BỘ TÀI CHÍNH
TRƯỜNG ĐH TÀI CHÍNH – MARKETING

CỘNG HOÀ XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM
Độc lập - Tự do- Hạnh phúc

CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO

(Ban hành kèm theo Quyết định số 2101/QĐ-ĐHTCM, ngày 08 tháng 10 năm 2019 của Hiệu trưởng trường Đại học Tài chính – Marketing)

Tên chương trình	**: QUẢN TRỊ MARKETING (CLC)**	
Tên tiếng Anh	**: MARKETING MANAGEMENT (HQ)**	
Trình độ đào tạo	**: Đại học**	
Ngành đào tạo	**: Marketing**	Mã số: **7340115**

1. MỤC TIÊU ĐÀO TẠO

1.1. Mục tiêu chung

Mục tiêu chung của chương trình đào tạo giúp người học có kiến thức cơ bản về khoa học xã hội, chính trị và pháp luật, kiến thức lý thuyết sâu rộng, kiến thức thực tế vững chắc về kinh doanh và marketing để làm cơ sở giải quyết những vấn đề marketing cho doanh nghiệp/tổ chức. Người học có kỹ năng nhận thức liên quan đến phản biện, phân tích, tổng hợp; kỹ năng thực hành nghề nghiệp, kỹ năng giao tiếp ứng xử cần thiết để thực hiện các nhiệm vụ marketing phức tạp; làm việc độc lập hoặc theo nhóm trong điều kiện môi trường marketing thay đổi, chịu trách nhiệm cá nhân, trách nhiệm với nhóm trong việc hướng dẫn, truyền bá, phổ biến kiến thức, thuộc ngành marketing và chuyên ngành quản trị marketing, giám sát người khác thực hiện nhiệm vụ; phát triển được được bản thân và tổ chức phù hợp với các tiêu chuẩn pháp lý, đạo đức, trách nhiệm xả hội và phát triển năng lực học tập suốt đời.

1.2. Mục tiêu cụ thể

G1. Người học vững vàng ở khối kiến thức đại cương và lập luận ngành như: khoa học xã hội, chính trị, tư tưởng và pháp luật, kinh tế học, tài chính, kế toán, quản trị.

G2. Người học hiểu biết sâu sắc và áp dụng được kiến thức chuyên sâu về nghiên cứu, phân tích thị trường, môi trường, phát triển được sự thấu hiểu khách hàng, hoạch định được chiến lược và kế hoạch marketing.

G3. Thành thục về năng lực chuyên môn, ngoại ngữ và kỹ năng mềm để triển khai thực hiện, đo lường đánh giá chiến lược, kế hoạch, chương trình marketing và thương hiệu, danh tiếng cho tổ chức.

G4. Kết nối được nội bộ, quản trị được đội nhóm trong tổ chức và đạt được khả năng nhận diện, đánh giá được các cơ hội để đổi mới, sáng tạo và khởi nghiệp cho doanh nghiệp/tổ chức và bản thân, phát triển được năng

lực và phẩm chất cá nhân, trách nhiệm xã hội, đạo đức nghề nghiệp và tích cực học tập suốt đời.

2. CHUẨN ĐẦU RA

BẢNG 1: CHUẨN ĐẦU RA CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO

NỘI DUNG	CHUẨN ĐẦU RA	Mức độ đáp ứng của người học
Kiến thức	K1. Hiểu rộng và sâu sắc kiến thức cơ bản về khoa học xã hội, khoa học chính trị, pháp luật, toán học.	2 - Hiểu
	K2. Có kiến thức thực tế vững chắc, kiến thức lý thuyết sâu, rộng về marketing để có thể đánh giá về môi trường, thị trường, người tiêu dùng và đối thủ cạnh tranh.	5 - Đo lường, đánh giá
	K3. Kiến thức vững vàng về toán học và công nghệ thông tin đáp ứng yêu cầu công việc marketing.	3 - Áp dụng
	K4. Vững vàng và sâu sắc về kiến thức và thực tiễn, sáng tạo trong lập chiến lược, kế hoạch, tổ chức và giám sát các quá trình, thực thi hoạt động marketing.	6 - Sáng tạo
	K5. Kiến thức cơ bản về quản lý, điều hành hoạt động marketing cho doanh nghiệp/tổ chức.	3 - Áp dụng
Kỹ năng	S1. Đạt được kỹ năng cần thiết để có thể sáng tạo trong giải quyết các vấn đề phức tạp của quản trị marketing trong bối cảnh thay đổi.	6 - Sáng tạo
	S2. Vững vàng về kỹ năng để sáng tạo trong khởi nghiệp, dẫn dắt, tạo động lực và việc làm cho mình và cho người khác.	6 - Sáng tạo
	S3. Nhuần nhuyễn về kỹ năng phản biện, phê phán và sử dụng các giải pháp marketing thay thế trong điều kiện môi trường không xác định hoặc thay đổi.	5 - Đo lường, đánh giá
	S4. Thành thạo về kỹ năng đánh giá chất lượng công việc marketing sau khi hoàn thành và kết quả thực hiện của các thành viên trong nhóm.	5 - Đo lường, đánh giá
	S5. Áp dụng được các kỹ năng truyền đạt, tạo cảm hứng về vấn đề và giải pháp tới người khác tại nơi làm việc; chuyển tải, phổ biến kiến thức, kỹ năng marketing, quản trị marketing.	3 - Áp dụng

	S6. Có năng lực ngoại ngữ bậc 3/6 Khung năng lực ngoại ngữ của Việt Nam.	3 - Áp dụng
Mức tự chủ và chịu trách nhiệm	A1. Sáng tạo trong làm việc độc lập hoặc làm việc theo nhóm trong điều kiện làm việc thay đổi, chịu trách nhiệm cá nhân với người khác và với xã hội.	6 - Sáng tạo
	A2. Thành thục trong hướng dẫn, giám sát những người khác thực hiện nhiệm vụ marketing, quản trị marketing xác định nhóm trên tinh thần trách nhiệm xã hội và đạo đức nghề nghiệp.	6 - Sáng tạo
	A3. Tự định hướng, đưa ra kết luận chuyên môn quản trị marketing và có thể bảo vệ được quan điểm cá nhân, phát triển khả năng học tập suốt đời.	6 - Sáng tạo
	A4. Sáng tạo trong lập kế hoạch, điều phối, quản lý các nguồn lực, đánh giá và cải thiện hiệu quả các hoạt động quản trị marketing.	6 - Sáng tạo

3. THỜI GIAN ĐÀO TẠO

Thời gian đào tạo 4 năm tùy theo khả năng của sinh viên trong việc đăng ký và học tập để đạt đủ số tín chỉ và điều kiện tốt nghiệp.

4. KHỐI LƯỢNG KIẾN THỨC TOÀN KHÓA

127 tín chỉ (không kể giáo dục an ninh quốc phòng, giáo dục thể chất và kỹ năng mềm)

5. ĐỐI TƯỢNG TUYỂN SINH

Thực hiện theo Quy chế tuyển sinh đại học, cao đẳng hệ chính quy hiện hành của Bộ Giáo dục và Đào tạo ban hành.

6. QUY TRÌNH ĐÀO TẠO

6.1. Quy trình đào tạo

Theo qui định đào tạo Học chế tín chỉ ban hành tại Quyết định số 781/QĐ-ĐHTCM ngày 06/06/2017 của trường Đại học Tài Chính – Marketing.

6.2. Cấu trúc chương trình

Chương trình đào tạo có tổng thời lượng 127 tín chỉ, bao gồm 2 khối kiến thức:

- Các học phần thuộc khối kiến thức giáo dục đại cương (40 tín chỉ)
- Các học phần thuộc khối kiến thức giáo dục chuyên nghiệp (87 tín chỉ), gồm Các học phần cơ sở, Các học phần ngành và Các học phần chuyên ngành.

6.3. Triển khai thực hiện chương trình

❖ **Phân bố thời gian đào tạo**

Các học phần sẽ được phân bổ trong 3,5 năm, tùy thuộc vào khả năng và nguyện vọng, sinh viên có thể đăng ký học vượt hay kéo dài thời gian học tập.

❖ **Phương pháp dạy và học:**

Chương trình đào tạo tập trung vào phương pháp giảng dạy lấy người học làm trung tâm, lấy phát triển năng lực làm cốt lõi, áp dụng nhiều phương pháp giảng dạy đa dạng. Áp dụng phương pháp học tập tích cực, chủ động, học tập độc lập và học tập suốt đời làm nền tảng. Tăng cường kỹ năng tự học và tự nghiên cứu, tăng cường kỹ năng thực hành, giúp sinh viên có cơ hội tiếp cận với thực tiễn của doanh nghiệp; tăng cường đào tạo các kỹ năng mềm, ngoại ngữ và tin học... giúp sinh viên có khả năng thích ứng cao với môi trường làm việc sau khi tốt nghiệp, cụ thể:

- Kết hợp quá trình giảng dạy, hướng dẫn của giảng viên và tự đào tạo của sinh viên, đề cao và khuyến khích tinh thần học tập và tự nghiên cứu của sinh viên.
- Bồi dưỡng kỹ năng nghề nghiệp thông qua các hình thức thực hành nghề và tiếp cận thực tiễn của sinh viên như làm các báo cáo thực hành nghề nghiệp, tổ chức cho sinh viên nghiên cứu khoa học, báo cáo các kết quả nghiên cứu....
- Tăng cường các hoạt động ngoại khóa và rèn luyện các kỹ năng mềm cho sinh viên thông qua các hoạt động đội nhóm, câu lạc bộ...

❖ **Thực tập tốt nghiệp và viết khoá luận tốt nghiệp**

Sinh viên thực tập tốt nghiệp và viết Khóa luận tốt nghiệp khi đủ điều kiện (hoặc thực tập và viết báo cáo (3TC) và học 1 học phần thay thế khi không đủ điều kiện), thực hiện theo quy định ở Điều 24, chương IV tại Văn bản hợp nhất số 17/VBHN–BGDĐT ngày 15/5/2014 của Bộ Giáo Dục và Đào Tạo ban hành qui chế đào tạo đại học và cao đẳng hệ chính qui theo hệ thống tín chỉ và qui định ở Điều 19, chương III qui định về đào tạo theo học chế tín chỉ của trường ban hành tại Quyết định số 781/QĐ-ĐHTCM ngày 06/06/2017 của trường Đại học Tài Chính – Marketing quy định về đào tạo theo học chế tín chỉ.

7. ĐIỀU KIỆN TỐT NGHIỆP

- Tích lũy đủ 127 tín chỉ (không kể giáo dục thể chất và giáo dục quốc phòng – an ninh) và thỏa các điều kiện theo Qui định ở Điều 29, chương V, Qui định về tổ chức đào tạo theo học chế tín chỉ của trường, ban hành tại Quyết định số

1194/QĐ/ĐHTCM-QLĐT, ngày 19/7/2012; Qui định về chuẩn đầu ra của trường đối với bậc đại học hệ chính quy.

- Điều kiện về trình độ tin học: (Theo Thông báo số 1193/TB-ĐHTCM ngày 08 tháng 11 năm 2016 của Hiệu trưởng trường Đại học Tài chính – Marketing Về việc hướng dẫn thực hiện Chuẩn đầu ra tiếng Anh và tin học đối với sinh viên các khóa đào tạo bậc đại học hệ chính quy), áp dụng một trong các điều kiện sau:

+ Chứng chỉ tin học văn phòng quốc tế MOS cấp độ Specialist (MS. Word, MS. Excel) do Microsoft cấp.

+ Bằng tốt nghiệp Đại học hoặc Cao đẳng ngành Công nghệ thông tin hay Hệ thống thông tin quản lý hệ chính quy hoặc hệ vừa làm vừa học.

+ Chứng nhận tin học đạt trình độ tương đương trình độ ứng dụng CNTT cơ bản do trường Đại học Tài chính – Marketing tổ chức kiểm tra.

