

## **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/Mã ngành: 7340101
- Định hướng đào tạo: Nghiên cứu

### **1. MỤC TIÊU ĐÀO TẠO**

#### **1.1 Mục tiêu chung**

Mục tiêu chính của chương trình thạc sĩ ngành Quản trị Kinh doanh theo định hướng nghiên cứu nhằm giúp cho học viên bổ sung, cập nhật và nâng cao kiến thức ngành Quản trị Kinh doanh, chuyên ngành Quản trị kinh doanh tổng hợp, Quản trị kinh doanh quốc tế và Quản trị Marketing; tăng cường kiến thức liên ngành; có kiến thức chuyên sâu trong lĩnh vực khoa học chuyên ngành và kỹ năng vận dụng kiến thức đó vào hoạt động thực tiễn nghề nghiệp; có khả năng làm việc độc lập và tự nghiên cứu để giải quyết những vấn đề thuộc ngành chuyên ngành được đào tạo. Chương trình góp phần đào tạo nguồn nhân lực quản trị kinh doanh theo tiêu chuẩn quốc gia và khu vực. Bên cạnh đó, chương trình còn hỗ trợ người học

tiếp tục nghiên cứu sâu hơn ở bậc học cao hơn.

### 1.2 Mục tiêu cụ thể:

<b>Về kiến thức</b>	
<b>PO1</b>	Có kiến thức chuyên sâu trong lĩnh vực chuyên ngành và tư duy phản biện, để đánh giá các vấn đề liên quan đến chuyên ngành.
<b>PO2</b>	Lựa chọn và thiết lập các giải pháp về quản trị chuyên ngành, nghiên cứu và đề xuất các sáng kiến.
<b>Về kỹ năng</b>	
<b>PO3</b>	Có kỹ năng hoàn thành công việc phức tạp, không có tính quy luật, khó dự báo; có kỹ năng nghiên cứu độc lập để phát triển và thử nghiệm những giải pháp mới trong chuyên ngành QTKD.
<b>PO4</b>	Kỹ năng phân tích dữ liệu, chính sách để hoạch định và ra quyết định quản trị. Có khả năng sử dụng các phần mềm ứng dụng trong phân tích dữ liệu và nghiên cứu chuyên ngành
<b>PO5</b>	Có kỹ năng ngoại ngữ ở mức có thể hiểu được một báo cáo hay phát biểu các chủ đề liên quan đến chuyên ngành QTKD; có thể viết báo cáo liên quan đến công việc chuyên môn bằng ngoại ngữ.
<b>Về mức tự chủ và chịu trách nhiệm</b>	
<b>PO6</b>	Có năng lực tự nghiên cứu và phát hiện vấn đề thuộc chuyên ngành QTKD và từ đó đề xuất đổi mới sáng tạo.
<b>PO7</b>	Có khả năng tự định hướng phát triển năng lực cá nhân, thích nghi với môi trường làm việc có tính cạnh tranh cao và năng lực dẫn dắt chuyên môn.

## 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 hoạch định chiến lược và chính sách kinh doanh trong các tổ chức/doanh nghiệp/ tập đoàn.

- Nhóm 2: Nhà nghiên cứu, các giảng viên tại các trường đại học, cao đẳng thuộc khối

ngành Kinh doanh và Quản lý.

