

**BỘ TÀI CHÍNH**  
**TRƯỜNG ĐẠI HỌC TÀI CHÍNH – MARKETING**

**CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO**

*(Ban hành kèm theo Quyết định số 124/QĐ-ĐHTCM ngày 15 tháng 9 năm 2017 của Hiệu trưởng Trường Đại học Tài chính – Marketing)*

Tên chương trình : **Truyền thông Marketing**  
Tên tiếng Anh : **Marketing communication**  
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;

- 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-ĐHTCM 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 CHƯƠNG TRÌNH (AIMS OF PROGRAMME)**

### **3.1 Mục tiêu chung (objectives of programme)**

- Chương trình đào tạo Cử nhân marketing chuyên ngành truyền thông marketing cung cấp cho sinh viên một nền tảng khoa học sâu rộng trong ngành marketing và chuyên ngành truyền thông 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 truyền thông marketing cho doanh nghiệp/tổ chức.

### **3.2 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 và chuyên sâu về marketing và truyền thông marketing.
- Các sinh viên tốt nghiệp có kiến thức và kỹ năng thực hành chuyên sâu về truyền thông marketing như nghiên cứu marketing, hoạch định marketing, triển khai thực hiện và đánh giá các chương trình xây dựng, phát triển thương hiệu ở cấp độ chiến lược và chiến thuật.

#### 4. CHUẨN ĐẦU RA (LEARNING OUTCOME)

**Bảng 1: Chuẩn đầu ra của chương trình đào tạo cử nhân truyền thông 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>k1. Đạt được sự hiểu biết cơ bản về khoa học xã hội, khoa học chính trị và pháp luật;</p> <p>k2. 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>k3. 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>k4. 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 truyền thông marketing	<p>k5. Đạt được sự hiểu biết sâu sắc và vững vàng các nguyên lý, công cụ và qui trình marketing và truyền thông marketing;</p> <p>k6. 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 thương hiệu của doanh nghiệp/tổ chức;</p> <p>k7. Có khả năng hoạch định, triển khai thực thi, đo lường đánh giá quản trị thương hiệu ở cấp độ chiến lược cho doanh nghiệp/tổ chức;</p> <p>k8. Đủ khả năng hoạch định, triển khai thực thi, đo lường đánh giá quản trị thương hiệu ở cấp độ chiến thuật cho doanh nghiệp/tổ chức.</p>
Kỹ năng (Skill)	Kỹ năng nghề nghiệp (kỹ năng cứng)	<p>s1. 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 và truyền thông marketing ở cấp độ chiến lược và chiến thuật;</p> <p>s2. 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	s3. 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.

	(cá nhân)	s4. 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.
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>a1. Có năng lực làm việc độc lập và làm việc nhóm, tự chịu trách nhiệm cá nhân, nhóm, trách nhiệm xã hội và đạo đức nghề nghiệp;</p> <p>a2. 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>a3. 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 130 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 130 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 (33 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.

##### **❖ Thực tập tốt nghiệp và viết khóa luận tốt nghiệp**

- 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 130 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 TOIEC 405 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 marketing chuyên ngành truyền thông marketing có thể làm việc ở bộ phận marketing, bộ phận truyền thông marketing, 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, thương hiệu, 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 : 33 TC**

- 9.1.1. Lý luận chính trị : 10
- 9.1.2. Khoa học xã hội : 3
- 9.1.3. Ngoại ngữ : 12
- 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.đục 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 (TÊN VÀ KHỐI LƯỢNG CÁC HỌC PHẦN)**

