

CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO

(Ban hành theo Quyết định số 1344/QĐ-ĐHKTQĐ ngày 26 tháng 7 năm 2021
của Hiệu trưởng Trường Đại học Kinh tế Quốc dân)

| | |
|--|---|
| CHƯƠNG TRÌNH (PROGRAMME): TRÌNH ĐỘ ĐÀO TẠO (LEVEL OF EDUCATION): | CỬ NHÂN MARKETING (BACHELOR OF MARKETING) ĐẠI HỌC (UNDERGRADUATE) |
| NGÀNH ĐÀO TẠO (MAJOR): | MARKETING |
| MÃ NGÀNH (CODE): | 7340115 |
| HÌNH THỨC ĐÀO TẠO (TYPE OF EDUCATION): | CHÍNH QUY (FULL TIME) |
| NGÔN NGỮ ĐÀO TẠO (LANGUAGE): | TIẾNG VIỆT (VIETNAMESE) |
| THỜI GIAN ĐÀO TẠO (DURATION TIME): | 4 NĂM (4 YEARS) |

1. MỤC TIÊU

1.1. Mục tiêu chung

Đào tạo cử nhân Marketing có phẩm chất chính trị vững vàng, có đạo đức và sức khỏe tốt, có trách nhiệm xã hội; có kiến thức cơ bản về kinh tế - xã hội, quản lý, quản trị kinh doanh; có kiến thức và kỹ năng chuyên sâu về Marketing; có khả năng làm việc độc lập, thích ứng nhanh với các nhiệm vụ cụ thể thuộc chức năng Marketing, có năng lực tự học tập, nghiên cứu bồi dưỡng để nâng cao trình độ.

1.2. Mục tiêu cụ thể

Về kiến thức: có đủ kiến thức để phân tích, dự báo, đánh giá, lập kế hoạch và thực thi các công việc thuộc chức năng marketing trong bối cảnh toàn cầu hóa và CMCN4.0.

Về kỹ năng: có khả năng giao tiếp tốt. Có thể đọc hiểu tài liệu bằng tiếng Anh. Có kỹ năng làm việc nhóm. Sử dụng máy tính thành thạo để thực hiện các nhiệm vụ văn phòng và chuyên môn Marketing.

Về năng lực tự chủ, tự chịu trách nhiệm: có đủ năng lực tự chủ, tự chịu trách nhiệm với các công việc đảm trách trong khuôn khổ tuân thủ những quy định, quy tắc và định hướng chung.

Vị trí và nơi làm việc sau khi tốt nghiệp

Cử nhân ngành Marketing có khả năng làm việc tại các tập đoàn, tổng công ty, doanh nghiệp, cơ quan quản lý nhà nước, tổ chức xã hội, tổ chức tài chính - ngân hàng,

quỹ đầu tư... với chức danh như chuyên viên marketing và thương hiệu, chuyên viên nghiên cứu thị trường, chuyên gia xây dựng thương hiệu, chuyên viên định giá, nhân viên kinh doanh, bán hàng, phân phối hoặc chuyên viên sáng tạo, truyền thông, xây dựng nội dung và digital marketing trong môi trường thực cũng như môi trường internet.

Cử nhân ngành Marketing sau khi tích lũy kinh nghiệm có khả năng trở thành trưởng các bộ phận chức năng marketing, truyền thông, giám đốc thương hiệu, giám đốc trung tâm xúc tiến, giám đốc marketing; cán bộ quản lý, lãnh đạo các sở, ban, ngành tại cơ quan quản lý nhà nước.

Cử nhân ngành Marketing nếu tiếp tục con đường học thuật, nghiên cứu và được đào tạo ở trình độ sau đại học có thể trở thành giảng viên marketing, chuyên gia nghiên cứu ở cơ sở đào tạo về kinh tế và quản trị kinh doanh, các viện nghiên cứu và tư vấn chính sách...

Trình độ ngoại ngữ và tin học: đạt chuẩn đầu ra về Ngoại ngữ và Tin học theo quy định hiện hành của Trường Đại học Kinh tế Quốc dân.

