

CHƯƠNG TRÌNH GIÁO DỤC ĐẠI HỌC

Áp dụng từ khóa tuyển sinh năm 2010

Trình độ đào tạo:	ĐẠI HỌC
Ngành:	MARKETING
Chuyên ngành đào tạo:	MARKETING
Loại hình đào tạo:	CHÍNH QUI

1. Mục tiêu đào tạo

1.1. Mục tiêu chung: Mục tiêu chung của chương trình là đào tạo và cung ứng cho các doanh nghiệp và các tổ chức 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.

1.2. Tiêu chuẩn đầu ra:

1.2.1. 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 trương, 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

1.2.2. 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 với trình độ tiếng Anh tương đương TOEIC 500 hoặc tiếng Pháp DELF A2 hoặc có chứng chỉ các ngoại ngữ tương đương cấp độ B1 – Khung chung châu Âu (Common European Framework – CEF).

- 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

1.2.3. Thái độ và hành vi

- Thể hiện các hành vi phù hợp với chuẩn mực đạo đức chung của xã hội
- Có trách nhiệm với xã hội và tôn trọng pháp luật
- Tuân thủ các chuẩn mực đạo đức nghề nghiệp trong quá trình ra quyết định và cân nhắc đến tác động của nhiều bên hữu quan.
- Suy nghĩ và hành động hướng đến các giá trị của chuyên ngành Marketing: CHUYỂN NGHIỆP, ĐAM MÊ, SÁNG TẠO.
- Có nhận thức đúng đắn về nghề nghiệp.
- Có lòng đam mê nghề nghiệp.
- Có sự tự tin.
- Năng động, độc lập trong công việc.
- Có cam kết cao đối với công việc, hoàn thành công việc theo đúng các yêu cầu hay nhiệm vụ được phân công.
- Có trách nhiệm đối với con đường nghề nghiệp và các mục tiêu của bản thân.
- Hòa đồng, hiểu biết và tôn trọng cấp trên, đồng nghiệp, đối tác...

1.3. Cơ hội nghề nghiệp

Các chức danh nghề nghiệp: Sinh viên ngành Marketing được đào tạo và chuẩn bị để có khả năng và cơ hội hoạt động trong những lĩnh vực sau:

- Marketing tổng quát gồm các nhóm nghề nghiệp :
 - + Lĩnh vực quảng cáo (Advertising): Hoạt động trong các công ty truyền thông, các công ty quảng cáo cũng như các tổ chức có tham gia trong lĩnh vực quảng cáo. (Advertising Manager, Advertising Sales Director, Account Executive, Account Coordinator, Media Director, Media Coordinator, Media Buyer, ...)
 - + Lĩnh vực quản trị thương hiệu và sản phẩm (Brand Management): Hoạt động trong các doanh nghiệp và phụ trách các hoạt động quản trị thương hiệu, sản phẩm (Brand Manager, Product Manager, Product Development Manager, v.v.)
 - + Lĩnh vực nghiên cứu thị trường (Market Research): Đảm nhận các hoạt động nghiên cứu và phân tích thị trường trong các doanh nghiệp nghiên cứu thị trường và bộ phận nghiên cứu

thị trường của các doanh nghiệp (Market Research Director, Market Research Manager, Market Research Supervisor, Market Analyst, v.v.)

+ Lĩnh vực quản trị chiêu thị (Promotion): Hoạt động trong các doanh nghiệp và phụ trách các hoạt động thiết kế và quản trị các chương trình truyền thông marketing.

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

- Lĩnh vực bán hàng và chăm sóc khách hàng gồm các nhóm nghề nghiệp:

+ Lĩnh vực phân phối và cung ứng (Supply and Distribution): Hoạt động trong các doanh nghiệp và phụ trách các hoạt động quản trị kênh phân phối, các hoạt động cung ứng, vận tải và cung ứng dịch vụ.

+ Lĩnh vực bán hàng (Sales): Hoạt động trong các doanh nghiệp và phụ trách các hoạt động quản trị lực lượng bán, thiết kế bán hàng trực tiếp, bán hàng .v.v.

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

Các cơ hội phát triển nghề nghiệp và cá nhân: Sinh viên ngành Marketing được đào tạo và chuẩn bị các kiến thức và năng lực cần thiết để có thể phát triển theo các mức độ thăng tiến nghề nghiệp trong các tổ chức từ nhân viên marketing (marketing officer) đến các cấp quản trị trung gian (marketing manager) và quản trị marketing cấp cao (marketing director).

Ngoài ra, những sinh viên theo học chuyên ngành Marketing cũng được trang bị những kiến thức cần thiết cho việc theo học các bậc học cao hơn trong lĩnh vực Marketing.