### **3. CHUẨN ĐẦU RA**

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

**ra chung của ngành như sau:**

<b>Về kiến thức</b>	
<b>PLO1</b>	Đối chiếu các kiến thức sâu rộng của ngành và liên ngành với các kiến thức thực tế tại doanh nghiệp và tổ chức.
<b>PLO2</b>	Đánh giá và tranh luận các vấn đề chuyên sâu lĩnh vực Quản trị Kinh doanh, từ đó khám phá và nghiên cứu các kiến thức mới.
<b>PLO3</b>	Hoạch định chiến lược và chính sách cho các tổ chức và doanh nghiệp thuộc lĩnh vực Kinh doanh và Quản lý.
<b>Về kỹ năng</b>	
<b>PLO4</b>	Phân tích, tổng hợp dữ liệu và thông tin để đưa ra các giải pháp về quản trị một cách khoa học
<b>PLO5</b>	Truyền đạt tri thức dựa trên nghiên cứu, thảo luận các vấn đề chuyên môn và khoa học với những người cùng ngành và liên ngành.
<b>PLO6</b>	Nghiên cứu phát triển và sử dụng khoa học công nghệ một cách sáng tạo trong lĩnh vực học thuật và nghề nghiệp.
<b>PLO7</b>	Trình độ ngoại ngữ tương đương bậc 4/6 khung năng lực ngoại ngữ Việt Nam
<b>Về mức tự chủ và chịu trách nhiệm</b>	
<b>PLO8</b>	Tự nghiên cứu, đưa ra những sáng kiến quan trọng để giải quyết các vấn đề thực tiễn phát sinh trong lĩnh vực QTKD.
<b>PLO9</b>	Thích nghi, tự định hướng, tôn trọng đạo đức và trách nhiệm xã hội trong lĩnh vực QTKD.
<b>PLO10</b>	Quản lý, đánh giá và cải tiến các hoạt động chuyên môn trong lĩnh vực QTKD.

#### **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 sĩ (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 luận văn 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

ng 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.

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:

<b>TT</b>	<b>Môn học</b>	<b>Số tín chỉ</b>
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:

<b>TT</b>	<b>Môn học</b>	<b>Số tín chỉ</b>
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 nghiên



cứu.

## **9. NỘI DUNG CHƯƠNG TRÌNH:**

### **9.1 Kiến thức chung: 6 tín chỉ**

<b>STT</b>	<b>MÃ SỐ</b>	<b>TÊN HỌC PHẦN</b>	<b>TC</b>	<b>LT</b>	<b>TH</b>	<b>GHI CHÚ</b>
1	SBA001	Đạo đức và trách nhiệm xã hội trong kinh doanh (Ethics and corporate social responsibility)	2	30	0	
2	SBA002	Triết học (Philosophy)	4	60	0	
<b>Tổng</b>			<b>6</b>	<b>90</b>	0	

### **9.2 Kiến thức cơ sở và chuyên ngành: 42**

STT	MÃ SỐ	TÊN HỌC PHẦN	TC	LT	TH	GHI CHÚ
<b>Kiến thức cơ sở: 24 tín chỉ</b>						
3	SBA003	Quản trị chiến lược hiện đại (Modern Strategic Management)	3	45	0	
4	SBA004	Quản trị Kinh doanh toàn cầu (Global Business Management)	3	45	0	
5	SBA005	Quản trị Marketing toàn cầu (Global Marketing Management)	3	45	0	
6	SBA006	Quản trị nguồn nhân lực hiện đại (Modern Human Resource Management)	3	45	0	
7	SBA007	Quản trị công ty (Corporate Governance)	3	45	0	
8	SBA008	Quản trị sự thay đổi (Change Management)	3	45	0	
9	SBA009	Phương pháp nghiên cứu định tính kinh doanh (Qualitative Business Research Method)	3	45	0	
10	SBA010	Phương pháp nghiên cứu định lượng kinh doanh (Quantitative Business Research Method)	3	45	0	
<b>Tổng</b>			<b>24</b>	<b>360</b>	<b>0</b>	
<b>Kiến thức chuyên ngành tự chọn: 18 tín chỉ (Học viên chọn 1 trong 3 nhóm sau)</b>						
11	SBA011	Hành vi tổ chức đương đại ( <i>gồm 2 tín chỉ lý thuyết và 1 tín chỉ hướng dẫn nghiên cứu</i> ) (Contemporary Organizational Behaviour)	3	45	0	Học phần thuộc chuyên ngành QTKDTH
12	SBA012	Quản trị bán hàng hiện đại ( <i>gồm 2 tín chỉ lý thuyết và 1 tín chỉ hướng dẫn nghiên cứu</i> ) (Modern Sales Management)	3	45	0	

