

Tp. Hồ Chí Minh, ngày 19 tháng 12 năm 2019

KẾ HOẠCH THỰC TẬP VÀ VIẾT KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

BẬC ĐẠI HỌC HỆ CHÍNH QUY – CHƯƠNG TRÌNH ĐẶC BIỆT ĐỘT 1 NĂM 2020

NGÀNH MARKETING, CHUYÊN NGÀNH MARKETING TỔNG HỢP

- Căn cứ vào Thông báo “Về việc tổ chức Thực tập và làm Khóa luận tốt nghiệp, xét công nhận tốt nghiệp đột 1 năm 2020 đối với sinh các khóa bậc Đại học hệ chính quy đào tạo theo học chế tín chỉ” đã được Ban Giám Hiệu phê duyệt tại văn bản số 1825/TB - ĐHTCM – QLĐT ngày 22/10/2019.
- Căn cứ Quyết định số 1162/QĐ-ĐHTCM-QLĐT ngày 30/07/2014 Hiệu trưởng Trường Đại học Tài chính – Marketing về việc ban hành Quy định hướng dẫn thực tập, đánh giá khóa luận tốt nghiệp bậc Đại học hệ chính quy đào tạo theo học chế tín chỉ tại trường Đại học Tài chính – Marketing;
- Căn cứ vào tình hình và khả năng thực hiện của khoa Marketing.

Khoa Marketing xây dựng kế hoạch thực tập và viết Khóa luận tốt nghiệp cho sinh viên bậc Đại học hệ chính qui chương trình Đặc biệt chuyên ngành Marketing Tổng hợp như sau:

1. MỤC TIÊU THỰC TẬP VÀ VIẾT KLTN

- Giúp sinh viên củng cố lại kiến thức, kỹ năng liên ngành và chuyên ngành đã học, phát triển năng lực chuyên môn, nghiệp vụ, vận dụng vào nghiên cứu và giải quyết các vấn đề thực tiễn về Marketing ở các doanh nghiệp và trên thị trường.
- Rèn luyện năng lực tự chủ, tự nghiên cứu, tự học tập, tiếp cận với hoạt động Marketing trên thực tế và khả năng giải quyết vấn đề trong lĩnh vực Marketing.

2. YÊU CẦU THỰC TẬP VÀ VIẾT KLTN

- Trong thời gian thực tập tốt nghiệp và viết khóa luận tốt nghiệp, sinh viên phải thực hiện đúng các quy định của nhà trường, khoa/bộ môn và giảng viên hướng dẫn. Sinh viên thực

tập tốt nghiệp phải áp dụng các phương pháp nghiên cứu phù hợp để thu thập và phân tích dữ liệu có liên quan đến đề tài và viết khóa luận tốt nghiệp.

- Sinh viên phải thực hiện nghiêm túc các yêu cầu của giảng viên hướng dẫn về thời gian, hình thức, cách thức gấp gỡ, nộp đề cương, bản thảo và khóa luận trong quá trình thực tập và viết khóa luận tốt nghiệp.

2.1 Đối với những Sinh Viên thực tập tại các tổ chức/ doanh nghiệp kinh doanh sẽ thực hiện các nhiệm vụ sau

2.1.1 Tìm hiểu các hoạt động kinh doanh tại đơn vị thực tập

- Tìm hiểu quá trình hình thành và phát triển của đơn vị.
- Tìm hiểu về cơ cấu tổ chức của đơn vị.
- Điều kiện và tình hình kinh doanh trong những năm qua.

2.1.2 Tìm hiểu vận dụng hoạt động Marketing tại đơn vị thực tập

- Đặc điểm về môi trường, thị trường, khách hàng và đối thủ cạnh tranh của đơn vị.
- Tìm hiểu về đặc điểm và mô hình tổ chức và cách thức triển khai hoạt động của bộ phận Marketing tại đơn vị.
- Phân tích tình hình ứng dụng Marketing tại đơn vị.

