BỘ CÔNG THƯƠNG

TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ - KỸ THUẬT CÔNG NGHIỆP

BẢN MÔ TẢ

CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO

TRÌNH ĐỘ ĐẠI HỌC

Ngành: Marketing

Mã ngành: 7340115

(Ban hành theo Quyết định số 547/QĐ-ĐHKTKTCN ngày 30 tháng 05 năm 2026 của Hiệu trưởng Trường Đại học Kinh tế - Kỹ thuật Công nghiệp)

Hà Nội – 2026

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 1
2. Sứ mạng, tầm nhìn phát triển, giá trị cốt lõi và triết lý giáo dục của Nhà trường 2
2.1. Sứ mạng 2
2.2. Tầm nhìn phát triển 2
2.3. Giá trị cốt lõi 2
2.4. Triết lý giáo dục 2
3. Mục tiêu của chương trình đào tạo 2
3.1. Mục tiêu chung 2
3.2. Mục tiêu cụ thể: 2
4. Chuẩn đầu ra chương trình đào tạo 3
4.1. Chuẩn đầu ra của chương trình đào tạo 3
4.2. Trình độ tin học, ngoại ngữ 4
4.3. Vị trí làm việc của người học sau khi tốt nghiệp 4
4.4. Khả năng học tập, nâng cao trình độ sau khi ra trường 5
4.5. Các chương trình, tài liệu, chuẩn đã tham khảo 6
5. Ma trận tương thích giữa chuẩn đầu ra và mục tiêu của chương trình đào tạo 6
6. Ma trận đối sánh chuẩn đầu ra với Khung trình độ quốc gia Việt Nam 7
7. Tuyển sinh và điều kiện tốt nghiệp 9
7.1 Thông tin tuyển sinh 9
8. Chiến lược giảng dạy và học tập 10
9. Phương pháp kiểm tra, đánh giá 13
9.1. Các hình thức đánh giá 13
9.3. Ma trận quan hệ giữa phương pháp đánh giá và chuẩn đầu ra (PLOs) 17
10. Cấu trúc chương trình đào tạo 18
10.1. Cấu trúc chương trình đào tạo áp dụng cho K18 18
10.1.2. Nội dung chương trình đào tạo 18
10.1.3. Kế hoạch giảng dạy dự kiến 23

10.2. Cấu trúc chương trình đào tạo áp dụng cho K19 27
10.2.2. Nội dung chương trình đào tạo 27
10.2.3. Kế hoạch giảng dạy dự kiến 32
10.3. Cấu trúc chương trình đào tạo áp dụng cho K20 36
10.3.2. Nội dung chương trình đào tạo 36
10.3.3. Kế hoạch giảng dạy dự kiến 41
11. Ma trận thể hiện sự đóng góp của các học phần vào việc đạt chuẩn đầu ra của chương trình đào tạo (PLOs) 45
12. Sơ đồ cấu trúc chương trình đào tạo 55
13. Mô tả tóm tắt học phần 56
14. Hướng dẫn thực hiện 83
14.1. Nguyên tắc chung 83
15. Đánh giá và cập nhật, cải tiến chương trình đào tạo 84

UNETI
TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ - KỸ THUẬT CÔNG NGHIỆP

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

CỘNG HOÀ XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM
Độc lập - Tự do - Hạnh phúc

BẢN MÔ TẢ CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO

(Ban hành kèm theo Quyết định số 547/QĐ-ĐHKTKTCN, ngày 30 tháng 05 năm 2026 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 Cử nhân ngành Marketing

Căn cứ Thông tư 17/2021/TT-BGDĐT, ban hành ngày 22 tháng 06 năm 2021 của Bộ GD&ĐT về "Quy định về chuẩn CTĐT, xây dựng, thẩm định và ban hành CTĐT các trình độ giáo dục đại học". Trường Đại học Kinh tế - Kỹ thuật Công nghiệp đã ban hành các văn bản về việc rà soát, đánh giá, điều chỉnh chuẩn đầu ra và chương trình đào tạo các trình độ giáo dục đại học để các Khoa làm cơ sở trong việc xây dựng, điều chỉnh chương trình đào tạo, đáp ứng các quy định của Bộ Giáo dục và Đào tạo và phù hợp với mục tiêu, chiến lược đào tạo của Trường.

1.2. Thông tin chung về chương trình đào tạo

1. Tên chương trình đào tạo (tiếng Việt):	Marketing
2. Tên chương trình đào tạo (tiếng Anh):	Marketing
3. Trình độ đào tạo:	Đại học
4. Ngành đào tạo:	Marketing
5. Mã ngành:	7340115
6. Thời gian đào tạo	4 năm
7. Loại hình đào tạo:	Chính quy
8. Ngôn ngữ giảng dạy:	Tiếng Việt
9. Tên văn bằng tốt nghiệp	Cử nhân
10. Đơn vị cấp bằng:	Trường Đại học Kinh tế - Kỹ thuật Công nghiệp
11. Website	uneti.edu.vn
12. Khoa Quản lý CTĐT	Quản trị và Marketing
13. Ngày tháng ban hành/cập nhật:	

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

2.1. 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.

2.2. 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.

2.3. 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.

2.4. Triết lý giáo dục

"Học tập để kiến tạo tương lai"

3. Mục tiêu của chương trình đào tạo

3.1. Mục tiêu chung

Chương trình đào tạo ngành Marketing của Trường Đại học Kinh tế - Kỹ thuật Công nghiệp được thiết kế theo định hướng ứng dụng, nhằm trang bị cho người học kiến thức, kỹ năng nền tảng vững chắc về Marketing, truyền thông Marketing; cùng năng lực nghiên cứu ứng dụng, đổi mới sáng tạo và thực hành nghề nghiệp. Sinh viên tốt nghiệp sẽ làm chủ khả năng giải quyết hiệu quả các nhiệm vụ lập kế hoạch Marketing, truyền thông Marketing và triển khai các chiến lược Marketing trong bối cảnh kinh doanh hiện đại bằng cách vận dụng tích hợp tư duy STEM, năng lực số và nền tảng về Trí tuệ nhân tạo, sẵn sàng thích ứng và làm việc trong môi trường số.

3.2. Mục tiêu cụ thể:

Sinh viên tốt nghiệp có kiến thức, kỹ năng và năng lực

PO1: *Áp dụng* được kiến thức cơ bản về khoa học tự nhiên, khoa học xã hội, chính trị và pháp luật để giải quyết các vấn đề thuộc lĩnh vực kinh doanh và Marketing trong bối cảnh môi trường kinh doanh số.

PO2: *Áp dụng* được các kiến thức ngành, chuyên ngành Marketing, truyền thông Marketing để vận hành các hoạt động Marketing, đồng thời có năng lực quản lý tại doanh nghiệp.

PO3: *Thể hiện* được kỹ năng giao tiếp, đàm phán kinh doanh, khả năng sáng tạo trong môi trường kinh doanh biến động.

PO4: *Chứng minh* được khả năng ứng dụng năng lực số để lập kế hoạch và triển khai hiệu quả các hoạt động Marketing trong môi trường số hoá.

PO5: *Thể hiện* được khả năng làm việc độc lập, hoặc hợp tác nhóm, có năng lực quản lý công việc, tự học suốt đời và tuân thủ chuẩn mực đạo đức nghề nghiệp trong quá trình giải quyết các vấn đề chuyên môn.

4. Chuẩn đầu ra chương trình đào tạo

4.1. Chuẩn đầu ra của chương trình đào tạo

Sinh viên tốt nghiệp ngành Marketing có khả năng:

4.1.1. Chuẩn đầu ra kiến thức

- PLO1: Áp dụng được kiến thức cơ bản về khoa học xã hội, khoa học chính trị và pháp luật, khoa học tự nhiên để giải quyết các vấn đề của ngành trong bối cảnh của doanh nghiệp, đơn vị.

- PLO2: Áp dụng được kiến thức kinh tế và các chức năng quản trị để phối hợp với Marketing trong nhận diện và giải quyết vấn đề kinh doanh của doanh nghiệp phù hợp bối cảnh môi trường biến động.

- PLO3: Phân tích được môi trường kinh doanh để triển khai các chiến lược Marketing tại doanh nghiệp.

Định hướng đào tạo: Marketing (modul 1)

- PLO4.01: Tổng hợp được kiến thức chuyên ngành Marketing nhằm nâng cao năng lực quản trị điều hành và thực thi các hoạt động Marketing của doanh nghiệp.

Định hướng đào tạo: Truyền thông Marketing (modul 2)

- PLO4.02: Tổng hợp được kiến thức chuyên ngành truyền thông Marketing nhằm nâng cao năng lực thực hiện các hoạt động truyền thông Marketing của doanh nghiệp.

4.1.2. Chuẩn đầu ra kỹ năng

- PLO5: Vận dụng linh hoạt năng lực giao tiếp, phản biện và tinh thần khởi nghiệp để dẫn dắt nhóm Marketing thực hiện đánh giá công việc và giải quyết hiệu quả các bài toán kinh doanh phức tạp trong bối cảnh môi trường kinh doanh luôn biến động.

- PLO6: Vận dụng tư duy STEM và năng lực số để xây dựng và triển khai các chiến lược Marketing trong môi trường kinh doanh số.

- PLO7: Sử dụng ngoại ngữ Bậc 3/6 để giao tiếp cơ bản, phục vụ công việc và tương tác trong môi trường nghề nghiệp.

- PLO8: Ứng dụng công nghệ thông tin, những thành tựu mới về khoa học công nghệ trong hoạt động Marketing nhằm nâng cao hiệu quả triển khai chiến lược tại doanh nghiệp.

- PLO9: Thực hiện được kỹ năng phân tích và giải quyết các tình huống Marketing một cách linh hoạt phù hợp với điều kiện môi trường luôn biến động.

Định hướng đào tạo: Marketing (modul 1)

- PLO10.01: Kết hợp các kiến thức chuyên sâu về Marketing để phân tích và giải quyết các vấn đề Marketing trong hoạch định, triển khai và điều chỉnh các chính sách Marketing của doanh nghiệp.

Định hướng đào tạo: Truyền thông Marketing (modul 2)

- PLO10.02: Kết hợp các kiến thức chuyên sâu về truyền thông Marketing để lập kế hoạch và tổ chức triển khai các hoạt động truyền thông Marketing trong doanh nghiệp.

4.1.3. Mức tự chủ và trách nhiệm

- PLO11: Thể hiện khả năng làm việc độc lập hoặc theo nhóm trong điều kiện công việc Marketing thay đổi; đồng thời bảo vệ quan điểm về các chính sách Marketing một cách khoa học trong các tình huống thực tiễn.

- PLO12: Thích ứng với những yêu cầu về trách nhiệm, đạo đức nghề nghiệp trong hoạt động kinh doanh và quy định của doanh nghiệp.

4.2. 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 (4/6 đối với trình độ thạc sĩ) theo khung năng lực ngoại ngữ 6 bậc dùng cho Việt Nam *(theo thông tư Số: 33/2026/TT-BGDT)* và các quy định hiện hành của Trường Đại học Kinh tế - Kỹ thuật Công nghiệp.

4.3. 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 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 thuộc lĩnh vực Marekting.

- Nhóm nghiên cứu và giảng dạy trong các cơ sở giáo dục đại học, 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 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 như:

+ 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,...

- Nhóm doanh nhân khởi nghiệp sáng tạo, tạo lập điều hành hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp.

- Tùy thuộc năng lực của mỗi cá nhân sau khi tốt nghiệp mà cử nhân ngành Marketing sẽ đảm nhận những vị trí công việc nào tại các tổ chức, doanh nghiệp. Con đường phát triển nghề nghiệp được định hướng như sau:

o **Trong thời gian từ 0-4 năm** đầu tiên sau khi tốt nghiệp, cử nhân Marketing có thể làm tại một vị trí công việc hoặc nhiều vị trí trong công ty, doanh nghiệp với nhiều lĩnh vực kinh doanh khác nhau. Cụ thể là:

• *Nhân viên nghiên cứu thị trường*

• *Nhân viên kinh doanh*

• *Nhân viên/quản trị viên tác nghiệp ở các bộ phận chức năng: Marketing, sản phẩm, bán hàng, dự, cung ứng vật tư*

• *Trợ lý trưởng bộ phận kinh doanh*

• *Trợ lý dự án*

• *Chuyên viên phân tích và tư vấn kinh doanh*

• *Chủ doanh nghiệp tư nhân, các cơ sở kinh doanh nhỏ*

o **Trong thời gian từ 5-10 năm,** cử nhân Marketing có thể phát triển đến các vị trí như:

• *Trưởng một đơn vị trực thuộc như trưởng nhóm, trưởng chi nhánh, đại diện khu vực*

• *Giám đốc điều hành vùng/khu vực*

• *Chủ doanh nghiệp vừa và nhỏ*

o **Sau 10 năm,** với các kiến thức, kỹ năng và kinh nghiệm tích lũy được từ hoạt động quản trị điều hành nhiều chức năng khác nhau và quản lý điều hành tổng quát các đơn vị cấp nhỏ lẻ, đỉnh cao nghề nghiệp của một cử nhân Marketing là:

• *Nhà phân tích thị trường*

• *Chủ một doanh nghiệp*

• *Giám đốc kinh doanh*

• *Tổng giám đốc tổng công ty/tập đoàn*

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

Sau khi tốt nghiệp, người học có đủ kiến thức, năng lực chuyên môn và kỹ năng nghề nghiệp để có thể:

- 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.

4.5. 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;

Thông tư số 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;

Chương trình đào tạo cử nhân Marketing trường Đại học Gia Định

Chương trình đào tạo cử nhân Marketing trường Đại học Kinh tế - Đại học Đà Nẵng

Chương trình đào tạo cử nhân Marketing trường Đại học University of Kent (UK)

5. Ma trận tương thích giữa chuẩn đầu ra và mục tiêu của chương trình đào tạo

Mối liên hệ giữa mục tiêu và chuẩn đầu ra của CTĐT ở bảng bên dưới cho thấy rằng sinh viên có thể đạt được mục tiêu của CTĐT nếu đáp ứng được các chuẩn đầu ra của CTĐT.

Bảng 1. Mối liên hệ giữa mục tiêu và chuẩn đầu ra của chương trình đào tạo

Mục tiêu của CTĐT		**Chuẩn đầu ra của CTĐT**												
		PLO1	**PLO2**	**PLO3**	**PLO4a**	**PLO4b**	**PLO5**	**PLO6**	**PLO7**	**PLO8**	**PLO9**	**PLO10a**	**PLO10b**	**PLO11**	**PLO12**
Mục tiêu chung: Chương trình đào tạo ngành Marketing của Trường Đại học Kinh tế - Kỹ thuật Công nghiệp được thiết kế theo định hướng ứng dụng, nhằm trang bị cho người học kiến thức, kỹ năng nền tảng vững chắc về Marketing, truyền thông Marketing; cùng năng lực nghiên cứu ứng dụng, đổi mới sáng tạo và thực hành nghề nghiệp. Sinh viên tốt nghiệp sẽ làm chủ khả năng giải quyết hiệu quả các nhiệm vụ lập kế hoạch Marketing, truyền thông Marketing và triển khai các chiến lược Marketing trong bối cảnh kinh doanh hiện đại bằng cách vận dụng tích hợp tư duy STEM, năng lực số và nền tảng về Trí tuệ nhân tạo, sẵn sàng thích ứng và làm việc trong môi trường số.														
Mục tiêu cụ thể														
PO1	Áp dụng được kiến thức cơ bản về khoa học tự nhiên, khoa học xã hội, chính trị và pháp luật để giải quyết các vấn đề thuộc lĩnh vực kinh doanh và Marketing trong bối cảnh môi trường kinh doanh số.	X												

Mục tiêu của CTĐT		Chuẩn đầu ra của CTĐT												
		PLO1	**PLO2**	**PLO3**	**PLO4a**	**PLO4b**	**PLO5**	**PLO6**	**PLO7**	**PLO8**	**PLO9**	**PLO10a**	**PLO10b**	**PLO11**	**PLO12**
PO2	Áp dụng được các kiến thức ngành, chuyên ngành Marketing, truyền thông Marketing để vận hành các hoạt động Marketing, đồng thời có năng lực quản lý tại doanh nghiệp.		X	X	X	X									
PO3	Thể hiện được kỹ năng giao tiếp, đàm phán kinh doanh, khả năng sáng tạo trong môi trường kinh doanh biến động.						X	X	X						
PO4	Chứng minh được khả năng ứng dụng năng lực số để lập kế hoạch và triển khai hiệu quả các hoạt động Marketing trong môi trường số hoá.									X	X	X	X		
PO5	Thể hiện được khả năng làm việc độc lập, hoặc hợp tác nhóm, có năng lực quản lý công việc, tự học suốt đời và tuân thủ chuẩn mực đạo đức nghề nghiệp trong quá trình giải quyết các vấn đề chuyên môn.													X	X

6. Ma trận đối sánh chuẩn đầu ra với Khung trình độ quốc gia Việt Nam

Bảng 2 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.
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.	

Bảng 3 Đối sánh giữa Chuẩn đầu ra của CTĐT với khung trình độ quốc gia Việt Nam

CĐR theo Khung TĐQG / Chuẩn đầu ra	Kiến thức					Kỹ năng						Mức tự chủ và trách nhiệm			
	KT1	KT2	KT3	KT4	KT5	KN1	KN2	KN3	KN4	KN5	KN6	TCTN1	TCTN2	TCTN3	TCTN4
PLO1		x													
PLO2					x										
PLO3				x											
PLO4.01	x														

PLO4.02	x														
PLO5							x	x							
PLO6										x					
PLO7											x				
PLO8			x												
PLO9						x									
PLO10.01									x						x
PLO10.02									x						x
PLO11												x		x	
PLO12													x		

7. Tuyển sinh và điều kiện tốt nghiệp

7.1 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/category/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 2025, Trường Đại học Kinh tế - Kỹ thuật Công nghiệp có 05 phương thức tuyển sinh, cụ thể như sau:

(1). Phương thức 1: Xét tuyển thẳng

(2). Phương thức 2: Xét tuyển kết quả kỳ thi tốt nghiệp THPT năm 2025

(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 Đại học Bách khoa Hà Nội tổ chức.

(5). Phương thức 5: Xét tuyển theo kết quả kỳ thi đánh giá năng lực do ĐH Quốc gia Hà Nội tổ chức.

7.2. 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 832/QĐ-ĐHKTKTCN ngày 20 tháng 9 năm 2023 của Hiệu trưởng Trường Đại học Kinh tế - Kỹ thuật Công nghiệp.

Theo Điều 24, Quy chế đào tạo đại học chính quy của Trường Đại học Kinh tế - Kỹ thuật Công nghiệp (Ban hành kèm theo Quyết định số 832/QĐ-ĐHKTKTCN, ngày 20 tháng 9 năm 2023 của Hiệu trưởng trường Đại học Kinh tế - Kỹ thuật Công nghiệp. 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 tại Điều 2 của Quy chế này;

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 Trường với từng đối tượng và thời điểm;

đ) Có Chứng chỉ 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.

8. Chiến lược giảng dạy và học tập

Các chiến lược giảng dạy và học được thiết kế nhằm giúp người học đạt được các mục tiêu và chuẩn đầu ra của CTĐT, cụ thể như sau**:**

Bảng 4. Các chiến lược và phương pháp dạy – học

STT	Chiến lược dạy và học	Phương pháp dạy và học	Cách tổ chức hoạt động học	PLO
1	Dạy học hướng phát huy tính tích cực và sáng tạo của người học	Phương pháp thuyết trình vấn đề (Problem Solving)	- GV đặt vấn đề - GV phát biểu vấn đề - GV giải quyết vấn đề theo 2 logic phổ biến: quy nạp hoặc diễn dịch. - Kết luận và thảo luận (nhấn mạnh, tổng kết, liên hệ, đánh giá, kiểm tra...)	PLO1, PLO2, PLO3, PLO4.01, PLO4.02, PLO5
		Phương pháp giải quyết vấn đề (Problem based learning)	- Đặt vấn đề (GV tạo tình huống bài học) - Giải quyết vấn đề (GV định hướng để SV đề xuất giải pháp và thực hiện); - Kết luận và vận dụng	PLO1, PLO2, PLO3, PLO4.01, PLO4.02, PLO5, PLO9, PLO10.01, PLO10.02
		Phương pháp hoạt động	- Lựa chọn đề tài (là trọng tâm bài học)	PLO3, PLO4.01,

STT	Chiến lược dạy và học	Phương pháp dạy và học	Cách tổ chức hoạt động học	PLO
		nhóm (Group based learning)	- Chia nhóm (theo tổ hoặc theo danh sách hoặc theo thẻ bài) - Giao nhiệm vụ và giám sát nhóm làm việc - Trình bày và thảo luận	PLO4.02, PLO5, PLO9, PLO10.01, PLO10.02
		Phương pháp suy nghĩ - từng cặp - chia sẻ (Thinkpair-share)	- GV đưa ra thảo luận - SV cùng đọc tài liệu hoặc suy nghĩ về chủ đề, sau đó các SV ngồi bên cạnh nhau có thể trao đổi với nhau về ý kiến và kinh nghiệm của mỗi người một khoảng thời gian nhất định (khoảng vài phút), sau đó chia sẻ với cả lớp - GV phân tích và tổng kết các nội dung về chủ đề	PLO3, PLO4.01, PLO4.02, PLO5, PLO9, PLO10.01, PLO10.02
2	Dạy học hướng phát huy tính tự học, tự nghiên cứu	Thảo luận (Seminar)	- Chuẩn bị (GV nêu tên chủ đề, phân công nhiệm vụ) - SV nghiên cứu và viết bài thuyết trình - Thực hiện (Bố trí không gian, GV giới thiệu và phổ biến yêu cầu của seminar, SV thuyết trình, tổ chức thảo luận) - Kết luận và mở rộng.	PLO4.01, PLO4.02, PLO5, PLO9, PLO10.01, PLO10.02
		Tự học (Selfstudying)	- Xác định mục tiêu học tập, nội dung cần học - Lập kế hoạch tự học - Thực hiện theo kế hoạch - Tự thể hiện (tự trình bày lại những KT, KN đã học được) - Thảo luận trước nhóm - Tự đánh giá và tự điều chỉnh - Tổng hợp và vận dụng	PLO10.01, PLO10.02, PLO11

STT	Chiến lược dạy và học	Phương pháp dạy và học	Cách tổ chức hoạt động học	PLO
			- Làm bài tập về nhà	
3	Dạy học nâng cao năng lực kỹ năng thực hành, thực tập	Dạy học qua thực hành/thí nghiệm (Experiment)	- GV hướng dẫn về nội dung các bài thực hành - SV thực hiện lặp lại tương tự - SV quan sát kết quả và phân tích kết quả	PLO4.01, PLO4.02, PLO6, PLO7, PLO8, PLO9
		Dạy học qua tình huống (Case study)	- Đưa ra tình huống thực tế tại các doanh nghiệp/cơ sở thực tập - Nghiên cứu tình huống - Phân tích, xử lý tình huống - Báo cáo kết quả	PLO9, PLO10.01, PLO10.02,
		Dạy học thông qua dự án (Project-based learning)	- Thiết kế ý tưởng dự án (gồm các bước: xác định vấn đề thực tiễn, mục tiêu dự án, nguồn hỗ trợ SV thực hiện, thiết kế công cụ đánh giá sản phẩm dự án) - Tổ chức dạy học dự án (gồm các bước: xây dựng ý tưởng dự án, quyết định chủ đề; xây dựng kế hoạch thực hiện; thực hiện dự án; báo cáo dự án và đánh giá)	PLO6, PLO10.01, PLO10.02,
		Quan sát và trải nghiệm thực tế (Field trip)	- GV xác định mục tiêu, đối tượng, cách thức quan sát và trải nghiệm - SV thực hiện quan sát và trải nghiệm (tại cơ sở thực tập) - Phản hồi - Tổng kết và vận dụng	PLO5, PLO6, PLO8, PLO9, PLO10.01, PLO10.02, PLO11, PLO12

Bảng 5. Mối liên hệ giữa các chiến lược giảng dạy và học với các PLO

Chiến lược và phương pháp dạy học			Chuẩn đầu ra CTĐT (PLOs)												
	Chiến lược	**Phương pháp dạy học**	**PLO1**	**PLO2**	**PLO3**	**PLO4.01**	**PLO4.02**	**PLO5**	**PLO6**	**PLO7**	**PLO8**	**PLO9**	**PLO10.01**	**PLO10.02**	**PLO11**	**PLO12**
1	Dạy học hướng phát huy tính tích cực và sáng tạo của người học	Phương pháp thuyết trình vấn đề (Problem Solving)	x	x	x	x	x	x								
2		Phương pháp giải quyết vấn đề (Problem based learning)	x	x	x	x	x	x				x	x	x		
3		Phương pháp hoạt động nhóm (Group based learning)			x	x	x	x				x	x	x		
4		Phương pháp suy nghĩ - từng cặp - chia sẻ (Thinkpair-share			x	x	x	x				x	x	x		
5	Dạy học hướng phát huy tính tự học, tự nghiên cứu	Thảo luận (Seminar)				x	x	x				x	x	x		
6		Tự học (Selfstudying)											x	x	x	
7	Dạy học nâng cao năng lực kỹ năng thực hành, thực tập	Dạy học qua thực hành/thí nghiệm (Experiment)				x	x		x	x	x	x				
8		Dạy học qua tình huống (Case study)										x	x	x		
9		Dạy học thông qua dự án (Project-based learning)						x				x	x			
10		Quan sát và trải nghiệm thực tế (Field trip)						x	x		x	x	x	x	x	x

9. Phương pháp kiểm tra, đánh giá

9.1. 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 832/QĐ-ĐHKTKTCN, ngày 20 tháng 9 năm 2023 của Hiệu trưởng Trường Đại học Kinh tế - Kỹ thuật Công nghiệp về việc Ban hành Quy chế đào tạo đại học chính quy của Trường Đại học Kinh tế - Kỹ thuật Công nghiệp.