2. CHUẨN ĐẦU RA

| CĐR | Mô tả | Mã CĐR |
|----------------------------------|---|---------------|
| Chuẩn đầu ra về kiến thức | Hiểu rõ các chức năng cơ bản của một tổ chức (sản xuất, tài chính, nhân sự...) và nguyên lý hoạt động của cơ quan/doanh nghiệp/tổ chức; hiểu được yêu cầu phối hợp giữa chức năng marketing với các bộ phận khác để đạt được mục tiêu của doanh nghiệp/tổ chức; có khả năng tích hợp kiến thức nền tảng để phát hiện vấn đề marketing trong cơ quan/doanh nghiệp/tổ chức. | CĐR1 |
| | Hiểu biết về môi trường kinh doanh và môi trường marketing trong nước, quốc tế; phân tích được ảnh hưởng của toàn cầu hóa tới hoạt động marketing của các doanh nghiệp và đề xuất được các giải pháp phát triển trong môi trường toàn cầu; nhận thức được ảnh hưởng của CMCN4.0 tới hoạt động kinh doanh nói chung và marketing nói riêng, từ đó, vận dụng được các công cụ digital marketing nhằm thích ứng với CMCN4.0. | CĐR2 |
| | Hiểu rõ các nguyên tắc và quy trình xây dựng chiến lược, kế hoạch marketing; có khả năng vận dụng vào các lĩnh vực hoặc thị trường đặc thù; có khả năng ứng dụng kiến thức marketing vào phân tích tình huống marketing, đề xuất giải pháp sáng tạo nhằm bắt kịp với những tình huống ngoài dự tính thuộc lĩnh vực cụ thể của marketing: nghiên cứu thị trường, lựa chọn thị trường mục tiêu, định vị; thiết kế, cải | CĐR3 |

| CDR | Mô tả | Mã CDR |
|---|--|---------------|
| | tiến và quản trị kênh phân phối, tổ chức lực lượng bán hàng, quản trị quan hệ khách hàng; định giá, xúc tiến, truyền thông và các khía cạnh khác thuộc chức năng marketing ở một cơ quan/doanh nghiệp/tổ chức. | |
| | Vận dụng kỹ thuật công nghệ cần thiết, logic và các kỹ thuật phân tích định tính và định lượng, sử dụng các mô hình toán học căn bản để phân tích, diễn giải, khai thác dữ liệu về môi trường kinh doanh, hành vi khách hàng, về kết quả hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp bằng kiến thức chuyên môn khoa học; từ đó đưa ra định hướng, giải pháp nhằm cải thiện kết quả hoạt động marketing của tổ chức/doanh nghiệp. | CDR4 |
| | Vận dụng kiến thức và kỹ năng để phân tích hiện tượng, phát hiện vấn đề thuộc về marketing; xác định nguyên nhân của vấn đề trong một tổ chức/doanh nghiệp cụ thể; ứng dụng kiến thức được học để giải quyết vấn đề marketing trong những tình huống cụ thể, đưa ra giải pháp cho các sự việc/vấn đề ngoài dự tính. | CDR5 |
| Chuẩn đầu ra về kỹ năng | Có kỹ năng làm việc độc lập, kỹ năng làm việc nhóm năng động và đa dạng; có kỹ năng giao tiếp bằng văn bản; viết báo cáo và thuyết trình chuyên môn liên quan tới kế hoạch, chiến lược và thực thi các mảng hoạt động được giao; có khả năng tự học tập, tự nghiên cứu, tích lũy kinh nghiệm để tiếp tục học cao hơn. | CDR6 |
| CDR Tin học | Đạt chuẩn đầu ra Tin học (chứng chỉ tin học quốc tế MOS/IC3/ ICDL) theo Quyết định số 785/QĐ-ĐHKQTĐ ngày 21/4/2020 của Hiệu trưởng Trường Đại học Kinh tế Quốc dân. Có kỹ năng khai thác internet để tìm kiếm, thu thập, phân loại và phân tích thông tin phục vụ công việc. | CDR7 |
| CDR Ngoại ngữ | Đạt chuẩn đầu ra Ngoại ngữ (chứng chỉ tiếng Anh quốc tế IELTS 5.5 và tương đương) theo Quyết định số 785/QĐ-ĐHKQTĐ ngày 21/4/2020 của Hiệu trưởng Trường Đại học Kinh tế Quốc dân. Có thể sử dụng tiếng Anh chuyên ngành trong giao tiếp bằng văn bản và giao dịch với đối tác. | CDR8 |
| Chuẩn đầu ra về năng lực tự chủ, tự chịu trách nhiệm | Hiểu được thế giới quan, phương pháp luận của chủ nghĩa Mác – Lênin ứng dụng trong học tập, nghiên cứu, học tập các môn học khác và tri thức của nhân loại vào đời sống thực tiễn trong bối cảnh phát triển kinh tế - xã hội của đất nước, của thế giới ngày nay; có nhận thức, hiểu biết về Chủ nghĩa xã hội khoa học, về Đảng Cộng sản Việt Nam và tư tưởng | CDR9 |

