

CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO

*(Ban hành kèm theo Quyết định số 2443/QĐ-ĐHTCM, ngày 29 tháng 12 năm 2021
của Hiệu trưởng trường Đại học Tài chính – Marketing)*

- Tên chương trình (tiếng Việt): Quản trị kinh doanh
- Tên chương trình (tiếng Anh): Business Administration
- Trình độ đào tạo: Thạc sĩ
- Ngành đào tạo: Quản trị kinh doanh; Mã ngành: 8340101
- Định hướng đào tạo: Ứng dụng

1. MỤC TIÊU ĐÀO TẠO

1.1 Mục tiêu chung:

Mục tiêu chính của chương trình đào tạo Thạc sĩ ngành Quản trị kinh doanh theo định hướng ứng dụng là trang bị cho học viên những kiến thức chuyên sâu trong quản trị điều hành doanh nghiệp. Thông qua quá trình nghiên cứu mang tính thực tiễn cao, áp dụng phân tích tình huống, xu hướng nghiên cứu cập nhật trong từng lĩnh vực chuyên môn, chương trình đào tạo giúp học viên nâng cao năng lực giải quyết vấn đề trong kinh doanh và năng lực phân tích kết quả nghiên cứu để đề xuất những giải pháp ứng dụng vào thực tiễn hoạt động quản trị kinh doanh. Qua đó, người học có thể trở thành những nhà điều hành cấp cao trong các doanh nghiệp với tầm nhìn và tri thức đương đại trong môi trường kinh doanh toàn cầu hoặc có thể tự khởi nghiệp kinh doanh độc lập. Khi có nhu cầu, học viên có thể học bổ sung một số phương pháp nghiên cứu theo yêu cầu của chuyên ngành đào tạo trình độ tiến sĩ để tiếp tục tham gia chương trình đào

tạo trình độ tiến sĩ.

1.2 Mục tiêu cụ thể:

Về kiến thức	
PO1	Làm chủ kiến thức chuyên ngành, có thể đảm nhiệm công việc của chuyên gia ứng dụng trong lĩnh vực được đào tạo.
PO2	Có tư duy phản biện; có kiến thức thực tiễn ứng dụng trong lĩnh vực chuyên ngành về kinh doanh và quản lý trong doanh nghiệp, có kiến thức tổng hợp về pháp luật, quản lý và trách nhiệm xã hội liên quan đến quản trị kinh doanh hướng đến phát triển bền vững.
Về kỹ năng	
PO3	Có kỹ năng hoàn thành công việc phức tạp, không có tính quy luật, khó dự báo; có kỹ năng xử lý độc lập để phát triển và thử nghiệm những giải pháp hiệu quả trong chuyên ngành quản trị kinh doanh.
PO4	Có kỹ năng nghề nghiệp và kỹ năng quản lý, đặc biệt là kỹ năng phân tích dữ liệu, để lập kế hoạch kinh doanh, hoạch định chính sách trong quá trình quản trị doanh nghiệp.
PO5	Có kỹ năng ngoại ngữ ở mức có thể hiểu được các báo cáo hay phát biểu các chủ đề liên quan đến chuyên ngành quản trị kinh doanh; có thể viết báo cáo liên quan đến công việc chuyên môn bằng ngoại ngữ.
Về mức tự chủ và chịu trách nhiệm	
PO6	Có năng lực phát hiện và giải quyết các vấn đề thuộc chuyên ngành quản trị kinh doanh và đề xuất những sáng kiến có giá trị.
PO7	Có khả năng tự định hướng phát triển năng lực cá nhân, thích nghi với môi trường làm việc có tính cạnh tranh cao.

2. VỊ TRÍ VIỆC LÀM VÀ NÂNG CAO TRÌNH ĐỘ

Sau khi tốt nghiệp chương trình thạc sĩ Quản trị kinh doanh, người học có thể đảm

nhiệm một trong số các vị trí sau đây:

- Nhóm 1: Nhà điều hành cao cấp trong các tổ chức/doanh nghiệp/ tập đoàn;
- Nhóm 2: Tự khởi nghiệp kinh doanh độc lập.

3. CHUẨN ĐẦU RA:

Chương trình được thiết kế đảm bảo người học tốt nghiệp đạt được các

chuẩn đầu ra chung của ngành như sau:

Về kiến thức	
PLO1	Hệ thống hóa các kiến thức chuyên sâu về các chức năng trong quản trị điều hành doanh nghiệp.
PLO2	Cập nhật kiến thức về các mô hình quản trị doanh nghiệp hiện đại trên thế giới.
PLO3	Tư duy phân tích các vấn đề phát sinh trong thực tiễn có luận cứ khoa học trong lĩnh vực kinh doanh và quản lý.
Về kỹ năng	
PLO4	Phân tích, đánh giá một cách khoa học các kiến thức chuyên ngành để áp dụng vào thực tiễn quản lý doanh nghiệp.
PLO5	Phân tích các chính sách để đưa ra các quyết định chiến lược trung và dài hạn trong lĩnh vực kinh doanh và quản lý.
PLO6	Nhận diện, đánh giá và giải quyết vấn đề phát sinh trong quá trình điều hành doanh nghiệp một cách hiệu quả.
PLO7	Trình độ ngoại ngữ tương đương bậc 4/6 khung năng lực ngoại ngữ Việt Nam.
Về mức tự chủ và chịu trách nhiệm	
PLO8	Năng lực phát hiện và đưa ra những kết luận mang tính chuyên gia về các vấn đề phức tạp trong doanh nghiệp.
PLO9	Định hướng trở thành những nhà lãnh đạo, chuyên gia cao cấp trong lĩnh vực kinh doanh và quản lý.
PLO10	Trân trọng các giá trị đạo đức của dân tộc để nâng cao giá trị cuộc sống.

4. THỜI GIAN ĐÀO TẠO:

Thời gian đào tạo: 2 năm.

Thời gian học tập tối đa: 4 năm.