13	SBA013	Quản trị dự án kinh doanh ( <i>gồm 2 tín chỉ lý thuyết và 1 tín chỉ hướng dẫn nghiên cứu</i> ) (Managing Business Project)	3	45	0	
14	SBA014	Quản trị chất lượng toàn diện ( <i>gồm 2 tín chỉ lý thuyết và 1 tín chỉ hướng dẫn nghiên cứu</i> ) (Total Quality Management)	3	45	0	
15	SBA015	Quản trị rủi ro trong kinh doanh ( <i>gồm 2 tín chỉ lý thuyết và 1 tín chỉ hướng dẫn nghiên cứu</i> ) (Risk Business Management)	3	45	0	
16	SBA016	Nghệ thuật lãnh đạo ( <i>gồm 2 tín chỉ lý thuyết và 1 tín chỉ hướng dẫn nghiên cứu</i> ) (Leadership)	3	45	0	
17	SBA017	Quản trị hiệu quả kênh phân phối ( <i>gồm 2 tín chỉ lý thuyết và 1 tín chỉ hướng dẫn nghiên cứu</i> ) (Effective distribution channel management)	3	45	0	Học phần thuộc chuyên ngành Marketing
18	SBA018	Quản trị thương hiệu ( <i>gồm 2 tín chỉ lý thuyết và 1 tín chỉ hướng dẫn nghiên cứu</i> ) (Brand management)	3	45	0	
19	SBA019	Marketing kỹ thuật số ( <i>gồm 2 tín chỉ lý thuyết và 1 tín chỉ hướng dẫn nghiên cứu</i> ) (Digital marketing)	3	45	0	
20	SBA020	Quản trị đổi mới và phát triển sản phẩm mới ( <i>gồm 2 tín chỉ lý thuyết và 1 tín chỉ hướng dẫn nghiên cứu</i> ) (Innovation management and new product development)	3	45	0	
21	SBA021	Truyền thông marketing tích hợp ( <i>gồm 2 tín chỉ lý thuyết và 1 tín chỉ hướng dẫn nghiên cứu</i> ) (Integrated marketing communication)	3	45	0	

22	SBA022	Quản trị khủng hoảng marketing (gồm 2 tín chỉ lý thuyết và 1 tín chỉ hướng dẫn nghiên cứu) (Crisis management in marketing)	3	45	0	
23	SBA023	Luật Thương mại quốc tế (gồm 2 tín chỉ lý thuyết và 1 tín chỉ hướng dẫn nghiên cứu) (International Trade Laws)	3	45	0	Học phần thuộc chuyên ngành Kinh doanh quốc tế
24	SBA024	Quản trị Logistics và Chuỗi cung ứng (gồm 2 tín chỉ lý thuyết và 1 tín chỉ hướng dẫn nghiên cứu) (Logistics & Supply Chain Management)	3	45	0	
25	SBA025	Quản trị Xuất nhập khẩu (gồm 2 tín chỉ lý thuyết và 1 tín chỉ hướng dẫn nghiên cứu) (Export-import management)	3	45	0	
26	SBA026	Đầu tư quốc tế/toàn cầu (gồm 2 tín chỉ lý thuyết và 1 tín chỉ hướng dẫn nghiên cứu) (International Investment)	3	45	0	
27	SBA027	Quản trị tài chính công ty đa quốc gia (gồm 2 tín chỉ lý thuyết và 1 tín chỉ hướng dẫn nghiên cứu) (Financial management of multinational companies)	3	45	0	
28	SBA028	Quản trị đa văn hóa (gồm 2 tín chỉ lý thuyết và 1 tín chỉ hướng dẫn nghiên cứu) (Multicultural management/ Managing cultural differences)	3	45	0	
<b>Tổng</b>			<b>18</b>	<b>270</b>	<b>0</b>	

### 9.3 Luận văn: 12 tín chỉ

STT	MÃ SỐ	TÊN HỌC PHẦN	TC	LT	TH	GHI CHÚ
29	SBA029	Luận văn	12	180	0	
<b>Tổng</b>			<b>12</b>	<b>180</b>	0	

## 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 của doanh nghiệp	2	
3	Phương pháp nghiên cứu định tính trong kinh doanh	3	
4	Quản trị chiến lược hiện đại	3	Trực tiếp/Trực tuyến
<b>TỔNG</b>		12	

