cộng sản Việt Nam ra đời và lãnh đạo đấu tranh giành chính quyền (1930-1945); Lãnh đạo hai cuộc kháng chiến, 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 (1975-2018); Một số bài học lớn về sự lãnh đạo của Đảng. Qua đó, khẳng định những thành công, ưu điểm, nêu lên hạn chế, kinh nghiệm trong tiến trình lãnh đạo cách mạng của Đảng.

### **3.5. SMT1004 - TƯ TƯỞNG HỒ CHÍ MINH (HO CHI MINH'S IDEOLOGY)**

**Số tín chỉ: 2 tín chỉ**

#### **Học phần điều kiện học trước: Triết học Mác - Lênin**

Tư tưởng Hồ Chí Minh là môn khoa học cung cấp những kiến thức cơ bản về tư tưởng của Chủ tịch Hồ Chí Minh với ý nghĩa là sự vận dụng sáng tạo lý luận chủ nghĩa Mác - Lênin vào điều kiện cụ thể Việt Nam, đồng thời là cơ sở lý luận trực tiếp trong việc hoạch định đường lối cách mạng Việt Nam từ 1930 đến nay. Học phần này giúp sinh viên hiểu được một cách tương đối đầy đủ và có hệ thống về bối cảnh lịch sử - xã hội, cơ sở hình thành, phát triển của tư tưởng Hồ Chí Minh; Các nội dung cơ bản của tư tưởng Hồ Chí Minh về: Vấn đề dân tộc và cách mạng giải phóng dân tộc; về CNXH; .... Trên cơ sở đó góp phần giúp sinh viên hình thành lập trường khoa học và cách mạng, kiên định con đường mà Chủ tịch Hồ Chí Minh và Đảng ta đã lựa chọn

### **3.6. LAW1001 - PHÁP LUẬT ĐẠI CƯƠNG (GENERAL LAW)**

**Số tín chỉ: 2 tín chỉ**

#### **Học phần điều kiện học trước: Không**

Học phần Pháp luật đại cương được thiết kế nhằm cung cấp cho người học những kiến thức cơ bản nhất về Nhà nước và Pháp luật.

Nội dung cơ bản của học phần bao gồm: Những vấn đề lý luận cơ bản về nhà nước và pháp luật, Bộ máy nhà nước, Quy phạm pháp luật và Quan hệ pháp luật, Vi phạm pháp luật, Hệ thống pháp luật, Ý thức pháp luật, Pháp chế xã hội chủ nghĩa, Pháp luật về phòng chống tham nhũng.

### **3.7. TOU1001 - GIAO TIẾP KINH DOANH (BUSINESS COMMUNICATION)**

**Số tín chỉ: 3 tín chỉ**

#### **Học phần điều kiện học trước: Không**

Học phần được thiết kế nhằm hướng đến

- Thứ nhất: cung cấp những kiến thức nền tảng căn bản của nghệ thuật giao tiếp trong kinh doanh.

- Thứ hai: cung cấp các nguyên tắc và hướng dẫn vận dụng các kỹ năng cơ bản của giao tiếp để người học có khả năng thực hành giao tiếp trong kinh doanh một cách hiệu quả, có đạo đức và đúng pháp luật.

- Thứ ba: cung cấp các nguyên tắc và hướng dẫn vận dụng các kỹ năng giao tiếp trong môi trường làm việc: từ khi phỏng vấn cho đến khi hoà nhập vào môi trường làm việc.

Học phần gồm 8 chương. Mỗi một chương đều có đầy đủ các phần: Mục tiêu chương, nội dung chương, tình huống thực tế, bài tập tình huống, tóm tắt chương và câu hỏi ôn tập.

### **3.8. ENGELE1 – ENGLISH ELEMENTARY 1**

**Số tín chỉ: 3 tín chỉ**

#### **Học phần điều kiện học trước:**

Học phần này được thiết kế tích hợp giữa 4 kỹ năng: Nghe, Nói, Đọc, Viết và các bài tập Ngữ pháp, Từ vựng, Luyện âm. Nội dung học phần được trình bày trong 5 bài học (5 units), mỗi unit gồm các bài học nhỏ (lessons) về các kỹ năng sử dụng từ vựng và nghe hiểu (với các dạng bài tập trắc nghiệm, hoàn thành câu/ sơ đồ/ bảng biểu); kỹ năng đọc hiểu (với các dạng trắc nghiệm, nối thông tin, trả lời ngắn, hoàn thành sơ đồ); kỹ năng thảo luận, trình bày quan điểm cá nhân trong những tình huống cụ thể; kỹ năng viết (với các bài tập ngữ pháp và viết như hoàn thành câu, viết câu, viết đoạn văn ngắn về cá nhân, viết quảng cáo ngắn, viết email ngắn, mô tả một địa điểm ưa thích, viết các chỉ dẫn, hướng dẫn...) ở mức độ bậc 1 trong cấp độ sơ cấp. Sau mỗi bài học, sinh viên được luyện tập, thực hành với các tài liệu cho hình thức học trực tiếp và nguồn tài nguyên thực hành trực tuyến. Học phần này giúp sinh viên có thể hiểu, sử dụng các cấu trúc quen thuộc thường nhật, các từ ngữ cơ bản đáp ứng nhu cầu giao tiếp cụ thể. Sinh viên có thể tự giới thiệu bản thân và người khác; có thể trả lời thông tin về bản thân như nơi sinh sống, gia đình và bạn bè. Sinh viên có thể giao tiếp đơn giản nếu người đối thoại nói chậm, rõ ràng.

### **3.9. ENGELE2- ENGLISH ELEMENTARY 2**

**Số tín chỉ: 3 tín chỉ**

#### **Học phần điều kiện học trước: English Elementary 1**

Học phần này được thiết kế tích hợp giữa 4 kỹ năng: Nghe, Nói, Đọc, Viết và các bài tập Ngữ pháp, Từ vựng, Luyện âm. Nội dung học phần được trình bày trong 6 bài học (6 units), mỗi unit gồm các bài học về các kỹ năng sử dụng từ vựng; kỹ năng nghe hiểu (nghe hiểu được các câu và cấu trúc được sử dụng thường xuyên liên quan đến nhu cầu giao tiếp cơ bản với các dạng bài tập trắc nghiệm, hoàn thành câu/ sơ đồ/ bảng biểu);

kỹ năng đọc hiểu (đọc hiểu được các câu và cấu trúc được sử dụng thường xuyên liên quan đến nhu cầu giao tiếp cơ bản với dạng bài tập trắc nghiệm, nói thông tin, trả lời ngắn); kỹ năng nói (rao đổi thông tin về những chủ đề đơn giản, quen thuộc hằng ngày, mô tả đơn giản về bản thân, môi trường xung quanh và những vấn đề thuộc nhu cầu thiết yếu); kỹ năng viết (với các dạng bài tập ngữ pháp và viết (hoàn thành câu, viết câu, viết đoạn văn ngắn về gia đình, điều kiện sống, ghi chú, email, một tin nhắn cảm ơn, biết cách viết một blog cá nhân về du lịch, tin nhắn qua mạng, bình luận về một số chủ đề: học tập, giải trí, ngoại hình, thời trang...)) Sau mỗi bài học, sinh viên được luyện tập, thực hành với các tài liệu cho hình thức học trực tiếp và nguồn tài nguyên thực hành trực tuyến.

