

BỘ TÀI CHÍNH
TRƯỜNG ĐẠI HỌC TÀI CHÍNH - MARKETING

CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO
TRÌNH ĐỘ ĐẠI HỌC CHÍNH QUY
(CHƯƠNG TRÌNH CHẤT LƯỢNG CAO)

Tp.Hồ Chí Minh, năm 2017

BỘ TÀI CHÍNH
HỌC TÀI CHÍNH – MARKETING

CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO CHẤT LƯỢNG CAO
(Ban hành theo Quyết định số 1253/QĐ-ĐHTCM, ngày 15 tháng 9 năm 2017
của Hiệu trưởng trường Đại học Tài chính - Marketing)

Tên chương trình : **Quản trị Marketing**
Tên tiếng Anh : **Marketing management**
Trình độ đào tạo : **Đại học**
Ngành đào tạo : **Marketing** Mã số : **52340115**
Hình thức đào tạo : **Chính quy – học chế tín chỉ**

1. CĂN CỨ XÂY DỰNG CHƯƠNG TRÌNH

1.1. Căn cứ pháp lý

- Quyết định 1981/QĐ-TTg ngày 18 tháng 10 năm 2016 của Thủ tướng Chính phủ về Phê duyệt Khung cơ cấu hệ thống giáo dục quốc dân;
- Quyết định 1982//QĐ-TTg ngày 18 tháng 10 năm 2016 của Thủ tướng Chính phủ về Phê duyệt Khung trình độ quốc gia Việt Nam;
- Thông tư 07/2015/TT-BGDĐT ngày 16/04/2015 của Bộ trưởng Bộ giáo dục và đào tạo “Ban hành quy định về khối lượng kiến thức tối thiểu, yêu cầu về năng lực mà người học đạt được sau khi tốt nghiệp đối với mỗi trình độ đào tạo của giáo dục đại học và quy trình xây dựng, thẩm định, ban hành chương trình đào tạo trình độ đại học, thạc sĩ, tiến sĩ”;
- Thông tư 08/2011/TT-BGDĐT ngày 17/02/2011 của Bộ trưởng Bộ giáo dục và đào tạo quy định điều kiện, hồ sơ, quy trình mở ngành đào tạo, đình chỉ tuyển sinh, thu hồi quyết định mở ngành đào tạo trình độ đại học, trình độ cao đẳng;
- Văn bản hợp nhất số 17/VBHN-BGDĐT ngày 15/05/2014 của Bộ Giáo dục và Đào tạo ban hành Quy chế đào tạo đại học và cao đẳng hệ chính quy theo hệ thống tín chỉ;
- Thông tư số 25/2016/TT-BGDĐT ngày 14 tháng 10 năm 2015 của Bộ Giáo dục và Đào tạo quy định về chương trình môn học Giáo dục thể chất thuộc các chương trình đào tạo trình độ đại học;
- Thông tư số 23/2014/TT-BGDĐT ngày 18 tháng 7 năm 2014 của Bộ Giáo dục và Đào tạo ban hành quy định về đào tạo chất lượng cao trình độ đại học;

- Quyết định số 378/QĐ - TTg ngày 23/03/2015 Thủ tướng Chính phủ về việc phê duyệt Đề án thí điểm đổi mới cơ chế hoạt động đối với Trường Đại học Tài chính – Marketing giai đoạn 2015 – 2017;

- Quyết định số 781/QĐ-DHTCM ngày 06/06/2017 của Hiệu trưởng Trường Đại học Tài chính – Marketing về “Quy định đào tạo đại học hệ chính quy theo học chế tín chỉ tại trường Đại học Tài chính – Marketing”.

1.2. Căn cứ thực tiễn

- Nhu cầu của xã hội về nhân lực có kiến thức và trình độ chuyên môn về marketing và quản trị marketing;
- Dự báo của Trung tâm dự báo nguồn nhân lực TP. Hồ Chí Minh cho biết tổng nhu cầu nhân lực ngành Truyền thông – Quảng cáo – Marketing của TP. Hồ Chí Minh giai đoạn 2015-2020 đến năm 2025 là 21.600 người;
- Ý kiến đóng góp của nhà tuyển dụng (doanh nghiệp) và cựu sinh viên;
- Các chương trình đào tạo tham khảo trong và ngoài nước;
- Khả năng đào tạo của Khoa marketing và của nhà trường.

2. MỤC TIÊU ĐÀO TẠO (AIMS OF PROGRAMME)

2.1. Mục tiêu chung (objectives of programme)

- Chương trình đào tạo Cử nhân marketing chuyên ngành quản trị marketing cung cấp cho sinh viên một nền tảng khoa học sâu rộng trong ngành marketing và chuyên ngành quản trị marketing, cho phép sự linh hoạt trong việc lựa chọn nghề nghiệp và phát triển khả năng để học tiếp bậc sau đại học và học tập suốt đời trong môi trường đa văn hóa và thay đổi liên tục.
- Sau khi hoàn thành chương trình đào tạo và tốt nghiệp, sinh viên nắm vững kiến thức cơ bản, lập luận ngành và chuyên ngành để phân tích Marketing, hoạch định và thực hiện các chiến lược, kế hoạch, chương trình Marketing cho doanh nghiệp/tổ chức.

2.2. Mục tiêu cụ thể (specifically of objective)

- Sinh viên vững vàng ở khối kiến thức cơ bản và lập luận ngành về khoa học xã hội, khoa học chính trị và pháp luật, kinh tế, quản trị, kế toán, tài chính.
- Có kiến thức và năng lực thực hành cơ bản về marketing và quản trị marketing.
- Các sinh viên tốt nghiệp có kiến thức và kỹ năng thực hành chuyên sâu về quản trị marketing như nghiên cứu marketing, hoạch định marketing, triển khai thực hiện và đánh giá các chương trình marketing ở cấp độ chiến lược và chiến thuật.

3. CHUẨN ĐẦU RA (LEARNING OUTCOMES)

Bảng 1: Chuẩn đầu ra của chương trình đào tạo cử nhân quản trị marketing

CHỦ ĐỀ CHUẨN ĐẦU RA CỦA CHƯƠNG TRÌNH		CHI TIẾT KẾT CHUẨN ĐẦU RA
Khối kiến thức (Knowledge Blocks)	Kiến thức cơ bản và lập luận ngành	<p>Đạt được sự hiểu biết cơ bản về khoa học xã hội, khoa học chính trị và pháp luật;</p> <p>Giải thích được cơ bản về kinh tế vi mô, vĩ mô, thống kê trong kinh tế và kinh doanh, nguyên lý kế toán, tài chính, quản trị;</p> <p>Đạt được kiến thức thực tế vững chắc, kiến thức lý thuyết sâu, rộng trong ngành marketing, vận dụng được các công cụ, qui trình để thực hiện nghiên cứu khoa học, nghiên cứu thị trường;</p> <p>Đủ kiến thức và năng lực tiếng Anh và tin học để đáp ứng yêu cầu công việc trong tiếp cận và triển khai hoạt động marketing ở thị trường trong nước và quốc tế.</p>
	Kiến thức chuyên ngành quản trị marketing	<p>Đạt được sự hiểu biết sâu sắc và vững vàng các nguyên lý, công cụ và qui trình marketing;</p> <p>Phân tích, đánh giá được các yếu tố môi trường marketing, đối thủ cạnh tranh và nội lực của doanh nghiệp phục vụ cho hoạt động quản trị marketing của doanh nghiệp/ tổ chức;</p> <p>Có khả năng hoạch định, triển khai thực thi, đo lường đánh giá marketing ở cấp độ chiến lược cho doanh nghiệp/tổ chức;</p> <p>Đủ khả năng hoạch định, triển khai thực thi, đo lường đánh giá marketing ở cấp độ chiến thuật cho doanh nghiệp/tổ chức.</p>
Kỹ năng (Skill)	Kỹ năng nghề nghiệp (kỹ năng cứng)	<p>Đạt được kỹ năng cần thiết để có thể giải quyết các vấn đề phức tạp trong việc lập kế hoạch, tổ chức thực hiện, kiểm tra đánh giá và quản trị các hoạt động Marketing ở cấp độ chiến lược và chiến thuật;</p> <p>Có kỹ năng dẫn dắt, khởi nghiệp, tạo việc làm cho mình và cho người khác và phổ biến kiến thức, kỹ năng, vấn đề và giải pháp đến người khác.</p>
	Kỹ năng mềm (cá nhân)	<p>Kỹ năng phản biện, phê phán, truyền đạt, và sử dụng các giải pháp thay thế trong điều kiện môi trường không xác định hoặc thay đổi.</p> <p>Có thể chất và sức khỏe đáp ứng yêu cầu công việc; Đạt được năng lực ngoại ngữ, công nghệ thông tin và kỹ năng mềm đáp ứng được yêu cầu làm việc và phát triển bản thân</p>

		trong môi trường trong nước và quốc tế.
Thái độ/Năng lực tự chủ, chịu trách nhiệm (Attitude)	Thái độ/ năng lực cá nhân với xã hội (Kỹ năng và phẩm chất giữa các cá nhân)	<p>Có năng lực làm việc độc lập và làm việc nhóm, tự chịu trách nhiệm cá nhân, trách nhiệm nhóm, trách nhiệm xã hội và đạo đức nghề nghiệp;</p> <p>Phát triển được thái độ tích cực, dẫn thân và sáng tạo trong hướng dẫn, giám sát những người khác thực hiện nhiệm vụ xác định trong nghề marketing và trong cuộc sống.</p> <p>Có năng lực tự định hướng đưa ra kết luận chuyên môn, lập kế hoạch, điều phối, quản lý các nguồn lực, đánh giá và cải thiện hiệu quả các hoạt động và có thể bảo vệ được quan điểm cá nhân, đồng thời phát triển chuyên môn ở mức độ cao hơn với thái độ tích cực học tập suốt đời.</p>

4. KHỐI LƯỢNG KIẾN THỨC TOÀN KHÓA

Tổng khối lượng kiến thức toàn chương trình đào tạo là 136 tín chỉ (chưa bao gồm giáo dục thể chất, quốc phòng và kỹ năng mềm).