2.1.3 Đánh giá hiện trạng hoạt động Marketing tại các doanh nghiệp và đề xuất các chiến lược/kế hoạch/hoạt động/giải pháp Marketing cho doanh nghiệp trong thời gian 1-3 năm tới

- Phân tích hiệu quả hoạt động marketing của doanh nghiệp (Chỉ tiêu định tính và định lượng).
- Đánh giá những mặt mạnh và những tồn tại trong việc thực hiện Marketing tại đơn vị.
- Phân tích và dự báo các yếu tố môi trường, đặc điểm thị trường, xu hướng, viễn cảnh và triển vọng thị trường, cơ hội và thách thức cho doanh nghiệp trong thời gian 1-3 năm tới.
- Hoạch định các chiến lược/kế hoạch/giải pháp marketing cho doanh nghiệp trong 1-3 năm tới.
- Lập kế hoạch nguồn lực tài chính, cơ sở vật chất, nhân sự... để thực hiện được các chiến lược/kế hoạch/giải pháp marketing cho doanh nghiệp đã đề xuất.

- Đề xuất các phương pháp kiểm tra, đo lường đánh giá các chiến lược/kế hoạch/giải pháp marketing đã đề xuất và các phương án dự phòng nếu các chiến lược/kế hoạch/giải pháp marketing không đạt được yêu cầu.
- Nêu ra những nhận xét hoặc kiến nghị đối với đơn vị thực tập/cơ quan quản lý.

2.2 Đối với các sinh viên không thực tập tại các doanh nghiệp và chọn các đề tài liên quan đến nghiên cứu thị trường (nghiên cứu đặc điểm thị trường, tâm lý và thói quen tiêu dùng, phân tích hoạt động IMC, Digital marketing...) sẽ thực hiện các nhiệm vụ

- Thu thập các nguồn dữ liệu và thu thập dữ liệu thứ cấp về thị trường ngành hàng.
- Sử dụng các phương pháp nghiên cứu marketing phù hợp để thu thập các thông tin sơ cấp về thị trường, hành vi tiêu dùng...
- Xử lý, phân tích dữ liệu để rút ra kết quả nghiên cứu và những nhận xét, kết luận và đề xuất các hàm ý chính sách/chiến lược/giải pháp về vấn đề nghiên cứu.

2.3 Viết Khóa luận tốt nghiệp

Sau thời gian tìm hiểu, nghiên cứu, khảo sát thực tế, sinh viên sẽ phải viết Khóa luận tốt nghiệp hoàn chỉnh theo đề tài đã chọn. Nội dung và hình thức Khóa luận tốt nghiệp phải thực hiện theo yêu cầu của Khoa. (kèm theo kế hoạch này và trên trang web của khoa marketing).

3. CÁC DẠNG ĐỀ TÀI GỢI Ý

3.1 Đề tài về ứng dụng Marketing, chiến lược Marketing của một doanh nghiệp (thuộc lĩnh vực sản xuất, thương mại dịch vụ, du lịch, xuất nhập khẩu...)

1. Hoạch định chiến lược/kế hoạch marketing của một doanh nghiệp/tổ chức trong các lĩnh vực sản xuất kinh doanh, dịch vụ cho giai đoạn 1-3 năm tới.
2. Chiến lược sản phẩm của doanh nghiệp.
3. Chiến lược phát triển sản phẩm mới hoặc cải tiến sản phẩm của doanh nghiệp.
4. Chiến lược xây dựng và phát triển thương hiệu của doanh nghiệp.
5. Chiến lược phân phối sản phẩm của doanh nghiệp.
6. Chiến lược truyền thông, quảng cáo của doanh nghiệp.
7. Chiến lược/hoạt động khuyến mãi, khuyến mại của doanh nghiệp.
8. Nghiên cứu các hoạt động PR của doanh nghiệp nhằm để tạo lập và phát triển thương hiệu / hoặc để giới thiệu SP mới/ hoặc để xử lý khủng hoảng



9. Các đề tài nghiên cứu định lượng liên quan đến hoạt động marketing tại doanh nghiệp

...