Khoa Quản trị và Marketing, Trường Đại học Kinh tế - Kỹ thuật Công nghiệp đã phát triển và áp dụng nhiều phương pháp đánh giá khác nhau. Các phương pháp đánh giá này được thiết kế để đảm bảo không chỉ đánh giá kiến thức chuyên môn của sinh viên mà còn tập trung vào đánh giá thái độ và kỹ năng thể hiện rõ ràng trong CLOs.

Tùy theo chuẩn đầu ra của học phần, giảng viên sẽ lựa chọn các phương pháp đánh giá phù hợp cho các điểm thành phần (điểm quá trình, điểm thi kết thúc học phần…). Sau khi

sinh viên hoàn thành đủ số giờ lên lớp theo quy định của trường cho từng học phần sẽ tham dự kỳ thi kết thúc học phần theo hình thức tự luận, trắc nghiệm hoặc vừa tự luận vừa trắc nghiệm, viết chuyên đề báo cáo (tiểu luận) môn học hoặc đồ án môn học.

Các phương pháp đánh giá được sử dụng:

Bảng 6. Các phương pháp đánh giá

TT	Phương pháp đánh giá	Mô tả phương pháp đánh giá
A	**Đánh giá quá trình (On going/Formative Assessment)**	Mục đích của đánh giá quá trình là nhằm cung cấp kịp thời các thông tin phản hồi của người dạy và người học về những tiến bộ cũng như những điểm cần khắc phục xuất hiện trong quá trình dạy học. Việc đánh giá chuyên cần được thực hiện theo Rubric 1, Rubric 2a, Rubric 2b
1	Đánh giá chuyên cần (Attendence Check)	*Mô tả phương pháp*: Ngoài thời gian tự học, sự tham gia thường xuyên của người học trong học phần cũng phản ánh thái độ học tập của người học; sự tham gia đầy đủ các giờ học theo quy định giúp người học tiếp cận kiến thức, rèn luyện kỹ năng một cách hệ thống, liên tục và hình thành thái độ tốt, đúng đắn, chấp hành nội quy, nền nếp tại cơ quan, doanh nghiệp sau khi người học tốt nghiệp. Việc đánh giá chuyên cần được thực hiện theo quy định. Việc đánh giá chuyên cần được thực hiện theo Rubric 1
2	Đánh giá bài tập (Work Assiment)	*Mô tả phương pháp*: người học được yêu cầu thực hiện một số nội dung liên quan đến bài học trong giờ học hoặc ngoài giờ học trên lớp. Các bài tập này có thể thực hiện bởi một cá nhân và một nhóm người học được đánh giá theo tiêu chí cụ thể tùy giảng viên quy định. Việc đánh giá chuyên cần được thực hiện theo Rubric 2a hoặc Rubric 2b (tuỳ từng trường hợp cụ thể)
3	Đánh giá thuyết trình (Oral Presentation)	*Mô tả phương pháp*: Trong một số học phần, người học được yêu cầu làm việc nhóm để giải quyết một vấn đề, tình huống hay nội dung liên quan đến bài học và trình bày kết quả của nhóm trước các nhóm khác. Hoạt động không những giúp người học đạt được kiến thức chuyên ngành mà còn phát triển các kỹ năng như: kỹ năng giao tiếp, thương lượng, làm việc nhóm. Việc đánh giá chuyên cần được thực hiện theo Rubric 3a hoặc Rubric 3b
B	**Đánh giá tổng kết (Summative Assessment)**	Mục đích của loại đánh giá này là đưa ra những kết luận, phân hạng về mức độ đạt được mục tiêu và chất lượng đầu ra, sự tiến bộ của người học tại thời điểm ấn định trong quá trình dạy học gồm đánh giá kết thúc học phần.

TT	Phương pháp đánh giá	Mô tả phương pháp đánh giá
4	Kiểm tra viết (Written Exam)	*Mô tả phương pháp:* Theo phương pháp đánh giá này, sinh viên được yêu cầu trả lời một số câu hỏi, bài tập hay ý kiến cá nhân về những vấn đề liên quan đến yêu cầu chuẩn đầu ra về kiến thức của học phần và được đánh giá dựa trên đáp án được thiết kế sẵn. Thang điểm đánh giá được sử dụng trong phương pháp đánh giá này là thang 10. Số lượng câu hỏi trong bài đánh giá được thiết kế tùy thuộc vào yêu cầu nội dung kiến thức của học phần.
5	Kiểm tra trắc nghiệm (Multiple choice exam)	*Mô tả phương pháp:* Phương pháp đánh giá này tương tự như phương pháp kiểm tra viết, sinh viên được yêu cầu trả lời các câu hỏi liên quan dựa trên đáp án được thiết kế sẵn. Điểm khác là trong phương pháp đánh giá này sinh viên trả lời các câu hỏi yêu cầu dựa trên các gợi ý trả lời cũng được thiết kế và in sẵn trong đề thi.
6	Bảo vệ và thi vấn đáp (Oral Exam)	*Mô tả phương pháp*: Trong phương pháp đánh giá này, sinh viên được được đánh gia thông qua phỏng vấn, hỏi đáp trực tiếp.
7	Báo cáo, bài tập lớn, tiểu luận, đồ án (Written Report)	*Mô tả phương pháp*: người học được đánh giá thông qua sản phẩm báo cáo của sinh viên, bao gồm cả nội dung trình bày trong báo cáo, cách thức trình bày thuyết minh, bản vẽ hình ảnh, biểu đồ… trong báo cáo. Các tiêu chí đánh giá cụ thể cho phương pháp đánh giá này được thể hiện trong Rubric 5a, Rubric 5b, Rubric 5c.
8	Đánh giá báo cáo thực tập (Internship Report)	*Mô tả phương pháp*: người học được đánh giá thông qua sản phẩm báo cáo của sinh viên, bao gồm cả nội dung trình bày trong báo cáo, cách thức trình bày thuyết minh, bản vẽ hình ảnh, biểu đồ… trong báo cáo. Các tiêu chí đánh giá cụ thể cho phương pháp đánh giá này được thể hiện trong Rubric 6a, Rubric 6b.
9	Đánh giá Khóa luận/ Đồ án tốt nghiệp (Graduation Thesis)	*Mô tả phương* pháp: Khóa luận/ Đồ án tốt nghiệp được đánh giá bởi giảng viên hướng dẫn, hội đồng đánh giá khóa luận/đồ án bằng cách sử dụng các phiếu đánh giá phù hợp với ngành đào tạo. Các tiêu chí đánh giá cụ thể cho phương pháp đánh giá này được thể hiện trong Rubric 7a, Rubric 7b, Rubric 7c.

9.2. 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.

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

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.

3). Điểm đánh giá bộ phận, điểm quá trình, điểm thi kết thúc học phần, điểm học phần được chấm theo thang điểm 10 (từ 0 đến 10), làm tròn đến một chữ số thập phân.

4). Điểm học phần được tính như sau:

a) Đối với học phần lý thuyết hoặc có cả lý thuyết, thực hành môn học, thí nghiệm, thảo luận: Điểm học phần được tính bằng 40% điểm quá trình cộng với 60% điểm thi kết thúc học phần;

b) Đối với học phần thực hành, thực tập: Điểm học phần là điểm trung bình của các điểm đánh giá bộ phận.

5). Điểm học phần được chuyển thành điểm chữ như sau:

a) Loại đạt:

A	(8,5 - 10)	Giỏi
B^+	(7,8 - 8,4)	Khá Giỏi
B	(7,0 - 7,7)	Khá
C^+	(6,3 - 6,9)	Trung bình Khá
C	(5,5 - 6,2)	Trung bình
D^+	(4,8 - 5,4)	Trung bình yếu
D	(4,0 - 4,7)	Yếu

b) Loại không đạt:

F^+	(3,0 - 3,9)	Kém
F	(0,0 - 2,9)	Rất Kém

9.3. Ma trận quan hệ giữa phương pháp đánh giá và chuẩn đầu ra (PLOs)

Bảng 7. Mối liên hệ giữa các PPKTĐG và học với các PLO

TT	Phương pháp đánh giá	Chuẩn đầu ra CTĐT (PLOs)												
		PLO1	PLO2	PLO3	PLO4.01	PLO4.02	PLO5	PLO6	PLO7	PLO8	PLO9	PLO10.01	PLO10.02	PLO11	PLO12
A	**Đánh giá quá trình**														
1	Đánh giá chuyên cần	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
2	Đánh giá bài tập (Work Assiment)	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
3	Đánh giá thuyết trình (Oral Presentation)		x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
B	**Đánh giá tổng kết**														
4	Kiểm tra viết, tự luận	x	x	x	x	x			x		x	x	x	x	x
5	Kiểm tra trắc nghiệm	x	x	x	x	x		x	x	x	x	x	x	x	x
6	Bảo vệ và thi vấn đáp			x	x	x	x		x		x	x	x	x	x
7	Báo cáo, bài tập lớn, tiểu luận, đồ án			x	x	x	x	x		x	x	x	x	x	x
8	Đánh giá báo cáo thực tập			x	x	x		x		x	x	x	x	x	x

TT	Phương pháp đánh giá	Chuẩn đầu ra CTĐT (PLOs)												
		PLO1	PLO2	PLO3	PLO4.01	PLO4.02	PLO5	PLO6	PLO7	PLO8	PLO9	PLO10.01	PLO10.02	PLO11	PLO12
9	Đánh giá Khóa luận/ Đồ án tốt nghiệp			x	x	x		x		x	x	x	x	x	x

10. Cấu trúc chương trình đào tạo

10.1. Cấu trúc chương trình đào tạo áp dụng cho K18

10.1.1. 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: 38 tín chỉ
- Kiến thức giáo dục chuyên nghiệp: 98 tín chỉ
  - *Phần lý thuyết* *58 tín chỉ*
  - *Phần thực hành, thực tập, đồ án* *31 tín chỉ*
  - *Khoá luận tốt nghiệp* *09 tín chỉ*

10.1.2. 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
1. Kiến thức giáo dục đại cương (38 tín chỉ) *(chưa bao gồm khối lượng kiến thức GDTC, GDQP)*			**38**		
	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 Mác-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
	1.2. Khoa học xã hội		**2**		
000585	1. Pháp luật đại cương	LLCT&PL	2	(26,8,60)	X

Mã học phần	Học phần	Khoa/Bộ môn thực hiện	Số tín chỉ	Khối lượng kiến thức (LT,TH/TL,Tự học)	Ghi chú
	1.3. Khoa học tự nhiên – Toán học – Tin học		**5**		
001102	1. Xác suất thống kê	KHUD	3	(36,18,90)	X
002378	2. Toán ứng dụng trong kinh tế	KHUD	3	(36,18,90)	X
002967	3. Nhập môn công nghệ số và ứng dụng AI	KHUD	1	(15,0,30)	
	1.4. 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
	1.5. Kiến thức bổ trợ		**3**		
002151	1. Kỹ năng nhận thức bản thân	LLCT&PL	1	(15, 0, 30)	X
002379	2. Kỹ năng nghề nghiệp - QTMK	QT&MAR	1	(15,0,30)	X
002129	3. Kỹ năng phỏng vấn xin việc	LLCT&PL	1	(15,0,30)	X
002969	4. Đổi mới sáng tạo và khởi nghiệp	P KHCN	1	(15,0,30)	
	1.6. Giáo dục thể chất		**4**		
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
	1.7. 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
2. Kiến thức Giáo dục chuyên nghiệp (98 tín chỉ)			**98**		

Mã học phần	Học phần	Khoa/Bộ môn thực hiện	Số tín chỉ	Khối lượng kiến thức (LT,TH/TL,Tự học)	Ghi chú
	2.1. Kiến thức cơ sở ngành		**24**		
	2.1.1. Kiến thức bắt buộc		***14***		
000564	1. Kinh tế vi mô	DLKS	2	(26,8,60)	X
000565	2. Kinh tế vĩ mô	DLKS	2	(26,8,60)	X
001201	3. Quản trị học	QT&MAR	3	(36, 18, 90)	X
000681	4. Lý thuyết hạch toán kế toán	KT	3	(36, 18, 90)	X
000568	5. Pháp luật kinh tế	DLKS	2	(26,8,60)	X
001269	6. Nguyên lý thống kê và thống kê kinh doanh	DLKS	2	(26,8,60)	X
	2.1.2. Kiến thức tự chọn (chọn 10 tín chỉ)		**10**		
003362	1. Văn hoá doanh nghiệp	QT&MAR	3	(36, 18, 90)	
000519	2. Văn hóa kinh doanh	TM	2	(26,8,60)	X
000566	3. Lịch sử các học thuyết kinh tế	TM	2	(26,8,60)	X
003363	4. Đạo đức kinh doanh	QT&MAR	3	(36, 18, 90)	
001715	5. Hệ thống thông tin quản lý	QT&MAR	3	(36, 18, 90)	
003364	6. Hệ thống thông tin hỗ trợ ra quyết định	QT&MAR	3	(36, 18, 90)	
001109	7. Tài chính - tiền tệ	TCNH&BH	3	(36, 18, 90)	X
000666	8. Tài chính doanh nghiệp	TCNH&BH	3	(36, 18, 90)	
001717	9. Kế toán doanh nghiệp	KT-KT	3	(39,12,90)	X
	2.2. Kiến thức cốt lõi ngành		**49**		
	2.2.1. Kiến thức bắt buộc		***25***		
001104	1. Marketing căn bản	QT&MAR	3	(36, 18, 90)	X
001107	2. Quản trị Marketing	QT&MAR	3	(36, 18, 90)	X
001610	3. Nghiên cứu Marketing	QT&MAR	3	(36, 18, 90)	X
002387	4. Quản trị sản phẩm	QT&MAR	2	(24, 12, 60)	X

Mã học phần	Học phần	Khoa/Bộ môn thực hiện	Số tín chỉ	Khối lượng kiến thức (LT,TH/TL,Tự học)	Ghi chú
002388	5. Quản trị giá	QT&MAR	2	(24, 12, 60)	X
002383	6. Quản trị truyền thông Marketing	QT&MAR	2	(24, 12, 60)	X
002381	7. Quản trị kênh phân phối	QT&MAR	2	(24, 12, 60)	X
002384	8. Digital Marketing	QT&MAR	3	(36, 18, 90)	X
001349	9. Tiểu luận 1: Nghiên cứu và dự báo thị trường	QT&MAR	2	(0, 60, 60)	X
002382	10. Thực hành Quản trị Marketing trong doanh nghiệp	QT&MAR	3	(0, 90, 90)	X
	2.2.2. Kiến thức tự chọn (chọn 18 tín chỉ)		***18***		
002101	1. Quản trị quan hệ khách hàng	QT&MAR	3	(36, 18, 90)	X
001289	2. Giao dịch và đàm phán kinh doanh	QT&MAR	3	(36, 18, 90)	
000497	3. Quản trị nhân lực	QT&MAR	3	(36,18,90)	X
001392	4. Quản trị bán hàng	QT&MAR	3	(36, 18, 90)	X
002719	5. Quản trị bán lẻ	QT&MAR	3	(36, 18, 90)	
002062	6. Quản trị đổi mới sáng tạo	QT&MAR	3	(36, 18, 90)	X
002568	7. Khởi sự kinh doanh	QT&MAR	3	(36, 18, 90)	
001481	8. Xây dựng và phát triển thương hiệu	QT&MAR	3	(36, 18, 90)	X
001612	9. Quản trị thương hiệu	QT&MAR	3	(36, 18, 90)	
001333	10. Marketing thương mại	QT&MAR	3	(36, 18, 90)	
002380	11. Hành vi khách hàng	QT&MAR	3	(36, 18, 90)	X
003366	12. Hành vi người tiêu dùng	QT&MAR	3	(36, 18, 90)	
	2.3 Kiến thức chuyên ngành: tự chọn theo định hướng ứng dụng *(chọn theo Module)*		**25**		
	2.3.1. Module 1: Marketing				
	2.3.1.1.Kiến thức bắt buộc		**8**		

Mã học phần	Học phần	Khoa/Bộ môn thực hiện	Số tín chỉ	Khối lượng kiến thức (LT,TH/TL,Tự học)	Ghi chú
001287	1. Marketing dịch vụ	QT&MAR	3	(36, 18, 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
	2.3.1.2.Kiến thức tự chọn (Chọn 1 học phần)		**3**		
001611	1. Marketing quốc tế	QT&MAR	3	(36, 18, 90)	X
002389	2. Marketing chiến lược	QT&MAR	3	(36, 18, 90)	
002392	**Thực tập cuối khóa**	QT&MAR	**5**	(0, 300, 0)	X
002393	**Khóa luận tốt nghiệp**	QT&MAR	**9**	(0, 540, 0)	X
003367	Chuyên đề 1: Marketing khách hàng tổ chức (Marketing B2B)	QT&MAR	3	(0, 90, 90)	X
003368	Chuyên đề 2: Marketing thương mại điện tử	QT&MAR	3	(0, 90, 90)	X
003369	Chuyên đề 3: Tổ chức sự kiện	QT&MAR	3	(0, 90, 90)	X
	2.3.2. Module 2: Truyền thông Marketing		**25**		
	2.3.1.1.Kiến thức bắt buộc		**8**		
002727	1. Quảng cáo và Khuyến mãi	QT&MAR	3	(36, 18, 90)	X
002728	2. Tiểu luận 2: Lập kế hoạch truyền thông Marketing	QT&MAR	2	(0, 60, 60)	X
002385	3. Thực hành Digital Marketing	QT&MAR	3	(0, 90, 90)	X
	2.3.1.2. Kiến thức tự chọn (Chọn 1 học phần)		**3**		
002729	1. Bán lẻ trực tuyến	QT&MAR	3	(36, 18, 90)	X
001608	2. Truyền thông Marketing tích hợp	QT&MAR	3	(36, 18, 90)	
002392	**Thực tập cuối khóa**	QT&MAR	**5**	(0, 300, 0)	X

Mã học phần	Học phần	Khoa/Bộ môn thực hiện	Số tín chỉ	Khối lượng kiến thức (LT,TH/TL,Tự học)	Ghi chú
002393	**Khóa luận tốt nghiệp**	QT&MAR	**9**	(0, 540, 0)	X
003370	Chuyên đề 1: Quản trị khủng hoảng truyền thông	QT&MAR	3	(0, 90, 90)	X
003371	Chuyên đề 2: Truyền thông mạng xã hội	QT&MAR	3	(0, 90, 90)	X
003372	Chuyên đề 3: Quan hệ công chúng	QT&MAR	3	(0, 90, 90)	X

10.1.3. Kế hoạch giảng dạy dự kiến

Toàn bộ chương trình được thực hiện trong 4 năm, chia thành 8 kỳ học. Kế hoạch giảng dạy dự kiến như sau:

Mã học phần	Học phần	Khoa/Bộ môn thực hiện	Số tín chỉ	Khối lượng kiến thức (LT,TH/TL,Tự học)	Ghi chú
	Học kỳ 1 (6 học phần BB)		**16**		
001535	Triết học Mac-Lênin	LLCT&PL	3	(33, 24, 90)	BB
000585	Pháp luật đại cương	LLCT&PL	2	(26, 8, 60)	BB
001102	Xác suất thống kê	KHUD	3	(36,18,90)	BB
000566	Lịch sử các học thuyết kinh tế	TM	2	(26,8,60)	BB
000718	Giáo dục thể chất 1	GDTC	1	(0,30,30)	BB
000564	Kinh tế vi mô	DLKS	2	(26, 8, 60)	BB
001201	Quản trị học	QT&MAR	3	(36, 18, 90)	BB
	Học kỳ 2 (7 học phần BB)		**19**		
001942	Tiếng Anh 1	NN	4	(48,24,120)	BB
002151	Kỹ năng nhận thức bản thân	LLCT&PL	1	(15, 0, 30)	BB
000565	Kinh tế vĩ mô	DLKS	2	(26, 8, 60)	BB
000519	Văn hóa kinh doanh	TM	2	(26,8,60)	BB
000681	Lý thuyết hạch toán kế toán	KT	3	(36, 18, 90)	BB
000568	Pháp luật kinh tế	DLKS	2	(26, 8, 60)	BB
001269	Nguyên lý thống kê và thống kê kinh doanh	DLKS	2	(26, 8, 60)	BB
001104	Marketing căn bản	QT&MAR	3	(36, 18, 90)	BB

