

**KẾ HOẠCH THỰC TẬP VÀ VIẾT KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP
BẠC ĐẠI HỌC HỆ CHÍNH QUY – CHƯƠNG TRÌNH CHẤT LƯỢNG CAO TIẾNG
ANH TOÀN PHẦN CHUYÊN NGÀNH QUẢN TRỊ MARKETING (NGÀNH
MARKETING), ĐỢT 2 NĂM 2026**

- Căn cứ Kế hoạch số 1454/KH-ĐHTCM ngày 22/4/2026 về việc Tổ chức thực hiện Khóa luận tốt nghiệp, Chuyên đề tốt nghiệp, Graduation Project, Thực tập cuối khóa đợt 2 năm 2026 đối với sinh viên các khóa trình độ đại học chính quy;
- Căn cứ Thông báo số 1487/TB-ĐHTCM ngày 23/4/2026 về việc đăng ký Khóa luận tốt nghiệp, Chuyên đề tốt nghiệp, Graduation Project, Thực tập cuối khóa đợt 2 năm 2026 đối với sinh viên các khóa trình độ đại học chính quy;
- Căn cứ Quyết định số 657/QĐ-ĐHTCM-QLĐT ngày 14/03/2025 của Trường Đại học Tài chính – Marketing về việc Ban hành Quy định tổ chức thực hiện Khóa luận tốt nghiệp, Thực tập cuối khóa đối với sinh viên trình độ đại học chính quy 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 (KLTN) cho sinh viên bậc Đại học hệ chính quy chương trình Chất lượng cao tiếng Anh toàn phần chuyên ngành Quản trị marketing, ngành Marketing như sau:

1. MỤC TIÊU THỰC TẬP VÀ VIẾT KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

- Giúp sinh viên củng cố, phát triển kiến thức ngành marketing và các chuyên ngành thuộc ngành. 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.

2. YÊU CẦU THỰC TẬP VÀ VIẾT KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

- 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.

2.1. 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.

2.3. Viết Khóa luận tốt nghiệp

- Trong thời gian thực tập tốt nghiệp sinh viên phải viết đề cương thực tập tốt nghiệp, đề cương KLTN, bản thảo KLTN trình cho GVHD.

- Sinh viên phải chỉnh sửa, hoàn chỉnh KLTN theo sự hướng dẫn của giảng viên được phân công. Cấu trúc, nội dung và hình thức KLTN phải thực hiện theo yêu cầu của Khoa (kèm theo kế hoạch này).

- KLTN phải có tóm tắt, từ khóa bằng tiếng Việt và tiếng Anh.

- Sinh viên chương trình Chất lượng cao tiếng Anh toàn phần viết KLTN bằng tiếng Anh.

2.4. Hội thảo, bài báo từ Khóa luận tốt nghiệp

- Sinh viên báo cáo với GVHD để được nhận xét và hoàn chỉnh KLTN.

- Sinh viên nếu có yêu cầu và điều kiện phù hợp sẽ được viết tham luận và báo cáo trong buổi hội thảo do Khoa/ Bộ môn tổ chức (nếu có) để trình bày một số đề tài tiêu biểu, các tham luận này sẽ được in trong kỷ yếu (xem như một bài viết nghiên cứu khoa học của sinh viên).

- Những bài KLTN đạt chất lượng tốt có thể được GVHD hỗ trợ nghiên cứu thêm để phát triển thành bài báo để có thể gửi đăng trên các tạp chí trong và ngoài nước có uy tín.

3. DANH MỤC CÁC DẠNG ĐỀ TÀI

3.1. Đề tài về marketing cho doanh nghiệp/ tổ chức (Gợi ý)

1. Hoạch định chiến lược/kế hoạch marketing của một doanh nghiệp/tổ chức trong các lĩnh vực công nghiệp – xây dựng, nông nghiệp, dịch vụ cho giai đoạn 1-3 năm tới.

2. Quản trị chiến lược sản phẩm/ giá/ phân phối/ truyền thông của doanh nghiệp/ tổ chức.

3. Chiến lược phát triển sản phẩm mới, cải tiến sản phẩm của doanh nghiệp/ tổ chức.

4. Phân tích hoạt động marketing kỹ thuật số/ quản trị quảng cáo, ... cho doanh nghiệp/ tổ chức.

5. Các đề tài khác thuộc phạm vi ngành marketing/ chuyên ngành Quản trị marketing.

3.2. Đề tài về ngành hàng, lĩnh vực hoặc nghiên cứu thị trường, người tiêu dùng (Gợi ý)

1. Nghiên cứu hoạt động quản trị marketing/ truyền thông marketing của các doanh nghiệp trong ngành hàng.

2. Nghiên cứu sự thay đổi trong hành vi của người tiêu dùng hay hành vi tiêu dùng của tổ chức dưới tác động của các yếu tố môi trường và theo thời gian.