10. Các đề tài khác thuộc phạm vi ngành/chuyên ngành quản trị marketing.

3.2 Đề tài thuộc về nghiên cứu thị trường, người tiêu dùng

1. Đặc điểm và thói quen tiêu dùng một loại sản phẩm của người tiêu dùng hoặc giới.
2. Nghiên cứu hành vi tiêu dùng của cá nhân/tổ chức đối với một loại sản phẩm/dịch vụ.
3. Đặc điểm vận động của thị trường (Cung/cầu, giá cả) một loại sản phẩm tác động đến chiến lược kinh doanh hoặc Marketing của các doanh nghiệp.
4. Đặc điểm quảng cáo, khuyến mại, PR... của thị trường/ngành hàng.
5. Các đề tài nghiên cứu định lượng liên quan đến hoạt động marketing tại các doanh nghiệp.

Ngoài các dạng đề tài trên, Sinh viên có thể tự chọn các đề tài khác thuộc phạm vi lĩnh vực Marketing phù hợp với yêu cầu thực tế của doanh nghiệp và phải được sự đồng ý của Giảng viên hướng dẫn (GVHD).

4. TỔ CHỨC THỰC HIỆN

4.1 Công tác chuẩn bị

- Sau khi kế hoạch thực tập đã được Ban Giám Hiệu phê duyệt, khoa sẽ phổ biến cho Sinh viên để Sinh viên liên hệ đơn vị thực tập (02 tuần).
- Sinh viên đăng ký đề tài thực tập cho khoa.
- Thông báo Danh sách các nhóm thực tập và GVHD. Chậm nhất 25/01/2019.
- Sinh viên phải theo dõi thông báo của Khoa về phân nhóm và GVHD, gặp GVHD đúng thời hạn.

4.2 Tổ chức chỉ đạo thực tập, phân công giảng viên

Ban chỉ đạo

1. Trưởng ban: TS. Nguyễn Xuân Trường
2. Thư ký: Võ Thị Kim Ngân

Các giảng viên tham gia hướng dẫn : Theo danh sách đính kèm

Trách nhiệm của giảng viên hướng dẫn thực tập và viết khóa luận tốt nghiệp

- GVHD có trách nhiệm hướng dẫn sinh viên đăng ký đề tài và thực hiện các bước thực tập theo qui định.
- Có chế độ sinh hoạt chuyên môn thường kỳ đối với Sinh viên (trung bình mỗi tuần GVHD phải làm việc với Sinh viên thực tập một lần).
- Chỉ định và hướng dẫn Sinh viên tìm tài liệu và tra cứu tài liệu tham khảo phục vụ viết chuyên đề thực tập tốt nghiệp.
- Báo cáo kịp thời tình hình thực tập của Sinh viên cho ban lãnh đạo khoa.
- Chấm chuyên đề thực tập tốt nghiệp bao gồm điểm quá trình và điểm khóa luận tốt nghiệp cho Sinh viên và nộp điểm về khoa đúng thời hạn.

4.3 Trách nhiệm của sinh viên trong thời gian thực tập và viết KLTN

- Trong thời gian thực tập tại đơn vị, Sinh viên phải tuân theo các chế độ qui định của đơn vị thực tập về giờ giấc, chế độ bảo mật tài liệu và an toàn lao động. Khi đến đơn vị thực tập Sinh viên phải ăn mặc lịch sự, giao tiếp lễ phép, hoà nhã với cán bộ nhân viên tại nơi thực tập.
- Sinh viên không được thay đổi đề tài (hay địa điểm/ đơn vị thực tập) sau 03 tuần thực tập (kể từ thời điểm bắt đầu tính thời gian thực tập).
- Sau 02 tuần thực tập nếu Sinh viên không đến đơn vị thực tập hoặc không gặp GVHD, sẽ phải dừng tiến độ thực tập và nhận điểm không (0) của điểm quá trình và Khóa luận Tốt nghiệp.
- Sau 04 tuần thực tập nếu Sinh viên chưa hoàn tất đề cương thực tập, sẽ phải dừng tiến độ thực tập và nhận điểm không (0) của điểm quá trình và điểm Khóa luận Tốt nghiệp.
- Không được tự ý vắng mặt tại đơn vị thực tập hoặc họp nhóm với GVHD mà không có lý do. Sinh viên nào vắng quá 03 lần các buổi họp nhóm với GVHD không có lý do chính đáng sẽ bị đình chỉ thực tập và nhận điểm không (0) của điểm quá trình và điểm Khóa luận Tốt nghiệp.
- Không được tự ý thay đổi đề tài, đơn vị thực tập hoặc thay đổi GVHD mà chưa được sự đồng ý của GVHD và lãnh đạo Khoa.
- Kết thúc thực tập, sinh viên phải nộp bản Báo cáo Khóa luận Tốt Nghiệp cho Khoa có xác nhận của đơn vị thực tập (nếu thực tập tại doanh nghiệp).

