

KẾ HOẠCH TỔ CHỨC THỰC HIỆN KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP
Đối với sinh viên Đại học Khóa 18 – Lớp 22DHK18-MA1 Ngành Marketing/
Chuyên ngành Quản trị Marketing hình thức Vừa làm vừa học

1. MỤC ĐÍCH VÀ YÊU CẦU

1.1. Mục đích

Giúp sinh viên củng cố, phát triển kiến thức Ngành Marketing/ Chuyên ngành Quản trị Marketing; vận dụng kiến thức, kỹ năng vào nghiên cứu và giải quyết các vấn đề thực tiễn về marketing một cách sáng tạo cho các doanh nghiệp/tổ chức, hoặc ngành hay thị trường. Phát triển các kỹ năng nghề nghiệp (cứng) và kỹ năng mềm cho sinh viên, giúp sinh viên thích ứng với môi trường để giải quyết những vấn đề marketing thực tế. Rèn luyện, phát triển năng lực tự chủ tự chịu trách nhiệm, tự nghiên cứu, tự học tập để phát triển bản thân, tiếp cận với hoạt động marketing trên thực tế và khả năng giải quyết vấn đề trong lĩnh vực marketing trên cơ sở trách nhiệm xã hội và đạo đức nghề nghiệp.

1.2. Yêu cầu

- Trong thời gian thực tập tốt nghiệp và viết KLTN, sinh viên phải thực hiện đúng các quy định của Nhà trường, khoa/bộ môn và giảng viên hướng dẫn (GVHD). Sinh viên 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 KLTN.

- Sinh viên phải thực hiện nghiêm túc các yêu cầu của GVHD về thời gian, hình thức, cách thức gặp gỡ, nộp đề cương, bản thảo và khóa luận trong quá trình thực tập, viết KLTN.

2. CÁC DẠNG ĐỀ TÀI

2.1. Đối với những sinh viên thực tập tại các doanh nghiệp/tổ chức sẽ thực hiện các nhiệm vụ sau: *(Khuyến khích sinh viên thực hiện)*

2.1.1. Tìm hiểu các hoạt động kinh doanh tại doanh nghiệp/tổ chức

- Tìm hiểu quá trình hình thành và phát triển của doanh nghiệp/tổ chức.
- Phân tích về cơ cấu tổ chức của doanh nghiệp/tổ chức.
- Đánh giá điều kiện và tình hình kinh doanh cũng như hoạt động marketing trong

những năm qua của doanh nghiệp/tổ chức.

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

- Đánh giá đặc điểm về môi trường, thị trường, khách hàng và đối thủ cạnh tranh của doanh nghiệp/tổ chức.

- Đánh giá đặc điểm và mô hình tổ chức và cách thức triển khai hoạt động của bộ phận marketing tại doanh nghiệp/tổ chức.

- Phân tích tình hình ứng dụng marketing tại doanh nghiệp/tổ chức.

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/tổ chức trong thời gian 1-3 năm tới

- Phân tích hiệu quả hoạt động marketing của doanh nghiệp/tổ chức (đánh giá các tiêu chí bằng định tính và định lượng).

- Đánh giá những mặt mạnh và những tồn tại trong ứng dụng marketing tại doanh nghiệp/tổ chức.

- Phân tích và dự báo các yếu tố môi trường, đặc điểm thị trường, viễn cảnh thị trường, phân tích cạnh tranh, khách hàng và nội bộ doanh nghiệp/tổ chức, từ đó xác định 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 một cách sáng tạo 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.

- Đề xuất giải pháp, hàm ý một cách sáng tạo, kiến nghị đối với doanh nghiệp/tổ chức nơi thực tập hay cơ quan quản lý.

2.2. Đối với các sinh viên không thực tập tại các doanh nghiệp/tổ chức mà thực hiện các đề tài liên quan đến ngành hàng, thị trường (phân tích hoạt động marketing chung của các doanh nghiệp trong ngành hàng; nghiên cứu đặc điểm thị trường, tâm lý và thói quen tiêu dùng, ...) sẽ thực hiện các nhiệm vụ sau:

- Thu thập các dữ liệu thứ cấp về ngành hàng, thị trường của ngành, một số doanh nghiệp tiêu biểu trong ngành hoặc nghiên cứu hành vi của người tiêu dùng, của thị trường.