### Học kỳ 2

STT	HỌC PHẦN	TC	GHI CHÚ
1	Quản trị nguồn nhân lực hiện đại	3	Trực tiếp/Trực tuyến
2	Quản trị Marketing toàn cầu	3	
3	Phương pháp nghiên cứu định lượng	3	
4	Quản trị sự thay đổi	3	Trực tiếp/Trực tuyến
5	Quản trị công ty	3	
6	Quản trị kinh doanh toàn cầu	3	
<b>TỔNG</b>		18	

### **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	Trực tiếp/Trực tuyến
4	Quản trị dự án kinh doanh	3	
5	Quản trị rủi ro trong kinh doanh	3	Trực tiếp/Trực tuyến
6	Nghệ thuật lãnh đạo	3	
<b>TỔNG</b>		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 Marketing	3	
<b>TỔNG</b>		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	
<b>TỔNG</b>		18	

### **HỌC KỲ 4**

T T	Mã số môn học	Tên học phần	Số TC			Ghi chú
			Tổng	Lý thuyết	Thực hành	
1		Luận văn tốt nghiệp	12	12	0	
<b>TỔNG</b>			<b>12</b>	<b>12</b>	<b>0</b>	

## **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 luận văn 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 – 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.

- Chú trọng tính hàn lâm của chương trình kết hợp với các mô hình/xu hướng của quản trị đương đại, đặc biệt các học phần chuyên ngành mỗi học phần sẽ giảng dạy lý thuyết và thảo

luận, nghiên cứu các công bố trên các tạp chí khoa học chuyên ngành uy tín trong nước và quốc tế.

- 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 báo cáo.

+ Tổ chức thảo luận nhóm nhỏ, khảo sát viết đề tài nhỏ, đề tài nghiên cứu khoa học.

+ Thực hành với các phần mềm và công cụ liên quan đến phương pháp nghiên cứu định



tính và định lượng.

## 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	Giảng dạy cho các học phần lý thuyết	50	Máy chiếu/máy tính	x	x	
3	Phòng thực hành số: 01 Địa chỉ: 778 Nguyễn Kiệm, Q. Phú Nhuận	Phục vụ giảng dạy thực hành trong 2 học phần phương pháp nghiên cứu kinh doanh	100	Mô hình hóa/ Phần mềm kinh tế lượng	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. Ao Thu Hoài (2021). Đạo đức và trách nhiệm xã hội trong kinh doanh. Đại học Tài chính marketing.</p> <p>2. Bộ thương mại Mỹ (2007). Đạo đức kinh doanh: Cẩm nang quản lý doanh nghiệp có trách nhiệm trong các nền kinh tế thị trường mới nổi. Nhà xuất bản trẻ.</p> <p>3. Hartman, L.P., DesJardins, J., MacDonald, C. (2022). Business Ethics: Decision Making for Personal Integrity &amp; Social Responsibility, 5th Edition. The McGraw–Hill.</p>
2	Triết học	<p>1. Trường ĐH Tài chính-Marketing (2015). Triết học (Chương trình sau đại học). Nxb ĐH Quốc gia TP.HCM.</p> <p>2. ĐH Quốc gia Hà Nội (2018). 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), NXB Chính trị Quốc gia sự thật.</p> <p>3. Bộ GD&amp;ĐT (2010). <b>Giáo trình triết học Mác – Lênin</b> (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). Quản trị chiến lược. Khái luận và các tình huống trong doanh nghiệp, 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). Giáo trình Cao học Quản trị Kinh doanh quốc tế. NXB Kinh tế TPHCM.</p> <p>2. Vyuptakesh Sharan (2012). International Business Management. Pearson</p>
5	Quản trị Marketing toàn cầu	<p>1. Kotabe, M. M., &amp; Helsen, K. (2020). Global marketing management. John Wiley &amp; Sons.</p>