Mã học phần	Học phần	Khoa/Bộ môn thực hiện	Số tín chỉ	Khối lượng kiến thức (LT,TH/TL,Tự học)	Ghi chú
	Học kỳ 3 (3 học phần BB + 3 TC)		**17**		
001536	Kinh tế chính trị Mác-Lênin	LLCT&PL	2	(21, 18, 60)	BB
002378	Toán ứng dụng trong kinh tế	KHƯD	2	(26, 8, 60)	BB
001943	Tiếng Anh 2	NN	4	(48,24,120)	BB
001109	Tài chính tiền tệ	TCNH&BH	3	(36, 18, 90)	TC
001717	Kế toán doanh nghiệp	KT-KT	3	(39,12,90)	TC
001392	Quản trị bán hàng	QT&MAR	3	(36, 18, 90)	TC
	Học kỳ 4 (9 học phần BB)		**19**		
001537	CNXH Khoa học	LLCT&PL	2	(21, 18, 60)	BB
001944	Tiếng Anh 3	NN	4	(48,24,120)	BB
000719	Giáo dục thể chất 2	GDTC	1	(0,30,30)	BB
000739	Giáo dục thể chất 3	GDTC	1	(0,30,30)	BB
002200	Giáo dục quốc phòng - HP1	GDTC	3	(37, 16, 0)	BB
002201	Giáo dục quốc phòng - HP2	GDTC	2	(22, 16, 0)	BB
002202	Giáo dục quốc phòng - HP3	GDTC	1	(7, 16, 0)	BB
002203	Giáo dục quốc phòng - HP4	GDTC	2	(4, 56, 0)	BB
001107	Quản trị Marketing	QT&MAR	3	(36, 18, 90)	BB
	Học kỳ 5 (6 học phần BB + 2 TC)		**23**		
001945	Tiếng Anh 4	NN	4	(48,24,120)	BB
002238	Kỹ năng nghề nghiệp - QTMK	QT&MAR	1	(15,0,30)	BB
000497	Quản trị nhân lực	QT&MAR	3	(36,18,90)	TC
001601	Nghiên cứu Marketing	QT&MAR	3	(36, 18, 90)	BB
003365	Tiểu luận 1: Nghiên cứu và dự báo thị trường	QT&MAR	3	(0, 90, 90)	BB
001373	Thực hành Quản trị bán hàng	QT&MAR	3	(0, 90, 90)	BB
001423	Quản trị quan hệ khách hàng	QT&MAR	3	(36, 18, 90)	TC
001333	Marketing thương mại	QT&MAR	3	(36, 18, 90)	BB
	Module 1: Marketing				
	Học kỳ 6 (6 học phần BB + 2 TC)		**21**		
002380	Hành vi khách hàng	QT&MAR	3	(36, 18, 90)	TC
000573	Tư tưởng Hồ Chí Minh	LLCT&PL	2	(21, 18, 60)	BB
002382	Thực hành Quản trị Marketing trong doanh nghiệp	QT&MAR	3	(0, 90, 90)	BB
002383	Quản trị truyền thông Marketing	QT&MAR	2	(26, 8, 60)	BB

Mã học phần	Học phần	Khoa/Bộ môn thực hiện	Số tín chỉ	Khối lượng kiến thức (LT,TH/TL,Tự học)	Ghi chú
002384	Digital Marketing	QT&MAR	3	(36, 18, 90)	BB
002387	Quản trị sản phẩm	QT&MAR	2	(26, 8, 60)	BB
001479	Thực hành quản trị quan hệ khách hàng	QT&MAR	3	(0, 90, 90)	BB
001611	Marketing quốc tế	QT&MAR	3	(36, 18, 90)	TC
	Học kỳ 7 (8 học phần BB + 1 TC)		**19**		
002381	Quản trị kênh phân phối	QT&MAR	2	(26, 8, 60)	BB
001538	Lịch sử Đảng cộng sản Việt Nam	LLCT&PL	2	(21, 18, 60)	BB
002129	Kỹ năng phỏng vấn xin việc	KHƯD	1	(15,0,30)	BB
000740	Giáo dục thể chất 4	GDTC	1	(0,30,30)	BB
002388	Quản trị giá	QT&MAR	2	(26, 8, 60)	BB
001481	Xây dựng và phát triển thương hiệu	QT&MAR	3	(36, 18, 90)	TC
002385	Thực hành Digital Marketing	QT&MAR	3	(0, 90, 90)	BB
002391	Tiểu luận 2: Thực hành lập kế hoạch Marketing	QT&MAR	2	(0, 60, 60)	BB
001287	Marketing dịch vụ	QT&MAR	3	(36, 18, 90)	BB
	Học kỳ 8 (1 học phần BB + KLTN hoặc học phần TTKLTN)		**14**		
002392	**Thực tập cuối khóa**	QT&MAR	**5**	(0, 300, 0)	BB
002393	**Khóa luận tốt nghiệp**	QT&MAR	**9**	(0, 540, 0)	KLTN
003367	Chuyên đề 1: Marketing khách hàng tổ chức (Marketing B2B)	QT&MAR	3	(0, 90, 90)	TTKL
003368	Chuyên đề 2: Marketing thương mại điện tử	QT&MAR	3	(0, 90, 90)	TTKL
003369	Chuyên đề 3: Tổ chức sự kiện	QT&MAR	3	(0, 90, 90)	TTKL
	Module 2: Truyền thông Marketing				
	Học kỳ 6 (6 học phần BB + 2 TC)		**21**		
002380	Hành vi khách hàng	QT&MAR	3	(36, 18, 90)	TC
000573	Tư tưởng Hồ Chí Minh	LLCT&PL	2	(21, 18, 60)	BB
002382	Thực hành Quản trị Marketing trong doanh nghiệp	QT&MAR	3	(0, 90, 90)	BB
002383	Quản trị truyền thông Marketing	QT&MAR	2	(26, 8, 60)	BB
002384	Digital Marketing	QT&MAR	3	(36, 18, 90)	BB
002387	Quản trị sản phẩm	QT&MAR	2	(26, 8, 60)	BB
001479	Thực hành quản trị quan hệ khách hàng	QT&MAR	3	(0, 90, 90)	BB
002729	Bán lẻ trực tuyến	QT&MAR	3	(36, 18, 90)	TC

Mã học phần	Học phần	Khoa/Bộ môn thực hiện	Số tín chỉ	Khối lượng kiến thức (LT,TH/TL,Tự học)	Ghi chú
	Học kỳ 7 (8 học phần BB + 1 TC)		**19**		
002381	Quản trị kênh phân phối	QT&MAR	2	(26, 8, 60)	BB
001538	Lịch sử Đảng cộng sản Việt Nam	LLCT&PL	2	(21, 18, 60)	BB
002129	Kỹ năng phỏng vấn xin việc	KHƯD	1	(15,0,30)	BB
000740	Giáo dục thể chất 4	GDTC	1	(0,30,30)	BB
002388	Quản trị giá	QT&MAR	2	(26, 8, 60)	BB
001481	Xây dựng và phát triển thương hiệu	QT&MAR	3	(36, 18, 90)	TC
002727	Quảng cáo và Khuyến mãi	QT&MAR	3	(36, 18, 90)	BB
002728	Tiểu luận 2: Lập kế hoạch truyền thông Marketing	QT&MAR	2	(0, 60, 60)	BB
002385	Thực hành Digital Marketing	QT&MAR	3	(0, 90, 90)	BB
	Học kỳ 8 (1 học phần BB + KLTN hoặc học phần TTKL)		**14**		
002392	**Thực tập cuối khóa**	QT&MAR	**5**	(0, 300, 0)	BB
002393	**Khóa luận tốt nghiệp**	QT&MAR	**9**	(0, 540, 0)	KLTN
003370	Chuyên đề 1: Quản trị khủng hoảng truyền thông	QT&MAR	3	(0, 90, 90)	TTKL
003371	Chuyên đề 2: Truyền thông mạng xã hội	QT&MAR	3	(0, 90, 90)	TTKL
003372	Chuyên đề 3: Quan hệ công chúng	QT&MAR	3	(0, 90, 90)	TTKL

10.2. Cấu trúc chương trình đào tạo áp dụng cho K19

10.2.1. 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: 37 tín chỉ
- Kiến thức giáo dục chuyên nghiệp: 99 tín chỉ
  - *Phần lý thuyết* *60 tín chỉ*
  - *Phần thực hành, thực tập, đồ án* *30 tín chỉ*
  - *Khoá luận tốt nghiệp* *09 tín chỉ*

10.2.2. 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**
1. Kiến thức giáo dục đại cương (37 tín chỉ) *(chưa bao gồm khối lượng kiến thức GDTC, GDQP)*			**37**		
	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 Mác-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
	1.2. Khoa học xã hội		**2**		
000585	1. Pháp luật đại cương	LLCT&PL	2	(26,8,60)	X
	1.3. Khoa học tự nhiên – Toán học – Tin học		**5**		
001102	1. Xác suất thống kê	KHƯD	3	(36,18,90)	X
003283	2. Toán ứng dụng trong kinh tế	KHƯD	2	(24, 12, 60)	X
002967	3. Nhập môn công nghệ số và ứng dụng AI	KHƯD	1	(15,0,30)	
	1.4. 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

Mã học phần	Học phần	Khoa/Bộ môn thực hiện	Số tín chỉ	Khối lượng kiến thức (LT,TH/TL,Tự học)	Ghi chú
001944	3. Tiếng Anh 3	NN	4	(48,24,120)	X
001945	4. Tiếng Anh 4	NN	4	(48,24,120)	X
	1.5. Kiến thức bổ trợ		**3**		
002151	1. Kỹ năng nhận thức bản thân	LLCT&PL	1	(15, 0, 30)	X
002379	2. Kỹ năng nghề nghiệp - QTMK	QT&MAR	1	(15,0,30)	X
002129	3. Kỹ năng phỏng vấn xin việc	LLCT&PL	1	(15,0,30)	X
002969	4. Đổi mới sáng tạo và khởi nghiệp	P KHCN	1	(15,0,30)	
	1.6. Giáo dục thể chất		**4**		
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
	1.7. 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
2. Kiến thức Giáo dục chuyên nghiệp (99 tín chỉ)			**99**		
	2.1. Kiến thức cơ sở ngành		**24**		
	2.1.1. Kiến thức bắt buộc		***14***		
000564	1. Kinh tế vi mô	DLKS	2	(26,8,60)	X
000565	2. Kinh tế vĩ mô	DLKS	2	(26,8,60)	X
001201	3. Quản trị học	QT&MAR	3	(36, 18, 90)	X
000681	4. Lý thuyết hạch toán kế toán	KT	3	(36, 18, 90)	X
000568	5. Pháp luật kinh tế	DLKS	2	(26,8,60)	X

Mã học phần	Học phần	Khoa/Bộ môn thực hiện	Số tín chỉ	Khối lượng kiến thức (LT,TH/TL,Tự học)	Ghi chú
001269	6. Nguyên lý thống kê và thống kê kinh doanh	DLKS	2	(26,8,60)	X
	2.1.2. Kiến thức tự chọn (chọn 9 tín chỉ)		**10**		
	Tự chọn 1 (Chọn 2 học phần)				
003362	1. Văn hoá doanh nghiệp	QT&MAR	3	(36, 18, 90)	
000519	Văn hóa kinh doanh	TM	2	(26,8,60)	X
000566	Lịch sử các học thuyết kinh tế	TM	2	(26,8,60)	X
003363	2. Đạo đức kinh doanh	QT&MAR	3	(36, 18, 90)	
	Tự chọn 2 (Chọn 1 học phần)				
001715	1. Hệ thống thông tin quản lý	QT&MAR	3	(36, 18, 90)	X
003364	2. Hệ thống thông tin hỗ trợ ra quyết định	QT&MAR	3	(36, 18, 90)	
	Tự chọn 3 (Chọn 1 học phần)				
001109	1. Tài chính tiền tệ	TCNH&BH	3	(36, 18, 90)	X
000666	2. Tài chính doanh nghiệp	TCNH&BH	3	(36, 18, 90)	
	2.2. Kiến thức cốt lõi ngành		**50**		
	2.2.1. Kiến thức bắt buộc		***29***		
001104	1. Marketing căn bản	QT&MAR	3	(36, 18, 90)	X
001107	2. Quản trị Marketing	QT&MAR	3	(36, 18, 90)	X
001333	3. Marketing thương mại	QT&MAR	3	(36, 18, 90)	X
001610	4. Nghiên cứu Marketing	QT&MAR	3	(36, 18, 90)	X
002387	5. Quản trị sản phẩm	QT&MAR	2	(24, 12, 60)	X
002388	6. Quản trị giá	QT&MAR	2	(24, 12, 60)	X
002925	7. Quản trị kênh phân phối	QT&MAR	3	(36, 18, 90)	X
002383	8. Quản trị truyền thông Marketing	QT&MAR	2	(24, 12, 60)	X
002384	9. Digital Marketing	QT&MAR	3	(36, 18, 90)	X

Mã học phần	Học phần	Khoa/Bộ môn thực hiện	Số tín chỉ	Khối lượng kiến thức (LT,TH/TL,Tự học)	Ghi chú
001349	10. Tiểu luận 1: Nghiên cứu và dự báo thị trường	QT&MAR	2	(0, 60, 60)	X
002382	11. Thực hành Quản trị Marketing trong doanh nghiệp	QT&MAR	3	(0, 90, 90)	X
	2.2.2. Kiến thức tự chọn (chọn 15 tín chỉ)		***15***		
	Tự chọn 1 (Chọn 1 học phần)				
002101	1. Quản trị quan hệ khách hàng	QT&MAR	3	(36, 18, 90)	X
001289	2. Giao dịch và đàm phán kinh doanh	QT&MAR	3	(36, 18, 90)	
	Tự chọn 2 (Chọn 1 học phần)				
001392	1. Quản trị bán hàng	QT&MAR	3	(36, 18, 90)	X
002719	2. Quản trị bán lẻ	QT&MAR	3	(36, 18, 90)	
	Tự chọn 3 (Chọn 1 học phần)				
002062	1. Quản trị đổi mới sáng tạo	QT&MAR	3	(36, 18, 90)	X
002568	2. Khởi sự kinh doanh	QT&MAR	3	(36, 18, 90)	
	Tự chọn 4 (Chọn 1 học phần)				
001481	1. Xây dựng và phát triển thương hiệu	QT&MAR	3	(36, 18, 90)	X
001612	2. Quản trị thương hiệu	QT&MAR	3	(36, 18, 90)	
	Tự chọn 5 (Chọn 1 học phần)				
002380	1. Hành vi khách hàng	QT&MAR	3	(36, 18, 90)	X
003366	2. Hành vi người tiêu dùng	QT&MAR	3	(36, 18, 90)	
	2.2.3. Kiến thức bổ trợ		*6*		
001479	1. Thực hành quản trị quan hệ khách hàng	QT&MAR	3	(0, 90, 90)	X
001373	2. Thực hành Quản trị bán hàng	QT&MAR	3	(0, 90, 90)	X
	2.3 Kiến thức chuyên ngành: tự chọn theo định hướng ứng dụng *(chọn theo Module)*		***25***		
	2.3.1. Module 1: Marketing				

Mã học phần	Học phần	Khoa/Bộ môn thực hiện	Số tín chỉ	Khối lượng kiến thức (LT,TH/TL,Tự học)	Ghi chú
	2.3.1.1.Kiến thức bắt buộc		***8***		
001287	1. Marketing dịch vụ	QT&MAR	3	(36, 18, 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
	2.3.1.2.Kiến thức tự chọn (Chọn 1 học phần)		***3***		
001611	1. Marketing quốc tế	QT&MAR	3	(36, 18, 90)	X
002389	2. Marketing chiến lược	QT&MAR	3	(36, 18, 90)	
002392	**Thực tập cuối khóa**	QT&MAR	**5**	(0, 300, 0)	X
002393	**Khóa luận tốt nghiệp**	QT&MAR	**9**	(0, 540, 0)	X
003367	Chuyên đề 1: Marketing khách hàng tổ chức (Marketing B2B)	QT&MAR	3	(0, 90, 90)	X
003368	Chuyên đề 2: Marketing thương mại điện tử	QT&MAR	3	(0, 90, 90)	X
003369	Chuyên đề 3: Tổ chức sự kiện	QT&MAR	3	(0, 90, 90)	X
	2.3.2. Module 2: Truyền thông Marketing		**25**		
	2.3.1.1.Kiến thức bắt buộc		**8**		
002727	1. Quảng cáo và Khuyến mãi	QT&MAR	3	(36, 18, 90)	X
002728	2. Tiểu luận 2: Lập kế hoạch truyền thông Marketing	QT&MAR	2	(0, 60, 60)	X
002385	3. Thực hành Digital Marketing	QT&MAR	3	(0, 90, 90)	X
	2.3.1.2. Kiến thức tự chọn (Chọn 1 học phần)		***3***		
002729	1. Bán lẻ trực tuyến	QT&MAR	3	(36, 18, 90)	X
001608	2. Truyền thông Marketing tích hợp	QT&MAR	3	(36, 18, 90)	
002392	**Thực tập cuối khóa**	QT&MAR	5	(0, 300, 0)	X
002393	**Khóa luận tốt nghiệp**	QT&MAR	9	(0, 540, 0)	X

Mã học phần	Học phần	Khoa/Bộ môn thực hiện	Số tín chỉ	Khối lượng kiến thức (LT,TH/TL,Tự học)	Ghi chú
003370	Chuyên đề 1: Quản trị khủng hoảng truyền thông	QT&MAR	3	(0, 90, 90)	X
003371	Chuyên đề 2: Truyền thông mạng xã hội	QT&MAR	3	(0, 90, 90)	X
003372	Chuyên đề 3: Quan hệ công chúng	QT&MAR	3	(0, 90, 90)	X

10.2.3. Kế hoạch giảng dạy dự kiến

Toàn bộ chương trình được thực hiện trong 4 năm, chia thành 8 kỳ học. Kế hoạch giảng dạy dự kiến như sau:

Mã học phần	Học phần	Khoa/Bộ môn thực hiện	Số tín chỉ	Khối lượng kiến thức (LT,TH/TL,Tự học)	Ghi chú
	Học kỳ 1 (6 học phần BB + 1 TC)		**16**		
001535	Triết học Mac-Lênin	LLCT&PL	3	(33, 24, 90)	BB
000585	Pháp luật đại cương	LLCT&PL	2	(26, 8, 60)	BB
001102	Xác suất thống kê	KHƯD	2	(26, 8, 60)	BB
000564	Kinh tế vi mô	DLKS	2	(26, 8, 60)	BB
001201	Quản trị học	QT&MAR	3	(36, 18, 90)	BB
000718	Giáo dục thể chất 1	GDTC	1	(0,30,30)	BB
000566	Lịch sử các học thuyết kinh tế	TM	2	(26,8,60)	TC
	Học kỳ 2 (7 học phần BB + 1 TC)		**20**		
000568	Pháp luật kinh tế	DLKS	2	(26, 8, 60)	BB
001942	Tiếng Anh 1	NN	4	(48,24,120)	BB
002151	Kỹ năng nhận thức bản thân	LLCT&PL	1	(15, 0, 30)	BB
001269	Nguyên lý thống kê và thống kê kinh doanh	DLKS	2	(26, 8, 60)	BB
000565	Kinh tế vĩ mô	DLKS	2	(26, 8, 60)	BB
000681	Lý thuyết hạch toán kế toán	KT	3	(36, 18, 90)	BB
001104	Marketing căn bản	QT&MAR	3	(36, 18, 90)	BB
000519	Văn hóa kinh doanh	TM	2	(26,8,60)	TC
	Học kỳ 3 (6 học phần BB + 2 TC)		**20**		

Mã học phần	Học phần	Khoa/Bộ môn thực hiện	Số tín chỉ	Khối lượng kiến thức (LT,TH/TL,Tự học)	Ghi chú
001536	Kinh tế chính trị Mác-Lênin	LLCT&PL	2	(21, 18, 60)	BB
001537	CNXH Khoa học	LLCT&PL	2	(21, 18, 60)	BB
003283	Toán ứng dụng trong kinh tế	KHƯD	2	(26, 8, 60)	BB
001943	Tiếng Anh 2	NN	4	(48,24,120)	BB
000480	Hệ thống thông tin quản lý	QT&MAR	3	(36, 18, 90)	TC
001107	Quản trị Marketing	QT&MAR	3	(36, 18, 90)	BB
001392	Quản trị bán hàng	QT&MAR	3	(36, 18, 90)	TC
001109	Tài chính tiền tệ	TCNH&BH	3	(36, 18, 90)	TC
	Học kỳ 4 (9 học phần BB + 1 TC)		**21**		
001601	Nghiên cứu Marketing	QT&MAR	3	(36, 18, 90)	BB
001944	Tiếng Anh 3	NN	4	(48,24,120)	BB
002238	Kỹ năng nghề nghiệp - QTMK	QT&MAR	1	(15,0,30)	BB
000719	Giáo dục thể chất 2	GDTC	1	(0,30,30)	BB
000739	Giáo dục thể chất 3	GDTC	1	(0,30,30)	BB
002200	Giáo dục quốc phòng - HP1	GDTC	3	(37, 16, 0)	BB
002201	Giáo dục quốc phòng - HP2	GDTC	2	(22, 16, 0)	BB
002202	Giáo dục quốc phòng - HP3	GDTC	1	(7, 16, 0)	BB
002203	Giáo dục quốc phòng - HP4	GDTC	2	(4, 56, 0)	BB
001423	Quản trị quan hệ khách hàng	QT&MAR	3	(36, 18, 90)	TC
	Học kỳ 5 (7 học phần BB + 1 TC)		**20**		
000573	Tư tưởng Hồ Chí Minh	LLCT&PL	2	(21, 18, 60)	BB
001945	Tiếng Anh 4	NN	4	(48,24,120)	BB
001333	Marketing thương mại	QT&MAR	3	(36, 18, 90)	BB
003365	Tiểu luận 1: Nghiên cứu và dự báo thị trường	QT&MAR	3	(0, 90, 90)	BB
001373	Thực hành Quản trị bán hàng	QT&MAR	3	(0, 90, 90)	BB
000740	Giáo dục thể chất 4	GDTC	1	(0,30,30)	BB
002380	Hành vi khách hàng	QT&MAR	3	(36, 18, 90)	TC
	Module 1: Marketing				
	Học kỳ 6 (7 học phần BB + 1 TC)		**20**		
002387	Quản trị sản phẩm	QT&MAR	2	(26, 8, 60)	BB
002388	Quản trị giá	QT&MAR	2	(26, 8, 60)	BB
002381	Quản trị kênh phân phối	QT&MAR	2	(26, 8, 60)	BB

Mã học phần	Học phần	Khoa/Bộ môn thực hiện	Số tín chỉ	Khối lượng kiến thức (LT,TH/TL,Tự học)	Ghi chú
002383	Quản trị truyền thông Marketing	QT&MAR	2	(26, 8, 60)	BB
002384	Digital Marketing	QT&MAR	3	(36, 18, 90)	BB
001479	Thực hành quản trị quan hệ khách hàng	QT&MAR	3	(0, 90, 90)	BB
001287	Marketing dịch vụ	QT&MAR	3	(36, 18, 90)	BB
001481	Xây dựng và phát triển thương hiệu	QT&MAR	3	(36, 18, 90)	TC
	Học kỳ 7 (5 học phần BB + 2 TC)		**17**		
001538	Lịch sử Đảng cộng sản Việt Nam	LLCT&PL	2	(21, 18, 60)	BB
002129	Kỹ năng phỏng vấn xin việc	KHƯD	1	(15,0,30)	BB
002391	Tiểu luận 2: Thực hành lập kế hoạch Marketing	QT&MAR	2	(0, 60, 60)	BB
002382	Thực hành Quản trị Marketing trong doanh nghiệp	QT&MAR	3	(0, 90, 90)	BB
002385	Thực hành Digital Marketing	QT&MAR	3	(0, 90, 90)	BB
001611	Marketing quốc tế	QT&MAR	3	(36, 18, 90)	TC
002062	Quản trị đổi mới sáng tạo	QT&MAR	3	(36, 18, 90)	TC
	Học kỳ 8 (1 học phần BB + KLTN hoặc học phần TTKLTN)		**14**		
002392	**Thực tập cuối khóa**	QT&MAR	**5**	(0, 300, 0)	BB
002393	**Khóa luận tốt nghiệp**	QT&MAR	**9**	(0, 540, 0)	KLTN
003367	Chuyên đề 1: Marketing khách hàng tổ chức (Marketing B2B)	QT&MAR	3	(0, 90, 90)	TTKL
003368	Chuyên đề 2: Marketing thương mại điện tử	QT&MAR	3	(0, 90, 90)	TTKL
003369	Chuyên đề 3: Tổ chức sự kiện	QT&MAR	3	(0, 90, 90)	TTKL
	Module 2: Truyền thông Marketing				
	Học kỳ 6 (7 học phần BB + 1 TC)		**20**		
002387	Quản trị sản phẩm	QT&MAR	2	(26, 8, 60)	BB
002388	Quản trị giá	QT&MAR	2	(26, 8, 60)	BB
002381	Quản trị kênh phân phối	QT&MAR	2	(26, 8, 60)	BB
002383	Quản trị truyền thông Marketing	QT&MAR	2	(26, 8, 60)	BB
002384	Digital Marketing	QT&MAR	3	(36, 18, 90)	BB
001479	Thực hành quản trị quan hệ khách hàng	QT&MAR	3	(0, 90, 90)	BB
002727	Quảng cáo và Khuyến mãi	QT&MAR	3	(36, 18, 90)	BB

