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

CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO

Tên chương trình đào tạo: Cử nhân Marketing
Trình độ đào tạo: Đại học
Ngành đào tạo: Marketing
Mã số: 7340115
Loại hình đào tạo: Chính quy

(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)
(Áp dụng đối với khóa 18)

1. Mục tiêu đào tạo

1.1. 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.

1.2. 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, 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.

2. Chuẩn đầu ra chương trình đào tạo

2.1. Chuẩn đầu ra của chương trình đào tạo

Sinh viên tốt nghiệp ngành Marketing có khả năng:

STT	Kí hiệu	Chuẩn đầu ra CTĐT (PLO) và Chỉ số thực hiện (PIs)	Mức độ năng lực của CĐR
Kiến thức chung			
1	**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	**3**
		PI 1.1. *Áp dụng* kiến thức về khoa học xã hội, chính trị và pháp luật để đề xuất các giải pháp cho các vấn đề thuộc lĩnh vực kinh doanh, Marketing tại doanh nghiệp/đơn vị, phù hợp quy định pháp luật và chuẩn mực nghề nghiệp.	3
		PI 1.2. *Áp dụng* kiến thức về khoa học tự nhiên để thực hiện các quy trình Marketing trong doanh nghiệp/đơn vị, tuân thủ các nguyên lý chuyên môn và phù hợp bối cảnh tổ chức.	3
Kiến thức chuyên môn			
2	**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.	**3**
		PI 2.1. *Áp dụng* được kiến thức quản lý và các chức năng kinh doanh để nhận diện và phân tích các vấn đề Marketing của doanh nghiệp.	3
		PI 2.2. *Áp dụng* được kiến thức cơ bản về kinh tế phù hợp với bối cảnh của của doanh nghiệp, đơn vị	3
3	**PLO3**	*Phân tích* được môi trường kinh doanh để triển khai các chiến lược Marketing tại doanh nghiệp	**4**
		PI 3.1. *Phân tích* được các yếu tố về thị trường, hành vi khách hàng để thực thi chiến lược Marketing cho doanh nghiệp	4
		PI 3.2. *Phân tích* được các hoạt động Marketing để có giải pháp thực thi các chiến dịch Marketing trong doanh nghiệp	4
		Định hướng đào tạo: Marketing (modul 1)	
4	**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	**4**
		PI 4.1.01 *Thiết lập* được các kế hoạch Marketing trong các tình huống kinh doanh khác nhau.	4

STT	Kí hiệu	Chuẩn đầu ra CTĐT (PLO) và Chỉ số thực hiện (PIs)	Mức độ năng lực của CĐR
		PI 4.2.01 *Đề xuất* được những giải pháp thực tiễn trong quá trình thực thi kế hoạch Marketing trong doanh nghiệp.	4
		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**
		PI 4.1.02 *Thiết lập* được kế hoạch để xây dựng, triển khai và đánh giá hiệu quả dự án truyền thông Marketing	4
		PI 4.2.02 *Đề xuất* được các giải pháp nhằm giải quyết các tình huống truyền thông Marketing trong doanh nghiệp.	4
Kỹ năng chung			
5	**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.	**3**
		PI 5.1. *Trình bày* phản biện và truyền đạt các ý tưởng, giải pháp chuyên môn một cách rõ ràng, logic, thuyết phục để giải quyết vấn đề thực tiễn phức tạp.	3
		PI 5.2. *Điều hành* tổ chức công việc nhóm, đánh giá và phân loại chất lượng sản phẩm công việc trong bối cảnh thực tiễn doanh nghiệp, qua đó thể hiện tinh thần khởi nghiệp.	3
6	**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.	**3**
		PI 6.1 *Vận dụng* tư duy STEM, năng lực số để phân tích dữ liệu hỗ trợ ra quyết định triển khai các chiến lược Marketing tại doanh nghiệp	3
		PI 6.2 *Ứng dụng* các công cụ Digital Marketing để tối ưu hóa các quy trình Marketing, truyền thông Marketing trong môi trường kinh doanh số.	3