TỔNG SỐ TÍN CHỈ TOÀN KHÓA: 130 TC

**Bảng 3: Khối lượng các học phần trong chương trình**

STT	MÃ HP	TÊN HỌC PHẦN	TC	LT	TH	GHI CHÚ
<b>KIẾN THỨC ĐẠI CƯƠNG (KHÔNG KỂ THỂ CHẤT VÀ QUỐC PHÒNG)</b>			<b>33</b>			
1	010633	Những nguyên lý cơ bản của CN Mác- Lê nin 1 (The basic principles of Maxism-Leninism – P1)	2			
2	010634	Những nguyên lý cơ bản của CN Mác- Lê nin 2 (The basic principles of Maxism-Leninism – P2)	3			
3	010017	Đường lối cách mạng của Đảng CSVN (Revolution Policy of Vietnam Communist Party)	3			

4	010016	Tư tưởng Hồ Chí Minh (Ho Chi Minh's Ideology)	2			
5	010637	Pháp luật đại cương (Basic Laws)	3			
6	010025	Toán cao cấp (Calculus)	4			
7	010638	Tin học đại cương (Informatics)	4			
8	010640	Anh văn căn bản 1 (General English 1)	3			
9	010022	Anh văn căn bản 2 (General English 2)	3			
10	010023	Anh văn căn bản 3 (General English 3)	3			
11	010024	Anh văn căn bản 4 (General English 4)	3			
12		Giáo dục thể chất	4			
13		Giáo dục quốc phòng	8			
14- 15	010782	Kỹ năng thuyết trình (Presentation skills)	1			Chọn 2 trong 4
	010783	Kỹ năng Làm việc nhóm (Teamwork skills)	1			
	010815	Kỹ năng Quản lý thời gian (Time management skills)	1			
	010845	Kỹ năng Tư duy sáng tạo (Creative thinking skills)	1			
16- 17	010852	Kỹ năng Giao tiếp (Communication skills)	1			Chọn 2 trong 4
	010909	Kỹ năng Giải quyết vấn đề (Problem solving skills)	1			
	010910	Kỹ năng tìm việc (Job seeking skills)	1			
	010911	Kỹ năng Khám phá bản thân & lập KH nghề nghiệp (Self-discovery and career planning skills)	1			
<b>KIẾN THỨC GIÁO DỤC CHUYÊN NGHIỆP</b>			<b>97</b>			
<b>Kiến thức cơ sở khởi nghiệp</b>			<b>6</b>			
18	010031	Kinh tế vi mô 1 (Microeconomics 1)	3			

19	010032	Kinh tế vĩ mô 1 (Macroeconomics 1)	3			
<b>Kiến thức cơ sở ngành</b>			<b>18</b>			
20	010873	Tiền tệ ngân hàng và thị trường tài chính 1 (Money, banking and financial market 1)	3			
21	010630	Nguyên lý Marketing (Principles of marketing)	3			
22	010038	Nguyên lý kế toán (Principles of accounting)	3			
23	010033	Quản trị học (Management)	3			
24	010857	Thống kê ứng dụng trong kinh tế và kinh doanh	3			
25	010683	Hành vi người tiêu dùng (Consumer behavior)	3			
<b>Kiến thức ngành</b>			<b>29</b>			
26	010756	Nghiên cứu Marketing 1 (Marketing research 1)	3			
27	010757	Nghiên cứu Marketing 2 (Marketing research 2)	2			
28	010733	Marketing chiến lược (Strategic marketing)	3			
29	010735	Marketing dịch vụ (Service marketing)	3			
30	010739	Marketing quốc tế (International marketing)	3			
31	010099	Quản trị marketing (Marketing management)	3			
32	010887	Truyền thông Marketing (IMC)	3			
33		Thực hành nghề nghiệp 1 (Practicum 1)	3			
34		Thực hành nghề nghiệp 2 (Practicum 2)	3			
35	010139	Quản trị dự án (Project management)	3			Chọn 1 trong 2
	010064	Quản trị Tài chính (Financial management)	3			
<b>Kiến thức chuyên ngành</b>			<b>24</b>			
36	010555	Quan hệ công chúng (Public relations)	3			
37	010832	Quảng cáo (Advertising)	3			
38	010557	Marketing trên phương tiện truyền thông kỹ thuật số (Digital marketing)	3			
39	010558	Xây dựng kế hoạch truyền thông marketing (marketing communication planning)	3			
40	010680	Đo lường trong marketing (Marketing metrics)	3			
41-43	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			
<b>Kiến thức bổ trợ</b>			<b>12</b>			
44	010676	Đạo đức và Trách nhiệm xã hội trong marketing (Ethics and Social responsibility in marketing)	3			
45	010751	Mỹ thuật ứng dụng trong marketing (Applied art in marketing)	3			
46	010639	Phương pháp nghiên cứu khoa học (scientific research methodology)	3			
47	010343	Cơ sở văn hóa Việt Nam (Introduction to Vietnamese culture)	3			Chọn 1 trong 2
	010682	Liên lạc trong kinh doanh (Communication in business)	3			
<b>Khóa luận tốt nghiệp hoặc Thực tập cuối khóa và học các môn thay thế</b>			<b>8</b>			
48	010329	Khóa luận tốt nghiệp (Thesis)	8		8	SV đủ ĐK
48-50	010192	Quản trị kênh phân phối (Marketing Channels management)	3			SV không đủ ĐK làm KLTN
		Thương hiệu trên phương tiện kỹ thuật số (Digital branding)	2			
	010329	Thực tập cuối khóa (Internship)	3		3	
<b>Tổng TC HK 8</b>						
<b>CỘNG TOÀN KHÓA</b>			<b>130</b>			