### **3.10. ENG2015-ENGLISH COMMUNICATION 1**

**Số tín chỉ: 3 tín chỉ**

**Học phần điều kiện học trước: English Elementary 2**

Môn học này tích hợp các kỹ năng Nghe Nói Đọc tiếng Anh nhằm cung cấp cho người học cơ hội phát triển năng lực tiếng Anh ở trình độ B1 theo khung chuẩn năng lực ngoại ngữ của châu Âu. Giáo trình chính sử dụng cho môn học có nguồn ngữ liệu xác thực, đa dạng về chủ đề và bao gồm nhiều hoạt động giao tiếp phong phú. Do vậy, sinh viên được trang bị nhiều phương tiện ngôn ngữ tiếng Anh để giao tiếp, diễn đạt ý tưởng ở nhiều chủ đề khác nhau và nâng cao kỹ năng hợp tác, tư duy sáng tạo. Đặc biệt, môn học này còn tập trung giúp người học biết cách sử dụng và luyện tập thuần thục các kỹ thuật, chiến lược cơ bản trong kỹ năng thuyết trình. Nhờ vậy, người học có thể phát triển sự tự tin và lưu loát diễn đạt ý tưởng của mình trước đám đông.

### **3.11. ENG2016 - ENGLISH COMMUNICATION 2**

**Số tín chỉ: 3 tín chỉ**

**Học phần điều kiện học trước: ENGLISH COMMUNICATION 1**

Học phần này tích hợp các kỹ năng Nghe, Nói, Đọc, Viết tiếng Anh nhằm trang bị cho người học nền tảng và kỹ năng ngôn ngữ ở trình độ B1 theo khung chuẩn năng lực ngoại ngữ của châu Âu. Trong đó, dựa vào các nguồn tư liệu hiện đại và sát với tình hình kinh tế - xã hội, sinh viên sẽ xây dựng được năng lực ngôn ngữ và phát triển những kỹ năng ngôn ngữ được ứng dụng trong các tình huống xã hội thực tế để đưa ra ý kiến cá nhân cũng như phát triển khả năng biện luận. Bên cạnh đó, kỹ năng thuyết trình cũng được bổ sung vào học phần này nhằm giúp sinh viên có thể tự tin trình bày ý tưởng của mình một cách lưu loát bằng tiếng Anh.

### **3.12. ENG2017 - ENGLISH COMPOSITION B1**

**Số tín chỉ: 2 tín chỉ**

### **Học phần điều kiện học trước: ENGLISH COMMUNICATION 1**

Học phần gồm 11 đơn vị bài học được xây dựng với thời lượng 2 tiết/1 đơn vị bài học nhằm mục đích giúp người học hệ thống lại các dạng bài tập thường gặp trong một bài thi Viết cấp độ B1 khung Châu Âu. Mỗi đơn vị bài học gồm phần hướng dẫn kỹ thuật làm bài kèm các bài tập thực hành, củng cố tại lớp và phần đề xuất tài liệu tự học thêm ngoài giờ học ở lớp.

### **3.13. MIS1002 - TIN HỌC ỨNG DỤNG TRONG QUẢN LÝ (*IT for in Business*)**

**Số tín chỉ: 3 tín chỉ**

#### **Học phần điều kiện học trước: Không**

–Học phần trang bị cho người học các kiến thức cốt lõi về Công nghệ thông tin và truyền thông cần thiết cho quá trình học tập, nghiên cứu và ứng dụng trong kinh tế và kinh doanh, bao gồm: kiến thức về an toàn và bảo mật thông tin cá nhân và doanh nghiệp; kiến thức cơ bản về các công nghệ mới trong xu thế chuyển đổi số; đồng thời cập nhật các xu hướng công nghệ hiện đại ứng dụng trong kinh tế và kinh doanh; các kỹ năng quản lý công việc và làm việc nhóm trên môi trường mạng Internet;

Học phần cũng trang bị cho người học các kỹ năng về thu thập, xử lý và phân tích dữ liệu ứng dụng trong các hoạt động kinh tế và kinh doanh; các kỹ năng soạn thảo và xây dựng các báo cáo chuyên nghiệp.

### **3.14. MAT1001 - Toán ứng dụng trong kinh tế (APPLIED MATHEMATICS IN ECONOMICS AND BUSINESS)**

**Số tín chỉ: 3 tín chỉ**

#### **Học phần điều kiện học trước: Không**

Học phần Toán ứng dụng trong kinh tế cung cấp cho sinh viên các công cụ toán học cơ bản bao gồm: hàm số, dãy số, chuỗi số, ma trận, hệ phương trình, hệ bất phương trình, vi tích phân, phương trình vi phân, phương trình sai phân, và các ứng dụng của các công cụ toán này trong việc giải thích, phân tích và giải quyết các vấn đề quan trọng trong kinh tế và kinh doanh. Giúp sinh viên hiểu rõ bản chất, ý nghĩa của hệ thống các công cụ toán học cơ bản bao gồm lý thuyết ma trận, hệ phương trình, đạo hàm, tích phân, ... là nền tảng để giải thích các hiện tượng và quá trình kinh tế và kinh doanh. Trang bị cho sinh viên kỹ năng ứng dụng các công cụ toán học hữu dụng để giải thích bản chất, mô hình hóa và giải quyết các vấn đề thực tiễn dưới góc độ logic toán học, đồng thời giúp sinh viên có khả năng phân tích, đánh giá các kết quả đạt được, sau đó vận dụng vào các hiện tượng kinh tế và kinh doanh.

### **3.15. MGT1001 - KINH TẾ VI MÔ (MICROECONOMICS)**

**Số tín chỉ: 3 tín chỉ**

### **Học phần điều kiện học trước: Không**

Môn học này phân tích hành vi của các tác nhân kinh tế khi tham gia vào thị trường. Người học sẽ nghiên cứu cầu thị trường và hành vi của người tiêu dùng; cung thị trường và hành vi của người bán cùng với các quyết định về giá và sản lượng sản xuất khi doanh nghiệp tham gia trong các hình thái thị trường với mức độ cạnh tranh khác nhau. Môn học cũng phân tích hành vi can thiệp của nhà nước vào thị trường và sự ảnh hưởng của những can thiệp này lên người mua, người bán cũng như tổng thể thị trường.

### **3.16. ECO1001 - KINH TẾ VĨ MÔ (MACROECONOMICS)**

**Số tín chỉ: 3 tín chỉ**

#### **Học phần điều kiện học trước: Không**

Học phần Kinh tế học vĩ mô cung cấp cho sinh viên những kiến thức cơ bản về sự vận hành của nền kinh tế thị trường trong môi trường toàn cầu hóa và hội nhập quốc tế, giúp sinh viên hiểu được các biến số vĩ mô chủ yếu, cơ chế hoạt động của các thị trường, cách thức xã hội sử dụng các nguồn lực khan hiếm trong quá trình sản xuất và phân phối nhằm thỏa mãn tốt nhất nhu cầu của con người; từ đó có thể lý giải về các biến động kinh tế cũng như tác động của các chính sách của chính phủ đối với nền kinh tế.