STT	Kí hiệu	Chuẩn đầu ra CTĐT (PLO) và Chỉ số thực hiện (PIs)	Mức độ năng lực của CĐR
7	**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.	**3**
		PI 7.1. *Đọc và hiểu* các tài liệu tiếng Anh thông dụng liên quan đến công việc.	3
		PI 7.2. *Giao tiếp* hiệu quả bằng tiếng Anh trong các tình huống thường gặp ở nơi làm việc.	3
Kỹ năng chuyên môn			
8	**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.	**3**
		PI 8.1. *Sử dụng* được các phần mềm và dịch vụ công nghệ thông tin để lập kế hoạch triển khai chiến lược Marketing tại doanh nghiệp	3
		PI 8.2. *Khai thác* nguồn dữ liệu để đánh giá và tối ưu hiệu quả chiến lược Marketing tại doanh nghiệp	3
9	**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	**3**
		PI 9.1. *Thực hiện* được kỹ năng phân tích thị trường trong bối cảnh môi trường kinh doanh biến động	3
		PI 9.2. *Thực hiện* giải quyết các tình huống Marketing linh hoạt dựa trên dữ liệu và thay đổi của thị trường.	3
		Định hướng đào tạo: Marketing (modul 1)	
10	**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.	**4**
		PI 10.1.01 *Hình thành* được kỹ năng lập kế hoạch nghiên cứu, phân tích thị trường và hành vi khách hàng	4
		PI 10.2.01 *Tích hợp* các kỹ năng thực hành chuyên môn để triển khai và điều chỉnh kịp thời các chính sách Marketing bảo đảm tối ưu hoá hiệu quả hoạt động trong điều kiện môi trường kinh doanh thay đổi.	4

STT	Kí hiệu	Chuẩn đầu ra CTĐT (PLO) và Chỉ số thực hiện (PIs)	Mức độ năng lực của CĐR
		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**
		PI 10.1.02 *Hình thành* được kỹ năng lập kế hoạch truyền thông Marketing	4
		PI 10.2.02 *Điều hành* tổ chức triển khai các hoạt động truyền thông Marketing hiệu quả trong doanh nghiệp	4
Mức tự chủ trách nhiệm			
11	**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.	**3**
		PI11.1. *Thể hiện* khả năng tổ chức và quản lý công việc Marketing phù hợp bối cảnh thực tiễn doanh nghiệp.	3
		PI11.2. *Thể hiện* khả năng lập luận logic về các chính sách Marketing trong các tình huống kinh doanh	3
12	**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	**3**
		PI12.1. *Tuân thủ* đúng các nguyên tắc, chuẩn mực về đạo đức nghề nghiệp trong thực hiện nhiệm vụ Marketing tại doanh nghiệp	3
		PI12.2. *Thể hiện* được trách nhiệm nghề nghiệp trong hoạt động kinh doanh	3

2.2. 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 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

2.3. 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*

2.4. 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.

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

Mục tiêu của CTĐT		**Chuẩn đầu ra của CTĐT**												
		PLO1	**PLO2**	**PLO3**	**PLO4.01**	**PLO4.02**	**PLO5**	**PLO6**	**PLO7**	**PLO8**	**PLO9**	**PLO10.01**	**PLO10.02**	**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	X													

	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.		X	X	X	X								
PO3	Thể hiện được kỹ năng giao tiếp, 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

4. 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*

5. Đối tượng tuyển sinh: Người học đảm bảo Chuẩn đầu vào chương trình đào tạo đại học – Người học phải tốt nghiệp trung học phổ thông hoặc tương đương theo quy định của Bộ Giáo dục và Đào tạo.

6. Quy trình đào tạo, điều kiện tốt nghiệp

- Đào tạo theo học chế tín chỉ.

- 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.

7. Cách thức đánh giá: Theo thang điểm 10**,** Theo thang điểm 4 và thang điểm chữ được quy định cụ thể trong Quy chế đào tạo đại học chính quy theo hệ thống tín chỉ của Trường Đại học Kinh tế - Kỹ thuật Công nghiệp.

