

Số: 22/KH-K.MKT

Thành phố Hồ Chí Minh, ngày 22 tháng 4 năm 2026

KẾ HOẠCH TỔ CHỨC THỰC HIỆN THỰC HÀNH NGHỀ NGHIỆP 2 (PRACTICUM 2) HỌC KỲ 2 – NĂM 2026

**Đối với sinh viên các khóa trình độ đại học chính quy
Ngành Marketing Chương trình Chất lượng cao tiếng Anh toàn phần**

1. MỤC ĐÍCH VÀ YÊU CẦU CỦA THỰC HIỆN THỰC HÀNH NGHỀ NGHIỆP 2

1.1. Mục đích

- Giúp sinh viên hệ thống lại kiến thức, kỹ năng của về nghiên cứu marketing và các học phần khác đã học thuộc ngành marketing để vận dụng, phân tích, đánh giá các vấn đề nghiên cứu trong marketing;
- Sinh viên áp dụng kiến thức, kỹ năng nghiên cứu marketing để thực hiện một dự án nghiên cứu marketing, từ xác định vấn đề nghiên cứu, thu thập dữ liệu, phân tích và lập báo cáo kết quả nghiên cứu;
- Từ kết quả nghiên cứu, sinh viên đề xuất các hàm ý chính sách/quản trị, giải pháp marketing cho doanh nghiệp.

1.2. Yêu cầu

Báo cáo thực hành nghề nghiệp 2 (THNN2) là báo cáo thực hành bắt buộc đối với sinh viên, nội dung báo cáo được viết bằng tiếng Anh. Sinh viên phải biết vận dụng kiến thức đã học để thực hiện các nhiệm vụ sau đây:

- Lập kế hoạch nghiên cứu;
- Vận dụng lý thuyết để phát triển mô hình nghiên cứu phù hợp;
- Lựa chọn phương pháp/thiết kế nghiên cứu phù hợp để đạt được mục tiêu nghiên cứu
- Thực hành các kỹ năng thiết kế công cụ thu thập dữ liệu bao gồm dàn bài thảo luận, bảng câu hỏi, Showcard, Photocard, Contactsheet...;
- Tổ chức thu thập dữ liệu và xử lý phân tích dữ liệu bằng phần mềm phù hợp như SPSS, AMOS, SmartPLS...và viết báo cáo nghiên cứu.
- Phát triển kỹ năng làm việc theo nhóm, kỹ năng giao tiếp thuyết phục, phỏng vấn;
- Chấp hành nghiêm chỉnh quy định trong kế hoạch của Khoa trong quá trình làm đề tài;
- Thực hiện nhiệm vụ theo sự hướng dẫn và yêu cầu của giảng viên hướng dẫn;
- Nêu cao tinh thần tích cực suy nghĩ, tìm tòi và chủ động trong quá trình thực hiện đề tài.

2. CÁC DẠNG ĐỀ TÀI THỰC HÀNH NGHỀ NGHIỆP 2

2.1. Nghiên cứu người tiêu dùng và thị trường

Tập trung vào việc phân tích khách hàng và bối cảnh thị trường nhằm hỗ trợ quyết định marketing, bao gồm các dạng đề tài:

- Nghiên cứu nhận thức, thái độ, thị hiếu và hành vi của người tiêu dùng đối với một sản phẩm, nhóm sản phẩm hoặc ngành hàng;
- Nghiên cứu cơ hội thị trường, bao gồm quy mô thị trường, đặc điểm, tiềm năng và triển vọng phát triển của thị trường/ngành hàng;

- Nghiên cứu phản hồi và mức độ hài lòng của người tiêu dùng đối với sản phẩm hoặc dịch vụ của doanh nghiệp.