## 11. KẾ HOẠCH GIẢNG DẠY CÁC HỌC KỲ

Bảng 4: Kế hoạch giảng dạy các học kỳ

STT	MÃ HP	TÊN HỌC PHẦN	TC	LT	TH	GHI CHÚ
<b>HỌC KỲ 1</b>						
1	010638	Tin học đại cương	4			
2	010633	Nguồn nguyên lý cơ bản của CN Mác- Lê nin 1	2			
3	010031	Giáo dục thể chất 1	3			
4	010637	Đạo đức đại cương	3			

5	010640	Anh văn căn bản 1	3			
6	010025	Toán cao cấp	4			
7	010633	Giáo dục thể chất	1			
8	010634	Giáo dục quốc phòng	8			
<b>Tổng TC HK 1 (không kể GDTC và GDQP)</b>			<b>19</b>			
<b>HỌC KỲ 2</b>						
1	010022	Anh văn căn bản 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	3			
7	010633	Giáo dục thể chất	1			
<b>Tổng TC HK 2 (không kể GDTC)</b>			<b>18</b>			
<b>HỌC KỲ 3</b>						
1	010857	Thông kê ứng dụng trong kinh tế và kinh doanh	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	010633	Giáo dục thể chất	1			
<b>Tổng TC HK 3 (không kể GDTC)</b>			<b>17</b>			
<b>HỌC KỲ 4</b>						
1	010099	Quản trị Marketing	3			
2	010024	Anh văn căn bản 4	3			
3	010756	Nghiên cứu Marketing 1	3			
4	010683	Đánh giá người tiêu dùng	3			
5	010857	Kỹ thuật ứng dụng trong Marketing	3			
6	010248	Thực hành nghề nghiệp 1	3		90	
7	010633	Giáo dục thể chất	1			
<b>Tổng TC HK 4 (không kể GDTC)</b>			<b>18</b>			
<b>HỌC KỲ 5</b>						
1	010887	Nguyên lý bán hàng marketing	3			
2	010735	Marketing dịch vụ	3			
3	010869	Công nghệ văn hóa Việt Nam	3			Chọn 1 trong 2
	010682	Chiến lược trong kinh doanh				
5	010739	Marketing quốc tế	3			
6	010757	Nghiên cứu Marketing 2	2			
7	010139	Quản lý dự án	3			Chọn 1 trong 2
	010064	Quản lý tài chính				
<b>Tổng TC HK 5</b>			<b>17</b>			
<b>HỌC KỲ 6</b>						