+ Chứng chỉ ứng dụng CNTT cơ bản (theo Thông tư liên tịch số 17/2016/TTLT-BGDĐT-BTTTT ngày 21/6/2016 của Bộ Giáo dục và Đào tạo và Bộ TTTT về quy định tổ chức thi và cấp chứng chỉ ứng dụng CNTT) do các cơ sở giáo dục công lập cấp theo sự cho phép của Bộ Giáo dục và Đào tạo.

- Điều kiện về trình độ tiếng Anh: chứng chỉ IELTS quốc tế tối thiểu 5.0 (hoặc tương đương).

Chương trình đào tạo áp dụng	Cấp độ theo Khung tham chiếu chung Châu Âu (CEFR)	Cấp độ theo Khung năng lực ngoại ngữ 6 bậc dùng cho Việt Nam	IELTS	TOEFL (PBT/CBT/iBT)	TOEIC	Kết quả kiểm tra tiếng Anh do trường Đại học Tài chính – Marketing tổ chức
	(1)	*(2)*	*(3)*	*(4)*	*(5)*	*(6)*
Chương trình chất lượng cao	B2	4/6	5.0	500/173/61	570	

Ghi chú:

- Các điểm số, cấp độ nêu trên là điểm số, cấp độ tối thiểu cần đạt được; điểm số tô đậm là điểm số của chứng chỉ tương ứng đã nêu trong nội dung chuẩn đầu ra.

- (1), (2): là các chứng chỉ xác nhận trình độ ngoại ngữ theo Khung tham chiếu chung châu Âu (CEFR) hoặc theo Khung năng lực ngoại ngữ 6 bậc dùng cho Việt Nam do các cơ sở giáo dục công lập cấp theo sự cho phép của Bộ Giáo dục và Đào tạo.

- (3): là Chứng chỉ tiếng Anh quốc tế IELTS do Hội đồng Anh, Đại học Cambridge, IDP-Úc cấp.

- (4), (5): là Chứng chỉ tiếng Anh quốc tế TOEIC, TOEFL do Viện Khảo thí giáo dục Hoa Kỳ (ETS) cấp qua đại diện tại Việt Nam – Trung tâm IIG Việt Nam.

- (6): Xác nhận đạt yêu cầu trình độ tiếng Anh theo quy định chuẩn đầu ra của chương trình đào tạo tại kỳ kiểm tra tiếng Anh do trường Đại học Tài chính – Marketing tổ chức.

- Có chứng chỉ Giáo dục an ninh quốc phòng;
- Có chứng chỉ Giáo dục thể chất;
- Có công trình nghiên cứu khoa học sinh viên.
- Kỹ năng mềm: 4/8 kỹ năng như sau:

Hoàn thành 2/4 kỹ năng cần cho sinh viên trong việc học đại học:

- Kỹ năng Thuyết trình
- Kỹ năng Làm việc nhóm
- Kỹ năng Quản lý thời gian
- Kỹ năng Tư duy sáng tạo

Hoàn thành 2/4 kỹ năng thuộc nhóm kỹ năng cần cho sinh viên trong làm việc:

- Kỹ năng Giao tiếp
- Kỹ năng Giải quyết vấn đề
- Kỹ năng Tìm việc
- Kỹ năng Khám phá bản thân và lập kế hoạch nghề nghiệp.

8. CÁCH THỨC ĐÁNH GIÁ

Thang điểm đánh giá kết quả học tập các học phần của sinh viên theo quy định ở Điều 5, Chương I qui định về đào tạo theo học chế tín chỉ của trường ban hành tại Quyết định số 781/QĐ-ĐHTCM ngày 06/06/2017.

9. NỘI DUNG CHƯƠNG TRÌNH

BẢNG 2: NỘI DUNG CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO

STT/ mã HP	Tên học phần	Nội dung cần đạt được của từng học phần *(tóm tắt)*	Số tín chỉ	Khối lượng kiến thức				Ghi chú
				LT	Thực hành tích hợp	TH tại PM, MP,DN	Tự học	
1. Kiến thức giáo dục đại cương								

1.1. Lý luận chính trị: 11 tín chỉ								
1	Triết học Mác - Lênin		3	32	8	5	90	
2	Kinh tế chính trị Mác - Lênin		2	20	8	2	60	
3	Chủ nghĩa xã hội khoa học		2	20	8	2	60	
4	Lịch sử Đảng Cộng sản Việt Nam		2	20	8	2	60	
5	Tư tưởng Hồ Chí Minh		2	20	8	2	60	
1.2. Khoa học xã hội: 3 tín chỉ								
6	Pháp luật đại cương		3	30	15	0	90	
1.3. Ngoại ngữ: 18 tín chỉ								
7	Anh văn 1		3	20	10	15	90	
8	Anh văn 2		3	20	10	15	90	
9	Anh văn 3		3	20	10	15	90	
10	Anh văn 4		3	20	10	15	90	
11	Anh văn 5		3	20	10	15	90	
12	Anh văn 6		3	20	10	15	90	
1.4. Toán – Tin học – Khoa học tự nhiên – Công nghệ - Môi trường: 8 tín chỉ								
13	Toán cao cấp		4	30	15	15	120	
14	Tin học đại cương		4	30	15	15	120	
2. Kiến thức giáo dục chuyên nghiệp								
2.1. Kiến thức cơ sở: 21 tín chỉ								
15	Kinh tế vi mô 1		3	30	15	0	90	
16	Kinh tế vĩ mô 1		3	30	15	0	90	
17	Nguyên lý kế toán		3	30	15	0	90	
18	Nguyên lý marketing		3	30	15	0	90	Tiếng Anh
19	Quản trị học		3	30	15	0	90	
20	Tiền tệ - Ngân hàng và Thị trường tài chính 1		3	30	15	0	90	
21	Lý thuyết xác suất và thống kê ứng dụng		3	20	15	10	90	
2.2. Kiến thức ngành								
22	Hành vi người tiêu dùng		3	30	15	0	90	
23	Nghiên cứu Marketing 1		3	30	15	0	90	
24	Nghiên cứu Marketing 2		3	30	15	0	90	
25	Marketing dịch vụ		3	30	15	0	90	Tiếng Anh
26	Marketing quốc tế		3	30	15	0	90	Tiếng Anh
27	Quản trị Marketing		3	30	15	0	90	Tiếng Anh
28	Truyền thông marketing tích hợp		3	30	15	0	90	Tiếng Anh
29	Marketing chiến lược		3	30	15	0	90	
2.3. Kiến thức chuyên ngành								
30	Quản trị sản phẩm		3	30	15	0	90	

31	Quản trị kênh phân phối		3				90	
32	Xây dựng kế hoạch Marketing		3				90	
33	Đo lường marketing		3				90	
34	Marketing mối quan hệ		3				90	
35-37	Marketing kỹ thật số		3				90	Lựa chọn 1
	Marketing mạng xã hội		3				90	
	Phân tích Marketing kỹ thuật số		3				90	
	B2B Marketing		3				90	Lựa chọn 2
	Marketing tại điểm bán		3				90	
	Marketing thương mại		3				90	
2.4. Kiến thức bổ trợ ngành: 6 tín chỉ								
38	Khởi nghiệp và đổi mới		3				90	
39	Đạo đức và trách nhiệm xã hội trong marketing		3				90	Chọn 1 trong 2
	Quan hệ công chúng		3				90	
3. Thực hành nghề nghiệp: 6 tín chỉ								
40	Thực hành nghề nghiệp 1		3	0	45	0	90	
41	Thực hành nghề nghiệp 1		3	0	45	0	90	
4. Tốt nghiệp: 6 tín chỉ								
42	Khóa luận tốt nghiệp		6	0	90	0	180	
Hoặc								
42	Thực tập tốt nghiệp		3	0	45	0	90	
43	Quản trị thương hiệu		3				90	

10. KẾ HOẠCH GIẢNG DẠY

Năm 1

STT	HỌC PHẦN	TC	ĐIỀU KIỆN TIÊN QUYẾT	MÔN HỌC TRƯỚC	GHI CHÚ
1	Triết học Mác - Lênin	3			Dự kiến
2	Kinh tế chính trị Mác - Lênin	2		Triết học Mác - Lênin	Dự kiến
3	Chủ nghĩa xã hội khoa học	2		Triết học Mác - Lênin	Dự kiến
4	Lịch sử Đảng cộng sản VN	2		Chủ nghĩa xã hội KH	Dự kiến
5	Tư tưởng Hồ Chí Minh	2		Chủ nghĩa xã hội KH	Dự kiến
6	Toán cao cấp	4			Dự kiến
7	Tin học đại cương	4			Dự kiến

8	Pháp luật đại cương	3			Dự kiến
9	Kinh tế vi mô 1	3			Dự kiến
10	Kinh tế vĩ mô 1	3		Kinh tế vi mô 1	Dự kiến
11	Anh văn căn bản 1	3			Dự kiến
12	Anh văn căn bản 2	3		Anh văn căn bản 1	Dự kiến

Năm 2

STT	HỌC PHẦN	TC	ĐIỀU KIỆN TIÊN QUYẾT	MÔN HỌC TRƯỚC	GHI CHÚ
13	Lý thuyết xác suất và thống kê ứng dụng	3		Triết học Mác - Lênin	Dự kiến
14	Quản trị học	3		Chủ nghĩa xã hội KH	Dự kiến
15	Tiền tệ, ngân hàng và thị trường tài chính 1	3		Toán cao cấp	Dự kiến
16	Nguyên lý kế toán	3			Dự kiến
17	Nguyên lý Marketing	3			Dự kiến
18	Anh văn căn bản 3	3		Anh văn căn bản 2	Dự kiến
19	Anh văn căn bản 4	3		Anh văn căn bản 3	Dự kiến
20	Hành vi người tiêu dùng	3	Nguyên lý Marketing		Dự kiến
21	Nghiên cứu Marketing 1	3	Nguyên lý Marketing		Dự kiến
22	Marketing dịch vụ	3	Hành vi người tiêu dùng		Dự kiến
23	Quản trị Marketing	3	Nguyên lý Marketing		Dự kiến
24	Thực hành nghề nghiệp 1	3	Nguyên lý Marketing		Dự kiến

Năm 3

STT	HỌC PHẦN	TC	ĐIỀU KIỆN TIÊN QUYẾT	MÔN HỌC TRƯỚC	GHI CHÚ
25	Anh văn căn bản 5	3		Anh văn căn bản 4	Dự kiến
26	Anh văn căn bản 6	3		Anh văn căn bản 5	Dự kiến
27	Nghiên cứu Marketing 2	3	Nghiên cứu Marketing 1		Dự kiến

28	Marketing quốc tế	3	Hành vi người tiêu dùng		Dự kiến
29	Truyền thông Marketing tích hợp	3	Hành vi người tiêu dùng		Dự kiến
30	Marketing chiến lược	3	Quản trị Marketing		Dự kiến
31	Quản trị sản phẩm	3	Quản trị Marketing		Dự kiến
32	Quản trị kênh phân phối	3	Quản trị Marketing		Dự kiến
33	Xây dựng kế hoạch marketing	3	Quản trị Marketing		Dự kiến
34	Thực hành nghề nghiệp 2	3	Nghiên cứu Marketing 2		Dự kiến
35	Marketing mối quan hệ	3	Quản trị Marketing		Dự kiến
36	Đo lường marketing	3	Quản trị Marketing		Dự kiến

Năm 4

STT	HỌC PHẦN	TC	ĐIỀU KIỆN TIÊN QUYẾT	MÔN HỌC TRƯỚC	GHI CHÚ
37 – 39	Marketing kỹ thuật số	3	Quản trị Marketing		Dự kiến
	Marketing mạng xã hội	3	Quản trị Marketing		Dự kiến
	Phân tích marketing mạng xã hội	3	Quản trị Marketing		Dự kiến
37 - 39	B2B marketing	3	Quản trị Marketing		Dự kiến
	Marketing tại điểm bán	3	Quản trị Marketing		Dự kiến
	Marketing thương mại	3	Quản trị Marketing		Dự kiến
40	Khởi nghiệp và đổi mới	3	Marketing chiến lược		Dự kiến
41	Đạo đức và TNXH trong Marketing	3	Quản trị Marketing		Dự kiến
	Quan hệ công chúng	3	Quản trị Marketing		Dự kiến
42	Khóa luận tốt nghiệp	6	Hoàn thành tất cả các học phần		Dự kiến
42	Thực tập tốt nghiệp	3			Dự kiến
43	Quản trị thương hiệu	3	Quản trị Marketing		Dự kiến

11. HƯỚNG DẪN THỰC HIỆN CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO

11.1. Tổ chức thực hiện chương trình đào tạo

Sau khi kế hoạch đào tạo đã được phê duyệt, Khoa sẽ phối hợp với Phòng Quản lý Đào tạo, Phòng Khảo thí, Phòng Quản lý Chất lượng và các Phòng - Ban khác tổ chức, triển khai thực hiện kế hoạch đào tạo theo kế hoạch từng năm và học kỳ. Hàng năm Khoa sẽ xem xét hoàn chỉnh đề cương các học phần bắt thuộc khoa quản lý trong các chuyên ngành của khoa, xây dựng các kế hoạch thực hành cho từng chuyên ngành và thực tập tốt nghiệp.