2.2. Nghiên cứu hoạt động marketing và hiệu quả marketing của doanh nghiệp

Tập trung đánh giá và đo lường tác động của các hoạt động marketing trong thực tiễn doanh nghiệp, bao gồm:

- Nghiên cứu tác động của các hoạt động marketing và truyền thông marketing đến nhận thức, thái độ và hành vi của người tiêu dùng;
- Đánh giá hiệu quả các hoạt động marketing của doanh nghiệp;
- Các vấn đề nghiên cứu marketing khác theo nhu cầu thực tiễn hoặc yêu cầu cụ thể của doanh nghiệp thực tập/thực hành.

3. TỔ CHỨC THỰC HIỆN KẾ HOẠCH THỰC HÀNH NGHỀ NGHIỆP 2

3.1. Xây dựng và triển khai kế hoạch thực hiện

Hoạt động THNN2 được tổ chức theo các bước: công tác chuẩn bị; giao đề tài; duyệt đề cương; thực hiện THNN2; đánh giá THNN2; báo cáo kết quả đánh giá; cập nhật và lưu trữ hồ sơ. Trưởng khoa đào tạo xây dựng kế hoạch chi tiết và tổ chức thực hiện hoạt động THNN2 trên cơ sở kế hoạch chung của Trường được Hiệu trưởng phê duyệt.

3.2. Liên hệ đơn vị thực tập và đăng ký đề tài

Sinh viên chủ động liên hệ tìm đơn vị thực tập phù hợp và chịu trách nhiệm về việc được đơn vị thực tập cung cấp các thông tin, báo cáo, dữ liệu liên quan đến nội dung thực hiện THNN2. Trong trường hợp đến thời điểm thực hiện THNN2 mà vẫn chưa tìm được đơn vị thực tập phù hợp, sinh viên liên hệ với khoa đào tạo để được hỗ trợ, hướng dẫn.

Sinh viên thực hiện đăng ký đề tài THNN2 phù hợp với nội dung, chương trình học thuộc ngành nghề đào tạo đang theo học. Mỗi sinh viên phải đăng ký một đề tài riêng biệt, đề tài THNN2 phải được GVHD và Trưởng khoa đào tạo phê duyệt trước khi thực hiện.

3.3. Phân công giảng viên hướng dẫn sinh viên thực hiện

Căn cứ các quy định hiện hành của Nhà trường, Khoa Marketing sẽ chịu trách nhiệm phân công các giảng viên hướng dẫn và phản biện đáp ứng được các yêu cầu về giảng viên hướng dẫn và đánh giá phản biện thực hành nghề nghiệp.

3.4. Tổ chức hướng dẫn thực hiện thực hành nghề nghiệp

Việc tổ chức hướng dẫn thực hiện THNN2 được thực hiện theo Quy định số 658/QĐ-ĐHTCM-QLĐT, ngày 14 tháng 3 năm 2025 về việc Ban hành Quy định tổ chức thực hiện Thực hành nghề nghiệp đối với sinh viên trình độ đại học chính quy tại Trường Đại học Tài chính – Marketing.

Thời gian thực hiện thực hành nghề nghiệp và viết báo cáo là 06 tuần, từ ngày 18/05/2026 đến ngày 28/06/2026.

STT	THỜI GIAN	CÔNG VIỆC
1	- Từ 20/04/2026 đến 28/04/2026	- Khoa lập kế hoạch THNN2 và chuẩn bị công tác hướng dẫn THNN2
2	- Từ 04/05/2026 đến 10/05/2026	- Khoa phổ biến kế hoạch đã duyệt đến giảng viên, sinh viên
3	- Từ 11/05/2026 đến 17/05/2026	- SV lên ý tưởng, đăng ký đề tài THNN2 với GVHD, Khoa duyệt đề tài thực hành.