| CDR | Mô tả | Mã CDR |
|------------|---|---------------|
| | Hồ Chí Minh; có khả năng lãnh hội, tuân thủ tư tưởng đó dưới sự lãnh đạo của Đảng Cộng sản Việt Nam. | |
| | Có đủ sức khỏe để thực hành công việc; có hiểu biết về pháp luật, yêu cầu tuân thủ pháp luật và có khả năng vận dụng vào thực tiễn trong cuộc sống cũng như trong công việc; tuân thủ các quy định của đơn vị, tổ chức; thích ứng với bối cảnh toàn cầu hóa và CMCN4.0; có đạo đức, trách nhiệm với công việc; sẵn sàng thích ứng với cơ hội công việc trên phạm vi toàn cầu. | CDR10 |

3. KHỐI LƯỢNG KIẾN THỨC TOÀN KHÓA: 129 tín chỉ

4. ĐỐI TƯỢNG TUYỂN SINH: Theo quy chế tuyển sinh của Bộ Giáo dục và Đào tạo và Đề án tuyển sinh đại học hệ chính quy của Trường Đại học Kinh tế quốc dân.

5. QUY TRÌNH ĐÀO TẠO, ĐIỀU KIỆN TỐT NGHIỆP: Theo quy chế của Bộ Giáo dục và Đào tạo và quy định của Trường Đại học Kinh tế Quốc dân về đào tạo đại học hệ chính quy theo hệ thống tín chỉ.

6. CÁCH THỨC ĐÁNH GIÁ: Theo thang điểm 10, thang điểm 4 và thang điểm chữ

7. NỘI DUNG CHƯƠNG TRÌNH

7.1. Cấu trúc cơ bản

Bảng 1. Các khối kiến thức trong CTĐT

| Kiến thức | Số TC | Ghi chú |
|--|--------------|------------------------------------|
| 1. Kiến thức giáo dục đại cương | 44 | |
| 1.1. Các học phần chung | 20 | Khoa học Chính trị và Ngoại ngữ |
| 1.2. Các học phần của Trường | 12 | Trường quy định bắt buộc |
| 1.3. Các học phần của ngành | 12 | |
| 2. Kiến thức giáo dục chuyên nghiệp | 85 | |
| 2.1. Kiến thức cơ sở ngành | 15 | |
| 2.2. Kiến thức ngành | 42 | |
| 2.2.1. Các học phần bắt buộc | 27 | |
| 2.2.2. Các học phần tự chọn | 15 | SV tự chọn 15 tín chỉ (5 học phần) |

| | | |
|----------------------------------|------------|------------------------------------|
| 2.3. Kiến thức chuyên sâu | 18 | SV tự chọn 18 tín chỉ (6 học phần) |
| 2.4. Khóa luận tốt nghiệp | 10 | |
| TỔNG SỐ | 129 | Không kể GDQP-AN và GDTC |

7.2. Nội dung chương trình và kế hoạch giảng dạy

- Nội dung cần đạt được, khối lượng kiến thức (Lý thuyết/Thảo luận/Thực hành/Tự học) của từng học phần trong chương trình được mô tả ở đề cương chi tiết mỗi học phần.

- Nội dung chương trình và kế hoạch giảng dạy (dự kiến 04 năm/08 học kỳ, mỗi học kỳ 12-18 tín chỉ) được mô tả theo bảng dưới đây:

