

BỘ TÀI CHÍNH
TRƯỜNG ĐẠI HỌC TÀI CHÍNH – MARKETING

CHƯƠNG TRÌNH GIÁO DỤC ĐẠI HỌC

TÊN CHƯƠNG TRÌNH : TRUYỀN THÔNG MARKETING

NGÀNH ĐÀO TẠO : MARKETING

HÌNH THỨC ĐÀO TẠO: CHÍNH QUY – HỌC CHẾ TÍN CHỈ

TRƯỜNG ĐẠI HỌC
TÀI CHÍNH - MARKETING

Tháng 10/2015

CHƯƠNG TRÌNH GIÁO DỤC ĐẠI HỌC

*(Ban hành kèm theo Quyết định số 1558 ngày... 12... tháng 10... năm 2015
của Hiệu trưởng Trường Đại học Tài chính – Marketing)*

- Tên chương trình: TRUYỀN THÔNG MARKETING
- Trình độ đào tạo : ĐẠI HỌC
- Ngành đào tạo : MARKETING
- Mã ngành đào tạo: 52340115
- Loại hình đào tạo: CHÍNH QUI – HỌC CHẾ TÍN CHỈ

1. CĂN CỨ XÂY DỰNG CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO

1.1 Căn cứ pháp lý:

- Quyết định số 43/2007/QĐ-BGDĐT ngày 15/08/2007 của 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.
- Thông tư số: 07/2015/TT-BGDĐT ngày 16 tháng 4 năm 2015 của 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 số: 08/2011/TT-BGDĐT ngày 17 tháng 2 năm 2011 của 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;
- Thông tư số 25/2015/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;
- Quyết định số: 378/TTg ngày 23/03/2015 của Thủ tướng Chính phủ “Về việc phê duyệt Đề án thí điểm đổi mới cơ chế hoạt động của Trường Đại học Tài chính - Marketing giai đoạn 2015 – 2017”;
- Quyết định số 1194/QĐ/ĐHTCM-QLĐT ngày 19/07/2012 của trường Đại học Tài Chính – Marketing quy định về đào tạo theo học chế tín chỉ;

- Thông báo số: 889/ĐHTCM-QLKH ngày 16/09/2015 của trường Đại học Tài Chính – Marketing về chỉnh sửa chương trình đào tạo trình độ đại học.

1.2 Căn cứ thực tiễn:

- Nhu cầu của xã hội về nhân sự có kiến thức và trình độ chuyên môn có thể quản lý và triển khai các hoạt động truyền thông trong marketing
- 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

2. MỤC TIÊU ĐÀO TẠO

2.1 Mục tiêu chung

Chương trình đào tạo được thiết kế theo định hướng thực hành. Chương trình đào tạo những cử nhân chuyên về Truyền thông Marketing có phẩm chất chính trị, đạo đức và sức khỏe tốt; nắm vững các kiến thức cơ bản về kinh tế xã hội, quản trị doanh nghiệp, những kỹ năng chuyên sâu về truyền thông marketing.

Sinh viên tốt nghiệp chuyên ngành Truyền thông marketing có thể:

- Phác thảo và trình bày một kế hoạch truyền thông.
- Có khả năng tổ chức triển khai các hoạt động truyền thông marketing trên các phương tiện truyền thông.
- Có khả năng vận dụng các công cụ đo lường để đánh giá hiệu quả của hoạt động truyền thông marketing.

2.2 Mục tiêu cụ thể

2.2.1. Yêu cầu về kiến thức

a. Kiến thức chung:

Sinh viên nắm vững khối kiến thức giáo dục đại cương như: các kiến thức cơ bản về lý luận chính trị, xã hội nhân văn, khoa học tự nhiên, kiến thức về kinh tế học và quản trị.

b. Kiến thức chuyên môn:

- Sinh viên có thể hiểu những kiến thức nền tảng về marketing và truyền thông marketing.
- Có kiến thức và hiểu biết chuyên sâu về các phương tiện truyền thông marketing.