8. Nội dung chương trình

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**		
001102	1. Xác suất thống kê	KHƯD	3	(36,18,90)	X
002378	2. Toán ứng dụng trong kinh tế	KHƯD	3	(36,18,90)	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
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

Mã học phần	Học phần	Khoa/Bộ môn thực hiện	Số tín chỉ	Khối lượng kiến thức (LT,TH/TL,Tự học)	Ghi chú
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**		
	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

Mã học phần	Học phần	Khoa/Bộ môn thực hiện	Số tín chỉ	Khối lượng kiến thức (LT,TH/TL,Tự học)	Ghi chú
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
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

Mã học phần	Học phần	Khoa/Bộ môn thực hiện	Số tín chỉ	Khối lượng kiến thức (LT,TH/TL,Tự học)	Ghi chú
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**		
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

Mã học phần	Học phần	Khoa/Bộ môn thực hiện	Số tín chỉ	Khối lượng kiến thức (LT,TH/TL,Tự học)	Ghi chú
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
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

9. Hướng dẫn thực hiện

9.1. 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;

+ 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;

- 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.

9.2. Kế hoạch đào tạo

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

- Học kỳ I bao gồm các nội dung:
  - Sinh hoạt chính trị đầu năm: 1 tuần.
  - Học tập: 15 tuần
  - thi học kỳ, dự trữ:
- Học kỳ II bao gồm các nội dung:
  - Nghỉ tết: 2 tuần.

- Sinh hoạt lớp, LĐ công ích: 1 tuần.
- Học tập: 15 tuần
- Thi học kỳ, dự trữ:
- Thi lại của học kỳ I (Được tổ chức sau khi nghỉ tết khoảng 3 tuần)

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.

9.3. Chế độ công tác giảng viên

Căn cứ quy chế chi tiêu nội bộ hiện hành của Hiệu trưởng Trường Đại học Kinh tế - Kỹ thuật Công nghiệp.

Hà Nội, ngày 30 tháng 05 năm 2026

HIỆU TRƯỞNG

(Đã ký)

TS. Trần Hoàng Long

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

CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO

Tên chương trình đào tạo: Cử nhân Marketing
Trình độ đào tạo: Đại học
Ngành đào tạo: Marketing
Mã số: 7340115
Loại hình đào tạo: Chính quy

(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)
(Áp dụng đối với khóa 19)

1. Mục tiêu đào tạo

1.1. 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.

1.2. 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, 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.

2. Chuẩn đầu ra chương trình đào tạo

2.1. Chuẩn đầu ra của chương trình đào tạo

Sinh viên tốt nghiệp ngành Marketing có khả năng:

STT	Kí hiệu	Chuẩn đầu ra CTĐT (PLO) và Chỉ số thực hiện (PIs)	Mức độ năng lực của CĐR
Kiến thức chung			
1	**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	**3**
		PI 1.1. *Áp dụng* kiến thức về khoa học xã hội, chính trị và pháp luật để đề xuất các giải pháp cho các vấn đề thuộc lĩnh vực kinh doanh, Marketing tại doanh nghiệp/đơn vị, phù hợp quy định pháp luật và chuẩn mực nghề nghiệp.	3
		PI 1.2. *Áp dụng* kiến thức về khoa học tự nhiên để thực hiện các quy trình Marketing trong doanh nghiệp/đơn vị, tuân thủ các nguyên lý chuyên môn và phù hợp bối cảnh tổ chức.	3
Kiến thức chuyên môn			
2	**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.	**3**
		PI 2.1. *Áp dụng* được kiến thức quản lý và các chức năng kinh doanh để nhận diện và phân tích các vấn đề Marketing của doanh nghiệp.	3
		PI 2.2. *Áp dụng* được kiến thức cơ bản về kinh tế phù hợp với bối cảnh của của doanh nghiệp, đơn vị	3
3	**PLO3**	*Phân tích* được môi trường kinh doanh để triển khai các chiến lược Marketing tại doanh nghiệp	**4**
		PI 3.1. *Phân tích* được các yếu tố về thị trường, hành vi khách hàng để thực thi chiến lược Marketing cho doanh nghiệp	4
		PI 3.2. *Phân tích* được các hoạt động Marketing để có giải pháp thực thi các chiến dịch Marketing trong doanh nghiệp	4
		Định hướng đào tạo: Marketing (modul 1)	
4	**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	**4**

