

BỘ CÔNG THƯƠNG
TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ - KỸ THUẬT CÔNG NGHIỆP



BẢN MÔ TẢ
CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO

Ngành: Marketing

Mã số: 7340115

*(Ban hành theo quyết định số 613b/ĐHKTKTCN ngày 26/8/2022 của Hiệu trưởng
Trường Đại học Kinh tế - Kỹ thuật Công nghiệp)*

Hà nội – 2022

MỤC LỤC

1. Thông tin chung về chương trình đào tạo	1
1.1. Giới thiệu về chương trình đào tạo	1
1.2. Thông tin chung về chương trình đào tạo	2
2. Mục tiêu của chương trình đào tạo	2
2.1. Sứ mạng, tầm nhìn phát triển, giá trị cốt lõi và triết lý giáo dục của Nhà trường	2
2.2. Sứ mạng, tầm nhìn của Khoa Quản trị và Marketing	3
3. Chuẩn đầu ra.....	4
3.1. Kiến thức.....	4
3.2. Kỹ năng.....	5
3.3. Năng lực tự chủ và trách nhiệm.....	6
3.4. Vị trí làm việc của người học sau khi tốt nghiệp.....	6
3.5. Khả năng học tập, nâng cao trình độ sau khi ra trường	7
3.6. Các chương trình, tài liệu, chuẩn đã tham khảo	7
4. Ma trận tương thích giữa chuẩn đầu ra và mục tiêu của chương trình đào tạo	8
5. Tuyển sinh và điều kiện tốt nghiệp.....	8
5.1. Thông tin tuyển sinh	8
5.2. Điều kiện tốt nghiệp.....	8
6. Phương pháp giảng dạy và học tập	9
7. Phương pháp kiểm tra, đánh giá.....	12
7.1. Các hình thức đánh giá	12

7.2. Điểm đánh giá học phần	14
8. Cấu trúc chương trình đào tạo	16
8.1. Khối lượng kiến thức toàn khoá:	16
8.2. Nội dung chương trình đào tạo	17
8.3. Kế hoạch giảng dạy dự kiến	21
9. Ma trận đóng góp của các học phần theo yêu cầu năng lực của chuẩn đầu ra	21
10. Sơ đồ cấu trúc chương trình đào tạo.....	26
11. Mô tả tóm tắt học phần	28
12. Đối sánh chương trình đào tạo	47
12.1. Đối sánh chuẩn đầu ra với Khung trình độ quốc gia Việt Nam	47
12.2. Đối sánh khung chương trình đào tạo.....	49
13. Hướng dẫn thực hiện	92
13.1. Nguyên tắc chung	92
13.2. Kế hoạch đào tạo.....	92

BẢN MÔ TẢ CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO

(Ban hành theo quyết định số 613b/ĐHKTKTCN ngày 26/8/2022 của Hiệu trưởng Trường Đại học Kinh tế - Kỹ thuật Công nghiệp)

1. THÔNG TIN CHUNG VỀ CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO**1.1. Giới thiệu về chương trình đào tạo**

Chương trình đào tạo trình độ đại học ngành Marketing được xây dựng với mục đích đào tạo cử nhân Marketing có phẩm chất chính trị vững vàng, có đạo đức và sức khoẻ tốt, có trách nhiệm với xã hội và định hướng nghề nghiệp rõ ràng; có kiến thức cơ bản về kinh tế - xã hội, quản lý, điều hành, kiến thức pháp luật và quản trị kinh doanh; có kiến thức và kỹ năng chuyên môn sâu về Marketing. Chương trình đào tạo được áp dụng bằng hệ thống đào tạo tín chỉ với tổng khối lượng kiến thức toàn khoá là 136 tín chỉ bao gồm các khối kiến thức đại cương (39 tín chỉ), khối kiến thức chuyên nghiệp (97 tín chỉ). Trong khối kiến thức chuyên nghiệp bao gồm kiến thức cơ sở ngành (23 tín chỉ), kiến thức chung của ngành (49 tín chỉ) và kiến thức chuyên ngành (25 tín chỉ). Phần kiến thức cơ sở ngành là những kiến thức cơ bản cơ bản về khoa học tự nhiên, khoa học xã hội và nhân văn, khoa học quản lý và pháp luật kinh doanh nhằm giúp người học có kiến thức căn bản về môi trường kinh doanh của doanh nghiệp. Phần kiến thức chung của ngành là những kiến thức về lý luận, phương pháp luận và nghiên cứu, tư duy logic. Biết vận dụng kiến thức cơ bản trong các lĩnh vực rộng vào Quản trị Marketing và kinh doanh trong doanh nghiệp. Phần kiến thức chuyên ngành là những kiến thức thuộc lĩnh nghiên cứu định lượng, hành vi, văn hóa để nắm rõ được các công cụ, phương pháp để làm cơ sở cho việc nghiên cứu, hoạch định hoạt động Marketing nhằm giải quyết được các mối quan hệ kinh tế - xã hội trong tổ chức điều hành quản lý, mặt khác vận dụng các kiến thức về kinh tế học, quản trị học, marketing để phân tích, đánh giá thị trường để tham gia vào đề xuất và thực hiện các kế hoạch Marketing trong doanh nghiệp, từ đó có thể vận dụng kiến thức từ thực tế, thực hành, thực tập các hoạt động kinh doanh trong doanh nghiệp và có định hướng rõ ràng về nghề nghiệp tương lai.

Chương trình dạy học ngành Marketing được thiết kế linh hoạt nhằm tạo tối đa cho người học chủ động về kế hoạch học tập theo chương trình đào tạo. Chương trình đào tạo được

thực hiện trong 4 năm, chia thành 8 kỳ học, mỗi năm học được chia thành 2 học kỳ và có thể tổ chức học tập thêm trong kỳ nghỉ hè cho một số sinh viên nếu xét thấy cần thiết.

Chương trình đào tạo ngành Marketing giúp cho người học nắm vững và hệ thống hóa các kiến thức như Quản trị Marketing, Quản trị quan hệ khách hàng, Hành vi khách hàng, Digital Marketing, Xây dựng và phát triển thương hiệu... để phân tích, đánh giá và vận dụng được các kiến thức đã học vào khởi nghiệp kinh doanh và quản trị tốt các chiến lược và hoạt động Marketing tại một doanh nghiệp trong môi trường kinh doanh 4.0 hiện nay. Từ đó có một nền tảng kiến thức vững chắc, cùng với những kỹ năng nghề nghiệp, kỹ năng mềm bổ trợ, năng lực tự chủ và trách nhiệm nghề nghiệp trong kinh doanh để họ ra trường có thể đảm nhận ở các vị trí việc làm trong lĩnh vực Marketing, tư vấn phát triển thương hiệu, quảng cáo và phát triển kinh doanh... Ngoài ra, chương trình đào tạo Marketing được rà soát kỹ lưỡng và được đối sánh với một số chương trình đào tạo uy tín trong nước và quốc tế, được xây dựng dựa trên kết quả khảo sát, nghiên cứu nhu cầu của người học, cựu người học, chuyên gia, doanh nghiệp sử dụng lao động ngành Marketing và tổ chức xã hội nghề nghiệp.

1.2. Thông tin chung về chương trình đào tạo

1	Tên chương trình đào tạo:	Cử nhân Marketing
2	Trình độ đào tạo:	Đại học
3	Ngành đào tạo:	Marketing
4	Mã số:	7340115
5	Thời gian đào tạo	4 năm
6	Loại hình đào tạo:	Chính quy
7	Tên văn bằng tốt nghiệp	Tiếng Việt: Cử nhân ngành Marketing Tiếng Anh: Bachelor in Marketing
8	Đơn vị cấp bằng:	Trường Đại học Kinh tế - Kỹ thuật Công nghiệp
9	Ngày tháng ban hành/cập nhật:/...../.....

2. MỤC TIÊU CỦA CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO

2.1. Sứ mạng, tầm nhìn phát triển, giá trị cốt lõi và triết lý giáo dục của Nhà trường

- Sứ mạng: Trường Đại học Kinh tế - Kỹ thuật Công nghiệp là cơ sở giáo dục đại học định hướng ứng dụng hoạt động theo cơ chế tự chủ, thực hiện các chức năng giáo dục – đào tạo,

nghiên cứu khoa học, phục vụ cộng đồng đáp ứng mục tiêu xã hội và yêu cầu Công nghiệp hóa – Hiện đại hóa đất nước.

- Tầm nhìn phát triển: Đến năm 2030 trở thành trường đại học định hướng ứng dụng uy tín, nằm trong nhóm các trường đại học ứng dụng hàng đầu của cả nước

- Giá trị cốt lõi: Phát triển bền vững, coi trọng chất lượng, hiệu quả, luôn tự đổi mới, đáp ứng nhu cầu xã hội. Lấy mục tiêu phát triển bền vững là nền tảng; Chất lượng, hiệu quả là mục tiêu hướng tới; Đổi mới, đáp ứng nhu cầu xã hội là phương châm hành động.

- Triết lý giáo dục: “Học tập để kiến tạo tương lai”.

2.2. Sứ mạng, tầm nhìn của Khoa Quản trị và Marketing

- Sứ mạng: Khoa Quản trị và Marketing cam kết đào tạo, cung cấp nguồn nhân lực ngành quản trị kinh doanh và ngành Marketing có phẩm chất chính trị, đạo đức nghề nghiệp và sức khoẻ tốt, có kiến thức và kỹ năng chuyên môn cao, có năng lực tự chủ và khả năng ứng dụng nghề nghiệp vào thực tiễn, đáp ứng được yêu cầu của doanh nghiệp và góp phần vào sự phát triển bền vững của đất nước.

- Tầm nhìn: Khoa Quản trị và Marketing khát vọng trở thành một đơn vị đào tạo nguồn nhân lực trong ngành Quản trị kinh doanh và Marketing theo định hướng ứng dụng có uy tín trong nước và đạt chuẩn khu vực.

Mục tiêu của chương trình đào tạo:

Mục tiêu của chương trình được xây dựng phù hợp với sứ mạng, tầm nhìn phát triển, giá trị cốt lõi và triết lý giáo dục của Trường Đại học Kinh tế - Kỹ thuật Công nghiệp; tương thích, phù hợp với sứ mạng, tầm nhìn của Khoa Quản trị và Marketing nhằm bồi dưỡng con người và phát triển nghiên cứu khoa học định hướng ứng dụng đáp ứng các nhu cầu xã hội.

- Mục tiêu chung

Mục tiêu của chương trình là đào tạo cử nhân Marketing có phẩm chất chính trị vững vàng, có đạo đức và sức khoẻ tốt, có trách nhiệm với xã hội và định hướng nghề nghiệp rõ ràng; có kiến thức cơ bản về kinh tế - xã hội, quản lý, điều hành, kiến thức pháp luật và quản trị kinh doanh; có kiến thức và kỹ năng chuyên môn sâu về Marketing; có tư duy đổi mới sáng tạo, có khả năng phát hiện và giải quyết các vấn đề của tổ chức, doanh nghiệp trước những thay đổi nhanh chóng của nền kinh tế toàn cầu; có khả năng làm việc độc lập, năng lực tự học tập, thích ứng nhanh với các nhiệm vụ cụ thể thuộc chức năng Marketing; đáp ứng nhu cầu xã hội về nguồn nhân lực có trình độ đại học và có thể tiếp tục tham gia học tập ở các bậc đào tạo cao hơn.

- Mục tiêu cụ thể

Về kiến thức

- MT1: Có kiến thức nền tảng về kinh tế và Quản trị kinh doanh. Có kiến thức lý thuyết cũng như thực tiễn chuyên sâu về ngành Marketing trong môi trường kinh doanh của doanh nghiệp bao gồm: nghiên cứu thị trường và hành vi khách hàng; xây dựng chiến lược và kế hoạch marketing, các hoạt động liên quan đến 4Ps nhằm đạt được mục tiêu đề ra một cách hiệu quả và chuyên nghiệp.

- MT2: Có khả năng hoạch định, tổ chức, thực hiện, phân tích và đánh giá các dự án nghiên cứu thị trường, đồng thời phục vụ cho việc ra quyết định Marketing đáp ứng yêu cầu của doanh nghiệp, tổ chức.

Về kỹ năng

- MT3: Có năng lực sáng tạo, đổi mới trong các hoạt động chuyên môn; có khả năng mở rộng và cập nhật kiến thức, có ý trí tự khởi nghiệp trong lĩnh vực Marketing và các lĩnh vực liên quan, mang lại lợi ích cho cộng đồng và xã hội.

- MT4: Có đủ năng lực đảm nhận và thực hiện công việc thuộc các vị trí chuyên viên và quản trị Marketing tại các doanh nghiệp, tổ chức

Về năng lực tự chủ và trách nhiệm

- MT5: Có khả năng tự chủ trong công việc và có trách nhiệm thực hiện tốt công việc chuyên môn một cách chủ động, sáng tạo, có đạo đức kinh doanh và tinh thần trách nhiệm đối với xã hội.

Trình độ tin học, ngoại ngữ

- Trình độ tin học: Đào tạo người học đạt chuẩn trình độ về tin học về Ứng dụng công nghệ thông tin cơ bản (*theo thông tư liên tịch số 17/2016/TTLT BGDĐT-BTTTT*) và các quy định hiện hành của Trường Đại học Kinh tế - Kỹ thuật Công nghiệp

- Trình độ ngoại ngữ: Đào tạo người học đạt trình độ tối thiểu tương đương bậc 3/6 theo khung năng lực ngoại ngữ 6 bậc dùng cho Việt Nam (*theo thông tư Số: 01/2014/TT-BGDĐT*) và các quy định hiện hành của Trường Đại học Kinh tế - Kỹ thuật Công nghiệp

3. CHUẨN ĐẦU RA

3.1. Kiến thức

- CDR1: Vận dụng được các kiến thức nền tảng về khoa học chính trị, khoa học xã hội, khoa học tự nhiên, pháp luật, phương pháp luận và thế giới quan khoa học để phát triển chuyên môn;

- CDR2: Nắm vững những nội dung cơ bản về công tác quốc phòng – an ninh của Việt Nam trong điều kiện lịch sử cụ thể của đất nước. Có sức khỏe tốt để học tập, làm việc suốt đời;

- CDR3: Áp dụng được các kiến thức nền tảng về kinh tế, kinh doanh và pháp luật vào giải quyết các vấn đề thực tiễn;

- CDR4: Vận dụng được kiến thức chuyên sâu về quản lý, kinh doanh để hoạch định, tổ chức triển khai và điều hành các hoạt động chuyên môn;

- CDR5: Vận dụng được kiến thức cốt lõi về Marketing để phân tích đặc điểm thị trường và hành vi khách hàng gắn với môi trường số phục vụ triển khai hoạt động Marketing;

- CDR6: Áp dụng các lý thuyết và phương pháp nghiên cứu nhằm thấu cảm khách hàng và phát triển năng lực nghiên cứu;

- CDR7: Đề xuất kế hoạch Marketing cho các doanh nghiệp trong môi trường kinh doanh hiện đại;

- CDR8: Vận dụng cách thức hoạch định và tổ chức triển khai một cách hiệu quả các chiến lược, chiến dịch và chương trình Marketing như: nghiên cứu thị trường, thiết kế sản phẩm mới, tổ chức kênh phân phối, xây dựng thương hiệu, truyền thông cho thương hiệu sản phẩm và công ty, bán hàng và phát triển thị trường;

3.2. Kỹ năng

- CDR9: Vận dụng được trình độ ứng dụng công nghệ thông tin cơ bản (theo thông tư liên tịch số 17/2016/TTLT BGDĐT-BTTTT);

- CDR10: Sử dụng ngoại ngữ đạt trình độ tối thiểu tương đương bậc 3/6 theo khung năng lực ngoại ngữ 6 bậc dùng cho Việt Nam và theo quy định của Trường Đại học Kinh tế - Kỹ thuật Công nghiệp;

- CDR11: Thực hiện nghiên cứu, phân tích thị trường, tâm lý và hành vi khách hàng;

- CDR12: Có khả năng phân tích và giải quyết các tình huống phát sinh liên quan đến hoạt động Marketing một cách linh hoạt phù hợp với điều kiện môi trường;

- CDR13: Xây dựng kế hoạch Marketing, kế hoạch chức năng trong Marketing, thực hiện triển khai các quyết định 4Ps trong kinh doanh truyền thống và kinh doanh trong thời đại số;

- CDR14: Có khả năng làm việc nhóm (thành lập, lãnh đạo, tổ chức hoạt động và phát triển nhóm) hiệu quả trong công việc chuyên môn;

- CĐR15: Có năng lực giao tiếp, khả năng thuyết trình, đàm phán, phản biện và giải quyết các vấn đề chuyên môn;

- CĐR16: Có khả năng tự học và làm việc độc lập, tư duy sáng tạo, làm việc có kế hoạch và khoa học để phát triển nghề nghiệp;

- CĐR17: Có khả năng sử dụng một số phần mềm dùng cho ngành để phân tích dữ liệu AMIS, SPSS, EXCEL...

3.3. Năng lực tự chủ và trách nhiệm

- CĐR18: Có năng lực dẫn dắt về chuyên môn và nghiệp vụ đã được đào tạo, khả năng tự định hướng và thích nghi với môi trường làm việc, đồng thời có năng lực học tập suốt đời;

- CĐR19: Có đạo đức và ý thức trách nhiệm đối với công việc và cộng đồng.

3.4. Vị trí làm việc của người học sau khi tốt nghiệp

Sinh viên tốt nghiệp và đạt chuẩn đầu ra ngành Marketing của Trường Đại học Kinh tế - Kỹ thuật Công nghiệp có thể làm việc tại các cơ quan, doanh nghiệp như sau:

- Nhóm 1: Các cơ quan quản lý nhà nước.

Vị trí: chuyên viên phân tích, dự báo, tư vấn chính sách; quản lý thị trường và thương mại... có liên quan đến thị trường, khách hàng, thương hiệu và các vấn đề Marketing nói chung; phụ trách trung tâm xúc tiến thương mại và thị trường...

- Nhóm 2: Nghiên cứu và giảng dạy trong các cơ sở giáo dục đại học, các viện nghiên cứu.

Vị trí: trợ giảng, giảng viên giảng dạy trong các cơ sở giáo dục đại học; nghiên cứu viên tại các viện nghiên cứu,... triển vọng trong tương lai có thể trở thành giảng viên cao cấp, chuyên gia nghiên cứu, tư vấn, phân tích, hoạch định chính sách, tham gia đề xuất, xây dựng và phát triển các ý tưởng sáng tạo.

- Nhóm 3: Tại các doanh nghiệp, sinh viên tốt nghiệp ngành Marketing có thể làm việc tốt tại các vị trí công việc là chuyên viên hay nhà quản trị các bộ phận có liên quan đến hoạt động marketing, thị trường, khách hàng, thương hiệu và hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp.

+ Bộ phận marketing, quản trị marketing, quản trị và phát triển thị trường.

+ Bộ phận nghiên cứu và phát triển sản phẩm; nghiên cứu thị trường.

+ Bộ phận quản trị thương hiệu; bộ phận quảng cáo và phát triển ý tưởng sáng tạo.

+ Bộ phận quản trị kênh phân phối, bán hàng và dịch vụ khách hàng, chăm sóc khách hàng và quản trị quan hệ khách hàng.

+ Bộ phận cung ứng dịch vụ cho khách hàng của các công ty cung ứng dịch vụ liên quan đến thương hiệu, nghiên cứu marketing, truyền thông marketing.

+ Có khả năng trở thành giám đốc marketing, trưởng các bộ phận chức năng marketing, truyền thông, giám đốc thương hiệu...

3.5. Khả năng học tập, nâng cao trình độ sau khi ra trường

- Tiếp tục học tập ở bậc cao hơn (Thạc sĩ, Tiến sĩ) và có điều kiện liên thông sang các ngành đào tạo khác

- Tự nghiên cứu, học tập, bổ sung các tri thức và kỹ năng còn thiếu nhằm đáp ứng với yêu cầu của vị trí công tác và quy hoạch phát triển nhân sự ở đơn vị công tác

3.6. Các chương trình, tài liệu, chuẩn đã tham khảo

- Khung trình độ Quốc gia Việt Nam ban hành kèm theo Quyết định số 1982/QĐ-TTg ngày 18 tháng 10 năm 2016 do Chính phủ ban hành;

- Chương trình đào tạo cử nhân ngành Marketing của Trường Đại học Kinh tế Quốc dân (<https://khoamarketing.neu.edu.vn/chuong-trinh-dao-tao-cu-nhan-nganh-marketing-ap-dung-cho-khoa-63/>);

- Chương trình đào tạo cử nhân ngành Marketing của Trường Đại học Thương mại (<https://tmu.edu.vn/vi/news/Chuong-trinh-dao-tao-cu-nhan/ctdt-va-cdr-marketing-tm-theo-quyet-dinh-so-1566-qd-dhtm-1788.html>);

- Chương trình đào tạo trình độ đại học ngành Marketing của Trường Đại học Gia Định (<https://giadinh.edu.vn/chuong-trinh-dao-tao-nganh-marketing-khoa-15>);

- Chương trình đào tạo trình độ đại học ngành Marketing của Trường Đại học Kinh tế - Đại học Đà Nẵng (<http://due.udn.vn/vi-vn/khoa/marketing/gioi-thieu/cid/4644>);

- Chương trình đào tạo trình độ đại học ngành Marketing doanh của University of Kent (UK) (https://www-kent-ac-uk.translate.google.com/courses/undergraduate/868/marketing-bsc?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=vi&_x_tr_hl=vi&_x_tr_pto=sc);

+ Thông tư 17/2021/TT-BGDĐT ngày 22 tháng 6 năm 2021 của Bộ Giáo dục và Đào tạo ban hành 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; Thông tư 08/2021/TT-BGDĐT ngày 18/3/2021 Bộ trưởng Bộ Giáo dục và Đào tạo;

+ Theo Quyết định 392/QĐ-ĐHKTKTCN ngày 10 tháng 9 năm 2021 của Trường Đại học Kinh tế - Kỹ thuật Công nghiệp về việc ban hành Quy chế đào tạo đại học chính quy theo hệ thống tín chỉ của Trường Đại học Kinh tế - Kỹ thuật Công nghiệp;

4. MA TRẬN TƯƠNG THÍCH GIỮA CHUẨN ĐẦU RA VÀ MỤC TIÊU CỦA CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO

Mục tiêu của CTĐT	Chuẩn đầu ra của chương trình đào tạo																		
	CĐR	CĐR	CĐR	CĐR	CĐR	CĐR	CĐR	CĐR	CĐR	CĐR	CĐR	CĐR	CĐR	CĐR	CĐR	CĐR	CĐR	CĐR	CĐR
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19
MT1	X	X	X	X	X	X	X	X			X	X	X	X	X		X		
MT2				X	X	X	X	X			X	X	X	X	X	X	X		
MT3					X	X			X	X	X	X	X	X	X	X		X	X
MT4			X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
MT5																		X	X

5. TUYỂN SINH VÀ ĐIỀU KIỆN TỐT NGHIỆP

5.1. Thông tin tuyển sinh

Căn cứ theo quy định của Bộ Giáo dục và Đào tạo, thông báo và hướng dẫn của Trường Đại học Kinh tế - Kỹ thuật Công nghiệp (<https://uneti.edu.vn/chuyen-muc/tuyen-sinh>)

+ Đối tượng tuyển sinh: Học sinh tốt nghiệp THPT hoặc tương đương.

+ Phương thức tuyển sinh: Theo Đề án tuyển sinh hàng năm của Trường Đại học Kinh tế - Kỹ thuật Công nghiệp. Năm 2022, Trường Đại học Kinh tế - Kỹ thuật Công nghiệp có 04 phương thức tuyển sinh:

1) Phương thức 1: Xét tuyển thẳng

2) Phương thức 2: Xét tuyển kết quả thi tốt nghiệp THPT

3) Phương thức 3: Xét tuyển kết quả học tập bậc THPT

4) Phương thức 4: Xét tuyển theo kết quả Kỳ thi đánh giá tư duy do Trường Đại học Bách khoa Hà Nội chủ trì tổ chức.

5.2. Điều kiện tốt nghiệp

Thực hiện theo Thông tư 08/2021/TT-BGDĐT ngày 18 tháng 3 năm 2021 của Bộ trưởng Bộ Giáo dục và Đào tạo về việc ban hành Quy chế đào tạo trình độ đại học; Quyết định số 392/QĐ-ĐHKTKTCN ngày 10 tháng 9 năm 2021 của Hiệu trưởng Trường Đại học

Kinh tế - Kỹ thuật Công nghiệp ban hành Quy chế đào tạo đại học chính quy theo hệ thống tín chỉ.

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

a) Cho đến thời điểm xét tốt nghiệp không bị truy cứu trách nhiệm hình sự hoặc không đang trong thời gian bị kỷ luật ở mức đình chỉ học tập;

b) Tích lũy đủ số học phần và khối lượng của chương trình đào tạo được quy định trong Quy chế;

c) Điểm trung bình chung tích lũy toàn khóa đạt từ 2,00 trở lên;

d) Có các chứng chỉ hoặc chứng nhận ngoại ngữ, tin học theo quy định của Nhà trường với từng đối tượng và thời điểm;

đ) Có các chứng chỉ hoặc chứng nhận giáo dục quốc phòng – an ninh đối với các ngành đào tạo không chuyên về quân sự và hoàn thành học phần giáo dục thể chất đối với các ngành không chuyên về thể dục – thể thao;

e) 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 khóa học.

6. PHƯƠNG PHÁP GIẢNG DẠY VÀ HỌC TẬP

Chương trình đào tạo ngành Marketing được triển khai giảng dạy theo phương pháp giảng dạy tích cực thúc đẩy sinh viên phát triển ý tưởng sáng tạo. Để đạt được chuẩn đầu ra của chương trình đào tạo, Khoa Quản trị và Marketing đã xây dựng các chiến lược giảng dạy – học tập. Việc lựa chọn phương pháp dạy học, hình thức tổ chức dạy học vừa phải đảm bảo phù hợp đặc thù của khoa, vừa trang bị cho sinh viên các kiến thức, các kỹ năng nghề nghiệp, các kỹ năng mềm, năng lực tự chủ và trách nhiệm.

Sinh viên sẽ sử dụng phương pháp học tập chủ động, giảng viên đóng vai trò là người hướng dẫn, lấy người học làm trung tâm, kết hợp lý thuyết và thực hành thông qua các hoạt động dạy và học đa dạng như học với nhóm, thuyết trình, tăng cường thảo luận, nghiên cứu tình huống, đề án môn học, mở rộng phạm vi học tập... nhằm tăng cường khả năng tự học của sinh viên, nâng cao kiến thức và nghiệp vụ chuyên môn ngành quản trị kinh doanh, phát triển kỹ năng nghề nghiệp, kỹ năng mềm bổ trợ cần thiết cho phát triển nghề nghiệp và thúc đẩy động cơ khởi nghiệp.