- Có kiến thức về ngôn ngữ và văn hóa để có thể thiết kế các thông điệp truyền thông
- Biết phác thảo và trình bày một kế hoạch truyền thông.
- Hiểu được các công cụ đo lường và vận dụng để đánh giá hiệu quả của hoạt động truyền thông marketing.

2.2.2. Yêu cầu về kỹ năng:

Sinh viên tốt nghiệp có khả năng thực hiện các nhiệm vụ sau:

- Có khả năng phân tích và nhận định tình hình thị trường
- Có khả năng sáng tạo thông điệp ứng dụng trong lĩnh vực truyền thông marketing.
- Có khả năng lập kế hoạch cho chiến dịch truyền thông.
- Có khả năng tổ chức triển khai và đánh giá hiệu quả các hoạt động truyền thông..

2.2.3. Năng lực tự chủ và trách nhiệm

- Có phẩm chất đạo đức, tính kỷ luật, luôn tự rèn luyện nâng cao năng lực chuyên môn.
- Có khả năng tự định hướng, thích nghi với các môi trường làm việc khác nhau
- Có ý thức học và tự học tập, tích lũy kiến thức, kinh nghiệm để nâng cao trình độ chuyên môn nghiệp vụ.
- Tích cực tham gia các hoạt động phong trào.
- Có ý thức tham gia các hoạt động cộng đồng và có trách nhiệm với cộng đồng.
- Có ý thức về đạo đức nghề nghiệp.

2.2.4. Vị trí làm việc sau khi tốt nghiệp:

- Sinh viên sau khi tốt nghiệp có thể làm việc ở bộ phận truyền thông marketing trong các doanh nghiệp.
- Sinh viên có cơ hội làm việc tại các công ty dịch vụ truyền thông marketing như quảng cáo, quan hệ công chúng, digital marketing...
- Một bộ phận sinh viên ra trường có thể làm công tác giảng dạy và nghiên cứu tại các trường đại học, cao đẳng và trung học chuyên nghiệp.

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

Có thể tiếp tục học ở các bậc sau đại học các chuyên ngành có liên quan như Marketing, Quản trị kinh doanh....

2.3 Quy định chuẩn đầu ra của trường

- Tiếng Anh: TOEIC quốc tế tối thiểu 405 (hoặc tương đương)
- Tin học: Chứng chỉ Tin học văn phòng chuẩn quốc tế MOS (Microsoft office specialist) cấp độ Specialist Microsoft Word, Microsoft Excel)
- Kỹ năng mềm: 4/8 kỹ năng như sau:

2 kỹ năng thuộc 4 kỹ năng cần cho sinh viên trong việc học đại học

Kỹ năng Thuyết trình

Kỹ năng Làm việc nhóm

Kỹ năng Quản lý thời gian

Kỹ năng Tư duy sáng tạo

2 kỹ năng thuộc 4 kỹ năng cần cho sinh viên trong việc tìm và làm việc

Kỹ năng Giao tiếp

Kỹ năng Giải quyết vấn đề

Kỹ năng tìm việc

Kỹ năng Khám phá bản thân và lập kế hoạch nghề nghiệp

3. THỜI GIAN ĐÀO TẠO: 04 NĂM

4. KHỐI LƯỢNG KIẾN THỨC TOÀN KHÓA

Khối lượng kiến thức toàn khóa: 131 tín chỉ, không tính Giáo dục thể chất và Giáo dục quốc phòng.

5. 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.

6.2. Điều kiện tốt nghiệp:

Điều kiện để sinh viên được xét công nhận tốt nghiệp:

Sinh viên hội đủ các điều kiện sau sẽ được xét công nhận tốt nghiệp:

- a. Qui định ở Điều 29, chương V, 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;
- b. Qui định về chuẩn đầu ra của trường đối với bậc đại học hệ chính quy.

7. THANG ĐIỂM

Thang điểm đánh giá kết quả học tập các học phần của sinh viên 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.