STT	Kí hiệu	Chuẩn đầu ra CTĐT (PLO) và Chỉ số thực hiện (PIs)	Mức độ năng lực của CĐR
		PI 4.1.01 *Thiết lập* được các kế hoạch Marketing trong các tình huống kinh doanh khác nhau.	4
		PI 4.2.01 *Đề xuất* được những giải pháp thực tiễn trong quá trình thực thi kế hoạch Marketing trong doanh nghiệp.	4
		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**
		PI 4.1.02 *Thiết lập* được kế hoạch để xây dựng, triển khai và đánh giá hiệu quả dự án truyền thông Marketing	4
		PI 4.2.02 *Đề xuất* được các giải pháp nhằm giải quyết các tình huống truyền thông Marketing trong doanh nghiệp.	4
Kỹ năng chung			
5	**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.	**3**
		PI 5.1. *Trình bày* phản biện và truyền đạt các ý tưởng, giải pháp chuyên môn một cách rõ ràng, logic, thuyết phục để giải quyết vấn đề thực tiễn phức tạp.	3
		PI 5.2. *Điều hành* tổ chức công việc nhóm, đánh giá và phân loại chất lượng sản phẩm công việc trong bối cảnh thực tiễn doanh nghiệp, qua đó thể hiện tinh thần khởi nghiệp.	3
6	**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.	**3**
		PI 6.1 *Vận dụng* tư duy STEM, năng lực số để phân tích dữ liệu hỗ trợ ra quyết định triển khai các chiến lược Marketing tại doanh nghiệp	3

STT	Kí hiệu	Chuẩn đầu ra CTĐT (PLO) và Chỉ số thực hiện (PIs)	Mức độ năng lực của CĐR
		PI 6.2 *Ứng dụng* các công cụ Digital Marketing để tối ưu hóa các quy trình Marketing, truyền thông Marketing trong môi trường kinh doanh số.	3
7	**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.	**3**
		PI 7.1. *Đọc và hiểu* các tài liệu tiếng Anh thông dụng liên quan đến công việc.	3
		PI 7.2. *Giao tiếp* hiệu quả bằng tiếng Anh trong các tình huống thường gặp ở nơi làm việc.	3
Kỹ năng chuyên môn			
8	**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.	**3**
		PI 8.1. *Sử dụng* được các phần mềm và dịch vụ công nghệ thông tin để lập kế hoạch triển khai chiến lược Marketing tại doanh nghiệp	3
		PI 8.2. *Khai thác* nguồn dữ liệu để đánh giá và tối ưu hiệu quả chiến lược Marketing tại doanh nghiệp	3
9	**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	**3**
		PI 9.1. *Thực hiện* được kỹ năng phân tích thị trường trong bối cảnh môi trường kinh doanh biến động	3
		PI 9.2. *Thực hiện* giải quyết các tình huống Marketing linh hoạt dựa trên dữ liệu và thay đổi của thị trường.	3
		Định hướng đào tạo: Marketing (modul 1)	
10	**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.	**4**
		PI 10.1.01 *Hình thành* được kỹ năng lập kế hoạch nghiên cứu, phân tích thị trường và hành vi khách hàng	4

STT	Kí hiệu	Chuẩn đầu ra CTĐT (PLO) và Chỉ số thực hiện (PIs)	Mức độ năng lực của CĐR
		PI 10.2.01 *Tích hợp* các kỹ năng thực hành chuyên môn để triển khai và điều chỉnh kịp thời các chính sách Marketing bảo đảm tối ưu hoá hiệu quả hoạt động trong điều kiện môi trường kinh doanh thay đổi.	4
		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**
		PI 10.1.02 *Hình thành* được kỹ năng lập kế hoạch truyền thông Marketing	4
		PI 10.2.02 *Điều hành* tổ chức triển khai các hoạt động truyền thông Marketing hiệu quả trong doanh nghiệp	4
Mức tự chủ trách nhiệm			
11	**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.	**3**
		PI11.1. *Thể hiện* khả năng tổ chức và quản lý công việc Marketing phù hợp bối cảnh thực tiễn doanh nghiệp.	3
		PI11.2. *Thể hiện* khả năng lập luận logic về các chính sách Marketing trong các tình huống kinh doanh	3
12	**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	**3**
		PI12.1. *Tuân thủ* đúng các nguyên tắc, chuẩn mực về đạo đức nghề nghiệp trong thực hiện nhiệm vụ Marketing tại doanh nghiệp	3
		PI12.2. *Thể hiện* được trách nhiệm nghề nghiệp trong hoạt động kinh doanh	3

2.2. 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 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

2.3. 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*

2.4. 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.