Chương trình đào tạo trình độ đại học ngành Marketing sử dụng đa dạng các phương pháp giảng dạy và học tập nhằm đạt được mục tiêu và chuẩn đầu ra của CTĐT. Các phương pháp giảng dạy và học tập chủ yếu được sử dụng như sau:

Chiến lược dạy và học	Mô tả và áp dụng	Phương pháp dạy và học
Giảng dạy trực tiếp	<p>- Mô tả: hầu hết các học phần lý thuyết trong CTĐT ngành Marketing có sử dụng phương pháp thuyết trình (thuyết giảng), vấn đáp, đặt câu hỏi gợi ý, giao bài tập về nhà cho sinh viên và kiểm tra khả năng tự học của sinh viên thông qua bài tập, thảo luận, seminar.</p> <p>- Áp dụng: hầu hết các học phần lý thuyết trong CTĐT có sử dụng phương pháp này.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Thuyết giảng/Giải thích cụ thể/Bài giảng trực tiếp • Thảo luận • Câu hỏi gợi ý • Hướng dẫn mẫu • Luyện tập và thực hành
Giảng dạy gián tiếp	<p>- Mô tả: một số học phần trong khối kiến thức chuyên ngành được giảng dạy gián tiếp, giảng viên ít có sự can thiệp vào quá trình học của sinh viên, các môn học được chọn lựa trong CTĐT ngành Marketing có thể được tiến hành theo phương pháp dạy dựa trên vấn đề, yêu cầu đề bài thực tập, tình huống, người học được tạo điều kiện tốt nhất về cơ sở vật chất, môi trường thực tập và nguồn lực khác cho hoạt động học tập các học phần này.</p> <p>- Áp dụng: các học phần thực tập nghề nghiệp, thực tập cuối khoá, tiểu luận môn học, luận văn tốt nghiệp có trong CTĐT.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Đặt vấn đề/Ra yêu cầu đề bài/tình huống • Nghiên cứu giải quyết vấn đề • Nghiên cứu giải quyết tình huống • Xây dựng ý tưởng/kế hoạch
Học tập qua trải nghiệm	<p>- Mô tả: một số học phần có trong CTĐT ngành Marketing được thiết kế học tập trải nghiệm thuộc khối kiến thức chung của ngành và chuyên ngành, sinh viên được trang bị học tập thực hành tại phòng thực hành nghề, phần mềm mô phỏng nghiệp vụ, học tập thực tế tại thị trường và doanh nghiệp.</p> <p>- Áp dụng: các học phần thực tập có sử dụng phần mềm ứng dụng trong doanh nghiệp hay trong công tác nghiên cứu thị trường, tiểu luận môn học, thực tập cuối khoá tại doanh nghiệp, khóa luận tốt nghiệp.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Học qua mô phỏng • Hình ảnh tập trung • Đóng vai • Tranh luận • Thực tế • Thực nghiệm

Chiến lược dạy và học	Mô tả và áp dụng	Phương pháp dạy và học
Giảng dạy định hướng hợp tác nhóm	<p>- Mô tả: được thực hiện hầu hết trong các học phần của CTĐT ngành Marketing. Sinh viên được giao bài tập, câu hỏi thảo luận nhóm, thuyết trình theo nhóm.</p> <p>- Áp dụng: ở hầu hết các học phần lý thuyết thuộc khối kiến thức đại cương và chuyên nghiệp, mỗi học phần lý thuyết thường được bố trí 2-3 buổi thảo luận trực tiếp trên lớp và 2-3 buổi trực tuyến tùy thuộc vào thời lượng của mỗi học phần. Một số học phần thực hành cũng được giảng viên tổ chức cho thực hành theo nhóm, thực tập cuối khoá tại doanh nghiệp cũng có thể được tổ chức theo nhóm.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Câu hỏi/yêu cầu, gợi mở • Tranh luận • Thảo luận • Giải quyết vấn đề • Công não • Học tập nhóm • Tương tác, phản hồi
Học tập độc lập/ tự học	<p>- Mô tả: được thực hiện ở các học phần mà sinh viên được giảng viên giao bài tập cá nhân, bài tập lớn, đề tài tiểu luận, đề tài nghiên cứu (SV được GV tư vấn hướng dẫn lựa chọn đề tài nghiên cứu khoa học). Yêu cầu sinh viên phải năng động mới có thể hoàn thành yêu cầu học tập độc lập.</p> <p>- Áp dụng: các học phần có bài tập lớn, thiết kế trong môn học khóa luận tốt nghiệp, trình bày khóa luận, các tiểu luận môn học, làm bài tập ở nhà, viết báo cáo môn học, trình bày kế hoạch và học tập tự do – tự nghiên cứu tài liệu tham khảo có liên quan.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Bài tập cá nhân/ phân công công việc cá nhân • Đánh giá bài tập lớn • Đề tài nghiên cứu/ luận văn/ dự án nghiên cứu
Ứng dụng dựa trên kết hợp công nghệ/ phương tiện truyền thông	<p>- Mô tả: sử dụng các công nghệ giảng dạy điện tử, di động và phần mềm ứng dụng giảng dạy trực tuyến trong việc dạy và học. Hầu hết các học phần trong CĐT được thực hiện dựa trên việc kết hợp bài giảng, tài liệu, hình ảnh, âm thanh, video, các nguồn tài nguyên web, các thiết bị tương tác trực tuyến... trong bài học. Các học phần trong CTĐT được tổ chức giảng dạy trực tiếp kết hợp với trực tuyến (Blended Learning).</p> <p>- Áp dụng: Áp dụng với hầu hết các học phần trong CTĐT.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Phương pháp học trực tuyến dựa trên ứng dụng công nghệ thông tin • Giảng viên và sinh viên sử dụng các công cụ trực tuyến để hỗ trợ quá trình dạy và học (LMS, E learning, google meet, Facebook, Zalo ...)

Ma trận tích hợp chuẩn đầu ra của CTĐT và phương pháp dạy – học

Phương pháp dạy-học	Chuẩn đầu ra của chương trình đào tạo																			
	CĐR1	CĐR2	CĐR3	CĐR4	CĐR5	CĐR6	CĐR7	CĐR8	CĐR9	CĐR10	CĐR11	CĐR12	CĐR13	CĐR14	CĐR15	CĐR16	CĐR17	CĐR18	CĐR19	
Phương pháp thuyết giảng/thuyết trình	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Phương pháp đặt vấn đề/giải quyết vấn đề	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Phương pháp nghiên cứu tình huống/giải quyết tình huống	X	X	X		X	X	X	X				X	X	X	X	X			X	X
Phương pháp thảo luận	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X			X	X
Phương pháp tranh luận/phản biện	X		X	X	X	X	X	X				X	X	X	X	X			X	X
Phương pháp tập kích não	X					X	X	X				X	X	X	X	X				X
Phương pháp làm việc nhóm	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X			X	X
Phương pháp đóng vai	X		X	X	X	X	X	X				X	X	X	X	X	X	X	X	X
Phương pháp đề tài/dự án nghiên cứu			X			X	X	X				X	X	X	X			X	X	X
Phương pháp giao bài tập, kiểm tra cá nhân	X		X		X	X	X	X	X				X	X	X			X	X	X
Phương pháp quan sát/trải nghiệm thực tế			X					X	X				X	X	X					X
Phương pháp học trực tuyến	X	X	X	X	X	X	X	X	X				X	X	X	X	X	X	X	X

7. PHƯƠNG PHÁP KIỂM TRA, ĐÁNH GIÁ

7.1. Các hình thức đánh giá

Đánh giá sinh viên trong quá trình học tập là hoạt động xác độ mức độ đạt được CĐR của học phần từ đó bảo đảm sinh viên đạt được CĐR của chương trình đào tạo. Việc đánh giá kết quả học tập được căn cứ theo Quyết định số 392/QĐ-ĐHKTKTCN, ngày 10 tháng 09 năm 2021 của Hiệu trưởng trường Đại học Kinh tế - Kỹ thuật Công nghiệp về việc ban hành Quy chế đào tạo đại học chính quy theo hệ thống tín chỉ.

Chương trình đào tạo ngành Marketing sử dụng các phương pháp kiểm tra, đánh giá đa dạng. Với mỗi học phần trong chương trình đào tạo, người học được đánh giá xuyên suốt cả quá trình thông qua điểm đánh giá chuyên cần, điểm kiểm tra định kỳ, điểm kiểm tra thường xuyên, điểm thi kết thúc học phần. Để đảm bảo việc đánh giá chính xác, khách quan, thường xuyên và liên tục quá trình học tập của người học mỗi học phần đều được nêu rõ các phương pháp đánh giá, thời điểm đánh giá, trọng số điểm cụ thể trong đề cương chi tiết học phần có trong chương trình đào tạo. Các 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 tiết học đầu tiên.

Sau đây là những phương pháp đánh giá được áp dụng chính trong chương trình đào tạo ngành Marketing:

(1). *Đánh giá chuyên cần - Attendance Check*: Đánh giá 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 người học đối với học phần đó. Các học phần trong chương trình đào tạo ngành Marketing đều phải áp dụng phương pháp này.

(2). *Đánh giá bài tập – Work Assignment*: Người học 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 vào những tiêu chí đã được thông báo trước.

(3). *Đánh giá thuyết trình – Oral Presentation*: Người học 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 cũng được đánh giá theo tiêu chí cụ thể mà giảng viên nêu ra ở buổi học đầu tiên của học phần.

(4). *Đánh giá theo hình thức tự luận - Essay*: Người học 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 học phần.

(5). *Đánh giá theo hình thức trắc nghiệm - Multiple choice exam*: 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.

(6). *Đánh giá theo hình thức thi vấn đáp – Oral Exam*: Người học được đánh giá thông qua các cuộc phỏng vấn, câu hỏi và câu trả lời trực tiếp với giảng viên được phân công đánh giá. Phương pháp này được sử dụng trong một số học phần đánh giá năng lực tổng thể của sinh viên bao gồm kiến thức và kỹ năng thuyết trình. Phần lớn các học phần trong chương trình đào tạo nếu áp dụng hình thức học trực tuyến cũng áp dụng hình thức đánh giá này. Tất cả các học phần áp dụng kiểm tra vấn đáp đều có ngân hàng câu hỏi, có tiêu chuẩn và thang điểm đánh giá cụ thể.

(7). *Đánh giá theo hình thức thực hành (hoạt động) – Performance test*: 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 học phần. Phương pháp đánh giá này được áp dụng cho các học phần thực hành nghề nghiệp có áp dụng phần mềm chuyên dùng cho ngành để phân tích và xử lý dữ liệu, tin ứng dụng trong kinh doanh.

(8). *Đánh giá theo hình thức viết báo cáo - Written Report*: Người học được giảng viên yêu cầu viết báo cáo dựa trên việc thu thập, tổng hợp và phân tích thông tin theo một phương pháp nhất định. Viết báo cáo thường được sử dụng sau khi người học thực hiện các bài thực hành cụ thể trong các học phần thực hành nghề nghiệp, đi thực tập thực tế tại doanh nghiệp đối với học phần thực tập cuối khoá hoặc nghiên cứu một tình huống cụ thể.

(9). *Đánh giá theo hình thức khảo sát thực địa, thực tập - Field Work, Internship*: Gồm các hoạt động thực tập thực tế để đánh giá người học thông qua các nhiệm vụ cụ thể tại cơ sở làm việc. Phương pháp này được sử dụng để đánh giá kỹ năng chuyên môn nghiệp vụ theo yêu cầu công việc tại cơ sở thực tập. Việc đánh giá được thực hiện bởi giảng viên hoặc cán bộ trực tiếp giám sát tại nơi làm việc.

(10). *Đánh giá theo hình thức báo cáo khoá luận – Graduation Thesis/Report*: Trong phương pháp này, người học được đánh giá thông qua bài báo cáo trước Hội đồng đánh giá khoá luận tốt nghiệp. Sinh viên thuyết trình báo cáo khoá luận của mình trước Hội đồng, giảng viên phản biện và các thành viên Hội đồng nhận xét và đặt câu hỏi. Sinh viên trả lời trực tiếp câu hỏi. Phương pháp đánh giá này được sử dụng trong học kỳ cuối của chương trình đào tạo để đánh giá năng lực tổng thể của sinh viên bao gồm kiến thức, kỹ năng và thái độ đối với những sinh viên đủ điều kiện thực hiện và bảo vệ khoá luận theo quy định. Hội đồng đánh giá sẽ cho điểm theo các tiêu chí đánh giá được quy định cụ thể trong Quyết định Số: 828/QĐ-ĐHKTKTCN ngày 16 tháng 11 năm 2018 của Hiệu trưởng Trường Đại học Kinh tế Kỹ thuật Công nghiệp về việc hướng dẫn và đánh giá khoá luận tốt nghiệp đối với sinh viên đại học chính quy đào tạo theo hệ thống tín chỉ.

7.2. Điểm đánh giá học phần

1. Đối với các học phần chỉ có lý thuyết hoặc có cả lý thuyết, thực hành môn học, tiểu luận, thảo luận:

a) Điểm tổng hợp đánh giá học phần (gọi tắt là điểm học phần) được xác định bởi các loại điểm: điểm thi kết thúc học phần (chiếm tỷ trọng 60%) và điểm quá trình (là điểm trung bình các điểm đánh giá bộ phận trong quá trình giảng dạy) (chiếm tỷ trọng 40%).

Trong đó các điểm đánh giá bộ phận được quy định như sau:

- Điểm kiểm tra định kỳ - tính hệ số 2:

+ Là điểm kiểm tra hết chương hoặc hết từng phần chính của học phần (thời gian làm

bài là 1 tiết), kiểm tra phần thực hành môn học, điểm tiểu luận

+ Số lần kiểm tra định kỳ: Được quy định bằng số tín chỉ của học phần đó.

- Điểm kiểm tra thường xuyên - tính hệ số 1:

+ Là điểm kiểm tra hỏi đáp đầu giờ hoặc trong giờ lên lớp, kiểm tra từ 15 phút trở xuống, kiểm tra nhận thức và thái độ tham gia thảo luận của sinh viên trong giờ học.

+ Số lần kiểm tra thường xuyên: tối thiểu là 1. Ngoài ra, Khoa, tổ chuyên môn có thể quy định số lần kiểm tra tối thiểu cho từng học phần cụ thể.

- Điểm chuyên cần - có hệ số bằng số tín chỉ của học phần đó.

+ Điểm chuyên cần được đánh giá theo thời gian tham gia học tập trên lớp, cụ thể như sau:

(Thời gian tham gia học tập trên lớp do giảng viên cập nhật hàng tuần, phần mềm tự tính):

* Đi học đầy đủ số tiết trong chương trình được tính: 10 điểm.

* Có nghỉ học; nghỉ học dưới 10% số tiết trong chương trình được tính: 8 điểm.

* Nghỉ học từ 10% trở lên; dưới 20% số tiết trong chương trình được tính: 6 điểm.

* Nghỉ học từ 20% trở lên; dưới 35% số tiết trong chương trình được tính: 4 điểm.

* Nghỉ học từ 35% trở lên; dưới 50% số tiết trong chương trình được tính: 2 điểm.

* Nghỉ học từ 50% trở lên: 0 điểm.

Ghi chú:

+ Sinh viên nghỉ học trên 50% số tiết trong chương trình sẽ bị cấm thi (cả kỳ thi chính và kỳ thi phụ), điểm thi được tính là 0 điểm.

+ Số lần đánh giá điểm chuyên cần: 1 lần, vào thời điểm kết thúc học phần.

b) Việc lựa chọn các hình thức đánh giá bộ phận, thi kết thúc học phần do Bộ môn đề xuất, được Hiệu trưởng phê duyệt và phải được quy định công khai trong đề cương chi tiết của học phần.

2) Đối với các học phần thực hành, thí nghiệm, tiểu luận, bài tập lớn, thực tập:

a) Điểm tổng hợp đánh giá học phần (gọi tắt là điểm học phần) là điểm trung bình của các loại điểm đánh giá bộ phận trong quá trình giảng dạy.

Trong đó các điểm đánh giá bộ phận được quy định như sau:

- Điểm kiểm tra định kỳ: là điểm đánh giá các bài thực hành định kỳ trong quá trình giảng dạy, được tính hệ số 1.

Số điểm kiểm tra định kỳ: Được quy định bằng số tín chỉ của học phần đó.

- Điểm chuyên cần:

+ Điểm chuyên cần được đánh giá theo thời gian tham gia học tập trên lớp, cụ thể như sau:

(Thời gian tham gia học tập trên lớp do giảng viên cập nhật hàng tuần, phân mềm tự tính):

- * Đi học đầy đủ số tiết trong chương trình được tính: 10 điểm.
- * Có nghỉ học; nghỉ học dưới 10% số tiết trong chương trình được tính: 8 điểm.
- * Nghỉ học từ 10% trở lên; dưới 20% số tiết trong chương trình được tính: 6 điểm.
- * Nghỉ học từ 20% trở lên; dưới 35% số tiết trong chương trình được tính: 4 điểm.
- * Nghỉ học từ 35% trở lên; dưới 50% số tiết trong chương trình được tính: 2 điểm.
- * Nghỉ học từ 50% trở lên: 0 điểm.

+ Điểm chuyên cần có hệ số 1.

Ghi chú:

Sinh viên nghỉ học trên 50% số tiết trong chương trình sẽ bị cấm thi (cả kỳ thi chính và kỳ thi phụ), điểm thi được tính là 0 điểm.

+ Số lần đánh giá điểm chuyên cần: 1 lần, vào thời điểm kết thúc học phần.

b) Việc lựa chọn các hình thức đánh giá bộ phận do Bộ môn đề xuất, được Hiệu trưởng phê duyệt và phải được quy định công khai trong Đề cương chi tiết của học phần.

8. CẤU TRÚC CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO

8.1. Khối lượng kiến thức toàn khoá:

136 tín chỉ (Chưa bao gồm khối lượng kiến thức Giáo dục thể chất (4TC) và Giáo dục quốc phòng (8 TC))

Trong đó:

- Khối kiến thức giáo dục đại cương: 39 tín chỉ (chiếm 28,7 %)
- Kiến thức giáo dục chuyên nghiệp: 97 tín chỉ (chiếm 71,3 %)
 - *Phần lý thuyết* 67 tín chỉ (chiếm 69,1 %)
 - *Phần thực hành, thực tập, đồ án* 21 tín chỉ (chiếm 21,6 %)
 - *Khoá luận tốt nghiệp* 09 tín chỉ (chiếm 9,3 %)

8.2. Nội dung chương trình đào tạo

Mã học phần	Học phần	Khoa/Bộ môn thực hiện	Số tín chỉ	Khối lượng kiến thức (LT, TH/TL, Tự học)	Ghi chú
7.1. Kiến thức giáo dục đại cương (39 tín chỉ) (chưa bao gồm khối lượng kiến thức GDTC, GDQP)					
7.1.1. Lý luận chính trị			11		
001535	1. Triết học Mac-Lênin	LLCT&PL	3	(33, 24, 90)	X
001536	2. Kinh tế chính trị Mac-Lênin	LLCT&PL	2	(21, 18, 60)	X
001537	3. CNXH Khoa học	LLCT&PL	2	(21, 18, 60)	X
000573	4. Tư tưởng Hồ Chí Minh	LLCT&PL	2	(21, 18, 60)	X
001538	5. Lịch sử Đảng cộng sản Việt Nam	LLCT&PL	2	(21, 18, 60)	X
7.1.2. Khoa học xã hội			2		
000585	1. Pháp luật đại cương	LLCT&PL	2	(26, 8, 60)	X
7.1.3. Nhân văn - Nghệ thuật			0		
7.1.4. Khoa học tự nhiên – Toán học			6		
001102	1. Xác suất thống kê	KHUĐ	3	(36, 18, 90)	X
002378	2. Toán ứng dụng trong kinh tế	KHUĐ	3	(36, 18, 90)	X
7.1.5. Ngoại ngữ			16		
001942	1. Tiếng Anh 1	NN	4	(48, 24, 120)	X
001943	2. Tiếng Anh 2	NN	4	(48, 24, 120)	X
001944	3. Tiếng Anh 3	NN	4	(48, 24, 120)	X
001945	4. Tiếng Anh 4	NN	4	(48, 24, 120)	X
7.1.6. Kiến thức bổ trợ			4		
000566	1. Lịch sử các học thuyết kinh tế	TM	2	(26, 8, 60)	X
002129	2. Kỹ năng phỏng vấn xin việc	KHUĐ	1	(15, 0, 30)	X
002151	3. Kỹ năng nhận thức bản thân	KHUĐ	1	(15, 0, 30)	X
000569	4. Soạn thảo văn bản	DLKS	2	(26, 8, 60)	
001718	8. Kỹ năng trình diễn vấn đề	QT&MAR	2	(27, 6, 60)	
7.1.7. Giáo dục thể chất			4		

Mã học phần	Học phần	Khoa/Bộ môn thực hiện	Số tín chỉ	Khối lượng kiến thức (LT, TH/TL, Tự học)	Ghi chú
000718	1. Giáo dục thể chất 1	GDTC	1	(0,30,30)	X
000719	2. Giáo dục thể chất 2	GDTC	1	(0,30,30)	X
000739	3. Giáo dục thể chất 3	GDTC	1	(0,30,30)	X
000740	4. Giáo dục thể chất 4	GDTC	1	(0,30,30)	X
7.1.8. Giáo dục quốc phòng			8		
002200	1. Giáo dục quốc phòng - HP1	GDTC	3	(37, 16, 0)	X
002201	2. Giáo dục quốc phòng - HP2	GDTC	2	(22, 16, 0)	X
002202	3. Giáo dục quốc phòng - HP3	GDTC	1	(7, 16, 0)	X
002203	4. Giáo dục quốc phòng - HP4	GDTC	2	(4, 56, 0)	X
7.2. Kiến thức Giáo dục chuyên nghiệp (97 tín chỉ)					
7.2.1. Kiến thức cơ sở ngành			23		
<i>7.2.1.1. Kiến thức bắt buộc</i>			20		
000564	1. Kinh tế vi mô	DLKS	2	(26, 8, 60)	X
000565	2. Kinh tế vĩ mô	DLKS	2	(26, 8, 60)	X
000519	3. Văn hoá kinh doanh	TM	2	(26, 8, 60)	X
000681	4. Lý thuyết hạch toán kế toán	KT	3	(39, 12, 90)	X
001201	5. Quản trị học	QT&MAR	3	(39, 12, 90)	X
001109	6. Tài chính tiền tệ	TCNH-BH	3	(39, 12, 90)	X
001717	7. Kế toán doanh nghiệp	KT	3	(39, 12, 90)	X
000568	8. Pháp luật kinh tế	DLKS	2	(26, 8, 60)	X
<i>7.2.1.2. Kiến thức tự chọn (tự chọn 4 tín chỉ)</i>			3		
001269	10. Nguyên lý thống kê và thống kê KD	DLKS	2	(26, 8, 60)	X
002379	11. Kỹ năng nghề nghiệp - QTMK	QT&MAR	1	(26, 8, 60)	X
001200	12. Kỹ năng giải quyết vấn đề và làm việc nhóm	KHƯD	2	(26, 8, 60)	
001619	13. Kế toán quản trị	KT	2	(26, 8, 60)	

Mã học phần	Học phần	Khoa/Bộ môn thực hiện	Số tín chỉ	Khối lượng kiến thức (LT, TH/TL, Tự học)	Ghi chú
000456	14. Hệ thống thông tin quản lý	QT&MAR	2	(26, 8, 60)	
000563	15. Kinh tế quốc tế	DLKS	2	(26, 8, 60)	
7.2.2. Kiến thức ngành			49		
<i>7.2.2.1. Kiến thức bắt buộc</i>			37		
001104	1. Marketing căn bản	QT&MAR	3	(39, 12, 90)	X
00497	2. Quản trị nhân lực	QT&MAR	3	(39, 12, 90)	X
02380	3. Hành vi khách hàng	QT&MAR	3	(26, 8, 60)	X
001601	4. Nghiên cứu Marketing	QT&MAR	3	(39, 12, 90)	X
001346	5. Tiểu luận 1: Nghiên cứu và dự báo thị trường	QT&MAR	2	(0, 60, 60)	X
002381	6. Quản trị kênh phân phối	QT&MAR	2	(26, 8, 60)	X
002382	7. Thực hành Quản trị marketing trong doanh nghiệp.	QT&MAR	3	(0, 90, 90)	X
001608	8. Quản trị truyền thông marketing	QT&MAR	2	(26, 8, 60)	X
001392	9. Quản trị bán hàng	QT&MAR	3	(39, 12, 90)	X
002384	10. Digital Marketing	QT&MAR	3	(39, 12, 90)	X
002386	11. Thực hành xây dựng chương trình truyền thông marketing tích hợp	QT&MAR	3	(0, 90, 90)	X
002387	12. Quản trị sản phẩm	QT&MAR	2	(26, 8, 60)	X
002388	13. Quản trị giá	QT&MAR	2	(26, 8, 60)	x
001107	14. Quản trị marketing	QT&MAR	3	(39, 12, 90)	X
<i>7.2.2.2. Kiến thức tự chọn</i>			12		
002389	1. Marketing chiến lược	QT&MAR	3	(39, 12, 90)	
002062	2. Quản trị đổi mới sáng tạo	QT&MAR	3	(39, 12, 90)	X
001289	3. Giao dịch và đàm phán kinh doanh	QT&MAR	3	(39, 12, 90)	
002390	4. Quan hệ công chúng	QT&MAR	3	(39, 12, 90)	

Mã học phần	Học phần	Khoa/Bộ môn thực hiện	Số tín chỉ	Khối lượng kiến thức (LT, TH/TL, Tự học)	Ghi chú
001106	5. Quản trị kinh doanh quốc tế	QT&MAR	3	(39, 12, 90)	
001481	6. Xây dựng và phát triển thương hiệu	QT&MAR	3	(39, 12, 90)	X
001333	7. Marketing thương mại	QT&MAR	3	(39, 12, 90)	
001324	8. Phân tích hoạt động kinh doanh	QT&MAR	3	(39, 12, 90)	
001253	9. Quản trị dự án	QT&MAR	3	(39, 12, 90)	
001999	10. Quản trị quan hệ khách hàng	QT&MAR	3	(39, 12, 90)	X
001479	11. Thực hành quản trị quan hệ khách hàng	QT&MAR	3	(0, 90, 90)	X
	7.2.3 Kiến thức chuyên sâu		25		
001611	1. Marketing quốc tế	QT&MAR	3	(39, 12, 90)	X
002391	2. Tiểu luận 2: Thực hành lập kế hoạch marketing	QT&MAR	2	(0, 60, 60)	X
002385	3. Thực hành Digital- Marketing	QT&MAR	3	(0, 90, 90)	X
001287	4. Marketing dịch vụ	QT&MAR	3	(39, 12, 90)	X
000899	Thực tập cuối khóa ngành QTMK	QT&MAR	5	(0, 300, 0)	X
001604	Khóa luận tốt nghiệp ngành QTMK	QT&MAR	9	(0, 540, 0)	x
002057	1. HPTT1: Marketing khách hàng tổ chức (Marketing B2B)	QT&MAR	3	(39, 12, 90)	X
001288	2. HPTT2: Thương mại điện tử	TM	3	(39, 12, 90)	X
002394	3. HPTT3: Tổ chức sự kiện - QTMK	QT&MAR	3	(39, 12, 90)	X

