

CHUẨN ĐẦU RA CHƯƠNG TRÌNH GIÁO DỤC ĐẠI HỌC

Ngành: Marketing

Chuyên ngành: Marketing

Chương trình đào tạo đại trà

Áp dụng cho khóa tuyển sinh năm 2014

Mục tiêu chung

Mục tiêu chung của chương trình là đào tạo và cung ứng cho các doanh nghiệp và các tổ chức những nhà quản trị marketing chuyên nghiệp, có kiến thức, phẩm chất và năng lực hành động phù hợp các yêu cầu thực tiễn của hoạt động marketing hiện tại và tương lai.

Kiến thức; kỹ năng; hành vi, thái độ

Kiến thức

Sau khi hoàn thành khóa học, sinh viên nắm vững các kiến thức cốt lõi về:

- Nghiên cứu và phân tích thị trường nhằm nhận diện các cơ hội Marketing cho doanh nghiệp.
- Nghiên cứu, lựa chọn thị trường mục tiêu phù hợp cho doanh nghiệp.
- Nghiên cứu và nhận diện rõ các nhân tố cốt lõi nhằm thấu hiểu hành vi của người tiêu dùng mục tiêu đối với sản phẩm/dịch vụ mà doanh nghiệp cung ứng.
- Xây dựng và phát triển thương hiệu sản phẩm nhằm tạo ra vị trí cạnh tranh vượt trội và bền vững cho sản phẩm/dịch vụ.
- Hoạch định chiến lược phát triển sản phẩm/dịch vụ mới nhằm đáp ứng tốt xu hướng tiêu dùng và cạnh tranh.
- Quản trị chủng loại sản phẩm nhằm đáp ứng các nhu cầu khác nhau, duy trì hoặc cải tiến chất lượng sản phẩm/dịch vụ.
- Thiết kế và điều chỉnh chiến lược giá phù hợp với môi trường kinh doanh.
- Thiết kế và quản trị hệ thống kênh phân phối để đưa sản phẩm đến tay khách hàng đúng lúc, đúng địa điểm có nhu cầu.
- Xây dựng và triển khai các kế hoạch, chương trình khuyến khích, xúc tiến như quảng cáo, khuyến mại, quan hệ công chúng v.v...

- Gia tăng sự hài lòng và lòng trung thành khách hàng đối với sản phẩm/dịch vụ doanh nghiệp cung ứng thông qua các chiến lược và chương trình quản trị quan hệ khách hàng.

- Thực hiện việc đánh giá và kiểm tra hoạt động marketing của doanh nghiệp để đánh giá tính hữu hiệu và hiệu quả của hoạt động.

Kỹ năng

- Tạo dựng kỹ năng sẵn sàng học hỏi và hoàn thiện cá nhân.

- Phát triển các kỹ năng truyền thông (nói và viết) cần thiết trong môi trường làm việc, nhấn mạnh đến kỹ năng sử dụng ngôn ngữ nước ngoài.

- Phát triển tư duy phản biện, các kỹ năng ra quyết định và giải quyết vấn đề kinh doanh.

- Tạo dựng kỹ năng tương tác cá nhân.

- Phát triển kỹ năng làm việc nhóm.

- Phát triển kỹ năng nhạy bén và thích ứng với môi trường thay đổi.

- Kỹ năng sử dụng các công cụ công nghệ thông tin cho nghiên cứu người tiêu dùng và marketing chiến lược.

- Kỹ năng hoạch định công việc.

- Kỹ năng phân tích.

- Các kỹ năng bổ sung cho cấp quản trị Marketing: Kỹ năng tư duy chiến lược; Kỹ năng lãnh đạo; Kỹ năng tổ chức; Kỹ năng ra quyết định

Hành vi, thái độ

- Thái độ nghiêm túc, chấp hành các quy chế của Bộ GD&ĐT và nội quy của nhà trường;

- Thể hiện tính chủ động, sáng tạo, mạnh dạn trao đổi, tránh lối học thụ động, đối phó.

- Tích cực rèn luyện phẩm chất đạo đức, kỹ năng nghề nghiệp, chủ động trong học tập tiếp thu kiến thức kinh tế - xã hội, rèn luyện kỹ năng làm việc khoa học, chuyên nghiệp, phù hợp với xu hướng hội nhập.

- Tích lũy đủ số tín chỉ theo quy định của Chương trình giáo dục chuyên ngành và các quy định theo Quy chế đào tạo theo hệ thống tín chỉ ban hành kèm theo Quyết định số 43/2007/QĐ- BGD&ĐT ngày 15/8/2007 của Bộ Giáo dục & Đào tạo.

Trình độ ngoại ngữ, tin học

- Giao tiếp và giải quyết công việc bằng ngoại ngữ với trình độ tiếng Anh đạt cấp độ 3/6 Khung năng lực ngoại ngữ Việt Nam hoặc tương đương.
- Sử dụng thành thạo tin học đạt trình độ B hoặc tương đương.