1-3		3 Học phần chuyên ngành tự chọn trong 6 HP	9			
4	010733	Marketing chiến lược	3			
5	010676	Đạo đức và Trách nhiệm xã hội trong marketing	3			
6	010249	Thực hành nghề nghiệp 2	3		3	
<b>Tổng TC HK 6</b>			<b>18</b>			
<b>HỌC KỲ 7</b>						
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	Thiết lập kế hoạch truyền thông marketing	3			
5	010680	Đo lường trong marketing	3			
<b>Tổng TC HK 7</b>			<b>15</b>			
<b>HỌC KỲ 8</b>						
1	010329	Khóa luận tốt nghiệp	8		8	SV đủ ĐK
1	010192	Quản trị kênh phân phối (Marketing Channels Management)	3			SV không đủ ĐK làm KLTN
2		Thiết lập thương hiệu trên phương tiện kỹ thuật số (Digital branding)	2			
3		Thực tập cuối khóa	3		3	
<b>Tổng TC HK 8</b>			<b>8</b>			
<b>CỘNG TOÀN KHÓA</b>			<b>130</b>			

**KỸ NĂNG MỀM (từ học kỳ chính)**

STT	Mã HP	TÊN HỌC PHẦN	TC	LT	TH	G.CHÚ
1-2	010782	Kỹ năng quyết trình	1			Chọn 1 trong 2
	010783	Kỹ năng Làm việc nhóm	1			
	010815	Kỹ năng Quản lý thời gian	1			
	010845	Kỹ năng Tự duy sáng tạo	1			
3-4	010852	Kỹ năng Giao tiếp	1			Chọn 1 trong 2
	010909	Kỹ năng Giải quyết vấn đề	1			
	010910	Kỹ năng tìm việc	1			
	010911	Kỹ năng Khám phá bản thân & lập KH nghề nghiệp	1			
<b>CỘNG</b>			<b>4</b>			

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

### **12.1. 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

### **12.2. 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.

### **12.3. 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 khác 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, nêu 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 ngoại khóa: 10 tiết (tự nghiên cứu theo nhóm)

- Tự học: 90 tiết

#### **12.4. 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.

#### **12.5. 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 toán học 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.

#### **12.6. 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.

#### **12.7. 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.

#### **12.8-11 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.

#### **12.12. Giáo dục thể chất**

- Số tín chỉ: 1 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.

#### **12.13. 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.

#### **12.14. 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 đồ biểu và có thể áp dụng khi học các học phần tiếp theo.

#### **12.15. 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.

#### **12.16. 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...

#### **12.17. 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.

#### **12.18. 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 lập bảng ghi chép các nghiệp vụ kinh tế phát sinh bằng các định khoản, vào tài khoản như 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

#### **12.19. 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 nổi bật khác như: quản trị sự đổi mới, quản trị xung đột, quản trị rủi ro và cơ hội của một doanh nghiệp.

#### **12.20. 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.

### **12.21. 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 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.

### **12.22. Nghiên cứu Marketing 1 (Marketing Research 1)**

- Số tín chỉ: 3 TC
- Điều kiện tiên quyết: Nguyên lý marketing.
- Mô tả học phần: Trang bị những kiến thức cơ bản 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).

### **12.23. Nghiên cứu Marketing 2 (Marketing Research 2)**

- Số tín chỉ: 2 TC
- Điều kiện tiên quyết: Nguyên lý marketing.
- Học phần học trước: Nghiên cứu Marketing 1
- Mô tả học phần: 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 về nghiên cứu.

### **12.24. 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.

#### **12.25. 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.

#### **12.26. 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 hoạt động Marketing, tổ chức bộ phận Marketing trong môi trường quốc tế.