8.3. Kế hoạch giảng dạy dự kiến

Số TT	MÃ HỌC PHẦN	TÊN HỌC PHẦN	LOẠI HỌC PHẦN	SỐ TÍN CHỈ
I		Học kỳ 1 (16 TC)		
1	001535	Triết học Mac-Lênin	(LT,TH/TL)	3
2	000585	Pháp luật đại cương	(LT,TH/TL)	2
3	000718	Giáo dục thể chất 1	(TH)	1
4	000564	Kinh tế vi mô	(LT,TH/TL)	2
5	001102	Xác suất thống kê	(LT,TH/TL)	3
6	001201	Quản trị học	(LT,TH/TL)	3
7	000566	Lịch sử các học thuyết kinh tế	(LT,TH/TL)	2
II		Học kỳ 2 (19 TC)		
1	000681	Lý thuyết hạch toán kế toán	(LT,TH/TL)	3
2	001942	Tiếng Anh 1	(LT,TH/TL)	4
3	001269	Nguyên lý thống kê và thống kê KD	(LT,TH/TL)	2
4	000719	Giáo dục thể chất 2	(TH)	1
5	000565	Kinh tế vĩ mô	(LT,TH/TL)	2
6	000519	Văn hóa kinh doanh	(LT,TH/TL)	2
7	000568	Pháp luật kinh tế	(LT,TH/TL)	2
8	001104	Marketing căn bản	(LT,TH/TL)	3
III		Học kỳ 3 (19 TC)		
1	001536	Kinh tế chính trị Mac – Lênin	(LT,TH/TL)	2
2	002378	Toán ứng dụng trong kinh tế	(LT,TH/TL)	3
3	001943	Tiếng Anh 2	(LT,TH/TL)	4
4	002151	Kỹ năng nhận thức bản thân	(LT,TH/TL)	1
5	001109	Tài chính - Tiền tệ	(LT,TH/TL)	3
6	001107	Quản trị bán hàng	(LT,TH/TL)	3
7	001392	Quản trị Marketing	(LT,TH/TL)	3
IV		Học kỳ 4 (18 TC)		

SỐ TT	MÃ HỌC PHẦN	TÊN HỌC PHẦN	LOẠI HỌC PHẦN	SỐ TÍN CHỈ
1	001537	Chủ nghĩa xã hội khoa học	(LT,TH/TL)	2
2	001944	Tiếng Anh 3	(LT,TH/TL)	4
3	000739	Giáo dục thể chất 3	(LT,TH/TL)	1
4	001717	Kế toán doanh nghiệp	(LT,TH/TL)	3
5	000497	Quản trị nhân lực	(LT,TH/TL)	3
6	002380	Hành vi khách hàng	(LT,TH/TL)	3
7	001349	Tiểu luận 1: Nghiên cứu và dự báo thị trường	(TH)	2
V		Học kỳ 5 (20 TC)		
1	001945	Tiếng Anh 4	(LT,TH/TL)	4
2	000740	Giáo dục thể chất 4	(TH)	1
3	002200	Giáo dục quốc phòng - HP1	(LT,TH)	3
4	002201	Giáo dục quốc phòng - HP2	(LT,TH)	2
5	002202	Giáo dục quốc phòng - HP3	(LT,TH)	1
6	002203	Giáo dục quốc phòng - HP4	(LT,TH)	2
7	002379	Kỹ năng nghề nghiệp - QTMK	(LT,TH/TL)	1
8	002382	Thực hành Quản trị marketing trong doanh nghiệp	(TH)	3
9	001601	Nghiên cứu marketing	(LT,TH/TL)	3
VI		Học kỳ 6 (19 TC)		
1	000573	Tư tưởng Hồ Chí Minh	(LT,TH/TL)	2
2	002387	Quản trị sản phẩm	(LT,TH/TL)	2
3	002381	Quản trị kênh phân phối	(LT,TH/TL)	2
4	002383	Quản trị truyền thông marketing	(LT,TH/TL)	2
5	002388	Quản trị giá	(LT,TH/TL)	2
6	002062	Quản trị đổi mới sáng tạo	(LT,TH/TL)	3
7	001481	Xây dựng và phát triển thương hiệu	(LT,TH/TL)	3
8	001999	Quản trị quan hệ khách hàng	(LT,TH/TL)	3

SỐ TT	MÃ HỌC PHẦN	TÊN HỌC PHẦN	LOẠI HỌC PHẦN	SỐ TÍN CHỈ
VII		Học kỳ 7 (18 TC)		
1	001538	Lịch sử Đảng cộng sản Việt Nam	(LT,TH/TL)	2
3	002129	Kỹ năng Phỏng vấn xin việc	(LT,TH/TL)	1
2	002384	Digital marketing	(LT,TH/TL)	3
4	002386	Thực hành xây dựng chương trình truyền thông marketing tích hợp	(TH)	3
5	001479	Thực hành Quản trị quan hệ khách hàng	(TH)	3
6	001611	Marketing quốc tế	(LT,TH/TL)	3
7	001278	Marketing dịch vụ	(LT,TH/TL)	3
VIII		Học kỳ 8 (19 TC)		
1	002391	Tiểu luận 2: Thực hành lập kế hoạch marketing	(TH)	2
2	002385	Thực hành Digital marketing	(TH)	3
3	000899	Thực tập cuối khóa ngành QTMK	(TH)	5
4	001604	Khóa luận tốt nghiệp ngành QTMK		9
4.1	002057	HPTT1: Marketing tới khách hàng tổ chức (Marketing B2B)	(LT,TH/TL)	3
4.2	001288	HPTT2: Thương mại điện tử	(LT,TH/TL)	3
4.3	002394	HPTT3: Tổ chức sự kiện - QTMK	(LT,TH/TL)	3

9. MA TRẬN ĐÓNG GÓP CỦA CÁC HỌC PHẦN THEO YÊU CẦU NĂNG LỰC CỦA CHUẨN ĐẦU RA

TT	Học phần	Chuẩn đầu ra của chương trình đào tạo ngành Marketing																			
		Kiến thức (<i>thang Bloom</i>) (1-6)							Kỹ năng (<i>thang Dave 1975</i>) (1-5)							NLTC và TN (<i>Krathwohl 1973</i>) (1-5)					
		CĐR	CĐR	CĐR	CĐR	CĐR	CĐR	CĐR	CĐR	CĐR	CĐR	CĐR	CĐR	CĐR	CĐR	CĐR	CĐR	CĐR	CĐR	CĐR	CĐR
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	
I. Kiến thức giáo dục đại cương																					
Các học phần bắt buộc:																					
1	Triết học Mác – Lênin	2												2	2			2	2		
2	Kinh tế chính trị Mác – Lênin	2												2	2			2	2		
3	CNXH Khoa học	2												2	2			2	2		
4	Tư tưởng Hồ Chí Minh	2												2	2			2	2		
5	Lịch sử Đảng cộng sản Việt Nam	2												2	2			2	2		
6	Pháp luật đại cương	3													2			2	2		
7	Xác suất thống kê	3										2						2	2		
8	Toán ứng dụng trong kinh tế	3										3		2		2		2	2		
9	Tiếng Anh 1										3			2	2			2	2		
10	Tiếng Anh 2										3			2	2			2	2		
11	Tiếng Anh 3										3			2	2			2	2		

TT	Học phần	Chuẩn đầu ra của chương trình đào tạo ngành Marketing																		
		Kiến thức (<i>thang Bloom</i>) (1-6)							Kỹ năng (<i>thang Dave 1975</i>) (1-5)							NLTC và TN (<i>Krathwohl 1973</i>) (1-5)				
		CĐR	CĐR	CĐR	CĐR	CĐR	CĐR	CĐR	CĐR	CĐR	CĐR	CĐR	CĐR	CĐR	CĐR	CĐR	CĐR	CĐR	CĐR	CĐR
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19
		1.1.1	1.1.2	1.1.3	1.1.4	1.2.1	1.3.1	1.4.1	1.4.2	1.4.3	1.4.4	2.1.1	2.1.2	2.1.3	2.2.1	2.2.2	2.2.3	2.2.4	3.1.1	3.2.1
12	Tiếng Anh 4										3				2	2			2	2
13	Giáo dục thể chất										3				2				2	2
14	Giáo dục quốc phòng														2				2	3
Các học phần tự chọn:																				
15	Lịch sử các học thuyết kinh tế	3										2							2	2
16	Kỹ năng nhận thức bản thân	1										2			2				2	2
17	Kỹ năng phỏng vấn xin việc	2													2	2	2		2	2
18	Kỹ năng trình diễn vấn đề	1													2	2			2	2
19	Soạn thảo văn bản									3				2					2	2
II. Kiến thức cơ sở ngành																				
Các học phần bắt buộc:																				
20	Kinh tế vi mô		4									2	2	3	2	2			2	2
21	Kinh tế vĩ mô		4									2	2	3	2	2			2	2
22	Văn hoá kinh doanh		3									2	2	2	2	2			2	2
23	Lý thuyết hạch toán kế toán		3									2	2			2			2	2

TT	Học phần	Chuẩn đầu ra của chương trình đào tạo ngành Marketing																		
		Kiến thức (<i>thang Bloom</i>) (1-6)							Kỹ năng (<i>thang Dave 1975</i>) (1-5)							NLTC và TN (<i>Krathwohl 1973</i>) (1-5)				
		CĐR	CĐR	CĐR	CĐR	CĐR	CĐR	CĐR	CĐR	CĐR	CĐR	CĐR	CĐR	CĐR	CĐR	CĐR	CĐR	CĐR	CĐR	CĐR
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19
		1.1.1	1.1.2	1.1.3	1.1.4	1.2.1	1.3.1	1.4.1	1.4.2	1.4.3	1.4.4	2.1.1	2.1.2	2.1.3	2.2.1	2.2.2	2.2.3	2.2.4	3.1.1	3.2.1
24	Quản trị học		3									2			2	2	3		2	2
25	Tài chính - Tiền tệ		3	3								2	2		2	2			2	2
26	Kế toán doanh nghiệp		4									3			2				2	2
27	Pháp luật kinh tế		2										2		2	2			2	2
Các học phần tự chọn:																				
28	Nguyên lý thống kê và thống kê KD		3	4						2		3	2		2	2			2	2
29	Kỹ năng nghề nghiệp – QTMK		2	2									3		3		2		2	2
30	Kỹ năng giải quyết vấn đề và làm việc nhóm		1												3	3			2	2
31	Kế toán quản trị		3									2	2		2	2			2	2
32	Hệ thống thông tin quản lý		4							3		2	2			2			2	2
33	Kinh tế quốc tế		3									2	2			2			2	2
III. Kiến chuyên ngành																				
Các học phần bắt buộc:																				
34	Marketing căn bản			4	3							2	2		2	2			2	2

TT	Học phần	Chuẩn đầu ra của chương trình đào tạo ngành Marketing																			
		Kiến thức (<i>thang Bloom</i>) (1-6)							Kỹ năng (<i>thang Dave 1975</i>) (1-5)							NLTC và TN (<i>Krathwohl 1973</i>) (1-5)					
		CĐR	CĐR	CĐR	CĐR	CĐR	CĐR	CĐR	CĐR	CĐR	CĐR	CĐR	CĐR	CĐR	CĐR	CĐR	CĐR	CĐR	CĐR	CĐR	
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	
		1.1.1	1.1.2	1.1.3	1.1.4	1.2.1	1.3.1	1.4.1	1.4.2	1.4.3	1.4.4	2.1.1	2.1.2	2.1.3	2.2.1	2.2.2	2.2.3	2.2.4	3.1.1	3.2.1	
35	Quản trị nhân lực			3										2	2	2			2	2	
36	Hành vi khách hàng			3	3							3	2						2	2	
37	Nghiên cứu Marketing				3	3				2		2		2	2				2	2	
38	Thực hành quản trị marketing trong doanh nghiệp				3	3		3		2		4			2	2			2	3	
39	Tiểu luận 1: Nghiên cứu và dự báo thị trường			4		4		4		2				3	3	2	2			2	3
40	Quản trị kênh phân phối			4	4	3		3						2	2		2	2		2	2
41	Quản trị truyền thông marketing			2	3	3		5					2	2		2	2	2		2	2
42	Thực hành xây dựng chương trình truyền thông marketing tích hợp				3	3		5					2	2		2	2			2	3
43	Quản trị bán hàng			3	4	4				2		3	3		2	2			2	2	
44	Digital Marketing				5		3	3		2		3		2					2	2	
45	Quản trị sản phẩm				3		4	4				3			2	2			2	2	
46	Quản trị giá		2	4	4	3		3				2	2		2	2			2	2	
47	Quản trị Marketing			4	3		3	3				2	2	2	2	2			2	2	

TT	Học phần	Chuẩn đầu ra của chương trình đào tạo ngành Marketing																		
		Kiến thức (<i>thang Bloom</i>) (1-6)							Kỹ năng (<i>thang Dave 1975</i>) (1-5)							NLTC và TN (<i>Krathwohl 1973</i>) (1-5)				
		CĐR	CĐR	CĐR	CĐR	CĐR	CĐR	CĐR	CĐR	CĐR	CĐR	CĐR	CĐR	CĐR	CĐR	CĐR	CĐR	CĐR	CĐR	CĐR
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19
		1.1.1	1.1.2	1.1.3	1.1.4	1.2.1	1.3.1	1.4.1	1.4.2	1.4.3	1.4.4	2.1.1	2.1.2	2.1.3	2.2.1	2.2.2	2.2.3	2.2.4	3.1.1	3.2.1
Các học phần tự chọn:																				
48	Marketing chiến lược			4	3		3	3				2	2		2	2			2	2
49	Quản trị đổi mới sáng tạo			4										2		2	2		3	2
50	Giao dịch và đàm phán trong kinh doanh			3		3							2	3	2	3			2	2
51	Quan hệ công chúng		2		2		3	3				2			2	2			2	2
52	Quản trị kinh doanh quốc tế		2	3	3	3		4				2	2	2	2	2			2	2
53	Xây dựng và phát triển thương hiệu		3	3		3						2	2		2	2			2	2
54	Marketing thương mại			3	3		3					2		2	2	2			2	2
55	Phân tích hoạt động kinh doanh				3		3					2			2	2			2	2
56	Quản trị dự án			3				4				2		3	2	2			2	2
57	Quản trị quan hệ khách hàng			2		2		4				2	3	3	2	2			2	2
58	Thực hành quản trị quan hệ khách hàng			3	5	4							3	3	2	2		4	2	2
IV. Kiến thức chuyên sâu																				
59	Marketing quốc tế						4	4				2		3	2	2			2	2
60	Tiểu luận 2: Thực hành lập kế hoạch				3			3				3		3			3		2	2

TT	Học phần	Chuẩn đầu ra của chương trình đào tạo ngành Marketing																		
		Kiến thức (<i>thang Bloom</i>) (1-6)							Kỹ năng (<i>thang Dave 1975</i>) (1-5)							NLTC và TN (<i>Krathwohl 1973</i>) (1-5)				
		CĐR	CĐR	CĐR	CĐR	CĐR	CĐR	CĐR	CĐR	CĐR	CĐR	CĐR	CĐR	CĐR	CĐR	CĐR	CĐR	CĐR	CĐR	CĐR
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19
		1.1.1	1.1.2	1.1.3	1.1.4	1.2.1	1.3.1	1.4.1	1.4.2	1.4.3	1.4.4	2.1.1	2.1.2	2.1.3	2.2.1	2.2.2	2.2.3	2.2.4	3.1.1	3.2.1
	marketing																			
61	Thực hành Digital- Marketing				3	3	3	3		2		3	3	3	2	2			2	2
62	Marketing dịch vụ				4	4	4	3				2	2	3	2	2	2		2	2
63	Thực tập cuối khóa		4	4	4	4	4	3				4	4	3	3	3	3		4	4
64	Khóa luận tốt nghiệp					4	5	4				4	5	4	2	4	3	4	4	4
64.1	Marketing tới khách hàng doanh nghiệp (Marketing B2B)						4	4				3		2	2	2	2		2	2
64.2	Thương mại điện tử		3	3			3	3				2	2			2		3	2	2
64.3	Tổ chức sự kiện - QTMK				4	3	3	3							2	2			2	2

10. SƠ ĐỒ CẤU TRÚC CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO

(Xem sơ đồ trang sau)

KHOA QUẢN TRỊ VÀ MARKETING

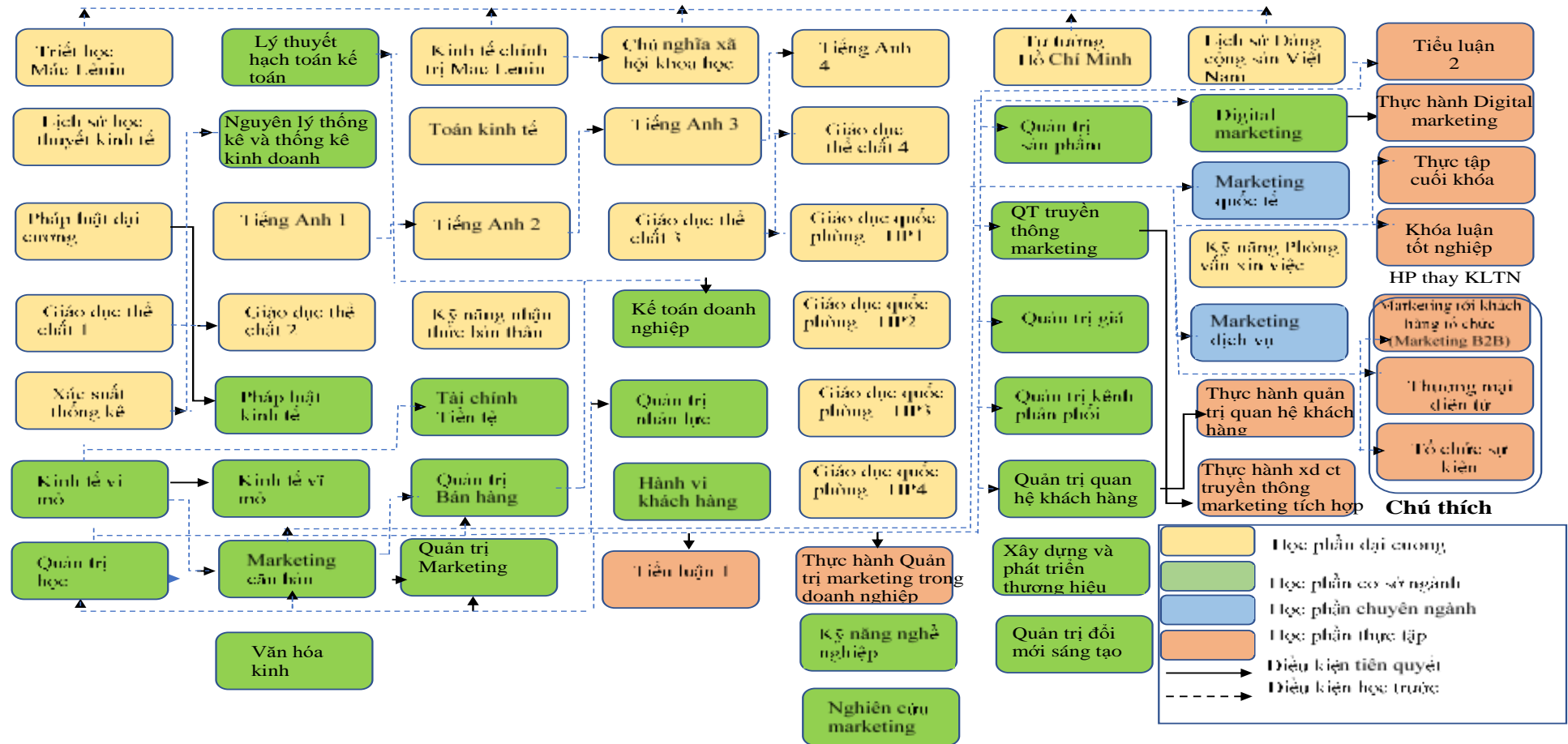
NGÀNH MARKETING

Năm thứ 1

Năm thứ 2

Năm thứ 3

Năm thứ 4



11. MÔ TẢ TÓM TẮT HỌC PHẦN

Kiến thức giáo dục đại cương (39 TC) (Chưa bao gồm khối lượng kiến thức Giáo dục thể chất (4TC) và Giáo dục quốc phòng (8 TC)):

1. Triết học Mac-Lênin

Số TC: 3

- Phân bố thời gian học tập: 2(33, 24, 90)

- Học phần tiên quyết: Không có

- Học phần học trước: Không có

- Tóm tắt nội dung học phần: Triết học Mác - Lênin là học phần cơ sở bắt buộc trong chương trình đào tạo Đại học của tất cả các chuyên ngành. Học phần được bố trí giảng dạy đầu tiên trong những môn thuộc hệ thống các môn khoa học Mác - Lênin, như môn học Kinh tế chính trị Mác - Lênin, Chủ nghĩa xã hội khoa học, Tư tưởng Hồ Chí Minh và Đường lối cách mạng của Đảng cộng sản Việt Nam. Học phần từng bước trang bị cho sinh viên thiết lập được thế giới quan, phương pháp luận chung nhất để tiếp cận các khoa học chuyên ngành cần đào tạo. Vận dụng thế giới quan, phương pháp luận của Chủ nghĩa Mác - Lênin một cách sáng tạo trong hoạt động nhận thức và thực tiễn nhằm giải quyết những vấn đề mà đời sống xã hội của đất nước, của thời đại đang đặt ra

2. Kinh Tế chính trị Mac-Lênin

Số TC: 2

- Phân bố thời gian học tập: 2(21, 18, 60)

- Học phần tiên quyết: Không có

- Học phần học trước: Triết học Mác - Lênin

- Tóm tắt nội dung học phần: Triết học Mác - Lênin là học phần cơ sở bắt buộc trong chương trình đào tạo Đại học của tất cả các chuyên ngành. Học phần được bố trí giảng dạy đầu tiên trong những môn thuộc hệ thống các môn khoa học Mác - Lênin, như môn học Kinh tế chính trị Mác - Lênin, Chủ nghĩa xã hội khoa học, Tư tưởng Hồ Chí Minh và Đường lối cách mạng của Đảng cộng sản Việt Nam. Học phần từng bước trang bị cho sinh viên thiết lập được thế giới quan, phương pháp luận chung nhất để tiếp cận các khoa học chuyên ngành cần đào tạo. Vận dụng thế giới quan, phương pháp luận của Chủ nghĩa Mác - Lênin một cách sáng tạo trong hoạt động nhận thức và thực tiễn nhằm giải quyết những vấn đề mà đời sống xã hội của đất nước, của thời đại đang đặt ra

3. CNXH Khoa học

Số TC: 2

- Phân bố thời gian học tập: 2(21, 18, 60)

- Học phần tiên quyết: Không có

- Học phần học trước: Triết học Mác - Lênin, Kinh tế chính trị Mác-Lênin

- Tóm tắt nội dung học phần: Học phần Chủ nghĩa xã hội khoa học là môn học nghiên cứu về những quy luật và tính quy luật chính trị - xã hội của quá trình phát sinh, hình thành và phát triển hình thái kinh tế cộng sản chủ nghĩa; những nguyên tắc cơ bản, những điều kiện, con đường, hình thức và phương pháp đấu tranh cách mạng của giai cấp công nhân để

thực hiện sự chuyển biến từ chủ nghĩa tư bản (và các chế độ tư hữu) lên chủ nghĩa xã hội, chủ nghĩa cộng sản.

4. Tư tưởng Hồ Chí Minh

Số TC: 2

- *Phân bố thời gian học tập*: 2(21, 18, 60)

- *Học phần tiên quyết*: Không có

- *Học phần học trước*: Triết học Mác – Lênin, Kinh tế chính trị Mác-Lênin, CNXH KH.

- *Tóm tắt nội dung học phần*: Tư tưởng Hồ Chí Minh là học phần cơ sở bắt buộc trong chương trình đào tạo Đại học của tất cả các chuyên ngành. Học phần được bố trí giảng dạy sau các môn học Triết học Mác - Lênin, Kinh tế chính trị Mác - Lênin, Chủ nghĩa xã hội khoa học. Cung cấp cho sinh viên kiến thức có tính hệ thống về đối tượng, phương pháp nghiên cứu và ý nghĩa học tập về tư tưởng, đạo đức, giá trị văn hóa, tác phong Hồ Chí Minh.

5. Lịch sử Đảng cộng sản Việt Nam

Số TC: 2

- *Phân bố thời gian học tập*: 2(21, 18, 60)

- *Học phần tiên quyết*: Không có

- *Học phần học trước*: Triết học Mác – Lênin, Kinh tế chính trị Mác-Lênin, CNXH KH, Tư tưởng Hồ Chí Minh

- *Tóm tắt nội dung học phần*: Tư tưởng Hồ Chí Minh là học phần cơ sở bắt buộc trong chương trình đào tạo Đại học của tất cả các chuyên ngành. Học phần được bố trí giảng dạy sau các môn học Triết học Mác - Lênin, Kinh tế chính trị Mác - Lênin, Chủ nghĩa xã hội khoa học. Cung cấp cho sinh viên kiến thức có tính hệ thống về đối tượng, phương pháp nghiên cứu và ý nghĩa học tập về tư tưởng, đạo đức, giá trị văn hóa, tác phong Hồ Chí Minh.

6. Pháp luật đại cương

Số TC: 2

- *Phân bố thời gian học tập*: 2(26, 8, 60)

- *Học phần tiên quyết*: Không có

- *Học phần học trước*: Triết học Mác – Lênin, Kinh tế chính trị Mác-Lênin, CNXH KH, Tư tưởng Hồ Chí Minh

- *Tóm tắt nội dung học phần*: Pháp luật đại cương là học trang bị cho người học những kiến thức cơ bản về nhà nước và pháp luật, kiến thức cơ bản của một số ngành luật trong hệ thống pháp luật của nhà nước Việt Nam: Luật Hiến pháp, Luật Hành chính, Luật Hình sự, Luật Dân sự, Luật Hôn nhân - gia đình và Luật Lao động.