### **3.17. MGT1002 - QUẢN TRỊ HỌC (MANAGEMENT)**

**Số tín chỉ: 3 tín chỉ**

#### **Học phần điều kiện học trước: Không**

Nhà quản trị ở bất kỳ tổ chức nào (kinh doanh, phi kinh doanh) và ở bất cứ lĩnh vực chức năng nào (nguồn nhân lực, sản xuất, tài chính, marketing...) đều thực thi hoạt động quản trị thông qua tiến trình, bao gồm: hoạch định, tổ chức, lãnh đạo và kiểm tra. Học phần này cung cấp kiến thức để người học hiểu rõ công việc nhà quản trị thực hiện tiến trình quản trị để đạt mục tiêu một cách hữu hiệu và hiệu quả trong bối cảnh môi trường mà nó hoạt động.

### **3.18. ACC1002 - NHẬP MÔN KẾ TOÁN (INTRODUCTION TO ACCOUNTING)**

**Số tín chỉ: 3 tín chỉ**

#### **Học phần điều kiện học trước: MGT1001 - Kinh tế vi mô**

Kế toán nhằm cung cấp thông tin tài chính phục vụ cho việc ra quyết định của tổ chức. Hiểu biết và áp dụng những kiến thức căn bản của kế toán tổ chức không chỉ có ý nghĩa đối với người học mà cho các bên có liên quan. Học phần này cung cấp cho người học những kiến thức cơ bản về ghi nhận và trình bày thông tin kế toán. Học

phần nhấn mạnh đến các bước cơ bản của quy trình kế toán, từ nhận diện và ghi nhận giao dịch kinh doanh đến tổng hợp và báo cáo thông tin trong báo cáo tài chính.

### **3.19. MKT2001 - MARKETING CĂN BẢN (PRINCIPLES OF MARKETING)**

**Số tín chỉ: 3 tín chỉ**

**Học phần điều kiện học trước: Không**

Môn học cung cấp cho sinh viên những kiến thức nền tảng về marketing và các nguyên lý thực hành marketing trong môi trường kinh doanh hiện đại. Môn học tập trung vào một số vấn đề căn bản của marketing gồm:

- Khái niệm marketing và các khái niệm liên quan nhu cầu khách hàng, thị trường
- Phân tích cơ hội thị trường: môi trường marketing, phân tích cạnh tranh, phân tích thị trường, nhu cầu và hành vi khách hàng

Các hoạt động marketing trong doanh nghiệp: chiến lược marketing, phát triển sản phẩm, định giá, phân phối, bán hàng, quảng cáo và khuyến mãi.

### **3.20. MIS2002 - HỆ THỐNG THÔNG TIN QUẢN LÝ (MANAGEMENT INFORMATION SYSTEMS))**

**Số tín chỉ: 3 tín chỉ**

**Học phần điều kiện học trước: MGT1002 – Quản trị học**

Học phần trang bị cho sinh viên những kiến thức cơ bản về hệ thống thông tin, các loại hệ thống thông tin trong doanh nghiệp; các phương pháp xây dựng và quy trình triển khai dự án phát triển hệ thống thông tin trong doanh nghiệp. Qua đó, giúp sinh viên nhận thức được bản chất, vai trò, giá trị của hệ thống thông tin trong việc quản lý quy trình kinh doanh và hỗ trợ ra quyết định cho doanh nghiệp trong thời đại công nghệ 4.0.

### **3.21. HRM2001 - HÀNH VI TỔ CHỨC (ORGANIZATIONAL BEHAVIOR)**

**Số tín chỉ: 3 tín chỉ**

**Học phần điều kiện học trước: MGT1002 – Quản trị học**

Học phần Hành vi tổ chức được thiết kế 8 chương; Ngoài chương tổng quan, chương 2 đến chương 4 đề cập đến hành vi của cá nhân trong tổ chức gồm thái độ, sự thoả mãn trong công việc, tính cách và giá trị, nhận thức và việc ra quyết định của cá nhân; Chương 5 xem xét vấn đề động lực và tạo động lực; Chương 6 bàn đến nhóm và hành vi cá nhân trong nhóm; Chương 7 và 8 bàn về giao tiếp trong tổ chức và văn hóa tổ chức.

Học phần thiết kế nhằm giúp người học: nhận biết và phát hiện được hành vi của cá nhân, hành vi nhóm; Biết sử dụng các kiến thức đã học để đánh giá đặc điểm, quản lý các hành vi của bản thân; Xây dựng mối quan hệ như gắn kết, tạo động cơ, đồng cảm,



chia sẻ trong nhóm qua đó tạo dựng các mối quan hệ của bản thân với đồng nghiệp, các nhà quản lý, cấp dưới và với khách hàng; Tham gia tích cực và hiệu quả vào hoạt động của tổ chức, có khả năng xử lý các mối quan hệ trong tổ chức một cách chuyên nghiệp, tôn trọng người khác và ra quyết định phù hợp với đạo lý.

### **3.22. STA2002 - THỐNG KÊ KINH DOANH VÀ KINH TẾ (STATISTICS FOR BUSINESS AND ECONOMICS)**

**Số tín chỉ: 3 tín chỉ**

**Học phần điều kiện học trước: Không**

Học phần cung cấp một cách có hệ thống kiến thức và kỹ năng về việc ứng dụng các phương pháp thống kê nhằm thu thập, tổ chức, trình bày, phân tích và diễn giải dữ liệu về các hiện tượng kinh tế và kinh doanh. Các chủ đề của học phần bao gồm: giới thiệu các ứng dụng của thống kê và các thuật ngữ chuyên môn; mô tả dữ liệu chéo; biến ngẫu nhiên và phân phối xác suất của biến ngẫu nhiên; lấy mẫu và ước lượng các tham số của tổng thể từ dữ liệu mẫu; kiểm định các giả thuyết về tổng thể; phân tích mối liên hệ giữa các hiện tượng, phân tích dữ liệu thời gian và dự đoán, phương pháp tính các chỉ số, phân tích phương sai trên các mô hình thiết kế thực nghiệm.

### **3.23. FIN2001 - THỊ TRƯỜNG VÀ CÁC ĐỊNH CHẾ TÀI CHÍNH (FINANCIAL MARKETS AND INSTITUTIONS)**

**Số tín chỉ: 3 tín chỉ**

**Học phần điều kiện học trước: ECO1001-Kinh tế vĩ mô, MGT1001-Kinh tế vi mô**

Học phần cung cấp những kiến thức cơ bản về các thành phần chủ yếu và mối quan hệ giữa các thành phần này trong hệ thống tài chính. Cụ thể, sinh viên sẽ được trang bị kiến thức nền tảng về thị trường tài chính, bao gồm thị trường tiền tệ, thị trường trái phiếu, thị trường cổ phiếu và thị trường chứng khoán phái sinh. Đồng thời, học phần cũng giới thiệu đến người học các định chế tài chính, bao gồm ngân hàng thương mại và các định chế tài chính phi ngân hàng. Ngoài ra, người học sẽ được trang bị những kiến thức cơ bản về lãi suất - một yếu tố quan trọng của thị trường tài chính và kiến thức cơ bản về hoạt động của ngân hàng trung ương.