5. KHỐI LƯỢNG KIẾN THỨC TOÀN KHÓA: 60 tín chỉ

6. QUY TRÌNH ĐÀO TẠO, ĐIỀU KIỆN TỐT NGHIỆP:

6.1 Quy trình đào tạo:

Theo Quy chế đào tạo trình độ thạc sỹ (Thông tư 23/2021/TT-BGDĐT ngày

30/8/2021 của Bộ trưởng Bộ Giáo dục và Đào tạo) và Quy định đào tạo trình độ thạc sĩ của Trường Đại học Tài chính – Marketing (Ban hành theo quyết định số 2247/QĐ/ĐHTCM-SĐH ngày 11/11/2020). Tiêu chuẩn, trách nhiệm và quyền hạn của giảng viên giảng dạy ở trình độ thạc sĩ phải tuân thủ các quy định hiện hành tại Điều 54, Điều 55, Điều 57 và Điều 58 Luật Giáo dục đại học (đã được sửa đổi, bổ sung năm 2018); quy định về chuẩn chương trình đào tạo của Bộ Giáo dục và Đào tạo và các quy định khác có liên quan. Cơ sở đào tạo được tổ chức các lớp học trực tuyến với khối lượng học tập không vượt quá 30% tổng khối lượng của chương trình đào tạo khi đáp ứng các quy định hiện hành về ứng dụng công nghệ thông tin trong quản lý và tổ chức đào tạo qua mạng; bảo đảm chất lượng không thấp hơn so với các lớp học trực tiếp.

6.2 Địa điểm đào tạo

a) Chương trình thạc sĩ Quản trị Kinh doanh được tổ chức đào tạo tại các cơ sở chính thức của trường ĐH Tài chính Marketing.

b) Các hoạt động thực hành, thực tập, nghiên cứu và trải nghiệm thực tế được tổ chức ở ngoài Trường nhưng không vượt quá 20% khối lượng chương trình đào tạo theo TT23/2021.

c) Trường được tổ chức các lớp học trực tuyến với khối lượng học tập không vượt quá 30% tổng khối lượng của chương trình đào tạo khi đáp ứng các quy định hiện hành về ứng dụng công nghệ thông tin trong quản lý và tổ chức đào tạo qua mạng; bảo đảm chất lượng không thấp hơn so với các lớp học trực tiếp.

d) Trong trường hợp thiên tai, dịch bệnh và các trường hợp bất khả kháng khác, Trường thực hiện đào tạo các học phần theo hướng dẫn của Bộ Giáo dục và Đào tạo, Ủy ban Nhân dân Tp. Hồ Chí Minh.

6.3 Đơn vị phối hợp đào tạo (nếu có): Không

6.4 Điều kiện tốt nghiệp

Điều kiện để học viên được công nhận tốt nghiệp:

a) Đã hoàn thành các học phần của chương trình đào tạo và bảo vệ đề án tốt nghiệp đạt yêu cầu;

b) Có trình độ ngoại ngữ đạt yêu cầu theo chuẩn đầu ra của chương trình đào tạo

trước thời điểm xét tốt nghiệp; được minh chứng bằng một trong các văn bằng hoặc chứng chỉ ngoại ngữ đạt trình độ tương đương Bậc 4 theo Khung năng lực ngoại ngữ 6 bậc dùng cho Việt Nam, hoặc bằng tốt nghiệp trình độ đại học trở lên ngành ngôn ngữ nước ngoài, hoặc bằng tốt nghiệp trình độ đại học trở lên ngành khác mà chương trình được thực hiện hoàn toàn bằng ngôn ngữ nước ngoài;

c) Hoàn thành các trách nhiệm theo quy định của cơ sở đào tạo; không bị truy cứu trách nhiệm hình sự và không trong thời gian bị kỷ luật, đình chỉ học tập.

7. TUYỂN SINH

7.1 Chỉ tiêu tuyển sinh: Theo chỉ tiêu được xét duyệt từ BGD&ĐT đối với năng lực đào tạo của Trường Đại học Tài chính-Marketing.

7.2 Phương thức tuyển sinh

- Phương thức tuyển sinh trình độ thạc sĩ gồm: xét tuyển đối với trình độ đại học và văn bằng, chứng chỉ ngoại ngữ đạt trình độ tương đương Bậc 3 trở lên.

- Các môn xét tuyển bao gồm hai môn cơ sở ngành phù hợp trình độ đại học, cụ thể:

+ Quản trị học

+ Kinh tế học

7.3 Chuẩn đầu vào

a. Yêu cầu về văn bằng

- Có bằng tốt nghiệp đại học ngành Quản trị Kinh doanh từ khá trở lên hoặc có công bố khoa học liên quan đến lĩnh vực sẽ học tập, nghiên cứu. Công bố khoa học của người dự tuyển liên quan đến lĩnh vực sẽ học tập, nghiên cứu bao gồm bài báo trên tạp chí khoa học; tham luận được đăng trong kỷ yếu hội thảo đã xuất bản; đề tài, đề án khoa học từ cấp cơ sở trở lên trong thời hạn 5 năm tính đến ngày dự tuyển.

- Có bằng tốt nghiệp đại học ngành gần với ngành Quản trị Kinh doanh và có chứng chỉ bổ sung kiến thức với Chương trình gồm 2 học phần (5 tín chỉ).

- Có bằng tốt nghiệp đại học một số ngành khác với ngành Quản trị Kinh doanh và

có chứng chỉ bổ sung kiến thức với Chương trình gồm 4 học phần (9 tín chỉ).

b. Yêu cầu thâm niên công tác: Không

c. Yêu cầu về trình độ ngoại ngữ: được minh chứng bằng một trong các văn bằng hoặc chứng chỉ ngoại ngữ đạt trình độ tương đương Bậc 3 theo Khung năng lực ngoại ngữ 6 bậc dùng cho Việt Nam, hoặc bằng tốt nghiệp trình độ đại học trở lên ngành ngôn ngữ nước ngoài, hoặc bằng tốt nghiệp trình độ đại học trở lên ngành khác mà chương trình được thực hiện hoàn toàn bằng ngôn ngữ nước ngoài.