3. Nghiên cứu đặc điểm và thói quen tiêu dùng của người tiêu dùng.

4. Đặc điểm vận động của thị trường tác động đến chiến lược marketing của doanh nghiệp/ tổ chức.

5. Các đề tài nghiên cứu định lượng liên quan đến hoạt động marketing tại các doanh nghiệp/ tổ chức.

6. Các đề tài khác thuộc phạm vi lĩnh vực marketing phù hợp với yêu cầu thực tế 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 hoặc định hình nghiên cứu với đề tài gắn với doanh nghiệp/ tổ chức hay nghiên cứu thị trường.

- 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.

- 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.

Tổ chức chỉ đạo thực tập, phân công giảng viên

Ban chỉ đạo

- | | |
|-----------------------|--------------|
| 1. TS. Bảo Trung | - Trưởng ban |
| 2. TS. Nguyễn Thái Hà | - Phó ban |
| 3. TS. Dư Thị Chung | - Phó 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.

4.2. Trách nhiệm đối với giảng viên hướng dẫn thực tập tốt nghiệp và viết Khóa luận tốt nghiệp

- Thực hiện trách nhiệm theo quy định tại điều 14 của QĐ số 657/QĐ-ĐHTCM-QLĐT.

- 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.

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

- Thực hiện trách nhiệm theo quy định tại điều 16 của QĐ số 657/QĐ-ĐHTCM-QLĐT.

- 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 KLTN.

- 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 nếu cần 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 04 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 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.
- Không được tự ý thay đổi đề tài, đơn vị thực tập hoặc thay đổi GVHD mà chưa được sự đồng ý của GVHD.
- Sinh viên nộp đề cương, bản thảo hoặc bản chính KLTN trễ hạn quy định trong vòng 7 (bảy) ngày làm việc, nếu không có lý do chính đáng, sẽ bị trừ 10% điểm quá trình của GVHD; quá 7 (bảy) ngày làm việc thì xem như không hoàn thành KLTN và nhận điểm 0 (không) đối với học phần KLTN.
- 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, nhận xét của đơn vị thực tập có chữ ký và đóng dấu của DN (bản scan định dạng pdf hoặc hình ảnh), 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 V/v ban hành Quy định về trích dẫn và chống đạo văn của Trường Đại học Tài chính – Marketing).

4.4. Quy định về thời gian thực tập và viết Khóa luận tốt nghiệp

Thời gian 10 tuần, từ 29/6/2026 đến 06/09/2026. Chi tiết:

THỜI GIAN	TUẦN	NỘI DUNG CÔNG VIỆC
T1: 29/6 – 05/7/2026	3 tuần	Sinh viên đến đơn vị thực tập, gặp GVHD, xây dựng đề cương nghiên cứu
T2: 06/7 – 12/7/2026		GVHD sửa đề cương
T3: 13/7 – 19/7/2026		Sinh viên hoàn chỉnh đề cương
T4, T5: 20/7 – 02/8/2026	2 tuần	Đọc, tra cứu tài liệu tham khảo
		Khảo sát, thu thập dữ liệu
		Tập họp và xử lý dữ liệu
T6, T7: 03/8 – 16/8/2026	2 tuần	Viết bản thảo
T8, T9: 17/8 – 30/8/2026	2 tuần	GVHD sửa bản thảo
T10: 31/8 – 06/9/2026	1 tuần	Sinh viên nộp bản in chính thức cho GVHD
07/9 – 20/9/2026	2 tuần	GVHD chấm KLTN và gửi điểm về Khoa
21/9 – 04/10/2026	2 tuần	Hội đồng Khoa chấm KLTN
		Khoa nộp điểm cho trường

5. ĐÁNH GIÁ KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

Căn cứ Quyết định số 657/QĐ-ĐHTCM-QLĐT ngày 14/03/2025 của Trường Đại học Tài chính – Marketing về việc Ban hành Quy định tổ chức thực hiện Khóa luận tốt nghiệp, Thực tập cuối khoá đối với sinh viên trình độ đại học chính quy tại Trường Đại học Tài chính – Marketing và Quy định đánh giá Khóa luận tốt nghiệp của Khoa Marketing. 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 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.

6. TỔNG KẾT

6.1. Sau khi kết thúc thực tập, Khoa sẽ tiến hành tổng kết, rút kinh nghiệm.

6.2. Khoa hỗ trợ sinh viên gửi thư cảm ơn đến các doanh nghiệp/ tổ chức đã tạo điều kiện giúp đỡ sinh viên thực tập.



KHOA MARKETING

TS. Bảo Trung