- Khóa luận tốt nghiệp phải tuân thủ luật sở hữu trí tuệ và các quy định của pháp luật. Nghiêm cấm đạo văn dưới mọi hình thức.
- Đến thời hạn nộp bản báo cáo Khóa luận Tốt nghiệp, Sinh viên nộp trễ hạn sẽ nhận điểm không (0) của điểm quá trình và Khóa luận Tốt nghiệp.

4.4 Qui định về thời gian thực tập

Thời gian 12 tuần, từ 17/02/2020 đến 09/05/2020. Chi tiết:

THỜI GIAN	TUẦN	NỘI DUNG CÔNG VIỆC
T1: 17/02 - 23/02/2020	3 tuần	- Sinh viên đến đơn vị thực tập, SV gặp GVHD, xây dựng đề cương nghiên cứu
T2: 24/02 – 01/03/2020		- GV sửa đề cương (sơ bộ, chi tiết)
T3: 02/03 – 08/03/2020		- SV hoàn chỉnh đề cương
T4 - T6: 09/03 – 29/03/2020	3 tuần	Đọc, tra cứu tài liệu tham khảo
		Khảo sát, thu thập dữ liệu
		Tập hợp và xử lý dữ liệu
T7 - T9: 30/03 – 19/04/2020	3 tuần	Viết bản thảo
T10, T11: 20/04 – 03/05/2020	3 tuần	GV sửa bản thảo
T12: 04/05 – 09/05/2020		SV nộp bản in chính thức cho GVHD
10/05 - 13/05/2020		GV chấm khóa luận TN, gửi điểm về Khoa
14/05 - 19/05/2020		Hội đồng chấm khóa luận tốt nghiệp
20/05 - 23/05/2020		Khoa nộp điểm cho trường

5. ĐÁNH GIÁ KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

- Kết thúc thời gian thực tập, sinh viên phải nộp: 02 bản Báo cáo Khóa luận tốt nghiệp cho Khoa Marketing có xác nhận của đơn vị thực tập (nếu thực tập tại đơn vị); 01 đĩa

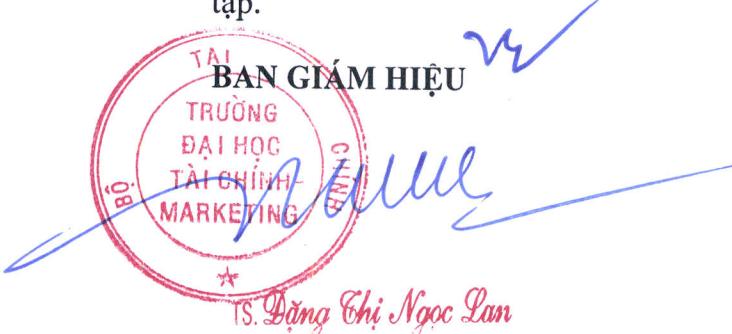
CD hay USB có lưu file nội dung khóa luận, dữ liệu gốc, kết quả xử lý dữ liệu và các tài liệu khác có liên quan đến quá trình thực tập và viết khóa luận.