7.4 Công nhận kết quả học tập và chuyển đổi học phần

a. Người học được xem xét công nhận và chuyển đổi tín chỉ của một số học phần khi đã học một chương trình đào tạo thạc sĩ ngành khác. Các học phần đã học phải có trong chương trình đào tạo thạc sĩ của Trường với số tín chỉ được công nhận và chuyển đổi không vượt quá 30 tín chỉ.

b. Sinh viên trường đại học Tài chính- Marketing đang học chương trình đào tạo đại học có học lực tính theo điểm trung bình tích lũy xếp loại khá trở lên được đăng ký học trước một số học phần của chương trình đào tạo thạc sĩ tại của Trường với số tín chỉ không vượt quá 15 tín chỉ.

c. Những học phần đã học ở chương trình đại học hoặc chương trình thạc sĩ ngành khác được xét công nhận và chuyển đổi tín chỉ trong chương trình đào tạo thạc sĩ khi đáp ứng các điều kiện sau:

- Cùng nội dung giảng dạy; Đáp ứng chuẩn đầu ra, bằng hoặc lớn hơn khối lượng học tập trong chương trình đào tạo thạc sĩ của trường;

- Điểm đánh giá đạt từ điểm C (hoặc quy đổi tương đương) trở lên;

- Thời điểm hoàn thành không quá 5 năm tính tới thời điểm xét công nhận, chuyển đổi.

7.5 Danh mục các ngành phù hợp (các ngành cùng nhóm ngành)

7.5.1 Danh mục các ngành đúng, ngành gần, ngành khác

Ngành liên quan trực tiếp tới chuyên môn, nghề nghiệp của lĩnh vực Quản trị kinh doanh bao gồm các ngành về chức năng quản trị, kinh doanh và quản lý; các ngành về lĩnh vực quản trị quản lý; các ngành về công cụ quản trị, quản lý. Ngành liên quan trực tiếp bao

gồm:

a) Ngành đúng: ngành đào tạo trình độ đại học trùng tên với ngành đào tạo trình độ thạc sĩ. Quản trị Kinh doanh.

b) Ngành gần: các ngành đào tạo trình độ đại học thuộc lĩnh vực kinh doanh và quản lý, nhưng khác với ngành đúng.

c) Ngành khác: các ngành đào tạo trình độ đại học khác không phải ngành đúng, ngành gần, nhưng có liên quan trực tiếp tới chuyên môn, nghề nghiệp của ngành đào tạo trình độ thạc sĩ.

7.5.2 Danh mục các ngành phù hợp (các ngành cùng nhóm ngành)

Ngành đúng: ngành Quản trị kinh doanh

Ngành gần: các ngành thuộc lĩnh vực kinh doanh và quản lý, nhưng không đúng ngành Quản trị kinh doanh. Môn học bổ sung kiến thức gồm 2 môn, 5 tín chỉ, cụ thể:

TT	Môn học	Số tín chỉ
1	Kinh tế học	3
2	Quản trị học	2

Ngành khác: các ngành khác kinh doanh và quản lý. Môn học bổ sung kiến thức gồm 4 môn, 9 tín chỉ, cụ thể:

TT	Môn học	Số tín chỉ
1	Kinh tế học	3
2	Quản trị học	2
3	Quản trị vận hành	2
4	Quản trị chiến lược	2

8. CÁCH THỨC ĐÁNH GIÁ VÀ THANG ĐIỂM:

Thang điểm đánh giá kết quả học tập các học phần của học viên theo quy định của Trường và tuân thủ theo Chương III, Điều 7 Mục 6 của TT23/2021 BGD&ĐT theo định

hướng ứng dụng.

9. NỘI DUNG CHƯƠNG TRÌNH:

9.1 Kiến thức chung: 6 tín chỉ

STT	MÃ SỐ	TÊN HỌC PHẦN	TC	LT	TH	GHI CHÚ
1	ABA001	Đạo đức và trách nhiệm xã hội trong kinh doanh (Ethics and corporate social responsibility)	2	30	0	
2	ABA002	Triết học (Philosophy)	4	60	0	
Tổng			6	90	0	

9.2 Kiến thức cơ sở và chuyên ngành: 27 tín chỉ

STT	MÃ SỐ	TÊN HỌC PHẦN	TC	LT	TH	GHI CHÚ
Kiến thức cơ sở: 27 tín chỉ						
3	ABA003	Quản trị chiến lược hiện đại (Modern Strategic Management)	3	45	0	
4	ABA004	Quản trị Kinh doanh toàn cầu (Global Business Management)	3	45	0	
5	ABA005	Quản trị Marketing toàn cầu (Global Marketing Management)	3	45	0	
6	ABA006	Quản trị nguồn nhân lực hiện đại (Modern Human Resource Management)	3	45	0	
7	ABA007	Quản trị công ty (Corporate Governance)	3	45	0	
8	ABA008	Quản trị sự thay đổi (Change Management)	3	45	0	
9	ABA009	Phương pháp nghiên cứu trong kinh doanh (Business Research Method)	3	45	0	
10	ABA010	Nghệ thuật lãnh đạo (Leadership)	3	45	0	
11	ABA011	Quản trị mô hình kinh doanh (Business model management)	3	45	0	
Tổng			27	405	0	
Kiến thức chuyên ngành tự chọn: 18 tín chỉ (Học viên chọn 1 trong 3 nhóm sau)						
Chuyên ngành Quản trị kinh doanh tổng hợp						

12	ABA012	Hành vi tổ chức đương đại (Contemporary Organizational Behaviour)	3	45	0	Học phần thuộc chuyên ngành QTKDTH
13	ABA013	Quản trị bán hàng hiện đại (Modern Sales Management)	3	45	0	
14	ABA014	Quản trị dự án kinh doanh (Managing Business Project)	3	45	0	
15	ABA015	Quản trị chất lượng toàn diện (Total Quality Management)	3	45	0	
16	ABA016	Chuyên đề thực hành quản trị rủi ro trong kinh doanh (Practicum on business risk)	3	30	30	
17	ABA017	Chuyên đề thực hành khởi nghiệp và sáng tạo trong kinh doanh (Practicum on Entrepreneurship and Innovation)	3	30	30	
Chuyên ngành Quản trị Marketing						
18	ABA018	Quản trị hiệu quả kênh phân phối (Effective distribution channel management)	3	45	0	Học phần thuộc chuyên ngành Marketing
19	ABA019	Quản trị thương hiệu (Brand management)	3	45	0	
20	ABA020	Marketing kỹ thuật số (Digital marketing)	3	45	0	