5. ĐỐI TƯỢNG TUYỂN SINH

Đối tượng tuyển sinh thực hiện theo Quy chế tuyển sinh đại học, cao đẳng hệ chính quy hiện hành của Bộ Giáo dục và Đào tạo ban hành.

6. QUI TRÌNH ĐÀO TẠO, ĐIỀU KIỆN TỐT NGHIỆP

6.1 Qui trình đào tạo:

Thực hiện qui trình đào tạo theo học chế tín chỉ, được cụ thể hóa theo các quy định của nhà trường.

6.2 Cấu trúc chương trình:

Chương trình đào tạo có tổng 136 tín chỉ (chưa kể giáo dục thể chất, quốc phòng và kỹ năng mềm) gồm 2 khối kiến thức:

+ Các học phần thuộc khối kiến thức giáo dục đại cương (39 tín chỉ)

+ Các học phần thuộc khối kiến thức giáo dục chuyên nghiệp (97 tín chỉ), gồm Kiến thức cơ sở khối ngành, cơ sở ngành, Kiến thức ngành và chuyên ngành.

6.3 Đánh giá kết quả học tập

Phương pháp đánh giá kết quả học tập của từng học phần được thể hiện trong đề cương chi tiết của học phần. Giảng viên sẽ thông báo cụ thể trong quá trình giảng. Thang điểm đánh giá kết quả học tập các học phần của sinh viên theo đề cương học phần và theo qui định ở điều 25, Chương III, Qui định về tổ chức đào tạo theo học chế tín chỉ của trường, ban hành tại Quyết định số 1194/QĐ/ĐHTCM-QLĐT, ngày 19/7/2012.

6.4 Triển khai thực hiện chương trình

❖ Phân bố thời gian đào tạo:

Các học phần sẽ được phân bố trong 8 học kỳ, tùy thuộc vào khả năng và nguyện vọng, sinh viên có thể đăng ký học vượt hay kéo dài thời gian học tập. Thời gian kéo dài theo qui định của Bộ Giáo dục và Đào tạo.

❖ Phương pháp dạy và học:

- Chương trình đào tạo tập trung vào cải tiến phương pháp giảng dạy theo hướng tăng cường kỹ năng tự học và tự nghiên cứu, tăng cường kỹ năng thực hành, giúp sinh

viên có cơ hội tiếp cận với thực tiễn của doanh nghiệp; tăng cường đào tạo các kỹ năng mềm, ngoại ngữ và tin học... giúp sinh viên có khả năng thích ứng cao với môi trường làm việc sau khi tốt nghiệp, cụ thể:

- Kết hợp quá trình giảng dạy, hướng dẫn của giảng viên và tự đào tạo của sinh viên, đề cao và khuyến khích tinh thần học tập và tự nghiên cứu của sinh viên.

- Bồi dưỡng kỹ năng nghề nghiệp thông qua các hình thức thực hành nghề và tiếp cận thực tiễn của sinh viên như làm các báo cáo thực hành nghề, kiến tập và viết báo cáo, tổ chức cho sinh viên báo cáo các kết quả nghiên cứu...

- Tăng cường các hoạt động ngoại khóa và rèn luyện các kỹ năng mềm cho sinh viên.

❖ **Khóa luận tốt nghiệp hoặc Thực tập cuối khóa và học các môn thay thế**

- Sinh viên viết Khóa luận cuối khóa theo quy Quyết định số 17/VBHN-BGDĐT ngày 15/05/2014 của Bộ trưởng Bộ Giáo Dục và Đào Tạo ban hành qui chế đào tạo đại học và cao đẳng hệ chính qui theo hệ thống tín chỉ.

- Những sinh viên đủ điều kiện sẽ được thực tập tốt nghiệp và viết khóa luận tốt nghiệp. Những sinh viên không đủ điều kiện viết khóa luận tốt nghiệp sẽ học bổ sung 2 học phần (5 tín chỉ) và thực tập và viết báo cáo (3 tín chỉ) theo qui định ở điều 19, chương III qui định về đào tạo theo học chế tín chỉ của trường ban hành theo quyết định số 781/QĐ-ĐHTCM ngày 6/6/2017 của Đại học Tài chính – Marketing.

6.5 Điều kiện tốt nghiệp

- Theo Qui định ở Điều 21, chương III, Qui định về tổ chức đào tạo theo học chế tín chỉ của trường ban hành tại Quyết định số 871/QĐ/ĐHTCM-QLĐT, ngày 6/6/2017 và Qui định về chuẩn đầu ra của trường đối với bậc đại học hệ chính quy;

- Tích lũy đủ 136 tín chỉ thuộc khối kiến thức giáo dục đại cương, giáo dục chuyên nghiệp của chương trình;

- Có chứng chỉ Giáo dục quốc phòng và Giáo dục thể chất;

- Trình độ tiếng Anh: Đạt điểm IELTS 6.0 hoặc tương đương

- Trình độ công nghệ thông tin: Có chứng chỉ Tin học văn phòng chuẩn quốc tế MOS (Microsoft office specialist) cấp độ Specialist Microsoft Word, Microsoft Excel hay Đạt chuẩn năng lực sử dụng công nghệ thông tin cơ bản theo thông tư số: 03/2014/TT-BTTTT của bộ thông tin và truyền thông hoặc tương đương.

- Hoàn thành 4 kỹ năng mềm trong chương trình đào tạo.

7. THANG ĐIỂM

- Thang điểm của các học phần gồm điểm quá trình và điểm thi kết thúc học phần, được tính thêm thang điểm 10. Trọng số điểm quá trình và điểm thi kết thúc học phần tùy theo từng học phần và được qui định cụ thể trong đề cương học phần.

- Điểm trung bình chung được qui đổi theo qui định của Bộ giáo dục và Đào tạo.

8. VỊ TRÍ VIỆC LÀM SAU KHI TỐT NGHIỆP

8.1. Vị trí việc làm sau khi tốt nghiệp

- Sinh viên sau khi tốt nghiệp chương trình cử nhân quản trị marketing có thể làm việc ở bộ phận marketing, bộ phận kinh doanh trong các doanh nghiệp sản xuất kinh doanh trong và ngoài nước, hoặc làm việc tại các công ty dịch vụ marketing như quảng cáo, tổ chức sự kiện, nghiên cứu thị trường...

- Sau khi tốt nghiệp, các tân cử nhân có thể làm việc tại các bộ phận marketing, truyền thông... của các cơ quan nhà nước hoặc các tổ chức xã hội, nghề nghiệp, tổ chức phi chính phủ.

- Một bộ phận sinh viên sau khi tốt nghiệp có thể làm công tác giảng dạy và nghiên cứu tại các trường đại học, cao đẳng và trung học chuyên nghiệp.

8.2. Khả năng học tập, nâng cao trình độ sau khi tốt nghiệp

Sau khi tốt nghiệp, các tân cử nhân có thể tiếp tục học ở các bậc sau đại học.

9. NỘI DUNG CHƯƠNG TRÌNH

9.1. Kiến thức giáo dục đại cương : 39 TC

9.1.1. Lý luận chính trị : 10

9.1.2. Khoa học xã hội : 3

9.1.3. Ngoại ngữ : 18

9.1.4. Toán - Tin học - KH tự nhiên : 8

9.1.5. Giáo dục thể chất : 4

9.1.6. Giáo dục quốc phòng- an ninh : 8

9.1.7. Kỹ năng mềm : 4

9.2. Kiến thức G.dục chuyên nghiệp : 97

9.2.1. Kiến thức cơ sở khối ngành : 6

9.2.2. Kiến thức cơ sở ngành : 18

9.2.3. Kiến thức chung của ngành : 29

9.2.4. Kiến thức chuyên ngành : 24

9.2.5. Kiến thức bổ trợ ngành : 12

9.2.6. Thực tập cuối khóa và CĐTĐN : 8

9.2.7. (Thực tập cuối khóa và thay thế)

10. NỘI DUNG CHI TIẾT CHƯƠNG TRÌNH (KHỐI LƯỢNG CÁC HỌC PHẦN)

Tổng khối lượng chương trình 136 tín chỉ (không tính giáo dục thể chất, quốc phòng và kỹ năng mềm).