8. NỘI DUNG CHƯƠNG TRÌNH (TÊN VÀ KHỐI LƯỢNG CÁC HỌC PHẦN)

Tổng số tín chỉ toàn khóa: 131 TC

8.1 KHỐI KIẾN THỨC GIÁO DỤC ĐẠI CƯƠNG: 33 TC (Không kể Giáo dục thể chất và Giáo dục Quốc phòng)

STT	MÃ HP	TÊN HỌC PHẦN	TC	LT	TH	GHI CHÚ
1	010633	Những nguyên lý cơ bản của CN Mác-Lê nin 1 (Fundamentals of Marxism – Leninism 1)	2			1tc lý thuyết = 15 tiết
2	010634	Những nguyên lý cơ bản của CN Mác-Lê nin 2 (Fundamentals of Marxism – Leninism 2)	3			
3	010017	Đường lối cách mạng của Đảng CSVN (Vietnam Communist Party's Revolutionary Policies)	3			
4	010016	Tư tưởng Hồ Chí Minh (Hochiminh's Thoughts)	2			
5	010637	Pháp luật đại cương (General Laws)	3			
6	010025	Toán cao cấp (Calculus)	4			
7	010638	Tin học đại cương (Informatics)	4			
8	010640	Anh văn căn bản 1 (English 1)	3			
9	010022	Anh văn căn bản 2 (English 2)	3			
10	010023	Anh văn căn bản 3 (English 3)	3			
11	010024	Anh văn căn bản 4 (English 4)	3			
		Giáo dục thể chất	4			
		Giáo dục quốc phòng	8			
		Tổng	33			

8.2. KIẾN THỨC GIÁO DỤC CHUYÊN NGHIỆP: 98TC

8.2.1 Kiến thức cơ sở khối ngành:

STT	MÃ HP	TÊN HỌC PHẦN	TC	LT	TH	GHI CHÚ
12	010031	Kinh tế vi mô 1 (Microeconomics 1)	3			
13	010032	Kinh tế vĩ mô 1 (Macroeconomics 1)	3			
		Tổng	6			

7.2.2 Kiến thức cơ sở ngành:

STT	MÃ HP	TÊN HỌC PHẦN	TC	LT	TH	GHI CHÚ
14	010873	Tiền tệ, ngân hàng và thị trường tài chính (Money, Banking and Financial Market 1)	3			
15	010630	Nguyên lý Marketing (Principles of Marketing)	3			
16	010038	Nguyên lý kế toán (Principles of Accounting)	3			
17	010033	Quản trị học (Introduction to Management)	3			
18	010039	Kinh tế lượng (Econometrics)	3			
19	010683	Hành vi người tiêu dùng (Consumer Behavior)	3			
		Tổng	18			

8.2.3 Kiến thức ngành:

STT	MÃ HP	TÊN HỌC PHẦN	TC	LT	TH	GHI CHÚ
20	010756	Nghiên cứu Marketing 1 (Marketing Research 1)	3			
21	010757	Nghiên cứu Marketing 2 (Marketing Research 2)	2			
22	010733	Marketing chiến lược (Strategic marketing)	3			
23	010735	Marketing dịch vụ (Service marketing)	3			
24	010739	Marketing quốc tế (International Marketing)	3			
25	010099	Quản trị marketing (Marketing Management)	3			

26	010887	Truyền thông Marketing (IMC)	3			
27	010565	Thực hành nghề nghiệp 1	3			
28	010566	Thực hành nghề nghiệp 2	3			
29	010139	Quản trị dự án (Project Management)	3			Chọn 1 trong 2
	010064	Quản trị Tài chính (Financial management)	3			
		Tổng	29			