7. Xác suất thống kê

Số TC: 3

- *Phân bố thời gian học tập*: 3(36, 18, 90)

- *Học phần tiên quyết*: Không có

- *Học phần học trước*: Không có

- *Tóm tắt nội dung học phần*: Xác suất thống kê trang bị cho sinh viên những kiến thức cơ bản về xác suất và thống kê gồm: lý thuyết xác suất, biến ngẫu nhiên và luật phân phối xác suất, lý thuyết mẫu và các bài toán cơ bản của thống kê như ước lượng, kiểm định giả thiết, hồi quy và tương quan.

8. Toán ứng dụng trong kinh tế

Số TC: 3

- *Phân bố thời gian học tập:* 3(26, 8, 60)

- *Học phần tiên quyết:* Không có

- *Học phần học trước:* Không có

- *Tóm tắt nội dung học phần:* Toán ứng dụng cho kinh tế là học phần đại cương của chương trình đào tạo bậc đại học khối ngành kinh tế, trường Đại học Kinh tế Kỹ thuật công nghiệp. Học phần trang bị cho sinh viên những kiến thức về phép tính vi-tích phân hàm 1 biến; nhiều biến và các ứng dụng trong kinh tế; kiến thức đại số tuyến tính như ứng dụng ma trận, hệ phương trình tuyến tính trong các bài toán kinh tế. Kiến thức về ứng dụng bài toán quy hoạch tuyến tính; sơ đồ mạng lưới Pert trong lập các mô hình kinh tế.

9. Tiếng Anh 1

Số TC: 4

- *Phân bố thời gian học tập:* 4(48, 24, 120)

- *Học phần tiên quyết:* Điểm TOEIC đầu vào ≥ 200

- *Học phần học trước:* Không có

- *Tóm tắt nội dung học phần:*

Học phần tiếng Anh 1 là học phần bắt buộc thuộc khối kiến thức cơ bản trong chương trình đào tạo hệ đại học. Học phần rèn luyện đồng đều cả bốn kỹ năng nghe, nói, đọc, viết trình độ A2 theo khung tham chiếu Châu Âu (tương đương bậc 2 của Khung năng lực ngoại ngữ 6 bậc dùng cho Việt Nam) Học phần tiếng Anh 1 giúp người học phát triển các khối kiến thức cơ bản nhất về ngữ pháp, từ vựng, chức năng, phát âm và các kỹ năng khác thông qua các hoạt động giao tiếp phù hợp

Mô hình bài học thực tế và thực hành các hoạt động giao tiếp hàng ngày sẽ trang bị cho sinh viên khả năng sử dụng ngôn ngữ trong thế giới thực. Các bài học về phương pháp nghiên cứu tình huống được thiết kế chi tiết giúp sinh viên hiểu được cách viết email tốt hơn.

Từ vựng được giới thiệu theo từng chủ đề, đa dạng, phong phú, đặc biệt chú trọng nhấn mạnh phần Trọng tâm ngôn ngữ của từng bài.

10. Tiếng Anh 2

Số TC: 4

- *Phân bố thời gian học tập:* 4(48, 24, 120)

- *Học phần tiên quyết:* Điểm TOEIC đầu vào ≥ 275

- *Học phần học trước:* Tiếng Anh 1

- *Tóm tắt nội dung học phần:*

Học phần tiếng Anh 2 là học phần bắt buộc thuộc khối kiến thức cơ bản trong chương trình đào tạo hệ đại học. Học phần rèn luyện đồng đều cả bốn kỹ năng nghe, nói, đọc, viết trình độ A2 theo khung tham chiếu Châu Âu (tương đương bậc 2 của Khung năng lực ngoại ngữ 6 bậc dùng cho Việt Nam)

Học phần tiếng Anh 2 giúp người học phát triển các khối kiến thức cơ bản nhất về ngữ pháp, từ vựng, chức năng, phát âm và các kỹ năng khác thông qua các hoạt động giao tiếp phù hợp.

Mô hình bài học thực tế và thực hành các hoạt động giao tiếp hàng ngày sẽ trang bị cho sinh viên khả năng sử dụng ngôn ngữ trong thế giới thực.

Các bài học về phương pháp nghiên cứu tình huống được thiết kế chi tiết giúp sinh viên hiểu được cách viết email tốt hơn.

Từ vựng được giới thiệu theo từng chủ đề, đa dạng, phong phú, đặc biệt chú trọng nhấn mạnh phần Trọng tâm ngôn ngữ của từng bài.

11. Tiếng Anh 3

Số TC: 4

- *Phân bố thời gian học tập:* 4(48, 24, 120)

- *Học phần tiên quyết:* Tiếng Anh 1/ Điểm TOEIC đầu vào ≥ 350

- *Học phần học trước:* Tiếng Anh 1, 2

- *Tóm tắt nội dung học phần:*

Học phần tiếng Anh 3 là học phần bắt buộc thuộc khối kiến thức cơ bản trong chương trình đào tạo hệ đại học. Học phần rèn luyện đồng đều cả bốn kỹ năng nghe, nói, đọc, viết trình độ A2 theo khung tham chiếu Châu Âu (tương đương bậc 2 của Khung năng lực ngoại ngữ 6 bậc dùng cho Việt Nam)

Học phần tiếng Anh 3 giúp người học phát triển các khối kiến thức cơ bản nhất về ngữ pháp, từ vựng, chức năng, phát âm và các kỹ năng khác thông qua các hoạt động giao tiếp phù hợp.

Mô hình bài học thực tế và thực hành các hoạt động giao tiếp hàng ngày sẽ trang bị cho sinh viên khả năng sử dụng ngôn ngữ trong thế giới thực.

Các bài học về phương pháp nghiên cứu tình huống được thiết kế chi tiết giúp sinh viên hiểu được cách viết email tốt hơn.

Từ vựng được giới thiệu theo từng chủ đề, đa dạng, phong phú, đặc biệt chú trọng nhấn mạnh phần Trọng tâm ngôn ngữ của từng bài.

12. Tiếng Anh 4

Số TC: 4

- *Phân bố thời gian học tập:* 4(48, 24, 120)

- *Học phần tiên quyết:* Tiếng Anh 2/ Điểm TOEIC đầu vào ≥ 425

- *Học phần học trước:* Tiếng Anh 1, 2, 3

- *Tóm tắt nội dung học phần:*

Học phần tiếng Anh 4 là học phần tự chọn thuộc khối kiến thức nâng cao, giúp sinh viên phát triển khả năng tư duy theo các chủ đề, khả năng tự học, tự nghiên cứu của sinh viên, tạo nền tảng cho việc phát triển nghề nghiệp tương lai. Học phần rèn luyện đồng đều cả bốn kỹ năng nghe, nói, đọc, viết trình độ B1 theo khung tham chiếu Châu Âu (tương đương bậc 3 của Khung năng lực ngoại ngữ 6 bậc dùng cho Việt Nam)

Học phần tiếng Anh 4 giúp người học phát triển các khối kiến thức nâng cao về ngữ pháp, từ vựng, chức năng, phát âm và các kỹ năng khác thông qua các hoạt động giao tiếp phù hợp.

Mô hình bài học thực tế giúp sinh viên phát triển kỹ năng giao tiếp như thuyết trình, hội họp, đàm phán, điện thoại và giao tiếp xã hội. Các bài học về phương pháp nghiên cứu tình huống được thiết kế chi tiết giúp sinh viên tư duy và giải quyết vấn đề một cách chủ động.

Từ vựng được giới thiệu theo từng chủ đề, đa dạng, phong phú, đặc biệt chú trọng nhấn mạnh phần Ngữ pháp tổng hợp của từng bài.

13. Giáo dục thể chất

Số TC: 4

13.1 Giáo dục thể chất 1 (Điền kinh 1)

Số TC: 1

- *Phân bố thời gian học tập:* 1(0, 30, 30)

- *Học phần tiên quyết:* Không có

- *Học phần học trước:* Không có

- *Tóm tắt nội dung học phần:* Học phần giáo dục thể chất 1 (Điền kinh 1) trang bị cho sinh viên kiến thức: Lịch sử hình thành và phát triển môn điền kinh, thể dục cơ bản; kiến thức cơ bản về phòng tránh, xử lý chấn thương trong thể thao. Phương pháp, nguyên tắc tập luyện nội dung chạy ngắn. Kỹ năng vận động môn chạy ngắn (100m), thể dục tay không 45 động tác, bài tập hỗ trợ tiếp thu kỹ thuật chạy ngắn, phát triển thể lực; phát triển thể lực chung và chuyên môn chạy ngắn.

13.2. Giáo dục thể chất 2

Số TC: 1

- *Phân bố thời gian học tập:* 1(0, 30, 30)

- *Học phần tiên quyết:* Không có

- *Học phần học trước:* Giáo dục thể chất 1

- *Tóm tắt nội dung học phần:* Học phần giáo dục thể chất 2 (điền kinh 2) trang bị cho sinh viên kiến thức: Hiểu biết về tầm quan trọng của chạy bền đối với sức khỏe con người; kiến thức cơ bản về phòng tránh, xử lý những phản ứng sinh lý xấu khi tập luyện chạy bền. Phương pháp, nguyên tắc tập luyện chạy cự ly trung bình (800m-nữ, 1500m- nam). Kỹ năng vận động chạy cự ly trung bình, thể dục tay không 40 động tác, bài tập hỗ trợ tiếp thu kỹ thuật chạy cự ly trung bình, phát triển thể lực; phát triển thể lực chung.

13.3. Giáo dục thể chất 3

Số TC: 1

- *Phân bố thời gian học tập:* 1(0, 30, 30)

- *Học phần tiên quyết:* Không có

- *Học phần học trước:* Giáo dục thể chất 2

- *Tóm tắt nội dung học phần:* Học phần giáo dục thể chất 3 (cầu lông 1) nằm trong phần tự chọn của môn học GDTC. Học phần này trang bị cho sinh viên kiến thức: Biết lợi ích tác dụng của tập luyện cầu lông, một số điều luật thi đấu cầu lông. Phương pháp, nguyên tắc tập luyện kỹ thuật cầu lông. Kỹ năng kỹ thuật đánh cầu bên phải, trái thấp tay, phát cầu trái tay, phát cầu thuận tay. Bài tập phát triển thể lực chung và chuyên môn trong tập luyện cầu lông. Học phần này là tiền đề để giảng dạy và học tập học phần giáo dục thể chất 4 (cầu lông 2).

13.4. Giáo dục thể chất 4

Số TC: 1

- *Phân bố thời gian học tập*: 1(0, 30, 30)

- *Học phần tiên quyết*: Không có

- *Học phần học trước*: Giáo dục thể chất 3

- *Tóm tắt nội dung học phần*: Học phần giáo dục thể chất 4 (cầu lông 2) nằm trong phần tự chọn của môn học GDTC. Học phần này trang bị cho sinh viên kiến thức: Biết một số điều luật thi đấu cầu lông; chiến thuật đánh đơn, đôi trong thi đấu cầu lông; cách thức tổ chức thi đấu và trọng tài cầu lông. Kỹ năng kỹ thuật đập cầu chính diện, phong cầu. Bài tập phát triển thể lực chung và chuyên môn trong tập luyện cầu lông.

14. Giáo dục quốc phòng

Số TC: 8

14.1. Giáo dục quốc phòng - HP1

Số TC: 3

- *Phân bố thời gian học tập*: 3 (37, 8, 90)

- *Học phần tiên quyết*:

- *Học phần học trước*:

- *Tóm tắt nội dung học phần*: Trang bị cho sinh viên những quan điểm cơ bản về chủ nghĩa Mác – Lênin, tư tưởng Hồ Chí Minh về chiến tranh, quân đội và bảo vệ tổ quốc. Xây dựng nền quốc phòng toàn dân, xây dựng lực lượng vũ trang nhân dân, chiến tranh nhân dân, bảo vệ Tổ quốc Việt Nam xã hội chủ nghĩa; kết hợp phát triển kinh tế xã hội với quốc phòng an ninh. Những vấn đề cơ bản về lịch sử quân sự Việt Nam, vấn đề về xây dựng chủ quyền biển đảo, biên giới, xây dựng lực lượng dân quân tự vệ, lực lượng dự bị động viên, xây dựng phòng trào toàn dân tham gia bảo vệ tổ quốc và bảo vệ an ninh quốc gia và trật tự an toàn xã hội

14.2. Giáo dục quốc phòng – HP2

Số TC: 2

- *Phân bố thời gian học tập*: 2 (22, 8, 60)

- *Học phần tiên quyết*:

- *Học phần học trước*:

- *Tóm tắt nội dung học phần*: Trang bị cho sinh viên kiến thức về phòng, chống chiến lược “diễn biến hòa bình”, nội dung về dân tộc, tôn giáo, đấu tranh phòng chống các thế lực thù địch lợi dụng tôn giáo để chống phá cách mạng Việt Nam. Phòng, chống vi phạm pháp luật về bảo vệ môi trường, về đảm bảo trật tự an toàn giao thông, xâm hại danh dự, nhân phẩm người khác, an toàn thông tin trên không gian mạng, an ninh phi truyền thống.

14.3. Giáo dục quốc phòng – HP3

Số TC: 1

- *Phân bố thời gian học tập*: 1(14, 16, 30)

- *Học phần tiên quyết*:

- *Học phần học trước*:

- *Tóm tắt nội dung học phần*: Đào tạo sinh viên các chế độ nề nếp chính quy, bố trí trật tự nội vụ trong doanh trại, chế độ học tập, công tác trong ngày trong tuần. Nắm được các hiểu biết về quân, binh chủng trong quân đội. Điều lệnh đội ngũ từng người có súng, đơn vị; hiểu biết chung về bản đồ địa hình quân sự, phòng tránh địch tiến công hỏa lực bằng vũ khí công nghệ cao; ba môn quân sự phối hợp.

14.4 Giáo dục quốc phòng – HP4

Số TC: 2

- Phân bố thời gian học tập: 2(4, 56, 60)

- Học phần tiên quyết:

- Học phần học trước:

- Tóm tắt nội dung học phần: Đào tạo kỹ thuật bắn súng tiểu liên AK, tính năng, cấu tạo, cách sử dụng một số lựu đạn thường dùng, ném lựu đạn; từng người trong chiến đấu, phòng ngự, canh gác.

15. Lịch sử các học thuyết kinh tế

Số TC: 2

- Phân bố thời gian học tập: 2(26, 8, 60)

- Học phần tiên quyết: Không có

- Học phần học trước: Không có

- Tóm tắt nội dung học phần: Lịch sử các học thuyết kinh tế là học phần tự chọn thuộc khối kiến thức giáo dục đại cương trong chương trình đào tạo trình độ đại học ngành Quản trị Kinh doanh. Học phần trang bị cho người học những kiến thức về các học thuyết kinh tế cơ bản thời kỳ cổ đại và trung cổ, các học thuyết kinh tế thời kỳ cuối thế kỷ XV đến cuối thế kỷ XIX, học thuyết kinh tế Marx – Lenin, các học thuyết kinh tế hiện đại từ cuối thế kỷ XIX đến nay.

16. Kỹ năng nhận thức bản thân

Số TC: 1

- Phân bố thời gian học tập: 1(15, 0, 30)

- Học phần tiên quyết: Không có

- Học phần học trước: Không có

- Tóm tắt nội dung học phần: Học phần cung cấp các kiến thức về tự nhận thức bản thân là khả năng hiểu rõ chính xác bản thân mình, biết mình cần gì, muốn gì, đâu là điểm mạnh và điểm yếu của mình, nhận thức được tư duy và niềm tin của mình, cảm xúc và những động lực thúc đẩy cá nhân.

17. Kỹ năng phỏng vấn xin việc

Số TC: 1

- Phân bố thời gian học tập: 1(15, 0, 30)

- Học phần tiên quyết: Không có

- Học phần học trước: Không có

- Tóm tắt nội dung học phần: Học phần Kỹ năng phỏng vấn xin việc cung cấp các kỹ năng hữu ích cho SV giúp sinh viên có thể hoàn thành tốt các buổi phỏng vấn, xin việc của mình: Kỹ năng giao tiếp, kỹ năng tổ chức, kỹ năng ra quyết định, kỹ năng quản lý thời gian...

18. Kỹ năng trình diễn vấn đề

Số TC: 2

- Phân bố thời gian học tập: 2(26, 8, 60)

- Học phần tiên quyết: Không

- Học phần học trước: Không

- Tóm tắt nội dung học phần:

Học phần “Kỹ năng trình diễn vấn đề” là học phần tự chọn được xây dựng nhằm cung cấp cho sinh viên những kiến thức cơ bản kết hợp các bài tập thực hành trong và ngoài lớp

về hoạt động thuyết trình. Qua đó giúp cho người học hình thành kỹ năng thuyết trình về các nội dung học thuật và các chủ đề cơ bản trong quá trình học tập cũng như ngoài xã hội, hình thành thái độ yêu thích thuyết trình, có ý thức ảnh hưởng đến người khác thông qua những nội dung mà mình thuyết trình.

19. Soạn thảo văn bản

Số TC: 2

- *Phân bố thời gian học tập*: 2(26, 8, 60)

- *Học phần tiên quyết*: Không có

- *Học phần học trước*: Không có

- *Tóm tắt nội dung học phần*: Học phần soạn thảo văn bản nằm trong nhóm kiến thức cơ sở cho trình độ đại học. Học phần trang bị cho sinh viên những kiến thức, kỹ năng cơ bản về nội dung và thể thức trình bày trong soạn thảo và ban hành văn bản hành chính và văn bản trong hoạt động sản xuất kinh doanh; đồng thời có khả năng kiểm tra, rà soát và xử lý các văn bản của các cơ quan, tổ chức, doanh nghiệp.

Kiến thức giáo dục chuyên nghiệp (97 TC):

20. Kinh tế vi mô

Số TC: 2

- *Phân bố thời gian học tập*: 2(26, 8, 60)

- *Học phần tiên quyết*: Không có

- *Học phần học trước*: Đại số tuyến tính

- *Tóm tắt nội dung học phần*: Học phần trang bị những kiến thức về kinh tế thị trường như cung - cầu hàng hóa; Lý thuyết về người tiêu dùng; Lý thuyết hành vi doanh nghiệp; Cạnh tranh và độc quyền; Thị trường các yếu tố sản xuất; Hạn chế của kinh tế thị trường và sự can thiệp của chính phủ.

21. Kinh tế vĩ mô

Số TC: 2

- *Phân bố thời gian học tập*: 2(26, 8, 60)

- *Học phần tiên quyết*: Không có

- *Học phần học trước*: Kinh tế vi mô

- *Tóm tắt nội dung học phần*: Kinh tế vĩ mô là học trang bị cho sinh viên cơ sở lý thuyết và các phương pháp phân tích sự vận động của nền kinh tế tổng thể, bao gồm: những nguyên lý chung của kinh tế học; nghiên cứu các hoạt động của nền kinh tế dưới góc độ tổng thể; cách xác định những biến số kinh tế vĩ mô chủ yếu; phân tích sự biến động của nền kinh tế và các kiến thức ban đầu về các chính sách kinh tế vĩ mô.

22. Văn hoá kinh doanh

Số TC: 2

- *Phân bố thời gian học tập*: 2(26, 8, 60)

- *Học phần tiên quyết*:

- *Học phần học trước*:

- *Tóm tắt nội dung học phần*: Học phần cung cấp những kiến thức cơ bản về văn hóa và văn hóa kinh doanh, các yếu tố cấu thành nên văn hóa và văn hóa kinh doanh như: triết lý

kinh doanh, đạo đức kinh doanh, văn hoá doanh nhân và văn hoá trong các hoạt động của doanh nghiệp, cách thức và kỹ năng xây dựng và phát triển văn hóa cho doanh nghiệp.

23. Lý thuyết hạch toán kế toán

Số TC: 3

- *Phân bố thời gian học tập:* 3(39,12, 90)

- *Học phần tiên quyết:*

- *Học phần học trước:*

- *Tóm tắt nội dung học phần:* Lý thuyết hạch toán kế toán trang bị cho người học những kiến thức cơ bản về khái niệm, vai trò, yêu cầu, nhiệm vụ, nguyên tắc, đối tượng của kế toán. Đồng thời, học phần cũng nêu lên các phương pháp kế toán cơ bản như: Phương pháp chứng từ kế toán, phương pháp tài khoản kế toán, phương pháp tính giá, phương pháp tổng hợp cân đối và vận dụng các phương pháp kế toán vào quá trình hạch toán kế toán các hoạt động chủ yếu trong doanh nghiệp.

24. Quản trị học

Số TC: 3

- *Phân bố thời gian học tập:* 3(39,12, 90)

- *Học phần tiên quyết:*

- *Học phần học trước:*

- *Tóm tắt nội dung học phần:* Học phần trang bị cho sinh viên những kiến thức cơ bản về quản trị, nhà quản trị, các kỹ năng quản trị, văn hóa tổ chức và môi trường quản trị, sự phát triển của các lý thuyết quản trị, các chức năng quản trị (hoạch định, tổ chức, lãnh đạo và kiểm tra), và một số vấn đề của quản trị học hiện đại như thông tin và ra quyết định quản trị, quản trị xung đột, quản trị rủi ro và quản trị sự thay đổi trong quá trình hoạt động của một tổ chức.

25. Tài chính tiền tệ

Số TC: 3

- *Phân bố thời gian học tập:* 3(39, 12, 90)

- *Học phần tiên quyết:* Kinh tế vi mô, Kinh tế vĩ mô

- *Học phần học trước:*

- *Tóm tắt nội dung học phần:* Học phần tài chính tiền tệ trang bị cho người học những kiến thức cơ bản và tổng quát về Tài chính và tiền tệ; mối liên hệ tương quan trực tiếp giữa các khâu trong hệ thống tài chính bao gồm: Ngân sách nhà nước, tài chính doanh nghiệp, bảo hiểm, tín dụng và tài chính hộ gia đình và thông qua thị trường tài chính.

26. Kế toán doanh nghiệp

Số TC: 3

- *Phân bố thời gian học tập:* 3(39, 12, 90)

- *Học phần tiên quyết:*

- *Học phần học trước:* Lý thuyết hạch toán kế toán

- *Tóm tắt nội dung học phần:* Kế toán doanh nghiệp trang bị cho người học những kiến thức cơ bản về kế toán nguyên vật liệu và công cụ dụng cụ, kế toán tài sản cố định, kế toán tiền lương và các khoản trích theo lương, kế toán chi phí sản xuất và tính giá thành sản phẩm, kế toán thành phẩm, tiêu thụ và xác định kết quả tiêu thụ, và báo cáo tài chính.

27. Pháp luật kinh tế

Số TC: 2

- *Phân bố thời gian học tập*: 2(26, 8, 60)
- *Học phần tiên quyết*: Pháp luật đại cương
- *Học phần học trước*:
- *Tóm tắt nội dung học phần*: Học phần trang bị cho người học những kiến thức về pháp luật trong hoạt động kinh doanh.

28. Nguyên lý thống kê và thống kê kinh doanh

Số TC: 2

- *Phân bố thời gian học tập*: 2(26, 08, 60)
- *Học phần tiên quyết*:
- *Học phần học trước*:
- *Tóm tắt nội dung học phần*: Nguyên lý thống kê và thống kê kinh doanh là học phần nhằm trang bị cho người học các kiến thức cơ bản về thống kê trong doanh nghiệp. Giúp người học nắm được quá trình nghiên cứu thống kê trong doanh nghiệp, từ khâu thu thập, tổng hợp đến xử lý và phân tích dữ liệu; Đánh giá được vai trò của thống kê trong quá trình quản lý, điều hành, ra quyết định của doanh nghiệp.

29. Kỹ năng nghề nghiệp_QTMK

Số TC: 1

- *Phân bố thời gian học tập*: 1(15, 0, 30)
 - *Học phần tiên quyết*: Không
 - *Học phần học trước*: Quản trị học
 - *Tóm tắt nội dung học phần*:
- Học phần kỹ năng cung cấp cho sinh viên những kiến thức về những kỹ năng cơ bản của lãnh đạo, tổ chức quản lý doanh nghiệp; kỹ năng phát triển năng lực lãnh đạo và quản lý bản thân; kỹ năng quản lý công việc hiệu quả; kỹ năng quản lý mối quan hệ và truyền cảm hứng; kỹ năng xây dựng tầm nhìn và ra quyết định

30. Kỹ năng giải quyết vấn đề và làm việc nhóm

Số TC: 2

- *Phân bố thời gian học tập*: 2(26, 08, 60)
- *Học phần tiên quyết*:
- *Học phần học trước*:
- *Tóm tắt nội dung học phần*: Học phần nhằm giúp sinh viên có nhận thức khoa học về giao tiếp, kỹ năng giao tiếp, làm việc nhóm, kỹ năng làm việc nhóm; hình thành cho sinh viên thái độ giao tiếp, làm việc nhóm tích cực, chủ động. Trên cơ sở kiến thức, thái độ đó sinh viên có được năng lực giao tiếp, làm việc nhóm hiệu quả trong sinh hoạt, học tập và công việc.

31. Kế toán quản trị

Số TC: 2

- *Phân bố thời gian học tập*: 2(26, 08, 60)
- *Học phần tiên quyết*:
- *Học phần học trước*:
- *Tóm tắt nội dung học phần*: Học phần trang bị cho sinh viên các kiến thức cơ bản về cách thức sử dụng thông tin kế toán phục vụ cho việc lựa chọn hệ thống hạch toán chi phí, phân loại chi phí, phân loại giá thành, quản trị giá thành cho các loại hình doanh nghiệp sản

xuất khác nhau. Cung cấp thông tin chi phí để tính điểm hòa vốn, phân tích chi phí – khối lượng – lợi nhuận, sử dụng thông tin để ra các quyết định về cơ cấu chi phí, giá bán, tổ chức quản trị bán hàng và kết quả kinh doanh.

32. Hệ thống thông tin quản lý

Số TC: 2

- *Phân bố thời gian học tập:* 2(26, 08, 60)

- *Học phần tiên quyết:*

- *Học phần học trước:*

- *Tóm tắt nội dung học phần:* Học phần trang bị cho sinh viên khả năng tiếp cận và giải quyết các vấn đề quản trị kinh doanh bằng các Hệ thống thông tin quản lý dựa trên cơ sở công nghệ thông tin một cách có hệ thống. Mặt khác, học phần đề cập đến việc cung cấp cho sinh viên những kiến thức cơ bản và cập nhật nhất về quản trị các Hệ thống thông tin quản lý, quản trị các nguồn lực và vấn đề an toàn hệ thống thông tin quản lý.

33. Kinh tế quốc tế

Số TC: 2

- *Phân bố thời gian học tập:* 2(26, 08, 60)

- *Học phần tiên quyết:*

- *Học phần học trước:* Kinh tế vi mô, kinh tế vĩ mô

- *Tóm tắt nội dung học phần:* Học phần cung cấp những kiến thức cơ bản về tính quy luật của sự phụ thuộc lẫn nhau về mặt kinh tế giữa các quốc gia, các hoạt động thương mại quốc tế, đầu tư quốc tế, xu thế phát triển cơ bản của nền kinh tế thế giới hiện nay, vấn đề liên kết và hội nhập kinh tế quốc tế, các chính sách điều chỉnh quá trình vận động, trao đổi nói trên nhằm vận dụng vào việc phân tích, đánh giá các vấn đề của nền kinh tế Việt Nam trong các mối quan hệ kinh tế quốc tế ngày càng đa dạng và phức tạp để từ đó làm nền tảng nghiên cứu chuyên sâu cũng như giải quyết hiệu quả các vấn đề kinh tế và quản lý.