21	ABA021	Quản trị đổi mới và phát triển sản phẩm mới (Innovation management and new product development)	3	45	0	
22	ABA022	Truyền thông marketing tích hợp (Integrated marketing communication)	3	45	0	
23	ABA023	Quản trị khủng hoảng marketing (Crisis management in marketing)	3	45	0	
Chuyên ngành Kinh doanh Quốc tế						
24	ABA024	Luật Thương mại quốc tế (International Trade Laws)	3	45	0	Học phần thuộc chuyên ngành Kinh doanh quốc tế
25	ABA025	Quản trị Logistics và Chuỗi cung ứng (Logistics & Supply Chain Management)	3	45	0	
26	ABA026	Quản trị Xuất nhập khẩu (Export-import management)	3	45	0	
27	ABA027	Đầu tư quốc tế/toàn cầu (International Investment)	3	45	0	
28	ABA028	Quản trị tài chính công ty đa quốc gia (Financial management of multinational companies)	3	45	0	
29	ABA029	Quản trị đa văn hóa (Multicultural management/Managing cultural differences)	3	45	0	
Tổng			18	270	0	

9.3 Đề án tốt nghiệp: 9 tín chỉ

STT	MÃ SỐ	TÊN HỌC PHẦN	TC	LT	TH	GHI CHÚ
30	ABA030	Đề án tốt nghiệp	9	0	270	
Tổng			9	0	270	

10. KẾ HOẠCH GIẢNG DẠY:

Học kỳ 1

STT	HỌC PHẦN	TC	GHI CHÚ
1	Triết học	4	
2	Đạo đức và trách nhiệm xã hội trong KD	2	
3	Phương pháp nghiên cứu trong kinh doanh	3	
4	Quản trị chiến lược hiện đại	3	
TỔNG		12	

Học kỳ 2

STT	HỌC PHẦN	TC	GHI CHÚ
1	Quản trị nguồn nhân lực hiện đại	3	
2	Quản trị Marketing toàn cầu	3	
3	Quản trị sự thay đổi	3	
4	Quản trị công ty	3	
5	Quản trị kinh doanh toàn cầu	3	
6	Nghệ thuật lãnh đạo	3	
7	Quản trị mô hình kinh doanh	3	
TỔNG		21	

Học kỳ 3 – Tự chọn nhóm 1 (Định hướng Quản trị Kinh doanh Tổng hợp)

STT	HỌC PHẦN	TC	GHI CHÚ
1	Hành vi tổ chức đương đại	3	
2	Quản trị bán hàng hiện đại	3	
3	Quản trị chất lượng toàn diện	3	
4	Quản trị dự án kinh doanh	3	
5	Chuyên đề thực hành Quản trị rủi ro kinh doanh	3	Thực hành tại DN
6	Chuyên đề thực hành Khởi nghiệp và Sáng tạo	3	Thực hành tại DN
TỔNG		18	

Học kỳ 3 – Tự chọn nhóm thứ 2 (Định hướng Quản trị Marketing)

STT	HỌC PHẦN	TC	GHI CHÚ
1	Quản trị hiệu quả kênh phân phối	3	
2	Quản trị thương hiệu	3	
3	Marketing kỹ thuật số	3	
4	Quản trị đổi mới và phát triển sản phẩm mới	3	
5	Truyền thông marketing tích hợp	3	
6	Quản trị khủng hoảng	3	
TỔNG		18	

Học kỳ 3 – Tự chọn nhóm thứ 3 (Định hướng Quản trị Kinh doanh Quốc tế)

STT	HỌC PHẦN	TC	GHI CHÚ
1	Luật Thương mại quốc tế	3	
2	Quản trị Logistics và Chuỗi cung ứng	3	
3	Quản trị Xuất nhập khẩu	3	
4	Đầu tư quốc tế/ toàn cầu	3	
5	Quản trị tài chính công ty đa quốc gia	3	
6	Quản trị đa văn hóa	3	
	TỔNG	18	

HOC KỲ 4

T T	Mã số môn học	Tên học phần	Số TC			Ghi chú
			Tổng	Lý thuyết	Thực hành	
1		Đề án tốt nghiệp	9	0	9	
		TỔNG	9	0	9	

11. HƯỚNG DẪN THỰC HIỆN CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO VÀ ĐẢM BẢO CHẤT LƯỢNG ĐÀO TẠO

11.1. Hướng dẫn thực hiện chương trình đào tạo

11.1.1 Tổ chức thực hiện chương trình đào tạo

- Chương trình đào tạo được thực hiện từ khóa tuyển sinh năm 2021, được đào tạo theo phương thức tín chỉ.
- Viện Đào tạo sau đại học chịu trách nhiệm triển khai đào tạo theo kế hoạch đào tạo theo từng năm/học kỳ.
- Học viên sau khi trúng tuyển sẽ tham gia các lớp học phần theo từng học kỳ theo thông báo của Viện đào tạo sau đại học. Trong hai học kỳ đầu, học viên sẽ học chung các học phần. Đến học kỳ 3 học viên sẽ được phân theo từng lớp theo định

hướng chuyên ngành mà học viên đã đăng ký.