#### **12.27. Quản trị Marketing**

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

#### **12.28. Truyền thông Marketing tích hợp (IMC)**

- Số tín chỉ: 3 TC
- 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.

#### **12.29. 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 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 học phần Marketing, bước đầu hiểu được cách thức vận dụng Marketing vào thực tế kinh doanh của doanh nghiệp.

#### **12.30. Thực hành nghề nghiệp 2**

- Số tín chỉ: 3 TC
- Điều kiện tiên quyết: Nghiên cứu Marketing 1 và Nghiên cứu Marketing 2
- Học phần học trước: Hành vi người tiêu dùng, 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.

#### **12.31. 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 bước 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.

#### **12.32. 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 dòng tiền 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.

#### **12.33. Quan hệ công chúng**

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

#### **12.34. Quảng cáo**

- Số tín chỉ: 3 TC
- Điều kiện tiên quyết: Quản trị marketing.
- Mô tả học phần: Học phần cung cấp những kiến thức cơ bản về hoạt động quảng cáo và khuyến mại, các kỹ năng xây dựng kế hoạch và phân tích tình hình thực hiện kế hoạch quảng cáo khuyến mại trong doanh nghiệp.

#### **12.35. Marketing trên phương tiện kỹ thuật số (Digital marketing)**

- Số tín chỉ: 3 TC
- Điều kiện tiên quyết: Quản trị 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 các phương tiện kỹ thuật số như: công

tác nghiên cứu thị trường, triển khai hoạt động marketing trên các phương tiện kỹ thuật số (Digital Marketing).

#### **12.36. Xây dựng kế hoạch truyền thông marketing**

- Số tín chỉ: 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 truyền thông 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 truyền thông marketing cụ thể.

#### **12.37. Đo lường trong 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, công cụ đo lường kết quả và hiệu quả trong marketing như đo lường qui mô 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...

#### **12.38. Quản trị thương hiệu**

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

#### **12.39. Marketing mối quan hệ**

- Số tín chỉ: 3
- Điều kiện tiên quyết: Quản trị 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;

tác nghiên cứu thị trường, triển khai hoạt động marketing trên các phương tiện kỹ thuật số (Digital Marketing).

### **12.36. Xây dựng kế hoạch truyền thông marketing**

- Số tín chỉ: 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 truyền thông 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 truyền thông marketing cụ thể.

### **12.37. Đo lường trong 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, công cụ đo lường kết quả và hiệu quả trong marketing như đo lường qui mô 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...

### **12.38. Quản trị thương hiệu**

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

### **12.39. Marketing mối quan hệ**

- Số tín chỉ: 3
- Điều kiện tiên quyết: Quản trị 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.

#### **12.40. Viết trong truyền thông**

- Số tín chỉ: 3 TC
- Điều kiện tiên quyết: Nguyên lý marketing.
- Mô tả học phần: Học phần viết trong truyền thông trang bị cho sinh viên chuyên ngành truyền thông Marketing nắm được các kiến thức cơ bản về Kỹ năng Viết trong QHCC, đồng thời giúp sinh viên thực hành viết và rèn luyện kỹ năng viết các thể loại bài viết trong truyền thông.

#### **12.41. Sáng tạo thông điệp truyền thông**

##### **Mô tả học phần:**

- Số tín chỉ: 3
- Yêu cầu của học phần: 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; Qui 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 mãi.

#### **12.42. Marketing tại điểm bán (Shopper marketing)**

- Số tín chỉ: 3 TC
- Điều kiện tiên quyết: Nguyên lý marketing.
- Mô tả học phần: Học phần marketing tại điểm bán bao gồm 08 chương, trước hết làm rõ các khái niệm cơ bản của marketing tại điểm bán và sự khác biệt giữa các hoạt động marketing hỗ trợ cho việc kinh doanh sản phẩm trên thương trường so với các hoạt động marketing hướng vào việc phát triển thương hiệu. Bên cạnh đó, học phần sẽ phân tích nội dung của hoạt động marketing trong các doanh nghiệp tại điểm bán và các quyết định marketing tại điểm bán cơ bản..