Bảng 3: Khối lượng các học phần trong chương trình

STT	MÃ HP	TÊN HỌC PHẦN	TC	LT	TH	GHI C
KIẾN THỨC ĐẠI CƯƠNG			39			
1	020266	Những nguyên lý cơ bản của CN Mác- Lê nin 1 (The basic principles of Maxism-Leninism – P1)	2			
2	020329	Những nguyên lý cơ bản của CN Mác- Lê nin 2 (The basic principles of Maxism-Leninism – P2)	3			
3	020017	Đường lối cách mạng của Đảng CSVN (Revolution Policy of Vietnam Communist Party)	3			
4	020016	Tư tưởng Hồ Chí Minh (Ho Chi Minh's Ideology)	2			
5	020264	Pháp luật đại cương (Basic Laws)	3			
6	020029	Toán cao cấp (Calculus)	4			
7	020265	Tin học đại cương (Informatics)	4			
8	020263	Anh văn 1 (English 1)	3			
9	020270	Anh văn 2 (English 2)	3			
10	020271	Anh văn 3 (English 3)	3			
11	020272	Anh văn 4 (English 4)	3			
12	020327	Anh văn 5 (English 5)	3			
13	020330	Anh văn 6 (English 6)	3			
14	020339	Giáo dục thể chất	4			
15	020385	Giáo dục quốc phòng	8			
16-17	020406	Kỹ năng thuyết trình (Presentation skills)	2			Chọn 2 trong 4
	020407	Kỹ năng Làm việc nhóm (Teamwork skills)	2			
	020408	Kỹ năng Quản lý thời gian (Time management skills)	2			
	020409	Kỹ năng Tư duy sáng tạo (Creative thinking skills)	2			
18-19	020266	Kỹ năng Giao tiếp (Communication skills)	2			Chọn 2 trong 4
	020329	Kỹ năng Giải quyết vấn đề (Problem solving skills)	2			
	020017	Kỹ năng tìm việc (Job seeking skills)	2			

	020016	Kỹ năng Khám phá bản thân & lập KH nghề nghiệp (Self-discovery and career planning skills)	2			
KIẾN THỨC GIÁO DỤC CHUYÊN NGHIỆP			97			
Kiến thức cơ sở khối ngành			6			
20	020035	Kinh tế vi mô 1 (Microeconomics 1)	3			
21	020036	Kinh tế vĩ mô 1 (Macroeconomics 1)	3			
Kiến thức cơ sở ngành			18			
22	020368	Tiền tệ ngân hàng và thị trường tài chính 1 (Money, banking and Financial Market 1)	3			Học Tiếng Anh
23	020326	Nguyên lý Marketing (Principles of Marketing)	3			Học Tiếng Anh
24	020044	Nguyên lý kế toán (Principles of Accounting)	3			
25	020038	Quản trị học (Management)	3			Học Tiếng Anh
26	020379	Thống kê ứng dụng trong kinh tế và kinh doanh (Statistics for business & economics)	3			
27	020286	Hành vi người tiêu dùng (Consumer Behavior)	3			
Kiến thức ngành			29			
28	020321	Nghiên cứu Marketing 1 (Marketing Research 1)	3			
29	020322	Nghiên cứu Marketing 2 (Marketing Research 2)	2			
30	020308	Marketing chiến lược (Strategic marketing)	3			
31	020309	Marketing dịch vụ (Service marketing)	3			
32	020312	Marketing quốc tế (International Marketing)	3			Học Tiếng Anh
33	020066	Quản trị marketing (Marketing Management)	3			Học Tiếng Anh
34	020388	Truyền thông marketing (IMC)	3			Học Tiếng Anh
35		Thực hành nghề nghiệp 1 (Practicum 1)	3			
36		Thực hành nghề nghiệp 2 (Practicum 2)	3			
37	020235	Quản trị dự án (Project Management)	3			Chọn 1 trong 2
	020056	Quản trị Tài chính (Financial management)	3			
Kiến thức chuyên ngành			24			
38	020220	Quản trị kênh phân phối (Marketing Channels management)	3			
39	020353	Quản trị sản phẩm (Product management)	3			
40	020344	Quản trị giá doanh nghiệp (Pricing management)	3			

41	020222	Xây dựng kế hoạch marketing (Marketing Planning)	3			
42		Phân tích marketing (Marketing Analysis)	3			Học T An
43-45	020290	Internet marketing (Marketing trên internet)	3			Chọn 3 6 (9 T
	020076	Quản trị bán hàng (Sales Management)	3			
	020335	Quan hệ công chúng (Public relations)	3			
	020310	Marketing mối quan hệ (Relationship marketing)	3			
	020313	Marketing thương mại (Trade marketing)	3			
	020307	Marketing công nghiệp (Industrial Marketing)	3			
Kiến thức bổ trợ			12			
46		Khởi nghiệp và đổi mới (Corporate entrepreneurship & innovation)	3			
47	020333	Phương pháp nghiên cứu khoa học (scientific research methodology)	3			
48	020281	Đạo đức và Trách nhiệm xã hội trong marketing (Ethics and Social responsibility in marketing)	3			
49	020386	Thương mại điện tử (E. commerce)	3			Chọn 1 2
	020285	Giao tiếp trong kinh doanh (Communication in Business)				
Khóa luận tốt nghiệp hoặc thực tập cuối khóa và học các môn thay thế			8			
50		Khóa luận tốt nghiệp (Thesis)	8		8	SV
50-52	020067	Quản trị thương hiệu (Brand management)	3			PHIẾ
		Tổ chức sự kiện (Event Planning)	2			
		Thực tập cuối khóa (Internship)	3		3	
Tổng TC HK 8			8			
CỘNG TOÀN KHÓA			136			

11. KẾ HOẠCH GIẢNG DẠY

Bảng 4: Kế hoạch giảng dạy các học kỳ

STT	MÃ HP	TÊN HỌC PHẦN	TC	LT	TH	G.Chú
HỌC KỲ 1						
1	010638	Tin học đại cương	4			
2	010633	Những nguyên lý CB của chủ nghĩa Mác-Lê nin1	2			
3	010031	Kinh tế vi mô 1	3			
4	010637	Pháp luật đại cương	3			
5	010640	Anh văn 1	4			
6	010025	Toán cao cấp	1			
7	010633	Giáo dục thể chất	8			
8	010634	Giáo dục quốc phòng	19			
Tổng TC HK 1 (không kể GDTC và GDQP)			19			
HỌC KỲ 2						
1	010022	Anh văn 2	3			
2	010634	Những nguyên lý cơ bản của CN Mác- Lê nin 2	3			
3	010038	Nguyên lý kế toán	3			
4	010873	Tiền tệ ngân hàng và thị trường tài chính 1	3			
5	010033	Quản trị học	3			
6	010032	Kinh tế vĩ mô 1	1			
7	010633	Giáo dục thể chất	18			
Tổng TC HK 2 (không kể GDTC)			18			
HỌC KỲ 3						
1	010857	Thống kê ứng dụng trong kinh tế và kinh doanh	3			
2	010023	Anh văn 3	3			
3	010017	Đường lối cách mạng của Đảng CSVN	2			
4	010016	Tư tưởng Hồ Chí Minh	3			
5	010639	Phương pháp nghiên cứu khoa học	3			
6	010630	Nguyên lý marketing	1			
7	010633	Giáo dục thể chất	17			
Tổng TC HK 3 (không kể GDTC)			17			
HỌC KỲ 4						
1	010099	Quản trị Marketing	3			
2	010024	Anh văn 4	3			
3	010756	Nghiên cứu Marketing 1	3			
4	010683	Hành vi người tiêu dùng	3			
5		Khởi nghiệp và đổi mới	3			
6	010248	Thực hành nghề nghiệp 1	1			
7		Giáo dục thể chất	18			
Tổng TC HK 4 (không kể GDTC)			18			
HỌC KỲ 5						
1	010025	Anh văn 5	3			
2	010887	Truyền thông marketing (IMC)	3			
3	010735	Marketing dịch vụ	3			

4	010870	Thương mại điện tử	3			C
	010682	Giao tiếp trong kinh doanh				
5	010739	Marketing quốc tế	3			
6	010757	Nghiên cứu Marketing 2	2			
7	010139	Quản trị dự án	3			C
	010064	Quản trị tài chính				
Tổng TC HK 5			20			
HỌC KỲ 6						
1-3	010733	3 môn chuyên ngành tự chọn	9			
4	010676	Marketing chiến lược	3			
5	010249	Đạo đức và Trách nhiệm xã hội trong marketing	3			
6	010733	Thực hành nghề nghiệp 2	3		3	
Tổng TC HK 6			18			
HỌC KỲ 7						
1	010026	Anh văn 6	3			
2	010192	Quản trị kênh phân phối	3			
3	010538	Quản trị sản phẩm	3			
4	010811	Quản trị giá doanh nghiệp	3			
5	010892	Xây dựng kế hoạch Marketing	3			
6		Phân tích Marketing	3			
Tổng TC HK 7			18			
HỌC KỲ 8						
1	010329	Khóa luận tốt nghiệp (Thesis)	8		360	SV
1	010540	Quản trị thương hiệu (Brand management)	3			B
2		Tổ chức sự kiện (Event Planning)	2			S
3		Thực tập cuối khóa (Internship)	3		135	khôn
Tổng TC HK 8			8			DK
CỘNG TOÀN KHÓA			136			KL

KỸ NĂNG MỀM (Ngoài học kỳ chính)

STT	Mã HP	TÊN HỌC PHẦN	TC	LT	TH	GH CH
1-2		Kỹ năng thuyết trình	1			Chọn trong
		Kỹ năng Làm việc nhóm	1			
		Kỹ năng Quản lý thời gian	1			
		Kỹ năng Tư duy sáng tạo	1			
3-4		Kỹ năng Giao tiếp	1			Chọn trong
		Kỹ năng Giải quyết vấn đề	1			
		Kỹ năng tìm việc	1			
		Kỹ năng khám phá bản thân & lập KH N.nghiệp	1			
CỘNG			4			

MÔ TẢ VẤN TẮT NỘI DUNG CÁC HỌC PHẦN

Nội dung các học phần thể hiện trong đề cương chi tiết học phần kèm theo

11.1. Những nguyên lý cơ bản của chủ nghĩa Mác-Lenin (phần 1)

- Số tín chỉ: 2
- Yêu cầu của học phần: Bắt buộc
- Các học phần tiên quyết: không
- Các học phần học trước: không
- Các học phần học song hành: không
- Các yêu cầu khác đối với học phần: không
- Vai trò, vị trí học phần, các kiến thức sẽ trang bị cho sinh viên:

Nội dung thực hiện theo công văn số 2488/BGDĐT-ĐH&SDH, ngày 25/3/2008 của Bộ trưởng Bộ Giáo dục và Đào tạo. Học phần mở đầu bằng việc trình bày khái lược các nội dung trọng tâm và quá trình hình thành, phát triển của chủ nghĩa Mác-Lenin nhằm đưa đến ra cái nhìn tổng quát về đối tượng và phạm vi của học phần. Bên cạnh đó học phần còn trang bị cho người học thế giới quan và phương pháp luận triết học, bộ phận lý luận nền tảng của chủ nghĩa Mác-Lenin; Nắm vững những nội dung cơ bản về thế giới quan và phương pháp luận triết học của chủ nghĩa Mác-Lenin vừa là điều kiện tiên quyết để nghiên cứu toàn bộ hệ thống lý luận của chủ nghĩa Mác-Lenin, vừa là điều kiện cơ bản để vận dụng nó một cách sáng tạo trong hoạt động nhận thức và thực tiễn để giải quyết những vấn đề mà đời sống xã hội của đất nước, của thời đại đang đặt ra.