6	Quản trị nguồn nhân lực hiện đại	<p>1. Decenzo, D.A. and Robbins, S.P. (2013). Personel/Human Resource Management, 11th Edition, Prentice-Hall, New Jersey.</p> <p>2. Mathis, R.L. &amp; Jackson, J.S. (2020), Personel/Human Resource Management, 16th Edition, West Publishing Company, San Francisco.</p>
7	Quản trị công ty	<p>1. Tricker, R. B., &amp; Tricker, R. I. (2015). Corporate governance: Principles, policies, and practices (3<sup>rd</sup> Ed.). Oxford University Press, USA.</p> <p>2. Fernando, A. C., Muraleedharan, K. P., &amp; Satheesh, E. K. (2017). Corporate Governance Principles, Policies, and Practices (3<sup>rd</sup> Ed.). Pearson, India</p> <p>3. Du Plessis, J. J., Hargovan, A., &amp; Harris, J. (2018). Principles of contemporary corporate governance (4<sup>th</sup> Ed.). Cambridge University Press</p>
8	Quản trị sự thay đổi	<p>1. Đào Duy Huân. (2016). Quản trị sự thay đổi. HCM: NXB ĐH Kinh tế TP Hồ Chí Minh.</p>
9	Phương pháp nghiên cứu định tính trong kinh doanh	<p>1. Nguyễn Đình Thọ (2014). Phương pháp nghiên cứu khoa học trong kinh doanh. HCM: NXB Lao động Xã hội.</p> <p>2. Cooper, D. R., &amp; Schindler, P. S. (2014). Business research methods 12th Edition. NY: McGraw-Hill/Irwin</p> <p>3. Lý Thị Minh Châu và Trần Mai Đông (2020). Phương pháp nghiên cứu định tính: Lý luận và thực hành. HCM: NXB Kinh tế TP. Hồ Chí Minh.</p> <p>4. Marshall, C., Rossman, GB., &amp; Blanco, G.L. (2021). Designing Qualitative Research (7th ed). Thousand Oaks, CA: Sage. Denzin, N.K., &amp; Lincon, Y.S. (2011). The Sage Handbook of Qualitative Research (4th ed). Thousand Oaks, CA: Sage.</p>

10	Phương pháp nghiên cứu định lượng trong kinh doanh	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Nguyễn Đình Thọ (2014). Phương pháp nghiên cứu khoa học trong kinh doanh. Nxb Lao động Xã hội.</li> <li>2. Sekaran, U and Bougie, R. (2016) Research Methods for Business: A Skill-Building Approach, 7<sup>th</sup> ed. Wiley.</li> <li>3. Singh, K. (2007). Quantitative social research methods. Sage.</li> </ol>
11	Hành vi tổ chức đương đại	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Colquitt, LePine, Wesson (2018). Organizational Behavior: Improving Performance and Commitment in the Workplace, 6<sup>th</sup>. McGraw-Hill Education.</li> <li>2. Stephen. P. Robins &amp; Timothy A. Judge (2018). Organizational Behavior (17<sup>ed</sup>). Pearson Education, Prentice Hall.</li> <li>3. Phạm Thúy Hương &amp; Phạm Thị Bích Ngọc (2019), Giáo trình Hành vi Tổ chức, Nxb Đại học Kinh Tế Quốc dân, Hà Nội</li> </ol>
12	Quản trị bán hàng hiện đại	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Nguyễn Văn Hiến (2016). Quản trị bán hàng hiện đại. Trường Đại học Tài chính - Marketing, NXB Tài chính.</li> <li>2. Lưu Đan Thọ - Nguyễn Vũ Quân (2016). Quản trị bán hàng hiện đại- NXB Tài chính.</li> <li>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).</li> <li>4. Robert J.Calvin (2004). Nghệ thuật quản trị bán hàng – Bản dịch tiếng Việt – NXB Thống kê.</li> <li>5. Lindell Phillip Chew (2019):” Sales Management The Dynamics of Selling and Sales Force Marketing”- McGraw -Hill</li> </ol>
13	Quản trị dự án kinh doanh	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Project Management Institute (2017). A Guide to the Project Management Body of Knowledge (PMBOK Guild) – Sixth Edition.</li> <li>2. Joseph Heagney (2012). Quản trị dự án – Những nguyên tắc căn bản. Bản dịch của NXB Lao động – Xã hội</li> <li>3. Phước Minh Hiệp (2011). Thiết lập và thẩm định dự án đầu tư, NXB lao động xã hội</li> </ol>