Bảng 2. Nội dung chương trình và kế hoạch giảng dạy

| STT | Nội dung chương trình đào tạo (Ngành Marketing) | | Mã HP/BM | Số TC | Học kỳ (dự kiến) | Mã HP tiên quyết |
|-----------|--|--|----------|------------|---------------------|---------------------|
| | Tổng số tín chỉ | | | 129 | | |
| | 1. Kiến thức giáo dục đại cương | | | 44 | | |
| | 1.1. Các học phần chung | | | 20 | | |
| 1 | 1 | Triết học Mác - Lê Nin Marxist-Leninist Philosophy | LLNL1105 | 3 | 1 | |
| 2 | 2 | Kinh tế chính trị Mác Lê Nin Political Economics of Marxism and Leninism | LLNL1106 | 2 | 2 | LLNL1105 |
| 3 | 3 | Chủ nghĩa xã hội khoa học Scientific Socialism | LLNL1107 | 2 | 2 | |
| 4 | 4 | Lịch sử Đảng Cộng sản Việt Nam Communist Party History | LLDL1102 | 2 | 3 | |
| 5 | 5 | Tư tưởng Hồ Chí Minh Ho Chi Minh Ideology | LLTT1101 | 2 | 3 | LLDL1102 |
| 6 | 6 | Ngoại ngữ Foreign Language | NNKC | 9 | | |
| | 7 | Giáo dục Thể chất Physical Education | GDTC | 4 | | |
| | 8 | Giáo dục Quốc phòng Military Education | GDQP | 8- 11 | | |
| | 1.2. Các học phần của Trường | | | 12 | | |
| 7 | 1 | Kinh tế vi mô 1 Microeconomics 1 | KHMI1101 | 3 | 1 | |
| 8 | 2 | Kinh tế vĩ mô 1 Macroeconomics 1 | KHMA1101 | 3 | 2 | |
| 9 | 3 | Pháp luật đại cương Fundamentals of Laws | LUCS1129 | 3 | 1 | |
| 10 | 4 | Toán cho các nhà kinh tế Mathematics for Economics | TOCB1110 | 3 | 1 | |
| | 1.3. Các học phần của ngành | | | 12 | | |
| 11 | 1 | Marketing căn bản Principles of Marketing | MKMA1104 | 3 | 2 | KHMI1101 |

| STT | Nội dung chương trình đào tạo (Ngành Marketing) | | Mã HP/BM | Số TC | Học kỳ (dự kiến) | Mã HP tiên quyết |
|---|--|--|----------|-----------|---------------------|----------------------|
| 12 | 2 | Thống kê trong kinh tế và kinh doanh - Statistics in Economics and Bussiness | TKKD1129 | 3 | 3 | TOCB1110 |
| 13 | 3 | Nguyên lý kế toán Accounting Principles | KTKE1101 | 3 | 1 | |
| 14 | 4 | Quản trị kinh doanh 1 Business Management 1 | QTTH1102 | 3 | 3 | KHMI1101 |
| 2. Kiến thức giáo dục chuyên nghiệp | | | | 85 | | |
| 2.1. Kiến thức cơ sở ngành | | | | 15 | | |
| 15 | 1 | Quản trị Marketing Marketing management | MKMA1110 | 3 | 5 | MKMA1104 |
| 16 | 2 | Quản trị nhân lực Human Resource Management | NLQT1103 | 3 | 3 | QTTH1102 |
| 17 | 3 | Quản trị vận hành Operation Management | QTKD1148 | 3 | 4 | QTTH1102 |
| 18 | 4 | Quản trị tài chính Financial management | NHTC1102 | 3 | 2 | KHMI1101 |
| 19 | 5 | Quản trị chiến lược Strategic Management | QTKD1132 | 3 | 4 | QTTH1102 |
| 2.2. Kiến thức ngành | | | | 42 | | |
| 2.2.1 Các học phần bắt buộc | | | | 27 | | |
| 20 | 1 | Nghiên cứu Marketing Marketing Research | MKMA1109 | 3 | 4 | MKMA1104 |
| 21 | 2 | Hành vi người tiêu dùng Consumer Behavior | MKMA1101 | 3 | 3 | MKMA1104 |
| 22 | 3 | Quản trị sản phẩm Product Management | MKMA1164 | 3 | 5 | MKMA1104 |
| 23 | 4 | Quản trị giá Price Management | MKDG1120 | 3 | 6 | MKMA1104 |
| 24 | 5 | Quản trị kênh phân phối Channel Management in Distribution | MKBH1108 | 3 | 7 | MKMA1104 |
| 25 | 6 | Truyền thông Marketing tích hợp Integrated Marketing Communications | MKTT1102 | 3 | 5 | MKMA1104 |
| 26 | 7 | Marketing Công nghệ số Digital Marketing | MKBH1116 | 3 | 4 | MKMA1104 |
| 27 | 8 | Tiếng Anh ngành Marketing English for Marketing | MKMA1112 | 3 | 5 | MKMA1104 |
| 28 | 9 | Đề án Ngành Marketing Essay on Marketing Major | MKMA1163 | 3 | 6 | MKMA1109 MKMA1110 |
| 2.2.2 Các học phần tự chọn (SV tự chọn 05 học phần trong tổ hợp) | | | | 15 | | |
| 28 | 1 | Marketing quốc tế International Marketing | MKMA1108 | 3 | 4 | MKMA1104 |
| 29 | 2 | Quản trị rủi ro Risk Management | NHTM1124 | 3 | 4 | NHTC1120 |
| 30 | 3 | Marketing dịch vụ Services marketing | MKMA1107 | 3 | 7 | MKMA1104 |
| 31 | 4 | Quản trị quảng cáo Advertising Management | MKTT1112 | 3 | 7 | MKMA1104 |