- Phân bổ giờ tín chỉ đối với các hoạt động: 30 tiết
- Nghe giảng lý thuyết: 20
- Thảo luận: 10
- Tự học: 60

11.2. Những nguyên lý cơ bản của chủ nghĩa Mác-Lenin (phần 2)

- Số tín chỉ: 3
- Các học phần tiên quyết: Những nguyên lý cơ bản của chủ nghĩa Mác-Lenin 1
- Các học phần học trước: không
- Các học phần học song hành: không

- Các yêu cầu khác đối với học phần: không
- Vai trò, vị trí học phần, các kiến thức sẽ trang bị cho sinh viên:

Nội dung thực hiện theo công văn số 2488/BGDĐT-ĐH&SDH, ngày 25/3/2008 của Bộ trưởng Bộ Giáo dục và Đào tạo. Bao gồm 6 chương trình bày ba nội dung trọng tâm thuộc học thuyết kinh tế của chủ nghĩa Mác-Lênin về phương thức sản xuất tư bản chủ nghĩa; những nội dung cơ bản thuộc lý luận của chủ nghĩa Mác-Lênin về chủ nghĩa xã hội; khái quát chủ nghĩa xã hội hiện thực và triển vọng.

11.3. Đường lối Cách mạng của Đảng CSVN

- Số tín chỉ: 3
- Yêu cầu của học phần: Bắt buộc
- Các học phần tiên quyết: Đã học xong môn những nguyên lý cơ bản của chủ nghĩa Mác - Lênin và môn tư tưởng Hồ Chí Minh.
- Các học phần song hành: Không.
- Các yêu cầu các đối với học phần: Không
- Vai trò, vị trí học phần, các kiến thức sẽ trang bị cho sinh viên:

Là một trong 03 môn lý luận chính trị dành cho sinh viên Đại học, Cao đẳng khối không chuyên ngành Mác - Lênin, Tư tưởng Hồ Chí Minh.

Cung cấp cho sinh viên những nội dung cơ bản của Đường lối cách mạng của Đảng Cộng sản Việt Nam, trong đó chủ yếu tập trung vào đường lối của Đảng thời kỳ đổi mới trên một số lĩnh vực cơ bản của đời sống xã hội. Qua đó xây dựng cho sinh viên niềm tin vào sự lãnh đạo của Đảng, vào mục tiêu, lý tưởng của Đảng.

- Phân giờ tín chỉ đối với các hoạt động:
- Nghe giảng lý thuyết: 30 tiết
- Làm bài tập trên lớp: Không
- Thảo luận: 10 tiết
- Thực hành, thực tập: 05 (tham quan thực tế tại Bảo tàng Chứng tích chiến tranh)
- Hoạt động theo nhóm: 10 tiết (tự nghiên cứu theo nhóm)
- Tự học: 90 tiết

11.4. Tư tưởng Hồ Chí Minh

- Số tín chỉ: 2 TC
- Áp dụng cho ngành/chuyên ngành đào tạo: Tất cả các chuyên ngành; Bậc đào tạo: Đại học. Hình thức đào tạo chính quy, vừa học vừa làm
- Yêu cầu của học phần: Bắt buộc
- Các học phần tiên quyết: Đã học xong môn những nguyên lý cơ bản của chủ nghĩa Mác-Lênin
- Mô tả học phần: Ngoài chương mở đầu, nội dung học phần gồm 7 chương: Chương 1, trình bày về cơ sở, quá trình hình thành và phát triển tư tưởng Hồ Chí Minh; từ chương 2 đến chương 7 trình bày những nội dung cơ bản của Tư tưởng Hồ Chí Minh, cụ thể là: Tư tưởng Hồ Chí Minh về dân tộc và cách mạng giải phóng dân tộc; tư tưởng Hồ Chí Minh về chủ nghĩa xã hội và thời kỳ quá độ lên chủ nghĩa xã hội ở Việt Nam; tư tưởng Hồ Chí Minh về Đảng Cộng sản Việt Nam, tư tưởng Hồ Chí Minh về Nhà nước của dân, do dân, vì dân; tư tưởng Hồ Chí Minh về đoàn kết dân tộc và đoàn kết quốc tế, tư tưởng Hồ Chí Minh về văn hoá, đạo đức, nhân văn.

11.5. Pháp luật đại cương

- Số tín chỉ: 3 TC
- Yêu cầu của học phần: Bắt buộc
- Các học phần tiên quyết: Những nguyên lý cơ bản của Chủ nghĩa Mác- Lênin.
- Mô tả học phần: Học phần Pháp luật đại cương trang bị cho sinh viên những kiến thức cần thiết về Bộ máy nhà nước và Pháp luật Việt Nam, giúp sinh viên nhận diện được bức tranh tổng thể về những vấn đề liên quan đến cơ chế điều chỉnh của Pháp luật và tóm lược các lĩnh vực đời sống mà Pháp luật điều chỉnh. Qua đó, giúp sinh viên tự hoàn thiện bản thân, nâng cao ý thức tuân thủ pháp luật trong đời sống sinh hoạt hằng ngày và trong quá trình công tác sau khi tốt nghiệp.

11.6. Toán cao cấp

- Số tín chỉ: 4 TC
- Điều kiện tiên quyết: Không

- Mô tả học phần: Học phần cung cấp kiến thức đại cương về tập hợp, quan hệ và logic suy luận, cũng như các kiến thức cơ bản về Đại số tuyến tính và Giải tích toán học thực sự cần thiết cho việc tiếp cận với các mô hình phân tích quá trình ra quyết định trong kinh tế và quản lý: Không gian véctơ; Ma trận và định thức; Hệ phương trình tuyến tính; Hàm số và giới hạn; Phép tính vi phân đối với hàm số một biến; Hàm nhiều biến; Các bài toán cực trị; phép tính tích phân; Phương trình vi phân.

11.7. Tin học đại cương

- Số tín chỉ: 4 TC
- Tên Tiếng Anh: Basic Informatics
- Điều kiện tiên quyết: Không
- Mô tả học phần: Cung cấp kiến thức cơ bản về tin học xét trên quan điểm của người ứng dụng. Học phần đề cập đến các khối kiến thức: Hệ điều hành Windows và các tiện ích của hệ điều hành; Soạn thảo văn bản với MS. Word; Xử lý bảng tính với MS. Excel; Trình diễn với PowerPoint; Internet và MS. Office Outlook (phiên bản từ 2010 trở về sau); Phần mềm tiện ích và bảo mật. Học phần giúp sinh viên nâng cao kỹ năng soạn thảo văn bản, xử lý dữ liệu với bảng tính, soạn bài thuyết trình, quản lý hộp mail thông qua MS. Office Outlook, tìm kiếm tài liệu trên Internet, sử dụng các phần mềm tiện ích và bảo mật phục vụ học tập và làm việc sau khi sinh viên tốt nghiệp.

11.8. -13 Anh văn (1,2,3,4,5,6)

- Số tín chỉ: 18 TC
- Điều kiện tiên quyết: không
- Mô tả học phần: Đây là các học phần cơ bản thuộc khối kiến thức đại cương. Nhằm trang bị cho sinh viên có những kiến thức cơ bản về ngữ pháp, vốn từ vựng sử dụng trong giao tiếp và kinh doanh. Học phần cung cấp cho người học có những kỹ năng căn bản về trình độ nói và nghe, giúp học có thể sử dụng anh văn như một công cụ trong giao tiếp kinh doanh và để tự học tập, tham khảo tài liệu và nâng cao trình độ chuyên môn nghiệp vụ của mình. Yêu cầu sau khi học xong sinh viên có trình độ trung cấp về ngoại ngữ.

11.14. Giáo dục thể chất

- Số tín chỉ: 4 TC
- Điều kiện tiên quyết: không
- Nội dung ban hành tại Quyết định số 3244/BGD-ĐT ngày 12/9/1995 và Quyết định số 1262/BGD-ĐT ngày 12/4/1997 của Bộ trưởng Bộ Giáo dục và Đào tạo.

11.15. Giáo dục quốc phòng

- Số tín chỉ: 8 TC
- Điều kiện tiên quyết: không
- Mô tả học phần:

Nội dung ban hành tại quyết định số: 12/2000/QĐ-BGD&ĐT ngày 09/05/2000 của Bộ Trưởng Bộ Giáo Dục Và Đào Tạo.