### **3.24. MGT2002 - NHẬP MÔN KINH DOANH (INTRODUCTION TO BUSINESS)**

**Số tín chỉ: 3 tín chỉ**

**Học phần điều kiện học trước: MGT1002 - Quản trị học**

Nhập môn kinh doanh là học phần được xây dựng nhằm cung cấp cho người học những khái niệm, nội dung cơ bản về cách thức hình thành và quản lý một doanh nghiệp. Đối với sinh viên thuộc các ngành kinh doanh, học phần nhập môn kinh doanh

cung cấp những khái niệm cơ bản đầu tiên, tạo nền tảng kiến thức để sinh viên tiếp tục học các môn học về quản trị và kinh doanh chuyên sâu. Đối với sinh viên không thuộc các ngành kinh doanh, học phần nhập môn kinh doanh cung cấp cho sinh viên các kiến thức nền tảng cơ bản về kinh doanh, để cho dù tốt nghiệp bất cứ ngành nào, lĩnh vực nào, người học cũng có đủ kiến thức cơ bản để khởi nghiệp và quản lý một tổ chức kinh doanh nhỏ.

### **3.25. IBS2001 - KINH DOANH QUỐC TẾ (INTERNATIONAL BUSINESS)**

**Số tín chỉ: 3 tín chỉ**

**Học phần điều kiện học trước: MGT2002 - Nhập môn Kinh doanh**

Các nhà quản lý và doanh nghiệp khi kinh doanh quốc tế sẽ đối mặt với sự khác biệt về kinh tế chính trị và văn hóa. Ngoài ra, hoạt động kinh doanh quốc tế sẽ đối mặt với chính sách phân biệt đối xử giữa doanh nghiệp trong nước và doanh nghiệp nước ngoài của nước sở tại trong thương mại và đầu tư. Môn học này sẽ cung cấp cho người học kiến thức về sự khác biệt giữa các quốc gia, động cơ và nội dung của các chính sách thương mại và đầu tư quốc tế và cách thức mà các doanh nghiệp giải quyết các cơ hội và thách thức này.

### **3.26. LAW2001 - LUẬT KINH DOANH (BUSINESS LAW)**

**Số tín chỉ: 3 tín chỉ**

**Học phần điều kiện học trước: LAW1001 - PHÁP LUẬT ĐẠI CƯƠNG**

Sản xuất, kinh doanh là hoạt động cơ bản của con người. Đó vừa là quyền vừa là trách nhiệm của các thành viên trong xã hội nhằm đảm bảo sự tồn tại và thúc đẩy sự phát triển của mỗi quốc gia. Với mục đích trang bị cho sinh viên những kiến thức pháp luật về kinh doanh, giúp các em am hiểu những vấn đề pháp lý trong hoạt động đầu tư, tự tin khởi nghiệp, học phần Luật Kinh doanh được thiết kế bao gồm những vấn đề cơ bản về chủ thể kinh doanh theo quy định của pháp luật Việt Nam, cung cấp các kiến thức về hợp đồng trong kinh doanh, thương mại; giới thiệu cơ chế giải quyết tranh chấp trong hoạt động kinh doanh, thương mại và các quy định về phá sản doanh nghiệp, hợp tác xã

### **3.27. ENG3001- TIẾNG ANH KINH DOANH (BUSINESS ENGLISH)**

**Số tín chỉ: 3 tín chỉ**

**Học phần điều kiện học trước: Không**

Tiếng Anh kinh doanh là môn tiếng Anh tích hợp các kỹ năng ngôn ngữ phù hợp cho sinh viên ở trình độ trung cấp. Học phần này bao gồm các nội dung được thiết kế nhằm đáp ứng nhu cầu của sinh viên muốn học “kinh doanh” thông qua ngôn ngữ và thực hiện các tác nghiệp kinh doanh quen thuộc bằng tiếng Anh. Học phần này bao quát

những vấn đề quan trọng trong kinh doanh như thị trường, xây dựng thương hiệu, đặt hàng, tiếp nhận và xử lý đơn đặt hàng, thương lượng, giao tiếp thư từ. Ngoài ra, sinh viên có cơ hội thực hành các kỹ năng như: hội họp, báo cáo kinh doanh thông qua diễn giải đồ thị và kỹ năng thương lượng. Học phần này còn cung cấp cho người học các khái niệm cơ bản về kinh doanh thương mại, và các bài học thuật về chủ đề: khởi nghiệp, xây dựng thương hiệu, điều tra thị trường.

### **3.28. COM2001 - QUẢN TRỊ DOANH NGHIỆP THƯƠNG MẠI (BUSINESS MANAGEMENT, MAJORING COMMERCE)**

**Số tín chỉ: 3 tín chỉ**

**Học phần điều kiện học trước: MGT1002 – Quản trị học**

Học phần đề cập những kiến thức về thương mại và những định hướng chiến lược của các doanh nghiệp thương mại; Cách thức tổ chức và kỹ năng quản trị các hoạt động bán hàng, mua hàng và dự trữ hàng hóa, quản trị nhân sự; phân tích, đánh giá hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp thương mại.

### **3.29. COM3001 - THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ (ELECTRONIC COMMERCE)**

**Số tín chỉ: 3 tín chỉ**

**Học phần điều kiện học trước: Không**

Học phần đề cập đến những kiến thức cơ bản về thương mại điện tử, lợi ích và các điều kiện ứng dụng thương mại điện tử trong nền kinh tế. Học phần này cung cấp những kiến thức về các mô hình và ứng dụng thương mại điện tử; các nền tảng thương mại điện tử hiện đại, các công cụ tác nghiệp hỗ trợ thương mại điện tử; cách thức hoạch định chiến lược thương mại điện tử và xây dựng dự án thương mại điện tử cho doanh nghiệp. Học phần này lấy người học làm trung tâm với các hoạt động thực hành trên lớp và các bài tập nhóm liên quan đến kiến thức của học phần.

### **3.30. COM3008 - MARKETING ĐIỆN TỬ (ELECTRONIC MARKETING)**

**Số tín chỉ: 3 tín chỉ**

**Học phần điều kiện học trước: Không**

Môn học đề cập đến những kiến thức cơ bản về marketing điện tử và sự tác động của công nghệ số trong việc chuyển đổi hoạt động marketing của doanh nghiệp. Môn học này tập trung cung cấp những kiến thức cập nhật đối với hoạt động marketing trong môi trường điện tử; các công cụ tác nghiệp marketing điện tử; cách thức quản trị hiệu suất hoạt động marketing điện tử của doanh nghiệp. Môn học này lấy người học làm trung tâm với các hoạt động thực hành trên lớp và các bài tập nhóm liên quan đến kiến thức của học phần.

### **3.31. ELC3013 - PHÂN TÍCH VÀ THIẾT KẾ QUY TRÌNH KINH DOANH (BUSINESS PROCESS ANALYSIS AND DESIGN)**

**Số tín chỉ: 3 tín chỉ**

**Học phần điều kiện học trước: Không**

Học phần này cung cấp kiến thức tổng quan về các khái niệm, các kỹ thuật, các công cụ và công nghệ liên quan đến phân tích và thiết kế quy trình kinh doanh của tổ chức. Sinh viên sẽ học các phương pháp, công cụ và kỹ thuật thu thập dữ liệu và phân tích yêu cầu cùng với các phương pháp mô hình hóa quy trình và hệ thống tổ chức. Ngoài ra, người học sẽ được rèn luyện khả năng trích xuất, phân tích, và sắp xếp các yêu cầu của người dùng cuối cùng như đề xuất các thiết kế cải tiến quy trình kinh doanh của tổ chức thông qua việc áp dụng các công nghệ thông mới của cuộc cách mạng công nghệ 4.0. Các chủ đề chính của khóa học bao gồm: vòng đời phát triển hệ thống, các phương pháp thu thập dữ liệu hỗ trợ cho việc phân tích và mô tả quy trình kinh doanh, phân tích người dùng và công việc, thiết kế hệ thống với sơ đồ luồng dữ liệu, sơ đồ thực thể mối quan hệ, giao diện người dùng. Bên cạnh đó, người học cũng được trang bị một số kỹ năng mềm bao gồm: kỹ năng tìm kiếm, chọn lọc và tổng hợp tài liệu, kỹ năng viết và trình bày báo cáo, kỹ năng làm việc nhóm.