Mã học phần	Học phần	Khoa/Bộ môn thực hiện	Số tín chỉ	Khối lượng kiến thức (LT,TH/TL,Tự học)	Ghi chú
001481	Xây dựng và phát triển thương hiệu	QT&MAR	3	(36, 18, 90)	TC
	Học kỳ 7 (5 học phần BB + 2 TC)		**17**		
001538	Lịch sử Đảng cộng sản Việt Nam	LLCT&PL	2	(21, 18, 60)	BB
002129	Kỹ năng phỏng vấn xin việc	KHƯD	1	(15,0,30)	BB
002728	Tiểu luận 2: Lập kế hoạch truyền thông Marketing	QT&MAR	2	(0, 60, 60)	BB
002382	Thực hành Quản trị Marketing trong doanh nghiệp	QT&MAR	3	(0, 90, 90)	BB
002385	Thực hành Digital Marketing	QT&MAR	3	(0, 90, 90)	BB
002729	Bán lẻ trực tuyến	QT&MAR	3	(36, 18, 90)	TC
002062	Quản trị đổi mới sáng tạo	QT&MAR	3	(36, 18, 90)	TC
	Học kỳ 8 (1 học phần BB + KLTN hoặc học phần TTKL)		**14**		
002392	**Thực tập cuối khóa**	QT&MAR	**5**	(0, 300, 0)	BB
002393	**Khóa luận tốt nghiệp**	QT&MAR	**9**	(0, 540, 0)	KLTN
003370	Chuyên đề 1: Quản trị khủng hoảng truyền thông	QT&MAR	3	(0, 90, 90)	TTKL
003371	Chuyên đề 2: Truyền thông mạng xã hội	QT&MAR	3	(0, 90, 90)	TTKL
003372	Chuyên đề 3: Quan hệ công chúng	QT&MAR	3	(0, 90, 90)	TTKL

10.3. Cấu trúc chương trình đào tạo áp dụng cho K20

10.3.1. 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: 38 tín chỉ
- Kiến thức giáo dục chuyên nghiệp: 98 tín chỉ
  - *Phần lý thuyết* *59 tín chỉ*
  - *Phần thực hành, thực tập, đồ án* *30 tín chỉ*
  - *Khoá luận tốt nghiệp* *09 tín chỉ*

10.3.2. 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**
1. Kiến thức giáo dục đại cương (38 tín chỉ) *(chưa bao gồm khối lượng kiến thức GDTC, GDQP)*			**38**		
	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 Mác-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
	1.2. Khoa học xã hội		**2**		
000585	1. Pháp luật đại cương	LLCT&PL	2	(26,8,60)	X
	1.3. Khoa học tự nhiên – Toán học – Tin học		**5**		
001351	1. Xác suất thống kê	KHƯD	2	(24, 12, 60)	X
003283	2. Toán ứng dụng trong kinh tế	KHƯD	2	(24, 12, 60)	X
002967	3. Nhập môn công nghệ số và ứng dụng AI	KHƯD	1	(15,0,30)	X
	1.4. 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

Mã học phần	Học phần	Khoa/Bộ môn thực hiện	Số tín chỉ	Khối lượng kiến thức (LT,TH/TL,Tự học)	Ghi chú
001944	3. Tiếng Anh 3	NN	4	(48,24,120)	X
001945	4. Tiếng Anh 4	NN	4	(48,24,120)	X
	1.5. Kiến thức bổ trợ		**4**		
002151	1. Kỹ năng nhận thức bản thân	LLCT&PL	1	(15, 0, 30)	X
002379	2. Kỹ năng nghề nghiệp - QTMK	QT&MAR	1	(15,0,30)	X
002129	3. Kỹ năng phỏng vấn xin việc	LLCT&PL	1	(15,0,30)	X
002969	4. Đổi mới sáng tạo và khởi nghiệp	KHƯD	1	(15,0,30)	X
	1.6. Giáo dục thể chất		**4**		
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
	1.7. 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
2. Kiến thức Giáo dục chuyên nghiệp (98 tín chỉ)			**98**		
	2.1. Kiến thức cơ sở ngành		**23**		
	2.1.1. Kiến thức bắt buộc		***14***		
000564	1. Kinh tế vi mô	DLKS	2	(26,8,60)	X
000565	2. Kinh tế vĩ mô	DLKS	2	(26,8,60)	X
001201	3. Quản trị học	QT&MAR	3	(36, 18, 90)	X
000681	4. Lý thuyết hạch toán kế toán	KT	3	(36, 18, 90)	X
000568	5. Pháp luật kinh tế	DLKS	2	(26,8,60)	X

Mã học phần	Học phần	Khoa/Bộ môn thực hiện	Số tín chỉ	Khối lượng kiến thức (LT,TH/TL,Tự học)	Ghi chú
001269	6. Nguyên lý thống kê và thống kê kinh doanh	DLKS	2	(26,8,60)	X
	2.1.2. Kiến thức tự chọn (chọn 9 tín chỉ)		**9**		
	Tự chọn 1 (Chọn 1 học phần)				
003362	1. Văn hoá doanh nghiệp	QT&MAR	3	(36, 18, 90)	X
003363	2. Đạo đức kinh doanh	QT&MAR	3	(36, 18, 90)	
	Tự chọn 2 (Chọn 1 học phần)				
001715	1. Hệ thống thông tin quản lý	QT&MAR	3	(36, 18, 90)	X
003364	2. Hệ thống thông tin hỗ trợ ra quyết định	QT&MAR	3	(36, 18, 90)	
	Tự chọn 3 (Chọn 1 học phần)				
001109	1. Tài chính tiền tệ	TCNH&BH	3	(36, 18, 90)	X
000666	2. Tài chính doanh nghiệp	TCNH&BH	3	(36, 18, 90)	
	2.2. Kiến thức cốt lõi ngành		**50**		
	2.2.1. Kiến thức bắt buộc		***29***		
001104	1. Marketing căn bản	QT&MAR	3	(36, 18, 90)	X
001107	2. Quản trị Marketing	QT&MAR	3	(36, 18, 90)	X
001333	3. Marketing thương mại	QT&MAR	3	(36, 18, 90)	X
001610	4. Nghiên cứu Marketing	QT&MAR	3	(36, 18, 90)	X
002387	5. Quản trị sản phẩm	QT&MAR	2	(24, 12, 60)	X
002388	6. Quản trị giá	QT&MAR	2	(24, 12, 60)	X
002925	7. Quản trị kênh phân phối	QT&MAR	3	(36, 18, 90)	X
002383	8. Quản trị truyền thông Marketing	QT&MAR	2	(24, 12, 60)	X
002384	9. Digital Marketing	QT&MAR	3	(36, 18, 90)	X
001349	10. Tiểu luận 1: Nghiên cứu và dự báo thị trường	QT&MAR	2	(0, 60, 60)	X

Mã học phần	Học phần	Khoa/Bộ môn thực hiện	Số tín chỉ	Khối lượng kiến thức (LT,TH/TL,Tự học)	Ghi chú
002382	11. Thực hành Quản trị Marketing trong doanh nghiệp	QT&MAR	3	(0, 90, 90)	X
	2.2.2. Kiến thức tự chọn (chọn 15 tín chỉ)		***15***		
	Tự chọn 1 (Chọn 1 học phần)				
002101	1. Quản trị quan hệ khách hàng	QT&MAR	3	(36, 18, 90)	X
001289	2. Giao dịch và đàm phán kinh doanh	QT&MAR	3	(36, 18, 90)	
	Tự chọn 2 (Chọn 1 học phần)				
001392	1. Quản trị bán hàng	QT&MAR	3	(36, 18, 90)	X
002719	2. Quản trị bán lẻ	QT&MAR	3	(36, 18, 90)	
	Tự chọn 3 (Chọn 1 học phần)				
002062	1. Quản trị đổi mới sáng tạo	QT&MAR	3	(36, 18, 90)	X
002568	2. Khởi sự kinh doanh	QT&MAR	3	(36, 18, 90)	
	Tự chọn 4 (Chọn 1 học phần)				
001481	1. Xây dựng và phát triển thương hiệu	QT&MAR	3	(36, 18, 90)	X
001612	2. Quản trị thương hiệu	QT&MAR	3	(36, 18, 90)	
	Tự chọn 5 (Chọn 1 học phần)				
002380	1. Hành vi khách hàng	QT&MAR	3	(36, 18, 90)	X
003366	2. Hành vi người tiêu dùng	QT&MAR	3	(36, 18, 90)	
	2.2.3. Kiến thức bổ trợ		***6***		
001479	1. Thực hành quản trị quan hệ khách hàng	QT&MAR	3	(0, 90, 90)	X
001373	2. Thực hành Quản trị bán hàng	QT&MAR	3	(0, 90, 90)	X
	2.3 Kiến thức chuyên ngành: tự chọn theo định hướng ứng dụng *(chọn theo Module)*		***25***		
	2.3.1. Module 1: Marketing				
	2.3.1.1.Kiến thức bắt buộc		***8***		
001287	1. Marketing dịch vụ	QT&MAR	3	(36, 18, 90)	X

Mã học phần	Học phần	Khoa/Bộ môn thực hiện	Số tín chỉ	Khối lượng kiến thức (LT,TH/TL,Tự học)	Ghi chú
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
	2.3.1.2.Kiến thức tự chọn (Chọn 1 học phần)		***3***		
001611	1. Marketing quốc tế	QT&MAR	3	(36, 18, 90)	X
002389	2. Marketing chiến lược	QT&MAR	3	(36, 18, 90)	
002392	**Thực tập cuối khóa**	QT&MAR	**5**	(0, 300, 0)	X
002393	**Khóa luận tốt nghiệp**	QT&MAR	**9**	(0, 540, 0)	X
003367	Chuyên đề 1: Marketing khách hàng tổ chức (Marketing B2B)	QT&MAR	3	(0, 90, 90)	X
003368	Chuyên đề 2: Marketing thương mại điện tử	QT&MAR	3	(0, 90, 90)	X
003369	Chuyên đề 3: Tổ chức sự kiện	QT&MAR	3	(0, 90, 90)	X
	2.3.2. Module 2: Truyền thông Marketing				
	2.3.1.1.Kiến thức bắt buộc		**8**		
002727	1. Quảng cáo và Khuyến mãi	QT&MAR	3	(36, 18, 90)	X
002728	2. Tiểu luận 2: Lập kế hoạch truyền thông Marketing	QT&MAR	2	(0, 60, 60)	X
002385	3. Thực hành Digital Marketing	QT&MAR	3	(0, 90, 90)	X
	2.3.1.2. Kiến thức tự chọn (Chọn 1 học phần)		***3***		
002729	1. Bán lẻ trực tuyến	QT&MAR	3	(36, 18, 90)	X
001608	2. Truyền thông Marketing tích hợp	QT&MAR	3	(36, 18, 90)	
002392	**Thực tập cuối khóa**	QT&MAR	5	(0, 300, 0)	X
002393	**Khóa luận tốt nghiệp**	QT&MAR	9	(0, 540, 0)	X
003370	Chuyên đề 1: Quản trị khủng hoảng truyền thông	QT&MAR	3	(0, 90, 90)	X

Mã học phần	Học phần	Khoa/Bộ môn thực hiện	Số tín chỉ	Khối lượng kiến thức (LT,TH/TL,Tự học)	Ghi chú
003371	Chuyên đề 2: Truyền thông mạng xã hội	QT&MAR	3	(0, 90, 90)	X
003372	Chuyên đề 3: Quan hệ công chúng	QT&MAR	3	(0, 90, 90)	X

10.3.3. Kế hoạch giảng dạy dự kiến

Toàn bộ chương trình được thực hiện trong 4 năm, chia thành 8 kỳ học. Kế hoạch giảng dạy dự kiến như sau:

Mã học phần	Học phần	Khoa/Bộ môn thực hiện	Số tín chỉ	Khối lượng kiến thức (LT,TH/TL,Tự học)	Ghi chú
	Học kỳ 1 (6 học phần BB + 1 TC)		**16**		
001535	Triết học Mac-Lênin	LLCT&PL	3	(33, 24, 90)	BB
001536	Kinh tế chính trị Mác-Lênin	LLCT&PL	2	(21, 18, 60)	BB
001351	Xác suất thống kê	KHƯD	2	(26, 8, 60)	BB
000564	Kinh tế vi mô	DLKS	2	(26, 8, 60)	BB
001201	Quản trị học	QT&MAR	3	(36, 18, 90)	BB
000718	Giáo dục thể chất 1	GDTC	1	(0,30,30)	BB
003362	Văn hoá doanh nghiệp	QT&MAR	3	(36, 18, 90)	TC
	Học kỳ 2 (7 học phần BB + 1 TC)		**20**		
000585	Pháp luật đại cương	LLCT&PL	2	(26, 8, 60)	BB
001942	Tiếng Anh 1	NN	4	(48,24,120)	BB
002151	Kỹ năng nhận thức bản thân	LLCT&PL	1	(15, 0, 30)	BB
001269	Nguyên lý thống kê và thống kê kinh doanh	DLKS	2	(26, 8, 60)	BB
000565	Kinh tế vĩ mô	DLKS	2	(26, 8, 60)	BB
000681	Lý thuyết hạch toán kế toán	KT	3	(36, 18, 90)	BB
001104	Marketing căn bản	QT&MAR	3	(36, 18, 90)	BB
001715	Hệ thống thông tin quản lý	QT&MAR	3	(36, 18, 90)	TC
003364	Hệ thống thông tin hỗ trợ ra quyết định	QT&MAR	3	(36, 18, 90)	TC
	Học kỳ 3 (6 học phần BB + 2 TC)		**20**		

Mã học phần	Học phần	Khoa/Bộ môn thực hiện	Số tín chỉ	Khối lượng kiến thức (LT,TH/TL,Tự học)	Ghi chú
001537	CNXH Khoa học	LLCT&PL	2	(21, 18, 60)	BB
003283	Toán ứng dụng trong kinh tế	KHƯD	2	(26, 8, 60)	BB
001943	Tiếng Anh 2	NN	4	(48,24,120)	BB
000568	Pháp luật kinh tế	DLKS	2	(26, 8, 60)	BB
001107	Quản trị Marketing	QT&MAR	3	(36, 18, 90)	BB
002967	Nhập môn công nghệ số và ứng dụng AI	P KHCN	1	(15,0,30)	BB
001392	Quản trị bán hàng	QT&MAR	3	(36, 18, 90)	TC
001109	Tài chính tiền tệ	TCNH&BH	3	(36, 18, 90)	TC
	Học kỳ 4 (9 học phần BB + 1 TC)		**21**		
001601	Nghiên cứu Marketing	QT&MAR	3	(36, 18, 90)	BB
001944	Tiếng Anh 3	NN	4	(48,24,120)	BB
002238	Kỹ năng nghề nghiệp - QTMK	QT&MAR	1	(15,0,30)	BB
000719	Giáo dục thể chất 2	GDTC	1	(0,30,30)	BB
000739	Giáo dục thể chất 3	GDTC	1	(0,30,30)	BB
002200	Giáo dục quốc phòng - HP1	GDTC	3	(37, 16, 0)	BB
002201	Giáo dục quốc phòng - HP2	GDTC	2	(22, 16, 0)	BB
002202	Giáo dục quốc phòng - HP3	GDTC	1	(7, 16, 0)	BB
002203	Giáo dục quốc phòng - HP4	GDTC	2	(4, 56, 0)	BB
001423	Quản trị quan hệ khách hàng	QT&MAR	3	(36, 18, 90)	TC
001289	Giao dịch và đàm phán kinh doanh	QT&MAR	3	(36, 18, 90)	TC
	Học kỳ 5 (7 học phần BB + 1 TC)		**20**		
000573	Tư tưởng Hồ Chí Minh	LLCT&PL	2	(21, 18, 60)	BB
001945	Tiếng Anh 4	NN	4	(48,24,120)	BB
001333	Marketing thương mại	QT&MAR	3	(36, 18, 90)	BB
003365	Tiểu luận 1: Nghiên cứu và dự báo thị trường	QT&MAR	3	(0, 90, 90)	BB
001373	Thực hành Quản trị bán hàng	QT&MAR	3	(0, 90, 90)	BB
002969	Đổi mới sáng tạo và khởi nghiệp	P KHCN	1	(15,0,30)	BB
000740	Giáo dục thể chất 4	GDTC	1	(0,30,30)	BB
002380	Hành vi khách hàng	QT&MAR	3	(36, 18, 90)	TC
	Module 1: Marketing				
	Học kỳ 6 (7 học phần BB + 1 TC)		**20**		

Mã học phần	Học phần	Khoa/Bộ môn thực hiện	Số tín chỉ	Khối lượng kiến thức (LT,TH/TL,Tự học)	Ghi chú
002387	Quản trị sản phẩm	QT&MAR	2	(26, 8, 60)	BB
002388	Quản trị giá	QT&MAR	2	(26, 8, 60)	BB
002381	Quản trị kênh phân phối	QT&MAR	2	(26, 8, 60)	BB
002383	Quản trị truyền thông Marketing	QT&MAR	2	(26, 8, 60)	BB
002384	Digital Marketing	QT&MAR	3	(36, 18, 90)	BB
001479	Thực hành quản trị quan hệ khách hàng	QT&MAR	3	(0, 90, 90)	BB
001287	Marketing dịch vụ	QT&MAR	3	(36, 18, 90)	BB
001481	Xây dựng và phát triển thương hiệu	QT&MAR	3	(36, 18, 90)	TC
	Học kỳ 7 (5 học phần BB + 2 TC)		**17**		
001538	Lịch sử Đảng cộng sản Việt Nam	LLCT&PL	2	(21, 18, 60)	BB
002129	Kỹ năng phỏng vấn xin việc	KHUD	1	(15,0,30)	BB
002391	Tiểu luận 2: Thực hành lập kế hoạch Marketing	QT&MAR	2	(0, 60, 60)	BB
002382	Thực hành Quản trị Marketing trong doanh nghiệp	QT&MAR	3	(0, 90, 90)	BB
002385	Thực hành Digital Marketing	QT&MAR	3	(0, 90, 90)	BB
001611	Marketing quốc tế	QT&MAR	3	(36, 18, 90)	TC
002062	Quản trị đổi mới sáng tạo	QT&MAR	3	(36, 18, 90)	TC
	Học kỳ 8 (1 học phần BB + KLTN hoặc học phần TTKLTN)		**14**		
002392	**Thực tập cuối khóa**	QT&MAR	**5**	(0, 300, 0)	BB
002393	**Khóa luận tốt nghiệp**	QT&MAR	**9**	(0, 540, 0)	KLTN
003367	Chuyên đề 1: Marketing khách hàng tổ chức (Marketing B2B)	QT&MAR	3	(0, 90, 90)	TTKL
003368	Chuyên đề 2: Marketing thương mại điện tử	QT&MAR	3	(0, 90, 90)	TTKL
003369	Chuyên đề 3: Tổ chức sự kiện	QT&MAR	3	(0, 90, 90)	TTKL
	Module 2: Truyền thông Marketing				
	Học kỳ 6 (7 học phần BB + 1 TC)		**20**		
002387	Quản trị sản phẩm	QT&MAR	2	(26, 8, 60)	BB
002388	Quản trị giá	QT&MAR	2	(26, 8, 60)	BB
002381	Quản trị kênh phân phối	QT&MAR	2	(26, 8, 60)	BB

Mã học phần	Học phần	Khoa/Bộ môn thực hiện	Số tín chỉ	Khối lượng kiến thức (LT,TH/TL,Tự học)	Ghi chú
002383	Quản trị truyền thông Marketing	QT&MAR	2	(26, 8, 60)	BB
002384	Digital Marketing	QT&MAR	3	(36, 18, 90)	BB
001479	Thực hành quản trị quan hệ khách hàng	QT&MAR	3	(0, 90, 90)	BB
002727	Quảng cáo và Khuyến mãi	QT&MAR	3	(36, 18, 90)	BB
001481	Xây dựng và phát triển thương hiệu	QT&MAR	3	(36, 18, 90)	TC
	Học kỳ 7 (5 học phần BB + 2 TC)		**17**		
001538	Lịch sử Đảng cộng sản Việt Nam	LLCT&PL	2	(21, 18, 60)	BB
002129	Kỹ năng phỏng vấn xin việc	KHƯD	1	(15,0,30)	BB
002728	Tiểu luận 2: Lập kế hoạch truyền thông Marketing	QT&MAR	2	(0, 60, 60)	BB
002382	Thực hành Quản trị Marketing trong doanh nghiệp	QT&MAR	3	(0, 90, 90)	BB
002385	Thực hành Digital Marketing	QT&MAR	3	(0, 90, 90)	BB
002729	Bán lẻ trực tuyến	QT&MAR	3	(36, 18, 90)	TC
002062	Quản trị đổi mới sáng tạo	QT&MAR	3	(36, 18, 90)	TC
	Học kỳ 8 (1 học phần BB + KLTN hoặc học phần TTKL)		**14**		
002392	**Thực tập cuối khóa**	QT&MAR	**5**	(0, 300, 0)	BB
002393	**Khóa luận tốt nghiệp**	QT&MAR	**9**	(0, 540, 0)	KLTN
003370	Chuyên đề 1: Quản trị khủng hoảng truyền thông	QT&MAR	3	(0, 90, 90)	TTKL
003371	Chuyên đề 2: Truyền thông mạng xã hội	QT&MAR	3	(0, 90, 90)	TTKL
003372	Chuyên đề 3: Quan hệ công chúng	QT&MAR	3	(0, 90, 90)	TTKL

11. Ma trận thể hiện sự đóng góp của các học phần vào việc đạt chuẩn đầu ra của chương trình đào tạo (PLOs)

11.1. Ma trận thể hiện sự đóng góp của các học phần vào việc đạt chuẩn đầu ra của chương trình đào tạo (PLOs) áp dụng cho K18