14	Quản trị chất lượng toàn diện	<p>1. Poornima M. Charantimath (2017). Total Quality Management, Third Edition, Pearson Education in South Asia.</p> <p>2. Bùi Nguyên Hùng, Nguyễn Thúy Quỳnh Loan (2010). Quản lý chất lượng, NXB Đại học Quốc Gia TP HCM.</p> <p>3. Nguyễn Kim Định (2010). Giáo trình quản trị chất lượng và bài tập, NXB Tài Chính.</p>
15	Quản trị rủi ro trong kinh doanh	<p>1. Nguyễn Thị Liên Diệp, Võ Tấn Phong, Ngô Quang Huân, Trần Anh Minh. (2018), <b>Quản trị rủi ro doanh nghiệp. HCM: NXB Hồng Đức.</b></p>
16	Nghệ thuật lãnh đạo	<p>1. Ferguson, A &amp; Moritz, M. (2015), Dẫn dắt: Lãnh đạo chứ không quản lý, NXB Trẻ, TP.HCM</p> <p>2. Maxwell. J.C (2007), Phát triển kỹ năng lãnh đạo (Developing the Leader within you) - NXB Lao động Xã hội, TP.HCM.</p>
17	Quản trị hiệu quả kênh phân phối	<p>1. Quản trị Kênh phân phối do Trường ĐH Tài Chính Marketing phát hành.</p> <p>2. Quản trị Kênh phân phối – Trường Đại học kinh tế quốc dân Hà Nội phát hành - PGS TS Trương Đình Chiến</p> <p>3. Robert W. Palmatier, Louis W. Stern and Adel I.El–Ansary, Marketing Channel Strategy, 8<sup>th</sup> ed, 2015 Pearson Education, Inc.</p>
18	Quản trị thương hiệu	<p>1. Kevin Lane Keller (2019). Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity, Pearson.</p> <p>2. David A. Aaker (2009). Managing brand equity, Free Press.</p>
19	Marketing kỹ thuật số	<p>1. Dave Chaffey, PR Smith (2017). Digital Marketing Excellence: Planning, Optimizing and Integrating Online Marketing, 5th Edition, Prentice Hall.</p>
20	Quản trị đổi mới và phát triển sản phẩm mới	<p>1. Nguyễn Xuân Trường. (2020). Phát triển sản phẩm mới, In lần thứ nhất. Nhà xuất bản Thanh Niên</p>

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

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

## 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	Nguyễn Thanh Long	TS	Quản trị chiến lược hiện đại
3	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
4	Huỳnh Thị Thu Sương	TS	Quản trị nguồn nhân lực hiện đại, Nghệ thuật lãnh đạo
5	Bảo Trung	TS	Quản trị thương hiệu, Quản trị Marketing kỹ thuật số
6	Đặng Văn Mỹ	PGS.TS	Quản trị văn hóa doanh nghiệp, Quản trị đổi mới và phát triển SP mới
7	Tạ Văn Thành	TS	Quản trị marketing toàn cầu, Truyền thông Marketing tích hợp, Marketing kỹ thuật số
8	Trần Nhân Phúc	TS	Quản trị sự thay đổi, Quản trị chiến lược hiện đại
9	Cảnh Chí Hoàng	TS	Hành vi tổ chức đương đại, Quản trị nguồn nhân lực hiện đại
10	Trần Văn Hưng	TS	Quản trị dự án kinh doanh
11	Phạm Thị Ngọc Mai	TS	Phương pháp nghiên cứu định lượng trong kinh doanh, Phương pháp nghiên cứu định tính trong kinh doanh
12	Ao Thu Hoài	TS	Đạo đức và trách nhiệm xã hội trong kinh doanh, Marketing kỹ thuật số