- Khoa chuyên môn chịu trách nhiệm phân công giảng viên giảng dạy các học phần và hướng dẫn đề án tốt nghiệp, theo dõi nội dung giảng dạy theo đúng với yêu cầu đề cương chi tiết học phần. Đối với những học phần tự chọn, tùy theo tình hình thực tiễn Khoa chuyên môn sẽ tư vấn cho học viên lựa chọn học phần phù hợp.
- 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.
- Học viên không đủ điều kiện để đánh giá kết quả đạt học phần sẽ phải đăng ký học lại học phần đó

11.1.2 Phương pháp giảng dạy và học tập

- Kết hợp quá trình giảng dạy, hướng dẫn của giảng viên và tự nghiên cứu của học viên, đề cao và khuyến khích tính tự chủ, năng động trong học tập và nghiên cứu của học viên. Áp dụng các phương pháp giảng dạy mới như: nêu vấn đề, bài tập tình huống, đề tài nhóm. Chú trọng đến kỹ năng liên quan đến thực tiễn các học phần chuyên ngành.
- Áp dụng các hình thức thực hành đa dạng cho các môn chuyên ngành như:
 - ✓ Tổ chức seminar: Giảng viên chỉ giảng dạy các nội dung cơ bản, hướng dẫn tài liệu tham khảo, bài đọc thêm, đề nghị học viên đọc và tham gia thảo luận trên lớp hoặc bài viết.
 - ✓ Mời các doanh nghiệp báo cáo thực tế, học viên viết bài thu hoạch về doanh nghiệp.
 - ✓ Tổ chức thực hành theo nhóm nhỏ: thảo luận tình huống, khảo sát viết đề tài nhỏ,

đề tài nghiên cứu khoa học

11.2. Đảm bảo chất lượng đào tạo

11.2.1 Cơ sở vật chất, công nghệ, trang thiết bị phục vụ giảng dạy

STT	Tên	Mục đích sử dụng	Diện tích sàn xây dựng (m2)	Thiết bị trong phòng	Hình thức sử dụng		
					Sở hữu	Liên kết	Thuê
1	Phòng học số: 01 Địa chỉ: 778 Nguyễn Kiệm, Q. Phú Nhuận	Giảng dạy cho các học phần lý thuyết	50	Máy chiếu/ máy tính	x	x	
2	Phòng học số: 02 Địa chỉ: 778 Nguyễn Kiệm, Q. Phú Nhuận	Phục vụ giảng dạy thực hành trong các học phần	100	Phần mềm bán hàng, quản trị dự án/Mô hình hóa	x	x	
3	Phòng thực hành số: 01 Địa chỉ: 778 Nguyễn Kiệm, Q. Phú Nhuận	Phục vụ giảng dạy thực hành trong các học phần	100	Phần mềm/ Mô hình hóa	x	x	

11.2.2 Học liệu

STT	Tên học phần	Tên học liệu chính
1	Đạo đức và trách nhiệm xã hội trong kinh doanh	<p>1. Bộ thương mại Mỹ (2007). <i>Đạo đức kinh doanh: Cẩm nang quản lý doanh nghiệp có trách nhiệm trong các nền kinh tế thị trường mới nổi</i>. Nhà xuất bản trẻ.</p> <p>2. Hartman, L.P., DesJardins, J., MacDonald, C. (2022). <i>Business Ethics: Decision Making for Personal Integrity & Social Responsibility, 5th Edition</i>. The McGraw–Hill.</p>
2	Triết học	<p>1. Trường ĐH Tài chính-Marketing (2015). <i>Triết học (Chương trình sau đại học)</i>. Nxb ĐH Quốc gia TP.HCM.</p> <p>2. ĐH Quốc gia Hà Nội (2018). <i>Giáo trình triết học (Dành cho học viên cao học và nghiên cứu sinh không thuộc nhóm ngành khoa học xã hội và nhân văn)</i>, NXB Chính trị Quốc gia sự thật.</p> <p>3. Bộ GD&ĐT (2010). Giáo trình triết học Mác – Lênin (dùng cho học viên cao học và nghiên cứu sinh không thuộc chuyên ngành triết học), Nxb. Chính trị - Hành chính, Hà Nội.</p>
3	Quản trị chiến lược hiện đại	<p>1. Fred R. David. (2015). <i>Quản trị chiến lược. Khái luận và các tình huống trong doanh nghiệp</i>, Bản dịch: Kinh doanh Quốc tế Hiện đại, Đại học Kinh tế TP. HCM.</p>
4	Quản trị kinh doanh toàn cầu	<p>1. Hà Nam Khánh Giao. (2017). <i>Giáo trình Cao học Quản trị Kinh doanh quốc tế</i>. NXB Kinh tế TPHCM.</p> <p>2. Vyuptakesh Sharan (2012). <i>International Business Management</i>. Pearson</p>
5	Quản trị Marketing toàn cầu	<p>1. Kotabe, M. M., & Helsen, K. (2020). <i>Global marketing management</i>. John Wiley & Sons.</p>

6	Quản trị nguồn nhân lực hiện đại	<ol style="list-style-type: none"> 1. Decenzo, D.A. and Robbins, S.P. (2013). Personnel/Human Resource Management, 11th Edition, Prentice-Hall, New Jersey. 2. Collin, J. (2014). <i>Từ tốt đến Vĩ đại</i>, 17th Edition, NXB Trẻ, TP.HCM.
7	Quản trị công ty	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tricker, R. B., & Tricker, R. I. (2015). Corporate governance: Principles, policies, and practices (3rd Ed.). Oxford University Press, USA. 2. Fernando, A. C., Muraleedharan, K. P., & Satheesh, E. K. (2017). Corporate Governance Principles, Policies, and Practices (3rd Ed.). Pearson, India 3. Du Plessis, J. J., Hargovan, A., & Harris, J. (2018). Principles of contemporary corporate governance (4th Ed.). Cambridge University Press
8	Quản trị sự thay đổi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Đào Duy Huân. (2016). Quản trị sự thay đổi. HCM: NXB ĐH Kinh tế TP Hồ Chí Minh.
9	Phương pháp nghiên cứu trong kinh doanh	<ol style="list-style-type: none"> 1. Nguyễn Đình Thọ (2014). Phương pháp nghiên cứu khoa học trong kinh doanh. Nxb Lao động Xã hội. 2. Sekaran, U and Bougie, R. (2016) Research Methods for Business: A Skill-Building Approach, 7th ed. Wiley. 3. Singh, K. (2007). Quantitative social research methods. Sage. 4. Michael Quinn Patton (2014). Qualitative Research & Evaluation Methods: Integrating Theory and Practice. SAGE Publications, Inc. 5. Sarah J. Tracy (2019). Qualitative Research Methods: Collecting Evidence, Crafting Analysis, Communicating Impact. Wiley-Blackwell.