34. Marketing căn bản

Số TC: 3

- *Phân bố thời gian học tập:* 3(39, 12, 90)

- *Học phần tiên quyết:*- *Học phần học trước:* Kinh tế vi mô,

- *Tóm tắt nội dung học phần:* Học phần trang bị cho sinh viên những kiến thức cơ bản về các nguyên lý Marketing và việc vận dụng vào thực tiễn kinh doanh, bao gồm: Tổng quan về Marketing, hệ thống thông tin và nghiên cứu marketing, các yếu tố môi trường tác động hoạt động marketing của doanh nghiệp, các yếu tố tác động đến hành vi tiêu dùng của khách hàng và cách ứng xử của doanh nghiệp trong việc xác định thị trường mục tiêu, định vị sản phẩm trên thị trường và đưa ra các quyết định marketing hỗn hợp nhằm phục vụ thị trường hiệu quả.

35. Quản trị nhân lực

Số TC: 3

- *Phân bố thời gian học tập:* 3(39, 12, 90)

- *Học phần tiên quyết:*

- *Học phần học trước:* Kinh tế vi mô, Quản trị học

- *Tóm tắt nội dung học phần:* Học phần trang bị cho sinh viên những kiến thức cơ bản về: các triết lý quản trị nguồn nhân lực, phân tích công việc, hoạch định nguồn nhân lực,

tuyển dụng nhân lực, bố trí và đánh giá thực hiện công việc, đào tạo và phát triển nguồn nhân lực, thù lao và các phúc lợi cho người lao động, các quan hệ lao động.

36. Hành vi khách hàng

Số TC: 2

- *Phân bố thời gian học tập:* 2 (26, 8, 60)

- *Học phần tiên quyết:*

- *Học phần học trước:* Kinh tế vi mô, Quản trị học

- *Tóm tắt nội dung học phần:* Học phần giúp người học nhận biết, đánh giá tâm lý và hành vi khách hàng, biết cách tìm hiểu và nghiên cứu tâm lý và hành vi của khách hàng cho một thương hiệu hay sản phẩm/dịch vụ cụ thể để từ đó định vị đúng thương hiệu, sản phẩm/dịch vụ trên thị trường, xác định đúng khách hàng mục tiêu và tiềm năng. Theo đó, người học sẽ áp dụng vào công việc thực tế như xây dựng những chiến lược, kế hoạch Marketing phù hợp với tâm lý và hành vi tiêu dùng của phân khúc khách hàng mục tiêu và tiềm năng.

37. Nghiên cứu Marketing

Số TC: 3

- *Phân bố thời gian học tập:* 3(39, 12, 90)

- *Học phần tiên quyết:*

- *Học phần học trước:* Marketing căn bản

- *Tóm tắt nội dung học phần:* Học phần trang bị cho sinh viên những kiến thức, kỹ năng chuyên môn cốt lõi nhằm tạo lập hệ thống cơ sở dữ liệu Marketing thông qua việc thiết kế, triển khai thực hiện một dự án nghiên cứu Marketing nhằm cung cấp thông tin cần thiết để ra các quyết định của nhà quản trị Marketing. Học phần sẽ trình bày quy trình thực hiện dự án nghiên cứu, bao gồm: Phát hiện vấn đề và xác định mục tiêu nghiên cứu, thiết kế dự án nghiên cứu, thu thập thông tin, phân tích xử lý dữ liệu, báo cáo và trình bày kết quả nghiên cứu.

38. Thực hành Quản trị Marketing trong doanh nghiệp

Số TC: 3

- *Phân bố thời gian học tập:* 3(0, 90, 90)

- *Học phần tiên quyết:*

- *Học phần học trước:* Kinh tế lượng, Marketing căn bản

- *Tóm tắt nội dung học phần:* Học phần giúp sinh viên vận dụng các kiến thức đã học của học phần lý thuyết “Marketing căn bản“ vào thực tiễn thông qua các nội dung cụ thể: Phân tích các yếu tố môi trường marketing, Phân tích thị trường mục tiêu, định vị và các chương trình marketing mix của doanh nghiệp, khảo sát sự hài lòng của khách hàng và xây dựng kế hoạch và tổ chức hoạt động marketing cho doanh nghiệp.

39. Tiểu luận 1: Nghiên cứu và dự báo thị trường

Số TC: 2

- *Phân bố thời gian học tập:* 2(0, 60, 60)

- *Học phần tiên quyết:*

- *Học phần học trước:* Kinh tế lượng, Nguyên lý thống kê, Marketing căn bản

- *Tóm tắt nội dung học phần:* Học phần hệ thống hóa những kiến thức cơ bản về nghiên cứu và dự báo thị trường, giúp cho sinh viên thực hành xây dựng kế hoạch nghiên cứu, thu thập và xử lý dữ liệu, phân tích số liệu, ứng dụng số liệu phân tích vào dự báo nhu

cầu thị trường và trình bày báo cáo kết quả nghiên cứu. Từ kết quả nghiên cứu được trong các tình huống điển hình trong thực tiễn hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp, sẽ làm cơ sở cho việc ra các quyết định chiến lược tiếp theo của doanh nghiệp.

40. Quản trị kênh phân phối

Số TC: 2

- *Phân bố thời gian học tập:* 2(26, 8, 60)

- *Học phần tiên quyết:*

- *Học phần học trước:* Marketing căn bản, Quản trị học

- *Tóm tắt nội dung học phần:* Quản trị kênh phân phối là học phần bắt buộc thuộc khối kiến thức chung trong chương trình đào tạo trình độ đại học ngành Marketing. Học phần trang bị cho người học những kiến thức về tổ chức và quản trị hệ thống kênh phân phối sản phẩm của các doanh nghiệp như những nội dung về sự hoạt động của kênh phân phối, cấu trúc kênh, môi trường kênh phân phối, thiết kế quản trị, đánh giá kênh phân phối.

41. Quản trị truyền thông marketing

Số TC: 2

- *Phân bố thời gian học tập:* 2 (26, 8, 60)

- *Học phần tiên quyết:*

- *Học phần học trước:* Marketing căn bản

- *Tóm tắt nội dung học phần:* Học phần tập trung nghiên cứu các vấn đề thuộc về bản chất của hoạt động truyền thông marketing bao gồm: bản chất của quá trình truyền thông marketing, những yếu tố chi phối đến quá trình truyền thông marketing. Nghiên cứu quy trình chung xây dựng và quản lý hoạt động truyền thông, nội dung và phương pháp xác định ngân sách cho hoạt động truyền thông. Học phần cũng nghiên cứu các quy trình xây dựng, thực hiện và đánh giá yếu tố cấu thành truyền thông marketing của doanh nghiệp, tổ chức phối hợp, thực hiện và đánh giá hoạt động truyền thông marketing của doanh nghiệp

42. Thực hành xây dựng chương trình truyền thông marketing tích hợp

Số TC: 3

- *Phân bố thời gian học tập:* 3(0, 90, 90)

- *Học phần tiên quyết:* Quản trị truyền thông marketing

- *Học phần học trước:* Marketing căn bản

- *Tóm tắt nội dung học phần:* Học phần giúp sinh viên vận dụng các kiến thức đã học vào thực tiễn thông qua các nội dung cụ thể: Lập kế hoạch sử dụng phương tiện truyền thông, xây dựng và thực hiện chương trình quảng cáo, xúc tiến bán, quan hệ công chúng, marketing trực tiếp, bán hàng cá nhân, marketing trực tuyến.

43. Quản trị bán hàng

Số TC: 3

- *Phân bố thời gian học tập:* 3(39, 12, 90)

- *Học phần tiên quyết:*

- *Học phần học trước:* Kinh tế vi mô, Quản trị học

- *Tóm tắt nội dung học phần:* Học phần trang bị những kiến thức căn bản về kỹ năng quản lý bán hàng, xây dựng mục tiêu và tổ chức lực lượng bán hàng, triển khai bán hàng, đánh giá hiệu quả bán hàng và chăm sóc khách hàng.

44. Digital Marketing

Số TC: 3

- *Phân bố thời gian học tập:* 3(39, 12, 90)

- *Học phần tiên quyết:*

- *Học phần học trước:* - *Tóm tắt nội dung học phần:* Học phần Digital Marketing giới thiệu tầm quan trọng của Marketing trong kỷ nguyên kỹ thuật số. Học phần tập trung vào phân tích hoạt động truyền thông trên môi trường Internet và các công cụ Digital như: Marketing qua công cụ tìm kiếm, Marketing qua mạng xã hội, email Marketing, mobile Marketing.... Qua đó, sinh viên sinh viên có khả năng phân tích được các công cụ Digital Marketing và vận dụng vào quá trình lập kế hoạch truyền thông Marketing tổng thể. Đồng thời có thể đọc và phân tích các số liệu tương ứng với từng công cụ trong việc đo lường hiệu quả của hoạt động Digital Marketing.

45. Quản trị sản phẩm

Số TC: 2

- *Phân bố thời gian học tập:* 2 (26, 8, 60)

- *Học phần tiên quyết:*

- *Học phần học trước:* Quản trị học, Marketing căn bản,

- *Tóm tắt nội dung học phần:* Học phần cung cấp những hiểu biết về các yếu tố cơ bản của một sản phẩm đáp ứng được nhu cầu của khách hàng, phù hợp với điều kiện của doanh nghiệp và có tính cạnh tranh cao. Người học cũng phát triển được chiến lược marketing mix làm nổi bật được định vị của sản phẩm.

46. Quản trị giá

Số TC: 2

- *Phân bố thời gian học tập:* 2(26, 8, 60)

- *Học phần tiên quyết:*

- *Học phần học trước:* Quản trị học, Marketing căn bản,

- *Tóm tắt nội dung học phần:* Học phần cung cấp những vấn đề lý luận chung về quản trị giá, nghiên cứu các vấn đề phục vụ cho các quyết định liên quan đến quá trình định giá bán sản phẩm như: xác định các chi phí của một sản phẩm, các phương pháp xác định chi phí, phân tích nhu cầu thị trường, phân tích tài chính, phân tích cạnh tranh trong quá trình định giá, xác định các phương pháp xác định giá, các chiến lược giá. Từ đó đưa ra các cách phối hợp giá với các yếu tố marketing- mix khác.

47. Quản trị Marketing

Số TC: 3

- *Phân bố thời gian học tập:* 3(39, 12, 90)

- *Học phần tiên quyết:*

- *Học phần học trước:* Quản trị học, Marketing căn bản

- *Tóm tắt nội dung học phần:* Học phần trang bị cho sinh viên những kiến thức về marketing và việc ứng dụng các chức năng quản trị vào lĩnh vực marketing gồm: Hoạch định chiến lược marketing; Quản trị hệ thống thông tin và nghiên cứu marketing; Phân tích môi trường marketing; Phân đoạn thị trường và lựa chọn thị trường mục tiêu; Các chiến lược cạnh tranh và phát triển; Quản trị các chương trình marketing bao gồm Quản trị sản

phẩm và thương hiệu, Quản trị giá bán sản phẩm Quản trị kênh phân phối và Quản trị truyền thông marketing tích hợp; Tổ chức thực hiện và kiểm tra marketing.

48. Marketing chiến lược

Số TC: 3

- *Phân bố thời gian học tập:* 3(39, 12, 90)

- *Học phần tiên quyết:*

- *Học phần học trước:*

- *Tóm tắt nội dung học phần:* Học phần Marketing chiến lược cung cấp cho sinh viên những kiến thức và kỹ năng cơ bản trong việc xây dựng các chiến lược marketing cho các doanh nghiệp/ tổ chức. Nội dung của học phần tập trung vào phân tích thị trường để từ đó phát hiện và phát triển năng lực cạnh tranh độc đáo cho doanh nghiệp thông qua chiến lược marketing, tạo lợi thế cạnh tranh bền vững cho doanh nghiệp/ tổ chức. Học phần cung cấp cho sinh viên cơ hội để thực hành phát hiện và giải quyết vấn đề, kỹ năng ra quyết định trong môi trường kinh doanh ngày càng phức tạp.

49. Quản trị đổi mới sáng tạo

Số TC: 3

- *Phân bố thời gian học tập:* 3(39, 12, 90)

- *Học phần tiên quyết:*

- *Học phần học trước:* Quản trị học, Marketing căn bản, Kinh tế vi mô

- *Tóm tắt nội dung học phần:* Học phần bao gồm những nội dung chính sau: Căn bản về đổi mới sáng tạo thông qua việc tập trung giải thích các khái niệm chính liên quan đến đổi mới sáng tạo và quản trị đổi mới sáng tạo theo quá trình. Đồng thời phân tích vai trò của đổi mới sáng tạo đối với hoạt động kinh doanh và các mô hình đổi mới sáng tạo.

50. Giao dịch và đàm phán kinh doanh

Số TC: 3

- *Phân bố thời gian học tập:* 3(39, 12, 90)

- *Học phần tiên quyết:*

- *Học phần học trước:* Quản trị học, Marketing căn bản, văn hóa kinh doanh.

- *Tóm tắt nội dung học phần:* Học phần cung cấp những kiến thức về giao tiếp của con người trong lĩnh vực kinh tế; nghiên cứu những hành vi và kỹ năng trong giao tiếp; nghiên cứu hoạt động đàm phán trong kinh doanh, những kỹ thuật tổ chức đàm phán. Nắm được cách thức làm việc theo nhóm; những phương pháp và phong cách lãnh đạo, các kỹ năng lãnh đạo nhằm mang lại thành công trong công việc nói chung và cả trong giao dịch kinh doanh nói riêng. Từ đó khái quát hóa lý luận thành chiến lược, chiến thuật và nghệ thuật giao dịch, đàm phán.

51. Quan hệ công chúng

Số TC: 3

- *Phân bố thời gian học tập:* 3(39, 12, 90)

- *Học phần tiên quyết:*

- *Học phần học trước:* Không

- *Tóm tắt nội dung học phần:* Học phần này giới thiệu những nguyên tắc cơ bản của Quan hệ công chúng (Public Relations - PR), giúp cho sinh viên những hiểu biết nền tảng về

PR mà từ đó có thể áp dụng vào thực tiễn. Tập trung vào các nội dung lớn: Tầm quan trọng của PR trong tổ chức. Đạo đức trong PR; Tóm lược những lý thuyết cơ bản về PR và nghiên cứu PR; Quản lý PR: xác định các đối tượng trong PR làm cơ sở lập kế hoạch chiến lược, nhận diện và quản lý sự cố và khủng hoảng của doanh nghiệp, ...; Phương thức thiết lập, duy trì và nâng tầm mối quan hệ với các nhóm công chúng: báo giới, nội bộ, cộng đồng, khách hàng, nhà đầu tư, ...; Các công cụ cơ bản của PR và kỹ năng ứng dụng: viết tin - bài, trình bày và giao tiếp cá nhân, đánh giá tài trợ và tổ chức các sự kiện của doanh nghiệp,... thực thi công tác PR nói riêng và marketing nói chung một cách hiệu quả.

52. Quản trị kinh doanh quốc tế

Số TC: 3

- *Phân bố thời gian học tập:* 3(39, 12, 90)

- *Học phần tiên quyết:*

- *Học phần học trước:* Quản trị học, Kinh tế vi mô, Kinh tế vĩ mô, Marketing căn bản, Quản trị nhân lực

- *Tóm tắt nội dung học phần:* Học phần trang bị các kiến thức cơ bản về cơ sở hình thành hoạt động kinh doanh quốc tế, các phương thức kinh doanh quốc tế, môi trường kinh doanh quốc tế, marketing quốc tế, hoạch định chiến lược kinh doanh quốc tế, chiến lược sản xuất, quản trị các yếu tố của hoạt động kinh doanh quốc tế (nhân lực, vật tư, thiết bị công nghệ, tài chính), hợp đồng kinh doanh quốc tế.

53. Xây dựng và phát triển thương hiệu

Số TC: 3

- *Phân bố thời gian học tập:* 3(39, 12, 90)

- *Học phần tiên quyết:*

- *Học phần học trước:* Marketing căn bản, - *Tóm tắt nội dung học phần:* Học phần được xây dựng nhằm cung cấp cho sinh viên những kiến thức cơ bản về thương hiệu bao gồm quy trình từ xây dựng đến phát triển thương hiệu. Ngoài ra, học phần còn cập nhật thêm các kiến thức về thương hiệu trong bối cảnh cách mạng công nghiệp 4.0.

54. Marketing thương mại

Số TC: 3

- *Phân bố thời gian học tập:* 3(39, 12, 90)

- *Học phần tiên quyết:* Không có

- *Học phần học trước:* Không có

- *Tóm tắt nội dung học phần:* Học phần trang bị và cung cấp cho sinh viên nắm được nội dung, quá trình hình thành và vận hành đồng bộ các dòng tiếp thị và thực hiện hàng hóa trên thương trường. Các phương pháp và quy trình quản trị, công nghệ và nghệ thuật ứng xử phối hợp tối ưu các biến số kinh doanh và các quá trình có đặc trưng tiếp thị thương mại cơ bản nhằm đạt tới các mục tiêu chiến lược marketing của doanh nghiệp thương mại trong tình thế thị trường xác định.

55. Phân tích hoạt động kinh doanh

Số TC: 3

- *Phân bố thời gian học tập:* 3(39, 12, 90)

- *Học phần tiên quyết:* Không có

- *Học phần học trước*: Không có

- *Tóm tắt nội dung học phần*: Học phần trang bị cho sinh viên những kiến thức cơ bản về phân tích hoạt động kinh doanh, giúp sinh viên hiểu và đánh giá đúng kết quả sản xuất về khối lượng, chất lượng; nắm được tình hình sử dụng các nguồn lực đầu vào; kiểm soát chi phí thông qua biến động giá thành sản phẩm; phân tích được quá trình tiêu thụ, lợi nhuận; hiểu được ý nghĩa của các số liệu trên các báo cáo tài chính từ đó đánh giá được tình hình biến động cũng như kết cấu vốn, nguồn vốn, khả năng sinh lời, tình hình lưu chuyển vốn và khả năng thanh toán của doanh nghiệp.

56. Quản trị dự án

Số TC: 3

- *Phân bố thời gian học tập*: 3(39, 12, 90)

- *Học phần tiên quyết*: Không có

- *Học phần học trước*: Không có

- *Tóm tắt nội dung học phần*: Học phần cung cấp những kiến thức cơ bản về quản trị dự án, từ khi bắt đầu cho đến khi kết thúc dự án. Trong giai đoạn khởi xướng dự án bao gồm các vấn đề như xem xét đánh giá để lựa chọn dự án, thiết kế tổ chức dự án. Trong giai đoạn tổ chức thực hiện dự án bao gồm việc lập kế hoạch, ước tính ngân sách, lập tiến độ dự án, phân bổ nguồn lực, tìm hiểu và nhận diện các rủi ro có thể xảy ra trong quá trình thực hiện dự án để kiểm soát và quản lý rủi ro một cách tốt nhất và giai đoạn cuối cùng là kết thúc dự án.

57. Quản trị quan hệ khách hàng

Số TC: 3

- *Phân bố thời gian học tập*: 3(39, 12, 90)

- *Học phần tiên quyết*:

- *Học phần học trước*: Marketing căn bản,

- *Tóm tắt nội dung học phần*: Học phần nghiên cứu tổng thể về quản trị quan hệ khách hàng (CRM) gồm chiến lược, đo lường marketing, tổ chức, sử dụng cơ sở dữ liệu khách hàng...

58. Thực hành quản trị quan hệ khách hàng

Số TC: 3

- *Phân bố thời gian học tập*: 3(0, 90, 90)

- *Học phần tiên quyết*: Quản trị quan hệ khách hàng.

- *Học phần học trước*: Marketing căn bản.

- *Tóm tắt nội dung học phần*: Học phần hệ thống hoá những kiến thức căn bản của quản trị quan hệ khách hàng và tổ chức cho sinh viên thực hành phân tích các tình huống quản trị quan hệ khách hàng và ra quyết định quản lý theo những nội dung sau:

+ Xây dựng và sử dụng cơ sở dữ liệu khách hàng

+ Kỹ thuật tương tác với khách hàng

+ Xây dựng giá trị khách hàng

+ Xây dựng CRM cho DN

59. Marketing quốc tế

Số TC: 3

- *Phân bố thời gian học tập*: 3(39, 12, 90)

- *Học phần tiên quyết:*
- *Học phần học trước:* Marketing căn bản,
- *Tóm tắt nội dung học phần:* Học phần cung cấp cho sinh viên các kiến thức về hoạt động marketing ứng dụng trong môi trường kinh doanh quốc tế, cung cấp cho sinh viên các công cụ cần thiết để xây dựng một chương trình marketing quốc tế hiệu quả bao gồm: (i) phân tích, đánh giá và lựa chọn thị trường; (ii) xác định phương thức thích hợp và xác lập các chính sách marketing trên thị trường quốc tế, (iii) Tổ chức triển khai các hoạt động marketing quốc tế.

60. Tiểu luận 2: Thực hành lập kế hoạch marketing

Số TC: 3

- *Phân bố thời gian học tập:* 3(0, 120, 0)
- *Học phần tiên quyết:*
- *Học phần học trước:* Marketing căn bản
- *Tóm tắt nội dung học phần:* Học phần giúp sinh viên vận dụng kiến thức về Marketing trong việc lập kế hoạch Marketing. Rèn luyện khả năng thu thập thông tin, nghiên cứu, phân tích và tổng hợp dữ liệu nhằm xây dựng chiến lược Marketing hiệu quả

61. Thực hành Digital Marketing

Số TC: 3

- *Phân bố thời gian học tập:* 3(0, 90, 90)
- *Học phần tiên quyết:* Digital Marketing
- *Học phần học trước:*
- *Tóm tắt nội dung học phần:* Học phần được xây dựng nhằm giúp sinh viên có khả năng thực tế trong việc xây dựng chiến lược digital marketing từ phân tích môi trường số đến xây dựng các chính sách sản phẩm, chính sách giá, chính sách phân phối và đặc biệt là các chính sách truyền thông – xúc tiến hỗn hợp.

62. Marketing dịch vụ

Số TC: 3

- *Phân bố thời gian học tập:* 3(39, 12, 90)
- *Học phần tiên quyết:* Marketing căn bản
- *Học phần học trước:*
- *Tóm tắt nội dung học phần:* Học phần Marketing dịch vụ cung cấp những kiến thức sau: tổng quan về ngành dịch vụ, phân tích đặc điểm của ngành công nghiệp dịch vụ, hệ thống sản xuất cung ứng dịch vụ, chất lượng dịch vụ và chiến lược Marketing hỗn hợp dịch vụ (7P: Products, Place, Promotion, Prices, People, Process, Provision of customer service).

63. Thực tập cuối khóa

Số TC: 5

- *Phân bố thời gian học tập:* 5(0, 300, 00)
- *Học phần tiên quyết:*
- *Học phần học trước:*
- *Tóm tắt nội dung học phần:* Học phần trang bị cho sinh viên khả năng ứng dụng những lý thuyết về Marketing trong nghiên cứu, phân tích, đánh giá những vấn đề thực tế của doanh nghiệp bao gồm: xác định đặc điểm chung của doanh nghiệp (loại hình doanh

nghiệp, lĩnh vực kinh doanh, quy mô kinh doanh); đánh giá cơ cấu tổ chức và đặc điểm công nghệ sản xuất của doanh nghiệp; đánh giá chung tình hình kinh doanh của doanh nghiệp; mô tả và đánh giá các hoạt động marketing của doanh nghiệp. Trong quá trình thực tập tại doanh nghiệp, ngoài việc ứng dụng các kiến thức đã học và tự trang bị trong thực tế để giải quyết các vấn đề phát sinh trong doanh nghiệp, sinh viên cần hiểu sâu cơ cấu tổ chức và nắm rõ được sự vận hành của doanh nghiệp trong nhằm đáp ứng khả năng hội nhập nhanh với thực tế ở doanh nghiệp khi đi làm việc chính thức

64. Khóa luận tốt nghiệp

Số TC: 9

- *Phân bố thời gian học tập:* 9 (0, 540, 0)

- *Học phần tiên quyết:* Tích lũy đủ số lượng tín chỉ các học phần theo chương trình đào tạo của ngành quy định (không tính những tín chỉ học để lấy bằng hay chứng chỉ thuộc ngành khác).

- Điểm trung bình chung tích lũy tính đến đầu học kỳ cuối cùng đạt từ 2,50 trở lên.

- Tính cho đến thời điểm xét, sinh viên chưa lần nào bị kỷ luật từ mức cảnh cáo trở lên.

- *Học phần học trước:*

- *Tóm tắt nội dung học phần:* Khóa luận tốt nghiệp là một công trình nghiên cứu khoa học được thực hiện nhằm chứng minh người học đã hội đủ kiến thức và khả năng giải quyết một vấn đề khoa học thuộc chuyên ngành Marketing. Khóa luận được hoàn thành đúng quy định của quy chế đào tạo phải cho thấy những tri thức khoa học chuyên ngành liên quan đến vấn đề nghiên cứu mà những tri thức này được người học lĩnh hội trong quá trình học tập. Đồng thời người học phải cho thấy được khả năng vận dụng tri thức khoa học, những hiểu biết thực tiễn có liên quan, các kỹ năng thực hành nghề nghiệp chuyên sâu để giải quyết vấn đề nghiên cứu đã lựa chọn.

64.1. HPTT 1: Marketing tới khách hàng tổ chức (Marketing B2B) Số TC: 3

- *Phân bố thời gian học tập:* 3(39, 12, 90)

- *Học phần tiên quyết:* Marketing căn bản

- *Học phần học trước:*

- *Tóm tắt nội dung học phần:* Học phần trang bị cho sinh viên những kiến thức về đặc điểm hành vi mua của tổ chức và cách thức thực hiện hoạt động marketing đối với khách hàng là các tổ chức, doanh nghiệp, bao gồm: Đặc điểm khách hàng tổ chức và quản trị marketing với thị trường khách hàng tổ chức; Hành vi mua của khách hàng tổ chức; Xây dựng chiến lược marketing và các chính sách marketing mix với khách hàng tổ chức.