STT	THỜI GIAN	CÔNG VIỆC
4	- Từ 18/05/2026 đến 31/05/2026 (2 tuần)	- SV viết đề cương, kế hoạch THNN2, thu thập dữ liệu theo hướng dẫn của GVHD
5	- Từ 01/06/2026 đến 28/06/2026 (4 tuần)	- SV thực hiện viết báo cáo, và nộp báo cáo và các sản phẩm liên quan đến THNN2 theo hướng dẫn của GVHD.
6	- Từ 29/06/2026 đến 12/07/2026 (2 tuần)	- Khoa tổ chức chấm báo cáo THNN2 và nộp điểm cho Nhà trường - Khoa lưu trữ các tài liệu liên quan

3.5. Đánh giá kết quả thực hiện thực hành nghề nghiệp 2

- Điểm đánh giá thực hành nghề nghiệp được đánh giá theo thang điểm 10. Nguyên tắc làm tròn theo quy định hiện hành của Nhà trường. Điểm thực hành nghề nghiệp được đánh giá theo các tiêu chí và trọng số cụ thể như sau:

Thành phần	Tiêu chí	Tỷ lệ (%)
Điểm quá trình (40%)	Chuyên cần, thái độ học tập	10
	Kiến thức và kỹ năng chuyên môn	20
	Sự tiến bộ trong quá trình học tập	10
Điểm bài báo cáo (60%)	Kiến thức	30
	Kỹ năng	30

- Giảng viên có thể tham khảo ý kiến nhận xét, đánh giá của doanh nghiệp trong trường hợp sinh viên tham gia thực hành, thực tế tại doanh nghiệp để chấm điểm quá trình (40%) cho sinh viên.
- Điểm bài báo cáo thực hành nghề nghiệp (60%) sẽ được giảng viên chấm điểm theo các tiêu chí cụ thể về nội dung và hình thức được quy định trong chi tiết trong kế hoạch này.
- Giảng viên hướng dẫn từ chối không nhận báo cáo THNN2 và xem như sinh viên bỏ thực hiện THNN2 trong những trường hợp sau:
 - + Sinh viên có tên trong danh sách, được phân công theo nhóm nhưng không gặp giảng viên hướng dẫn sau khi triển khai kế hoạch 2 tuần.
 - + Sinh viên vi phạm qui chế của nhà trường, quy định của đơn vị thực tập.
 - + Sinh viên không thực hiện đúng các quy định về THNN2 theo kế hoạch của Khoa.
 - + Sinh viên không thực hiện đúng yêu cầu của giảng viên hướng dẫn trong quá trình THNN2.

4. QUẢN LÝ GIẢNG VIÊN HƯỚNG DẪN VÀ SINH VIÊN

4.1. Quản lý giảng viên hướng dẫn

Công tác quản lý giảng viên được thực hiện theo Quy định số 658/QĐ-ĐHTCM-QLĐT, ngày 14 tháng 3 năm 2025 về việc Ban hành Quy định tổ chức thực hiện Thực hành nghề nghiệp đối với sinh viên trình độ đại học chính quy tại Trường Đại học Tài chính – Marketing cũng như các quy định hiện hành của Trường Đại học Tài chính - Marketing.

4.2. Quản lý sinh viên

Công tác quản lý sinh viên được thực hiện theo Quy định Quy định số 658/QĐ-ĐHTCM-QLĐT, ngày 14 tháng 3 năm 2025 về việc Ban hành Quy định tổ chức thực hiện Thực hành nghề nghiệp đối với sinh viên trình độ đại học chính quy tại Trường Đại học Tài chính – Marketing cũng như các quy định hiện hành của Trường Đại học Tài chính - Marketing.

4.3. Xử lý vi phạm

Việc xử lý vi phạm (nếu có) được thực hiện theo Quy định số 658/QĐ-ĐHTCM-QLĐT, ngày 14 tháng 3 năm 2025 về việc Ban hành Quy định tổ chức thực hiện Thực hành nghề nghiệp đối với sinh viên trình độ đại học chính quy tại Trường Đại học Tài chính – Marketing cũng như các quy định hiện hành của Trường Đại học Tài chính - Marketing.

BAN GIÁM HIỆU
KẾ HOẠCH
PHÓ HIỆU TRƯỞNG
TRƯỜNG
ĐẠI HỌC
TÀI CHÍNH -
MARKETING
BỘ CHỨC
★

PGS. TS. Lê Trung Đạo

KHOA MARKETING

TS. BẢO TRUNG