8.2.4 Kiến thức chuyên ngành:

STT	MÃ HP	TÊN HỌC PHẦN	TC	LT	TH	G.CHÚ
30	010555	Quan hệ công chúng (Public relations)	3			
31	010832	Quảng cáo (Advertising)	3			
32	010557	Marketing trên phương tiện truyền thông kỹ thuật số (Digital marketing)	3			
33	010893	Xây dựng kế hoạch truyền thông marketing (marketing communication planning)	4			
34	010680	Đo lường trong marketing (Marketing metrics)	3			
35	010540	Quản trị thương hiệu (Brand management)	3			Chọn 3 trong 6 (9 TC)
	010738	Marketing mối quan hệ (Relationship marketing)	3			
	010891	Viết trong truyền thông (Media writing)	3			
	010836	Sáng tạo thông điệp truyền thông (Creative messages for media)	3			
	010740	Marketing tại điểm bán (Shopper marketing)	3			
	010807	Quản trị doanh nghiệp truyền thông (Management of media organizations)	3			
		Tổng	25			

8.2.5 Kiến thức bổ trợ:

STT	MÃ HP	TÊN HỌC PHẦN	TC	LT	TH	G.CHÚ
36	010676	Đạo đức và Trách nhiệm xã hội trong marketing (Ethics and Social responsibility in marketing)	3			
37	010751	Mỹ thuật ứng dụng trong marketing (Applied Art in Marketing)	3			
38	010639	Phương pháp nghiên cứu khoa học (scientific research methodology)	3			
39	010343	Cơ sở văn hóa Việt Nam (Introduction to Vietnamese Culture)	3			Chọn 1 trong 2
	010682	Giao tiếp trong kinh doanh (Communication in Business)	3			
		Tổng	12			

8.2.6 Thực tập tốt nghiệp và viết khóa luận:

STT	MÃ HP	TÊN HỌC PHẦN	TC	LT	TH	GHI CHÚ
40	010567	Thực tập tốt nghiệp và viết khóa luận (Internship and Writing thesis)	8			1tc = 45 tiết
		Tổng	8			

9. KẾ HOẠCH GIẢNG DẠY CÁC HỌC KỲ

STT	MÃ HP	TÊN HỌC PHẦN	TC	LT	TH	GHI CHÚ
HỌC KỲ 1						
1.	010638	Tin học đại cương	4			
2.	010633	Những nguyên lý cơ bản của chủ nghĩa Mác- Lê nin 1	2			
3.	010031	Kinh tế vi mô 1	3			
4.	010637	Pháp luật đại cương	3			
5.	010640	Anh văn căn bản 1	3			
6.	010025	Toán cao cấp	4			
7.		Giáo dục thể chất	1			
8.		Giáo dục quốc phòng	8			
Tổng TC HK 1 (không kể GDTC và GDQP)			19			

HỌC KỲ 2						
1.	010022	Anh văn căn bản 2	3			

2.	010634	Những nguyên lý cơ bản của chủ nghĩa 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	3			
7.		Giáo dục thể chất	1			
Tổng TC HK 2 (không kể GDTC)			18			
HỌC KỲ 3						
1.	010039	Kinh tế lượng	3			
2.	010023	Anh văn căn bản 3	3			
3.	010017	Đường lối cách mạng của Đảng CSVN	3			
4.	010016	Tư tưởng Hồ Chí Minh	2			
5.	010639	Phương pháp nghiên cứu khoa học	3			
6.	010630	Nguyên lý marketing	3			
7.		Giáo dục thể chất	1			
Tổng TC HK 3 (không kể GDTC)			17			
HỌC KỲ 4						
1.	010099	Quản trị Marketing	3			
2.	010024	Anh văn căn bản 4	3			
3.	010756	Nghiên cứu Marketing 1	3			
4.	010683	Hành vi người tiêu dùng	3			
5.	010857	Mỹ thuật ứng dụng trong Marketing	3			
6.	010565	Thực hành nghề nghiệp 1	3		90	
7.		Giáo dục thể chất	1			
Tổng TC HK 4 (không kể GDTC)			18			
HỌC KỲ 5						
1.	010887	Truyền thông marketing	3			
2.	010735	Marketing dịch vụ	3			
3.	010869	Cơ sở văn hóa Việt Nam	3			Chọn 1 trong 2
4.	010682	Giao tiếp trong kinh doanh	3			
5.	010739	Marketing quốc tế	3			
6.	010757	Nghiên cứu Marketing 2	2			
7.	010139	Quản trị dự án	3			Chọn 1 trong 2
8.	010064	Quản trị tài chính	3			
Tổng TC HK 5			17			
HỌC KỲ 6						
1.		Các môn chuyên ngành tự chọn	9			