Khoa chịu trách nhiệm phân công giảng viên giảng, theo dõi nội dung giảng dạy phù hợp với yêu cầu đề cương học phần. Tổ chức đánh giá kết quả rèn luyện theo đúng qui chế của Bộ giáo dục và Đào tạo.

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.

Bản đầy đủ chương trình đào tạo sau khi được phê duyệt sẽ được lưu tại khoa và phòng quản lý khoa học, quản lý đào tạo. Bản rút gọn sẽ được upload trên trang website của khoa marketing. Bản tóm tắt sẽ được in trong các tài liệu tư vấn tuyển sinh, sổ tay sinh viên để sinh viên và các bên liên quan biết và thực hiện.

11.2. Phương pháp đào tạo

Phương pháp đào tạo bao gồm:

- Kết hợp quá trình giảng dạy, hướng dẫn của giảng viên và tự đào tạo của sinh viên, đề cao và khuyến khích tính học tập và nghiên cứu của sinh viên. Áp dụng các phương pháp giảng dạy như: nêu vấn đề, bài tập tình huống, đề tài nhóm,... Chú trọng đến thực hành các học phần chuyên ngành.

- Giảng viên phụ trách học phần xây dựng kế hoạch giảng dạy và có kế hoạch, phổ biến đến sinh viên để có hướng chuẩn bị, học tích cực.

- Áp dụng các hình thức thực hành đa dạng cho các học phần như:

❖ Thảo luận: giảng viên giảng dạy các nội dung cơ bản và mở rộng vấn đề, hướng dẫn tài liệu tham khảo, bài đọc thêm, đề nghị sinh viên đọc và tham gia thảo luận trên lớp hoặc bài viết.

❖ Mời các doanh nghiệp báo cáo thực tế, viết bài thu hoạch về doanh nghiệp.

❖ Tổ chức thực hành theo nhóm nhỏ: thảo luận tình huống, khảo sát nhỏ.

- Đánh giá kết quả học tập: Đánh giá kết quả học tập sẽ theo yêu cầu từng học phần, theo kế hoạch Khoa đã duyệt, phù hợp với qui chế của Bộ Giáo dục và Đào tạo và các văn bản của Trường.

12. MÔ TẢ TÓM TẮT NỘI DUNG CÁC HỌC PHẦN TRONG CHƯƠNG TRÌNH

12.1. Triết học Mác-Lênin

- ❖ Chuẩn đầu ra: Ks1; Ss1; As3.
- ❖ Môn học trước:
- ❖ Tóm tắt nội dung môn học:

Nội dung thực hiện theo công văn số 2488/BGDĐT-ĐH&SDH, ngày 25/3/2008 của Bộ trưởng Bộ Giáo dục và Đào tạo. Học phần mở đầu bằng việc trình bày khái lược các nội dung trọng tâm và quá trình hình thành, phát triển của chủ nghĩa Mác-Lênin nhằm đưa đến ra cái nhìn tổng quát về đối tượng và phạm vi của môn học. Bên cạnh đó học phần còn trang bị cho người học thế giới quan và phương pháp luận triết học, bộ phận lý luận nền tảng của chủ nghĩa Mác-Lênin; Nắm vững những nội dung cơ bản về thế giới quan và phương pháp luận triết học của chủ nghĩa Mác-Lênin vừa là điều kiện tiên quyết để nghiên cứu toàn bộ hệ thống lý luận của chủ nghĩa Mác-Lênin, vừa là điều kiện cơ bản để vận dụng nó một cách sáng tạo trong hoạt động nhận thức và thực tiễn để giải quyết những vấn đề mà đời sống xã hội của đất nước, của thời đại đang đặt ra.

12.2. Kinh tế chính trị Mác – Lênin

- ❖ Chuẩn đầu ra: Ks1; Ss1; As3.
- ❖ Môn học trước: Triết học Mác - Lênin
- ❖ Tóm tắt nội dung môn học:

Nội dung thực hiện theo công văn số 2488/BGDĐT-ĐH&SDH, ngày 25/3/2008 của Bộ trưởng Bộ Giáo dục và Đào tạo.Bao gồm 6 chương trình bày ba nội dung trọng tâm thuộc học thuyết kinh tế của chủ nghĩa Mác-Lênin về phương thức sản xuất tư bản chủ nghĩa; những nội dung cơ bản thuộc lý luận của chủ nghĩa Mác-Lênin về chủ nghĩa xã hội; khái quát chủ nghĩa xã hội hiện thực và triển vọng.

12.3. Chủ nghĩa xã hội khoa học

- ❖ Chuẩn đầu ra: Ks1; Ss1; As3.
- ❖ Môn học trước: Triết học Mác - Lênin
- ❖ Tóm tắt nội dung môn học:

12.4. Lịch sử Đảng Cộng sản Việt Nam

- ❖ Chuẩn đầu ra: Ks1; Ss1; As3.
- ❖ Môn học trước: Chủ nghĩa xã hội khoa học
- ❖ Tóm tắt nội dung môn học:

Ngoài chương mở đầu, nội dung môn học gồm 8 chương: Chương 1: Nghiên cứu sự ra đời của Đảng Cộng sản Việt Nam và Cương lĩnh chính trị đầu tiên của Đảng, Ý nghĩa của việc thành lập Đảng; Chương 2 và Chương 3: Nghiên cứu đường lối đấu tranh giành chính quyền; đường lối kháng chiến chống thực dân Pháp và đế quốc Mỹ xâm lược; kết quả, ý nghĩa, nguyên nhân thắng lợi và bài học kinh nghiệm; Chương 4, 5, 6, 7, 8: Nghiên cứu đường lối công nghiệp hoá; Đường lối xây dựng nền kinh tế thị trường định hướng XHCN; Đường lối xây dựng hệ thống chính trị; Đường lối xây dựng văn hoá và giải quyết các vấn đề xã hội; Đường lối đối ngoại, hội nhập quốc tế; Kết quả và nguyên nhân của quá trình thực hiện đường lối của Đảng.

12.5. Tư tưởng Hồ Chí Minh (Ho Chi Minh's Ideology)

- ❖ Chuẩn đầu ra: Ks1; Ss1; As3.
- ❖ Môn học trước: Chủ nghĩa xã hội khoa học
- ❖ Tóm tắt nội dung môn học:

Ngoài chương mở đầu, nội dung môn học gồm 7 chương: Chương 1, trình bày về cơ sở, quá trình hình thành và phát triển tư tưởng Hồ Chí Minh; từ chương 2 đến chương 7 trình bày những nội dung cơ bản của Tư tưởng Hồ Chí Minh, cụ thể: Tư tưởng Hồ Chí Minh về dân tộc và cách mạng giải phóng dân tộc; tư tưởng Hồ Chí Minh về chủ nghĩa xã hội và thời kỳ quá độ lên chủ nghĩa xã hội ở Việt Nam; tư tưởng Hồ Chí Minh về Đảng Cộng sản Việt Nam; tư tưởng Hồ Chí Minh về đoàn kết dân tộc và đoàn kết quốc tế,tư tưởng Hồ Chí Minh về Nhà nước của dân, do dân, vì dân; tư tưởng Hồ Chí Minh về văn hoá, đạo đức, nhân văn.

12.6. Anh văn 1 (English 1)

- ❖ Chuẩn đầu ra: Ss6; As3.
- ❖ Môn học trước:
- ❖ Tóm tắt nội dung môn học:

Học phần Anh văn căn bản 1 (AVCB1) thuộc khối kiến thức giáo dục đại cương được xây dựng dành cho sinh viên không chuyên ngữ đạt điểm đầu vào tiệm cận trình độ A2 theo khung năng lực tiếng Anh CEFR (Common European Framework of Reference) (TOEIC $\geq$ 200), mở rộng vốn từ vựng về các chủ đề quen thuộc trong cuộc sống, ôn luyện cấu trúc ngữ pháp sử dụng thường xuyên liên quan nhu cầu giao tiếp cơ bản (như các thông tin về gia đình, bản thân, đi mua hàng, hỏi đường, việc làm...), luyện phát âm những từ, cụm từ và cách diễn đạt đã học, phát triển các kỹ năng tiếng Anh giao tiếp ở cấp độ sơ trung cấp (B1.1).

12.7. Anh văn 2 (English 2)

- ❖ Chuẩn đầu ra: Ss6; As3.

- ❖ Môn học trước: Anh văn 1
- ❖ Tóm tắt nội dung môn học:

Học phần Anh văn căn bản 2 (AVCB 2) thuộc khối kiến thức giáo dục đại cương được giảng dạy sau khi sinh viên hoàn thành học phần AVCB 1. Học phần cung cấp vốn từ vựng và ngữ pháp cơ bản để xử lý các tình huống giao tiếp thông dụng hằng ngày với nội dung có thể đoán trước, rèn luyện và phát triển các kỹ năng giao tiếp về các chủ đề môi trường xung quanh và những vấn đề thuộc nhu cầu thiết yếu ở cấp độ sơ trung cấp theo Khung năng lực tiếng Anh CEFR.

12.8. Anh văn 3 (English 3)

- ❖ Chuẩn đầu ra: Ss6; As3.
- ❖ Môn học trước: Anh văn 2
- ❖ Tóm tắt nội dung môn học:

Học phần Anh văn căn bản 3 (AVCB3) thuộc khối kiến thức đại cương, được giảng dạy sau khi sinh viên hoàn thành học phần AVCB 2. Học phần mở rộng vốn từ vựng và ngữ pháp để mô tả tình huống không thể đoán trước, diễn đạt mong muốn bản thân, thể hiện suy nghĩ về các vấn đề mang tính trừu tượng ở cấp độ tiệm cận trung cấp B1.3 theo Khung năng lực tiếng Anh CEFR.

12.9. Anh văn 4 (English 4)

- ❖ Chuẩn đầu ra: Ss6; As3.
- ❖ Môn học trước: Anh văn 3
- ❖ Tóm tắt nội dung môn học:

Học phần Anh văn căn bản 4 (AVCB4) thuộc khối kiến thức đại cương, được giảng dạy sau khi sinh viên hoàn thành học phần AVCB 3, giúp sinh viên mở rộng vốn từ vựng và kiến thức ngữ pháp để diễn đạt bản thân và giao tiếp về hầu hết các chủ đề đa dạng như gia đình, thói quen, sở thích, công việc, du lịch và các sự kiện đang diễn ra, kiến thức và kỹ năng giao tiếp tiếng Anh tương đương trình độ trung cấp theo Khung Năng lực tiếng Anh CEFR.

12.10. Anh văn 5 (English 5)

- ❖ Chuẩn đầu ra: Ss6; As3.
- ❖ Môn học trước: Anh văn 4
- ❖ Tóm tắt nội dung môn học:

Học phần Anh văn căn bản 5 (AVCB5) thuộc khối kiến thức đại cương, được giảng dạy sau khi sinh viên hoàn thành học phần AVCB 4, giúp sinh viên mở rộng vốn từ vựng và kiến thức ngữ pháp để diễn đạt bản thân và giao tiếp về

hầu hết các chủ đề đa dạng như gia đình, thói quen, sở thích, công việc, du lịch và các sự kiện đang diễn ra, kiến thức và kỹ năng giao tiếp tiếng Anh tương đương trình độ trung cao cấp theo Khung Năng lực tiếng Anh CEFR.