- Sử dụng các phương pháp nghiên cứu marketing phù hợp để thu thập, phân tích, đánh giá các thông tin sơ cấp về ngành hàng, thị trường, hành vi tiêu dùng và một số doanh nghiệp tiêu biểu trong ngành.

- Xử lý dữ liệu, phân tích dữ liệu để rút ra kết quả nghiên cứu. Đánh giá, thảo luận về kết quả nghiên cứu để rút ra kết luận và đề xuất các hàm ý chính sách một cách sáng tạo hoặc chiến lược/kế hoạch/giải pháp hiệu quả về vấn đề nghiên cứu.

3. TỔ CHỨC THỰC HIỆN KẾ HOẠCH

3.1. Xây dựng và triển khai kế hoạch thực hiện

- Sau khi kế hoạch thực tập đã được Ban Giám hiệu phê duyệt, Khoa sẽ phổ biến cho sinh viên.

- Thông báo Danh sách các nhóm thực tập và GVHD.

- Sinh viên phải theo dõi thông báo của Khoa về phân nhóm và GVHD, gặp GVHD đúng thời hạn.

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

- Sinh viên liên hệ đơn vị thực tập hoặc định hình nghiên cứu với đề tài gắn với doanh nghiệp/tổ chức hay nghiên cứu thị trường.

- Sinh viên đăng ký đề tài thực tập với GVHD. Sau khi GVHD chấp nhận, sinh viên gửi đề tài cho Khoa theo sự hướng dẫn của GVHD để sàng lọc, tránh trùng lặp đề tài.

3.3. Phân công giảng viên hướng dẫn

Ban chỉ đạo

- | | |
|-----------------------|------------------|
| 1. TS. Bảo Trung | - Trưởng ban |
| 2. TS. Nguyễn Thái Hà | - Phó Trưởng ban |
| 3. TS. Dư Thị Chung | - Phó Trưởng ban |
| 4. ThS. Bùi Thị Thanh | - Thư ký |

Các giảng viên tham gia hướng dẫn: Căn cứ các quy định hiện hành của Nhà trường, Khoa Marketing và các bộ môn sẽ chịu trách nhiệm phân công các giảng viên đáp ứng đủ điều kiện hướng dẫn KLTN.

3.4. Tổ chức hướng dẫn sinh viên thực hiện

Thời gian 10 tuần, từ 25/5/2026 đến 31/7/2026, chi tiết:

THỜI GIAN	TUẦN	NỘI DUNG CÔNG VIỆC
T1: 25/5 – 31/5/2026	03 tuần	Sinh viên đến đơn vị thực tập, gặp GVHD, xây dựng đề cương nghiên cứu
T2: 01/6 – 07/6/2026		GVHD sửa đề cương
T3: 08/6 – 14/6/2026		Sinh viên hoàn chỉnh đề cương
T4, T5: 15/6 – 28/6/2026	02 tuần	Đọc, tra cứu tài liệu tham khảo

		Khảo sát, thu thập dữ liệu
		Tập hợp và xử lý dữ liệu
T6, T7: 29/6 – 12/7/2026	02 tuần	Viết bản thảo
T8, T9: 13/7 – 26/7/2026	02 tuần	GVHD sửa bản thảo
T10: 27/7 – 31/7/2026	01 tuần	Sinh viên nộp bản in chính thức cho GVHD
01/8 – 15/8/2026		GVHD chấm KLTN và gửi điểm về Khoa
		Hội đồng Khoa chấm KLTN
		Khoa nộp điểm cho trường

3.5. Đánh giá Khóa luận tốt nghiệp

Kết quả KLTN 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 KLTN đúng thời hạn,...

(2) Đánh giá nội dung và hình thức trình bày KLTN phải thực hiện theo đúng quy định của Khoa Marketing.