2.	010733	Marketing chiến lược	3			
3.	010676	Đạo đức và Trách nhiệm xã hội trong marketing	3			
4.	010566	Thực hành nghề nghiệp 2	3		90	
Tổng TC HK 6			18			
HỌC KỲ 7						
1.	010555	Quan hệ công chúng	3			
2.	010832	Quảng cáo	3			
3.	010557	Marketing trên phương tiện truyền thông kỹ thuật số	3			
4.	010893	Xây dựng kế hoạch truyền thông marketing	4			
5.	010680	Đo lường trong marketing	3			
Tổng TC HK 7			16			
HỌC KỲ 8						
	010567	Thực tập Tốt nghiệp và Viết khóa luận tốt nghiệp	8		240	
Tổng TC HK 8			8			
CỘNG TOÀN KHÓA			131			

10. MÔ TẢ TÓM TẮT NỘI DUNG VÀ KHỐI LƯỢNG CÁC HỌC PHẦN DO KHOA MARKETING QUẢN LÝ

10.1. 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-Lênin 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-Lênin; Nắm vững những nội dung cơ bản

về thế giới quan và phương pháp luận triết học của chủ nghĩa Mác-Lênin vừa là điều kiện tiên quyết để nghiên cứu toàn bộ hệ thống lý luận của chủ nghĩa Mác-Lênin, 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

10.2. 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-Lênin 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.

10.3. 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 – Lenin 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

10.4. 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.

10.5. 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.

10.6. Ngoại ngữ (Anh văn căn bản 1,2,3,4)

- Số tín chỉ: 12 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.

10.7. 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 vectơ; 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.

10.8. 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

10.9. 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.

10.10. 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.

10.11. Kinh tế vi mô 1

- 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.

10.12. Kinh tế vĩ mô 1

– Số tín chỉ: 3 TC

– Học phần học trước: Kinh tế vi mô 1.

– 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.

10.13. 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.

10.14. 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.

- Tên các chương trong học phần

Chương 1: Tổng quan về kế toán

Chương 2: Phương pháp tổng hợp – cân đối kế toán

Chương 3: Tài khoản và ghi sổ kép

Chương 4: Tính giá các đối tượng kế toán

Chương 5: Kế toán quá trình kinh doanh căn bản

Chương 6: Chứng từ kế toán và kiểm kê

Chương 7: Sổ sách và hình thức kế toán

10.15. Kinh tế lượng

- Số tín chỉ: 3 TC

– Điều kiện tiên quyết: Toán cao cấp, Lý thuyết xác suất và thống kê toán, Kinh tế vi mô I, Kinh tế vĩ mô I, Tin học đại cương.

– Mô tả học phần : Cung cấp các kỹ thuật ước lượng, hiệu chỉnh mô hình hồi quy đa biến, cách phân tích tính đúng đắn về mặt kỹ thuật cũng như về kinh tế của mô hình. Học phần còn trang bị cho sinh viên cách thức vận dụng các công cụ phân tích định lượng vào một số vấn đề kinh tế, quản trị kinh doanh cơ bản trên cơ sở sử dụng phần mềm chuyên dùng và cơ sở dữ liệu của Việt Nam.

10.16. 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...

10.17. 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.

10.18. 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.

10.19. 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.

10.20. 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.

10.21. 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.

10.22. 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.