2. Thời gian đào tạo: Theo 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 đến 6 năm.

3. Khối lượng kiến thức toàn khóa: 125 tín chỉ, không kể các học phần Giáo dục thể chất và Giáo dục Quốc phòng.

4. Đối tượng tuyển sinh: Tốt nghiệp THPT, THCN

5. Quy trình đào tạo: Hình thức tín chỉ.

6. Thang điểm: Quy chế đào tạo đại học theo hệ thống tín chỉ.

7. Nội dung chương trình

7.1. Kiến thức giáo dục đại cương: (39 tín chỉ)

7.1.1 Lý luận chính trị

STT	Mã học phần	Tên học phần	Số tín chỉ
1	2120201	Các nguyên lý cơ bản của chủ nghĩa Mác-Lênin phần 1	2
2	2120251	Các nguyên lý cơ bản của chủ nghĩa Mác-Lênin phần 2	3
3	2120211	Đường lối cách mạng của Đảng cộng sản Việt Nam	3
4	2120061	Tư tưởng Hồ Chí Minh	2
Tổng			10

7.1.2 Khoa học xã hội

STT	Mã học phần	Tên học phần	Số tín chỉ
5	2160362	Kinh tế ngành	2
6	2110042	Luật kinh tế	2

7	2110011	Pháp luật đại cương	2
8	2110051	Xã hội học	2
Tổng			8

7.1.3 Ngoại ngữ

STT	Mã học phần	Tên học phần	Số tín chỉ
9	4270011	Ngoại ngữ đại cương 1	3
10	4270021	Ngoại ngữ đại cương 2	2
11	4270031	Ngoại ngữ đại cương 3	2
Tổng			7

7.1.4 Toán - Tin học - Khoa học tự nhiên

STT	Mã học phần	Tên học phần	Số tín chỉ
12	2110061	Phương pháp định lượng trong kinh tế	3
13	2150011	Tin học đại cương	3
14	3250041	Lý thuyết xác suất và thống kê toán	3
15	3250011	Toán cao cấp 1	3
16	3250021	Toán cao cấp 2	2
Tổng			14

7.1.5 Giáo dục thể chất

STT	Mã học phần	Tên học phần	Số tín chỉ
17		Giáo dục thể chất	5

7.1.6 Giáo dục quốc phòng

STT	Mã học phần	Tên học phần	Số tín chỉ
18		Giáo dục Quốc phòng	4 tuần

7.2 Kiến thức giáo dục chuyên nghiệp: (86 tín chỉ)

7.2.1 Kiến thức cơ sở

7.2.1.1 Kiến thức cơ sở khối ngành

STT	Mã học phần	Tên học phần	Số tín chỉ
19	2130851	Kinh tế vi mô	3
20	2111221	Kinh tế vĩ mô	3
Tổng			6

7.2.1.2 Kiến thức cơ sở ngành

STT	Mã học phần	Tên học phần	Số tín chỉ
21	2130283	Hành vi người tiêu dùng	3
22	2160082	Marketing căn bản	3
23	2130032	Quản trị học	3
Tổng			9

7.2.2 Kiến thức ngành chính

7.2.2.1 Kiến thức chung của ngành chính

STT	Mã học phần	Tên học phần	Số tín chỉ
24	2130293	Marketing chiến lược	3
25	2161012	Marketing quốc tế	3
26	2130092	Nghiên cứu Marketing	3
27	2130072	Quản trị chiến lược	3
28	2130062	Quản trị Marketing	3
Tổng cộng			15

7.2.2.2 Kiến thức chuyên sâu của ngành chính

STT	Mã học phần	Tên học phần	Số tín chỉ
29	2160263	Marketing dịch vụ	3
30	2130983	Marketing Kỹ nghệ	3
31	2130963	Quản trị phân phối và bán hàng	3
32	2161022	Quản trị quan hệ khách hàng	3
33	2130313	Quản trị sản phẩm và nhãn hiệu	3
34	2130323	Truyền thông marketing	3
Tổng cộng			18

7.2.3 Kiến thức bổ trợ ngành

STT	Mã học phần	Tên học phần	Số tín chỉ
35	2160922	Nhập môn kinh doanh quốc tế	3
36	2130882	Phát triển kỹ năng quản trị	3
37	2161002	Quản trị bán lẻ	3
38	2160942	Quản trị đa văn hóa	3
39	2130912	Quản trị dự án	3
40	2130052	Quản trị tài chính	3
Tổng cộng			18
<i>Chọn ít nhất 8 tín chỉ trong các học phần tự chọn sau:</i>			
41	2130873	Lãnh đạo	3
42	2010011	Phương pháp NCKH	2
43	2130972	Quản trị chất lượng toàn diện	3
44	2130122	Quản trị chuỗi cung ứng	3
45	2161042	Quản trị lực lượng bán	3
46	2161032	Sở hữu công nghiệp và chuyển giao công nghệ	3
47	2160992	Thương mại điện tử	3
48	4270262	Tiếng Anh kinh doanh	3
49	4270252	Tiếng Anh quản trị	3
50	2160323	Tổ chức lễ hội và sự kiện	2

7.2.4 Đề án môn học, thực hành và hoạt động ngoại khóa

STT	Mã học phần	Nội dung	Số tín chỉ
51	2130793	Đề án hành vi người tiêu dùng	2
52		Hoạt động ngoại khóa	2 tuần

7.2.5 . Thực tập cuối khóa

STT	Mã học phần	Nội dung	Số tín chỉ
Hình Thức 1			
53	2130733	Bảo vệ báo cáo thực tập tốt nghiệp	4
54		Học bổ sung ít nhất 6 tín chỉ được chọn từ các học phần tự chọn.	6
Hình Thức 2			
55	2130813	Bảo vệ khóa luận tốt nghiệp*	10

* 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.

7.2.6. Lộ trình học (đính kèm theo chương trình đào tạo này)

**HỘI ĐỒNG
XÂY DỰNG CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO
CHỦ TỊCH HỘI ĐỒNG**