TT	Mã học phần	Tên học phần	Số TC	Loại học phần	Khối kiến thức	Chuẩn đầu ra CTĐT (PLO) và chỉ số PI (Performance Indicator)																									
						Kiến thức (Thang Bloom 6 cấp độ)										Kỹ năng (thang Dave 5 cấp độ)														Trách nhiệm (Thang Krathwohl 5	
						Kiến thức chung		Kiến thức chuyên môn								Kỹ năng chung						Kỹ năng chuyên môn									
						PLO1		PLO2		PLO3		PLO4.01		PLO4.02		PLO5		PLO6		PLO07		PLO08		PLO09		PLO10.01		PLO10.02		PLO11		PLO12	
						PI1.1	PI1.2	PI2.1	PI2.2	PI3.1	PI3.2	PI4.1.01	PI4.2.01	PI4.1.02	PI4.2.02	PI5.1	PI5.2	PI6.1	PI6.2	PI7.1	PI7.2	PI8.1	PI8.2	PI9.1	PI9.2	PI10.1.01	PI10.2.01	PI10.1.02	P10.2.02	PI11.1	PI11.2	PI12.1	PI12.2
I	**Kiến thức giáo dục đại cương**																														
1	001535	Triết học Mác-Lênin	3	BB	GD ĐC	3,A										2															
2	001536	Kinh tế chính trị Mác-Lênin	2	BB	GD ĐC	3,A										2														2	
3	001537	Chủ nghĩa xã hội khoa học	2	BB	GD ĐC	2										2														2	
4	000573	Tư tưởng Hồ Chí Minh	2	BB	GD ĐC	2																								2	
5	001538	Lịch sử Đảng cộng sản Việt Nam	2	BB	GD ĐC	2																								2	
6	000585	Pháp luật đại cương	2	BB	GD ĐC	3,A										2														2	
7	001102	Xác suất thống kê	3	BB	GD ĐC		2											3,A												2	
8	002378	Toán ứng dụng trong kinh tế	3	BB	GD ĐC		3,A											2												2	
9	002967	Nhập môn công nghệ số và ứng dụng AI	1	TC	GD ĐC													3	2												
10	001942	Tiếng Anh 1	4	BB	GD ĐC															2	2										
11	001943	Tiếng Anh 2	4	BB	GD ĐC															2	2										
12	001944	Tiếng Anh 3	4	BB	GD ĐC															3	3										
13	001945	Tiếng Anh 4	4	BB	GD ĐC															3	3										
14	002151	Kỹ năng nhận thức bản thân	1	BB	KTBT											3	2														
15	002379	Kỹ năng nghề nghiệp - QTMK	1	BB	KTBT												2												2		
16	002129	Kỹ năng phỏng vấn xin việc	1	BB	KTBT											2	3														
17	002969	Đổi mới sáng tạo và khởi nghiệp	1	TC	KTBT											2	3	2													
II	**Kiến thức giáo dục chuyên nghiệp**																														
II.1	**Kiến thức cơ sở ngành**																														
18	000564	Kinh tế vi mô	2	BB	CSN				2,A															2							
19	000565	Kinh tế vĩ mô	2	BB	CSN				2,A															2							
20	001201	Quản trị học	3	BB	CSN			2,A								2													2		
21	000681	Lý thuyết hạch toán kế toán	3	BB	CSN				3,A																					2	
22	000568	Pháp luật kinh tế	2	BB	CSN	3,A		3																						2	
23	001269	Nguyên lý thống kê và thống kê kinh dc	2	BB	CSN				2								2														
24	003362	Văn hoá doanh nghiệp	3	TC	CSN			3,A									3														3
25	003363	Đạo đức kinh doanh	3	TC	CSN			3,A									3														3
26	000519	Văn hoá kinh doanh	2	TC	CSN			3,A																						2	
27	000566	Lịch sử các học thuyết kinh tế	2	TC	CSN				2																					2	

TT	Mã học phần	Tên học phần	Số TC	Loại học phần	Khối kiến thức	Chuẩn đầu ra CTĐT (PLO) và chỉ số PI (Performance Indicator)																									
						Kiến thức (Thang Bloom 6 cấp độ)										Kỹ năng (thang Dave 5 cấp độ)														Trách nhiệm (Thang Krathwohl 5		
						Kiến thức chung		Kiến thức chuyên môn								Kỹ năng chung						Kỹ năng chuyên môn									
						PLO1		PLO2		PLO3		PLO4.01		PLO4.02		PLO5		PLO6		PLO07		PLO08		PLO09		PLO10.01		PLO10.02		PLO11		PLO12	
						PI1.1	PI1.2	PI2.1	PI2.2	PI3.1	PI3.2	PI4.1.01	PI4.2.01	PI4.1.02	PI4.2.02	PI5.1	PI5.2	PI6.1	PI6.2	PI7.1	PI7.2	PI8.1	PI8.2	PI9.1	PI9.2	PI10.1.01	PI10.2.01	PI10.1.02	P10.2.02	PI11.1	PI11.2	PI12.1	PI12.2
28	001715	Hệ thống thông tin quản lý	3	TC	CSN			2														2	2									
29	003364	Hệ thống thông tin hỗ trợ ra quyết định	3	TC	CSN			2														2	2									
30	001109	Tài chính tiền tệ	3	TC	CSN				2								2														3	
31	000666	Tài chính doanh nghiệp	3	TC	CSN				2								2														3	
32	001717	Kế toán doanh nghiệp	3	TC	CCN						3													2								2
II.2	**Kiến thức cốt lõi của ngành**																															
33	001104	Marketing căn bản	3	BB	CCN					3,A														2								
34	001107	Quản trị Marketing	3	BB	CCN						3,A						3								2							
35	001601	Nghiên cứu Marketing	3	BB	CCN						3													3								2
36	002387	Quản trị sản phẩm	2	BB	CCN						4														2							
37	002388	Quản trị giá	2	BB	CCN						4														2							
38	002381	Quản trị kênh phân phối	2	BB	CCN						4														2							
39	002383	Quản trị truyền thông Marketing	2	BB	CCN						4																	2				
40	002384	Digital Marketing	3	BB	CCN						4,A							2	3			2	3									
41	001349	Tiểu luận 1: Nghiên cứu và dự báo thị trường	2	BB	CCN													2				3,A		3,A		2		2				
42	002382	Thực hành Quản trị marketing trong doanh nghiệp	3	BB	CCN												3,A	3							3,A	2		2				
43	002101	Quản trị quan hệ khách hàng	3	TC	CCN					3																2		2				
44	001289	Giao dịch và đàm phán kinh doanh	3	TC	CCN					3																2		2				
45	000497	Quản trị nhân lực	3	TC	CCN					3																2		2				
46	001392	Quản trị bán hàng	3	TC	CCN						3														2							
47	002719	Quản trị bán lẻ	3	TC	CCN						3														2							
48	002062	Quản trị đổi mới sáng tạo	3	TC	CCN						3					3,A	3															2
49	002568	Khởi sự kinh doanh	3	TC	CCN						3					3,A	3															2
50	001333	Marketing thương mại	3	TC	CCN						3														2							
51	001481	Xây dựng và phát triển thương hiệu	3	TC	CCN						3														2							
52	001612	Quản trị thương hiệu	3	TC	CCN						3														2							
53	002380	Hành vi khách hàng	3	TC	CCN					3														2								2
54	003366	Hành vi người tiêu dùng	3	TC	CCN					3														2								2

TT	Mã học phần	Tên học phần	Số TC	Loại học phần	Khối kiến thức	Chuẩn đầu ra CTĐT (PLO) và chỉ số PI (Performance Indicator)																									
						Kiến thức (Thang Bloom 6 cấp độ)										Kỹ năng (thang Dave 5 cấp độ)														Trách nhiệm (Thang Krathwohl 5			
						Kiến thức chung		Kiến thức chuyên môn								Kỹ năng chung				Kỹ năng chuyên môn											
						PLO1		PLO2		PLO3		PLO4.01		PLO4.02		PLO5		PLO6		PLO07		PLO08		PLO09		PLO10.01		PLO10.02		PLO11		PLO12	
						PI1.1	PI1.2	PI2.1	PI2.2	PI3.1	PI3.2	PI4.1.01	PI4.2.01	PI4.1.02	PI4.2.02	PI5.1	PI5.2	PI6.1	PI6.2	PI7.1	PI7.2	PI8.1	PI8.2	PI9.1	PI9.2	PI10.1.01	PI10.2.01	PI10.1.02	P10.2.02	PI11.1	PI11.2	PI12.1	PI12.2
55	001479	Thực hành quản trị quan hệ khách hàng	3	KTBT	CCN													2						2,A						3,A		3,A	
56	001373	Thực hành Quản trị bán hàng	3	KTBT	CCN													2						2,A									
II.3	**Kiến thức chuyên ngành: tự chọn theo định hướng ứng dụng (chọn theo Modul)**																														
	Modul 1: Marketing																														
57	001287	Marketing dịch vụ	3	BB	MĐ1.CN							3	3,A													3							
58	002391	Tiểu luận 2: Thực hành lập kế hoạch Marketing	2	BB	MĐ1.CN							4,A						3				3				4,A				2			
59	002385	Thực hành Digital Marketing	3	BB	MĐ1.CN													3,A	3,A			3,A				2	2						
60	001611	Marketing quốc tế	3	TC	MĐ1.CN							3	3														2						
61	002389	Marketing chiến lược	3	TC	MĐ1.CN							3	3														2						
62	002392	**Thực tập cuối khóa**	**5**	BB	MĐ1.CN													3,A								4,A	4,A			3,A		3,A	
63	002393	**Khóa luận tốt nghiệp**	**9**	BB	MĐ1.CN							4,A	4,A					3									4,A				3,A		3,A
64	003367	Chuyên đề 1: Marketing khách hàng tổ chức (Marketing B2B)	3	BB	MĐ1.CN							4,A	4					3									4				3		3,A
65	003368	Chuyên đề 2: Marketing thương mại điện tử	3	BB	MĐ1.CN							4	4					3									4,A				3,A		3
66	003369	Chuyên đề 3: Tổ chức sự kiện	3	BB	MĐ1.CN							4	4,A					3									4				3		3
	Modul 2: Truyền thông Marketing																														
57	002727	Quảng cáo và Khuyến mãi	3	BB	MĐ2.CN									3	3,A																		
58	002728	Tiểu luận 2: Lập kế hoạch truyền thông Marketing	2	BB	MĐ2.CN									4,A				3				3						4,A		2			
59	002385	Thực hành Digital Marketing	3	BB	MĐ2.CN													3,A	3,A			3,A						2	2				
60	002729	Bán lẻ trực tuyến	3	TC	MĐ2.CN									3	3													2					
61	001608	Truyền thông marketing tích hợp	3	TC	MĐ2.CN									3	3													2					
62	002392	Thực tập cuối khoá	5	BB	MĐ2.CN													3,A										4,A	4,A	3,A		3,A	
63	002393	***Khóa luận tốt nghiệp***	9	BB	MĐ2.CN									4,A	4,A			3											4,A		3,A		3,A
64	003370	Chuyên đề 1: Quan hệ công chúng	3	BB	MĐ2.CN									4,A	4			3											4		3		3,A
65	003371	Chuyên đề 2: Quản trị khủng hoảng truyền thông	3	BB	MĐ2.CN									4	4			3											4,A		3,A		3
66	003372	Chuyên đề 3: Truyền thông mạng xã hội	3	BB	MĐ2.CN									4	4,A			3											4		3		3

11.2. Ma trận thể hiện sự đóng góp của các học phần vào việc đạt chuẩn đầu ra của chương trình đào tạo (PLOs) áp dụng cho K19

TT	Mã học phần	Tên học phần	Số TC	Loại học phần	Khối kiến thức	Chuẩn đầu ra CTĐT (PLO) và chỉ số PI (Performance Indicator)																									
						Kiến thức (Thang Bloom 6 cấp độ)										Kỹ năng (thang Dave 5 cấp độ)														Trách nhiệm (Thang Krathwohl 5	
						Kiến thức chung		Kiến thức chuyên môn								Kỹ năng chung						Kỹ năng chuyên môn									
						PLO1		PLO2		PLO3		PLO4.01		PLO4.02		PLO5		PLO6		PLO7		PLO8		PLO9		PLO10.0		PLO10.0		PLO11		PLO12	
						PI1.1	PI1.2	PI2.1	PI2.2	PI3.1	PI3.2	PI4.1.01	PI4.2.01	PI4.1.02	PI4.2.02	PI5.1	PI5.2	PI6.1	PI6.2	PI7.1	PI7.2	PI8.1	PI8.2	PI9.1	PI9.2	PI10.1.01	PI10.2.01	PI10.1.02	P10.2.02	PI11.1	PI11.2	PI12.1	PI12.2
I	**Kiến thức giáo dục đại cương**																														
1	001535	Triết học Mác-Lênin	3	BB	GD ĐC	3,A										2															
2	001536	Kinh tế chính trị Mác-Lênin	2	BB	GD ĐC	3,A										2														2	
3	001537	Chủ nghĩa xã hội khoa học	2	BB	GD ĐC	2										2														2	
4	000573	Tư tưởng Hồ Chí Minh	2	BB	GD ĐC	2																								2	
5	001538	Lịch sử Đảng cộng sản Việt Nam	2	BB	GD ĐC	2																								2	
6	000585	Pháp luật đại cương	2	BB	GD ĐC	3,A										2														2	
7	001102	Xác suất thống kê	3	BB	GD ĐC		2											3,A												2	
8	003283	Toán ứng dụng trong kinh tế	2	BB	GD ĐC		3,A											2												2	
9	002967	Nhập môn công nghệ số và ứng dụng AI	1	TC	GD ĐC	3,A										2															
10	001942	Tiếng Anh 1	4	BB	GD ĐC	3,A										2														2	
11	001943	Tiếng Anh 2	4	BB	GD ĐC	2										2														2	
12	001944	Tiếng Anh 3	4	BB	GD ĐC	2																								2	
13	001945	Tiếng Anh 4	4	BB	GD ĐC	2																								2	
14	002151	Kỹ năng nhận thức bản thân	1	BB	KTBT	3,A										2														2	
15	002379	Kỹ năng nghề nghiệp - QTMK	1	BB	KTBT		2											3,A												2	
16	002129	Kỹ năng phỏng vấn xin việc	1	BB	KTBT											2	3														
17	002969	Đổi mới sáng tạo và khởi nghiệp	1	TC	KTBT											2	3	2													
II	**Kiến thức giáo dục chuyên nghiệp**																														
II.1	**Kiến thức cơ sở ngành**																														
18	000564	Kinh tế vi mô	2	BB	CSN				2,A															2							
19	000565	Kinh tế vĩ mô	2	BB	CSN				2,A															2							
20	001201	Quản trị học	3	BB	CSN			2,A								2															
21	000681	Lý thuyết hạch toán kế toán	3	BB	CSN				3,A																					2	
22	000568	Pháp luật kinh tế	2	BB	CSN	3,A		3																						2	
23	001269	Nguyên lý thống kê và thống kê kinh do	2	BB	CSN				2								2														
24	003362	Văn hoá doanh nghiệp	3	TC	CSN			3,A									3														3

TT	Mã học phần	Tên học phần	Số TC	Loại học phần	Khối kiến thức	Chuẩn đầu ra CTĐT (PLO) và chỉ số PI (Performance Indicator)																									
						Kiến thức (Thang Bloom 6 cấp độ)										Kỹ năng (thang Dave 5 cấp độ)														Trách nhiệm (Thang Krathwohl 5	
						Kiến thức chung	Kiến thức chuyên môn									Kỹ năng chung						Kỹ năng chuyên môn											
						PLO1	PLO2		PLO3		PLO4.01		PLO4.02			PLO5		PLO6		PLO07		PLO08		PLO09		PLO10.0		PLO10.0		PLO11		PLO12	
						PI1.1	PI1.2	PI2.1	PI2.2	PI3.1	PI3.2	PI4.1.01	PI4.2.01	PI4.1.02	PI4.2.02	PI5.1	PI5.2	PI6.1	PI6.2	PI7.1	PI7.2	PI8.1	PI8.2	PI9.1	PI9.2	PI10.1.01	PI10.2.01	PI10.1.02	P10.2.02	PI11.1	PI11.2	PI12.1	PI12.2
25	003363	Đạo đức kinh doanh	3	TC	CSN			3,A									3															3
26	000519	Văn hoá kinh doanh	2	TC	CSN			3,A																							2	
27	000566	Lịch sử các học thuyết kinh tế	2	TC	CSN				2																						2	
28	001715	Hệ thống thông tin quản lý	3	TC	CSN			2,A														2	2									
29	003364	Hệ thống thông tin hỗ trợ ra quyết định	3	TC	CSN			2,A														2	2									
30	001109	Tài chính tiền tệ	3	TC	CSN				2								2														3	
31	000666	Tài chính doanh nghiệp	3	TC	CSN				2								2														3	
II.2	**Kiến thức cốt lõi của ngành**																															
32	001104	Marketing căn bản	3	BB	CCN					3,A														2								
33	001107	Quản trị Marketing	3	BB	CCN						3,A						3								2							
34	001333	Marketing thương mại	3	BB	CCN						3														2							
35	001610	Nghiên cứu Marketing	3	BB	CCN						3													3								2
36	002387	Quản trị sản phẩm	2	BB	CCN						4														2							
37	002388	Quản trị giá	2	BB	CCN						4														2							
38	002925	Quản trị kênh phân phối	3	BB	CCN						4														3							
39	002383	Quản trị truyền thông Marketing	2	BB	CCN						4																2					
40	002384	Digital Marketing	3	BB	CCN						4,A							2	3			2	3									
41	001349	Tiểu luận 1: Nghiên cứu và dự báo thị trường	2	BB	CCN													2				3,A		3,A		2		2				
42	002382	Thực hành Quản trị marketing trong doanh nghiệp	3	BB	CCN												3,A	3							3,A	2		2				
43	002101	Quản trị quan hệ khách hàng	3	TC	CCN					3																2		2				
44	001289	Giao dịch và đàm phán kinh doanh	3	TC	CCN					3																2		2				
45	001392	Quản trị bán hàng	3	TC	CCN						3														2							
46	002719	Quản trị bán lẻ	3	TC	CCN						3														2							
47	002062	Quản trị đổi mới sáng tạo	3	TC	CCN						3					3,A	3															2
48	002568	Khởi sự kinh doanh	3	TC	CCN						3					3,A	3															2
49	001481	Xây dựng và phát triển thương hiệu	3	TC	CCN						3														2							
50	001612	Quản trị thương hiệu	3	TC	CCN						3														2							

TT	Mã học phần	Tên học phần	Số TC	Loại học phần	Khối kiến thức	Chuẩn đầu ra CTĐT (PLO) và chỉ số PI (Performance Indicator)																									
						Kiến thức (Thang Bloom 6 cấp độ)								Kỹ năng (thang Dave 5 cấp độ)														Trách nhiệm (Thang Krathwohl 5			
						Kiến thức chung	Kiến thức chuyên môn							Kỹ năng chung						Kỹ năng chuyên môn													
						PLO1	PLO2		PLO3		PLO4.01		PLO4.02			PLO5		PLO6		PLO07		PLO08		PLO09		PLO10.0		PLO10.0		PLO11		PLO12	
						PI1.1	PI1.2	PI2.1	PI2.2	PI3.1	PI3.2	PI4.1.01	PI4.2.01	PI4.1.02	PI4.2.02	PI5.1	PI5.2	PI6.1	PI6.2	PI7.1	PI7.2	PI8.1	PI8.2	PI9.1	PI9.2	PI10.1.01	PI10.2.01	PI10.1.02	PI10.2.02	PI11.1	PI11.2	PI12.1	PI12.2
50	001612	Quản trị thương hiệu	3	TC	CCN						3													2								
51	002380	Hành vi khách hàng	3	TC	CCN					3													2									2
52	003366	Hành vi người tiêu dùng	3	TC	CCN					3													2									2
53	001479	Thực hành quản trị quan hệ khách hàng	3	KTBT	CCN													2						2,A					3,A		3,A	
54	001373	Thực hành Quản trị bán hàng	3	KTBT	CCN													2						2,A								
II.3	**Kiến thức chuyên ngành: tự chọn theo định hướng ứng dụng (chọn theo Modul)**																															
	Modul 1: Marketing																															
55	001287	Marketing dịch vụ	3	BB	MĐ1.CN							3	3,A														3					
56	002391	Tiểu luận 2: Thực hành lập kế hoạch Marketing	2	BB	MĐ1.CN							4,A						3					3			4,A				2			
57	002385	Thực hành Digital Marketing	3	BB	MĐ1.CN													3,A	3,A				3,A			2	2						
58	001611	Marketing quốc tế	3	TC	MĐ1.CN							3	3														2						
59	002389	Marketing chiến lược	3	TC	MĐ1.CN							3	3														2						
60	002392	**Thực tập cuối khóa**	**5**	BB	MĐ1.CN													3,A								4,A	4,A			3,A		3,A	
61	002393	**Khóa luận tốt nghiệp**	**9**	BB	MĐ1.CN							4,A	4,A					3									4,A				3,A		3,A
62	003367	Chuyên đề 1: Marketing khách hàng tổ chức (Marketing B2B)	3	BB	MĐ1.CN							4,A	4					3									4				3		3,A
63	003368	Chuyên đề 2: Marketing thương mại điện tử	3	BB	MĐ1.CN							4	4					3									4,A				3,A		3
64	003369	Chuyên đề 3: Tổ chức sự kiện	3	BB	MĐ1.CN							4	4,A					3									4				3		3
	Modul 2: Truyền thông Marketing																															
55	002727	Quảng cáo và Khuyến mãi	3	BB	MĐ2.CN									3	3,A																		
56	002728	Tiểu luận 2: Lập kế hoạch truyền thông Marketing	2	BB	MĐ2.CN									4,A				3					3					4,A		2			
57	002385	Thực hành Digital Marketing	3	BB	MĐ2.CN													3,A	3,A				3,A					2	2				
58	002729	Bán lẻ trực tuyến	3	TC	MĐ2.CN									3	3													2					
59	001608	Truyền thông marketing tích hợp	3	TC	MĐ2.CN									3	3													2					
60	002392	Thực tập cuối khoá	5	BB	MĐ2.CN													3,A										4,A	4,A	3,A		3,A	
61	002393	***Khóa luận tốt nghiệp***	9	BB	MĐ2.CN									4,A	4,A			3											4,A		3,A		3,A
62	003370	Chuyên đề 1: Quan hệ công chúng	3	BB	MĐ2.CN									4,A	4			3											4		3		3,A
63	003371	Chuyên đề 2: Quản trị khủng hoảng truyền thông	3	BB	MĐ2.CN									4	4			3											4,A		3,A		3
64	003372	Chuyên đề 3: Truyền thông mạng xã hội	3	BB	MĐ2.CN									4	4,A			3											4		3		3

UNETI
TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ - KỸ THUẬT CÔNG NGHIỆP