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

Mục tiêu của CTĐT	**Chuẩn đầu ra của CTĐT**												
	PLO1	**PLO2**	**PLO3**	**PLO4.01**	**PLO4.02**	**PLO5**	**PLO6**	**PLO7**	**PLO8**	**PLO9**	**PLO10.01**	**PLO10.02**	**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												
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, 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

4. 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*

5. Đối tượng tuyển sinh: Người học đảm bảo Chuẩn đầu vào chương trình đào tạo đại học – Người học phải tốt nghiệp trung học phổ thông hoặc tương đương theo quy định của Bộ Giáo dục và Đào tạo.

6. Quy trình đào tạo, điều kiện tốt nghiệp

- Đào tạo theo học chế tín chỉ.

- 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.

7. Cách thức đánh giá: Theo thang điểm 10**,** Theo thang điểm 4 và thang điểm chữ được quy định cụ thể trong Quy chế đào tạo đại học chính quy theo hệ thống tín chỉ của Trường Đại học Kinh tế - Kỹ thuật Công nghiệp.

8. Nội dung chương trình

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
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)	

Mã học phần	Học phần	Khoa/Bộ môn thực hiện	Số tín chỉ	Khối lượng kiến thức (LT,TH/TL,Tự học)	Ghi chú
	1.6. 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
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

Mã học phần	Học phần	Khoa/Bộ môn thực hiện	Số tín chỉ	Khối lượng kiến thức (LT,TH/TL,Tự học)	Ghi chú
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
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

Mã học phần	Học phần	Khoa/Bộ môn thực hiện	Số tín chỉ	Khối lượng kiến thức (LT,TH/TL,Tự học)	Ghi chú
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
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***		

Mã học phần	Học phần	Khoa/Bộ môn thực hiện	Số tín chỉ	Khối lượng kiến thức (LT,TH/TL,Tự học)	Ghi chú
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
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

9. Hướng dẫn thực hiện

9.1. 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;

+ 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;

- 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.

9.2. Kế hoạch đào tạo

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

- Học kỳ I bao gồm các nội dung:
  - Sinh hoạt chính trị đầu năm: 1 tuần.
  - Học tập: 15 tuần
  - thi học kỳ, dự trữ:
- Học kỳ II bao gồm các nội dung:
  - Nghỉ tết: 2 tuần.
  - Sinh hoạt lớp, LĐ công ích: 1 tuần.
  - Học tập: 15 tuần
  - Thi học kỳ, dự trữ:

- Thi lại của học kỳ I (Được tổ chức sau khi nghỉ tết khoảng 3 tuần)

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.

9.3. Chế độ công tác giảng viên

Căn cứ quy chế chi tiêu nội bộ hiện hành của Hiệu trưởng Trường Đại học Kinh tế - Kỹ thuật Công nghiệp.

Hà Nội, ngày 30 tháng 05 năm 2026

HIỆU TRƯỞNG

(Đã ký)

TS. Trần Hoàng Long

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

CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO

Tên chương trình đào tạo: Cử nhân Marketing
Trình độ đào tạo: Đại học
Ngành đào tạo: Marketing
Mã số: 7340115
Loại hình đào tạo: Chính quy

(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)
(Áp dụng từ khóa 20)

1. Mục tiêu đào tạo

1.1. 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.

1.2. 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, 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.

2. Chuẩn đầu ra chương trình đào tạo

2.1. Chuẩn đầu ra của chương trình đào tạo

Sinh viên tốt nghiệp ngành Marketing có khả năng:

STT	Kí hiệu	Chuẩn đầu ra CTĐT (PLO) và Chỉ số thực hiện (PIs)	Mức độ năng lực của CĐR
Kiến thức chung			
1	**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	**3**
		PI 1.1. *Áp dụng* kiến thức về khoa học xã hội, chính trị và pháp luật để đề xuất các giải pháp cho các vấn đề thuộc lĩnh vực kinh doanh, Marketing tại doanh nghiệp/đơn vị, phù hợp quy định pháp luật và chuẩn mực nghề nghiệp.	3
		PI 1.2. *Áp dụng* kiến thức về khoa học tự nhiên để thực hiện các quy trình Marketing trong doanh nghiệp/đơn vị, tuân thủ các nguyên lý chuyên môn và phù hợp bối cảnh tổ chức.	3
Kiến thức chuyên môn			
2	**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.	**3**
		PI 2.1. *Áp dụng* được kiến thức quản lý và các chức năng kinh doanh để nhận diện và phân tích các vấn đề Marketing của doanh nghiệp.	3
		PI 2.2. *Áp dụng* được kiến thức cơ bản về kinh tế phù hợp với bối cảnh của của doanh nghiệp, đơn vị	3
3	**PLO3**	*Phân tích* được môi trường kinh doanh để triển khai các chiến lược Marketing tại doanh nghiệp	**4**
		PI 3.1. *Phân tích* được các yếu tố về thị trường, hành vi khách hàng để thực thi chiến lược Marketing cho doanh nghiệp	4
		PI 3.2. *Phân tích* được các hoạt động Marketing để có giải pháp thực thi các chiến dịch Marketing trong doanh nghiệp	4
		Định hướng đào tạo: Marketing (modul 1)	
4	**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	**4**
		PI 4.1.01 *Thiết lập* được các kế hoạch Marketing trong các tình huống kinh doanh khác nhau.	4

STT	Kí hiệu	Chuẩn đầu ra CTĐT (PLO) và Chỉ số thực hiện (PIs)	Mức độ năng lực của CĐR
		PI 4.2.01 *Đề xuất* được những giải pháp thực tiễn trong quá trình thực thi kế hoạch Marketing trong doanh nghiệp.	4
		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**
		PI 4.1.02 *Thiết lập* được kế hoạch để xây dựng, triển khai và đánh giá hiệu quả dự án truyền thông Marketing	4
		PI 4.2.02 *Đề xuất* được các giải pháp nhằm giải quyết các tình huống truyền thông Marketing trong doanh nghiệp.	4
Kỹ năng chung			
5	**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.	**3**
		PI 5.1. *Trình bày* phản biện và truyền đạt các ý tưởng, giải pháp chuyên môn một cách rõ ràng, logic, thuyết phục để giải quyết vấn đề thực tiễn phức tạp.	3
		PI 5.2. *Điều hành* tổ chức công việc nhóm, đánh giá và phân loại chất lượng sản phẩm công việc trong bối cảnh thực tiễn doanh nghiệp, qua đó thể hiện tinh thần khởi nghiệp.	3
6	**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.	**3**
		PI 6.1 *Vận dụng* tư duy STEM, năng lực số để phân tích dữ liệu hỗ trợ ra quyết định triển khai các chiến lược Marketing tại doanh nghiệp	3
		PI 6.2 *Ứng dụng* các công cụ Digital Marketing để tối ưu hóa các quy trình Marketing, truyền thông Marketing trong môi trường kinh doanh số.	3

STT	Kí hiệu	Chuẩn đầu ra CTĐT (PLO) và Chỉ số thực hiện (PIs)	Mức độ năng lực của CĐR
7	**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.	**3**
		PI 7.1. *Đọc và hiểu* các tài liệu tiếng Anh thông dụng liên quan đến công việc.	3
		PI 7.2. *Giao tiếp* hiệu quả bằng tiếng Anh trong các tình huống thường gặp ở nơi làm việc.	3
Kỹ năng chuyên môn			
8	**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.	**3**
		PI 8.1. *Sử dụng* được các phần mềm và dịch vụ công nghệ thông tin để lập kế hoạch triển khai chiến lược Marketing tại doanh nghiệp	3
		PI 8.2. *Khai thác* nguồn dữ liệu để đánh giá và tối ưu hiệu quả chiến lược Marketing tại doanh nghiệp	3
9	**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	**3**
		PI 9.1. *Thực hiện* được kỹ năng phân tích thị trường trong bối cảnh môi trường kinh doanh biến động	3
		PI 9.2. *Thực hiện* giải quyết các tình huống Marketing linh hoạt dựa trên dữ liệu và thay đổi của thị trường.	3
		Định hướng đào tạo: Marketing (modul 1)	
10	**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.	**4**
		PI 10.1.01 *Hình thành* được kỹ năng lập kế hoạch nghiên cứu, phân tích thị trường và hành vi khách hàng	4
		PI 10.2.01 *Tích hợp* các kỹ năng thực hành chuyên môn để triển khai và điều chỉnh kịp thời các chính sách Marketing bảo đảm tối ưu hoá hiệu quả hoạt động trong điều kiện môi trường kinh doanh thay đổi.	4