12.11. Anh Văn 6 (English 6)

- ❖ Chuẩn đầu ra: Ss6; As3.
- ❖ Môn học trước: Anh văn 5
- ❖ Tóm tắt nội dung môn học:

Học phần Anh văn căn bản 6 (AVCB6) thuộc khối kiến thức đại cương, được giảng dạy sau khi sinh viên hoàn thành học phần AVCB 5, giúp sinh viên mở rộng vốn từ vựng và kiến thức ngữ pháp để diễn đạt bản thân và giao tiếp về hầu hết các chủ đề đa dạng như gia đình, thói quen, sở thích, công việc, du lịch và các sự kiện đang diễn ra, kiến thức và kỹ năng giao tiếp tiếng Anh tương đương trình độ trung cao cấp theo Khung Năng lực tiếng Anh CEFR.

12.12. Toán cao cấp (Calculus)

- ❖ Chuẩn đầu ra: Ks3; Ss1.
- ❖ Môn học trước:
- ❖ Tóm tắt nội dung môn học:

Học phần cung cấp kiến thức đại cương về tập hợp, quan hệ và logic suy luận, cũng như các kiến thức cơ bản về Đại số tuyến tính và Giải tích toán học thực sự cần thiết cho việc tiếp cận với các mô hình phân tích quá trình ra quyết định trong kinh tế và quản lý: Không gian véctơ; Ma trận và định thức; Hệ phương trình tuyến tính; Hàm số và giới hạn; Phép tính vi phân đối với hàm số một biến; Hàm nhiều biến; Các bài toán cực trị; phép tính tích phân; Phương trình vi phân.

12.13. Pháp luật đại cương (General Laws)

- ❖ Chuẩn đầu ra: Ks1; Ss1, As3.
- ❖ Môn học trước:
- ❖ Tóm tắt nội dung môn học:

Học phần pháp luật đại cương được giảng dạy nhằm trang bị các kiến thức pháp lý cơ bản về lý luận nhà nước và pháp luật, đồng thời giới thiệu nội dung cơ bản của một số ngành luật chủ yếu của hệ thống pháp luật Việt Nam. Qua đó, giúp sinh viên nâng cao ý thức pháp luật trong đời sống và trong quá trình công tác. Với vị trí, vai trò như trên, học phần pháp luật đại cương tại Trường Đại học Tài chính – Marketing được xây dựng theo hướng tìm hiểu các quy định pháp luật, kết hợp với sự vận dụng các quy định đó trong thực tiễn thông qua các tình huống giả định thiết thực hoặc có thật nhằm giúp sinh viên có

cách nhìn tổng quan nhất về cách thức điều chỉnh của pháp luật đối với các quan hệ xã hội.

12.14. Tin học đại cương (Informatics)

- ❖ Chuẩn đầu ra: Ks3; Ss1.
- ❖ Môn học trước:
- ❖ Tóm tắt nội dung môn học:

Học phần Tin học đại cương trang bị cho sinh viên các khối kiến thức như sau: (1) Hệ điều hành Windows và các tiện ích của hệ điều hành; (2) Internet, các phương pháp tìm kiếm thông tin trên internet và quản lý hộp mail với Microsoft Outlook; (3) Soạn thảo văn bản với Microsoft Word; (4) Trình chiếu với Microsoft Powerpoint; (5) Xử lý bảng tính với Microsoft Excel.

Học phần này không nhằm giới thiệu từ đầu các khối kiến thức trên mà củng cố, phát triển nâng cao kỹ năng soạn thảo văn bản, xử lý dữ liệu với bảng tính, soạn bài thuyết trình, quản lý hộp mail thông qua Microsoft Outlook, tìm kiếm tài liệu trên Internet, sử dụng các phần mềm tiện ích và bảo mật ứng dụng vào những hoạt động học tập cũng như làm việc sau này và đáp ứng chuẩn đầu ra MOS Word và MOS Excel cấp độ Specialist thông qua các bài tập thực hành, các tình huống cụ thể

12.15. Kinh tế vi mô 1 (Microeconomics 1)

- ❖ Chuẩn đầu ra: Ks2; Ks3; Ss5.
- ❖ Môn học trước:
- ❖ Tóm tắt nội dung môn học:

Môn học kinh tế vi mô 1 giới thiệu các kiến thức cơ bản và cơ sở về hoạt động của nền kinh tế thị trường thông qua việc phân tích các quy luật kinh tế cơ bản như quy luật cung cầu, quy luật cạnh tranh. Học phần còn đề cập đến hành vi của các thành viên trong một nền kinh tế: người tiêu dùng, doanh nghiệp và chính phủ. Qua đó sinh viên sẽ được trang bị công cụ phân tích để hiểu và có thể áp dụng khi học các học phần tiếp theo

12.16. Kinh tế vĩ mô 1 (Macroeconomics 1)

- ❖ Chuẩn đầu ra: Ks2; Ks3; Ss5.
- ❖ Môn học trước: Kinh tế vi mô 1
- ❖ Tóm tắt nội dung môn học:

Học phần giới thiệu một số khái niệm cơ bản của kinh tế vĩ mô, bao gồm: Đo lường tổng sản lượng và mức giá của nền kinh tế; mô tả hành vi của nền kinh tế trong dài hạn; các nhân tố quy định tăng trưởng kinh tế, thất nghiệp và lạm phát trong dài hạn; giới thiệu những tư tưởng chính về tổng cung, tổng cầu và

cân bằng kinh tế vĩ mô; lạm phát và thất nghiệp trong ngắn hạn; giới thiệu các vấn đề kinh tế vĩ mô của một nền kinh tế mở bao gồm cán cân thanh toán, tỷ giá hối đoái và các chính sách thương mại.

12.17. Nguyên lý kế toán (Principles of Accounting)

- ❖ Chuẩn đầu ra: Ks2; Ks4; Ks5; Ss5; As1; As4.
- ❖ Môn học trước:
- ❖ Tóm tắt nội dung môn học:

Nguyên lý kế toán là môn học thuộc phần kiến thức cơ sở ngành nhằm trang bị cho người học những kiến thức cơ bản về kế toán: khái niệm, định nghĩa, đối tượng, nguyên tắc, chức năng nhiệm vụ, vai trò của kế toán; các phương pháp kế toán; vận dụng các phương pháp kế toán vào quá trình hoạt động kinh doanh căn bản của một đơn vị cụ thể. Các phương pháp kế toán được đề cập đến gồm: Chứng từ kế toán, kiểm kê, tính giá đối tượng kế toán, tài khoản, ghi sổ kép và tổng hợp cân đối kế toán. Những kiến thức nền tảng kế toán của học phần giúp cho người học có thể tiếp tục nghiên cứu sâu hơn về kế toán kiểm toán, đồng thời có thể vận dụng để hỗ trợ các lĩnh vực chuyên môn thuộc khối ngành kinh tế.

12.18. Nguyên lý Marketing (Principles of Marketing)

- ❖ Learning outcomes: Ks2; Ss5.
- ❖ Previous subject:
- ❖ Summary:

Principles of Marketing course has been designed to provide students with an introduction to the field of marketing. The course focuses on how the organizations could create values and communicate these values effectively and efficiently to customers through the marketing-mix. Essentially, studies are concentrated on the nature and behavior of supplying organizations, nature and behavior of the consumer and the various marketing-mix elements (product, price, place, promotion) which are used to satisfy needs and wants of consumers. While the subject has a theoretical base, practical application of the marketing concepts to 'real world' situations via a specific project is an essential part of the course

12.19. Quản trị học (Introduction to Management)

- ❖ Chuẩn đầu ra: Ks2; Ks4; Ks5; Ss5; As1.
- ❖ Môn học trước:
- ❖ Tóm tắt nội dung môn học:

Quản trị học xây dựng khung lý thuyết quản trị cho hoạt động chuyên ngành như: nhân lực, marketing, sản xuất, bán hàng,...Môn học hình thành nền tảng

kiến thức hoạch định, tổ chức, kiểm tra, đánh giá; thực hànhnhững kiến thức cơ bản về quản trị và vận dụng các chức năng quản trị trong thực tiễn hoạt động của các doanh nghiệp. Môn học này tạo tiền đề, cơ sở cho người học trong việc đề xuất các phương án và cách giải quyết vấn đề của doanh nghiệp.

12.20. Tiền tệ, ngân hàng và thị trường tài chính 1 (Money, Banking and Financial Market 1)

- ❖ Chuẩn đầu ra: Ks2; Ks4.
- ❖ Môn học trước:
- ❖ Tóm tắt nội dung môn học:

Học phần này thuộc khối kiến thức cơ sở ngành (foundation learning courses) của các chương trình đào tạo thuộc khối ngành Kinh tế. Các nội dung của học phần này vừa mang tính lý thuyết lại vừa gắn liền với các hoạt động thực tiễn.

Thứ nhất, học phần này giúp người học hiểu được các thuật ngữ Tài chính – Tiền tệ - Ngân hàng, là những thuật ngữ gắn liền với các hoạt động kinh tế diễn ra hằng ngày: Tiền, lãi suất, tỷ giá, tiền, lạm phát, vốn, các sản phẩm đầu tư tài chính.

Thứ hai, đây là học phần đầu tiên trong chương trình đào tạo giúp người học hiểu, bên cạnh thị trường hàng hóa, dịch vụ, còn có các thị trường tài chính – là những cấu phần không thể thiếu trong nền kinh tế và cũng là thị trường tác động mạnh mẽ đến hiệu quả của cả nền kinh tế. Các thị trường này điều tiết dòng vốn cho mọi hoạt động kinh tế, cung cấp thêm cơ hội đầu tư, cung cấp các công cụ phòng vệ rủi ro đồng thời góp phần làm tăng thanh khoản cho cả nền kinh tế. Các thị trường tài chính tiêu biểu gồm: Thị trường trái phiếu, Thị trường cổ phiếu, Thị trường tín dụng, Thị trường bảo hiểm, Thị trường tiền tệ.

Thứ ba, đây cũng là học phần đầu tiên trong chương trình đào tạo giúp người học hiểu, mô tả và giải thích được các hiện tượng, sự kiện tài chính tiền tệ, liên hệ với các thị trường hàng hóa, dịch vụ thông qua diễn biến của các thông tin tài chính như: lãi suất, tỷ giá, tài chính công, các vấn đề hạn chế thanh toán không dùng tiền mặt.

Cuối cùng, đây là học phần đầu tiên trong chương trình cung cấp những bài thực hành cơ bản về đầu tư, như: tính tỷ suất sinh lợi của một khoản đầu tư; so sánh các cơ hội đầu tư; so sánh giữa lợi ích và rủi ro; so sánh giá trị đầu tư ở các mốc thời gian khác nhau; đưa ra các quyết định đầu tư cơ bản giữa trên các tín hiệu thị trường.

12.21. Lý thuyết xác suất và thống kê ứng dụng (Theories of Probability and Statistics)

- ❖ Chuẩn đầu ra: Ks2; Ks4.
- ❖ Môn học trước:

❖ Tóm tắt nội dung môn học:

Học phần giới thiệu tính quy luật của hiện tượng ngẫu nhiên và cách tính xác suất của biến cố ngẫu nhiên cùng các đặc trưng của biến ngẫu nhiên. Phần thống kê toán bao gồm các nội dung: Mẫu ngẫu nhiên, Ước lượng tham số của mẫu, kiểm định giả thuyết thống kê và ứng dụng trong nghiên cứu các vấn đề thực tế nói chung và các vấn đề kinh tế nói riêng. Cung cấp các kiên thức cơ bản về nguyên lý thống kê; Ứng dụng các phương pháp điều tra thống kê bao gồm việc thu thập thông tin ban đầu về các hiện tượng kinh tế xã hội và việc xử lý các thông tin đã thu thập. Trang bị các phương pháp phân tích kinh tế xã hội làm cơ sở cho dự đoán các mức độ của hiện tượng trong tương lai nhằm giúp cho việc ra quyết định ở tầm vi mô và vĩ mô.