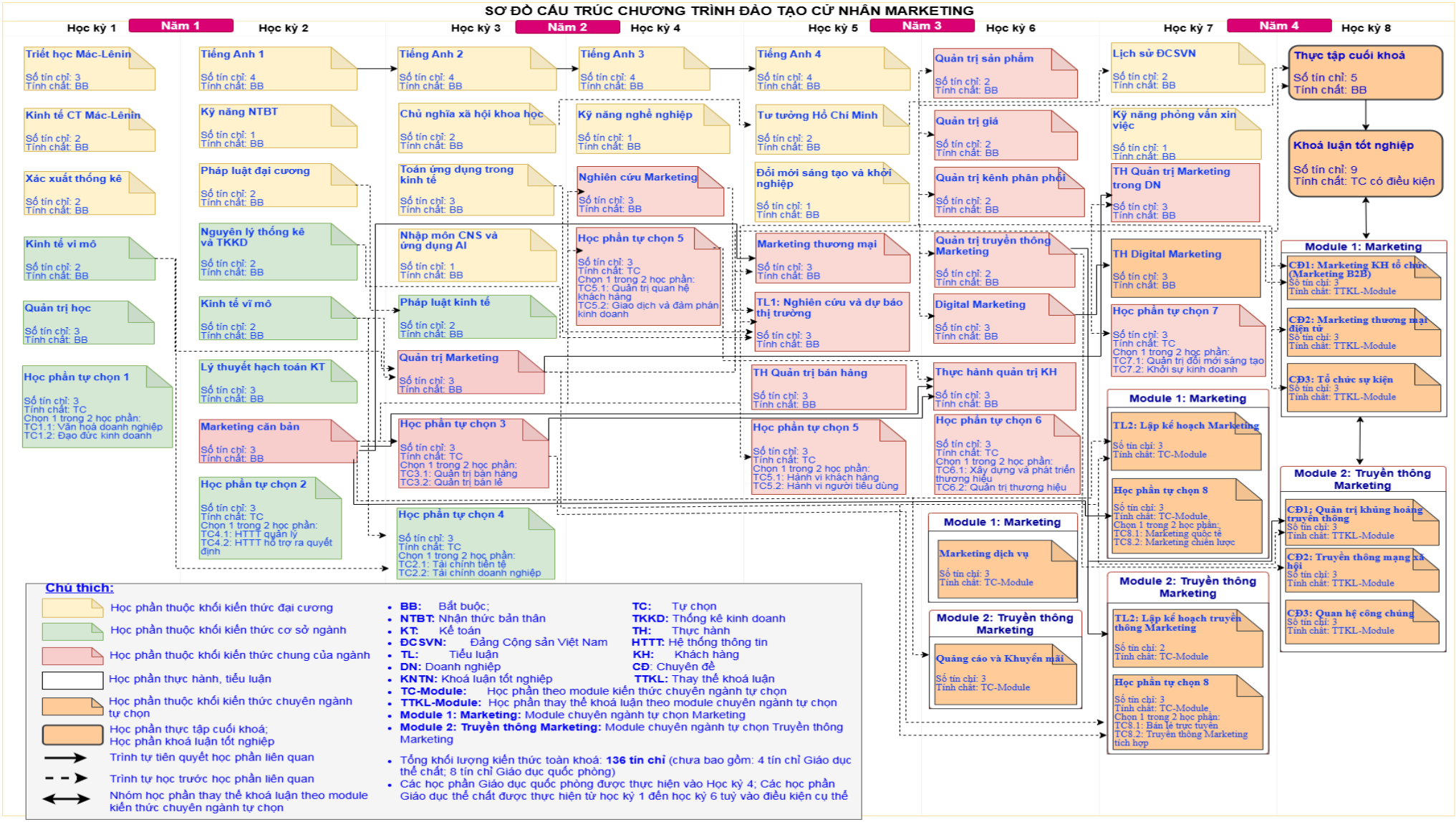
11.3. Ma trận thể hiện sự đóng góp của các học phần vào việc đạt chuẩn đầu ra của chương trình đào tạo (PLOs) áp dụng cho K20

TT	Mã học phần	Tên học phần	Số TC	Loại học phần	Khối kiến thức	Chuẩn đầu ra CTĐT (PLO) và chỉ số PI (Performance Indicator)																									
						Kiến thức (Thang Bloom 6 cấp độ)										Kỹ năng (thang Dave 5 cấp độ)														Trách nhiệm (Thang Krathwohl 5	
						Kiến thức chung	Kiến thức chuyên môn									Kỹ năng chung						Kỹ năng chuyên môn									
						PLO1	PLO2		PLO3		PLO4.01		PLO4.02		PLO5		PLO6		PLO07		PLO08		PLO09		PLO10.01		PLO10.02		PLO11		PLO12	
						PI1.1	PI1.2	PI2.1	PI2.2	PI3.1	PI3.2	PI4.1.01	PI4.2.01	PI4.1.02	PI4.2.02	PI5.1	PI5.2	PI6.1	PI6.2	PI7.1	PI7.2	PI8.1	PI8.2	PI9.1	PI9.2	PI10.1.01	PI10.2.01	PI10.1.02	P10.2.02	PI11.1	PI11.2	PI12.1	P12.2
I	**Kiến thức Giáo dục đại cương**																														
1	001535	Triết học Mác-Lênin	3	BB	GDĐC	3,A										2																
2	001536	Kinh tế chính trị Mác-Lênin	2	BB	GDĐC	3										2															2	
3	001537	Chủ nghĩa xã hội khoa học	2	BB	GDĐC	2										2															2	
4	000573	Tư tưởng Hồ Chí Minh	2	BB	GDĐC	2																									2	
5	001538	Lịch sử Đảng cộng sản Việt Nam	2	BB	GDĐC	2																									2	
6	000585	Pháp luật đại cương	2	BB	GDĐC	3,A										2															2	
7	001351	Xác suất thống kê	2	BB	GDĐC		2,A											2													2	
8	003283	Toán ứng dụng trong kinh tế	2	BB	GDĐC		3,A											2													2	
9	002967	Nhập môn công nghệ số và ứng dụng AI	1	BB	GDĐC													3	2													
10	001942	Tiếng Anh 1	4	BB	GDĐC															2	2											
11	001943	Tiếng Anh 2	4	BB	GDĐC															2	2											
12	001944	Tiếng Anh 3	4	BB	GDĐC															3	3											
13	001945	Tiếng Anh 4	4	BB	GDĐC															3	3											
14	002151	Kỹ năng nhận thức bản thân	1	BB	KTBT											2	3															
15	002379	Kỹ năng nghề nghiệp - QTMK	1	BB	KTBT												2														2	
16	002129	Kỹ năng phỏng vấn xin việc	1	BB	KTBT											2	3															
17	002969	Đổi mới sáng tạo và khởi nghiệp	1	BB	KTBT											2	3	2														
II	**Kiến thức giáo dục chuyên nghiệp**																															
II.1	**Kiến thức cơ sở ngành**																															
18	000564	Kinh tế vi mô	2	BB	CSN				2,A															2								
19	000565	Kinh tế vĩ mô	2	BB	CSN				2,A															2								
20	001201	Quản trị học	3	BB	CSN			2,A								2														2		
21	000681	Lý thuyết hạch toán kế toán	3	BB	CSN				3,A																						2	
22	000568	Pháp luật kinh tế	2	BB	CSN	3,A		3																							2	
23	001269	Nguyên lý thống kê và thống kê kinh dc	2	BB	CSN				2								2															
24	003362	Văn hoá doanh nghiệp	3	TC	CSN			3,A									3															3

TT	Mã học phần	Tên học phần	Số TC	Loại học phần	Khối kiến thức	Chuẩn đầu ra CTĐT (PLO) và chỉ số PI (Performance Indicator)																									
						Kiến thức (Thang Bloom 6 cấp độ)										Kỹ năng (thang Dave 5 cấp độ)												Trách nhiệm (Thang Krathwohl 5		
						Kiến thức chung	Kiến thức chuyên môn									Kỹ năng chung				Kỹ năng chuyên môn													
						PLO1	PLO2		PLO3		PLO4.01		PLO4.02			PLO5		PLO6		PLO07		PLO08		PLO09		PLO10.01		PLO10.02		PLO11		PLO12	
25	003363	Đạo đức kinh doanh	3	TC	CSN		3,A									3															3
26	001715	Hệ thống thông tin quản lý	3	TC	CSN		2,A														2	2									
27	003364	Hệ thống thông tin hỗ trợ ra quyết định	3	TC	CSN		2,A														2	2									
28	001109	Tài chính tiền tệ	3	TC	CSN			2								2														3	
29	000666	Tài chính doanh nghiệp	3	TC	CSN			2								2														3	
II.2	**Kiến thức cốt lõi của ngành**																														
30	001104	Marketing căn bản	3	BB	CLN				3,A														2								
31	001107	Quản trị Marketing	3	BB	CLN					3,A						3								2							
32	001333	Marketing thương mại	3	BB	CLN					3														2							
33	001610	Nghiên cứu Marketing	3	BB	CLN					3													3								2
34	002387	Quản trị sản phẩm	2	BB	CLN					4														2							
35	002388	Quản trị giá	2	BB	CLN					4														2							
36	002925	Quản trị kênh phân phối	3	BB	CLN					4														3							
37	002383	Quản trị truyền thông Marketing	2	BB	CLN					4																	2				
38	002384	Digital Marketing	3	BB	CLN					4,A								2	3		2	3									
39	001349	Tiểu luận 1: Nghiên cứu và dự báo thị trường	2	BB	CLN													2			3,A		3,A		2		2				
40	002382	Thực hành Quản trị marketing trong doanh nghiệp	3	BB	CLN											3,A		3						3,A	2		2				
41	002101	Quản trị quan hệ khách hàng	3	TC	CLN				3																2		2				
42	001289	Giao dịch và đàm phán kinh doanh	3	TC	CLN				3																2		2				
43	001392	Quản trị bán hàng	3	TC	CLN					3														2							
44	002719	Quản trị bán lẻ	3	TC	CLN					3														2							
45	002062	Quản trị đổi mới sáng tạo	3	TC	CLN					3						3,A	3														2
46	002568	Khởi sự kinh doanh	3	TC	CLN					3						3,A	3														2
47	001481	Xây dựng và phát triển thương hiệu	3	TC	CLN					3														2							
48	001612	Quản trị thương hiệu	3	TC	CLN					3														2							
49	002380	Hành vi khách hàng	3	TC	CLN				3														2								2
50	003366	Hành vi người tiêu dùng	3	TC	CLN				3														2								2
51	001479	Thực hành quản trị quan hệ khách hàng	3	KTBT	CLN													2						2,A					3,A		3,A	
52	001373	Thực hành Quản trị bán hàng	3	KTBT	CLN													2						2,A							

TT	Mã học phần	Tên học phần	Số TC	Loại học phần	Khối kiến thức	Chuẩn đầu ra CTĐT (PLO) và chỉ số PI (Performance Indicator)																					
						Kiến thức (Thang Bloom 6 cấp độ)							Kỹ năng (thang Dave 5 cấp độ)												Trách nhiệm (Thang Krathwohl 5		
						Kiến thức chung	Kiến thức chuyên môn						Kỹ năng chung			Kỹ năng chuyên môn												
						PLO1	PLO2		PLO3		PLO4.01		PLO4.02		PLO5		PLO6		PLO07		PLO08		PLO09		PLO10.01		PLO10.02		PLO11		PLO12	
II.3	**CN: TC theo định hướng ứng dụng (chọn theo Modul)**																													
	Modul 1: Marketing																													
53	001287	Marketing dịch vụ	3	BB	CN						3	3,A													3					
54	002391	Tiểu luận 2: Thực hành lập kế hoạch Marketing	2	BB	CN						4,A						3				3				4,A				2			
55	002385	Thực hành Digital Marketing	3	BB	CN												3,A	3,A			3,A				2	2						
56	001611	Marketing quốc tế	3	TC	CN						3	3														2						
57	002389	Marketing chiến lược	3	TC	CN						3	3														2						
58	002392	**Thực tập cuối khóa**	**5**	BB	CN												3,A								4,A	4,A			3,A		3,A	
59	002393	**Khóa luận tốt nghiệp**	**9**	BB	CN						4,A	4,A					3									4,A				3,A		3,A
60	003367	Chuyên đề 1: Marketing khách hàng tổ chức (Marketing B2B)	3	BB	CN						4,A	4					3									4				3		3,A
61	003368	Chuyên đề 2: Marketing thương mại điện tử	3	BB	CN						4	4					3									4,A				3,A		3
62	003369	Chuyên đề 3: Tổ chức sự kiện	3	BB	CN						4	4,A					3									4				3		3
	Modul 2: Truyền thông Marketing																													
53	002727	Quảng cáo và Khuyến mãi	3	BB	CN								3	3,A																		
54	002728	Tiểu luận 2: Lập kế hoạch truyền thông Marketing	2	BB	CN								4,A				3				3						4,A		2			
55	002385	Thực hành Digital Marketing	3	BB	CN												3,A	3,A			3,A						2	2				
56	002729	Bán lẻ trực tuyến	3	TC	CN								3	3													2					
57	001608	Truyền thông marketing tích hợp	3	TC	CN								3	3													2					
58	002392	Thực tập cuối khoá	5	BB	CN												3,A										4,A	4,A	3,A		3,A	
59	002393	***Khóa luận tốt nghiệp***	9	BB	CN								4,A	4,A			3											4,A		3,A		3,A
60	003370	Chuyên đề 1: Quan hệ công chúng	3	BB	CN								4,A	4			3											4		3		3,A
61	003371	Chuyên đề 2: Quản trị khủng hoảng truyền thông	3	BB	CN								4	4			3											4,A		3,A		3
62	003372	Chuyên đề 3: Truyền thông mạng xã hội	3	BB	CN								4	4,A			3											4		3		3

12. Sơ đồ cấu trúc chương trình đào tạo



13. Mô tả tóm tắt học phần

Kiến thức giáo dục đại cương (38TC)

1. Triết học Mac-Lênin **Số TC: 3**

- *Phân bố thời gian học tập*: 3(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 Lịch sử 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 Mác-Lênin **Số TC: 2**

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

- *Học phần tiên quyết*: Không có

- *Học phần học trước*: Không có

- *Tóm tắt nội dung học phần*: Học phần Kinh tế chính trị Mác – Lênin là học phần bắt buộc giảng dạy cho sinh viên tại các trường Đại học, Cao đẳng được xây dựng theo chương trình lý luận chính trị mới của Bộ Giáo dục & Đào tạo năm 2021. Học phần giúp nhận diện kiến thức cơ bản, hệ thống của kinh tế chính trị Mác – Lênin về phương thức sản xuất TBCN và những vấn đề kinh tế chính trị trong thời kỳ quá độ lên chủ nghĩa xã hội ở Việt Nam hiện nay trong bối cảnh thích ứng với cuộc CMCN lần thứ tư và tác động của hội nhập kinh tế quốc tế tới việc xây dựng nền kinh tế Việt Nam độc lập, tự chủ trong hội nhập, từ đó hình thành tư duy về giải quyết các quan hệ lợi ích giữa Việt Nam với các quốc gia trên thế giới trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế. Học phần này cung cấp cho giúp sinh viên những kiến thức cơ bản làm nền tảng cho học tập và nghiên cứu các môn thuộc khối chuyên ngành.

3. Chủ nghĩa xã hội 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*: Không có

- *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*: Chủ nghĩa xã hội khoa học

- *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. Giúp sinh viên hiểu rõ về hệ thống quan điểm của Hồ Chí Minh về những vấn đề lớn của cách mạng Việt Nam, từ cách mạng dân tộc dân chủ nhân dân, đến cách mạng xã hội chủ nghĩa với mục tiêu cao cả là giải phóng dân tộc, giải phóng giai cấp và giải phóng con người.

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*: Tư tưởng Hồ Chí Minh

- *Tóm tắt nội dung học phần*: Lịch sử Đảng Cộng sản Việt Nam là 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 và Tư tưởng Hồ Chí Minh. Học phần trang bị cho sinh viên sự hiểu biết cơ bản, hệ thống về sự ra đời của Đảng, quá trình lãnh đạo giành chính quyền (1930-1945), kháng chiến chống thực dân Pháp và đế quốc Mỹ xâm lược (1945-1975) cũng như sự nghiệp xây dựng đất nước thời kỳ hòa bình và công cuộc đổi mới (từ năm 1975 đến nay).

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*: Không có

- *Tóm tắt nội dung học phần*: Pháp luật đại cương là học phần bắt buộc thuộc khối kiến thức giáo dục đại cương trong chương trình đào tạo sinh viên đại học. Học phần trang bị cho người học những kiến thức cơ bản về nhà nước và pháp luật như nguồn gốc, bản chất, đặc trưng, chức năng và các kiểu nhà nước, pháp luật. Đồng thời, học phần cũng giúp người học tìm hiểu, nghiên cứu kiến thức cơ bản thuộc các ngành luật trong hệ thống pháp luật Việt Nam như chế độ chính trị, kinh tế, văn hóa, quyền con người, quyền và nghĩa vụ của công dân, bộ máy nhà nước Việt Nam, quyền sở hữu, quyền thừa kế, hợp đồng, vi phạm pháp luật hành chính, tội phạm và quy định pháp luật về phòng chống tham nhũng. Từ đó, người học có thể hiểu và vận dụng được kiến thức lý luận cũng như một số quy định pháp luật vào thực tiễn cuộc sống.

7. Xác suất thống kê **Số TC: 3**

- *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*: Xác suất thống kê là học phần cơ sở của chương trình đào tạo đại học các ngành Kỹ thuật và Kinh tế tại trường đại học Kinh tế Kỹ thuật Công nghiệp. Học phần 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 thuyết, phân tích tương quan và hồi quy.

8. Toán ứng dụng trong kinh tế **Số TC: 3**

- *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*: Toán ứng dụng trong kinh tế là học phần đại cương của chương trình đào tạo bậc đại học ngành Marketing, 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.

9. Nhập môn công nghệ số và ứng dụng AI **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*:

10. Tiếng Anh 1 **Số TC: 4**

- *Phân bố thời gian học tập*: 04 (48,24,120)

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

- *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 Giáo dục đại cương trong chương trình đào tạo ngành Marketing hệ đại học. Học phần này tập trung vào việc phát triển đồng đều cả bốn kỹ năng nghe, nói, đọc và viết ở trình độ A2. Bên cạnh đó, sinh viên sẽ được xây dựng kiến thức cơ bản về từ vựng, ngữ pháp thông qua các tình huống giao tiếp thực tế. Ngoài ra, học phần sẽ trang bị những kỹ năng ngôn ngữ cần thiết để giao tiếp một cách tự tin, hiệu quả và linh hoạt trong môi trường làm việc.

11. Tiếng Anh 2 **Số TC: 4**

- *Phân bố thời gian học tập*: 04 (48,24,120)

- *Học phần tiên quyết*: TOEIC đầu vào ≥ 350

- *Học phần học trước*: Không có

- *Tóm tắt nội dung học phần*: Học phần Tiếng Anh 2 là học phần bắt buộc thuộc khối kiến thức Giáo dục đại cương trong chương trình đào tạo hệ đại học, tập trung vào việc phát triển kỹ năng nghe, nói, đọc và viết ở trình độ A2. Sinh viên sẽ được xây dựng kiến thức cơ bản về từ vựng, ngữ pháp và phát âm thông qua các tình huống giao tiếp thực tế. Bên cạnh đó, sinh viên sẽ được trang bị những kỹ năng ngôn ngữ cần thiết để giao tiếp một cách tự tin, hiệu quả và linh hoạt trong môi trường nghề nghiệp.

12. Tiếng Anh 3 **Số TC: 4**

- *Phân bố thời gian học tập*: 04 (48,24,120)

- *Học phần tiên quyết*: TOEIC đầu vào ≥ 425

- *Học phần học trước*: Không có

- *Tóm tắt nội dung học phần*: Học phần Tiếng Anh 3 dành cho sinh viên không chuyên ngữ, nhằm phát triển năng lực nghe hiểu và đọc hiểu tiếng Anh trong các bối cảnh giao tiếp quen thuộc và môi trường làm việc cơ bản theo định dạng bài thi TOEIC Nghe – Đọc. Học phần đồng thời củng cố và vận dụng từ vựng và cấu trúc ngữ pháp tiếng Anh trong các ngữ cảnh giao tiếp và văn bản thực tế ở trình độ A2–B1. Nội dung học phần được thiết kế theo tiếp cận định hướng năng lực, đảm bảo sự tương thích giữa mục tiêu học phần, chuẩn đầu ra học phần và hình thức đánh giá, góp phần chuẩn bị cho người học tiếp tục các học phần tiếng Anh tiếp theo và đáp ứng yêu cầu sử dụng tiếng Anh trong học tập và công việc.

13. Tiếng Anh 4 **Số TC: 4**

- *Phân bố thời gian học tập*: 04 (48,24,120)
- *Học phần tiên quyết*: TOEIC đầu vào ≥ 500
- *Học phần học trước*: Không có

- *Tóm tắt nội dung học phần*: Học phần tiếng Anh cơ bản 4 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). Nội dung bao gồm các ngữ liệu ngôn ngữ (từ vựng, ngữ pháp, ngữ âm) và các kỹ năng ngôn ngữ (nghe, nói, đọc, viết) cùng các tình huống giao tiếp từ bài 1 đến bài 4 của giáo trình Life A2- B1.

14. 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.

15. Kỹ năng nghề nghiệp - QTMK **Số TC: 1**

- *Phân bố thời gian học tập*: 1(15,0,30)
- *Học phần tiên quyết*: Không có
- *Học phần học trước*: TOEIC đầu vào ≥ 275

- *Tóm tắt nội dung học phần*: Học phần tiếng Anh cơ bản 4 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). Nội dung bao gồm các ngữ liệu ngôn ngữ (từ vựng, ngữ pháp, ngữ âm) và các kỹ năng ngôn ngữ (nghe, nói, đọc, viết) cùng các tình huống giao tiếp từ bài 1 đến bài 4 của giáo trình Life A2- B1.

16. 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...

17. Đổi mới sáng tạo và khởi nghiệp **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*:

Kiến thức Giáo dục chuyên nghiệp (98TC)

18. 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*: Không có

- *Tóm tắt nội dung học phần*: Kinh tế vi mô là học phần bắt buộc thuộc khối kiến thức cơ sở ngành của chương trình đào tạo đại học ngành Marketing. 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.

19. Kinh tế vĩ mô **Số TC: 2**

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

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

- *Học phần học trước*: Không có

- *Tóm tắt nội dung học phần*: Kinh tế vĩ mô là học phần bắt buộc thuộc khối kiến thức cơ sở ngành của chương trình đào tạo đại học ngành Marketing. Học phần 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: các kiến thức về sản lượng, thu nhập quốc dân, tổng cung, tổng cầu, lạm phát, thất nghiệp, hệ thống tài chính – tiền tệ, cách xác định những biến số kinh tế vĩ mô; phân tích sự biến động của nền kinh tế và các kiến thức cơ bản về các chính sách kinh tế vĩ mô.

20. Quản trị học **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*: Quản trị học là học phần bắt buộc thuộc khối kiến thức cơ sở ngành trong chương trình đào tạo đại học ngành Marketing. 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.

21. Lý thuyết hạch toán kế toán **Số TC: 3**

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

- *Học phần tiên quyết*: Không có

- *Học phần học trước*: Kinh tế vi mô, Pháp luật đại cương

- *Tóm tắt nội dung học phần*: Lý thuyết hạch toán kế toán là học phần kiến thức cơ sở ngành của chương trình đào tạo đại học khối ngành kinh tế. Học phần trang bị cho người học những kiến thức cơ bản về bản chất và đối tượng của hạch toán kế toán. 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 – cân đối kế toán; Sổ kế toán và tổ chức công tác kế toán trong doanh nghiệp. Vận dụng các phương pháp kế toán vào quá trình hạch toán kế toán các hoạt động chủ yếu trong doanh nghiệp.

22. Pháp luật 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*: Học phần Pháp luật kinh tế là học phần tự chọn thuộc khối kiến thức cơ sở ngành, người học nắm được những kiến thức, lý luận cơ bản của pháp luật quy định đối với các chủ thể kinh doanh, pháp luật tài chính, pháp luật về hợp đồng, pháp luật về giải quyết tranh chấp trong kinh doanh, pháp luật về phá sản và hoạt động thương mại theo quy định của pháp luật. học phần giúp người học xem xét việc áp dụng pháp luật trong quản lý kinh tế, xử lý thủ tục phá sản và dự phòng rủi ro pháp lý. Qua đó, sinh viên hình thành tư duy quản trị chuẩn mực, tự tin hoạt động trong môi trường kinh tế đúng pháp luật.