STT	Kí hiệu	Chuẩn đầu ra CTĐT (PLO) và Chỉ số thực hiện (PIs)	Mức độ năng lực của CĐR
		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**
		PI 10.1.02 *Hình thành* được kỹ năng lập kế hoạch truyền thông Marketing	4
		PI 10.2.02 *Điều hành* tổ chức triển khai các hoạt động truyền thông Marketing hiệu quả trong doanh nghiệp	4
Mức tự chủ trách nhiệm			
11	**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.	**3**
		PI11.1. *Thể hiện* khả năng tổ chức và quản lý công việc Marketing phù hợp bối cảnh thực tiễn doanh nghiệp.	3
		PI11.2. *Thể hiện* khả năng lập luận logic về các chính sách Marketing trong các tình huống kinh doanh	3
12	**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	**3**
		PI12.1. *Tuân thủ* đúng các nguyên tắc, chuẩn mực về đạo đức nghề nghiệp trong thực hiện nhiệm vụ Marketing tại doanh nghiệp	3
		PI12.2. *Thể hiện* được trách nhiệm nghề nghiệp trong hoạt động kinh doanh	3

2.2. 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 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

2.3. 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*

2.4. 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.

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

Mục tiêu của CTĐT		**Chuẩn đầu ra của CTĐT**												
		PLO1	**PLO2**	**PLO3**	**PLO4.01**	**PLO4.02**	**PLO5**	**PLO6**	**PLO7**	**PLO8**	**PLO9**	**PLO10.01**	**PLO10.02**	**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													

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, 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

4. 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*

5. Đối tượng tuyển sinh: Người học đảm bảo Chuẩn đầu vào chương trình đào tạo đại học – Người học phải tốt nghiệp trung học phổ thông hoặc tương đương theo quy định của Bộ Giáo dục và Đào tạo.

6. Quy trình đào tạo, điều kiện tốt nghiệp

- Đào tạo theo học chế tín chỉ.

- 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.

7. Cách thức đánh giá: Theo thang điểm 10**,** Theo thang điểm 4 và thang điểm chữ được quy định cụ thể trong Quy chế đào tạo đại học chính quy theo hệ thống tín chỉ của Trường Đại học Kinh tế - Kỹ thuật Công nghiệp.

8. Nội dung chương trình

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
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

Mã học phần	Học phần	Khoa/Bộ môn thực hiện	Số tín chỉ	Khối lượng kiến thức (LT,TH/TL,Tự học)	Ghi chú
002969	4. Đổi mới sáng tạo và khởi nghiệp	KHUD	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
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)	

Mã học phần	Học phần	Khoa/Bộ môn thực hiện	Số tín chỉ	Khối lượng kiến thức (LT,TH/TL,Tự học)	Ghi chú
	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
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

Mã học phần	Học phần	Khoa/Bộ môn thực hiện	Số tín chỉ	Khối lượng kiến thức (LT,TH/TL,Tự học)	Ghi chú
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
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

Mã học phần	Học phần	Khoa/Bộ môn thực hiện	Số tín chỉ	Khối lượng kiến thức (LT,TH/TL,Tự học)	Ghi chú
	2.3.1.2.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
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

9. Hướng dẫn thực hiện

9.1. 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;

+ 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;

- 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.

9.2. Kế hoạch đào tạo

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

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

- Nghỉ hè.
- Thi lại của học kỳ II (Được tổ chức ngay đầu kỳ nghỉ hè)
- Tổ chức học bù, học phụ đạo, học vượt ...
- Thi học kỳ phụ.

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

Chú ý:

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

- Quy định thực hiện các học phần:

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.

9.3. Chế độ công tác giảng viên

Căn cứ quy chế chi tiêu nội bộ hiện hành của Hiệu trưởng Trường Đại học Kinh tế - Kỹ thuật Công nghiệp.

Hà Nội, ngày 30 tháng 05 năm 2026

HIỆU TRƯỞNG

(Đã ký)

TS. Trần Hoàng Long