12.22. Hành vi người tiêu dùng (Consumer Behaviour)

❖ Chuẩn đầu ra: Ks2; Ss1; Ss2; As1; As3; As4.

❖ Môn học trước: Nguyên lý marketing

❖ Tóm tắt nội dung môn học:

Hành vi tiêu dùng được coi là một trong những môn học chính yếu của chuyên ngành Marketing. Phần lớn những thành công về Marketing của doanh nghiệp có liên quan đến những nỗ lực nhằm chiếm lĩnh những nhóm khách hàng mục tiêu trên cơ sở hiểu biết và thoả mãn những nhu cầu và mong muốn của họ. Học phần này cung cấp cho người học những vấn đề cơ bản về hành vi mua của người tiêu dùng gồm: người tiêu dùng cá nhân và người tiêu dùng tổ chức.

Người tiêu dùng cá nhân sẽ xem xét những nội dung bao gồm: Khái niệm hành vi người tiêu dùng, các nhân tố ảnh hưởng đến hành vi tiêu dùng và các giai đoạn của quá trình quyết định mua hàng;

Người tiêu dùng các tổ chức và hành vi mua của các tổ chức bao gồm thị trường và hành vi mua của các doanh nghiệp sản xuất, thị trường và hành vi mua của các tổ chức thương mại, thị trường và hành vi mua của các tổ chức Nhà nước.

Việc nghiên cứu trên giúp người làm công tác Marketing có thể xây dựng được chiến lược Marketing phù hợp với từng đoạn thị trường.

12.23. Nghiên cứu Marketing 1 (Marketing Research 1)

❖ Chuẩn đầu ra: Ks2; Ks3; Ss5; As3; As4.

❖ Môn học trước: Nguyên lý marketing

❖ Tóm tắt nội dung môn học:

Việc hiểu biết thuần thục về nghiên cứu thị trường đã trở thành một nhu cầu quan trọng trong doanh nghiệp, đặc biệt trong môi trường marketing đang thay đổi từng ngày và cạnh tranh gay gắt như hiện nay. Học phần chú trọng vào các

lý thuyết cơ bản và cách thức thực hành nghiên nghiên cứu Marketing; từ việc xác định vấn đề nghiên cứu, lựa chọn phương pháp nghiên cứu, thu thập dữ liệu để chuẩn bị cho việc xử lý phân tích dữ liệu và viết báo cáo nghiên cứu.

12.24. Nghiên cứu Marketing 2 (Marketing Research 2)

- ❖ Chuẩn đầu ra: Ks2; Ks3; Ss5; As4.
- ❖ Môn học trước: Nghiên cứu marketing 1
- ❖ Tóm tắt nội dung môn học:

Vai trò, vị trí học phần, các kiến thức sẽ trang bị cho sinh viên: Việc xử lý và phân tích số liệu là một trong các bước quan trọng của hoạt động nghiên cứu marketing. Việc hiểu biết thuần thục về các phương pháp phân tích dữ liệu sẽ giúp cho nhà nghiên cứu có cơ sở để hoàn thiện báo cáo nghiên cứu marketing. Học phần chú trọng vào các lý thuyết cơ bản và cách thức thực hành phân tích dữ liệu cơ bản trong nghiên cứu marketing nhằm biến các dữ liệu dạng thô trở thành những con số có ý nghĩa cho nhà quản trị. Kết thúc chuyên đề người tham dự sẽ sử dụng được những công cụ phổ biến của SPSS phục vụ cho việc phân tích và diễn giải kết quả nghiên cứu trong lĩnh vực nghiên cứu Marketing, trong đó chú trọng đến phân biệt và sử dụng các công cụ thống kê thích hợp với điều kiện dữ liệu đang có, đọc hiểu kết quả kết xuất từ máy tính.

12.25. Marketing dịch vụ (Service Marketing)

- ❖ Chuẩn đầu ra: Ks4; Ks5; Ss1; Ss4; As1; As3; As4
- ❖ Môn học trước: Hành vi người tiêu dùng
- ❖ Tóm tắt nội dung môn học:

Học phần marketing dịch vụ giới thiệu và giúp sinh viên biết được những vấn đề liên quan đến marketing dịch vụ, so sánh sự khác nhau và giống nhau giữa marketing dịch vụ và marketing sản phẩm hữu hình. Học phần marketing dịch vụ cung cấp cho sinh viên những kiến thức căn bản về chất lượng dịch vụ, nhận biết các yếu tố tác động đến chất lượng dịch vụ, phương pháp đo lường chất lượng dịch vụ của một doanh nghiệp, vì các doanh nghiệp ngày nay đòi hỏi phải chú trọng đến khả năng làm hài lòng khách hàng, chất lượng dịch vụ, dịch vụ khách hàng...

12.26. Marketing quốc tế (International Marketing)

- ❖ Learning outcomes: Ks4; Ks5; Ss1; Ss3; Ss4; As1; As3; As4
- ❖ Previous subject: Consumer Behaviour
- ❖ Summary

One of the critical success factors for any company is marketing their products or services internationally. This course covers international marketing operations by examining issues such as product policies, pricing, marketing

communications, distribution channels and marketing research. The factors governing the decision of a company to market their products or services are explored in detail. Individual and team projects form a core part of this course to enable the student to apply the theory to professional practice.

12.27. Quản trị Marketing (Marketing Management)

- Learning outcomes: Ks2; Ks4; Ks5; Ss1; Ss3; Ss5; As1; As3; As4.
- Previous subject: Principles of Marketing
- Summary:

Marketing is of interest to everyone, whether they are marketing goods, services, properties, persons, places, events, information, ideas, or organizations. As it has maintained its respected position among students, educators, and businesspeople, Marketing Management has kept up-to-date and contemporary.

Marketing management aims at creating, promoting and distributing products or services, at a price and quality deemed valuable by the company's customers, in order to create value and profit for the company. Maintaining a strong and compelling value proposition and long-term relationship with the company's customers is vital for the company's continued success and requires constant monitoring of market, environmental, technological and competitive forces. Marketing is therefore integral to establishing a company's strategic direction. This in turn makes marketing skills and perspective essential to the success of all business managers in any business.

This course provides an in-depth exploration and practical application of marketing tools. These include product policy, pricing, promotion, distribution, sales management, and customer segmentation and retention. In most classes, we will analyze case studies that require us to identify marketing opportunities, refine value propositions, select customer segments and develop marketing programs for a variety of management situations. The course also includes several creative and analytic assignments, including presentation, group discussion and assignment.

12.28. Truyền thông Marketing tích hợp (Integrated Marketing Communication)

- Leaning outcomes: Ks2; Ks4; Ks5; Ss1; Ss3; Ss4; As3; As4.
- Previous subject: Consumer Behaviour
- Summary:

Integrated Marketing Communication is an integral part of the marketing mix that permeates across all marketing tools and beyond. This subject introduces you to the role of advertising and other integrated marketing communication

(IMC) functions and how these techniques can be used to advance an organisation's marketing objectives. Emphasis will be balanced between the theoretical, strategic and operational (tactical) roles of advertising and other marketing communications functions.

This subject will provide an understanding of advertising and IMC concepts. You are expected to learn not only about IMC from the textbook, but also through your required readings and attached module notes. The subject forum is also part of your learning resources. You will also be given the opportunity to practise what you learn via the development of an IMC campaign. This will ensure that you understand how IMC interacts with the other elements of the marketing mix.

The subject is structured around the basic building blocks of creating an IMC campaign: researching to determine customer insight, segmenting and targeting, positioning a brand, identifying a range of objectives, developing creative and media strategies, and determining the best way to evaluate and measure the effectiveness of your IMC effort.

12.29. Marketing chiến lược (Marketing Strategy)

- ❖ Chuẩn đầu ra: Ks2; Ks4; Ks5; Ss1; Ss2; Ss3; As1; As3; As4.
- ❖ Môn học trước: Quản trị Marketing
- ❖ Tóm tắt nội dung môn học:

Học phần marketing chiến lược cung cấp cho sinh viên những kiến thức và kinh nghiệm nền tảng trong việc tạo ra các chiến lược định hướng thị trường và cho sự thành công trong tương lai của doanh nghiệp/tổ chức. Một trọng tâm là phân tích thị trường, phát hiện và phát triển một năng lực cạnh tranh độc đáo cho doanh nghiệp thông qua chiến lược marketing, tạo nên lợi thế cạnh tranh bền vững. Sinh viên được cung cấp nhiều cơ hội để phát triển và thực hành sáng tạo giải quyết vấn đề và kỹ năng ra quyết định để mô phỏng các yêu cầu của môi trường thị trường phức tạp ngày nay.

12.30. Quản trị kênh phân phối (Marketing Channels Management)

- ❖ Chuẩn đầu ra: Ks2; Ks4; Ss1; Ss3; Ss4; As3; As4.
- ❖ Môn học trước: Quản trị marketing
- ❖ Tóm tắt nội dung môn học:

Trang bị cho sinh viên những kiến thức về phân phối và quản trị kênh phân phối của một doanh nghiệp.

12.31. Quản trị sản phẩm (Product Management)

- ❖ Chuẩn đầu ra: Ks2; Ks4; Ss1; Ss3; Ss4; As1; As3; As4.
- ❖ Môn học trước: Quản trị marketing

❖ Tóm tắt nội dung môn học:

Học phần Quản trị Sản phẩm thuộc khối kiến thức marketing chuyên ngành, cung cấp kiến thức & nguyên tắc nền tảng để quản trị tập hợp sản phẩm tại doanh nghiệp. Học phần này được xây dựng trên quan điểm quản trị sản phẩm đòi hỏi sự hiểu biết, triển khai nhất quán từ chiến lược phát triển chung của doanh nghiệp. Học phần cung cấp những hiểu biết về các yếu tố cơ bản của một sản phẩm đáp ứng được nhu cầu của khách hàng, phù hợp với điều kiện của doanh nghiệp và có tính cạnh tranh cao. Người học cũng phát triển được chiến lược marketing mix làm nổi bật được định vị của sản phẩm. Bên cạnh đó, người học được cung cấp những kiến thức để có thể đánh giá được hiệu quả của chiến lược sản phẩm trong từng giai đoạn đưa sản phẩm ra thị trường.

12.32. Xây dựng kế hoạch Marketing (Marketing Planning)

❖ Chuẩn đầu ra: Ks2; Ks4; Ks5; Ss1; Ss3; Ss4; As2; As4.

❖ Môn học trước: Quản trị marketing

❖ Tóm tắt nội dung môn học:

Học phần xây dựng kế hoạch marketing thuộc khối kiến thức chuyên ngành quản trị marketing, cung cấp những nguyên tắc nền tảng để tiếp cận nhằm quản trị hoạt động/ công tác hoạch định – xây dựng kế hoạch marketing cho một doanh nghiệp cụ thể. Học phần này được xây dựng trên quan điểm "xây dựng kế hoạch marketing" đòi hỏi một sự hiểu biết chiến lược (lẫn chiến thuật), lên kế hoạch tổ chức thực hiện, kiểm soát và đánh giá thành quả marketing trong suốt quá trình thực thi. Các giai đoạn của quá trình xây dựng kế hoạch marketing cần thực hiện đồng bộ nhất quán, cho phép các nhà quản lý thực thi công tác marketing một cách hiệu quả.

12.33. Đo lường Marketing (Marketing Metrics)

❖ Chuẩn đầu ra: Ks4; Ks5; Ss3; Ss4; As2; As4.

❖ Môn học trước: Quản trị marketing

❖ Tóm tắt nội dung môn học:

Học phần Đo lường Marketing thuộc khối kiến thức marketing cơ sở, cung cấp kiến thức & nguyên tắc nền tảng để lượng hóa và đo lường các hoạt động marketing. Học phần này là cơ sở để người học tiếp cận kiến thức chuyên ngành theo định hướng lượng hóa hiệu quả hoạt động marketing.

12.34. Marketing mối quan hệ (Relationship Marketing)

❖ Chuẩn đầu ra: Ks4; Ks5; Ss2; As1; As2; As3; As4.