| STT | Nội dung chương trình đào tạo (Ngành Marketing) | | Mã HP/BM | Số TC | Học kỳ (dự kiến) | Mã HP tiên quyết |
|----------------------------------|--|---|----------|------------|---------------------|---|
| 32 | 5 | Quản trị bán hàng Sales Management | MKBH1105 | 3 | 6 | MKMA1104 |
| | 6 | Quản trị quan hệ khách hàng Customer Relationship Management | MKBH1109 | 3 | 6 | MKMA1104 |
| | 7 | Quan hệ công chúng Public Relations | MKTT1109 | 3 | 5 | MKMA1104 |
| | 8 | Marketing bán lẻ Retailer Marketing | MKBH1117 | 3 | 5 | MKMA1109 |
| | 9 | Quản trị thương hiệu Brand Management | MKTT1114 | 3 | 4 | MKMA1104 |
| | 10 | Marketing chiến lược Strategic Marketing | MKMA1106 | 3 | 4 | MKMA1104 |
| | 2.3. Kiến thức chuyên sâu (SV tự chọn 6 học phân trong tổ hợp) | | | 18 | | |
| 33 34 35 36 37 38 | 1 | Marketing xã hội Social Marketing | MKMA1159 | 3 | 6 | MKMA1104 |
| | 2 | Marketing dịch vụ công Public Service Marketing | MKMA1157 | 3 | 6 | MKMA1104 |
| | 3 | Marketing khách hàng tổ chức B2B Marketing | MKBH1112 | 3 | 7 | MKMA1104 |
| | 4 | Marketing địa phương Place Marketing | MKMA1119 | 3 | 7 | MKMA1104 |
| | 5 | Kỹ năng bán hàng Selling Skills | MKBH1110 | 3 | 5 | MKMA1104 |
| | 6 | Xúc tiến bán Sales Promotion | MKTT1117 | 3 | 5 | MKMA1104 |
| | 7 | Phân tích dữ liệu Data Analysis | TKKT1124 | 3 | 6 | KHMI1101 |
| | 8 | Khoa học dữ liệu trong kinh tế và kinh doanh - Data Science in Economics and Business | TOKT1138 | 3 | 6 | TOKT1129 |
| | 9 | Tin học ứng dụng Applied Informatics | TIHT1125 | 3 | 2 | |
| | 10 | Trực quan hóa dữ liệu trong kinh doanh Data Visualization in Business | TIKT1139 | 3 | 2 | |
| | 11 | Phương tiện và thông điệp truyền thông - Media and Message | MKTT1153 | 3 | 7 | MKMA1104 |
| | 12 | Tổ chức sự kiện Event Planning | MKTT1155 | 3 | 7 | MKMA1104 |
| 39 | 2.4. Khóa luận tốt nghiệp <i>Graduation Thesis</i> | | MKMA1167 | 10 | 8 | MKMA1163 và đạt 75% số TC chuyên ngành |
| Tổng số tín chỉ | | | | 129 | | |

8. Hướng dẫn thực hiện

➤ Kế hoạch đào tạo chuẩn của chương trình đào tạo là 04 năm, mỗi năm có 02 hoặc 03 học kỳ chính và 01 học kỳ phụ, phương thức tổ chức đào tạo theo tín chỉ.

➤ Sinh viên nhập học được đăng ký học mặc định trong học kỳ 1, các học kỳ sau sinh viên tự đăng ký học theo kế hoạch giảng dạy của trường. Các học phần được sắp xếp linh hoạt theo từng học kỳ, sinh viên có thể đăng ký học trước hoặc sau các học phần, không bắt buộc theo trình tự của kế hoạch dự kiến nếu đáp ứng các điều kiện của học phần đăng ký.

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

➤ Nội dung cần đạt được của từng học phần được mô tả trong đề cương chi tiết học phần.

➤ Khối lượng kiến thức (Lý thuyết/Thảo luận/Thực hành/Tự học) và cách đánh giá học phần được quy định trong đề cương chi tiết mỗi học phần.

➤ Điều kiện tốt nghiệp: sinh viên tích lũy đủ khối lượng kiến thức của CTĐT, đạt chuẩn đầu ra Tin học và Ngoại ngữ, có chứng chỉ GDQP và AN, hoàn thành các học phần GDTC và các quy định khác của trường.

TRƯỞNG KHOA

HIỆU TRƯỞNG

PGS.TS. Vũ Huy Thông

PGS.TS. Phạm Hồng Chương