11.16. Kinh tế vi mô I

- Số tín chỉ: 3 TC
- Học phần học trước: Không
- Mô tả học phần: Giới thiệu kiến thức cơ bản và cơ sở về hoạt động của nền kinh tế thị trường thông qua việc phân tích các quy luật kinh tế cơ bản như quy luật cung cầu, quy luật của cung, quy luật của cầu. Học phần còn đề cập đến hành vi của các cá nhân trong nền kinh tế: người tiêu dùng và người sản xuất. Học phần cũng sẽ giới thiệu cách ra quyết định phối hợp các nguồn lực đầu vào hay quyết định sản lượng của nhà sản xuất trong từng cấu trúc thị trường. Qua đó, sinh viên sẽ được trang bị công cụ phân tích để hiểu và có thể áp dụng khi học các học phần tiếp theo.

11.17. Kinh tế vĩ mô I

- Số tín chỉ: 3 TC
- Học phần học trước: Kinh tế vi mô I.
- Mô tả học phần: Học phần này nhằm giới thiệu những chỉ tiêu cơ bản để đo lường tổng thể nền kinh tế, như: tổng sản phẩm nội địa, tổng thu nhập quốc gia, lạm phát, thất nghiệp, lãi suất thị trường, cán cân thanh toán, cán cân ngân sách, tỉ giá hối đoái, . . . và nghiên cứu chúng trong mối quan hệ tác động qua lại lẫn nhau. Từ đó, giới thiệu các chính sách mà chính phủ các quốc gia sử dụng để

điều tiết nền kinh tế, như: chính sách tài khóa, chính sách tiền tệ, chính sách ngoại thương, chính sách tỉ giá hối đoái, . .

- Ghi chú: Nếu là học phần Thực tập nghề nghiệp hoặc rèn nghề thì không có lý thuyết.

11.18. Tiền tệ, Ngân hàng và thị trường tài chính 1

- Số tín chỉ: 3 TC
- Điều kiện tiên quyết: Không
- Mô tả học phần: Trang bị kiến thức nền liên quan đến tài chính, ngân hàng, thị trường tài chính qua đó sinh viên có cái nhìn tổng quan về thị trường kinh tế vĩ mô, mối quan hệ giữa các chủ thể trong nền kinh tế và sự tác động...

11.19. Nguyên lý Marketing

- Số tín chỉ: 3 TC
- Điều kiện tiên quyết: Không
- Học phần học trước: Kinh tế vi mô
- Mô tả học phần: Học phần cung cấp những hiểu biết và kiến thức căn bản về Marketing và sự vận dụng chúng vào trong hoạt động của doanh nghiệp như: Hệ thống thông tin và nghiên cứu Marketing, môi trường Marketing, thị trường và hành vi người tiêu dùng, phân khúc và lựa chọn thị trường mục tiêu, chiến lược và chính sách về sản phẩm, giá cả, phân phối và chiêu thị.

11.20. Nguyên lý kế toán

- Số tín chỉ: 3 TC
- Các học phần học trước: Kinh tế vi mô
- Mô tả học phần: Học phần cung cấp những kiến thức cơ bản về lý thuyết kế toán. Các khái niệm, bản chất, đối tượng, mục đích, chức năng nhiệm vụ và yêu cầu của kế toán; các phương pháp kế toán; quá trình thu thập; ghi chép số liệu kế toán, trình tự kế toán các quá trình kinh doanh chủ yếu; các hình thức kế toán; nội dung và các hình thức tổ chức công tác kế toán.

Học phần trang bị cho người học kiến thức cơ bản nhất về kế toán, nắm khái quát được Chế độ kế toán Việt Nam, làm cơ sở cho việc học tập, nghiên cứu các vấn đề cụ thể của kế toán trong các loại hình doanh nghiệp. Sử dụng được các

phương pháp kế toán để thực hành ghi chép các nghiệp vụ kinh tế phát sinh bằng các định khoản, vào tài khoản chữ T, lập bảng cân đối tài khoản, và một số báo cáo tài chính cơ bản. Vận dụng được những kiến thức đã được học bổ trợ cho các học phần chuyên ngành và ứng dụng có hiệu quả vào hoạt động thực tiễn sau này.

11.21. Quản trị học

- Số tín chỉ: 3 TC
- Điều kiện tiên quyết: không
- Mô tả học phần: Học phần cung cấp những kiến thức cơ bản về quản trị và cách vận dụng thực tiễn ở doanh nghiệp như: Khái niệm và bản chất của quản trị, nhà quản trị, môi trường quản trị, các lý thuyết cổ điển và hiện đại về quản trị; quá trình ra quyết định, hệ thống thông tin trong quản trị, các chức năng về quản trị; Hoạch định, tổ chức, lãnh đạo/điều hành, kiểm tra/ kiểm soát. Học phần cũng cung cấp những kiến thức thiết yếu khác như: quản trị sự đổi mới, quản trị xung đột, quản trị rủi ro và cơ hội của một doanh nghiệp.

11.22. Thống kê ứng dụng trong kinh tế và kinh doanh

- Số tín chỉ: 3 TC
- Điều kiện tiên quyết: Lý thuyết xác suất và thống kê toán, Kinh tế vi mô I, Kinh tế vĩ mô I.
- Mô tả học phần: Học phần cung cấp một cách có hệ thống các phương pháp điều tra thống kê bao gồm việc thu thập thông tin ban đầu về các hiện tượng kinh tế xã hội và việc xử lý các thông tin đã thu thập. Trang bị các phương pháp phân tích kinh tế xã hội làm cơ sở cho dự đoán các mức độ của hiện tượng trong tương lai nhằm giúp cho việc ra quyết định ở tầm vi mô và vĩ mô.

11.23. Hành vi người tiêu dùng

- Số tín chỉ: 3 TC
- Điều kiện tiên quyết: Nguyên lý Marketing
- Mô tả học phần: Học phần này đi sâu phân tích hành vi người tiêu dùng như đặc điểm hành vi tiêu dùng, các mô hình hành vi tiêu dùng (khách hàng là doanh nghiệp, khách hàng là tổ chức, khách hàng là người tiêu dùng cá nhân),

quá trình hình thành quyết định mua hàng của các đối tượng khách hàng và ứng dụng trong hoạt động Marketing.

11.24. Nghiên cứu Marketing 1

- **Số tín chỉ:** 3 TC
- **Điều kiện tiên quyết:** Nguyên lý Marketing
- **Mô tả học phần:** Trang bị những kiến thức Marketing: lý thuyết khái quát về nghiên cứu thị trường, các phương pháp nghiên cứu Marketing, quá trình thực hiện nghiên cứu, các kỹ thuật hỗ trợ cho quá trình thực hiện nghiên cứu (hoạch định dữ liệu, lấy mẫu trong nghiên cứu Marketing, thang đo lường, xử lý phân tích dữ liệu, báo cáo kết quả)

11.25. Nghiên cứu Marketing 2 (Marketing Research 2)

- **Số tín chỉ:** 2TC
- **Điều kiện tiên quyết:** Nghiên cứu Marketing 1
- **Mô tả môn học:**

Trang bị những kiến thức chuyên sâu về nghiên cứu Marketing: các phương pháp nghiên cứu Marketing, phần mềm hỗ trợ cho quá trình xử lý, phân tích dữ liệu nghiên cứu.

Chương 1 : Xử lý dữ liệu trong nghiên cứu marketing

Chương 2: Ứng dụng phần mềm SPSS trong nghiên cứu Marketing

Chương 3 : Xử lý, phân tích và diễn giải dữ liệu nghiên cứu

Chương 4 : Báo cáo kết quả nghiên cứu

11.26. Marketing chiến lược

- **Số tín chỉ:** 3 TC
- **Điều kiện tiên quyết:** Nguyên lý Marketing
- **Mô tả học phần :** Học phần marketing chiến lược cung cấp cho sinh viên những kiến thức và kinh nghiệm nền tảng trong việc tạo ra các chiến lược định hướng thị trường và đáp ứng thị trường cho sự thành công trong tương lai của doanh nghiệp/tổ chức (sau đây gọi là doanh nghiệp). Một trọng tâm là phân tích thị trường, phát hiện và phát triển một năng lực cạnh tranh độc đáo cho một doanh nghiệp thông qua chiến lược marketing, tạo nên lợi thế cạnh tranh

bền vững. Sinh viên được cung cấp nhiều cơ hội để phát triển và thực hành sáng tạo giải quyết vấn đề và kỹ năng ra quyết định để mô phỏng các yêu cầu của môi trường thị trường phức tạp ngày nay.

- **Nội dung học phần:**

Chương 1: Sự cấp thiết của chiến lược marketing định hướng thị trường

Chương 2: Hoạch định chiến lược marketing

Chương 3: Đạo đức marketing và trách nhiệm xã hội trong hoạch định CL

Chương 4: Thị trường và không gian cạnh tranh

Chương 5: Chiến lược phân khúc thị trường, chọn thị trường mục tiêu, định vị

Chương 6: Chiến lược mối quan hệ khách hàng và quản trị mối quan hệ KH

Chương 7: Chiến lược đổi mới, phát triển sản phẩm và chiến lược thương hiệu

Chương 8: Chiến lược giá, chuỗi giá trị và truyền thông marketing

Chương 9: Thực thi và kiểm soát chiến lược marketing

11.27. Marketing dịch vụ

- **Số tín chỉ:** 3 TC

- **Điều kiện tiên quyết:** Nguyên lý Marketing

- **Mô tả học phần:** Học phần giới thiệu khái quát về dịch vụ và marketing dịch vụ. Cung cấp cho sinh viên những kiến thức và kỹ năng xây dựng chiến lược marketing mix trong kinh doanh dịch vụ.