### **3.32. FIN3006 - QUẢN TRỊ TÀI CHÍNH (FINANCIAL MANAGEMENT)**

**Số tín chỉ: 3 tín chỉ**

**Học phần điều kiện học trước: Không**

Học phần quản trị tài chính cung cấp cho sinh viên những kiến thức và kỹ năng cơ bản trong việc đánh giá và ra quyết định tài chính trong doanh nghiệp. Để phục vụ cho nhà quản trị tài chính hướng đến mục tiêu tối đa hóa giá trị cổ đông, học phần sẽ trang bị cho người học những kiến thức, kỹ năng cơ bản như: phân tích báo cáo tài chính, hoạch định tài chính, quản trị vốn luân chuyển, ngân sách đầu tư, chi phí vốn. Bên cạnh đó, học phần cũng cung cấp những công cụ và kiến thức nền tảng để giúp cho sinh viên có thể tham gia vào khóa học tài chính chuyên sâu khác.

### **3.33. MIS3013 - KINH DOANH ĐIỆN TỬ (E-BUSINESS)**

**Số tín chỉ: 3 tín chỉ**

**Học phần điều kiện học trước: COM3001-Thương mại điện tử**

Học phần trang bị cho người học những kiến thức cơ bản về kinh tế trong lĩnh vực kinh doanh trên môi trường trực tuyến, các mô hình hình thương mại điện tử cũng như cách thức giao dịch trong thương mại điện tử. Ngoài ra, học phần còn đề cập đến những vấn đề liên quan đến hoạt động thương mại điện tử như quản trị đơn hàng, đấu giá trực tuyến, đàm phán thông minh, chăm sóc khách hàng, xây dựng hiện diện trên mạng, thanh toán điện tử,... Học phần trang bị cho người học kỹ năng thông qua sử dụng các nền tảng thương mại điện tử để xây dựng một dự án kinh doanh trên môi

trường trực tuyến. Bên cạnh đó, những tình huống thực tế và bài tập thực hành từ thực tiễn kinh doanh của các doanh nghiệp thương mại điện tử cũng được đưa vào giảng dạy để tăng cường kiến thức và kỹ năng cho người học.

### **3.34. MKT3003 - HÀNH VI NGƯỜI TIÊU DÙNG (CONSUMER BEHAVIOR)**

**Số tín chỉ: 3 tín chỉ**

**Học phần điều kiện học trước: MKT2001 – Marketing Căn Bản**

Môn học tập trung vào cung cấp kiến thức về hành vi người tiêu dùng, cụ thể phân tích các quyết định của người tiêu dùng, giải thích các nhân tố và cơ chế dẫn đến các quyết định này, từ đó vận dụng để ra các quyết định Marketing hữu hiệu; đồng thời nhấn mạnh đến đánh giá vấn đề đạo đức trong nghiên cứu hành vi người tiêu dùng.

### **3.35. MKT3006 - TRUYỀN THÔNG MARKETING (MARKETING COMMUNICATIONS)**

**Số tín chỉ: 3 tín chỉ**

**Học phần điều kiện học trước: MKT2001- Marketing căn bản**

Môn học Truyền thông marketing nhằm trang bị cho học viên những kiến thức và kỹ năng cần thiết để xây dựng, phân tích, đánh giá các vấn đề truyền thông của doanh nghiệp, có khả năng tự thiết kế và tổ chức thành công các dự án truyền thông marketing, góp phần nâng cao hiệu quả của chiến lược marketing chung của doanh nghiệp đặt trong bối cảnh cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 với xu hướng chuyển đổi số đang phát triển mạnh mẽ hiện nay. Truyền thông marketing đi theo quan điểm truyền thông tích hợp (IMC) nhằm tìm hiểu và đáp ứng tập trung cho khách hàng một cách tốt hơn dựa trên các đối thoại liên tục, thay vì quan điểm truyền thông truyền thống đa phần dựa trên các mục tiêu về tài chính. Chiến lược truyền thông marketing tích hợp sẽ liên kết được tất cả các chức năng của truyền thông marketing nhằm xây dựng một hình ảnh thương hiệu thống nhất, tập trung và bền vững. Bên cạnh đó, môn học cũng cung cấp các kiến thức và kỹ năng chuyên biệt của từng công cụ và kỹ thuật của truyền thông marketing như quảng cáo, khuyến mại, quan hệ công chúng, marketing trực tiếp và đặc biệt truyền thông trên nền tảng internet với các định dạng số hóa đa dạng và mới mẻ.

### **3.36. IBS2003 - GIAO DỊCH THƯƠNG MẠI QUỐC TẾ (INTERNATIONAL TRADE TRANSACTIONS)**

**Số tín chỉ: 3 tín chỉ**

**Học phần điều kiện học trước: Không**

Học phần giao dịch thương mại quốc tế cung cấp cho người học kiến thức tổng quan chung và các nghiệp vụ trong giao dịch thương mại quốc tế. Cụ thể, học phần này tập trung:

- cung cấp các khái niệm, đặc trưng và cơ sở pháp lý của giao dịch mua bán hàng hoá quốc tế.
- hướng dẫn cách thức vận dụng các điều khoản (hàng hoá, chất lượng, số lượng, giá cả & thanh toán, giao nhận, pháp lý...) và một số quy tắc trong mua bán hàng hóa quốc tế (Incoterms 2020, UCP 600, URC 522, ICC 2009...) trong đàm phán, soạn thảo, ký kết hợp đồng ngoại thương.
- phân tích quy trình tổ chức thực hiện hợp đồng xuất khẩu, nhập khẩu; đặc trưng, và cách kiểm tra các chứng từ trong giao dịch thương mại quốc tế
- cung cấp đặc điểm, nội dung và nghiệp vụ thực hiện các phương thức giao dịch thương mại chủ yếu hiện nay trên thị trường thế giới.

### **3.37. MGT3001 - QUẢN TRỊ CHIẾN LƯỢC (STRATEGIC MANAGEMENT)**

**Số tín chỉ: 3 tín chỉ**

**Học phần điều kiện học trước: Nhập môn kinh doanh**

Quản trị chiến lược đề cập đến cách thức ra các quyết định nhằm duy trì hiệu suất dài hạn của tổ chức. Học phần giúp sinh viên hiểu sâu sắc các khái niệm về các quyết định chiến lược, các chiến lược, tư duy chiến lược, lợi thế cạnh tranh, năng lực cạnh tranh và các khái niệm liên quan đến quản trị chiến lược. Học phần cũng cung cấp những nội dung cơ bản của quản trị chiến lược trong tổ chức: viển cảnh sứ mệnh, nghiên cứu môi trường, phân tích bên trong tổ chức, các loại chiến lược trong tổ chức kinh doanh và tổ chức thực hiện chiến lược; nghiên cứu công ty trong mối quan hệ với các bên hữu quan, trong môi trường biến đổi hình thành tư duy chiến lược cho các nhà quản trị; các bối cảnh môi trường bên ngoài, bên trong xây dựng các chiến lược hữu hiệu và tổ chức thực hiện chiến lược.