10	Nghệ thuật lãnh đạo	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ferguson, A & Moritz, M. (2015), <i>Dẫn dắt: Lãnh đạo chứ không quản lý</i>, NXB Trẻ, TP.HCM 2. Maxwell. J.C (2007), <i>Phát triển kỹ năng lãnh đạo (Developing the Leader within you)</i> - NXB Lao động Xã hội, TP.HCM.
11	Quản trị mô hình kinh doanh	<ol style="list-style-type: none"> 1. Đặng Văn Mỹ (2020), <i>Quản trị mô hình kinh doanh</i>, Tài liệu nghiên cứu và giảng dạy, lưu hành nội bộ 2. Alexander Osterwalder và Yves Pigneur. <i>Tạo lập mô hình kinh doanh</i>. Sách dịch 3. Alexander Osterwalder và Yves Pigneur. <i>Business Model Generation, A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers</i> (The Strategyzer series).
12	Hành vi tổ chức đương đại	<ol style="list-style-type: none"> 1. Colquitt, LePine, Wesson (2018). <i>Organizational Behavior: Improving Performance and Commitment in the Workplace</i>, 6th. McGraw-Hill Education. 2. Stephen. P. Robins & Timothy A. Judge (2018). <i>Organizational Behavior</i> (17^{ed}). Pearson Education, Prentice Hall. 3. Phạm Thúy Hương & Phạm Thị Bích Ngọc (2019), <i>Giáo trình Hành vi Tổ chức</i>, Nxb Đại học Kinh Tế Quốc dân, Hà Nội

13	Quản trị bán hàng hiện đại	<ol style="list-style-type: none"> 1. Nguyễn Văn Hiến (2016). Quản trị bán hàng hiện đại. Trường Đại học Tài chính - Marketing, NXB Tài chính. 2. Lưu Đan Thọ - Nguyễn Vũ Quân (2016): “Quản trị bán hàng hiện đại- NXB Tài chính” 3. James M.Comer (2002): “Quản trị bán hàng”- Bản dịch tiếng Việt- NXB TPHCM- Nguyên bản tiếng Anh: Sales Management- James M.Comer (2002). 4. Robert J.Calvin (2004),” Nghệ thuật quản trị bán hàng” –Bản dịch tiếng Việt – NXB Thống kê. 5. Lindell Phillip Chew (2019):” Sales Management The Dynamics of Selling and Sales Force Marketing”- McGraw -Hill
14	Quản trị dự án kinh doanh	<ol style="list-style-type: none"> 1. Project Management Institute (2017). A Guide to the Project Management Body of Knowledge (PMBOK Guide) – Sixth Edition. 2. Joseph Heagney (2012). Quản trị dự án – Những nguyên tắc căn bản. Bản dịch của NXB Lao động – Xã hội 3. Phước Minh Hiệp (2011). Thiết lập và thẩm định dự án đầu tư, NXB lao động xã hội
15	Quản trị chất lượng toàn diện	<ol style="list-style-type: none"> 1. Poornima M. Charantimath (2017). Total Quality Management, Third Edition, Pearson Education in South Asia. 2. Bùi Nguyên Hùng, Nguyễn Thúy Quỳnh Loan (2010). Quản lý chất lượng, NXB Đại học Quốc Gia TP HCM. 3. Nguyễn Kim Định (2010). Giáo trình quản trị chất lượng và bài tập, NXB Tài Chính.

16	Chuyên đề thực hành Quản trị rủi ro kinh doanh	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dương Hữu Hạnh (2009), <i>Quản trị rủi ro xí nghiệp trong nền kinh tế toàn cầu – nguyên tắc và thực hành</i>, NXB Tài chính 2. Nguyễn Quang Thu (2008), <i>Quản trị rủi ro và Bảo hiểm trong doanh nghiệp</i>, NXB Thống kê 3. Đoàn Thị Hồng Vân, Kim Ngọc Đạt, Hà Đức Sơn (2009), <i>Quản trị rủi ro và khủng hoảng</i>, NXB Lao động
17	Chuyên đề thực hành khởi nghiệp và sáng tạo trong kinh doanh	<ol style="list-style-type: none"> 1. Jefferey Timmons, J. A. (2011), <i>New Venture Creation: Entrepreneurship for the 21st Century</i>. 8Revision Edition, McGraw-Hill, USA. 2. Business Plan Checklist (2017), <i>Sổ tay lập danh mục công việc Kinh doanh</i>, NXB Dân Trí chuyên ngữ và xuất bản.
18	Quản trị hiệu quả kênh phân phối	<ol style="list-style-type: none"> 1. Quản trị Kênh phân phối do Trường ĐH Tài Chính Marketing phát hành. 2. Quản trị Kênh phân phối – Trường Đại học kinh tế quốc dân Hà Nội phát hành - PGS TS Trương Đình Chiến 3. Robert W. Palmatier, Louis W. Stern and Adel I.El–Ansary, <i>Marketing Channel Strategy</i>, 8th ed, 2015 Pearson Education, Inc.
19	Quản trị thương hiệu	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kevin Lane Keller (2019). <i>Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity</i>, Pearson. 2. David A. Aaker (2009). <i>Managing brand equity</i>, Free Press.
20	Marketing kỹ thuật số	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dave Chaffey, PR Smith (2017). <i>Digital Marketing Excellence: Planning, Optimizing and Integrating Online Marketing</i>, 5th Edition, Prentice Hall.
21	Quản trị đổi mới và phát triển sản phẩm mới	<ol style="list-style-type: none"> 1. Nguyễn Xuân Trường. (2020). <i>Phát triển sản phẩm mới</i>, In lần thứ nhất. Nhà xuất bản Thanh Niên