❖ Môn học trước: Quản trị marketing

❖ Tóm tắt nội dung môn học:

Học phần marketing mối quan hệ cung cấp cho người học những kiến thức nền tảng trong việc xây dựng và duy trì mối quan hệ lâu dài với khách hàng, đối tác và các bên liên quan trong tổ chức. Marketing mối quan hệ giới thiệu tư duy mới về xây dựng và phát triển mối quan hệ trong dài hạn với đối tác và gắn kết lâu dài với chủ thể liên quan trong tổ chức. Theo đó, người học sẽ được trang bị các kiến thức quan trọng cần thiết cho việc tạo lập và duy trì mối quan hệ với các chủ thể liên quan trong kinh doanh.

12.35. Marketing trên phương tiện kỹ thuật số (Digital marketing)

- ❖ Chuẩn đầu ra: Ks4; Ks5; Ss1; Ss4; As2; As4.
- ❖ Môn học trước: Quản trị marketing
- ❖ Tóm tắt nội dung môn học:

Học phần Digital Marketing giới thiệu tầm quan trọng của Marketing trong kỷ nguyên kỹ thuật số. Học phần tập trung vào phân tích hoạt động truyền thông trên môi trường Internet và các công cụ digital như: marketing qua công cụ tìm kiếm, marketing qua mạng xã hội, email marketing, mobile marketing.... Qua đó, sinh viên sinh viên có khả năng phân tích được các công cụ Digital marketing và vận dụng vào quá trình lập kế hoạch truyền thông marketing tổng thể. Đồng thời có thể đọc và phân tích các số liệu tương ứng với từng công cụ trong việc đo lường hiệu quả của hoạt động Digital Marketing.

12.36. Phân tích Marketing kỹ thuật số (Digital Marketing Analytics)

- ❖ Chuẩn đầu ra: Ks2; Ks4; Ks5; Ss3; Ss4; As2; As3; As4.
- ❖ Môn học trước: Quản trị marketing
- ❖ Tóm tắt nội dung môn học:

Học phần môn học Digital Marketing Analytics giới thiệu tầm quan trọng của việc phân tích Marketing trong thời đại kỹ thuật số. Học phần tập trung vào phân tích hoạt động truyền thông Marketing với các công cụ truyền thông mới như: marketing qua công cụ tìm kiếm, marketing qua mạng xã hội, email marketing, mobile marketing.... Qua đó, sinh viên có khả năng nhận biết được các công cụ Digital marketing để vận dụng vào quá trình lập kế hoạch truyền thông marketing. Đồng thời có thể đọc và phân tích các số liệu tương ứng với từng công cụ trong việc đo lường hiệu quả của hoạt động Digital Marketing.

12.37. Marketing mạng xã hội (Social Media Marketing)

- ❖ Chuẩn đầu ra: Ks4; Ks5; Ss1; Ss4; As1; As2; As4.
- ❖ Môn học trước: Quản trị marketing
- ❖ Tóm tắt nội dung môn học:

Học phần môn học Marketing mạng xã hội giới thiệu các khái niệm và công cụ mạng xã hội, vai trò và tầm quan trọng của mạng xã hội trong bối cảnh phát

triển công nghệ số, dẫn đến sự thay đổi trong việc hoạch định các chiến lược marketing. Môn học chia mạng xã hội thành 4 loại hình: cộng đồng mạng xã hội (như Facebook,Twitter), ấn phẩm mạng xã hội (như blog), giải trí trên mạng xã hội (các trò chơi) và thương mại trên mạng xã hội (như Groupon). Dựa trên các loại hình mạng xã hộ này, sinh viên được học cách phân tích các cơ hội thị trường và thấu hiểu nhu cầu và mong muốn của khách hàng, cũng như hoạch định chiến lược, lập kế hoạch, quản trị, tổ chức thực hiện, đo lường hiệu quả các chương trình markting qua mạng xã hội.

12.38. Marketing khách hàng tổ chức (B2B Markeitng)

- ❖ Chuẩn đầu ra: Ks2; Ks4; Ks5; Ss1; Ss4; Ss5; As3; As4.
- ❖ Môn học trước: Quản trị marketing
- ❖ Tóm tắt nội dung môn học:

Vai trò, vị trí học phần, các kiến thức sẽ trang bị cho sinh viên: Học phần B2B Marketing (business to business marketing) có sự khác biệt rõ rệt với marketing sản phẩm và dịch vụ đến người tiêu dùng cuối cùng. Môn học nhấn mạnh môi trường kinh doanh và marketing doanh nghiệp, hành vi người mua, đánh giá các cơ hội marketing, và thiết lập các chiến lược sản phẩm, định giá, phân phối và truyền thông. Ngoài ra, môn học cũng lưu ý đến các chiến lược marketing dựa trên quan hệ (relationship marketing) và quản lý quan hệ khách hàng (CRM).

12.39. Marketing thương mại (Trade Marketing)

- ❖ Chuẩn đầu ra: Ks2; Ks4; Ss1; Ss3; Ss4; Ss5; As1; As3.
- ❖ Môn học trước: Quản trị marketing
- ❖ Tóm tắt nội dung môn học:

Học phần marketing thương mại bao gồm 08 chương, trước hết làm rõ các khái niệm cơ bản của marketing thương mại và sự khác biệt giữa các hoạt động marketing hỗ trợ cho việc kinh doanh sản phẩm trên thương trường so với các hoạt đông marketing hướng vào việc phát triển thương hiệu. Bên cạnh đó, học phần sẽ phân tích nội dung của hoạt động marketing trong các doanh nghiệp thương mại và các quyết định marketing thương mại cơ bản.

12.40. Marketing tại điểm bán (Shopper Marketing)

- ❖ Chuẩn đầu ra: Ks2; Ks4; Ss1; Ss3; Ss5; As3; As4.
- ❖ Môn học trước: Quản trị marketing
- ❖ Tóm tắt nội dung môn học:

Học phần bao gồm 08 chương, trước hết làm rõ các khái niệm cơ bản của marketing tại điểm bán và sự khác biệt giữa các hoạt động marketing hỗ trợ cho việc kinh doanh sản phẩm trên thương trường so với các hoạt đông

marketing hướng vào việc phát triển thương hiệu. Bên cạnh đó, học phần sẽ phân tích nội dung của hoạt động marketing trong các doanh nghiệp tại điểm bán và các quyết định marketing tại điểm bán

12.41. Đạo đức và Trách nhiệm xã hội trong marketing (Ethics and Social Responsibility in Marketing)

- ❖ Chuẩn đầu ra: Ks5; Ss2; Ss3; Ss5; As1; As2; As3; As4.
- ❖ Môn học trước: Quản trị marketing
- ❖ Tóm tắt nội dung môn học:

Vai trò, vị trí học phần, các kiến thức sẽ trang bị cho sinh viên: Đạo đức và trách nhiệm xã hội trong marketing là học phần bắt buộc cho sinh viên ngành marketing gồm 3 chuyên ngành Quản trị marketing, quản trị thương hiệu và truyền thông marketing. Học phần cung cấp kiến thức về: đạo đức kinh doanh, xây dựng chương trình đạo đức kinh doanh, trách nhiệm của doanh nghiệp đối với xã hội; đạo đức và trách nhiệm xã hội trong marketing và việc đánh giá các chương trình.

12.42. Khởi nghiệp và đổi mới (Corporate Entrepreneurship & Innovation)

- ❖ Chuẩn đầu ra: Ks2; Ks4; Ks5; Ss1; Ss2; Ss4; Ss5; As1; As2; As3; As4.
- ❖ Môn học trước: Marketing chiến lược
- ❖ Tóm tắt nội dung môn học:

Nghiên cứu về khởi nghiệp và đổi mới đã tăng lên đáng kể trên toàn thế giới trong những thập niên gần đây và hiện nay là một trong những chủ đề phổ biến nhất trong các trường kinh doanh hàng đầu. Học phần này tập trung vào lĩnh vực khởi nghiệp và đổi mới. Từ quan điểm học thuật, khởi nghiệp và đổi mới là những lĩnh vực phức tạp với những tranh luận đáng kể về định nghĩa và phạm vi của chúng. Từ góc nhìn thực tế, khởi nghiệp liên quan đến quá trình phát triển các dự án kinh doanh mới, và / hoặc quảng bá tăng trưởng và đổi mới trong các công ty hiện có. Đổi mới không chỉ là về công nghệ mới mà còn về làm tốt hơn để nâng cao giá trị cho khách hàng, nhân viên và cổ đông. Thành công trong khởi nghiệp đòi hỏi nhiều hơn là chỉ do may mắn và tiền bạc, đó là một quá trình gắn kết từ lập kế hoạch, phát triển ý tưởng, sáng tạo và chấp nhận rủi ro. Những lý do chính để nghiên cứu khởi nghiệp và đổi mới ở trình độ đại học là để tạo ra nhận thức về kinh doanh, để phát triển phân tích và kỹ năng sáng tạo và để khuyến khích tự phát triển của sinh viên vào kinh doanh kinh doanh với vai trò chủ sở hữu hoặc nhân viên.

12.43. Quan hệ công chúng (Public Relations)

- ❖ Chuẩn đầu ra: Ks4; Ss1; Ss3; Ss5; As2; As3.

- ❖ Môn học trước: Quản trị marketing
- ❖ Tóm tắt nội dung môn học:

Học phần này giới thiệu những nguyên tắc cơ bản của Quan hệ công chúng (Public Relations - PR), giúp cho sinh viên những hiểu biết nền tảng về PR mà từ đó có thể áp dụng vào thực tiễn. Tập trung vào các nội dung lớn: Tầm quan trọng của PR trong tổ chức. Đạo đức trong PR; Tóm lược những lý thuyết cơ bản về PR và nghiên cứu PR; Quản lý PR: xác định các đối tượng trong PR làm cơ sở lập kế hoạch chiến lược, nhận diện và quản lý sự cố và khủng hoảng của doanh nghiệp, …; Phương thức thiết lập, duy trì và nâng tầm mối quan hệ với các nhóm công chúng: báo giới, nội bộ, cộng đồng, khách hàng, nhà đầu tư, cổ đông, ...; Các công cụ cơ bản của PR và kỹ năng ứng dụng: viết tin - bài, trình bày và giao tiếp cá nhân, đánh giá tài trợ và tổ chức các sự kiện của doanh nghiệp, …thực thi công tác PR nói riêng và marketing nói chung một cách hiệu quả.

12.44. Thực hành nghề nghiệp 1 (Practicum 1)

- ❖ Chuẩn đầu ra: Ks2; Ks4; Ks5; Ss5; As1; As4.
- ❖ Môn học trước: Nguyên lý marketing
- ❖ Tóm tắt nội dung môn học:

Giúp sinh viên hệ thống lại kiến thức của Marketing. Sinh viên bước đầu vận dụng kiến thức marketing để phân tích và đánh giá tình huống thực tiễn; Giúp sinh viên làm quen với phương pháp nghiên cứu khoa học, vận dụng phương pháp nghiên cứu khoa học, tự thực hiện đề tài nghiên cứu ở phạm vi hẹp.

12.45. Thực hành nghề nghiệp 2 (Practicum 2)

- ❖ Chuẩn đầu ra: Ks3; Ks4; Ks5; Ss4; Ss5; As1; As3.
- ❖ Môn học trước: Nghiên cứu marketing 2
- ❖ Tóm tắt nội dung môn học:

Học phần này đi vào phần thực hành, sinh viên xây dựng kế hoạch và triển khai nghiên cứu một đề tài thuộc phạm vi các vấn đề nghiên cứu Marketing, biết vận dụng các phương pháp, kỹ năng nghiên cứu Marketing vào thực tế. Biết cách lập kế hoạch cho một dự án nghiên cứu, tổ chức, thực hiện dự án và báo cáo kết quả nghiên cứu.

Giúp sinh viên hệ thống lại kiến thức cơ sở ngành và kiến thức ngành. Sinh viên vận dụng kiến thức marketing để phân tích, đánh giá tình huống marketing thực tiễn cho doanh nghiệp và đề xuất các giải pháp cụ thể, phù hợp. Giúp sinh viên có cơ hội tổ chức thực hiện nghiên cứu khoa học, nghiên cứu marketing, nghiên cứu các tình huống thực tiễn giúp hỗ trợ các quyết định markeitng cụ thể.