### **3.38. RMD3001 - PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU KHOA HỌC (RESEARCH METHODOLOGY)**

**Số tín chỉ: 2 tín chỉ**

**Học phần điều kiện học trước: Không**

Học phần này cung cấp cho sinh viên những kiến thức tổng quan về phương pháp NCKH trong kinh doanh. Học phần bao gồm các nội dung cơ bản liên quan đến phương pháp nghiên cứu định lượng và định tính, nhằm cung cấp cho sinh viên kiến thức về xác định vấn đề nghiên cứu, tổng quan tài liệu, thiết kế nghiên cứu, chọn mẫu,

sử dụng công cụ thống kê và trình bày kết quả thống kê. Học phần cũng cung cấp cho sinh viên kỹ năng viết báo cáo kết quả nghiên cứu.

### **3.39. COM3003 - QUẢN TRỊ QUAN HỆ KHÁCH HÀNG (CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT)**

**Số tín chỉ: 3 tín chỉ**

**Học phần điều kiện học trước: MKT2001 Marketing căn bản**

Quản trị quan hệ khách hàng (CRM) là môn học cung cấp cho sinh viên những kiến thức nền tảng về CRM và các nguyên lý thực hành CRM trong môi trường kinh doanh hiện đại. Môn học tập trung vào một số vấn đề căn bản của CRM gồm: .

- Tổng quan về quản trị quan hệ khách hàng (gồm các nội dung: khái niệm CRM, các đặc điểm của một mối quan hệ, quản trị vòng đời khách hàng)

- CRM chiến lược (gồm các nội dung: Quản trị danh mục khách hàng, giá trị khách hàng, quản trị trải nghiệm khách hàng)

- CRM tác nghiệp (gồm các nội dung: Tự động hoá marketing, Tự động hoá lực lượng bán, Tự động hoá dịch vụ)

- CRM phân tích (gồm các nội dung: Phân tích khách hàng trong CRM, Phát triển và quản trị cơ sở dữ liệu khách hàng, Sử dụng cơ sở dữ liệu khách hàng)

- Tổ chức và triển khai dự án CRM (gồm các nội dung: Cấu trúc tổ chức về quản trị khách hàng, quy trình triển khai dự án CRM).

### **3.40. COM3002 - QUẢN TRỊ BÁN LẺ (RETAIL MANAGEMENT)**

**Số tín chỉ: 3 tín chỉ**

**Học phần điều kiện học trước:**

Môn học đề cập đến những kiến thức cơ bản về quản trị bán lẻ, lợi ích và vai trò của lĩnh vực bán lẻ đối với nền kinh tế. Môn học này cung cấp những kiến thức về các loại hình và phương thức bán lẻ phổ biến; các khía cạnh chiến lược và các cách thức quản trị hàng hóa và quản trị cửa hàng trong bán lẻ. Môn học này lấy người học làm trung tâm với các hoạt động thực hành trên lớp và các bài tập nhóm liên quan đến kiến thức của học phần.

### **3.41. COM2002 - QUẢN TRỊ PHÂN PHỐI (DISTRIBUTION MANAGEMENT)**

**Số tín chỉ: 3 tín chỉ**

**Học phần điều kiện học trước: MKT2001–Marketing căn bản, COM2001 – Quản trị doanh nghiệp thương mại**

Học phần trang bị các kiến thức tổng quan về phân phối, tầm quan trọng của hoạt động phân phối, hoạch định phân phối và một số vấn đề tổ chức có liên quan đến chức năng phân phối trong mối liên hệ với các yếu tố bên trong và bên ngoài doanh nghiệp; kiến thức chuyên sâu và kỹ năng hoạch định và tổ chức thực hiện các hoạt động quản trị kênh phân phối, dịch vụ khách hàng, quản trị tồn kho và vận chuyển sản phẩm trong doanh nghiệp, đặc biệt là trong các doanh nghiệp thương mại; các hoạt động kiểm soát và kỹ năng kiểm soát các hoạt động phân phối của doanh nghiệp. Học phần cũng dành một sự quan tâm đáng kể để giới thiệu các vấn đề về công nghệ và ứng dụng công nghệ trong các hoạt động phân phối.

### **3.42. COM3004 - QUẢN TRỊ LỰC LƯỢNG BÁN (SALES FORCE MANAGEMENT)**

**Số tín chỉ: 3 tín chỉ**

#### **Học phần điều kiện học trước:**

Quản trị lực lượng bán là môn học khoa học quản lý chuyên ngành nghiên cứu kỹ năng và quy trình quản trị đội ngũ bán hàng của doanh nghiệp từ việc xác định mục tiêu của lực lượng bán đến việc tổ chức, lãnh đạo và kiểm tra lực lượng bán nhằm đạt được mục tiêu mà doanh nghiệp đặt ra.

Môn học gồm các nội dung chính: (1) Tổng quan về Quản trị lực lượng bán; (2) Mục tiêu lực lượng bán; (3) Cấu trúc và quy mô lực lượng bán; (4) Định ranh khu vực bán hàng; (5) Tổ chức công việc người bán trên khu vực; (6) Tuyển dụng và đào tạo lực lượng bán, (7) Chính sách và phương pháp thù lao người bán; (8) Đánh giá lực lượng bán.

### **3.43. COM3009 - QUẢN TRỊ THU MUA VÀ LƯU KHO (PROCUREMENT AND INVENTORY MANAGEMENT)**

**Số tín chỉ: 3 tín chỉ**

#### **Học phần điều kiện học trước: COM2001 – Quản trị doanh nghiệp thương mại**

Quản trị thu mua và lưu kho là môn học khoa học quản lý chuyên ngành, tập trung nghiên cứu các chức năng chính của hoạt động đầu vào trong doanh nghiệp thương mại là thu mua và lưu trữ hàng hóa, bao gồm từ việc xác định mục tiêu thu mua, lên kế hoạch thu mua, phân tích các đặc điểm của quá trình thu mua cho đến công tác lưu kho và bảo quản hàng hóa. Nội dung chính bao gồm: (1) Khái quát về hoạt động thu mua và tiến trình thu mua trong doanh nghiệp thương mại và dịch vụ; (2) Hoạch định tổ chức hoạt động thu mua; (3) Chất lượng cung ứng khi thu mua; (4) Thời gian và giao nhận; (5) Chi phí thu mua; (6) Tồn kho và dự báo nhu cầu (7) Kho bãi.



### **3.44. COM3010- TƯ DUY THIẾT KẾ VÀ TRẢI NGHIỆM KHÁCH HÀNG (DESIGN THINKING AND CUSTOMER EXPERIENCE)**

**Số tín chỉ: 3 tín chỉ**

**Học phần điều kiện học trước:** Marketing căn bản

Tư duy thiết kế và trải nghiệm khách hàng là môn học cung cấp những kiến thức lý thuyết nền tảng và phát triển những kỹ năng cần thiết cho việc thiết kế và quản trị trải nghiệm khách hàng trong các tổ chức. Môn học được xây dựng theo quan điểm tiếp cận tư duy thiết kế lấy khách hàng làm trung tâm, trên cơ sở đó sinh viên sẽ được tìm hiểu và rèn luyện về tư duy thiết kế và ứng dụng tư duy này vào xây dựng, quản trị và đánh giá hoạt động trải nghiệm của khách hàng.