13	Tô Anh Thơ	TS	Quản trị chất lượng toàn diện Quản trị công ty Phương pháp nghiên cứu định lượng
14	Hồ Xuân Tiên	TS	Phương pháp nghiên cứu định tính Quản trị rủi ro trong kinh doanh Quản trị sự thay đổi
15	Vũ Hồng Vân	TS	Hành vi tổ chức đương đại Phương pháp nghiên cứu trong KD
16	Nguyễn Gia Ninh	TS	Phương pháp nghiên cứu định tính trong kinh doanh, Phương pháp nghiên cứu định lượng trong kinh doanh.
17	Trần Văn Thi	TS	Quản trị hiệu quả kênh phân phối, Quản trị đổi mới và phát triển sản phẩm mới
18	Ngô Thị Thu	TS	Truyền thông marketing tích hợp, Quản trị khủng hoảng marketing
19	Lê Thị Giang	TS	Quản trị kinh doanh toàn cầu, Quản trị xuất nhập khẩu
20	Phạm Ngọc Dương	TS	Quản trị Logistics và Chuỗi cung ứng, Quản trị xuất nhập khẩu
21	Hà Minh Hiếu	TS	Quản trị Logistics và Chuỗi cung ứng, Quản trị xuất nhập khẩu
22	Lê Quang Huy	TS	Đầu tư quốc tế/ toàn cầu
23	Lê Thị Giang	TS	Quản trị tài chính công ty đa quốc gia
24	Phạm Lê Quang	TS	Triết học
25	Lại Văn Nam	TS	Triết học
26	Nguyễn Tấn Hưng	TS	Triết học

## 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 Thuần	PGS.TS	Quản trị sự thay đổi
3	Đỗ Phú Trần Tình	PGS.TS	Quản trị dự án 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 định tính trong kinh doanh, Phương pháp nghiên cứu định lượng trong kinh doanh
10	Hà Tuấn Anh	TS	Quản trị sự thay đổi, Quản trị khởi nghiệp và sáng tạo
11	Hà Minh Trí	TS	Phương pháp nghiên cứu định tính trong kinh doanh Đạo đức và trách nhiệm xã hội trong kinh doanh,

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

# ĐÀO TẠO

STT	TÊN HỌC PHẦN	PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5	PLO6	PLO7	PLO8	PLO9	PLO10
1	Đạo đức và trách nhiệm xã hội trong kinh doanh	I	R	M	I	R	M		I	R	M
2	Triết học	I	R		R	R		R		R	
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	M	M		M	M	A
7	Quản trị công ty	M	M	R	R	R	M	R	M	R	R
8	Quản trị sự thay đổi	R	M	R	M	M	M	M	M		M
9	Phương pháp nghiên cứu định tính trong kinh doanh	M	M	M	R	M	R		M	M	
10	Phương pháp nghiên cứu định lượng trong kinh doanh	M	M	M	M	M	R	R	M	R	I
11	Hành vi tổ chức đương đại	R	R	R	R	M	M	R	R	R	M
12	Quản trị bán hàng hiện đại	M	R	I	R	I	R			I	I
13	Quản trị dự án kinh doanh	R	M	M	M	M	M		M	M	M
14	Quản trị chất lượng toàn diện	M	M	M	R	R	M		M	R	R
15	Quản trị rủi ro trong kinh doanh	R	M	M	M	R	M		R		M
16	Nghệ thuật lãnh đạo	R	R	M	M	M	M		M	M	M
17	Quản trị hiệu quả kênh phân phối				R	I	M	R	M		
18	Quản trị thương hiệu	R	R	M	M	M	M	R	M	M	M
19	Marketing kỹ thuật số	R	I	R	M	M	R		R		

20	Quản trị đổi mới và phát triển sản phẩm mới	R	I	R	M	M	R		R		
21	Truyền thông Marketing tích hợp	M	M	M	R	R	M	R	M	R	R
22	Quản trị khủng hoảng Marketing	R	I	R	M	M	R		R		
23	Luật Thương mại quốc tế	R	M	M	R	M			M	M	M
24	Quản trị Logistics và chuỗi cung ứng	R	R	M	M	R	R	R	R	M	R
25	Quản trị xuất nhập khẩu	M		R	R			M	R	R	R
26	Đầu tư quốc tế/toàn cầu	M	M	M	M	M	M	R	R	R	R
27	Quản trị tài chính công ty đa quốc gia	M	R	M	R	M	A	M	R	M	R
28	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.