64.2. HPTT 2: Thương mại điện tử

Số TC: 3

- *Phân bố thời gian học tập:* 3(39, 12, 90)

- *Học phần tiên quyết:* Không có

- *Học phần học trước:*

- *Tóm tắt nội dung học phần:* Học phần trang bị cho sinh viên các kiến thức cơ bản về các mô hình kinh doanh TMĐT, phân tích khách hàng trên mạng, E-marketing và E-payment, nghiên cứu thị trường thương mại điện tử, phòng chống các rủi ro khi tham gia thị trường, ứng dụng công nghệ thông tin trong kinh doanh TMĐT (qua 3 phần mềm CRM, SCM, ERP), cơ sở pháp lý để phát triển TMĐT và một số vấn đề kỹ thuật trong TMĐT.

64.3. HPTT 3: Tổ chức sự kiện

Số TC: 3

- *Phân bố thời gian học tập:* 3(39, 12, 90)

- *Học phần tiên quyết:* - *Học phần học trước:*

- *Tóm tắt nội dung học phần:* Môn học trang bị cho sinh viên những kiến thức cơ bản về công tác tổ chức sự kiện như: qui trình tổ chức, các yếu tố ảnh hưởng đến công tác tổ chức sự kiện; công tác lập kế hoạch, triển khai, giám sát, xử lý tình huống trong quá trình tổ chức một sự kiện phổ biến.

12. ĐỐI SÁNH CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO

12.1. Đối sánh chuẩn đầu ra với Khung trình độ quốc gia Việt Nam

12.1.1. Chuẩn đầu ra theo khung trình độ quốc gia Việt Nam

Kiến thức	Kỹ năng	Mức tự chủ và trách nhiệm
KT1: Kiến thức thực tế vững chắc, kiến thức lý thuyết sâu, rộng trong phạm vi của ngành đào tạo.	KN1: Kỹ năng cần thiết để có thể giải quyết các vấn đề phức tạp.	TCTN1: Làm việc độc lập hoặc làm việc theo nhóm trong điều kiện làm việc thay đổi, chịu trách nhiệm cá nhân và trách nhiệm đối với nhóm.
KT2: Kiến thức cơ bản về khoa học xã hội, khoa học chính trị và pháp luật.	KN2: Kỹ năng dẫn dắt, khởi nghiệp, tạo việc làm cho mình và cho người khác.	TCTN2: Hướng dẫn, giám sát những người khác thực hiện nhiệm vụ xác định.
KT3: Kiến thức về công nghệ thông tin đáp ứng yêu cầu công việc.	KN3: Kỹ năng phản biện, phê phán và sử dụng các giải pháp thay thế trong điều kiện môi trường không xác định hoặc thay đổi.	TCTN 3: Tự định hướng, đưa ra kết luận chuyên môn và có thể bảo vệ được quan điểm cá nhân.

Kiến thức	Kỹ năng	Mức tự chủ và trách nhiệm
KT4: Kiến thức về lập kế hoạch, tổ chức và giám sát các quá trình trong một lĩnh vực hoạt động cụ thể.	KN4: Kỹ năng đánh giá chất lượng công việc sau khi hoàn thành và kết quả thực hiện của các thành viên trong nhóm.	TCTN 4: Lập kế hoạch, điều phối, quản lý các nguồn lực, đánh giá và cải thiện hiệu quả các hoạt động.
KT5: Kiến thức cơ bản về quản lý, điều hành hoạt động chuyên môn.	KN5: Kỹ năng truyền đạt vấn đề và giải pháp tới người khác tại nơi làm việc; chuyển tải, phổ biến kiến thức, kỹ năng trong việc thực hiện những nhiệm vụ cụ thể hoặc phức tạp.	
	KN6: Có năng lực ngoại ngữ bậc 3/6 Khung năng lực ngoại ngữ của Việt Nam.	

12.1.2. Đối sánh giữa Chuẩn đầu ra của CTĐT với khung trình độ quốc gia Việt Nam

Khung TDQG	Chuẩn đầu ra của chương trình đào tạo																			
	CDR1	CDR2	CDR3	CDR4	CDR5	CDR6	CDR7	CDR8	CDR9	CDR10	CDR11	CDR12	CDR13	CDR14	CDR15	CDR16	CDR17	CDR18	CDR19	
KT1	x																			
KT2	x	x	x																	
KT3					X															
KT4			x	x	X	x	x	x												
KT5				x	X	x	x													
KN1											x	x						x		
KN2													x	x		x				

Khung TĐQG	Chuẩn đầu ra của chương trình đào tạo																		
	CDR1	CDR2	CDR3	CDR4	CDR5	CDR6	CDR7	CDR8	CDR9	CDR10	CDR11	CDR12	CDR13	CDR14	CDR15	CDR16	CDR17	CDR18	CDR19
KN3									x						x				
KN4												x							
KN5															x				
KN6										x									
TCTN1																		x	x
TCTN2																		x	x
TCTN3																		x	x
TCTN4																		x	x

12.2. Đối sánh khung chương trình đào tạo

12.2.1. So sánh CTĐT với CTĐT tương ứng của Trường Trường Đại học kinh tế quốc dân

Đại Học Kinh tế Kỹ thuật Công nghiệp (Ngành: Marketing)				Đại học Kinh Tế Quốc Dân (Ngành: Marketing)			
Học phần		Số TC	Tỷ lệ	Học phần		Số TC	Tỷ lệ
Tổng số tín chỉ		136	100%	Tổng số tín chỉ		129	100%
1. Kiến thức giáo dục đại cương (39 tín chỉ) (chưa bao gồm khối lượng kiến thức GDTC, GDQP)		39	28,68%	1. Kiến thức giáo dục đại cương		44	34,11%
1.1. Lý luận chính trị		11	8,09%	1.1. Các học phần chung		20	15,50%
1	Triết học Mac-Lênin	3	2,21%	1	Triết học Mác - Lênin	3	2,33%
2	Kinh tế chính trị Mác-Lênin	2	1,47%	2	Kinh tế chính trị Mác - Lênin	2	1,55%
3	Chủ nghĩa xã hội khoa học	2	1,47%	3	Tư tưởng Hồ Chí Minh	2	1,55%
4	Tư tưởng Hồ Chí Minh	2	1,47%	4	Lịch sử Đảng Cộng sản	2	1,55%

Đại Học Kinh tế Kỹ thuật Công nghiệp (Ngành: Marketing)				Đại học Kinh Tế Quốc Dân (Ngành: Marketing)			
Học phần		Số TC	Tỷ lệ	Học phần		Số TC	Tỷ lệ
					Việt Nam		
5	Lịch sử Đảng cộng sản Việt Nam	2	1,47%	5	Chủ nghĩa xã hội khoa học	2	1,55%
1.2. Khoa học xã hội		2	1,47%	6	Ngoại ngữ	9	6,98%
1	Pháp luật đại cương	2	1,47%		Giáo dục Thể chất	4	
1.3. Nhân văn - Nghệ thuật		0			Giáo dục Quốc phòng	8	
1.4. Khoa học tự nhiên – Toán học		6	4,41%	1.2. Các học phần của Trường		12	9,30%
1	Xác suất thống kê	3	2,21%	1	Kinh tế Vi mô 1	3	2,33%
2	Toán ứng dụng trong kinh tế	3	2,21%	2	Kinh tế Vĩ mô 1	3	2,33%
				3	Pháp luật Đại cương	3	2,33%
1.5. Ngoại ngữ		16	11,76%	4	Toán cho các nhà kinh tế	3	2,33%
1	Tiếng Anh 1	4	2,94%	1.3. Các học phần của ngành		12	9,30%
2	Tiếng Anh 2	4	2,94%	1	Marketing Căn bản	3	2,33%
3	Tiếng Anh 3	4	2,94%	2	Phương pháp Nghiên cứu Kinh tế - Xã hội	3	2,33%
4	Tiếng Anh 4	4	2,94%	3	Quản lý học 1	3	2,33%
1.6. Kiến thức bổ trợ		4	2,94%	K	Nguyên lý kế toán	3	2,33%
1	Lịch sử các học thuyết kinh tế	2	1,47%	4	Quản trị Kinh doanh 1	3	2,33%
2	Kỹ năng phỏng vấn xin việc	1	0,74%				
3	Kỹ năng nhận thức bản thân	1	0,74%				
4	Soạn thảo văn bản	2	1,47%				

Đại Học Kinh tế Kỹ thuật Công nghiệp (Ngành: Marketing)				Đại học Kinh Tế Quốc Dân (Ngành: Marketing)			
Học phần		Số TC	Tỷ lệ	Học phần		Số TC	Tỷ lệ
5	Môi trường và con người	2	1,47%				
6	Thực hành tin học văn phòng	2	1,47%				
7	Thực hành tiếng Anh giao tiếp 1	2	1,47%				
8	Kỹ năng trình diễn vấn đề	2	1,47%				
1.7. Giáo dục thể chất		4					
1	Giáo dục thể chất 1	1					
2	Giáo dục thể chất 2	1					
3	Giáo dục thể chất 3	1					
4	Giáo dục thể chất 4	1					
1.8. Giáo dục quốc phòng		8					
1	Giáo dục quốc phòng - HP1	3					
2	Giáo dục quốc phòng - HP2	2					
3	Giáo dục quốc phòng - HP3	1					
4	Giáo dục quốc phòng - HP4	2					
2. Kiến thức Giáo dục chuyên nghiệp (97 tín chỉ)		97	71,32 %	2. Kiến thức giáo dục chuyên nghiệp		85	65,89 %
2.1. Kiến thức cơ sở ngành		23	16,91 %	2.1. Kiến thức cơ sở ngành		15	11,63 %
2.1.1. Kiến thức bắt buộc		20	14,71 %				

Đại Học Kinh tế Kỹ thuật Công nghiệp (Ngành: Marketing)				Đại học Kinh Tế Quốc Dân (Ngành: Marketing)			
Học phần		Số TC	Tỷ lệ	Học phần		Số TC	Tỷ lệ
1	Kinh tế vi mô	2	1,47%	1	Quản trị Marketing	3	2,33%
2	Kinh tế vĩ mô	2	1,47%	2	Quản trị Nhân lực	3	2,33%
3	Văn hoá kinh doanh	2	1,47%	3	Phân tích Kinh doanh	3	2,33%
4	Lý thuyết hạch toán kế toán	3	2,21%	4	Hành vi Người tiêu dùng	3	2,33%
5	Quản trị học	3	2,21%	5	Tài chính Doanh nghiệp	3	32,56 %
6	Tài chính tiền tệ	3	2,21%				
7	Kế toán doanh nghiệp	3	2,21%				
8	Pháp luật kinh tế	2	1,47%				
2.1.2. Kiến thức tự chọn (tự chọn 3 tín chỉ)		3	2,21%				
10	Nguyên lý thống kê và thống kê kinh doanh	2	1,47%				
11	Kỹ năng nghề nghiệp – QTMK	1	0,74%				
12	Kỹ năng giải quyết vấn đề và làm việc nhóm	2	1,47%				
13	Kế toán quản trị	2	1,47%				
14	Hệ thống thông tin quản lý	2	1,47%				
15	Kinh tế quốc tế	2	1,47%				
2.2. Kiến thức ngành		49	36,03 %	2.2. Kiến thức ngành		42	20,93 %
2.2.1. Kiến thức bắt buộc		37	27,21 %	2.2.1 Các học phần bắt buộc		27	2,33%
1	Marketing căn bản	3	2,21%	1	Nghiên cứu Marketing	3	2,33%
2	Quản trị nhân lực	3	2,21%	2	Marketing Công nghệ	3	2,33%

Đại Học Kinh tế Kỹ thuật Công nghiệp (Ngành: Marketing)				Đại học Kinh Tế Quốc Dân (Ngành: Marketing)			
Học phần		Số TC	Tỷ lệ	Học phần		Số TC	Tỷ lệ
					số		
3	Hành vi khách hàng	3	2,21%	3	Quản trị Bán hàng	3	2,33%
4	Nghiên cứu Marketing	3	2,21%	4	Quản trị Sản phẩm	3	2,33%
5	Tiểu luận 1: Nghiên cứu và dự báo thị trường	2	1,47%	5	Quản trị Giá	3	2,33%
6	Quản trị kênh phân phối	2	1,47%	6	Quản trị Kênh Phân phối	3	2,33%
7	Thực hành quản trị marketing trong doanh nghiệp	3	2,21%	7	Truyền thông Marketing Tích hợp	3	2,33%
8	8. Quản trị truyền thông marketing	2	1,47%	8	Quản trị Thương hiệu	3	2,33%
9	Quản trị bán hàng	3	2,21%	9	Đề án Ngành Marketing	3	11,63%
10	Digital Marketing	3	2,21%				
11	Thực hành xây dựng chương trình truyền thông marketing tích hợp	3	2,21%				
12	Quản trị sản phẩm	2	1,47%				
13	Quản trị giá	2	1,47%				
14	Quản trị marketing	3	2,21%				
2.2.2. Kiến thức tự chọn		12	8,82%	2.2.2 Các học phần tự chọn (SV tự chọn 05 học phần trong tổ hợp sau)		15	2,33%
1	Marketing chiến lược	3	2,21%	1	Marketing Quốc tế	3	2,33%
2	Quản trị đổi mới sáng tạo	3	2,21%	2	Marketing Dịch vụ	3	2,33%

Đại Học Kinh tế Kỹ thuật Công nghiệp (Ngành: Marketing)				Đại học Kinh Tế Quốc Dân (Ngành: Marketing)			
Học phần		Số TC	Tỷ lệ	Học phần		Số TC	Tỷ lệ
3	Giao tiếp và đàm phán trong kinh doanh	3	2,21%	3	Marketing Chiến lược	3	2,33%
4	Quan hệ công chúng	3	2,21%	4	Marketing Khách hàng Tổ chức	3	2,33%
5	Quản trị kinh doanh quốc tế	3	2,21%	5	Quản trị Quan hệ Khách hàng	3	2,33%
6	Xây dựng và phát triển thương hiệu	3	2,21%	6	Quản trị Bán lẻ	3	
7	Marketing thương mại	3	2,21%	7	Quan hệ Công chúng	3	
8	Phân tích hoạt động kinh doanh	3	2,21%	8	Quản trị Quảng cáo	3	
9	Quản trị dự án	3	2,21%	9	Nguyên lý Căn bản về Thẩm định giá	3	
10	Quản trị quan hệ khách hàng	3	2,21%	10	Thẩm định giá Thương hiệu và Tài sản Vô hình	3	
11	Thực hành quản trị quan hệ khách hàng	3	2,21%				
2.3 Kiến thức chuyên sâu		25	18,38 %	2.3. Kiến thức chuyên sâu (SV tự chọn 6 học phần trong tổ hợp sau)		18	13,95 %
1	Marketing quốc tế	3	2,21%	1	Marketing Xã hội	3	2,33%
2	Tiểu luận 2: Thực hành lập kế hoạch marketing	2	1,47%	2	Marketing Dịch vụ Công	3	2,33%
3	Thực hành Digital-Marketing	3	2,21%	3	Tiếng Anh ngành Marketing	3	2,33%
4	Marketing dịch vụ	3	2,21%	4	Kỹ năng Bán hàng	3	2,33%
				5	Thẩm định giá Sản phẩm Xây dựng và Bất động sản	3	2,33%

Đại Học Kinh tế Kỹ thuật Công nghiệp (Ngành: Marketing)				Đại học Kinh Tế Quốc Dân (Ngành: Marketing)			
Học phần		Số TC	Tỷ lệ	Học phần		Số TC	Tỷ lệ
				6	Đánh giá Giá trị Doanh nghiệp	3	2,33%
				7	Thẩm định giá Máy móc và Thiết bị	3	
				8	Phương tiện và Thông điệp Truyền thông	3	
				9	Quản trị Doanh nghiệp Truyền thông	3	
				10	Xúc tiến và Tổ chức Sự kiện	3	
Thực Tập Cuối Khóa		5	3,68%	2.4. Chuyên đề thực tập (Internship Project)		10	7,75%
Khóa luận tốt nghiệp		9	6,62%				
1	Marketing tới khách hàng doanh nghiệp (Marketing B2B)	3	2,21%				
2	Thương mại điện tử	3	2,21%				
3	Tổ chức sự kiện	3	2,21%				

12.2.2. So sánh CTĐT với CTĐT tương ứng của Trường Trường Đại học thương mại

Đại Học Kinh tế Kỹ thuật Công nghiệp (Ngành: Marketing)			Đại Học Thương Mại (Ngành: Marketing)		
Học phần	Số TC	Tỷ lệ	Học phần	Số TC	Tỷ lệ
Tổng số tín chỉ	136	100%	Tổng số tín chỉ	131	100%
1. Kiến thức giáo dục đại cương (39 tín chỉ) (chưa bao gồm khối lượng kiến thức GDTC, GDQP)	39	28,68%	1. Kiến thức giáo dục đại cương	40	30,53%

Đại Học Kinh tế Kỹ thuật Công nghiệp (Ngành: Marketing)				Đại Học Thương Mại (Ngành: Marketing)			
Học phần		Số T C	Tỷ lệ	Học phần		Số TC	Tỷ lệ
1.1. Lý luận chính trị		11	8,09%	1.1. Các học phần bắt buộc		27	20,61%
1	Triết học Mac-Lênin	3	2,21%	1	Triết học Mác - Lênin	3	2,29%
2	Kinh tế chính trị Mác-Lênin	2	1,47%	2	Chủ nghĩa xã hội khoa học	2	1,53%
3	Chủ nghĩa xã hội khoa học	2	1,47%	3	Tư tưởng Hồ Chí Minh	2	1,53%
4	Tư tưởng Hồ Chí Minh	2	1,47%	4	Kinh tế chính trị Mác - Lênin	2	1,53%
5	Lịch sử Đảng cộng sản Việt Nam	2	1,47%	5	Lịch sử Đảng Cộng sản Việt Nam	2	1,53%
1.2. Khoa học xã hội		2	1,47%				
1	Pháp luật đại cương	2	1,47%	6	Pháp luật Đại cương	2	1,53%
1.3. Nhân văn - Nghệ thuật			0,00%	7	Tiếng Anh 1	2	1,53%
1.4. Khoa học tự nhiên –		6	4,41%	8	Tiếng Anh 2	2	1,53%
Toán học							
1	Xác suất thống kê	3	2,21%	9	Tiếng Anh 3	2	1,53%
2	Toán ứng dụng cho kinh tế	3	2,21%	10	Toán đại cương	2	1,53%
			0,00%	11	Tin học quản lý	2	1,53%
			0,00%	12	Phương pháp nghiên cứu khoa học	2	1,53%
1.5. Ngoại ngữ		16	11,76%	1.2. Các học phần tự chọn (chọn 2 TC trong các HP sau)		2	1,53%
1	Tiếng Anh 1	4	2,94%	1	Lịch sử các học thuyết	2	1,53%

Đại Học Kinh tế Kỹ thuật Công nghiệp (Ngành: Marketing)				Đại Học Thương Mại (Ngành: Marketing)			
Học phần		Số T C	Tỷ lệ	Học phần		Số TC	Tỷ lệ
					kinh tế		
2	Tiếng Anh 2	4	2,94%	2	Xã hội học đại cương	2	1,53%
3	Tiếng Anh 3	4	2,94%				
4	Tiếng Anh 4	4	2,94%				
1.6. Kiến thức bổ trợ		4	2,94%				
1	Lịch sử các học thuyết kinh tế	2	1,47%				
2	Kỹ năng phỏng vấn xin việc	1	0,74%				
3	Kỹ năng nhận thức bản thân	1	0,74%				
4	Soạn thảo văn bản	2	1,47%				
5	Môi trường và con người	2	1,47%				
6	Thực hành tin học văn phòng	2	1,47%				
7	Thực hành tiếng Anh giao tiếp 1	2	1,47%				
8	Kỹ năng trình diễn vấn đề	2	1,47%				
1.7. Giáo dục thể chất		4		1.3.	Giáo dục thể chất	3	2,29%
1	Giáo dục thể chất 1	1					
2	Giáo dục thể chất 2	1					
3	Giáo dục thể chất 3	1					
4	Giáo dục thể chất 4	1					
1.8. Giáo dục quốc phòng		8		1.4	Giáo dục quốc phòng	8	6,11%

Đại Học Kinh tế Kỹ thuật Công nghiệp (Ngành: Marketing)				Đại Học Thương Mại (Ngành: Marketing)			
Học phần		Số T C	Tỷ lệ	Học phần		Số TC	Tỷ lệ
1	Giáo dục quốc phòng - HP1	3					
2	Giáo dục quốc phòng - HP2	2					
3	Giáo dục quốc phòng - HP3	1					
4	Giáo dục quốc phòng - HP4	2					
2. Kiến thức Giáo dục chuyên nghiệp (97 tín chỉ)		97	71,32 %	2. Kiến thức giáo dục chuyên nghiệp		91	
2.1. Kiến thức cơ sở ngành		23	16,91 %	2.1 Kiến thức cơ sở ngành		30	22,90%
2.1.1. Kiến thức bắt buộc		20	14,71%	2.1.1 Các học phần bắt buộc		19	14,50%
1	Kinh tế vi mô	2	1,47%	1	Kinh tế vĩ mô 1	3	2,29%
2	Kinh tế vĩ mô	2	1,47%	2	Kinh tế vi mô 1	3	2,29%
3	Văn hoá kinh doanh	2	1,47%	3	Quản trị học	3	2,29%
4	Lý thuyết hạch toán kế toán	3	2,21%	4	Marketing căn bản	3	2,29%
5	Quản trị học	3	2,21%	5	Thương mại điện tử căn bản	3	2,29%
6	Tài chính tiền tệ	3	2,21%	6	Tiếng Anh chuyên ngành 1	2	2,29%
7	Kế toán doanh nghiệp	3	2,21%	7	Tiếng Anh chuyên ngành 2	2	1,53%
8	Pháp luật kinh tế	2	1,47%				1,53%

Đại Học Kinh tế Kỹ thuật Công nghiệp (Ngành: Marketing)				Đại Học Thương Mại (Ngành: Marketing)			
Học phần		Số T C	Tỷ lệ	Học phần		Số TC	Tỷ lệ
2.1.2. Kiến thức tự chọn (tự chọn 3 tín chỉ)		3	2,21%	2.1.2. Các học phần tự chọn (Chọn 11 TC trong các HP sau)		11	8,40%
10	Nguyên lý thống kê và thống kê kinh doanh	2	1,47%	1	Quản trị chiến lược	3	2,29%
11	Kỹ năng nghề nghiệp – QTMK	1	0,74%	2	Luật kinh tế 1		
12	Kỹ năng giải quyết vấn đề và làm việc nhóm	2	1,47%	3	Nhập môn Tài chính-Tiền tệ	3	2,29%
13	Kế toán quản trị	2	1,47%	4	Quản trị công nghệ		
14	Hệ thống thông tin quản lý	2	1,47%	5	Kinh tế lượng	3	2,29%
15	Kinh tế quốc tế	2	1,47%	6	Quản trị dịch vụ		
				7	Khởi sự kinh doanh	2	1,53%
				8	Văn hóa kinh doanh		
					Tuyển dụng nhân lực		
2.2. Kiến thức ngành		49	36,03%	2.2. Kiến thức ngành (bao gồm chuyên ngành)		39	29,77%
2.2.1. Kiến thức bắt buộc		37	27,21%	2.2.1 Các học phần bắt buộc		27	20,61%
1	Marketing căn bản	3	2,21%	1	Hành vi khách hàng	3	2,29%
2	Quản trị nhân lực	3	2,21%	2	Nghiên cứu marketing	3	2,29%
3	Hành vi khách hàng	3	2,21%	3	Quản trị chất lượng	3	2,29%
4	Nghiên cứu Marketing	3	2,21%	4	Quản trị marketing 1	3	2,29%
5	Tiểu luận 1: Nghiên cứu và dự báo thị trường	2	1,47%	5	Quản trị marketing 2	3	2,29%

Đại Học Kinh tế Kỹ thuật Công nghiệp (Ngành: Marketing)				Đại Học Thương Mại (Ngành: Marketing)			
Học phần		Số TC	Tỷ lệ	Học phần		Số TC	Tỷ lệ
6	Quản trị kênh phân phối	2	1,47%	6	Truyền thông marketing	3	2,29%
7	Thực hành quản trị marketing trong doanh nghiệp	3	2,21%	7	Marketing B2B	3	2,29%
8	Quản trị truyền thông marketing	2	1,47%	8	Marketing quốc tế	3	2,29%
9	Quản trị bán hàng	3	2,21%	9	Marketing thương mại	3	2,29%
10	Digital Marketing	3	2,21%				
11	Thực hành xây dựng chương trình truyền thông marketing tích hợp	3	2,21%				
12	Quản trị-sản phẩm	2	1,47%				
13	Quản trị giá	2	1,47%				
15	Quản trị marketing	3	2,21%				
2.2.2. Kiến thức tự chọn		12	8,82%				
1	Marketing chiến lược	3	2,21%	<i>2.2.2 Các học phần tự chọn (Chọn 12 TC trong các học phần)</i>		12	9,16%
2	Quản trị đổi mới sáng tạo	3	2,21%	1	Marketing ngân hàng	3	2,29%
3	Giao tiếp và đàm phán trong kinh doanh	3	2,21%	2	Marketing thương mại điện tử		
4	Quan hệ công chúng	3	2,21%	3	Quản trị quan hệ công chúng (PR)	3	2,29%
5	Quản trị kinh doanh quốc tế	3	2,21%	4	Marketing du lịch		

Đại Học Kinh tế Kỹ thuật Công nghiệp (Ngành: Marketing)				Đại Học Thương Mại (Ngành: Marketing)			
Học phần		Số TC	Tỷ lệ	Học phần		Số TC	Tỷ lệ
6	Xây dựng và phát triển thương hiệu	3	2,21%	5	Chiến lược thương hiệu	3	2,29%
7	Marketing thương mại	3	2,21%	6	Định giá và chuyển nhượng thương hiệu		
8	Phân tích hoạt động kinh doanh	3	2,21%	7	Quản trị chuỗi cung ứng	3	2,29%
9	Quản trị dự án	3	2,21%	8	Quản trị thương hiệu 2		
10	Quản trị quan hệ khách hàng	3	2,21%				
11	Thực hành quản trị quan hệ khách hàng	3	2,21%				
2.3 Kiến thức chuyên sâu		25	18,38%				
1	Marketing quốc tế	3	2,21%	2.3. Kiến thức bổ trợ		12	9,16%
2	Tiểu luận 2: Thực hành lập kế hoạch marketing	2	1,47%	<i>2.3.1. Các học phần bắt buộc</i>		6	4,58%
3	Thực hành Digital-Marketing	3	2,21%	1	Quản trị Logistics kinh doanh	3	2,29%
4	Marketing dịch vụ	3	2,21%	2	Quản trị thương hiệu 1	3	2,29%
				<i>2.3.2. Các học phần tự chọn (Chọn 6 TC trong các học phần)</i>		6	4,58%
				1	Quản trị chiến lược toàn cầu	3	2,29%
				2	Nguyên lý kế toán	3	2,29%
				3	Quản trị nhân lực căn bản	3	2,29%