- **Nội dung học phần:**

Chương 1: Tổng quan về dịch vụ và marketing dịch vụ

Chương 2: Định vị dịch vụ của doanh nghiệp

Chương 3: Giao tiếp cá nhân và dịch vụ - chất lượng dịch vụ

Chương 4: Định hướng mô hình phát triển dịch vụ - chiến lược phát triển dịch vụ trong doanh nghiệp

Chương 5: Quản lý chiến lược phát triển - định hướng chiến lược kênh mới cho dịch vụ

Chương 6: Marketing hỗn hợp dịch vụ

Chương 7: Tổ chức hoạt động marketing trong doanh nghiệp dịch vụ

11.28. Marketing quốc tế

- **Số tín chỉ:** 3 TC
- **Điều kiện tiên quyết:** Nguyên lý Marketing
- **Mô tả học phần:** Giới thiệu tổng quan về thị trường thế giới, phân tích ứng dụng Marketing trong hoạt động kinh doanh quốc tế, gồm những vấn đề lớn như bản chất của Marketing quốc tế, nghiên cứu thị trường thế giới, chiến lược thâm nhập thị trường thế giới, tổ chức triển khai chiến lược Marketing, tổ chức bộ phận Marketing trong môi trường quốc tế.
- **Nội dung học phần (tiếng Anh):**
 - Chapter 1: Introduction to International Marketing
 - Chapter 2: International Marketing Environment
 - Chapter 3: International Marketing Research
 - Chapter 4: Market segmentation and selection of the target market
 - Chapter 5 World Market Penetrate Strategy
 - Chapter 6: International Product Strategy
 - Chapter 7: Pricing Strategy for International Product
 - Chapter 8: Distribution Strategy for International Product
 - Chapter 9: International Promotion Strategy
 - Chapter 10: International Marketing Organization

11.29. Quản trị Marketing

- **Số tín chỉ:** 3 TC
- **Điều kiện tiên quyết:** Nguyên lý Marketing
- **Mô tả học phần:** Học phần môn học Quản trị marketing giới thiệu các khái niệm và quan điểm về quản trị marketing, phân tích các cơ hội thị trường và dự báo nhu cầu thị trường, hoạch định chiến lược marketing, quản trị chiến lược marketing mix, tổ chức thực hiện các chương trình marketing, kiểm tra marketing
- **Nội dung học phần (Giảng tiếng Anh):**
 - Chapter 1: Introduction to Marketing Management
 - Chapter 2: Conducting Marketing Research and Forecasting Demand
 - Chapter 3: Developing Marketing Strategies and Plans

- Chapter 4: Dealing with Competition
- Chapter 5: Product Strategies
- Chapter 6: Pricing Strategies
- Chapter 7: Marketing Channels and Value Networks
- Chapter 8: Integrated Marketing Communication Management
- Chapter 9: Implementing and managing marketing strategies

11.30. Truyền thông marketing

- **Số tín chỉ:** 3 TC
- **Điều kiện tiên quyết:** Nguyên lý Marketing
- **Mô tả học phần:** Học phần này nghiên cứu bản chất của hoạt động truyền thông trong Marketing hiện đại, xem xét hoạt động truyền thông trong môi trường văn hóa, xã hội và kinh tế. Phân tích quá trình truyền thông, phân tích quá trình hoạch định, tổ chức thực hiện, đánh giá hiệu quả hoạt động truyền thông, nội dung hoạt động truyền thông như quảng cáo, khuyến mại, quan hệ công chúng, Marketing trực tiếp.
- **Nội dung học phần (Giảng tiếng Anh):**
 - Chapter 1: Introduction to Integrated Marketing Communication (IMC)
 - Chapter 2: Participants in the IMC process
 - Chapter 3: Analyzing the Communication Process
 - Chapter 4: Establishing Objectives and Budgeting for the IMC Program
 - Chapter 5: Establishing Communication Plan, Strategy and Measuring & Evaluating in IMC
 - Chapter 6: Creative Strategy & Advertising Channels
 - Chapter 7: Sales Promotion & Personal Selling
 - Chapter 8: Public Relations, Publicity and Corporate Advertising
 - Chapter 9: Direct Marketing, Internet và Interactive Media

11.31. Thực hành nghề nghiệp 1

- **Số tín chỉ:** 3 TC
- **Điều kiện tiên quyết:** Nguyên lý Marketing
- **Mô tả học phần:** Học phần này đi vào phần thực hành, sinh viên nghiên cứu và viết báo cáo đề tài thuộc phạm vi các vấn đề của Marketing. Qua đó giúp

sinh viên hệ thống kiến thức học phần Nguyên lý Marketing, bước đầu hiểu được cách thức vận dụng Marketing vào thực tế kinh doanh của doanh nghiệp.

11.32. Thực hành nghề nghiệp 2

- Số tín chỉ: 3 TC
- Điều kiện tiên quyết: Nghiên cứu Marketing
- Mô tả học phần: Học phần này đi vào phần thực hành, sinh viên xây dựng kế hoạch nghiên cứu một đề tài thuộc phạm vi các vấn đề nghiên cứu Marketing, biết vận dụng các phương pháp, kỹ năng nghiên cứu Marketing vào thực tế. Biết cách lập kế hoạch cho một dự án nghiên cứu, tổ chức, thực hiện dự án và báo cáo kết quả nghiên cứu.

11.33. Quản trị dự án

- Số tín chỉ: 3
- Điều kiện tiên quyết: Quản trị học, nguyên lý kế toán
- Mô tả học phần: Học phần quản trị dự án trình bày các khái niệm về dự án, quản trị dự án và các cấu trúc tổ chức để quản trị dự án; Phân tích vai trò, trách nhiệm và các kỹ năng, phẩm chất cần phải có của nhà quản trị dự án. Học phần cũng phân tích các phương pháp đánh giá, so sánh lựa chọn dự án. Đồng thời, cung cấp cho người học kiến thức, kỹ năng về phân tích các phương pháp hoạch định, lập tiến độ và điều chỉnh tiến độ của dự án. Trình bày các phương pháp kiểm soát dự án và các vấn đề ảnh hưởng đến sự thành công của dự án.

11.34. Quản trị tài chính (Tài chính doanh nghiệp 2)

- Số tín chỉ: 3
- Điều kiện tiên quyết: Quản trị học, nguyên lý kế toán
- Mô tả học phần: Trang bị cho sinh viên các kiến thức tài chính trong doanh nghiệp về tác động của đòn bẩy đến lợi nhuận của doanh nghiệp, rủi ro kinh doanh và tài chính, cơ cấu vốn và cơ cấu vốn tối ưu của doanh nghiệp, cổ tức và chính sách cổ tức và việc lập kế hoạch tài chính.

11.35. Quản trị kênh phân phối

- 3 TC
- Điều kiện tiên quyết: Quản trị Marketing

- **Mô tả học phần:** Học phần này cung cấp kiến thức chuyên sâu về kênh phân phối và quản trị hoạt động phân phối, gồm những nội dung sau: Khát quát kênh phân phối, phân tích môi trường của kênh phân phối, chiến lược kênh, thiết kế kênh và quản lý kênh phân phối, tổ chức hoạt động trong phân phối, đánh giá hiệu quả của chiến lược phân phối.

- **Nội dung học phần:**

Chương 1: Tổng quan về kênh phân phối

Chương 2: Môi trường kênh phân phối

Chương 3: Cấu trúc kênh phân phối

Chương 4: Chiến lược kênh phân phối

Chương 5: Thiết kế kênh phân phối

Chương 6: Quản trị kênh phân phối

Chương 7: Công nghệ thông tin đối với kênh phân phối

Chương 8: Hoạt động hậu cần trong phân phối

11.36. Quản trị sản phẩm

- 3 TC

- **Điều kiện tiên quyết:** Quản trị Marketing

- **Mô tả học phần:** Học phần học phần quản trị sản phẩm cung cấp các kiến thức và khái niệm liên quan đến sản phẩm và công tác quản trị sản phẩm trên góc độ Marketing. Phân tích quá trình quản trị sản phẩm gồm xây dựng chiến lược sản phẩm, các quyết định có liên quan như quyết định về tập hợp sản phẩm, chất lượng, bao bì và nhãn hiệu sản phẩm, phát triển sản phẩm mới, vấn đề xây dựng thương hiệu, các hoạt động Marketing hỗ trợ cho công tác phát triển sản phẩm, đánh giá hiệu quả công tác quản trị sản phẩm.

- **Nội dung học phần:**

Chương 1: Khái quát về quản trị sản phẩm

Chương 2: Xây dựng chiến lược sản phẩm

Chương 3: Thương hiệu và quản trị tài sản thương hiệu

Chương 4: Quản trị chất lượng và dịch vụ sản phẩm

Chương 5: Thiết kế bao bì sản phẩm

Chương 6: Phát triển sản phẩm mới

Chương 7: Hoạt động marketing hỗ trợ cho sản phẩm

Chương 8: Phân tích hiệu quả trong quản trị sản phẩm

11.37. Quản trị giá doanh nghiệp

- Số tín chỉ: 3 TC
- Điều kiện tiên quyết: Quản trị marketing.
- Mô tả học phần: Trang bị các kiến thức phân tích và soạn thảo các quyết định về giá của doanh nghiệp cũng như kỹ năng tổ chức thực hiện, kiểm tra, đánh giá và điều chỉnh các quyết định về giá.