#### **12.43. Quản trị doanh nghiệp truyền thông**

- Số tín chỉ: 3 TC
- Điều kiện tiên quyết: Nguyên lý marketing.
- Mô tả học phần: Học phần Quản trị doanh nghiệp truyền thông giúp sinh viên hiểu được những vấn đề cốt lõi trong việc quản lý một doanh nghiệp truyền thông (bao gồm chiến lược hoạt động, cấu trúc công ty, các quy trình quản lý, và nhân sự). Những vấn đề được nêu ra trong môn học này luôn được đặt trong bối cảnh biến đổi không ngừng và sự cạnh tranh ngày càng tăng của ngành công nghiệp truyền thông, đòi hỏi sự đổi mới, cải tiến và sáng tạo của doanh nghiệp, để sinh viên có thể nhìn thấy được mối liên hệ giữa cơ hội thị trường, định hướng chiến lược và quản trị hoạt động tại các công ty truyền thông.

#### **12.44. Đạo đức và trách nhiệm xã hội trong Marketing**

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

- Mô tả tóm tắt 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.

#### **12.45. Mỹ thuật ứng dụng trong marketing**

- 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 mỹ thuật, Giúp sv nắm vững những kiến thức về mỹ thuật và mỹ thuật ứng dụng trong hoạt động marketing như trong hoạt động quảng cáo, khuyến mãi, thương hiệu.

#### **12.46. 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.

#### **12.47. Cơ sở văn hóa Việt Nam**

- Số tín chỉ: 3 TC
- Điều kiện tiên quyết:
- Mô tả học phần: Học phần này nhằm cung cấp cho người học các kiến thức liên quan về văn hóa, cơ sở văn hóa Việt Nam làm cơ sở để hoạch định các chiến lược, chương trình hành động marketing.

#### **12.48. 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.

#### **12.49. Khóa luận tốt nghiệp**

- Số tín chỉ: 8 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 thực tập thực tế tại các doanh nghiệp hoặc nghiên cứu thực tế tại thị trường, 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 chiến lược, kế hoạch và các chương trình hành động để giải quyết những vấn đề đặt ra.

#### **12.50. Quản trị kênh phân phối**

- Số tín chỉ: 3TC
- Điều kiện tiên quyết:
- Mô tả học phần: Học phần 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.

#### **12.51. Xây dựng thương hiệu trên phương tiện truyền thông kỹ thuật số**

- Số tín chỉ: 2TC.
- Điều kiện tiên quyết: Quản trị marketing.
- Mô tả học phần: Học phần này giúp sinh viên nhận thức được tầm quan trọng của xây dựng thương hiệu trên phương tiện truyền thông kỹ thuật số, khi ngành công nghệ thông tin phát triển mạnh và ảnh hưởng đến cách thức triển khai các công cụ marketing của doanh nghiệp. Học phần phân tích những nét chính của digital branding, tìm hiểu cách thức khách hàng lựa chọn, quyết định và sử dụng sản phẩm - thương hiệu dưới tác động của các phương tiện truyền thông kỹ thuật số, phân tích quá trình xây dựng - triển khai hoạt động xây dựng thương hiệu qua phương tiện truyền thông kỹ thuật số như internet, mobile.

## **12.52. Thực tập cuối khóa và viết báo cáo**

- 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**

### **13.12. 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.

### **12.2. 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 học phần chuyên ngành.
- Giảng viên phụ trách học phần 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 học phần 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 học phần 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 Phở 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:
- Trụ sở chính: 2/4 Trần Xuân Soạn, Q7, và Cơ sở 2C Phở 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 Phở Quang, Tân Bình.

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



KHOA MARKETING

*HL*

T.S. Nguyễn Xuân Trường