Đại Học Kinh tế Kỹ thuật Công nghiệp (Ngành: Marketing)				Đại Học Thương Mại (Ngành: Marketing)			
Học phần		Số TC	Tỷ lệ	Học phần		Số TC	Tỷ lệ
Thực Tập Cuối Khóa		5	3,68%	4	Quản trị tri thức	3	2,29%
Khóa luận tốt nghiệp		9	6,62%				
1	Marketing tới khách hàng doanh nghiệp (Marketing B2B)	3	2,21%	2.4 Thực tập nghề nghiệp và làm tốt nghiệp khóa học		10	7,63%
2	Thương mại điện tử	3	2,21%				
3	Tổ chức sự kiện	3	2,21%				

12.2.3. So sánh CTĐT với CTĐT tương ứng của Trường Trường Đại học Đà Nẵng-Trường Đại Học Kinh Tế.

Đại Học Kinh tế Kỹ thuật Công nghiệp (Ngành: Marketing)				Đại Học Đà Nẵng - Trường ĐH Kinh Tế (Ngành: QT Marketing)			
STT	Học phần	Số TC	Tỷ lệ	Học Phần	Số TC	Tỷ lệ	
Tổng số tín chỉ		136	100%	Tổng số tín chỉ		134	100%
1. Kiến thức giáo dục đại cương (39 tín chỉ) (chưa bao gồm khối lượng kiến thức GDTC, GDQP)		39	28,68%	A. Khối kiến thức đại cương		46	34,33%
1.1. Lý luận chính trị		11	8,09%				
1	Triết học Mac-Lênin	3	2,21%	1	Triết học Mác-Lênin	3	2,24%
2	Kinh tế chính trị Mác-Lênin	2	1,47%	2	Kinh tế chính trị Mác-Lênin	2	1,49%
3	Chủ nghĩa xã hội khoa học	2	1,47%	3	Chủ nghĩa xã hội khoa học	2	1,49%
4	Tư tưởng Hồ Chí Minh	2	1,47%	4	Lịch sử Đảng cộng sản Việt Nam	2	1,49%

Đại Học Kinh tế Kỹ thuật Công nghiệp (Ngành: Marketing)				Đại Học Đà Nẵng - Trường ĐH Kinh Tế (Ngành: QT Marketing)			
STT	Học phần	Số TC	Tỷ lệ	Học Phần		Số TC	Tỷ lệ
5	Lịch sử Đảng cộng sản Việt Nam	2	1,47%	5	Tư tưởng Hồ Chí Minh	2	1,49%
1.2. Khoa học xã hội		2	1,47%	6	Pháp luật đại cương	2	1,49%
1	Pháp luật đại cương	2	1,47%	7	Giao tiếp trong kinh doanh	3	2,24%
1.3. Nhân văn - Nghệ thuật		0		8	Kinh tế vi mô	3	2,24%
1.4. Khoa học tự nhiên – Toán học		6	4,41%	9	Kinh tế vĩ mô	3	2,24%
1	Xác suất thống kê	3	2,21%	10	Quản trị học	3	2,24%
2	Toán ứng dụng trong kinh tế	3	2,21%	11	Tin học ứng dụng trong quản lý	3	2,24%
				12	Toán ứng dụng trong kinh tế	3	2,24%
1.5. Ngoại ngữ		16	11,76%	13	English Elementary 1	3	2,24%
1	Tiếng Anh 1	4	2,94%	14	English Elementary 2	4	2,99%
2	Tiếng Anh 2	4	2,94%	15	English Communication 1	3	2,24%
3	Tiếng Anh 3	4	2,94%	16	English Communication 2	3	2,24%
4	Tiếng Anh 4	4	2,94%	17	English Composition B1	2	1,49%
1.6. Kiến thức bổ trợ		4	2,94%		Giáo dục thể chất		
1	Lịch sử các học thuyết kinh tế	2	1,47%		Giáo dục Quốc phòng		
2	Kỹ năng phỏng vấn xin việc	1	0,74%				

Đại Học Kinh tế Kỹ thuật Công nghiệp (Ngành: Marketing)				Đại Học Đà Nẵng - Trường ĐH Kinh Tế (Ngành: QT Marketing)		
STT	Học phần	Số TC	Tỷ lệ	Học Phần	Số TC	Tỷ lệ
3	Kỹ năng nhận thức bản thân	1	0,74%			
4	Soạn thảo văn bản	2	1,47%			
5	Môi trường và con người	2	1,47%			
6	Thực hành tin học văn phòng	2	1,47%			
7	Thực hành tiếng Anh giao tiếp 1	2	1,47%			
8	Kỹ năng trình diễn vấn đề	2	1,47%			
1.7. Giáo dục thể chất		4	2,94%			
1	Giáo dục thể chất 1	1	0,74%			
2	Giáo dục thể chất 2	1	0,74%			
3	Giáo dục thể chất 3	1	0,74%			
4	Giáo dục thể chất 4	1	0,74%			
1.8. Giáo dục quốc phòng		8	5,88%			
1	Giáo dục quốc phòng - HP1	3	2,21%			
2	Giáo dục quốc phòng - HP2	2	1,47%			
3	Giáo dục quốc phòng - HP3	1	0,74%			
4	Giáo dục quốc phòng - HP4	2	1,47%			
2. Kiến thức Giáo dục chuyên nghiệp (97 tín chỉ)		97	71,32%	B. Khối kiến thức khối ngành	30	22,39%

Đại Học Kinh tế Kỹ thuật Công nghiệp (Ngành: Marketing)				Đại Học Đà Nẵng - Trường ĐH Kinh Tế (Ngành: QT Marketing)			
STT	Học phần	Số TC	Tỷ lệ	Học Phần		Số TC	Tỷ lệ
2.1. Kiến thức cơ sở ngành		23	16,91%				
<i>2.1.1. Kiến thức bắt buộc</i>		20	14,71%	18	Hành vi tổ chức	3	2,24%
1	Kinh tế vi mô	2	1,47%	19	Hệ thống thông tin quản lý	3	2,24%
2	Kinh tế vĩ mô	2	1,47%	20	Kinh doanh quốc tế	3	2,24%
3	Văn hoá kinh doanh	2	1,47%	21	Luật kinh doanh	3	2,24%
4	Lý thuyết hạch toán kế toán	3	2,21%	22	Marketing căn bản	3	2,24%
5	Quản trị học	3	2,21%	23	Nhập môn kế toán	3	2,24%
6	Tài chính tiền tệ	3	2,21%	24	Nhập môn kinh doanh	3	2,24%
7	Kế toán doanh nghiệp	3	2,21%	25	Thị trường và các định chế tài chính	3	2,24%
8	Pháp luật kinh tế	2	1,47%	26	Thống kê kinh doanh và kinh tế	3	2,24%
				27	Tiếng Anh kinh doanh	3	2,24%
<i>2.1.2. Kiến thức tự chọn (tự chọn 3 tín chỉ)</i>		3	2,21%				
10	Nguyên lý thống kê và thống kê kinh doanh	2	1,47%				
11	Kỹ năng nghề nghiệp - QTMK	1	0,74%				
12	Kỹ năng giải quyết vấn đề và làm việc nhóm	2	1,47%				

Đại Học Kinh tế Kỹ thuật Công nghiệp (Ngành: Marketing)				Đại Học Đà Nẵng - Trường ĐH Kinh Tế (Ngành: QT Marketing)			
STT	Học phần	Số TC	Tỷ lệ	Học Phần		Số TC	Tỷ lệ
13	Kế toán quản trị	2	1,47%				
14	Hệ thống thông tin quản lý	2	1,47%				
15	Kinh tế quốc tế	2	1,47%				
2.2. Kiến thức ngành		49	36,03%	C. Khối kiến thức ngành và chuyên ngành		48	35,82%
				<i>C1. Học phần chung của ngành: 20 tín chỉ gồm 15 tín chỉ bắt buộc và 5 tín chỉ tự chọn</i>			0,00%
2.2.1. Kiến thức bắt buộc		37	27,21%	Các học phần bắt buộc		15	11,19%
1	Marketing căn bản	3	2,21%	28	Hành vi người tiêu dùng	3	2,24%
2	Quản trị nhân lực	3	2,21%	29	Nghiên cứu marketing	3	2,24%
3	Hành vi khách hàng	3	2,21%	30	Phân tích marketing	3	2,24%
4	Nghiên cứu Marketing	3	2,21%	31	Quản trị marketing	3	2,24%
5	Tiểu luận 1: Nghiên cứu và dự báo thị trường	2	1,47%	32	Quản trị thương hiệu	3	2,24%
6	Quản trị kênh phân phối	2	1,47%				
7	Thực hành quản trị marketing trong doanh nghiệp	3	2,21%				
8	8. Quản trị truyền thông marketing	2	1,47%				

Đại Học Kinh tế Kỹ thuật Công nghiệp (Ngành: Marketing)				Đại Học Đà Nẵng - Trường ĐH Kinh Tế (Ngành: QT Marketing)			
STT	Học phần	Số TC	Tỷ lệ	Học Phần		Số TC	Tỷ lệ
9	Quản trị bán hàng	3	2,21%				
10	Digital Marketing	3	2,21%				
11	Thực hành xây dựng chương trình truyền thông marketing tích hợp	3	2,21%				
12	Quản trị-sản phẩm	2	1,47%				
13	Quản trị giá	2	1,47%				
1	Quản trị marketing	3	2,21%				
2.2.2. Kiến thức tự chọn		12	8,82%	<input type="checkbox"/> Học phần tự chọn (chọn ít nhất 5 tín chỉ trong các học phần tự chọn sau)		5	3,73%
1	Marketing chiến lược	3	2,21%	33	Quản trị quan hệ khách hàng	3	2,24%
2	Quản trị đổi mới sáng tạo	3	2,21%	34	Marketing dịch vụ	3	2,24%
3	Giao tiếp và đàm phán trong kinh doanh	3	2,21%	35	Marketing quốc tế	3	2,24%
4	Quan hệ công chúng	3	2,21%	36	Đạo đức kinh doanh	3	2,24%
5	Quản trị kinh doanh quốc tế	3	2,21%	37	Phương pháp nghiên cứu khoa học	2	1,49%
6	Xây dựng và phát triển thương hiệu	3	2,21%	38	Nhập môn khoa học dữ liệu trong kinh doanh	3	2,24%
7	Marketing thương mại	3	2,21%	39	Kinh doanh số	3	2,24%

Đại Học Kinh tế Kỹ thuật Công nghiệp (Ngành: Marketing)				Đại Học Đà Nẵng - Trường ĐH Kinh Tế (Ngành: QT Marketing)			
STT	Học phần	Số TC	Tỷ lệ	Học Phần		Số TC	Tỷ lệ
8	Phân tích hoạt động kinh doanh	3	2,21%				
9	Quản trị dự án	3	2,21%				
10	Quản trị quan hệ khách hàng	3	2,21%				
11	Thực hành quản trị quan hệ khách hàng	3	2,21%				
2.3 Kiến thức chuyên sâu		25	18,38%	C2. Học phần chuyên ngành (28 tín chỉ gồm 20 tín chỉ bắt buộc và 8 tín chỉ tự chọn)			0,00%
				Các học phần bắt buộc		20	14,93%
1	Marketing quốc tế	3	2,21%	40	Chiến lược marketing	3	2,24%
2	Tiểu luận 2: Thực hành lập kế hoạch marketing	2	1,47%	41	Quản trị sản phẩm mới	3	2,24%
3	Thực hành Digital-Marketing	3	2,21%	42	Marketing kỹ thuật số	3	2,24%
4	Marketing dịch vụ	3	2,21%	43	Định giá	3	2,24%
				44	Kênh Marketing	3	2,24%
				45	Truyền thông marketing	3	2,24%
				46	Đề án Quản trị Marketing	2	1,49%
				<i>Học phần tự chọn (chọn ít nhất 8 tín chỉ trong các học phần tự chọn sau)</i>		8	5,97%

Đại Học Kinh tế Kỹ thuật Công nghiệp (Ngành: Marketing)				Đại Học Đà Nẵng - Trường ĐH Kinh Tế (Ngành: QT Marketing)			
STT	Học phần	Số TC	Tỷ lệ	Học Phần		Số TC	Tỷ lệ
					47	Quản trị tài chính	3
			48	Quản trị chuỗi cung ứng	3	2,24%	
			49	Quản trị nguồn nhân lực	3	2,24%	
Thực Tập Cuối Khóa		5	3,68%	50	Khởi sự kinh doanh	3	2,24%
			51	Quan hệ công chúng	2	1,49%	
			52	Thương mại điện tử	3	2,24%	
			53	Công cụ truyền thông trực tuyến	3	2,24%	
			54	Marketing nội dung	3	2,24%	
			55	Thiết kế truyền thông đa phương tiện	3	2,24%	
			56	Quảng cáo	3	2,24%	
			57	Kỹ năng bán hàng	3	2,24%	
			58	Phát triển kỹ năng quản trị	3	2,24%	
				D. Hoạt động ngoại khóa			0,00%
Khóa luận tốt nghiệp		9	6,62%	E. Thực tập tốt nghiệp cuối khóa			0,00%
1	Marketing tới khách hàng doanh nghiệp (Marketing B2B)	3	2,21%	Hình thức 1		10	7,46%
2	Thương mại điện tử	3	2,21%	59	Báo cáo thực tập tốt nghiệp	4	2,99%

Đại Học Kinh tế Kỹ thuật Công nghiệp (Ngành: Marketing)				Đại Học Đà Nẵng - Trường ĐH Kinh Tế (Ngành: QT Marketing)			
STT	Học phần	Số TC	Tỷ lệ	Học Phần	Số TC	Tỷ lệ	
3	Tổ chức sự kiện	3	2,21%	<i>Học bổ sung ít nhất 6 tín chỉ được chọn từ các học phần tự chọn</i>		6	4,48%
					Tự chọn 1	3	2,24%
					Tự chọn 2	3	2,24%
				Hình thức 2			0,00%
				60	Khóa luận tốt nghiệp (*)	10	7,46%

12.2.4. So sánh CTĐT với CTĐT tương ứng của Trường Trường Đại học Gia Định

Đại Học Kinh tế Kỹ thuật Công nghiệp (Ngành: Marketing)				Đại Học Gia Định (Ngành: Marketing)			
STT	Học phần	Số TC	Tỷ lệ	STT	Học phần	Số TC	Tỷ lệ
Tổng số tín chỉ		136	100%	Tổng số tín chỉ		120	100%
1. Kiến thức giáo dục đại cương (39 tín chỉ) (chưa bao gồm khối lượng kiến thức GDTC, GDQP)		39	28,68%	I	Khối kiến thức giáo dục đại cương	39	32,50%
1.1. Lý luận chính trị		11	8,09%	A	Khoa học lý luận chính trị	11	9,17%
1	Triết học Mac-Lênin	3	2,21%	1	Triết học Mác-Lênin	3	2,50%
2	Kinh tế chính trị Mác-Lênin	2	1,47%	2	Kinh tế chính trị Mác-Lênin	2	1,67%
3	Chủ nghĩa xã hội khoa học	2	1,47%	3	Chủ nghĩa xã hội khoa học	2	1,67%
4	Tư tưởng Hồ Chí Minh	2	1,47%	4	Lịch sử Đảng cộng sản Việt Nam	2	1,67%

Đại Học Kinh tế Kỹ thuật Công nghiệp (Ngành: Marketing)				Đại Học Gia Định (Ngành: Marketing)			
STT	Học phần	Số TC	Tỷ lệ	STT	Học phần	Số TC	Tỷ lệ
5	Lịch sử Đảng cộng sản Việt Nam	2	1,47%	5	Tư tưởng Hồ Chí Minh	2	1,67%
1.2. Khoa học xã hội		2	1,47%	B	Khoa học Xã hội	7	5,83%
1	Pháp luật đại cương	2	1,47%	B1	<i>Phần bắt buộc</i>	5	4,17%
1.3. Nhân văn - Nghệ thuật				6	Pháp luật đại cương	3	2,50%
1.4. Khoa học tự nhiên – Toán học		6	4,41%	7	Phương pháp học đại học và nghiên cứu khoa học	2	1,67%
1	Xác suất thống kê	3	2,21%	B2	<i>Phần tự chọn (Chọn 1/2)</i>	2	1,67%
2	Toán ứng dụng cho kinh tế	3	2,21%	8	Cơ sở văn hóa Việt Nam	2	1,67%
				9	Địa lý kinh tế	2	1,67%
1.5. Ngoại ngữ		16	11,76%	C	Ngoại ngữ	9	7,50%
1	Tiếng Anh 1	4	2,94%	10	Anh văn 1	3	2,50%
2	Tiếng Anh 2	4	2,94%	11	Anh văn 2	3	2,50%
3	Tiếng Anh 3	4	2,94%	12	Anh văn 3	3	2,50%
4	Tiếng Anh 4	4	2,94%	D	Toán – Tin – Khoa học tự nhiên	12	10,00%
1.6. Kiến thức bổ trợ		4	2,94%	13	Toán cao cấp	3	2,50%
1	Lịch sử các học thuyết kinh tế	2	1,47%	14	Lý thuyết xác suất và thống kê	3	2,50%
2	Kỹ năng phỏng vấn xin việc	1	0,74%	15	Tin học văn phòng	3	2,50%
3	Kỹ năng nhận thức bản thân	1	0,74%	16	Kinh tế lượng	3	2,50%
4	Soạn thảo văn bản	2	1,47%				

Đại Học Kinh tế Kỹ thuật Công nghiệp (Ngành: Marketing)				Đại Học Gia Định (Ngành: Marketing)			
STT	Học phần	Số TC	Tỷ lệ	STT	Học phần	Số TC	Tỷ lệ
5	Môi trường và con người	2	1,47%				
6	Thực hành tin học văn phòng	2	1,47%				
7	Thực hành tiếng Anh giao tiếp 1	2	1,47%				
8	Kỹ năng trình diễn vấn đề	2	1,47%				
1.7. Giáo dục thể chất		4		E	Giáo dục thể chất	3	2,50%
1	Giáo dục thể chất 1	1		17	Giáo dục Thể chất 1*	1	0,83%
2	Giáo dục thể chất 2	1		18	Giáo dục Thể chất 2*	2	1,67%
3	Giáo dục thể chất 3	1					
4	Giáo dục thể chất 4	1					
1.8. Giáo dục quốc phòng		8		19	Giáo dục Quốc phòng - An ninh*	8	6,67%
1	Giáo dục quốc phòng - HP1	3					
2	Giáo dục quốc phòng - HP2	2					
3	Giáo dục quốc phòng - HP3	1					
4	Giáo dục quốc phòng - HP4	2					
2. Kiến thức Giáo dục chuyên nghiệp (97 tín chỉ)		97	71,32%	II	Khối kiến thức giáo dục chuyên nghiệp	81	67,50%
2.1. Kiến thức cơ sở ngành		23	16,91%	A	Kiến thức cơ sở ngành:	18	15,00%

Đại Học Kinh tế Kỹ thuật Công nghiệp (Ngành: Marketing)				Đại Học Gia Định (Ngành: Marketing)			
STT	Học phần	Số TC	Tỷ lệ	STT	Học phần	Số TC	Tỷ lệ
<i>2.1.1. Kiến thức bắt buộc</i>		20	14,71%	A1	<i>Phần bắt buộc</i>	15	12,50%
1	Kinh tế vi mô	2	1,47%	20	Nguyên lý kế toán	3	2,50%
2	Kinh tế vĩ mô	2	1,47%	21	Lý thuyết tài chính tiền tệ	3	2,50%
3	Văn hoá kinh doanh	2	1,47%	22	Kinh tế vi mô	3	2,50%
4	Lý thuyết hạch toán kế toán	3	2,21%	23	Quản trị học	3	2,50%
5	Quản trị học	3	2,21%	24	Marketing căn bản	3	2,50%
6	Tài chính tiền tệ	3	2,21%	A2	<i>Phần tự chọn (Chọn 1/2)</i>	3	2,50%
7	Kế toán doanh nghiệp	3	2,21%	25	Kinh tế quốc tế	3	2,50%
8	Pháp luật kinh tế	2	1,47%	26	Kinh tế vĩ mô	3	2,50%
<i>2.1.2. Kiến thức tự chọn (tự chọn 3 tín chỉ)</i>		3	2,21%				
9	Nguyên lý thống kê và thống kê kinh doanh	2	1,47%				
10	Kỹ năng nghề nghiệp – QTMK	1	0,74%				
11	Kỹ năng giải quyết vấn đề và làm việc nhóm	2	1,47%				
12	Kế toán quản trị	2	1,47%				
13	Hệ thống thông tin quản lý	2	1,47%				
14	Kinh tế quốc tế	2	1,47%				

Đại Học Kinh tế Kỹ thuật Công nghiệp (Ngành: Marketing)				Đại Học Gia Định (Ngành: Marketing)			
STT	Học phần	Số TC	Tỷ lệ	STT	Học phần	Số TC	Tỷ lệ
2.2. Kiến thức ngành		49	36,03%	B	Kiến thức ngành		
2.2.1. Kiến thức bắt buộc		37	27,21%		Phần bắt buộc	23	19,17%
1	Marketing căn bản	3	2,21%	27	Nghiên cứu Marketing	3	2,50%
2	Quản trị nhân lực	3	2,21%	28	Quản trị doanh nghiệp	3	2,50%
3	Hành vi khách hàng	3	2,21%	29	Anh văn chuyên ngành 1	3	2,50%
4	Nghiên cứu Marketing	3	2,21%	30	Tin học ứng dụng	3	2,50%
5	Tiểu luận 1: Nghiên cứu và dự báo thị trường	2	1,47%	31	Quản trị marketing	3	2,50%
6	Quản trị kênh phân phối	2	1,47%	32	Giao tiếp trong kinh doanh	2	1,67%
7	Thực hành quản trị marketing trong doanh nghiệp	3	2,21%	33	Quản trị thương hiệu	3	2,50%
8	8. Quản trị truyền thông marketing	2	1,47%	34	Anh văn chuyên ngành 2	3	2,50%
9	Quản trị bán hàng	3	2,21%				
10	Digital Marketing	3	2,21%				
11	Thực hành xây dựng chương trình truyền thông marketing tích hợp	3	2,21%				

Đại Học Kinh tế Kỹ thuật Công nghiệp (Ngành: Marketing)				Đại Học Gia Định (Ngành: Marketing)			
STT	Học phần	Số TC	Tỷ lệ	STT	Học phần	Số TC	Tỷ lệ
12	Quản trị-sản phẩm	2	1,47%				
13	Quản trị giá	2	1,47%				
14	Quản trị marketing	3	2,21%				
2.2.2. Kiến thức tự chọn		12	8,82%				
1	Marketing chiến lược	3	2,21%				
2	Quản trị đổi mới sáng tạo	3	2,21%				
3	Giao tiếp và đàm phán trong kinh doanh	3	2,21%				
4	Quan hệ công chúng	3	2,21%				
5	Quản trị kinh doanh quốc tế	3	2,21%				
6	Xây dựng và phát triển thương hiệu	3	2,21%				
7	Marketing thương mại	3	2,21%				
8	Phân tích hoạt động kinh doanh	3	2,21%				
9	Quản trị dự án	3	2,21%				
10	Quản trị quan hệ khách hàng	3	2,21%				
11	Thực hành quản trị quan hệ khách hàng	3	2,21%				
2.3 Kiến thức chuyên sâu		25	18,38%	C	Kiến thức chuyên ngành: Marketing	30	25,00%
				C1	Phần bắt buộc	24	20,00%

Đại Học Kinh tế Kỹ thuật Công nghiệp (Ngành: Marketing)				Đại Học Gia Định (Ngành: Marketing)			
STT	Học phần	Số TC	Tỷ lệ	STT	Học phần	Số TC	Tỷ lệ
1	Marketing quốc tế	3	2,21%	35	Marketing bán hàng	3	2,50%
2	Tiểu luận 2: Thực hành lập kế hoạch marketing	2	1,47%	36	Luật áp dụng trong marketing	3	2,50%
3	Thực hành Digital-Marketing	3	2,21%	37	Quan hệ công chúng	3	2,50%
4	Marketing dịch vụ	3	2,21%	38	Marketing quốc tế	3	2,50%
				39	Hành vi người tiêu dùng	3	2,50%
				40	Marketing công nghiệp	3	2,50%
				41	E- Marketing	3	2,50%
				42	Anh văn chuyên ngành 3	3	2,50%
				C2	<i>Phần tự chọn (Chọn 2/3)</i>	6	5,00%
				43	Văn hóa và đạo đức kinh doanh	3	2,50%
				44	Thương mại điện tử	3	2,50%
				45	Thống kê ứng dụng trong kinh doanh	3	2,50%
	Thực Tập Cuối Khóa	5	3,68%	D	<i>Thực tập tốt nghiệp và khóa luận</i>	10	8,33%
				46	Thực tập tốt nghiệp	4	3,33%
	Khóa luận tốt nghiệp	9	6,62%	47	Khóa luận tốt nghiệp (hoặc học bổ sung- Nếu sinh viên	6	5,00%

Đại Học Kinh tế Kỹ thuật Công nghiệp (Ngành: Marketing)				Đại Học Gia Định (Ngành: Marketing)			
STT	Học phần	Số TC	Tỷ lệ	STT	Học phần	Số TC	Tỷ lệ
					<i>không thực hiện khóa luận tốt nghiệp phải học bổ sung các học phần cho đủ 06 tín chỉ)</i>		
					Học phần bổ sung		
1	Marketing tới khách hàng doanh nghiệp (Marketing B2B)	3	2,21%	48	Kỹ năng khởi nghiệp	3	2,50%
2	Thương mại điện tử	3	2,21%	49	Marketing dịch vụ	3	2,50%
3	Tổ chức sự kiện	3	2,21%				

12.2.5. So sánh CTĐT với CTĐT tương ứng của Trường Trường Đại học Tài Chính – Marketing

Đại Học Kinh tế Kỹ thuật Công nghiệp (Ngành: Marketing)			Đại Học Tài Chính - Marketing (Ngành: Marketing)				
Học phần	Số TC	Tỷ lệ	Học phần	Số TC	Tỷ lệ		
Tổng số tín chỉ	136	100%	Tổng số tín chỉ	121	100%		
1. Kiến thức giáo dục đại cương (39 tín chỉ) (chưa bao gồm khối lượng kiến thức GDTC, GDQP)	39	28,68%	1. Kiến thức giáo dục đại cương	34	28,10%		
1.1. Lý luận chính trị	11	8,09%	1.1. Lý luận chính trị	11	9,09%		
1	Triết học Mac-Lênin	3	2,21%	1	Triết học Mác - Lênin	3	2,48%
2	Kinh tế chính trị Mác-Lênin	2	1,47%	2	Kinh tế chính trị Mác - Lênin	2	1,65%