11.38. Xây dựng kế hoạch marketing

- 3 TC
- Điều kiện tiên quyết: Quản trị Marketing
- Mô tả học phần: Học phần này giúp rèn luyện kỹ năng xây dựng kế hoạch marketing cho sinh viên, bao gồm các nội dung: Quy trình xây dựng kế hoạch, nội dung bản kế hoạch, xây dựng kế hoạch trong một số tình huống marketing cụ thể.
- Nội dung học phần:
 - Chương 1: Tổng quan về xây dựng kế hoạch marketing
 - Chương 2: Phân tích tổng quan tình hình, thị trường và khách hàng
 - Chương 3: Hoạch định chiến lược STP – Thiết lập mục tiêu và Định hướng chiến lược marketing
 - Chương 4: Hoạch định – chiến lược và chương trình marketing – mix
 - Chương 5: Dự báo kết quả, lên kế hoạch ngân sách và tiến trình thực hiện
 - Chương 6: Kế hoạch kiểm soát và đánh giá quá trình thực hiện

11.39. Phân tích marketing

- Số tín chỉ: 3 TC
- Điều kiện tiên quyết: Quản trị marketing.
- Mô tả học phần: Học phần cung cấp cho sinh viên một số phương pháp, các phân tích và đo lường kết quả và hiệu quả trong marketing như đo lường thị trường, phân tích cơ sở dữ liệu khách hàng, đo lường chiến lược sản phẩm

lực lượng bán hàng, và quản lý kênh, phương tiện quảng cáo và các số liệu web, hiệu quả tài chính...

11.40. Internet marketing

- 3 TC
- **Điều kiện tiên quyết:** Nguyên lý Marketing
- **Mô tả học phần:** Học phần này giúp cho sinh viên nắm những nguyên tắc và một số công cụ triển khai hoạt động marketing trên mạng internet, như : công tác nghiên cứu thị trường, triển khai hoạt động marketing trên internet.
- **Nội dung học phần:**
 - Chương 1: Tổng quan về internet marketing
 - Chương 2: Website – trung tâm kết nối mọi hoạt động marketing
 - Chương 3: Công cụ tìm kiếm trên internet - search engine marketing
 - Chương 4: Phương tiện truyền thông xã hội - social media marketing
 - Chương 5: Xây dựng quan hệ khách hàng trên internet
 - Chương 6: Quảng cáo online
 - Chương 7: Lập kế hoạch marketing trên internet
 - Chương 8: Đo lường và đánh giá internet marketing

11.41. Quản trị bán hàng

- Số tín chỉ: 3
- Điều kiện tiên quyết: Quản trị học, Nguyên lý Marketing.
- Mô tả học phần: Học phần trang bị những kiến thức quản trị về môi trường kinh doanh trong nền kinh tế thị trường; mối liên hệ giữa chiến lược kinh doanh, chiến lược marketing với quản trị bán hàng; các kiến thức về xây dựng chương trình lực lượng bán hàng, xây dựng kế hoạch bán hàng, tuyển dụng, đào tạo, và bố trí lực lượng bán hàng; lý thuyết về lựa chọn mô hình bán hàng, quản lý quan hệ khách hàng, lựa chọn kỹ năng bán hàng cho nhân viên... Về kỹ năng: Rèn luyện các kỹ năng phân tích, đánh giá và xây dựng mô hình lực lượng bán hàng, kỹ năng tổ chức hệ thống bán hàng, kỹ năng lãnh đạo, quản lý lực lượng bán hàng, kỹ năng kiểm soát hoạt động bán hàng.

11.42. Quan hệ công chúng (PR)

- 3 TC
- **Điều kiện tiên quyết:** Quản trị Marketing

- **Mô tả học phần:**

Học phần này giới thiệu những nguyên tắc cơ bản của Quan hệ công chúng (Public Relations - PR). Mục đích là giúp cho sinh viên những hiểu biết nền tảng về PR mà từ đó có thể áp dụng vào thực tiễn. Tập trung vào các nội dung lớn: Tầm quan trọng của PR trong tổ chức. Đạo đức trong PR, Tóm lược những lý thuyết cơ bản về PR và nghiên cứu PR, Quản lý PR: xác định các đối tượng trong PR làm cơ sở lập kế hoạch chiến lược, nhận diện và quản lý sự cố và khủng hoảng của doanh nghiệp, Phương thức thiết lập, duy trì và nâng tầm mối quan hệ với các nhóm công chúng: báo giới, nội bộ, cộng đồng, khách hàng, nhà đầu tư, cổ đông.

- **Nội dung học phần:**

Chương 1: Khái quát PR và nghề PR

Chương 2: Cơ sở lý thuyết về PR và nghiên cứu PR

Chương 3: Quản lý PR

Chương 4: Các đối tượng PR

Chương 5: Tài trợ và Tổ chức sự kiện

Chương 6: Kỹ năng PR

11.43. Marketing mối quan hệ

- 3 TC
- **Điều kiện tiên quyết:** Nguyên lý Marketing
- **Mô tả học phần:** Học phần trang bị những nội dung liên quan đến marketing mối quan hệ: Tổng quan về marketing mối quan hệ và chiến lược marketing mối quan hệ; Các bước trong marketing mối quan hệ giúp cho việc kinh doanh thành công; Tạo dựng nhận thức và lòng trung thành khách hàng; Marketing mối quan hệ trong hoạt động bán lẻ; Marketing mối quan hệ trong dịch vụ.

- **Nội dung học phần:**

Chương 1: Tổng quan về marketing mối quan hệ (Overview of the Relationship Marketing)

- Chương 2: Cơ sở nền tảng của marketing mối quan hệ (Relationship Marketing Basics)
- Chương 3: Triển vọng Marketing mối quan hệ (An applied Perspective of Relationship marketing)
- Chương 4: Chiến lược Marketing mối quan hệ (Relationship Marketing Strategy)
- Chương 5: Chín bước tạo sự khác biệt trong kinh doanh thông qua mối quan hệ (Nine Steps to Significantly Though Relationship Marketing)
- Chương 6: Tiếp cận mối quan hệ và chiến lược trong quản trị bán lẻ để tạo khách hàng và lòng trung thành thương hiệu (The Relationship Approach and Strategies in Retailing managemament to Constitute Customer and Brand Loyalty)
- Chương 7: Marketing mối quan hệ trong dịch vụ (Relationship Marketing of Services)
- Chương 8: Quản lý mối quan hệ khách hàng (Customer Relationship Management)

11.44. Marketing thương mại

- 3 TC
- **Điều kiện tiên quyết:** Nguyên lý Marketing
- **Mô tả học phần:** Học phần Marketing thương mại trang bị cho sinh viên những kiến thức cơ bản, nội dung, quá trình hình thành và vận hành đồng bộ các chương trình marketing thương mại trên thị trường. Các phương pháp và qui trình quản trị, cách thức phối hợp tối ưu các biến số kinh doanh nhằm đạt tới các mục tiêu chiến lược marketing của doanh nghiệp trong sự biến động của môi trường. Cụ thể:
 - Trang bị những kiến thức vừa tiếp nối, giới thiệu các vấn đề chung, vừa chọn lọc xử lý các nội dung tác nghiệp và phân tích marketing cơ bản làm cơ sở lựa chọn marketing mục tiêu, marketing-mix và marketing chiến lược.
 - Tập trung xử lý 4 công cụ/quyết định chức năng marketing thương mại cơ bản

- Triển khai thực thi, xử lý các công nghệ nghiệp vụ kinh doanh.
Hình thành và triển khai chiến lược kinh doanh và kế hoạch marketing của Doanh nghiệp thương mại một cách khoa học đối với thị trường mục tiêu nhằm đạt hiệu quả tối ưu

- **Nội dung học phần:**

Chương 1: Tư tưởng cơ bản của marketing thương mại

Chương 2: Cơ hội và thị trường của doanh nghiệp thương mại

Chương 3: Các yếu tố cơ bản ảnh hưởng đến hoạt động kinh doanh thương mại

Chương 4: Chiến lược marketing mục tiêu

Chương 5: Các quyết định về mặt hàng kinh doanh

Chương 6: Chiến lược giá trong kinh doanh thương mại

Chương 8: Quyết định chiêu thị của doanh nghiệp thương mại \

11.45. Marketing công nghiệp

- 3 TC

- **Điều kiện tiên quyết:** Nguyên lý Marketing

- **Mô tả học phần:**

Mô tả đặc điểm của sản xuất sản phẩm công nghiệp có ảnh hưởng đến chiến lược hay kế hoạch marketing. Phân tích thị trường của ngành hàng hay sản phẩm công nghiệp: phân tích hành vi tiêu dùng và phân khúc thị trường của sản phẩm công nghiệp, Phân tích các nhân tố tác động đến hoạt động marketing sản phẩm công nghiệp. Xây dựng chiến lược marketing cho ngành hàng, sản phẩm công nghiệp

- **Nội dung học phần:**

Chương 1: Tổng quan về marketing công nghiệp

Chương 2: Hành vi mua của khách hàng công nghiệp

Chương 3: Phân khúc thị trường sản phẩm công nghiệp – xác định thị trường mục tiêu

Chương 4: Chiến lược sản phẩm trong marketing công nghiệp

Chương 5: Định giá sản phẩm trong marketing công nghiệp

Chương 6: Phân phối sản phẩm trong marketing công nghiệp

Chương 7: Chiến lược truyền thông trong marketing công nghiệp

11.46. Khởi nghiệp và đổi mới

- Số tín chỉ: 3
- Điều kiện tiên quyết: Nguyên lý marketing
- Mô tả tóm tắt học phần: Nghiên cứu về khởi nghiệp và đổi mới đã tăng lên đáng kể trên toàn thế giới trong những thập niên gần đây và hiện nay là một trong những chủ đề phổ biến nhất trong các trường kinh doanh hàng đầu. Học phần này tập trung vào lĩnh vực khởi sự doanh nghiệp và đổi mới. Từ quan điểm học thuật, khởi nghiệp và đổi mới là những lĩnh vực phức tạp với những tranh luận đáng kể về định nghĩa và phạm vi của chúng. Từ góc nhìn thực tế, khởi nghiệp liên quan đến quá trình phát triển các dự án kinh doanh mới, và / hoặc quảng bá tăng trưởng và đổi mới trong các công ty hiện có. Đổi mới không chỉ là về công nghệ mới mà còn về làm tốt hơn để nâng cao giá trị cho khách hàng, nhân viên và cổ đông. Thành công trong khởi nghiệp đòi hỏi nhiều hơn là chỉ may mắn và tiền bạc, đó là một quá trình gắn kết từ lập kế hoạch, phát triển ý tưởng, sáng tạo và chấp nhận rủi ro. Những lý do chính để nghiên cứu khởi nghiệp và đổi mới ở trình độ đại học là để tạo ra nhận thức về kinh doanh, để phát triển phân tích và kỹ năng sáng tạo và để khuyến khích tự phát triển của sinh viên vào kinh doanh kinh doanh với vai trò chủ sở hữu hoặc nhân viên.