Nội dung chính của môn học bao gồm (1) Cung cấp các kiến thức nền tảng về tư duy thiết kế và ứng dụng tư duy thiết kế trong xây dựng và quản trị trải nghiệm khách hàng; (2) Phân tích các nhân tố liên quan đến thiết kế trải nghiệm khách hàng; (3) Xây dựng kế hoạch thiết kế trải nghiệm khách hàng; (4) Ứng dụng, kiểm tra và đo lường hoạt động thiết kế trải nghiệm khách hàng.

### **3.45. COM3011- KỸ NĂNG BÁN HÀNG (SELLING SKILLS)**

**Số tín chỉ: 3 tín chỉ**

**Học phần điều kiện học trước:** Quản trị quan hệ khách hàng

Kỹ năng bán hàng là môn học cung cấp những kiến thức căn bản và phát triển những kỹ năng cần thiết cho việc triển khai các hoạt động bán hàng nhắm đến các đối tượng là người tiêu dùng và khách hàng tổ chức. Môn học được xây dựng theo hướng tập trung vào việc nâng cao các kỹ năng giao tiếp cơ bản (nói, viết, nghe) của sinh viên; kỹ năng làm việc nhóm; kỹ năng xây dựng và duy trì mối quan hệ bền vững, có lợi với khách hàng; giúp sinh viên hiểu rõ từng thành phần của quy trình bán hàng và đặc điểm của các đối tượng khách hàng thông qua các bài tập thực hành đóng vai trên lớp.

Nội dung chính của môn học bao gồm việc cung cấp các kiến thức và thực hành các kỹ năng liên quan đến: (1) triết lý bán hàng trong bối cảnh bùng nổ về công nghệ và sự tiến hoá sâu sắc của các mô hình bán hàng trong mối quan hệ với các thành tố marketing; (2) chiến lược xây dựng mối quan hệ lâu dài với khách hàng dựa trên các giá trị đạo đức nghề nghiệp và kỹ năng giao tiếp thích ứng với các khách hàng khác nhau; (3) chiến lược sản phẩm mang đến các giải pháp giải quyết các vấn đề cho khách hàng đồng thời gia tăng giá trị cho khách hàng; (4) chiến lược khách hàng giúp hiểu rõ các đặc điểm, quy trình và hành vi mua của khách hàng; (5) chiến lược thuyết phục khách hàng dựa trên các kỹ năng đàm phán, thương lượng và hoá giải các thách thức,

bận tâm của khách hàng, hướng đến việc xây dựng mối quan hệ bền vững, có lợi giữa người bán và người mua.

### **3.46. ELC3020 - NHẬP MÔN KHOA HỌC DỮ LIỆU TRONG KINH DOANH (DATA SCIENCE FOR BUSINESS)**

**Số tín chỉ: 3 tín chỉ**

**Học phần điều kiện học trước: Không**

Học phần trang bị cho người học những kiến thức nền tảng và công nghệ liên quan để hiểu vai trò và ứng dụng của khoa học dữ liệu trong kinh doanh nhằm hỗ trợ cho nhà quản lý ra quyết định kinh doanh hiệu quả hơn. Thêm vào đó, học phần trang bị cho người học kỹ năng sử dụng thành thạo công cụ phân tích và trực quan hóa dữ liệu để tích hợp, quản lý, lập báo cáo, phân tích dữ liệu hỗ trợ ra quyết định kinh doanh, giúp cho doanh nghiệp có thể kiểm soát và khai thác các nguồn dữ liệu trong doanh nghiệp một cách tối ưu và thông minh.

### **3.47. MKT3013 - THIẾT KẾ TRUYỀN THÔNG ĐA PHƯƠNG TIỆN (MULTIMEDIA DESIGN)**

**Số tín chỉ: 3 tín chỉ**

**Học phần điều kiện học trước: MKT2001\_Marketing căn bản, MIS1001\_Tin học văn phòng**

Học phần nhằm trang bị cho người học những kiến thức nền tảng về đồ họa và thiết kế đa phương tiện; trang bị cho người học những kỹ năng thực hành nhằm sử dụng thuần thục các công cụ thiết kế các ấn phẩm đồ họa, đa phương tiện phục vụ các hoạt động truyền thông và marketing.

Nội dung chính của học phần bao gồm:

- Tổng quan về đa phương tiện và thiết kế đa phương tiện;
- Xử lý ảnh và thiết kế các ấn phẩm đồ họa;
- Thiết kế các ấn phẩm phục vụ hoạt động truyền thông và marketing.

### **3.48. COM3006 - BÁN LẺ ĐIỆN TỬ (ELECTRONIC RETAILING)**

**Số tín chỉ: 3 tín chỉ**

**Học phần điều kiện học trước: Không**

Môn học đề cập đến những kiến thức và nguyên tắc cơ bản trong kinh doanh bán lẻ điện tử cũng như các mô hình kinh doanh bán lẻ điện tử và ưu nhược điểm của các mô hình này. Môn học cung cấp những kiến thức về xu hướng của bán lẻ điện tử trên thế giới và ở Việt Nam hiện nay. Các cách thức tích hợp chiến lược bán lẻ điện tử vào mô

hình kinh doanh hiện tại của doanh nghiệp và triển khai các phối thức kinh doanh bán lẻ điện tử cũng được đề cập đến trong học phần này. Đồng thời môn học này cũng tập trung vào nghiên cứu các hoạt động tác nghiệp trong lĩnh vực bán lẻ điện tử: nguyên tắc thiết kế các không gian bán lẻ điện tử; quản trị xử lý đơn hàng; định giá; và quản trị quan hệ khách hàng trực tuyến. Môn học này lấy người học làm trung tâm với các hoạt động thực hành trên lớp và các bài tập nhóm liên quan đến chủ đề hàng tuần.

### **3.49. COM3095 - ĐỀ ÁN KINH TẾ THƯƠNG MẠI (COMMERCE PROJECT)**

**Số tín chỉ: 2 tín chỉ**

**Học phần điều kiện học trước:** COM2001- Quản trị doanh nghiệp thương mại

Đề án Kinh doanh thương mại được thiết kế nhằm giúp sinh viên cọ xát với thực tiễn hoạt động thương mại, đồng thời ôn lại và vận dụng các kiến thức và kỹ năng về quản trị và nghiên cứu về thương mại đã được rèn luyện trong quá trình học. Đề án cũng đóng vai trò giúp sinh viên làm quen và chuẩn bị tiền đề cho việc thực tập tốt nghiệp cuối khóa.

Sinh viên sẽ thực hiện đề án theo nhóm với yêu cầu chính là tìm hiểu về các hoạt động liên quan đến hoạt động thương mại của một đơn vị (doanh nghiệp, tổ chức, hội nhóm) trong thực tế. Sau đó, các hiểu biết này được vận dụng để xây dựng một bản mô tả tình huống nghiên cứu (case). Đề án được thực hiện dưới sự hướng dẫn của giáo viên phụ trách và sự hỗ trợ, giám sát của đại diện đơn vị thực tế.