23. Nguyên lý thống kê và thống kê kinh doanh Số TC: 2

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

- *Học phần tiên quyết*: Không có

- *Học phần học trước*: Không

- *Tóm tắt nội dung học phần*: Học phần Nguyên lý thống kê và Thống kê kinh doanh là học phần thuộc khối kiến thức cơ sở ngành trong chương trình đào tạo trình độ cử nhân ngành Marketing. Học phần nghiên cứu mặt lượng trong mối quan hệ mật thiết với mặt chất của các hiện tượng kinh tế - tài chính phát sinh trong doanh nghiệp. Từ đó, làm cơ sở giúp nhà quản lý doanh nghiệp đưa ra những quyết định chính xác, kịp thời trong sản xuất, kinh doanh.

24. Văn hoá doanh nghiệp Số TC: 3

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

- *Học phần tiên quyết*: Không có

- *Học phần học trước*: Quản trị học

- *Tóm tắt nội dung học phần*: Văn hoá doanh nghiệp là học phần tự chọn thuộc khối kiến thức cơ sở ngành trong chương trình đào tạo đại học ngành Marketing. Học phần cung cấp kiến thức tổng quan về văn hóa doanh nghiệp (VHDN), cấu trúc, vai trò và các nhân tố ảnh hưởng. Sinh viên được học về các mô hình VHDN, mối quan hệ giữa văn hóa và chiến lược, quy trình xây dựng, phát triển và thay đổi văn hóa trong môi trường kinh doanh toàn cầu. Học phần cũng trang bị kỹ năng nhận diện, phân tích tình huống xung đột văn hóa và đề xuất giải pháp quản lý hiệu quả.

25. Đạo đức kinh doanh Số TC: 3

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

- *Học phần tiên quyết*: Không có

- *Học phần học trước*: Quản trị học

- *Tóm tắt nội dung học phần*: Đạo đức kinh doanh là học phần tự chọn thuộc khối kiến thức cơ sở ngành trong chương trình đào tạo đại học ngành Marketing. Học phần cung cấp kiến thức hệ thống về các chuẩn mực đạo đức trong kinh doanh, trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp (CSR) và các vấn đề đạo đức trong các chức năng quản trị. Người học sẽ được rèn luyện kỹ năng nhận diện, phân tích và giải quyết các xung đột đạo đức trong môi trường kinh doanh thực tiễn.

26. Hệ thống thông tin quản lý 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*: Hệ thống thông tin quản lý là học phần thuộc nhóm kiến thức cơ sở ngành của chương trình đào tạo đại học ngành Marketing. Học phần trang bị cho sinh viên khả năng tiếp cận và giải quyết các vấn đề quản trị kinh doanh bằng 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.

27. Hệ thống thông tin hỗ trợ ra quyết định 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*: Hệ thống thông tin hỗ trợ ra quyết định là học phần tự chọn thuộc nhóm kiến thức cơ sở ngành của chương trình đào tạo đại học ngành Marketing. Học phần trang bị cho sinh viên kiến thức và phương pháp tiếp cận có hệ thống trong việc hỗ trợ ra quyết định quản trị thông qua nền tảng công nghệ thông tin. Nội dung học phần tập trung vào các mô hình ra quyết định, các công cụ phân tích dữ liệu và kỹ thuật hỗ trợ ra quyết định trong các điều kiện khác nhau. Đồng thời, học phần giới thiệu quy trình phát triển hệ thống thông tin hỗ trợ ra quyết định và các xu hướng phát triển DSS trong bối cảnh chuyển đổi số.

28. Tài chính – Tiền tệ Số TC: 3

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

- *Học phần tiên quyết*: Không có

- *Học phần học trước*: Kinh tế vi mô

- *Tóm tắt nội dung học phần*: Học phần Tài chính tiền tệ cung cấp các nội dung nền tảng về tài chính và tiền tệ trong nền kinh tế thị trường. Trong đó, người học sẽ được tìm hiểu cấu trúc và mối quan hệ giữa các bộ phận của hệ thống tài chính, ngân sách nhà nước, tài chính doanh nghiệp, tín dụng, bảo hiểm, thị trường tài chính và các trung gian tài chính, phân tích vai trò của ngân hàng và cơ chế vận hành của chính sách tài khóa, chính sách tiền tệ trong điều tiết kinh tế vĩ mô. Thông qua việc tiếp cận các nguyên lý tài chính, tiền tệ và phương pháp xác định giá trị thời gian của tiền, người học có khả năng vận dụng kiến thức để phân tích, giải thích các hiện tượng kinh tế trong thực tiễn.

29. Tài chính doanh nghiệp Số TC: 3

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

- *Học phần tiên quyết*: Không có

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

- *Tóm tắt nội dung học phần*: Học phần Tài chính doanh nghiệp là môn khoa học cung cấp cho sinh viên các kiến thức liên quan các vấn đề về tài chính của doanh nghiệp như lãi suất, chi phí sử dụng vốn, các quyết định đầu tư; phân tích tài chính doanh nghiệp cũng như kế hoạch hóa tài chính, dự báo tình hình tài chính trong doanh nghiệp

30. Marketing căn bản 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*: Học phần Marketing căn bản thuộc khối kiến thức chung của ngành trong chương trình đào tạo ngành Marketing. Học phần cung cấp 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 kiến thức cơ bản về hành vi mua của khách hàng và các yếu tố ảnh hưởng đến hành vi mua đó; 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 như quyết định về sản phẩm, quyết định về giá bán, quyết định về phân phối và truyền thông marketing.

31. Quản trị Marketing **Số TC: 3**

- *Phân bố thời gian học tập*: 3(36, 18, 90)
- *Học phần tiên quyết*: Không có
- *Học phần học trước*: Kinh tế học vi mô, Kinh tế học vĩ mô

- *Tóm tắt nội dung học phần*: Học phần Quản trị Marketing thuộc khối kiến thức cốt lõi của ngành Marketing. Học phần trang bị cho sinh viên những kiến thức về quản trị hoạt động marketing và việc ứng dụng các lý thuyết quản trị Marketing vào thực tiễn doanh nghiệp, bao 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.

32. Marketing thương mại **Số TC: 3**

- *Phân bố thời gian học tập*: 3(36, 18, 90)
- *Học phần tiên quyết*: Marketing căn bản
- *Học phần học trước*: Marketing căn bản, Quản trị marketing

- *Tóm tắt nội dung học phần*: Marketing thương mại là một học phần thuộc khoa học kinh tế. Học phần marketing thương mại có liên quan nhiều tới các học phần kinh tế, kinh doanh khác. Marketing thương mại giới thiệu các kiến thức, phương pháp, kinh nghiệm và nghệ thuật trong lĩnh vực quản trị và công nghệ kinh doanh ở các loại hình doanh nghiệp thương mại. Do đó, học phần Marketing thương mại là một trong các học phần có vai trò to lớn trong quản lý kinh tế, đặc biệt là quản lý kinh tế vi mô. Marketing thương mại được coi là học phần cơ bản của quản lý kinh tố vi mô và là học phần hạt nhân của khoa học kinh doanh thương mại.

33. Nghiên cứu Marketing **Số TC: 3**

- *Phân bố thời gian học tập*: 3(36, 18, 90)
- *Học phần tiên quyết*: Không có
- *Học phần học trước*: Marketing căn bản

- *Tóm tắt nội dung học phần*: Học phần Nghiên cứu marketing là học phần thuộc khối kiến thức ngành trong chương trình đào tạo đại học ngành marketing. 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 hiểu biết về 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.

34. Quản trị sản phẩm **Số TC: 2**

- *Phân bố thời gian học tập*: 2 (24, 12, 60)
- *Học phần tiên quyết*: Không có
- *Học phần học trước*: Marketing căn bản

- *Tóm tắt nội dung học phần*: Học phần Quản trị sản phẩm thuộc khối kiến thức ngành Marketing. Môn học nhằm trang bị kiến thức và những nghiệp vụ cần thiết để quản trị tập hợp sản phẩm tại doanh nghiệp. Học phần này được xây dựng trên quan điểm quản trị sản phẩm đòi hỏi sự hiểu biết, triển khai nhất quán từ chiến lược phát triển chung của doanh nghiệp. 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. Bên cạnh đó, người học được cung cấp những kiến thức để có thể đánh giá được hiệu quả của chiến lược sản phẩm trong từng giai đoạn khi đưa sản phẩm ra thị trường.

35. Quản trị giá **Số TC: 2**

- *Phân bố thời gian học tập*: 2 (24, 12, 60)
- *Học phần tiên quyết*: Không có
- *Học phần học trước*: Marketing căn bản

- *Tóm tắt nội dung học phần*: Quản trị giá là học phần chuyên ngành của sinh viên ngành Marketing. Học phần cung cấp kiến thức chuyên sâu về quản trị giá, tập trung vào các nội dung sau: 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. Sinh viên vừa học lý thuyết vừa thực hành thông qua quan sát, tìm hiểu một số hoạt động maretking trong thực tế cũng như thảo luận, giải quyết vấn đề theo tình huống.

36. Quản trị kênh phân phối **Số TC: 2**

- *Phân bố thời gian học tập*: 2 (24, 12, 60)

- *Học phần tiên quyết*: Không có

- *Học phần học trước*: Marketing căn bản

- *Tóm tắt nội dung học phần*: Quản trị kênh phân phối là học phần bắt buộc thuộc khối kiến thức chung của ngành 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.

37. Quản trị truyền thông marketing **Số TC: 2**

- *Phân bố thời gian học tập*: 2 (24, 12, 60)

- *Học phần tiên quyết*: Không có

- *Học phần học trước*: Marketing căn bản

- *Tóm tắt nội dung học phần*: Quản trị truyền thông marketing là học phần bắt buộc thuộc khối kiến thức chung của ngành trong chương trình đào tạo của ngành Marketing. 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 tuyền 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.

38. Digital Marketing **Số TC: 3**

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

- *Học phần tiên quyết*: Không có

- *Học phần học trước*: Marketing căn bản

- *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.

39. Tiểu luận 1: Nghiên cứu và Dự báo thị trường Số TC: 3

- *Phân bố thời gian học tập*: 03(0,90,90)

- *Học phần tiên quyết*: Không có

- *Học phần học trước*: Toán ứng dụng trong kinh tế, Marketing căn bản, Nguyên lý thống kê và thống kê kinh doanh, Nghiên cứu Marketing.

- *Tóm tắt nội dung học phần*: Học phần "Tiểu luận 1: Nghiên cứu và dự báo thị trường" thuộc khối kiến thức chung của chương trình đào tạo ngành Marketing. Học phần trang bị cho sinh viên kiến thức và kỹ năng thực hành về xác định vấn đề nghiên cứu, xây dựng kế hoạch nghiên cứu, thiết kế công cụ thu thập dữ liệu, chọn mẫu, thu thập và xử lý dữ liệu, phân tích kết quả nghiên cứu và dự báo thị trường phục vụ ra quyết định marketing tại doanh nghiệp. Học phần được triển khai theo định hướng học tập qua dự án (PBL), trong đó sinh viên làm việc với bối cảnh doanh nghiệp cụ thể, từng bước hình thành sản phẩm nghiên cứu hoàn chỉnh từ khâu xác định vấn đề đến trình bày báo cáo kết quả. Đồng thời, học phần tăng cường ứng dụng công nghệ số, phần mềm SPSS và công cụ AI hỗ trợ trong quá trình thiết kế bảng hỏi, làm sạch dữ liệu, kiểm tra logic và so sánh kết quả dự báo, qua đó phát triển tư duy STEM, năng lực phân tích dữ liệu và giải quyết vấn đề thực tiễn.

40. Thực hành Quản trị Marketing trong doanh nghiệp Số TC: 3

- *Phân bố thời gian học tập*: 03(0,90,90)

- *Học phần tiên quyết*: Quản trị Marketing

- *Học phần học trước*: Marketing căn bản

- *Tóm tắt nội dung học phần*: Học phần Thực hành Quản trị marketing trong Doanh nghiệp giúp sinh viên vận dụng các kiến thức đã học 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.

41. Quản trị quan hệ khách hàng Số TC: 3

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

- *Học phần tiên quyết*: Không có

- *Học phần học trước*: Marketing căn bản

- *Tóm tắt nội dung học phần*: Học phần thuộc khối kiến thức chung của ngành Marketing, Học phần cung cấp cho sinh viên về kiến thức tổng thể về quản trị quan hệ khách hàng (CRM) gồm bản chất của quản trị quan hệ khách hàng, các hoạt động chủ yếu, mối quan hệ giữa quản trị quan hệ khách hàng với các hoạt động quản trị chức năng khác trong doanh nghiệp. Ngoài ra, Học phần này cũng cung cấp các kiến thức về các hoạt động cung cấp dịch vụ cho khách hàng, quy trình lựa chọn chiến lược quản trị quan hệ khách hàng và các công việc tác nghiệp cụ thể khác như quản trị xung đột và duy trì sự hài lòng của khách hàng, kiểm tra, đánh giá và điều chỉnh chiến lược quản trị.

42. Giao dịch và đàm phán kinh doanh **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*: Học phần "Giao dịch và Đàm phán kinh doanh" thuộc khối kiến thức chung của chương trình đào tạo trình độ đại học ngành Marketing. Học phần nghiên cứu các vấn đề cốt lõi của hoạt động giao dịch và đàm phán trong kinh doanh, từ bản chất, mục tiêu đến các yếu tố chi phối quá trình tương tác giữa các bên tham gia. Nội dung học phần làm rõ mối quan hệ giữa giao dịch, đàm phán và hiệu quả hoạt động marketing, đồng thời phân tích các phong cách, chiến lược và kỹ thuật đàm phán được vận dụng trong thực tiễn kinh doanh. Qua học phần, sinh viên hình thành khả năng nhận diện tình huống đàm phán, đánh giá lựa chọn chiến lược phù hợp và nâng cao hiệu quả đạt được thỏa thuận trong môi trường kinh doanh cạnh tranh.

43. Quản trị bán hàng **Số TC: 3**

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

- *Học phần tiên quyết*: Không có

- *Học phần học trước*: Marketing căn bản

- *Tóm tắt nội dung học phần*: Quản trị bán hàng là học phần bắt buộc thuộc khối kiến thức chuyên ngành của ngành Marketing. Học phần trang bị cho người học nền tảng kiến thức và kỹ năng tổ chức, điều hành và tối ưu hoạt động bán hàng trong doanh nghiệp gắn với triển

khai chiến lược Marketing, gồm: quy trình bán hàng, kỹ năng bán hàng trực tiếp; lập kế hoạch–dự báo; thiết lập mục tiêu, chương trình và ngân sách; tổ chức mạng lưới và lực lượng bán hàng; kiểm soát và đánh giá hiệu quả. Kết thúc học phần, sinh viên có thể vận dụng kiến thức để giải quyết tình huống thực tiễn dựa trên dữ liệu, phối hợp làm việc nhóm hiệu quả và định hướng nghề nghiệp trong lĩnh vực bán hàng/kinh doanh.

44. Quản trị bán lẻ **Số TC: 3**

- *Phân bố thời gian học tập*: 3(36, 18, 90)
- *Học phần tiên quyết*: Không có
- *Học phần học trước*: Marketing căn bản

- *Tóm tắt nội dung học phần*: Học phần quản trị bán lẻ là học phần tự chọn thuộc khối kiến thức chung của ngành trong chương trình đào tạo trình độ đại học ngành Marketing. Học phần trang bị cho sinh viên hệ thống kiến thức về hoạt động và quy trình bán lẻ trong nền kinh tế. Nội dung tập trung vào hoạch định chiến lược và tổ chức thực thi các quyết định tại điểm bán bao gồm: lựa chọn địa điểm, quản lý danh mục hàng hóa, thiết kế trưng bày, định giá, xúc tiến và chăm sóc khách hàng. Học phần cũng đi sâu vào quản trị lực lượng bán hàng và kiểm soát hoạt động kinh doanh bán lẻ. Sau khi hoàn thành học phần, sinh viên có thể vận dụng các nguyên lý quản trị để triển khai các nghiệp vụ bán lẻ thực tế tại doanh nghiệp và giải quyết linh hoạt các tình huống phát sinh dựa trên sự thay đổi của thị trường và dữ liệu khách hàng.

45. Quản trị đổi mới sáng tạo **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*: Quản trị đổi mới sáng tạo là học phần thuộc khối kiến thức cốt lõi của ngành trong chương trình đào tạo trình độ đại học ngành Marketing. Học phần trang bị các khái niệm chính, mục đích, vai trò của đổi mới sáng tạo và nội dung quá trình quản trị đổi mới sáng tạo. Các mô hình đổi mới sáng tạo cũng như các mô hình tạo lập, tăng cường giá trị cho tổ chức. Các kiến thức về nguồn gốc của đổi mới sáng tạo, chiến lược đổi mới sáng tạo, ưu nhược điểm của từng loại hình chiến lược đổi mới. Học phần cung cấp cho người học chiến lược, công cụ cần thiết trong thiết kế và phát triển sản phẩm để đổi mới sáng tạo và tiến hành thương mại hóa cho đổi mới sáng tạo.

46. Khởi sự kinh doanh **Số TC: 3**

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

- *Học phần tiên quyết*: Không có

- *Học phần học trước*: Marketing căn bản

- *Tóm tắt nội dung học phần*: Khởi sự kinh doanh là học phần tự chọn thuộc khối kiến thức cốt lõi của ngành trong chương trình đào tạo đại học ngành Marketing. Học phần cung cấp những kiến thức cơ bản về tiến trình khởi nghiệp và cách thức xây dựng mô hình kinh doanh. Trên nền tảng đó, học phần sẽ tập trung vào việc hình thành ý tưởng kinh doanh và xây dựng mô hình kinh doanh cho ý tưởng đã lựa chọn sau đó tạo lập doanh nghiệp và triển khai các việc làm cần thiết cho một doanh nghiệp mới.

47. Xây dựng và phát triển thương hiệu **Số TC: 3**

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

- *Học phần tiên quyết*: Không có

- *Học phần học trước*: Marketing căn bản

- *Tóm tắt nội dung học phần*: Xây dựng và phát triển thương hiệu là học phần tự chọn theo định hướng ứng dụng trong chương trình đào tạo đại học, chuyên ngành Marketing. Học phần này được xây dựng nhằm cung cấp cho sinh viên những kiến thức tổng quan về thương hiệu, xây dựng thương hiệu, bảo vệ thương hiệu, truyền thông thương hiệu, phát triển thương hiệu, xây dựng thương hiệu trên thị trường trong nước và quốc tế.

48. Quản trị thương hiệu **Số TC: 3**

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

- *Học phần tiên quyết*: Không có

- *Học phần học trước*: Marketing căn bản

- *Tóm tắt nội dung học phần*: Học phần quản trị thương hiệu là học phần tự chọn trong chương trình đào tạo đại học ngành Marketing. Học phần được bố trí giảng dạy sau môn học quản trị học và kinh tế vi mô vĩ mô. Học phần trang bị cho sinh viên những kiến thức cơ bản về: Thương hiệu, quản trị thương hiêu; phân loại, các thành tố, tài sản, chiến lược xây dựng thương hiệu, quảng bá thương hiệu, quản trị danh mục thương hiệu, các vấn đề về khai thác thương hiệu, bảo vệ thương hiệu, phát triển và tổ chức quản trị thương hiệu trong điều kiện cạnh tranh gay gắt hiện nay ở Việt Nam.

49. Hành vi khách hàng **Số TC: 3**

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

- *Học phần tiên quyết*: Không có

- *Học phần học trước*: Marketing căn bản

- *Tóm tắt nội dung học phần*: Nghiên cứu hành vi khách hàng tập trung phân tích các yếu tố tâm lý cá nhân, niềm tin, giá trị, phong tục tập quán và sự tương tác xã hội ảnh hưởng đến hành vi mua của người tiêu dùng, qua đó cung cấp nền tảng kiến thức cho hoạt động marketing. Sau khi hoàn thành học phần, người học có khả năng vận dụng kiến thức vào thực tiễn nhằm xây dựng các chiến lược và kế hoạch marketing hiệu quả cho các phân khúc khách hàng mục tiêu và tiềm năng.

50. Hành vi người tiêu dùng **Số TC: 3**

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

- *Học phần tiên quyết*: Không có

- *Học phần học trước*: Marketing căn bản

- *Tóm tắt nội dung học phần*: Nghiên cứu hành vi người tiêu dùng tập trung vào giới thiệu các lý thuyết khoa học về hành vi người tiêu dùng và vai trò của nghiên cứu hành vi người tiêu dùng trong marketing, nghiên cứu những nhóm yếu tố chủ yếu ảnh hưởng đến hành vi người tiêu dùng trong quá trình mua sắm và sử dụng sản phẩm. Trên cơ sở đó thảo luận việc ứng dụng những hiểu biết hành vi người tiêu dùng vào quá trình ra quyết định về các chính sách và công cụ marketing trong thực tiễn.

51. Thực hành quản trị quan hệ khách hàng **Số TC: 3**

- *Phân bố thời gian học tập*: 03(0,90,90)

- *Học phần tiên quyết*: Marketing căn bản

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

- *Tóm tắt nội dung học phần*: Học phần Thực hành quản trị quan hệ khách hàng là học phần chuyên ngành thuộc chương trình đào tạo đại học của ngành Marketing. Học phần trang bị cho sinh viên những kỹ năng quản trị quan hệ khách hàng chuyên nghiệp: xây dựng và quản trị cơ sở dữ liệu khách hàng, xây dựng quy trình chăm sóc khách hàng, kỹ năng nhận diện và tương tác với khách hàng, kỹ năng giải quyết xung đột với khách hàng. Với định hướng sinh viên ra trường có thể ứng dụng tốt môn học vào làm việc ở mọi vị trí trong lĩnh vực quản trị quan hệ khách hàng, học phần còn cung cấp cho sinh viên kỹ năng thực hành các nghiệp vụ quản trị quan hệ khách hàng trên phần mềm Misa Amis nhằm giúp sinh viên có thể tiếp cận với một phần mềm CRM hiện đại, có tính ứng dụng cao trong công việc thực tế tại các doanh nghiệp sau này.

52. Thực hành quản trị bán hàng **Số TC: 3**

- *Phân bố thời gian học tập*: 03(0,90,90)
- *Học phần tiên quyết*: Quản trị bán hàng
- *Học phần học trước*: Không có

- *Tóm tắt nội dung học phần*: Thực hành Quản trị bán hàng là học phần bắt buộc của ngành Marketing, giúp người học vận dụng quy trình quản trị bán hàng vào bối cảnh doanh nghiệp/cửa hàng. Học phần phát triển tư duy STEM, năng lực số và nền tảng ứng dụng AI thông qua việc tổ chức lực lượng bán, thiết lập và phân bổ KPI, triển khai chăm sóc khách hàng, xây dựng kịch bản bán hàng, đồng thời phân tích dữ liệu khách hàng, doanh số và kênh bán trên CRM (MISA AMIS Sales) để theo dõi tiến độ, trích xuất báo cáo và đánh giá hiệu quả. Người học được tổ chức theo định hướng dạy học dự án (Project-based Learning), thực hiện Dự án Quản trị bán hàng tại doanh nghiệp từ khảo sát dữ liệu, thiết kế giải pháp, thử nghiệm kịch bản đến đánh giá và cải tiến. Trong quá trình đó, sinh viên rèn luyện khả năng sử dụng công cụ số/AI ở mức phù hợp, xử lý linh hoạt các tình huống bán hàng/Marketing theo biến động thị trường và thể hiện năng lực tự chủ khi làm việc độc lập hoặc phối hợp nhóm, bảo đảm tiến độ, chất lượng, tuân thủ quy định và đạo đức nghề nghiệp.