10.23. Cơ sở văn hóa Việt Nam

– Số tín chỉ: 3 TC

– Điều kiện tiên quyết: Không

Môn học trình bày những kiến thức cơ bản về phong tục tập quán, lễ hội, các tiến trình lịch sử văn hóa, văn hóa làng và tổ chức nhà nước trong các triều đại. Văn hóa các dân tộc và phân vùng văn hóa các vùng miền văn hóa Việt Nam

10.24. Nguyên lý Marketing

– Số tín chỉ: 3TC

- 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 khách hàng, phân khúc và lựa chọn thị trường mục tiêu, chiến lược và chính sách về sản phẩm, giá cả, phân phối và chiêu thị.

10.25. Nghiên cứu Marketing1 (Marketing Research)

- Số tín chỉ: 4TC
- Điều kiện tiên quyết: Nguyên lý marketing.
- Mô tả học phần:

Trang bị những kiến thức chuyên sâu về nghiên cứu 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)

10.26. Nghiên cứu Marketing 2 (Marketing Research 2)

- Số tín chỉ: 2TC
- Điều kiện tiên quyết: Nguyên lý marketing.
- Học phần học trước: 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.

10.27. Marketing mối quan hệ

- Số tín chỉ: 3TC
- Điều kiện tiên quyết: Nguyên lý marketing.
- Học phần học trước: Hành vi khách hàng.

– 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 và trong dịch vụ.

10.28. Hành vi người tiêu dùng

- Số tín chỉ: 3TC
- 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 người 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), Các yếu tố ảnh hưởng đến hành vi tiêu dùng, quá trình quyết định mua hàng của các đối tượng khách hàng và ứng dụng trong hoạt động Marketing.

10.29. Đạo đức và trách nhiệm xã hội trong Marketing

- Số tín chỉ: 3TC
- Điều kiện tiên quyết: Nguyên lý marketing
- Mô tả học phần:

Học phần 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.

10.30. Quản trị Marketing

- Số tín chỉ: 3TC
- Điều kiện tiên quyết: Nguyên lý marketing
- Học phần học trước: Quản trị học
- Mô tả học phần:

Học phần cung cấp những kiến thức căn bản về quản trị các hoạt động marketing, kỹ thuật phân tích và các tình huống quản trị của nó. Những chủ đề chính trong học phần này có liên quan chặt chẽ đến việc ra các quyết định về quản trị marketing như: hoạch

định chiến lược marketing, tổ chức triển khai các chương trình Marketing, kiểm soát và đánh giá các hoạt động Marketing .v.v.

10.31. Marketing quốc tế

- Số tín chỉ: 3 TC
- Điều kiện tiên quyết: Nguyên lý marketing.
- Mô tả môn học:

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.

10.32. Marketing dịch vụ

- Số tín chỉ: 3TC
- 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.

10.33. Marketing chiến lược

- 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.

10.34. Truyền thông Marketing

- Số tín chỉ: 3TC

- Điều kiện tiên quyết: Nguyên lý marketing
- Học phần học trước: Quản trị 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 các hoạt động truyền thông, xây dựng các chương trình cụ thể trong hoạt động truyền thông.

10.35. Quản trị thương hiệu

- Số tín chỉ: 3TC
- Điều kiện tiên quyết: Nguyên lý marketing.
- Mô tả môn học:

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.

10.36. Xây dựng kế hoạch truyền thông marketing

- Số tín chỉ: 3 TC
- Điều kiện tiên quyết: Nguyên lý 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.

10.37. Marketing trên phương tiện truyền thông kỹ thuật số

- Số tín chỉ: 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 phương tiện truyền thông kỹ thuật số, như : công tác nghiên cứu thị trường, xây dựng kế hoạch, triển khai hoạt động marketing trên phương tiện truyền thông kỹ thuật số.

10.38. Thực hành nghề nghiệp 1

- Số tín chỉ: 3TC
- Điều kiện tiên quyết: Nguyên lý marketing
- Mô tả học phần:

Học phần này đi vào phần thực hành, sinh viên xây dựng đề cương và viết đề tài thuộc phạm vi các vấn đề của Marketing. Qua đó giúp sinh viên hệ thống kiến thức môn học Marketing, bước đầu hiểu được cách thức vận dụng Marketing vào thực tế kinh doanh của doanh nghiệp.