- Điểm đánh giá KLTN gồm có: điểm đánh giá quá trình thực tập chiếm 40% (do GVHD quyết định dựa trên đánh giá kiến thức, kỹ năng và thái độ) và điểm KLTN chiếm 60% (do GVHD chấm và giảng viên phản biện chấm), được tính theo thang điểm 10 (mười), làm tròn đến 0,1 theo quy định hiện hành của Nhà trường.

- Điểm đánh giá KLTN là điểm trung bình có trọng số của các điểm đánh giá quá trình thực tập và điểm KLTN, theo thang điểm 10 (mười), làm tròn đến 0,1 theo quy định hiện hành của Nhà trường

- Quy định cụ thể về việc đánh giá điểm quá trình thực tập, điểm KLTN và các phiếu điểm được Khoa Marketing đính kèm trong phần phụ lục của kế hoạch.

4. QUẢN LÝ GIẢNG VIÊN HƯỚNG DẪN VÀ SINH VIÊN

4.1. Quản lý giảng viên hướng dẫn

- GVHD có trách nhiệm hướng dẫn sinh viên đăng ký đề tài và thực hiện các bước thực tập, viết Khóa luận theo quy định và trong thời gian của kế hoạch này.

- GVHD hỗ trợ tìm kiếm chỗ thực tập cho sinh viên (khi cần thiết) và khuyến khích sinh viên làm báo cáo tại một doanh nghiệp/tổ chức cụ thể.

- Có chế độ sinh hoạt chuyên môn thường kỳ đối với sinh viên (theo quy định của Nhà trường).

- Hướng dẫn sinh viên viết đề cương thực tập và đề cương KLTN cho sinh viên.
- Chỉ định và hướng dẫn sinh viên tìm tài liệu và tra cứu tài liệu tham khảo phục vụ viết KLTN.
- Đặt ra các yêu cầu về dữ liệu, hướng dẫn sinh viên thu thập dữ liệu, phân tích dữ liệu.
- Báo cáo kịp thời tình hình thực tập của sinh viên cho ban lãnh đạo Khoa.
- Góp ý, chỉnh sửa bản thảo khoá luận tốt nghiệp cho sinh viên, đảm bảo nội dung, hình thức và yêu cầu.
- Chấm điểm quá trình thực tập tốt nghiệp và KLTN cho sinh viên và nộp điểm về Khoa đúng hạn.

4.2. Quản lý sinh viên

- Trong thời gian thực tập tại đơn vị, sinh viên phải tuân theo các chế độ quy 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, hòa nhã với cán bộ nhân viên tại nơi thực tập.
- Sinh viên muốn nhận giấy giới thiệu thực tập thì liên hệ về Khoa để Khoa làm giấy giới thiệu và sinh viên sẽ nhận giấy giới thiệu tại văn phòng khoa.
- 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).
- Không được tự ý thay đổi đề tài, đơn vị thực tập hoặc thay đổi GVHD mà chưa được sự đồng ý của GVHD.
- Kết thúc thực tập, sinh viên phải nộp các sản phẩm trong quá trình thực tập cho GVHD bao gồm: 01 file mềm dưới dạng file nén (gồm: KLTN định dạng pdf, nhật ký thực tập định dạng pdf, dữ liệu gốc theo định dạng excel, file SPSS, AMOS, SmartPLS... cùng bảng khảo sát, link khảo sát và các tài liệu khác có liên quan đến quá trình thực tập và viết KLTN).
- KLTN phải tuân thủ luật sở hữu trí tuệ và các quy định của pháp luật. Nghiêm cấm đạo văn dưới mọi hình thức (Áp dụng theo Quyết định số 857/QĐ-ĐHTCM, ngày 25/3/2022 về việc ban hành Quy định về trích dẫn và chống đạo văn của Trường Đại học Tài chính – Marketing)

4.3. Xử lý vi phạm

- 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 điểm KLTN.
- 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 KLTN.

- 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 KLTN.

Đến thời hạn nộp KLTN, sinh viên nộp trễ hạn sẽ nhận điểm không (0) của điểm quá trình và điểm KLTN.



PGS.TS. Phạm Quốc Việt

KHOA MARKETING

TS. Bảo Trung