Đại Học Kinh tế Kỹ thuật Công nghiệp (Ngành: Marketing)				Đại Học Tài Chính - Marketing (Ngành: Marketing)			
Học phần		Số TC	Tỷ lệ	Học phần		Số TC	Tỷ lệ
3	Chủ nghĩa xã hội khoa học	2	1,47%	3	Chủ nghĩa xã hội khoa học	2	1,65%
4	Tư tưởng Hồ Chí Minh	2	1,47%	4	Lịch sử Đảng Cộng sản Việt Nam	2	1,65%
5	Lịch sử Đảng cộng sản Việt Nam	2	1,47%	5	Tư tưởng Hồ Chí Minh	2	1,65%
1.2. Khoa học xã hội		2	1,47%	1.2. Khoa học xã hội		3	2,48%
1	Pháp luật đại cương	2	1,47%	6	Pháp luật Đại cương	3	2,48%
1.3. Nhân văn - Nghệ thuật		0		1.3. Ngoại ngữ		12	9,92%
1.4. Khoa học tự nhiên – Toán học		6	4,41%	7	Anh văn căn bản 1	3	2,48%
1	Xác suất thống kê	3	2,21%	8	Anh văn căn bản 2	3	2,48%
2	Toán ứng dụng trong kinh tế	3	2,21%	9	Anh văn căn bản 3	3	2,48%
				10	Anh văn căn bản 4	3	2,48%
1.5. Ngoại ngữ		16	11,76%	1.4. Toán - Tin học - Khoa học tự nhiên- Công nghệ - Môi trường		8	6,61%
1	Tiếng Anh 1	4	2,94%	11	Toán cao cấp	4	3,31%
2	Tiếng Anh 2	4	2,94%	12	Tin học đại cương	4	3,31%
3	Tiếng Anh 3	4	2,94%				
4	Tiếng Anh 4	4	2,94%				
1.6. Kiến thức bổ trợ		4	2,94%				
1	Lịch sử các học thuyết kinh tế	2	1,47%				
2	Kỹ năng phỏng vấn xin việc	1	0,74%				

Đại Học Kinh tế Kỹ thuật Công nghiệp (Ngành: Marketing)				Đại Học Tài Chính - Marketing (Ngành: Marketing)			
Học phần		Số TC	Tỷ lệ	Học phần		Số TC	Tỷ lệ
3	Kỹ năng nhận thức bản thân	1	0,74%				
4	Soạn thảo văn bản	2	1,47%				
5	Môi trường và con người	2	1,47%				
6	Thực hành tin học văn phòng	2	1,47%				
7	Thực hành tiếng Anh giao tiếp 1	2	1,47%				
8	Kỹ năng trình diễn vấn đề	2	1,47%				
1.7. Giáo dục thể chất		4					
1	Giáo dục thể chất 1	1					
2	Giáo dục thể chất 2	1					
3	Giáo dục thể chất 3	1					
4	Giáo dục thể chất 4	1					
1.8. Giáo dục quốc phòng		8					
1	Giáo dục quốc phòng - HP1	3					
2	Giáo dục quốc phòng - HP2	2					
3	Giáo dục quốc phòng - HP3	1					
4	Giáo dục quốc phòng - HP4	2					
2. Kiến thức Giáo dục chuyên nghiệp (97 tín chỉ)		97	71,32%	2. Kiến thức giáo dục chuyên nghiệp		69	57,02%

Đại Học Kinh tế Kỹ thuật Công nghiệp (Ngành: Marketing)				Đại Học Tài Chính - Marketing (Ngành: Marketing)			
Học phần		Số TC	Tỷ lệ	Học phần		Số TC	Tỷ lệ
2.1. Kiến thức cơ sở ngành		23	16,91%	2.1. Kiến thức cơ sở		21	17,36%
<i>2.1.1. Kiến thức bắt buộc</i>		20	14,71%				
1	Kinh tế vi mô	2	1,47%	13	Kinh tế vi mô 1	3	2,48%
2	Kinh tế vĩ mô	2	1,47%	14	Kinh tế vĩ mô 1	3	2,48%
3	Văn hoá kinh doanh	2	1,47%	15	Nguyên lý kế toán	3	2,48%
4	Lý thuyết hạch toán kế toán	3	2,21%	16	Nguyên lý Marketing	3	2,48%
5	Quản trị học	3	2,21%	17	Quản trị học	3	2,48%
6	Tài chính tiền tệ	3	2,21%	18	Tiền tệ - Ngân hàng và Thị trường tài chính 1	3	2,48%
7	Kế toán doanh nghiệp	3	2,21%	19	Lý thuyết xác suất và thống kê ứng dụng	3	2,48%
8	Pháp luật kinh tế	2	1,47%				
<i>2.1.2. Kiến thức tự chọn (tự chọn 3 tín chỉ)</i>		3	2,21%				
10	Nguyên lý thống kê và thống kê kinh doanh	2	1,47%				
11	Kỹ năng nghề nghiệp – QTMK	1	0,74%				
12	Kỹ năng giải quyết vấn đề và làm việc nhóm	2	1,47%				
13	Kế toán quản trị	2	1,47%				
14	Hệ thống thông tin quản lý	2	1,47%				
15	Kinh tế quốc tế	2	1,47%				

Đại Học Kinh tế Kỹ thuật Công nghiệp (Ngành: Marketing)				Đại Học Tài Chính - Marketing (Ngành: Marketing)			
Học phần		Số TC	Tỷ lệ	Học phần		Số TC	Tỷ lệ
2.2. Kiến thức ngành		49	36,03%	2.2. Kiến thức ngành		24	19,83%
<i>2.2.1. Kiến thức bắt buộc</i>		37	27,21%				
1	Marketing căn bản	3	2,21%	20	Hành vi người tiêu dùng	3	2,48%
2	Quản trị nhân lực	3	2,21%	21	Nghiên cứu Marketing 1	3	2,48%
3	Hành vi khách hàng	3	2,21%	22	Nghiên cứu Marketing 2	3	2,48%
4	Nghiên cứu Marketing	3	2,21%	23	Marketing dịch vụ	3	2,48%
5	Tiểu luận 1: Nghiên cứu và dự báo thị trường	2	1,47%	24	Marketing Quốc tế	3	2,48%
6	Quản trị kênh phân phối	2	1,47%	25	Quản trị Marketing	3	2,48%
7	Thực hành quản trị marketing trong doanh nghiệp	3	2,21%	26	Truyền thông Marketing Tích hợp	3	2,48%
8	8. Quản trị truyền thông marketing	2	1,47%	27	Marketing Chiến lược	3	2,48%
9	Quản trị bán hàng	3	2,21%				
10	Digital Marketing	3	2,21%				
11	Thực hành xây dựng chương trình truyền thông marketing tích hợp	3	2,21%				
12	Quản trị-sản phẩm	2	1,47%				
13	Quản trị giá	2	1,47%				

Đại Học Kinh tế Kỹ thuật Công nghiệp (Ngành: Marketing)				Đại Học Tài Chính - Marketing (Ngành: Marketing)			
Học phần		Số TC	Tỷ lệ	Học phần		Số TC	Tỷ lệ
14	Quản trị marketing	3	2,21%				
2.2.2. Kiến thức tự chọn		12	8,82%				
1	Marketing chiến lược	3	2,21%				
2	Quản trị đổi mới sáng tạo	3	2,21%				
3	Giao tiếp và đàm phán trong kinh doanh	3	2,21%				
4	Quan hệ công chúng	3	2,21%				
5	Quản trị kinh doanh quốc tế	3	2,21%				
6	Xây dựng và phát triển thương hiệu	3	2,21%				
7	Marketing thương mại	3	2,21%				
8	Phân tích hoạt động kinh doanh	3	2,21%				
9	Quản trị dự án	3	2,21%				
10	Quản trị quan hệ khách hàng	3	2,21%				
11	Thực hành quản trị quan hệ khách hàng	3	2,21%				
2.3 Kiến thức chuyên sâu		25	18,38%	2.3. Kiến thức chuyên ngành		18	14,88%
1	Marketing quốc tế	3	2,21%	28	Quản trị sản phẩm	3	2,48%
2	Tiểu luận 2: Thực hành lập kế hoạch marketing	2	1,47%	29	Quản trị kênh phân phối	3	2,48%

Đại Học Kinh tế Kỹ thuật Công nghiệp (Ngành: Marketing)				Đại Học Tài Chính - Marketing (Ngành: Marketing)			
Học phần		Số TC	Tỷ lệ	Học phần		Số TC	Tỷ lệ
3	Thực hành Digital-Marketing	3	2,21%	30	Xây dựng kế hoạch Marketing	3	2,48%
4	Marketing dịch vụ	3	2,21%	31	Đo lường marketing	3	2,48%
				32	Marketing mối quan hệ	3	2,48%
				33-35	Marketing kỹ thuật số	3	2,48%
					Marketing mạng xã hội		
					Phân tích marketing kỹ thuật số	3	2,48%
					B2B Marketing		
					Quản trị giá	3	2,48%
					Marketing thương mại		
				2.4 Kiến thức bổ trợ ngành		6	4,96%
				36	Đạo đức và trách nhiệm xã hội trong Marketing	3	2,48%
				37	Khởi nghiệp và đổi mới	3	2,48%
					Marketing trải nghiệm		
Thực Tập Cuối Khóa		5	3,68%	3. Thực hành nghề nghiệp		6	4,96%
				38	Thực hành nghề nghiệp 1	3	2,48%
				39	Thực hành nghề nghiệp 2	3	2,48%
Khóa luận tốt nghiệp		9	6,62%	4. Tốt nghiệp		6	4,96%
1	Marketing tới khách hàng doanh nghiệp (Marketing B2B)	3	2,21%	40	Khóa luận tốt nghiệp	6	4,96%
2	Thương mại điện tử	3	2,21%	Hoặc			0,00%
3	Tổ chức sự kiện	3	2,21%	40	Thực tập tốt nghiệp	3	2,48%

Đại Học Kinh tế Kỹ thuật Công nghiệp (Ngành: Marketing)			Đại Học Tài Chính - Marketing (Ngành: Marketing)		
Học phần	Số TC	Tỷ lệ	Học phần	Số TC	Tỷ lệ
			Quan hệ công chúng	3	2,48%

12.2.6. So sánh CTĐT với CTĐT tương ứng của University of Kent (UK)

Đại Học Kinh tế Kỹ thuật Công nghiệp (Ngành: Marketing)			University of Kent (UK) Major: Marketing		
Học phần	Số TC	Tỷ lệ	Học phần	Số TC	Tỷ lệ
Tổng số tín chỉ	136	100%	Tổng số tín chỉ	128	100%
1. Kiến thức giáo dục đại cương (39 tín chỉ) (chưa bao gồm khối lượng kiến thức GDTC, GDQP)	39	28,68%	1. Kiến thức giáo dục đại cương	12	9,38%
1.1. Lý luận chính trị	11	8,09%	1.1. Lý luận chính trị		
1 Triết học Mac-Lênin	3	2,21%			
2 Kinh tế chính trị Mác-Lênin	2	1,47%			
3 Chủ nghĩa xã hội khoa học	2	1,47%			
4 Tư tưởng Hồ Chí Minh	2	1,47%			
5 Lịch sử Đảng cộng sản Việt Nam	2	1,47%			
1.2. Khoa học xã hội	2	1,47%	1.2. Khoa học xã hội	3	2,34%
1 Pháp luật đại cương	2	1,47%	1 Pháp luật về hợp đồng và bảo vệ người tiêu dùng	3	2,34%
1.3. Nhân văn - Nghệ thuật	0				
1.4. Khoa học tự nhiên – Toán học	6	4,41%	1.3. Khoa học tự nhiên – Toán học	3	2,34%
1 Xác suất thống kê	3	2,21%			

Đại Học Kinh tế Kỹ thuật Công nghiệp (Ngành: Marketing)				University of Kent (UK) Major: Marketing			
Học phần		Số TC	Tỷ lệ	Học phần		Số TC	Tỷ lệ
2	Toán ứng dụng cho kinh tế	3	2,21%	1	Thực hành dữ liệu thông minh	3	2,34%
1.5. Ngoại ngữ		16	11,76%				
1	Tiếng Anh 1	4	2,94%				
2	Tiếng Anh 2	4	2,94%				
3	Tiếng Anh 3	4	2,94%				
4	Tiếng Anh 4	4	2,94%				
1.6. Kiến thức bổ trợ		4	2,94%	1.4. Kiến thức bổ trợ		6	4,69%
1	Lịch sử các học thuyết kinh tế	2	1,47%	1	Tinh thần khởi nghiệp	3	2,34%
2	Kỹ năng phỏng vấn xin việc	1	0,74%	2	Tâm lý học nơi làm việc	3	2,34%
3	Kỹ năng nhận thức bản thân	1	0,74%				
4	Soạn thảo văn bản	2					
5	Môi trường và con người	2					
6	Thực hành tin học văn phòng	2					
7	Thực hành tiếng Anh giao tiếp 1	2					
8	Kỹ năng trình diễn vấn đề	2					
1.7. Giáo dục thể chất		4					
1	Giáo dục thể chất 1	1					
2	Giáo dục thể chất 2	1					
3	Giáo dục thể chất 3	1					

Đại Học Kinh tế Kỹ thuật Công nghiệp (Ngành: Marketing)				University of Kent (UK) Major: Marketing			
Học phần		Số TC	Tỷ lệ	Học phần		Số TC	Tỷ lệ
4	Giáo dục thể chất 4	1					
1.8. Giáo dục quốc phòng		8					
1	Giáo dục quốc phòng - HP1	3					
2	Giáo dục quốc phòng - HP2	2					
3	Giáo dục quốc phòng - HP3	1					
4	Giáo dục quốc phòng - HP4	2					
2. Kiến thức Giáo dục chuyên nghiệp (97 tín chỉ)		97	71,32%	2. Kiến thức Giáo dục chuyên nghiệp		116	90,63%
2.1. Kiến thức cơ sở ngành		23	16,91%	2.1. Kiến thức cơ sở ngành		42	32,81%
2.1.1. Kiến thức bắt buộc		20	14,71%	2.1.1. Kiến thức bắt buộc		24	18,75%
1	Kinh tế vi mô	2	1,47%	1	Giới thiệu về quản trị	3	2,34%
2	Kinh tế vĩ mô	2	1,47%	2	Môi trường kinh doanh toàn cầu	3	2,34%
3	Văn hoá kinh doanh	2	1,47%	3	Công cụ phân tích kinh doanh	3	2,34%
4	Lý thuyết hạch toán kế toán	3	2,21%	4	Phân tích báo cáo tài chính	3	2,34%
5	Quản trị học	3	2,21%	5	Giới thiệu về marketing	3	2,34%
6	Tài chính tiền tệ	3	2,21%	6	Tổ chức kinh doanh, vấn đề và kỹ năng	3	2,34%
7	Kế toán doanh nghiệp	3	2,21%	7	Giới thiệu về	3	2,34%

Đại Học Kinh tế Kỹ thuật Công nghiệp (Ngành: Marketing)				University of Kent (UK) Major: Marketing			
Học phần		Số TC	Tỷ lệ	Học phần		Số TC	Tỷ lệ
					marketing công nghệ số		
8	Pháp luật kinh tế	2	1,47%	8	Kinh tế học kinh doanh	3	2,34%
<i>2.1.2. Kiến thức tự chọn (tự chọn 03 tín chỉ)</i>		3	2,21%	<i>2.1.2. Kiến thức tự chọn</i>		18	14,06%
10	Nguyên lý thống kê và thống kê kinh doanh	2	1,47%	9	Luật doanh nghiệp và việc làm	3	2,34%
11	Kỹ năng nghề nghiệp – QTMK	1	0,74%	10	Thách thức quản trị đương thời	3	2,34%
12	Kỹ năng giải quyết vấn đề và làm việc nhóm	2	1,47%	11	Phân tích quyết định	3	2,34%
13	Kế toán quản trị	2	1,47%	12	Quản trị tài chính	3	2,34%
14	Hệ thống thông tin quản lý	2	1,47%	13	Kinh doanh quốc tế: góc nhìn lý thuyết	3	2,34%
15	Kinh tế quốc tế	2	1,47%	14	Đổi mới doanh nghiệp dựa trên công nghệ	3	2,34%
2.2. Kiến thức ngành		49	36,03%	2.2. Kiến thức chung của ngành		74	57,81%
<i>2.2.1. Kiến thức bắt buộc</i>		37	27,21%	<i>2.2.1. Kiến thức bắt buộc</i>		19	14,84%
1	Marketing căn bản	3	2,21%	1	Đạo đức kinh doanh và phát triển bền vững	3	2,34%
2	Quản trị nhân lực	3	2,21%	2	Chiến lược marketing công nghệ số	3	2,34%
3	Hành vi khách hàng	3	2,21%	3	Hành vi khách hàng	3	2,34%
4	Nghiên cứu Marketing	3	2,21%	4	Nghiên cứu marketing	3	2,34%
5	Tiểu luận 1: Nghiên	2	1,47%	5	Chiến lược marketing	3	2,34%

Đại Học Kinh tế Kỹ thuật Công nghiệp (Ngành: Marketing)				University of Kent (UK) Major: Marketing			
Học phần		Số TC	Tỷ lệ	Học phần		Số TC	Tỷ lệ
	cứu và dự báo thị trường						
6	Quản trị kênh phân phối	2	1,47%	6	Thương hiệu	3	2,34%
7	Thực hành quản trị marketing trong doanh nghiệp	3	2,21%	7	Thực tập doanh nghiệp giai đoạn 1	1	0,78%
8	8. Quản trị truyền thông marketing	2	1,47%				
9	Quản trị bán hàng	3	2,21%				
10	Digital Marketing	3	2,21%				
11	Thực hành xây dựng chương trình truyền thông marketing tích hợp	3	2,21%				
12	Quản trị-sản phẩm	2	1,47%				
13	Quản trị giá	2	1,47%				
14	Thực hành quản trị bán hàng	3	2,21%				
15	Quản trị marketing	3	2,21%				
<i>2.2.2. Kiến thức tự chọn</i>		12	8,82%	<i>2.2.2. Kiến thức tự chọn</i>		36	28,13%
1	Marketing chiến lược	3	2,21%	1	Quản trị nguồn nhân lực	3	2,34%
2	Quản trị đổi mới sáng tạo	3	2,21%	2	Quản trị dịch vụ	3	2,34%
3	Giao tiếp và đàm phán trong kinh doanh	3		3	Nghệ thuật lãnh đạo và quản lý	3	2,34%

Đại Học Kinh tế Kỹ thuật Công nghiệp (Ngành: Marketing)				University of Kent (UK) Major: Marketing			
Học phần		Số TC	Tỷ lệ	Học phần		Số TC	Tỷ lệ
4	Quan hệ công chúng	3		4	Phát triển doanh nghiệp mới	3	2,34%
5	Quản trị kinh doanh quốc tế	3		5	Quản trị nguồn nhân lực quốc tế	3	2,34%
6	Xây dựng và phát triển thương hiệu	3	2,21%	6	Chiến lược hợp tác và kinh doanh	3	2,34%
7	Marketing thương mại	3		7	Chiến lược quản trị nhân lực	3	2,34%
8	Phân tích hoạt động kinh doanh	3		8	Quản trị dự án marketing	3	2,34%
9	Quản trị dự án	3		9	Sáng tạo và đổi mới trong tổ chức	3	2,34%
10	Quản trị quan hệ khách hàng	3	2,21%	10	Quản trị đa văn hoá	3	2,34%
11	Thực hành quản trị quan hệ khách hàng	3	2,21%	11	Quản trị dự án	3	2,34%
12	Thực hành quản trị nhân lực	3	2,21%	12	Quản trị vận hành	3	2,34%
2.3 Kiến thức chuyên sâu		25	18,38%	2.3 Kiến thức chuyên ngành		19	14,84%
1	Marketing quốc tế	3	2,21%	1	Marketing quốc tế	3	2,34%
2	Tiểu luận 2: Thực hành lập kế hoạch marketing	2	1,47%	2	Truyền thông marketing	3	2,34%
3	Thực hành Digital-Marketing	3	2,21%	3	Thực hành Digital marketing	3	2,34%
4	Marketing dịch vụ	3	2,21%	4	Marketing sản phẩm	3	2,34%

Đại Học Kinh tế Kỹ thuật Công nghiệp (Ngành: Marketing)				University of Kent (UK) Major: Marketing			
Học phần		Số TC	Tỷ lệ	Học phần		Số TC	Tỷ lệ
					mới		
				5	Dịch vụ, công nghệ và marketing	2	1,56%
				6	Marketing và xã hội	3	2,34%
Thực Tập Cuối Khóa		5	3,68%		Quản trị nghề nghiệp giai đoạn 2	1	0,78%
Khóa luận tốt nghiệp		9	6,62%				
1	Marketing tới khách hàng doanh nghiệp (Marketing B2B)	3	2,21%				
2	Thương mại điện tử	3	2,21%				
3	Tổ chức sự kiện	3	2,21%				

Bảng tổng hợp đối sánh chương trình đào tạo
(Không tính số lượng tín chỉ GDTC & QDQP trong CTĐT)

Nội dung đối sánh	Trường Đại học Kinh tế Kỹ thuật Công nghiệp	Trường Đại học Kinh tế quốc dân	Trường Đại học Thương mại	Trường Đại học Tài Chính – Marketing	Trường Đại học Đà Nẵng – Đại học kinh tế	Trường Đại học Gia Định	University of Kent (UK)
Chuyên ngành	Marketing	Marketing	Marketing	Marketing	Marketing	Marketing	Marketing
1. Tổng số tín chỉ	136 tín chỉ	129 tín chỉ	131 tín chỉ	121 tín chỉ	134 tín chỉ	120 tín chỉ	128 tín chỉ
2. Kiến thức đại cương	39 tín chỉ	44 tín chỉ	40 tín chỉ	34 tín chỉ	46 tín chỉ	39 tín chỉ	12 tín chỉ
3. Kiến thức giáo dục chuyên nghiệp	97 tín chỉ	85 tín chỉ	91 tín chỉ	87 tín chỉ	88 tín chỉ	81 tín chỉ	116 tín chỉ

13. HƯỚNG DẪN THỰC HIỆN

13.1. Nguyên tắc chung

- Hướng đào tạo: Chương trình đào tạo được xây dựng theo hướng ứng dụng, do vậy khi thực hiện chương trình cần chú ý:

- ✓ Theo hướng ứng dụng nhiều hơn hướng tiềm năng.
- ✓ Kiến thức cơ sở được rút gọn ở mức độ hợp lý.
- ✓ Khối kiến thức ngành sẽ được tăng lên, chủ yếu ở phần thực hành.

- Các căn cứ khi thực hiện chương trình:

+ Theo Luật sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật Giáo dục đại học ngày 19 tháng 11 năm 2018;

+ Theo Khung trình độ Quốc gia Việt Nam ban hành kèm theo Quyết định số 1982/QĐ-TTg ngày 18 tháng 10 năm 2016 do Chính phủ ban hành;

+ Theo Thông tư 17/2021/TT-BGDĐT ngày 22 tháng 6 năm 2021 của Bộ Giáo dục và Đào tạo ban hành 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;

+ Thông tư 08/2021/TT-BGDĐT ngày 18/3/2021 Bộ trưởng Bộ Giáo dục và Đào tạo;

+ Theo Quyết định 392/QĐ-ĐHKTKTCN ngày 10 tháng 9 năm 2021 của Trường Đại học Kinh tế - Kỹ thuật Công nghiệp về việc ban hành Quy chế đào tạo đại học chính quy theo hệ thống tín chỉ của Trường Đại học Kinh tế - Kỹ thuật Công nghiệp;

Và các quy định khác của Nhà nước về lĩnh vực đào tạo; các quy định hiện hành trong nhà trường: chế độ công tác giáo viên, quy định về tiêu chuẩn, quyền hạn, nhiệm vụ và hình thức xử lý đối với cán bộ, giáo viên.

- Nội dung khi thực hiện chương trình: Các phòng, khoa, tổ bộ môn phải thực hiện đúng theo chương trình đào tạo và đề cương chi tiết các học phần đã được duyệt. Nếu có những nội dung cần phải thay đổi, phải đề nghị Ban Giám hiệu duyệt trước khi thực hiện.

- Kế hoạch đào tạo và phân công giáo viên lên lớp: Phải được bố trí hợp lý về chuyên môn, theo đặc thù từng ngành, từng đơn vị và phải được Ban Giám hiệu duyệt trước khi thực hiện.

- Các Khoa, Tổ bộ môn xây dựng đầy đủ bài giảng, ngân hàng dữ liệu đề thi cho toàn bộ các học phần và tổ chức giảng dạy theo các phương pháp mới, tích cực hoá các hoạt động của sinh viên, hướng dẫn sinh viên tự đọc, nghiên cứu tài liệu.

13.2. Kế hoạch đào tạo

- Toàn bộ chương trình được thực hiện trong 4 năm, chia thành 8 kỳ học. Mỗi năm học được chia thành 2 học kỳ và có thể tổ chức học tập thêm trong kỳ nghỉ hè cho một số sinh viên nếu xét thấy cần thiết:

- Học kỳ I bao gồm các nội dung:
 - Sinh hoạt chính trị đầu năm: 1 tuần.
 - Học tập: 15 tuần
 - thi học kỳ, dự trữ:
- Học kỳ II bao gồm các nội dung:
 - Nghỉ tết: 2 tuần.
 - Sinh hoạt lớp, LĐ công ích: 1 tuần.
 - Học tập: 15 tuần
 - Thi học kỳ, dự trữ:
 - Thi lại của học kỳ I (Được tổ chức sau khi nghỉ tết khoảng 3 tuần)
- Học kỳ phụ bao gồm các nội dung:
 - Nghỉ hè.
 - Thi lại của học kỳ II (Được tổ chức ngay đầu kỳ nghỉ hè)
 - Tổ chức học bù, học phụ đạo, học vượt ...
 - Thi học kỳ phụ.

- Ngoài ra tùy theo tình hình Nhà Trường có thể mở thêm các kỳ học tăng cường, học cải thiện để đáp ứng nhu cầu học tập của sinh viên.

Chú ý:

- Học kỳ I năm học thứ nhất chỉ có 15 tuần (do thời điểm sinh viên vào khoá học muộn hơn so với thời điểm bắt đầu học kỳ I)
- Học kỳ II năm học thứ tư không bố trí kỳ nghỉ hè, kế hoạch được tổ chức liên tục đến khi tốt nghiệp.

- Quy định thực hiện các học phần:

- Các học phần lý thuyết: Tại lớp học không quá 30 tiết/ tuần. Được chia thành các phần: Lý thuyết, Bài tập + Kiểm tra, Thực hành môn học.
- Các học phần thực tập, bài tập lớn: Tại phòng thực hành của Nhà trường và các doanh nghiệp, thời gian không quá 40 giờ/ tuần.

Hà Nội, ngày 26 tháng 8 năm 2022

HIỆU TRƯỞNG

(Đã ký)

TS. Trần Hoàng Long