10.39. Thực hành nghề nghiệp 2

- Số tín chỉ: 3TC
- Điều kiện tiên quyết: Nghiên cứu Marketing,
- Học phần học trước: Hành vi khách hàng, Thống kê kinh doanh.
- Mô tả học phần:

Học phần này đi vào phần thực hành, sinh viên xây dựng kế hoạch và triển khai 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.

10.40. Quan hệ công chúng (PR)

- Số tín chỉ: 3TC
- Điều kiện tiên quyết: Quản trị marketing.
- Mô tả môn học:

Trang bị kiến thức về tầm quan trọng của PR trong kinh doanh, các công cụ cơ bản của PR và kỹ năng vận dụng công cụ PR vào thực tiễn kinh doanh của doanh nghiệp

10.41. Mỹ thuật ứng dụng trong marketing

- Số tín chỉ: 3 TC
- Điều kiện tiên quyết: Nguyên lý marketing
- Mô tả học phần:

Học phần này giúp cho sinh viên nắm những nguyên tắc về mỹ thuật ứng dụng mỹ thuật trong marketing như thiết kế bao bì, in ấn....

10.42. Đo lường trong marketing

- Số tín chỉ: 3TC

– Điều kiện tiên quyết: Nguyên lý marketing.

– Mô tả học phần:

Học phần cung cấp cho sinh viên một số phương pháp, công cụ phân tích và đo lường kết quả và hiệu quả trong marketing tập trung vào hoạt động truyền thông như phân tích khách hàng truyền thông, đo lường hiệu quả của các kênh truyền thông, hiệu quả tài chính...

10.43. Quảng cáo

– Số tín chỉ: 3 TC

– Điều kiện tiên quyết: Quản trị marketing.

– Mô tả môn học:

Học phần cung cấp những kiến thức cơ bản về hoạt động quảng cáo, các kỹ năng xây dựng kế hoạch và phân tích tình hình thực hiện kế hoạch quảng cáo trong doanh nghiệp.

10.44. Marketing tại điểm bán

– Số tín chỉ: 3TC

– Điều kiện tiên quyết: Marketing.

– Mô tả môn học

Học phần đề cập đến tất cả các nỗ lực nhằm tăng hiệu quả truyền thông tại điểm bán, qua đó giúp công ty quảng bá thương hiệu và tăng doanh số bán hàng tại các điểm mua sắm của khách hàng. Các công cụ được triển khai như quảng cáo, trưng bày tại điểm bán, khuyến mãi...

10.45. Sáng tạo thông điệp truyền thông

– Số tín chỉ: 3TC

– Điều kiện tiên quyết: Quản trị marketing.

– Mô tả môn học

Học phần trang bị những nội dung liên quan đến việc sáng tạo thông điệp truyền thông:

- Các khái niệm về sáng tạo và sáng tạo thông điệp truyền thông;
- Những yếu tố sáng tạo trong một thông điệp truyền thông marketing;
- Quy trình và phương pháp sáng tạo thông điệp truyền thông;

- Phương pháp sáng tạo thông điệp cho các loại hình truyền thông.
- Môn học sáng tạo thông điệp truyền thông có liên quan chặt chẽ đến những môn: quản trị marketing, quản trị chiêu thị, quản trị quảng cáo & khuyến mại...

10.46. Viết trong truyền thông

- Số tín chỉ: 3TC
- Điều kiện tiên quyết: Quản trị marketing.
- Mô tả môn học
- Học phần Viết trong quan hệ công chúng giới thiệu tầm quan trọng của các tài liệu bằng văn bản của lãnh vực quan hệ công chúng đối với các giới công chúng khác nhau. Học phần phân tích nội dung của kỹ thuật viết, các dạng tài liệu trong môn quan hệ công chúng, tính logic của văn bản và cách thức trình bày, gửi văn bản đến các giới công chúng trong các doanh nghiệp một cách hiệu quả.