22	Truyền thông Marketing tích hợp	1. George Belch, Michael Belch (2017). Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective (8th edition), McGraw-Hill.
23	Quản trị khủng hoảng Marketing	1. Tủ sách Harvard (2017), Quản lý Khủng hoảng, NXB Tổng hợp TP. Hồ Chí Minh. 2. W. Timothy Coombs (2014). Ongoing Crisis Communication: Planning, Managing, and Responding, SAGE Publications, Inc 3. Timothy Coombs (2014). Applied Crisis Communication and Crisis Management: Cases and Exercises, SAGE Publications, Inc 4. Anne Gregory (2017), Sáng tạo chiến dịch PR hiệu quả, Nhà Xuất bản Trẻ TP.HCM.
24	Luật Thương mại quốc tế	1. Mai Hồng Quý và Trần Việt Dũng (2012). Luật Thương mại quốc tế, Nxb Đại học Quốc gia TP. HCM. 2. Luật thương mại Việt Nam (2005) - Sửa đổi, bổ sung (2017). Nxb Chính trị quốc gia, Hà Nội. 3. Luật trọng tài thương mại. (2010). NXB Chính trị quốc gia, Hà Nội. 4. Keizer, J. & H. Wevers, H. (2008). A basic guide to international business law. Wolters Noordhof, 2008.
25	Quản trị Logistics và chuỗi cung ứng	1. Daniel Stanton (2019). Quản lý chuỗi cung ứng, (Khánh trang dịch). Nhà xuất bản Công thương. 2. Huỳnh Thị Thúy Giang (2017). Quản trị chuỗi cung ứng. Nhà xuất bản Đại học Quốc gia thành phố Hồ Chí Minh. 3. John Mangan; Chandra Lalwani; Tim Butcher & Roya Javadpour (2012). Global Logistics & Supply chain Management. 2 nd Edition, Wiley & Son, ltd

26	Quản trị xuất nhập khẩu	<ol style="list-style-type: none"> 1. Albaum, G., Stradskov, J., and Duerr, E. (2002). International Marketing and Export Management. New York: Prentice Hall. 2. Jonathan Reuvid & Jim Sherlock (2011). International Trade. Kogan Page 3. Justin Paul (2013). Export import management. Oxford 4. Thomas A. Cook (2012). Mastering import & export management. AMACOM 5. Weiss, K. (1987). Building an Import/Export Business. New York: John Wiley and Sons
27	Đầu tư quốc tế/toàn cầu	<ol style="list-style-type: none"> 1. Lê Quang Huy (2013). Đầu tư quốc tế, NXB Kinh tế Tp.HCM. 2. Võ Thanh Thu & Ngô Thị Ngọc Huyền (2011). Kỹ thuật đầu tư trực tiếp nước ngoài, Nhà xuất bản Tổng hợp Tp.HCM. 3. Solnik, B., & McLeavey, D. (2013). Global investments, Pearson New International Edition, 6/E, Pearson Education, Inc
28	Quản trị tài chính công ty đa quốc gia	<ol style="list-style-type: none"> 1. ALan C. Shapiro, Multinational Financial Management, 10th edition, Wiley. 2. Jeff Madura (2012). International Financial management, 11th edition, Thompson South-Western 3. Phan Thị Nhi Hiếu (2015). Tài chính công ty đa quốc gia, NXB Kinh tế TP.HCM.
29	Quản trị đa văn hóa	<ol style="list-style-type: none"> 1. Luthans, F., & Doh, P.J. (2017). International Management: Culture, Strategy and Behavior (10th ed.). McGraw-Hill. 2. French, R. (2010). Cross-Cultural Management in Work Organisations, 2nd Edition. London, UK: CIPD. 3. Charlene M. Solomon Michael S. Schell, (Nguyễn Thọ Nhân) dịch (2010). Quản lý xuyên văn hóa - Management across Cultures, Nxb. Tổng hợp TP.HCM và NXB. Mc Graw - Hill

12. ĐỘI NGŨ GIẢNG VIÊN THAM GIA GIẢNG DẠY

12.1 Danh sách giảng viên cơ hữu

STT	HỌ VÀ TÊN	HỌC HÀM - HỌC VỊ	HỌC PHẦN THAM GIA GIẢNG DẠY
1	Nguyễn Văn Hiến	TS	Quản trị bán hàng hiện đại
2	Huỳnh Thị Thu Sương	TS	Quản trị nguồn nhân lực hiện đại Nghệ thuật lãnh đạo
3	Nguyễn Thanh Long	TS	Quản trị chiến lược hiện đại
4	Nguyễn Xuân Hiệp	TS	Quản trị kinh doanh toàn cầu Luật Thương mại quốc tế Quản trị Xuất nhập khẩu Quản trị đa văn hóa
5	Bảo Trung	TS	Quản trị thương hiệu, Marketing kỹ thuật số
6	Nguyễn Tấn Hưng	TS	Triết học
7	Trần Nhân Phúc	TS	Quản trị sự thay đổi Quản trị chiến lược hiện đại
8	Cảnh Chí Hoàng	TS	Hành vi tổ chức đương đại, Quản trị nguồn nhân lực hiện đại
9	Phạm Thị Ngọc Mai	TS	Hành vi tổ chức đương đại, Phương pháp nghiên cứu trong kinh doanh
10	Trần Văn Hưng	TS	Quản trị dự án kinh doanh
11	Phạm Ngọc Dương	TS	Quản trị Logistics và Chuỗi cung ứng, Quản trị xuất nhập khẩu
12	Lê Quang Huy	TS	Đầu tư quốc tế/ toàn cầu
13	Đặng Văn Mỹ	PGS.TS	Quản trị văn hóa doanh nghiệp Quản trị đổi mới và phát triển sản phẩm mới

14	Vũ Hồng Vân	TS	Hành vi tổ chức đương đại Quản trị sự thay đổi
15	Ao Thu Hoài	TS	Đạo đức và trách nhiệm xã hội trong kinh doanh Marketing kỹ thuật số Quản trị bán hàng hiện đại
16	Nguyễn Gia Ninh	TS	Phương pháp nghiên cứu trong KD
17	Trần Văn Thi	TS	Quản trị hiệu quả kênh phân phối, Quản trị đổi mới và phát triển SP mới
18	Ngô Thị Thu	TS	Truyền thông marketing tích hợp Quản trị khủng hoảng marketing
19	Tạ Văn Thành	TS	Quản trị hiệu quả kênh phân phối, Quản trị Marketing toàn cầu Marketing kỹ thuật số
20	Lê Thị Giang	TS	Quản trị kinh doanh toàn cầu Quản trị xuất nhập khẩu Quản trị tài chính công ty đa quốc gia
21	Hà Minh Hiếu	TS	Quản trị Logistics và Chuỗi cung ứng, Quản trị xuất nhập khẩu
22	Đặng Văn Mỹ	PGS.TS	Quản trị mô hình kinh doanh Quản trị chiến lược hiện đại
23	Phạm Lê Quang	TS	Triết học
24	Lại Văn Nam	TS	Triết học
25	Tô Anh Thơ	TS	Quản trị chất lượng toàn diện Quản trị công ty
26	Hồ Xuân Tiến	TS	Quản trị rủi ro trong kinh doanh Quản trị sự thay đổi