11.47. Phương pháp nghiên cứu khoa học

- Số tín chỉ: 3 TC
- Điều kiện tiên quyết: Toán cao cấp
- Mô tả học phần:

Học phần này trình bày những vấn đề cơ bản về nghiên cứu khoa học ứng dụng trong kinh doanh; cơ sở hình thành và lựa chọn đề tài nghiên cứu; Những phương pháp cơ bản trong nghiên cứu ứng dụng trong kinh doanh; quy trình nghiên cứu kinh doanh.

11.48. Đạo đức và trách nhiệm xã hội trong Marketing

- Số tín chỉ: 3 TC
- Điều kiện tiên quyết: Nguyên lý marketing
- Mô tả học phần: Học phần môn học Đạo đức và trách nhiệm xã hội trong marketing giới thiệu tầm quan trọng của đạo đức marketing trong môi trường kinh doanh hiện nay. Đồng thời học phần tiến hành làm rõ vai trò của đạo đức trong việc thực thi marketing trên thị trường và các hoạt động thể hiện trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp đối với cộng đồng.

11.49. Thương mại điện tử trong kinh doanh

- Số tín chỉ: 3 TC
- Điều kiện tiên quyết: Nguyên lý Marketing, Tin học đại cương
- Mô tả học phần: Học phần này nhằm cung cấp cho người học các kiến thức liên quan về thương mại điện tử và các hình thức kinh doanh trên mạng Internet. Qua học phần này, người học sẽ được trang bị những kiến thức nền tảng về mạng đối nội, mạng đối ngoại và ứng dụng của các mạng LAN/WAN, WiFi, WiMax; biết cách xác định và biết cách tiếp cận các đối tượng khách hàng trên Internet. Ngoài ra, người học cũng được cung cấp quy trình xây dựng website, các yếu tố cần có cho một website, các phương thức thanh toán và hình thức quảng cáo hiệu quả.

11.50. Giao tiếp trong kinh doanh

- Số tín chỉ: 3 TC
- Điều kiện tiên quyết: không
- Mô tả học phần: Học phần cung cấp những kiến thức căn bản về vai trò, bản chất, nội dung và hình thức của giao tiếp trong kinh doanh. Cũng ở học phần này sẽ trang bị cho sinh viên những kỹ thuật và phương pháp giao tiếp bằng: lời nói, văn bản, điện thoại, điện tín, internet, ngôn ngữ không lời, hệ thống truyền thông; mô hình truyền thông có hiệu quả trong kinh doanh.

11.51. Khóa luận tốt nghiệp

- 8 TC
- **Mô tả học phần:** Sinh viên tham gia hoạt động thực tế tại các doanh nghiệp qua đó hệ thống kiến thức chuyên ngành, tìm hiểu ứng dụng thực tế về hoạt động Marketing tại đơn vị kinh doanh hoặc trên thị trường, từ đó đề xuất những biện pháp giải quyết vấn đề nghiên cứu.

11.52. Quản trị thương hiệu

- Số tín chỉ: 3TC
- Điều kiện tiên quyết: Quản trị marketing.
- **Mô tả học phần:** Học phần giới thiệu tầm quan trọng của công tác quản trị thương hiệu trong doanh nghiệp, quá trình quản trị thương hiệu và nội dung của công tác quản trị thương hiệu.

11.53. Tổ chức sự kiện (Event)

- Số tín chỉ: 2TC.
- Điều kiện tiên quyết: Quản trị marketing.
- **Mô tả học phần:** Học phần trang bị kiến thức về sự kiện và tổ chức sự kiện, kỹ năng lập kế hoạch tổ chức sự kiện và triển khai hoạt động tổ chức sự kiện phục vụ hoạt động kinh doanh và Marketing trong doanh nghiệp.

11.54. Thực tập cuối khóa

- Số tín chỉ: 3 TC
- Điều kiện tiên quyết: Hoàn tất tất cả các học phần của khóa học (Theo Quy chế đào tạo tín chỉ của Bộ và các quy định của Trường).
- Sinh viên tham gia hoạt động thực tế tại các doanh nghiệp qua đó hệ thống kiến thức chuyên ngành, tìm hiểu ứng dụng thực tế về hoạt động Marketing tại đơn vị kinh doanh hoặc trên thị trường, từ đó đề xuất những biện pháp giải quyết vấn đề nghiên cứu.

13. HƯỚNG DẪN THỰC HIỆN CHƯƠNG TRÌNH

13.1. Tổ chức thực hiện chương trình đào tạo

- Sau khi kế hoạch đào tạo đã được phê duyệt. Khoa sẽ phối hợp với Phòng Quản lý Đào Tạo, Phòng Khảo thí, Phòng Quản lý Chất lượng và các Phòng – Ban khác tổ chức, triển khai thực hiện kế hoạch đào tạo theo kế hoạch từng năm và học kỳ. Hàng năm Khoa sẽ xem xét hoàn chỉnh đề cương các học phần thuộc khoa quản lý trong các chuyên ngành của khoa, xây dựng các kế hoạch thực hành cho từng chuyên ngành và kế hoạch thực tập tốt nghiệp.
- Khoa chịu trách nhiệm phân công giáo viên giảng, theo dõi nội dung giảng dạy phù hợp với yêu cầu đề cương học phần. Tổ chức đánh giá kết quả rèn luyện theo đúng qui chế của Bộ Giáo Dục và Đào Tạo.
- Trong quá trình tổ chức thực hiện sẽ đề xuất những yêu cầu cần thiết về cơ sở vật chất và các phương tiện giảng dạy phục vụ cho quá trình đào tạo. Hoặc đề xuất những thay đổi về phương pháp giảng dạy thích nghi với tình hình thực tế.

13.2. Phương pháp đào tạo

- Kết hợp quá trình giảng dạy, hướng dẫn của giảng viên và tự đào tạo của sinh viên, đề cao và khuyến khích tính học tập và nghiên cứu của sinh viên. Áp dụng các phương pháp giảng dạy như: nêu vấn đề, bài tập tình huống, đề tài nhóm, Chú trọng đến thực hành các môn học chuyên ngành.
- Giảng viên phụ trách môn học xây dựng kế hoạch giảng dạy và có kế hoạch, phổ biến đến sinh viên để có hướng chuẩn bị học tích cực.
- Áp dụng các hình thức thực hành đa dạng cho các môn học thuộc khoa quản lý:
 1. Thảo luận: Giảng viên giảng dạy các nội dung cơ bản và mở rộng vấn đề, hướng dẫn tài liệu tham khảo, bài đọc thêm, đề nghị sinh viên đọc và tham gia thảo luận trên lớp hoặc bài viết.
 2. Mời các doanh nghiệp báo cáo thực tế viết bài thu hoạch về doanh nghiệp.
 3. Tổ chức thực hành theo nhóm nhỏ: thảo luận tình huống, khảo sát viết đề tài.
- Đánh giá kết quả học tập: Đánh giá kết quả học tập sẽ theo yêu cầu từng môn học theo kế hoạch Khoa đã duyệt, phù hợp với qui chế của Bộ Giáo Dục – Đào tạo và các văn bản của Trường.

14. CƠ SỞ VẬT CHẤT PHỤC VỤ HỌC TẬP

Cơ sở vật chất của Trường đại học Tài chính – Marketing phục vụ đào tạo:

- Cơ sở 1: Số 2/4 Trần Xuân Soạn, Quận 7, TP.HCM.
- Cơ sở 2: Số 2C Phổ Quang, Phường 2, Quận Tân Bình, TP.HCM;
- Cơ sở 3: : 343/4 Nguyễn Trọng Tuyển, Phường 1, Quận Tân Bình, TP.HCM;
- Cơ sở 4: Số 306 Nguyễn Trọng Tuyển, Phường 1, Quận Tân Bình, TP.HCM.

14.1. Các học phần lý thuyết

Sinh viên học lý thuyết, thảo luận nhóm tại các cơ sở:

- Cơ sở 1: 2/4 Trần Xuân Soạn, Q7, và Cơ sở 2C Phổ Quang, P1, Q. Tân Bình.

14.2. Thực hành các môn tin học

- Tại phòng máy đã được nối mạng tại 306 Nguyễn Trọng Tuyển, Phường 1.

14.3. Thư viện, sách và tài liệu tham khảo

- Thư viện tại cơ sở 1: 2/4 Trần Xuân Soạn, Q7 và Cơ sở 2C Phổ Quang, P1, Q. Tân Bình.

Tp. Hồ Chí Minh, ngày 15 tháng 9 năm 2017

HIỆU TRƯỞNG *WS*

KHOA MARKETING

H. Long

TS. Nguyễn Xuân Trường

TS Hoàng Đức Long

TS. Nguyễn Xuân Trường

BỘ TÀI CHÍNH
TRƯỜNG ĐẠI HỌC TÀI CHÍNH - MARKETING

CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO
TRÌNH ĐỘ ĐẠI HỌC CHÍNH QUY
(CHƯƠNG TRÌNH CHẤT LƯỢNG CAO)

Tp. Hồ Chí Minh, năm 2017