10.47. Thực tập tốt nghiệp và viết khóa luận tốt nghiệp

- Số tín chỉ: 8 TC
- Điều kiện tiên quyết: Sau khi học xong các học phần chuyên ngành
- 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. HƯỚNG DẪN THỰC HIỆN CHƯƠNG TRÌNH

11.1. 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.

11.2 Phương pháp đào tạo

- Kết hợp quá trình giảng dạy, hướng dẫn của thầy 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 như:
 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 nhỏ,...
- 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.

12. CƠ SỞ VẬT CHẤT PHỤC VỤ HỌC TẬP

Hiện nay, cơ sở vật chất của Trường đại học Tài chính – Marketing phục vụ cho đào tạo như sau:

Số cơ sở đào tạo: 4 cơ sở.

- Cơ sở 1: Số 306 Nguyễn Trọng Tuyển, Phường 1, Quận Tân Bình, TP.HCM;
- Cơ sở 2: Số 2C Phở Quang, Phường 2, Quận Tân Bình, TP.HCM;
- Cơ sở 3: Số 458/3F Nguyễn Hữu Thọ, Phường Tân Hưng, Quận 7, TP.HCM;
- Cơ sở 4: Số 2/4 Trần Xuân Soạn, Quận 7, TP.HCM.

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

- Cơ sở 4, 2/4 Trần Xuân Soạn, Q7, TP.HCM.
- Cơ sở 2C Phổ Quang, P1, Q. Tân Bình, TP.HCM.

12.2 Thực hành các môn tin học

Tại phòng máy đã được nối mạng

12.3 Thư viện, sách và tài liệu tham khảo

Thư viện tại Cơ sở 2/4 Trần Xuân Soạn, Q7, Cơ sở 2C Phổ Quang, P1, Q. Tân Bình, TP.HCM Gồm có:Sách, giáo trình các học phần thuộc khối kiến thức giáo dục đại cương và giáo dục chuyên nghiệp.

Cơ sở vật chất của Trường

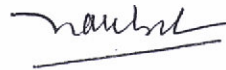
Nội dung	Đơn vị tính	Số lượng
1. Diện tích đất trường quản lý, sử dụng	ha	2,66298
- Diện tích đất trường có quyền sử dụng đất	ha	0,98378
- Diện tích đất nhà trường thuê/mượn	ha	1,6792
2. Số cơ sở đào tạo	cơ sở	04
3. Diện tích xây dựng cơ sở đào tạo	m ²	3.506
3.1. Phòng làm việc cán bộ quản lý, giảng viên	m ²	740
- Số phòng	phòng	24
- Diện tích sử dụng	m ²	740
- Diện tích bình quân/sinh viên	m ² /người	
3.2. Giảng đường/phòng học	m ²	10.227
- Số phòng	phòng	119
- Diện tích sử dụng	m ²	10.227
3.3. Hội trường	m ²	1.390
- Số phòng	phòng	03
- Diện tích sử dụng	m ²	1.390
3.4. Phòng máy tính		
- Diện tích sử dụng	m ²	846
- Số máy tính sử dụng được	máy tính	660
- Số máy tính nối mạng ADSL	máy tính	660
3.5. Thư viện		
- Số phòng	Phòng	6
- Diện tích sử dụng	m ²	459
3.7. Ký túc xá		
- Số phòng	phòng	17

Nội dung	Đơn vị tính	Số lượng
- Diện tích sử dụng	m ²	1.068
3.8. Nhà thi đấu đa năng, sân bãi thể dục, thể thao	m ²	3.200

Nguồn: Phòng Quản trị thiết bị

TP. Hồ Chí Minh, ngày 19 tháng 1 năm 2015

Trưởng khoa Marketing



TS. Ngô Thị Thu



PGS.TS. Trần Hoàng Ngân