### **3.50. IBS3004 - KINH DOANH XUẤT NHẬP KHẨU (IMPORT-EXPORT BUSINESS)**

**Số tín chỉ: 3 tín chỉ**

**Học phần điều kiện học trước:** IBS2003 – Giao dịch Thương mại Quốc tế

Học phần này cung cấp cho sinh viên những kiến thức về tổ chức hoạt động kinh doanh đối với doanh nghiệp xuất nhập khẩu trong bối cảnh hội nhập quốc tế và khu vực. Học phần tập trung vào một số vấn đề cơ bản như sau:

- Các định chế toàn cầu và các liên kết kinh tế khu vực; ảnh hưởng của chúng đối với hoạt động kinh doanh xuất nhập khẩu của doanh nghiệp
- Nghiên cứu và lựa chọn thị trường xuất khẩu hoặc nhập khẩu thông qua việc sử dụng công cụ nghiên cứu thị trường quốc tế (Trademap và Macmap)
- Lập kế hoạch cho hoạt động kinh doanh xuất nhập khẩu: cách thức lựa chọn đối tác, xây dựng chính sách sản phẩm; phân phối; giá cả và xúc tiến
- Tài trợ và quản trị rủi ro đối với doanh nghiệp xuất nhập khẩu.

### **3.51. ELC3002 - QUẢN TRỊ NỘI DUNG SỐ (DIGITAL CONTENT MANAGEMENT)**

**Số tín chỉ: 3 tín chỉ**

**Học phần điều kiện học trước:** Không

Sự bùng nổ của các phương tiện truyền thông số, bên trong và bên ngoài doanh nghiệp, làm gia tăng nhanh chóng số lượng, loại hình, tính chất của các tài liệu, văn bản, sản phẩm số. Điều này gây ra áp lực lớn đối với các doanh nghiệp, đặc biệt là các doanh nghiệp kinh doanh thương mại điện tử, lên việc quản trị nội dung số một cách hiệu quả.

Học phần Quản trị nội dung số cung cấp những nền tảng lý thuyết và thực hành về mô hình, tiến trình, phương thức và kỹ thuật thu thập, lưu trữ, phân phối, tái sử dụng các sản phẩm số đến người dùng một cách có chiến lược. Thông qua môn học, sinh viên sẽ nắm bắt các nguyên lý cơ bản nhất về quản trị các sản phẩm số phục vụ hoạt động bên trong và bên ngoài doanh nghiệp cũng như thực hành việc sáng tạo các nội dung số.

### **3.52. MIS3011 - HỆ THỐNG HOẠCH ĐỊNH NGUỒN LỰC DOANH NGHIỆP (ENTERPRISE RESOURCE PLANNING)**

**Số tín chỉ: 3 tín chỉ**

**Học phần điều kiện học trước:** MIS2002 - Hệ thống thông tin quản lí; ACC1001 - Nguyên lý kế toán

Học phần trang bị cho người học một cách có hệ thống về lý thuyết hoạch định nguồn lực doanh nghiệp, giúp sinh viên nắm được các đặc điểm chính của hệ thống ERP, các quy trình nghiệp vụ cơ bản trong mỗi phân hệ và sự tích hợp giữa các phân hệ.

Học phần này còn giúp người học các kỹ năng triển khai các hệ thống ERP trong doanh nghiệp, kỹ năng thực hành các quy trình nghiệp vụ cơ bản trong các phân hệ mua hàng, bán hàng, tài chính, kế toán, quản lí sản xuất, quản lí nhân sự,... trên một hệ thống ERP như SAP B1/ODOO.

### **3.53. IBS3010 - MARKETING QUỐC TẾ (INTERNATIONAL MARKETING)**

**Số tín chỉ: 3 tín chỉ**

**Học phần điều kiện học trước:** MKT2001- Marketing căn bản

Học phần này cung cấp kiến thức về marketing trong điều kiện kinh doanh quốc tế, tập trung vào nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến hoạt động marketing quốc tế của doanh nghiệp cũng như các quyết định marketing của công ty trong kinh doanh quốc tế. Cụ thể, môn học giới thiệu với sinh viên về bản chất của hoạt động kinh doanh quốc tế và marketing quốc tế; phân tích các yếu tố môi trường chính trị, pháp luật, kinh tế, văn hóa của các quốc gia và quốc tế ảnh hưởng đến kinh doanh quốc tế; giới

thiệu về các vấn đề liên quan đến việc nghiên cứu và lựa chọn và thâm nhập vào thị trường quốc tế; trình bày các chính sách marketing quốc tế mà công ty phải thực hiện khi tham gia vào kinh doanh quốc tế, bao gồm: chính sách sản phẩm, chính sách giá cả, chính sách phân phối, chính sách truyền thông.

### **3.54. MGT3018 - KẾ HOẠCH KINH DOANH (BUSINESS PLAN)**

**Số tín chỉ: 2 tín chỉ**

**Học phần điều kiện học trước: MGT2002- Nhập môn kinh doanh**

Kế hoạch kinh doanh là môn học được thiết kế nhằm giúp người học triển khai mô hình kinh doanh thành một kế hoạch kinh doanh cụ thể, giúp người học tính được một cách tổng thể các nguồn lực cần có để thực hiện một dự án kinh doanh cũng như khung thời gian cơ bản để triển khai thực hiện kế hoạch kinh doanh. Ngoài ra, môn học còn được thiết kế để giúp người học kết nối chiến lược với các kế hoạch chức năng như kế hoạch sản xuất, tài chính, nhân sự, marketing... vào một kế hoạch kinh doanh tổng thể nhằm triển khai một dự án kinh doanh.

### **3.55. COM4001- BÁO CÁO TỐT NGHIỆP**

**Số tín chỉ: 10 tín chỉ**

Tham gia tìm hiểu các công việc ở đơn vị thực tập, từ đó rèn luyện khả năng hoạt động thực tiễn, khả năng vận dụng kiến thức khoa học vào giải quyết các vấn đề nảy sinh trong thực tế.

Nắm được hệ thống tổ chức, nội dung và quá trình thực hiện các công việc tại đơn vị thực tập như: Quy trình kinh doanh định hướng khách hàng (Quy trình bán hàng, Quy trình chăm sóc khách hàng, quy trình giải quyết khiếu nại khách hàng, quy trình thu thập thông tin khách hàng,...), hoạt động bán hàng tại cửa hàng bán lẻ, hoạt động bán hàng và quản trị lực lượng bán hàng tại doanh nghiệp, hoạt động phân phối hàng hoá, hoạt động xúc tiến bán, việc trao đổi, mua bán hàng hóa dịch vụ, hợp tác và tìm kiếm đối tác,....

Đi sâu nghiên cứu một vấn đề thực tiễn thuộc lĩnh vực chuyên môn kinh doanh thương mại, vận dụng tổng hợp kiến thức đã học để giải quyết vấn đề đặt ra. Trên cơ sở đó rèn luyện phương pháp luận khoa học, rèn luyện phương pháp trình bày một cách có hệ thống vấn đề nghiên cứu.

Kết quả cụ thể là hoàn thành một chuyên đề tốt nghiệp hoặc luận văn tốt nghiệp và các sản phẩm kèm theo (chương trình, tài liệu,...) trong quá trình thực hiện đề tài.

**THÔNG QUA KHOA**

**TỔ TRƯỞNG**

**TỔ SOẠN THẢO CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO**