- Đánh giá khóa luận tốt nghiệp: Căn cứ vào Qui định Hướng dẫn thực tập, đánh giá khóa luận tốt nghiệp bậc Đại học hệ chính quy đào tạo theo học chế tín chỉ tại trường Đại học Tài chính – Marketing của Hiệu trưởng Trường Đại học Tài chính – Marketing ký ngày 30/7/2014 (Điều IV: Giai đoạn đánh giá Khóa luận tốt nghiệp). Cụ thể: Kết quả thực tập của Sinh viên được đánh giá dựa trên 02 nội dung: (1) Quá trình thực hiện các bước thực tập: viết đề cương, đọc tài liệu, thực hiện chương trình, kế hoạch thực tập, thu thập xử lý dữ liệu, hoàn thành Khóa luận tốt nghiệp đúng thời hạn v.v và (2) Kết quả viết Khóa luận tốt nghiệp. Hình thức trình bày Khóa luận tốt nghiệp phải thực hiện theo đúng qui định của Khoa và Trường.
- Điểm đánh giá KLTN gồm có: điểm đánh giá quá trình thực tập chiếm 40% (do GVHD quyết định) và điểm viết KLTN chiếm 60% (do giảng viên hướng dẫn chấm và giảng viên phản biện chấm), được tính theo thang điểm 10 (mười), làm tròn đến phần nguyên theo (tờ trình số 15/TTr-KT-QLCL ngày 22/11/2017 đã được hiệu trưởng phê duyệt).
- Điểm đánh giá KLTN là điểm trung bình có trọng số của các điểm đánh giá quá trình thực tập và điểm viết KLTN, theo thang điểm 10 (mười), có điểm lẻ, làm tròn đến một chữ số thập phân và quy về thang điểm chữ theo quy định hiện hành tại điều 25 văn bản hợp nhất số 17/VBHN/BGDDT ngày 15/5/2014.

(Quy định cụ thể về việc đánh giá điểm quá trình thực tập và điểm viết khóa luận tốt nghiệp và các phiếu điểm được Khoa Marketing đính kèm trong phần phụ lục của kế hoạch).

6. TỔNG KẾT THỰC TẬP

- 6.1. Sau khi kết thúc thực tập, Khoa sẽ tiến hành tổng kết, rút kinh nghiệm toàn đợt thực tập.
- 6.2. Khoa kết hợp với Trung tâm Tuyển sinh và Quan hệ doanh nghiệp giúp sinh viên gửi thư cảm ơn đến các cơ quan, doanh nghiệp đã tạo điều kiện giúp đỡ Sinh viên thực tập.



TS. Đặng Thị Ngọc Lan

TRƯỞNG KHOA

TS. NGUYỄN XUÂN TRƯỜNG

DANH SÁCH GIẢNG VIÊN HƯỚNG DẪN

- | | |
|-------------------------------|------------------------------|
| 1.TS. Nguyễn Xuân Trường | 15. ThS. Ninh Đức Cúc Nhật |
| 2. TS. Ngô Thị Thu | 16. ThS.Nguyễn Ngọc Hạnh |
| 3.TS. Trần Văn Thi | 17. ThS.Nguyễn Đông Triều |
| 4.TS. Nguyễn Thị Hồng Nguyệt | 18. ThS.Huỳnh Trị An |
| 5.ThS. Nguyễn Anh Tuấn | 19. ThS.Lâm Ngọc Thùy |
| 6.ThS. Nguyễn Hoàng Chi | 20. ThS. Nguyễn Thị Thoa |
| 7.ThS. Ngô Vũ Quỳnh Thi | 21. ThS. Trịnh Thị Hồng Minh |
| 8.ThS. Trần Nhật Minh | |
| 9. ThS. Nguyễn Nam Phong | |
| 10 ThS. Nguyễn Thái Hà | |
| 11.ThS. Nguyễn Ngọc Bích Trâm | |
| 12.ThS. Ngô Minh Trang | |
| 13.ThS. Nguyễn Thị Minh Ngọc | |
| 14.ThS. Dương Thị Chung | |