12.46. Khóa luận tốt nghiệp (Thesis)

- ❖ Chuẩn đầu ra: Ks2; Ks4; Ks5; Ss1; Ss2; Ss3; Ss4; Ss5; As1; As2; As3; As4.
- ❖ Môn học trước: Hoàn thành tất cả các học phần
- ❖ Tóm tắt nội dung môn học:

Sinh viên thực tập cuối khóa và viết Khóa luận tốt nghiệp theo quy định ở Điều 19, chương III qui định về đào tạo theo học chế tín chỉ của trường ban hành tại Quyết định số 781/QĐ-ĐHTCM ngày 06/06/2017 của trường Đại học Tài Chính – Marketing quy định về đào tạo theo học chế tín chỉ.

Thực hiện theo kế hoạch thực tập tốt nghiệp được ban giám hiệu phê duyệt.

12.47. Thực tập tốt nghiệp (Internship)

- ❖ Chuẩn đầu ra: Ks2; Ks4; Ks5; Ss1; Ss3; Ss4; Ss5; As1; As2; As3; As4.
- ❖ Môn học trước:
- ❖ Tóm tắt nội dung môn học:

Thực hiện theo kế hoạch được ban giám hiệu phê duyệt

12.48. Quản trị thương hiệu (Brand Management)

- ❖ Chuẩn đầu ra: Ks4; Ks5; Ss1; Ss3; Ss4; Ss5; As3; As4.
- ❖ Môn học trước: Quản trị marketing.
- ❖ Tóm tắt nội dung môn học:

Học phần quản trị thương hiệu mới thuộc khối kiến thức chuyên ngành, cung cấp những nguyên tắc nền tảng về thương hiệu và quản trị thương hiệu. Học phần cho thấy tầm quan trọng của công tác quản trị thương hiệu trong doanh nghiệp, quá trình quản trị thương hiệu và nội dung của công tác quản trị thương hiệu

13. MA TRẬN CHUẨN ĐẦU RA CÁC MÔN HỌC TRONG CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO

BẢNG 3: CHUẨN ĐẦU RA CỦA CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO

STT	Tên học phần (Module title)	Mã học phần	Chuẩn đầu ra (Learning outcome)														
			Kiến thức					Kỹ năng						Thái độ			
			K1	K2	K3	K4	K5	S1	S2	S3	S4	S5	S6	A1	A2	A3	A4
KIẾN THỨC GIÁO DỤC ĐẠI CƯƠNG (GENERAL EDUCATION)																	
1	Triết học Mác- Lê nin	000000	•					o								o	
2	Kinh tế chính trị Mác- Lê nin	000000	•					o								o	
3	Chủ nghĩa xã hội khoa học	000000	•					o								o	
4	Lịch sử Đảng cộng sản Việt Nam	000000	•					o								o	
5	Tư tưởng Hồ Chí Minh	020016	•					o								o	
6	Pháp luật đại cương (General Laws)	020264	•					o								o	
7	Toán cao cấp (Calculus)	020029			•			o									
8	Tin học đại cương (Informatics)	020265			•			o									
9	Anh văn 1 (English 1)	020263											•			o	
10	Anh văn 2 (English 2)	020270											•			o	
11	Anh văn 3 (English 3)	020271											•			o	
12	Anh văn 4 (English 4)	020272											•			o	
13	Anh văn 5 (English 5)	020273											•			o	
14	Anh văn 6 (English 6)	020274											•			o	

KIẾN THỨC GIÁO DỤC CHUYÊN NGHIỆP (PROFESSIONAL EDUCATION)																	
Kiến thức cơ sở: 21 tín chỉ																	
15	Kinh tế vi mô 1 (Microeconomics 1)	020035		•	o							o					
16	Kinh tế vĩ mô 1 (Macroeconomics 1)	020036		•	o							o					
17	Lý thuyết xác suất và thống kê ứng dụng (Theories of Probability and Statistics)	000000		•		•											
18	Tiền tệ, ngân hàng và thị trường tài chính 1 (Money, Banking and Financial Market 1)	020368		•		o											
19	Nguyên lý Marketing (Principles of Marketing)	020326		•								o					
20	Nguyên lý kế toán (Principles of Accounting)	020044		•		•	o					•		•			•
21	Quản trị học (Introduction to management)	020038		•		o	•					•		o			
	Kiến thức ngành																
22	Hành vi người tiêu dùng (Consumer Behavior)	020286		•				•	o					•		•	o
23	Nghiên cứu Marketing 1 (Marketing Research 1)	020321		•	o							•				•	o
24	Nghiên cứu Marketing 2 (Marketing Research 2)	020322		•	•							•					•
25	Marketing dịch vụ (Service Marketing)	020309				•	o	•			•			o		•	•

26	Marketing quốc tế (International Marketing)	020312				•	o	•		•	•			•		o	o
27	Quản trị Marketing (Marketing Management)	020066		•		•	o	•		•		•		•		o	•
28	Truyền thông Marketing tích hợp (IMC)	020388		o		•	o	•		•	o					•	o
29	Marketing chiến lược (Strategic Marketing)	020328		•		•	•	•	o	o				o		o	•
Kiến thức chuyên ngành (Professional knowledge)																	
30	Quản trị sản phẩm (Product Management)	020353		o		o		•		•	•			•		o	o
31	Quản trị kênh phân phối (Marketing Channels Management)	020320		o		•		•		•	•					o	•
32	Xây dựng kế hoạch Marketing (Marketing Planning)	020391		•		•	o	•		•	o				•		•
33	Đo lường Marketing (Marketing Metrics)	020284				•	•			•	•				•		o
34	Marketing mối quan hệ (Relationship Marketing)	020310				•	•		•					•	•	o	o
35-37	Marketing trên phương tiện kỹ thuật số (Digital Marketing)	000000				•	o	•			o				•		•
	Marketing mạng xã hội (Social Media Marketing)	000000				•	o	•			o			•	•		o
	Phân tích Marketing kỹ thuật số (Digital Marketing Analytics)	000000		o		o	•			•	•				•	o	o
	Marketing khách hàng tổ chức (B2B Marketing)	000000		•		•	o	o			•	o				o	•
	Marketing tại điểm bán (Shopper Marketing)	000000		o		•		o		•		o				o	•

	Marketing thương mại (Trade Marketing)	020313		o		•		o		•	o	o		•		o		
Kiến thức bổ trợ (Support knowledge)																		
38	Khởi nghiệp và đổi mới (Corporate Entrepreneurship and Innovation)	020447		•		•	•	o	•		o	o		•	o	o	o	
39	Đạo đức và Trách nhiệm xã hội trong marketing (Ethics and Social Responsibility in Marketing)	020281					o		•	•		o		•	•	•	o	
	Quan hệ công chúng (Public Relations)	020335				•		o		o		•			o	•		
Thực hành nghề nghiệp																		
40	Thực hành nghề nghiệp 1 (Practicum 1)	020400		•		•	o					•		•			•	
41	Thực hành nghề nghiệp 2 (Practicum 2)	020401			•	•	o				•	•		•		o		
Thực tập tốt nghiệp và viết khóa luận tốt nghiệp																		
42	Khóa luận tốt nghiệp (Thesis)	020414		•		•	•	•	o	•	•	o		•	o	•	•	
Thực tập và học phần thay thế khóa luận tốt nghiệp																		
42	Thực tập tốt nghiệp (Internship)	000000		•		•	o	o		•	•	o		o	o	•	o	
43	Quản trị thương hiệu (Brand Management)	020067				•	o	•		•	•	•				o	•	

Ghi chú: • Rất quan trọng (Major responsibility) **o Tương đối quan trọng (Minor responsibility)**

14. ĐỘI NGŨ GIẢNG VIÊN GIẢNG DẠY

Đội ngũ giảng viên giảng dạy thể hiện ở Phụ lục 1

15. CƠ SỞ VẬT CHẤT PHỤC VỤ ĐÀO TẠO (xem thêm ở Phụ lục 2)

15.1. Các học phần lý thuyết

Sinh viên học lý thuyết, thảo luận nhóm tại các cơ sở:

+ Cơ sở 1: 2/4 Trần Xuân Soạn, Phường Tân Thuận Tây, Quận 7.

+ Cơ sở 2: 2C Phổ Quang, Phường 2, Quận Tân Bình.

+ Cơ sở 3: B2/1A Đường 385, Phường Tăng Nhơn Phú A, Quận 9.

+ Cơ sở 4: 778 Nguyễn Kiệm, Q. Phú Nhuận

15.2. Các học phần thực hành và tin học

Chi tiết cơ sở vật chất thể hiện ở Phụ lục 2

TP.HCM, ngày 08 tháng 10 năm 2019

TRƯỞNG KHOA	HIỆU TRƯỞNG
Ts.Nguyễn Xuân Trường	

PHỤ LỤC 1

ĐỘI NGŨ GIẢNG VIÊN PHỤC VỤ GIẢNG DẠY CÁC HỌC PHẦN ĐẠI CƯƠNG VÀ CƠ SỞ TRONG CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO

STT	HỌ VÀ TÊN, NĂM SINH	HỌC VỊ, NĂM CÔNG NHẬN	NGÀNH/ CHUYÊN NGÀNH	MÔN HỌC GIẢNG DẠY	GHI CHÚ
1	Phạm Lê Quang, 1960	Tiến sĩ, 2010	Triết học	Triết, Chủ nghĩa xã hội khoa học, Kinh tế chính trị, Tư tưởng Hồ Chí Minh, Lịch sử Đảng Cộng Sản Việt Nam	
2	Lại Văn Nam, 1973	Thạc sĩ, 2006	Triết học	Triết, Chủ nghĩa xã hội khoa học, Kinh tế chính trị	
3	Nguyễn Minh Hiền, 1972	Thạc sĩ, 2004	Triết học	Triết, Chủ nghĩa xã hội khoa học, Kinh tế chính trị, Chính trị	
4	Kinh Thị Tuyết, 1974	Thạc sĩ, 2004	Luật	Pháp Luật Đại cương, Soạn thảo Văn Bản, Luật Kinh tế	
5	Trần Văn Bình, 1972	Thạc sĩ, 2005	Luật	Pháp Luật Đại cương, Soạn thảo Văn Bản, Luật Kinh tế	
6	Đặng Chung Kiên, 1979	Thạc sĩ, 2006	Triết học	Triết, Chủ nghĩa xã hội khoa học, Kinh tế chính trị	
7	Lê Văn Dũng, 1981	Thạc sĩ, 2011	Lịch sử Đảng Cộng Sản Việt Nam	Tư tưởng Hồ Chí Minh, Lịch sử Đảng Cộng Sản Việt Nam	
8	Bùi Minh Nghĩa, 1982	Thạc sĩ, 2014	Triết học	Triết, Chủ nghĩa xã hội khoa học, Kinh tế chính trị	
9	Đàm Thị Hằng, 1982	Thạc sĩ, 2010	Kinh tế Chính trị	Triết, Chủ nghĩa xã hội khoa học, Kinh tế chính trị	
10	Mạch Ngọc Thủy, 1977	Thạc sĩ, 2004	Triết học	Triết, Chủ nghĩa xã hội khoa học, Kinh tế chính trị, Chính trị	
11	Ngô Quang Thịnh	Thạc sĩ, 2009	Kinh tế Chính trị	Triết, Chủ nghĩa xã hội khoa học, Kinh tế chính trị, Chính trị	
12	Đặng Hữu Sửu, 1962	Thạc sĩ, 2003	Triết học	Tư tưởng Hồ Chí Minh, Lịch sử Đảng Cộng Sản Việt Nam, Chính trị	