12.2 Danh sách giảng viên thỉnh giảng

STT	HỌ VÀ TÊN	HỌC HÀM - HỌC VỊ	HỌC PHẦN THAM GIA GIẢNG DẠY
1	Bùi Thị Thanh	PGS.TS	Hành vi tổ chức đương đại
2	Nguyễn Thuấn	PGS.TS	Quản trị sự thay đổi
3	Đỗ Phú Trần Tình	PGS.TS	Đạo đức và Trách nhiệm xã hội trong kinh doanh
4	Đoàn Thị Mỹ Hạnh	PGS.TS	Quản trị chiến lược hiện đại
5	Hoàng Thị Thu Thảo	PGS.TS	Quản trị Marketing toàn cầu
6	Nguyễn Hải Quang	PGS.TS	Quản trị chiến lược hiện đại, Quản trị chất lượng toàn diện
7	Huỳnh Thanh Tú	TS	Văn hóa và trách nhiệm xã hội trong kinh doanh Nghệ thuật lãnh đạo
8	Huỳnh Thanh Điền	TS	Quản trị dự án kinh doanh
9	Nguyễn Thế Khải	TS	Quản trị nguồn nhân lực hiện đại, Phương pháp nghiên cứu trong kinh doanh.
10	Ngô Quốc Nghi	TS	Báo cáo Chuyên đề rủi ro trong kinh doanh
11	Hà Tuấn Anh	TS	Báo cáo Chuyên đề khởi nghiệp và sáng tạo

13. MA TRẬN CHUẨN ĐẦU RA VỚI CÁC HỌC PHẦN TRONG CHƯƠNG

TRÌNH ĐÀO TẠO

Ma trận chuẩn đầu ra chương trình đào tạo và các học phần

STT	TÊN HP	MÃ HP	CHUẨN ĐẦU RA CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO										
			Kiến thức			Kỹ năng				Mức tự chủ và tự chịu trách nhiệm			
			PLO 1	PLO 2	PLO 3	PLO 4	PLO 5	PLO 6	PLO 7	PLO 8	PLO 9	PLO 10	
I	KIẾN THỨC CHUNG												
1	Đạo đức và trách nhiệm xã hội trong kinh doanh		I	R	M	I	R	M			I	R	M
2	Triết học		I	I	R	R	R	R	R	M	M		
II	KIẾN THỨC CƠ SỞ NGÀNH VÀ CHUYÊN NGÀNH												
3	Quản trị chiến lược hiện đại		R	M	M	R	M	M	R	M	M	M	
4	Quản trị kinh doanh toàn cầu		R	R	R	R	M	M	R				
5	Quản trị Marketing toàn cầu		I	R	M	R	M	A	A	A	R	M	
6	Quản trị nguồn nhân lực hiện đại		R	M	M	R	R+	M-		M	R	R	
7	Quản trị công ty		M	R	M	M	M		M	M	R	M	
8	Quản trị sự thay đổi		R	M	R	M	M	M	M	M		M	

9	Phương pháp nghiên cứu trong kinh doanh		R	M	R	R	R	R		M	M	R
10	Nghệ thuật lãnh đạo		R	R	M	M	M	A		M	M	M
11	Quản trị mô hình kinh doanh		R	R	R	R	R	R	R	R	R	R
12	Hành vi tổ chức đương đại		R	R	R	R	M	M	R	R	R	M
13	Quản trị bán hàng hiện đại		M	R	I	R	I	R			I	I
14	Quản trị dự án kinh doanh		R	M	M	M	M	M		M	M	M
15	Quản trị chất lượng toàn diện		M	M	M	R	R	M		M	M	M
16	Chuyên đề thực hành rủi ro trong kinh doanh		R	R	R	R	R	R	R	R	R	R
17	Chuyên đề thực hành Khởi nghiệp và sáng tạo		R	M	M	R	R+	R	M	R+	M	A
18	Quản trị hiệu quả kênh phân phối					R	I	R	M	R		
19	Quản trị thương hiệu		R	R	M	M	M	M	R	M	M	M
20	Marketing kỹ thuật số		R	I	R	M	M	R		R		

21	Quản trị đổi mới và phát triển sản phẩm mới		R	I	R	M	M	R		R		
22	Truyền thông marketing tích hợp		R	I	R	R	R	M	R	M	R	R
23	Quản trị khủng hoảng marketing		R	I	R	M	M	R		R		
24	Luật Thương mại quốc tế		R	M	M	R	M			M	M	M
25	Quản trị Logistics và Chuỗi cung ứng		R	R	M	M	R	R	R	R	M	R
26	Quản trị Xuất nhập khẩu		M		R	R			M	R	R	R
27	Đầu tư quốc tế/toàn cầu		M	M	M	M	M	M	R	R	R	R
28	Quản trị tài chính công ty đa quốc gia		R	R	M	M	M	M	M	M	R	R
29	Quản trị đa văn hóa		R	I	M	M	M	M	R	M	M	M

Chú thích: Mức độ đóng góp, hỗ trợ của học phần đối với PLOs được xác định cụ thể như sau:

- *I (Introduced)* – Học phần có hỗ trợ đạt được PLO và ở mức giới thiệu/bắt đầu
- *R (Reinforced)* – Học phần có hỗ trợ đạt được PLO và ở mức nâng cao hơn mức bắt đầu, có nhiều cơ hội được thực hành, thí nghiệm, thực tế
- *M (Mastery)* – Học phần có hỗ trợ cao đạt được PLO và ở mức thuần thục/thông hiểu
- *A (Assessed)* – Học phần quan trọng (hỗ trợ tối đa việc đạt được PLO) cần được thu thập

minh chứng để đánh giá chuẩn đầu ra của chương trình đào tạo.