Module1: Marketing

53. Marketing dịch vụ **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*: Marketing dịch vụ là học phần thuộc khối kiến thức chuyên ngành trong chương trình đào tạo đại học ngành Marketing. Học phần trang bị cho người học các kiến thức nền tảng và ứng dụng về marketing trong lĩnh vực dịch vụ, bao gồm bản chất và đặc điểm của dịch vụ; hành vi khách hàng dịch vụ; hệ thống sản xuất và cung ứng dịch vụ; chất lượng dịch vụ và marketing-mix dịch vụ (7P). Thông qua các tình huống thực tiễn và bài tập ứng dụng, học phần giúp người học có được năng lực phân tích, đánh giá và đề xuất các giải pháp marketing nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ, sự hài lòng và trải nghiệm khách hàng. Học phần đồng thời chú trọng rèn luyện kỹ năng làm việc nhóm, tư duy phản biện và tác phong chuyên nghiệp, góp phần chuẩn bị cho người học khả năng thích ứng với môi trường doanh nghiệp dịch vụ trong bối cảnh cạnh tranh và chuyển đổi số.

54. Tiểu luận 2: Thực hành lập kế hoạch marketing **Số TC: 3**

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

- *Học phần tiên quyết*: Không có

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

- *Tóm tắt nội dung học phần*: Tiểu luận 2: Thực hành lập kế hoạch Marketing là một học phần thuộc khối kiến thức chuyên ngành trong chương trình đào tạo đại học ngành Marketing. Học phần giúp sinh viên vận dụng và phân tích các kiến thức về Marketing để xây dựng kế hoạch Marketing cho sản phẩm, dịch vụ hoặc doanh nghiệp trong bối cảnh cụ thể. Làm thế nào để thiết kế một kế hoạch Marketing tích hợp, ứng dụng các công cụ trí tuệ nhân tạo (AI) và phân tích dữ liệu (STEM) nhằm giải quyết một thách thức tăng trưởng cụ thể của doanh nghiệp trong kỷ nguyên số? Đồng thời, học phần góp phần hình thành ý thức làm việc có trách nhiệm, và tuân thủ yêu cầu chuyên môn trong quá trình thực hiện nhiệm vụ học tập.

55. Thực hành Digital Marketing **Số TC: 3**

- *Phân bố thời gian học tập*: 03(0,90,90)

- *Học phần tiên quyết*: Không có

- *Học phần học trước*: Digital Marketing

- *Tóm tắt nội dung học phần*: Thực hành Digital Marketing là học phần thuộc khối kiến thức chuyên ngành của chương trình đào tạo đại học ngành Marketing. Học phần được xây dựng nhằm trang bị cho sinh viên năng lực thực hành trong việc phân tích bối cảnh kinh doanh số và xây dựng chiến lược Digital Marketing phù hợp với mục tiêu của doanh nghiệp. Thông qua học phần, sinh viên có khả năng vận dụng các công cụ và phương pháp Digital Marketing để phân tích môi trường, hành vi khách hàng số, từ đó xây dựng và triển khai các chính sách marketing trong môi trường số, bao gồm chính sách sản phẩm, chính sách giá, chính sách phân phối và đặc biệt là các chính sách truyền thông – xúc tiến hỗn hợp trên nền tảng số. Học phần ứng dụng Trí tuệ nhân tạo (AI), đặc biệt Generative AI, trong việc tạo nội dung quảng cáo, tối ưu hóa chiến dịch, phân tích dữ liệu khách hàng và tự động hóa quy trình marketing. Học phần chú trọng gắn kết giữa lý thuyết và thực tiễn thông qua các hoạt động thực hành, bài tập tình huống và dự án nhóm, góp phần hình thành và phát triển năng lực nghề nghiệp cho sinh viên trong lĩnh vực Digital Marketing.

56. Marketing quốc tế **Số TC: 3**

- *Phân bố thời gian học tập*: 03(36,18,90)

- *Học phần tiên quyết*: Không có

- *Học phần học trước*: Marketing căn bản

- *Tóm tắt nội dung học phần*: Học phần Marketing quốc tế thuộc khối kiến thức chuyên ngành của chương trình đào tạo ngành Marketing. Học phần cung cấp cho sinh viên các kiến thức về hoạt động marketing ứng dụng trong môi trường kinh doanh quốc tế, 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.

57. Marketing chiến lược **Số TC: 3**

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

- *Học phần tiên quyết*: Không có

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

- *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.

58. Thực tập cuối khoá **Số TC: 3**

- *Phân bố thời gian học tập*: 5(0, 150, 0)

- *Học phần tiên quyết*: Không có

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

- *Tóm tắt nội dung học phần*: Thực tập cuối khóa là cung cấp cho sinh viên môi trường trải nghiệm công việc chuyên môn thực tế, giúp sinh viên vận dụng tổng hợp hệ thống lý thuyết Marketing đã học để nghiên cứu, phân tích và đánh giá các hoạt động kinh doanh, quản trị và Marketing tại một doanh nghiệp cụ thể. Qua quá trình này, sinh viên hình thành các kỹ năng thực nghề, giải quyết các vấn đề phát sinh tại nơi làm việc và xây dựng tác phong đạo đức nghề nghiệp, nhằm đạt được sự hội nhập nhanh chóng và sẵn sàng đảm nhận các vị trí công việc chuyên môn chính thức sau khi tốt nghiệp.

59. Khoá luận tốt nghiệp **Số TC: 3**

- *Phân bố thời gian học tập*: 09(0,270,0)

- *Học phần tiên quyết*: Theo qui định nhà trường

- *Tóm tắt nội dung học phần*: Khóa luận tốt nghiệp là học phần cốt lõi thuộc khối kiến thức chuyên ngành Marketing, đóng vai trò là công trình nghiên cứu tổng hợp giúp sinh viên khẳng định năng lực chuyên môn trước khi tốt nghiệp. Trong bối cảnh chuyển đổi số, học phần khuyến khích sinh viên ứng dụng các công cụ trí tuệ nhân tạo (AI) để phân tích và tối ưu hóa các chiến dịch Marketing kỹ thuật số. Qua quá trình thực hiện, sinh viên rèn luyện kỹ năng thực hành nghề nghiệp chuyên sâu, tư duy phản biện và khả năng ứng dụng công nghệ trong khai thác dữ liệu. Đồng thời, khóa luận là minh chứng cho tinh thần trách nhiệm, đạo đức nghề nghiệp, tính tự chủ và sự tự tin thực nghề của người học trong môi trường làm việc chuyên nghiệp.

60. Chuyên đề 1: Marketing khách hàng tổ chức (Marketing B2B) Số TC: 3

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

- *Học phần tiên quyết*: Không có

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

- *Tóm tắt nội dung học phần*: Chuyên đề 1: Học phần Marketing khách hàng tổ chức là học phần thuộc khối kiến thức chuyên ngành của chương trình đào tạo ngành Marketing. Học phần cung cấp cho sinh viên kiến thức về đặc điểm thị trường khách hàng tổ chức, hành vi mua của tổ chức và cách thức xây dựng các chính sách marketing phù hợp với thị trường B2B.Thông qua quá trình thực hiện chuyên đề tại doanh nghiệp, sinh viên vận dụng kiến thức lý thuyết để phân tích thực trạng hoạt động marketing B2B, đánh giá hiệu quả các chính sách marketing hiện hành và đề xuất giải pháp cải thiện hoạt động marketing đối với khách hàng tổ chức. Chuyên đề được định hướng bởi câu hỏi trung tâm:“Làm thế nào để doanh nghiệp B2B có thể tối ưu hóa hoạt động marketing và quản trị quan hệ khách hàng tổ chức thông qua việc kết hợp các công cụ marketing truyền thống với các công nghệ số và trí tuệ nhân tạo nhằm nâng cao hiệu quả tiếp cận khách hàng và tăng tỷ lệ chuyển đổi trong bối cảnh chuyển đổi số?”. Trong quá trình thực hiện chuyên đề, sinh viên được khuyến khích ứng dụng các công cụ phân tích dữ liệu và công nghệ số (STEM) như Excel nâng cao, CRM, công cụ AI hỗ trợ nghiên cứu (ChatGPT, AI analytics…) để phân tích dữ liệu khách hàng tổ chức, từ đó đưa ra các giải pháp marketing dựa trên dữ liệu thực tiễn.

61. Chuyên đề 2: Marketing thương mại điện tử Số TC: 3

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

- *Học phần tiên quyết*: Không có

- *Học phần học trước*: Marketing căn bản

- *Tóm tắt nội dung học phần*: Chuyên đề Marketing thương mại điện tử là học phần kiến thức chuyên ngành thuộc chương trình đào tạo đại học Module Marketing. Học phần trang bị cho người học những kiến thức và kỹ năng cần thiết để phân tích, lập kế hoạch, triển khai, kiểm tra và đánh giá các hoạt động marketing trong môi trường điện tử. Nội dung học phần tập trung vào tổng quan về marketing thương mại điện tử; hành vi mua của khách hàng điện tử và nghiên cứu thị trường điện tử; lập kế hoạch marketing điện tử; quản trị các công cụ marketing hỗn hợp trong thương mại điện tử bao gồm quản trị sản phẩm chào hàng, quản trị định giá, quản trị truyền thông và quản trị phân phối; cùng với hoạt động kiểm tra và đánh giá marketing thương mại điện tử. Thông qua học phần, người học có khả năng vận dụng các lý thuyết marketing phù hợp để tổ chức và quản lý hiệu quả hoạt động marketing trong bối cảnh kinh doanh số.

62. Chuyên đề 3: Tổ chức sự kiện **Số TC: 3**

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

- *Học phần tiên quyết*: Không có

- *Học phần học trước*: Marketing căn bản

- *Tóm tắt nội dung học phần*: Chuyên đề tổ chức sự kiện là học phần kiến thức chuyên ngành thuộc chương trình đào tạo đại học Module 1 Marketing. Học phần 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 số sự kiện phổ biến trong chuyên ngành Kinh tế gia đình và các kỹ năng cần thiết cho quá trình tổ chức sự kiện. Đây là học phần cung cấp kiến thức chuyên ngành, đồng thời, rèn luyện cho sinh viên những kỹ năng mềm và kỹ năng chuyên môn cần thiết để có thể hiểu về hoạt động của các tổ chức sự kiện hoặc có thể tự tổ chức các hoạt động các sự kiện.

Module 2: Truyền thông Marketing

53. Quảng cáo và Khuyến mại **Số TC: 3**

- *Phân bố thời gian học tập*: 03(36,18,90)

- *Học phần tiên quyết*: Không có

- *Học phần học trước*: Marketing căn bản

- *Tóm tắt nội dung học phần*: Quảng cáo và khuyến mại một hoạt động không thể thiếu được của một doanh nghiệp, là công cụ quan trọng để khai thác thị trường và là một trong năm công cụ chủ

yếu mà các công ty sử dụng để hướng thông tin thuyết phục vào người mua. Từ đó, Quảng cáo & Khuyến mãi sẽ góp phần để bán hàng nhanh hơn, nhiều hơn và do đó sẽ tăng hiệu quả của kinh doanh. Học phần cung cấp cho sinh viên những kiến thức về quản trị hoạt động quảng cáo và khuyến mại từ đó áp dụng vào doanh nghiệp để thực hiện hoạt động quảng cáo và khuyến mại. Các nội dung bao gồm: tổng quan về quảng cáo, xác định mục tiêu và ngân sách quảng cáo, chiến lược thông điệp quảng cáo, chiến lược phương tiện quảng cáo, sáng tạo trong quảng cáo, kế hoạch khuyến mại và mối quan hệ với quảng cáo, và các hình thức khuyến mại.

54. Tiểu luận 2: Lập kế hoạch truyền thông marketing Số TC: 3

- *Phân bố thời gian học tập*: 03(36,18,90)
- *Học phần tiên quyết*: Không có
- *Học phần học trước*: Quản trị truyền thông marketing

- *Tóm tắt nội dung học phần*: Tiểu luận 2: Lập kế hoạch truyền thông marketing là học phần phát triển kỹ năng chuyên môn, thuộc khối kiến thức chuyên ngành bắt buộc của module Truyền thông marketing trong chương trình đào tạo của ngành Marketing. Học phần giúp sinh viên vận dụng các kiến thức đã học của học phần lý thuyết "Quản trị truyền thông marketing" vào thực tiễn thông qua các nội dung cụ thể: Lập kế hoạch chương trình truyền thông marketing tích hợp, xây dựng kế hoạch và thực hiện chương trình quảng cáo, xúc tiến bán, quan hệ công chúng, marketing trực tiếp, bán hàng cá nhân, marketing trực tuyến.

55. Thực hành Digital Marketing Số TC: 3

- *Phân bố thời gian học tập*: 03(0,90,90)
- *Học phần tiên quyết*: Không có
- *Học phần học trước*: Digital Marketing

- *Tóm tắt nội dung học phần*: Thực hành Digital Marketing là học phần thuộc khối kiến thức chuyên ngành của chương trình đào tạo đại học ngành Marketing. Học phần được xây dựng nhằm trang bị cho sinh viên năng lực thực hành trong việc phân tích bối cảnh kinh doanh số và xây dựng chiến lược Digital Marketing phù hợp với mục tiêu của doanh nghiệp. Thông qua học phần, sinh viên có khả năng vận dụng các công cụ và phương pháp Digital Marketing để phân tích môi trường, hành vi khách hàng số, từ đó xây dựng và triển khai các chính sách marketing trong môi trường số, bao gồm chính sách sản phẩm, chính sách giá, chính sách phân phối và đặc biệt là các chính sách truyền thông – xúc tiến hỗn hợp trên nền tảng số. Học phầ ứng dụng Trí tuệ nhân tạo (AI), đặc biệt Generative AI, trong việc tạo nội dung quảng cáo, tối ưu hóa chiến dịch, phân tích

dữ liệu khách hàng và tự động hóa quy trình marketing. Học phần chú trọng gắn kết giữa lý thuyết và thực tiễn thông qua các hoạt động thực hành, bài tập tình huống và dự án nhóm, góp phần hình thành và phát triển năng lực nghề nghiệp cho sinh viên trong lĩnh vực Digital Marketing.

56. Bán lẻ trực tuyến **Số TC: 3**

- *Phân bố thời gian học tập*: 03(36,18,90)
- *Học phần tiên quyết*: Không có
- *Học phần học trước*: Quản trị bán hàng

- *Tóm tắt nội dung học phần*: Học phần quản trị bán lẻ là học phần bắt buộc thuộc khối kiến thức chuyên ngành trong chương trình đào tạo trình độ đại học ngành Marketing. Học phần trang bị cho người học các kiến thức cơ bản về hình thức bán lẻ trực tuyến như: quy trình bán lẻ trực tuyến, lập kế hoạch kinh doanh bán lẻ trực tuyến, quản trị website và cơ sở dữ liệu, kiểm soát hoạt động bán lẻ.. Học phần rèn luyện cho sinh viên những kỹ năng mềm và kỹ năng chuyên môn cần thiết để có thể hiểu về hoạt động của các tổ chức bán lẻ hoặc có thể tự tổ chức hoạt động bán lẻ trực tuyến của doanh nghiệp.

57. Truyền thông Marketing tích hợp **Số TC: 3**

- *Phân bố thời gian học tập*: 03(36,18,90)
- *Học phần tiên quyết*: Không có
- *Học phần học trước*: Quản trị marketing

- *Tóm tắt nội dung học phần*: Truyền thông marketing tích hợp là học phần tự chọn thuộc khối kiến thức chuyên ngành của ngành trong chương trình đào tạo của ngành Marketing, module Truyền thông marketing. 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 tuyền 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.

58. Thực tập cuối khoá **Số TC: 3**

- *Phân bố thời gian học tập*: 5(0, 150, 0)
- *Học phần tiên quyết*: Không có

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

- *Tóm tắt nội dung học phần*: Thực tập cuối khóa là cung cấp cho sinh viên môi trường trải nghiệm công việc chuyên môn thực tế, giúp sinh viên vận dụng tổng hợp hệ thống lý thuyết Marketing đã học để nghiên cứu, phân tích và đánh giá các hoạt động kinh doanh, quản trị và Marketing tại một doanh nghiệp cụ thể. Qua quá trình này, sinh viên hình thành các kỹ năng thực nghề, giải quyết các vấn đề phát sinh tại nơi làm việc và xây dựng tác phong đạo đức nghề nghiệp, nhằm đạt được sự hội nhập nhanh chóng và sẵn sàng đảm nhận các vị trí công việc chuyên môn chính thức sau khi tốt nghiệp.

59. Khoá luận tốt nghiệp **Số TC: 3**

- *Phân bố thời gian học tập*: 09(0,270,0)

- *Học phần tiên quyết*: Theo qui định nhà trường

- *Tóm tắt nội dung học phần*: Khóa luận tốt nghiệp là học phần cốt lõi thuộc khối kiến thức chuyên ngành Marketing, đóng vai trò là công trình nghiên cứu tổng hợp giúp sinh viên khẳng định năng lực chuyên môn trước khi tốt nghiệp. Trong bối cảnh chuyển đổi số, học phần khuyến khích sinh viên ứng dụng các công cụ trí tuệ nhân tạo (AI) để phân tích và tối ưu hóa các chiến dịch Marketing kỹ thuật số. Qua quá trình thực hiện, sinh viên rèn luyện kỹ năng thực hành nghề nghiệp chuyên sâu, tư duy phản biện và khả năng ứng dụng công nghệ trong khai thác dữ liệu. Đồng thời, khóa luận là minh chứng cho tinh thần trách nhiệm, đạo đức nghề nghiệp, tính tự chủ và sự tự tin thực nghề của người học trong môi trường làm việc chuyên nghiệp.

60. Chuyên đề 1: Quan hệ công chúng **Số TC: 3**

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

- *Học phần tiên quyết*: Không có

- *Học phần học trước*: Không có

- *Tóm tắt nội dung học phần*: Chuyên đề Quan hệ công chúng là học phần kiến thức chuyên ngành thuộc chương trình đào tạo đại học, định hướng ứng dụng trong lĩnh vực marketing và quản trị. Học phần trang bị cho người học kiến thức và kỹ năng để nhận diện, phân tích, đánh giá và đề xuất giải pháp đối với các hoạt động quan hệ công chúng trong doanh nghiệp. Nội dung học phần tập trung vào bản chất và vai trò của quan hệ công chúng, các nhóm công chúng của doanh nghiệp, hoạt động giao tiếp và quản trị mối quan hệ với công chúng nội bộ, khách hàng, đối tác, truyền thông và cộng đồng. Thông qua việc gắn kết với thực tiễn doanh nghiệp, đặc biệt trong bối cảnh sinh viên đi thực tập, học phần giúp người học vận dụng các nguyên tắc và phương pháp nghiệp

vụ quan hệ công chúng nhằm góp phần xây dựng hình ảnh, uy tín và mối quan hệ bền vững cho đơn vị. Đồng thời, học phần bước đầu định hướng người học khai thác dữ liệu truyền thông, sử dụng công cụ số và công cụ AI hỗ trợ ở mức phù hợp để phân tích phản hồi của công chúng, đánh giá hiệu quả hoạt động quan hệ công chúng và đề xuất giải pháp truyền thông trong bối cảnh số.

61. Chuyên đề 2: Quản trị khủng hoảng truyền thông Số TC: 3

- *Phân bố thời gian học tập*: 03(0,90,90)

- *Học phần tiên quyết*: Không có

- *Học phần học trước*: Quản trị Marketing, Quản trị truyền thông Marketing

- *Tóm tắt nội dung học phần*: Khủng hoảng truyền thông là quá trình mà theo đó một tổ chức có thể đối mặt với các sự kiện, vấn đề về truyền thông, hình ảnh thương hiệu, đôi khi không thể đoán trước, qua đó đe dọa và gây tổn hại đến tổ chức, các bên liên quan hoặc giới công chúng. Học phần quản trị khủng hoảng truyền thông cung cấp những kiến thức cơ bản về khủng hoảng và quản trị khủng hoảng, các giai đoạn chủ yếu của quá trình khủng hoảng và biện pháp, các kĩ thuật xử lý khủng hoảng, áp dụng AI trong việc thu thập dữ liệu trên mạng xã hội, dự báo sớm khủng hoảng và rủi ro theo cách tiếp cận. STEM, sinh viên sẽ áp dụng kiến thức và kỹ năng để có thể xử lý và quản trị khủng hoảng truyền thông cho một tổ chức.

62. Chuyên đề 3: Truyền thông mạng xã hội Số TC: 3

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

- *Học phần tiên quyết*: Không có

- *Học phần học trước*: Quản trị truyền thông marketing

- *Tóm tắt nội dung học phần*: Chuyên đề 3: Truyền thông mạng xã hội là một học phần thuộc khối kiến thức chuyên ngành trong chương trình đào tạo đại học ngành Marketing. Học phần giúp sinh viên tổng hợp kiến thức truyền thông mạng xã hội và vận dụng các các kênh và công cụ truyền thông mạng xã hội nhằm nâng cao hiệu quả của hoạt động truyền thông Marketing tại các doanh nghiệp/tổ chức. Đồng thời, làm thế nào để xây dựng một chiến dịch truyền thông mạng xã hội đột phá, ứng dụng trí tuệ nhân tạo AI để tối ưu hoá ngân sách và tăng hiệu quả truyền thông trong bối cảnh kinh tế số hiện nay. Kết thúc học phần sinh viên có thể lập kế hoạch và tổ chức triển khai hoạt động truyền thông mạng xã hội phù hợp với mục tiêu và nguồn lực của doanh nghiệp trên các nền tảng số.

14. Hướng dẫn thực hiện

14.1. 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:

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

+ 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;

+ Thông tư số 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 số 08/2021/TT-BGDĐT ngày 18/3/2021 Bộ trưởng Bộ Giáo dục và Đào tạo ban hành Quy chế đào tạo trình độ đại học;

+ Quyết định số 832/QĐ-ĐHKTKTCN ngày 20 tháng 9 năm 2023 của Trường Đại học Kinh tế - Kỹ thuật Công nghiệp về việc ban hành Quy chế đào tạo đại học chính quy 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.

14.2. 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:

o 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)

o 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:

o Các học phần lý thuyết: Tại lớp học không quá 30 tiết/ tuần và đảm bảo không quá 15 giờ/tuần/học phần. Được chia thành các phần: Lý thuyết, Bài tập + Kiểm tra, Thực hành môn học.

o 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.

15. Đánh giá và cập nhật, cải tiến chương trình đào tạo

Định kỳ tối thiểu 2 năm một lần, Trưởng khoa quản lý chương trình đào tạo tổ chức rà soát, đánh giá, cập nhật chương trình đào tạo theo quy định hiện hành của Trường Đại học Kinh tế - Kỹ thuật Công nghiệp.

Chu kỳ đánh giá tổng thể chương trình đào tạo tối đa là 05 năm; quy trình đánh giá tổng thể tương tự với quy trình xây dựng mới chương trình đào tạo.

Hiệu trưởng quyết định ban hành chương trình đào tạo dưới dạng chương trình đào tạo mới hoặc chương trình đào tạo cập nhật, bổ sung trên cơ sở đề xuất của Hội đồng Khoa học và Đào tạo sau khi chương trình đào tạo được điều chỉnh cập nhật.

Hà Nội, ngày 30 tháng 5 năm 2026

HIỆU TRƯỞNG

(Đã ký)

TS. Trần Hoàng Long