13	Đỗ Thị Thanh Huyền, 1985	Thạc sĩ, 2010	Triết học	Triết, Chủ nghĩa xã hội khoa học, Kinh tế chính trị, Tư tưởng Hồ Chí Minh, Chính trị	
14	Hoàng Thị Mỹ Nhân, 1986	Thạc sĩ, 2013	Lịch sử Đảng Cộng Sản Việt Nam	Tư tưởng Hồ Chí Minh, Lịch sử Đảng Cộng Sản Việt Nam, Chính trị	
15	Lê Thị Hoài Nghĩa, 1985	Thạc sĩ, 2013	Triết học	Triết, Chủ nghĩa xã hội khoa học, Kinh tế chính trị, Tư tưởng Hồ Chí Minh, Chính trị	
16	Nguyễn Huy Hoàng, 1964	Tiến sĩ, 2010	Toán	Toán Cao Cấp, Lý thuyết xác suất Thống kê Toán, Kinh tế lượng, Lý thuyết xác suất và thống kê ứng dụng…	
17	Nguyễn Văn Phong, 1980	Thạc sĩ, 2006	Toán	Toán Cao Cấp, Lý thuyết xác suất Thống kê Toán, Kinh tế lượng, Lý thuyết xác suất và thống kê ứng dụng …	
18	Trần Kim Thanh, 1957	Tiến sĩ, 2000	Toán	Toán Cao Cấp, Lý thuyết xác suất Thống kê Toán, Kinh tế lượng, Lý thuyết xác suất và thống kê ứng dụng …	
19	Trần Lộc Hùng, 1954	Phó Giáo sư TS	Toán	Toán Cao Cấp, Lý thuyết xác suất Thống kê Toán, Kinh tế lượng, Lý thuyết xác suất và thống kê ứng dụng …	
20	Nguyễn Tuấn Duy, 1984	Tiến sĩ, 2018	Toán	Toán Cao Cấp, Lý thuyết xác suất Thống kê Toán, Kinh tế lượng, Lý thuyết xác suất và thống kê ứng dụng …	
21	Ngô Thái Hưng, 1983	Thạc sĩ, 2010	Toán	Toán Cao Cấp, Lý thuyết xác suất Thống kê Toán, Kinh tế lượng, Lý thuyết xác suất và thống kê ứng dụng…	
22	Võ Thị Bích Khuê, 1982	Tiến sĩ,	Toán	Toán Cao Cấp, Lý thuyết	

		2018		xác suất Thống kê Toán, Kinh tế lượng,…	
23	Nguyễn Đức Bằng, 1981	Thạc sĩ, 2006	Toán	Toán Cao Cấp, Lý thuyết xác suất Thống kê Toán, Kinh tế lượng, Lý thuyết xác suất và thống kê ứng dụng …	
24	Nguyễn Trung Đông, 1980	Thạc sĩ, 2008	Toán	Toán Cao Cấp, Lý thuyết xác suất Thống kê Toán, Kinh tế lượng, Lý thuyết xác suất và thống kê ứng dụng …	
25	Phạm Thị Thu Hiền, 1979	Thạc sĩ, 2007	Toán	Toán Cao Cấp, Lý thuyết xác suất Thống kê Toán, Kinh tế lượng,…	
26	Nguyễn Vũ Dzũng, 1978	Thạc sĩ, 2005	Toán	Toán Cao Cấp, Lý thuyết xác suất Thống kê Toán, Kinh tế lượng, Lý thuyết xác suất và thống kê ứng dụng …	
27	Dương Thị Phương Liên, 1975	Thạc sĩ, 2002	Toán	Toán Cao Cấp, Lý thuyết xác suất Thống kê Toán, Kinh tế lượng, Lý thuyết xác suất và thống kê ứng dụng …	
28	Trần Mạnh Tường, 1974	Thạc sĩ, 2010	Toán	Toán Cao Cấp, Lý thuyết xác suất Thống kê Toán, Kinh tế lượng, Lý thuyết xác suất và thống kê ứng dụng …	
29	Lê Trường Giang, 1989	Thạc sĩ, 2013	Toán	Toán Cao Cấp, Lý thuyết xác suất Thống kê Toán, Kinh tế lượng,…	
30	Vũ Anh Linh Duy, 1979	Thạc sĩ, 2010	Toán	Toán Cao Cấp, Lý thuyết xác suất Thống kê Toán, Kinh tế lượng, Lý thuyết xác suất và thống kê ứng dụng …	
31	Nguyễn Quyết,	Tiến sĩ, 2018	Toán	Toán Cao Cấp, Lý thuyết xác suất Thống kê Toán, Kinh tế lượng, Lý thuyết xác suất và thống kê ứng dụng …	

32	Nguyễn Bá Thanh, 1976	Thạc sĩ, 2005	Toán	Toán Cao Cấp, Lý thuyết xác suất Thống kê Toán, Kinh tế lượng, Lý thuyết xác suất và thống kê ứng dụng …	
33	Phạm Việt Huy, 1979	Thạc sĩ, 2005	Toán	Toán Cao Cấp, Lý thuyết xác suất Thống kê Toán, Kinh tế lượng, Lý thuyết xác suất và thống kê ứng dụng …	
34	Phan Trí Kiên, 1981	Thạc sĩ, 2012	Toán	Toán Cao Cấp, Lý thuyết xác suất Thống kê Toán, Kinh tế lượng, Lý thuyết xác suất và thống kê ứng dụng …	
35	Lê Thị Ngọc Hạnh, 1986	Thạc sĩ, 2013	Toán	Toán Cao Cấp, Lý thuyết xác suất Thống kê Toán, Kinh tế lượng, Lý thuyết xác suất và thống kê ứng dụng …	
36	Nguyễn Thị Hồng Vân, 1985	Thạc sĩ, 2014	Cử Nhân Toán, Ths. QTKD	Toán Cao Cấp, Lý thuyết xác suất Thống kê Toán, Kinh tế lượng, Lý thuyết xác suất và thống kê ứng dụng …	
37	Lê Thị Bích Thảo, 1989	Thạc sĩ, 2015	Kinh tế	Kinh tế vi mô, Kinh tế Vĩ mô,…	
38	Tô Thị Đông Hà, 1974	Thạc sĩ, 2003	Luật	Pháp Luật Đại Cương, Luật Kinh tế,….	
39	Phạm Thị Nguyệt Sương, 1981	Thạc sĩ, 2008	Luật	Pháp Luật Đại Cương, Luật Kinh tế,….	
40	Nguyễn Thị Thái Thuận, 1978	Thạc sĩ, 2006	Luật	Pháp Luật Đại Cương, Luật Kinh tế,….	
42	Thái Thị Tường Vi, 1981	Thạc sĩ, 2011	Luật	Pháp Luật Đại Cương, Luật Kinh tế,….	
43	Hồ Thị Thanh Trúc, 1989	Thạc sĩ, 1989	Luật	Pháp Luật Đại Cương, Luật Kinh tế,….	
44	Ngô Thị Duyên, 1988	Thạc sĩ, 2015	Luật	Pháp Luật Đại Cương, Luật Kinh tế,….	
45	Đoàn Ngọc Phúc, 1975	Tiến sĩ, 2017	Kinh tế	Kinh tế vi mô, Kinh tế Vĩ mô,…	
46	Phan Ngọc Yến Xuân, 1989	Thạc sĩ, 2015	Kinh tế	Kinh tế vi mô, Kinh tế Vĩ mô,…	

47	Hoàng Thị Xuân, 1987	Thạc sĩ, 2014	Kinh tế	Kinh tế vi mô, Kinh tế Vĩ mô,…	
48	Nguyễn Thị Hảo, 1983	Thạc sĩ, 2010	Kinh tế	Kinh tế vi mô, Kinh tế Vĩ mô,…	
49	Nguyễn Thị Quý, 1983	Thạc sĩ, 2012	Kinh tế	Kinh tế vi mô, Kinh tế Vĩ mô,…	
50	Ngô Thị Hồng Giang, 1983	Thạc sĩ, 2010	Kinh tế	Kinh tế vi mô, Kinh tế Vĩ mô,…	
51	Lại Thị Tuyết Lan, 1980	Thạc sĩ, 2009	Kinh tế	Kinh tế vi mô, Kinh tế Vĩ mô,…	
52	Phạm Thị Vân Anh, 1977	Thạc sĩ, 2012	Kinh tế	Kinh tế vi mô, Kinh tế Vĩ mô,…	
53	Trần Hạ Long, 1978	Thạc sĩ, 2012	Triết học	Triết, Chủ nghĩa xã hội khoa học, Kinh tế chính trị, Tư tưởng Hồ Chí Minh, Lịch sử Đảng Cộng Sản Việt Nam	
54	Vũ Văn Quế, 1972	Thạc sĩ, 2011	Lịch sử Đảng Cộng Sản Việt Nam	Tư tưởng Hồ Chí Minh, Lịch sử Đảng Cộng Sản Việt Nam	
55	Nguyễn Thái Hà, 1986	Thạc sĩ	Quản trị kinh doanh	Nguyên lý Marketing	
56	Nguyễn Nam Phong, 1985	Thạc sĩ	Quản trị kinh doanh	Nguyên lý Marketing	
57	Nguyễn Anh Tuấn, 1975	Thạc sĩ	Quản trị kinh doanh	Nguyên lý Marketing	
58	Ngô Thị Thu, 1962	Tiến sĩ	Kinh tế	Nguyên lý Marketing	
59	Ngô Vũ Quỳnh Thi, 1976	Thạc sĩ	Kinh doanh và QL	Nguyên lý Marketing	
60	Nguyễn Ngọc Bích Trâm, 1988	Thạc sĩ	Quản trị kinh doanh	Nguyên lý Marketing	
61	Trần Nhật Minh, 1975	Thạc sĩ	Quản trị kinh doanh	Nguyên lý Marketing	
62	Ninh Đức Cúc Nhật, 1987	Thạc sĩ	Quản trị kinh doanh	Nguyên lý Marketing	

63	Nguyễn Thị Minh Ngọc, 1988	Thạc sĩ	Quản trị kinh doanh	Nguyên lý Marketing	
64	Ngô Minh Trang, 1974	Thạc sĩ	Quqrn trị chuyên nghiệp	Nguyên lý Marketing	
65	Nguyễn Đông Triều, 1983	Thạc sĩ	Kinh doanh và quản lý	Nguyên lý Marketing	
66	Trịnh Thị Hồng Minh, 1988	Thạc sĩ	Kinh doanh thương mại	Nguyên lý Marketing	
67	Huỳnh Trị An, 1983	Thạc sĩ	Marketing	Nguyên lý Marketing	
68	Nguyễn Ngọc Hạnh, 1979	Thạc sĩ	Quản trị kinh doanh	Nguyên lý Marketing	
69	Nguyễn Thị Thoa, 1986	Thạc sĩ	Kinh tế	Nguyên lý Marketing	
70	Nguyễn Thị Thúy, 1989	Thạc sĩ	Quản trị kinh doanh	Nguyên lý Marketing	
71	Lâm Ngọc Thùy, 1985	Thạc sĩ	Quản trị kinh doanh	Nguyên lý Marketing	
72	Nguyễn Thị Hồng Nguyệt, 1982	Tiến sĩ	Kinh doanh và quản lý	Nguyên lý Marketing	
73	Đặng Huỳnh Phương, 1989	Thạc sĩ	Marketing	Nguyên lý Marketing	
74	Trần Hằng Diệu, 1989	Thạc sĩ	Kế toán	Nguyên lý kế toán	
75	Nguyễn Thị Nga Dung, 1986	Thạc sĩ	Kế toá	Nguyên lý kế toán	
76	Thái Trần Vân Hạnh, 1977	Thạc sĩ	Kế toán	Nguyên lý kế toán	
77	Nguyễn Minh Hằng, 1988	Thạc sĩ	Quản trị kinh doanh	Nguyên lý kế toán	
78	Lê Quang Mẫn	Thạc sĩ	Quản trị kinh doanh	Nguyên lý kế toán	
79	Vương Thị Thanh Nhàn, 1985	Thạc sĩ	Kế toán	Nguyên lý kế toán	
80	Phạm Thị Kim Thanh, 1984	Thạc sĩ	Kinh tế	Nguyên lý kế toán	
81	Nguyễn Hà Minh Thi, 1985	Thạc sĩ	Kinh tế	Nguyên lý kế toán	
82	Ngô Thị Mỹ Thúy, 1973	Thạc sĩ	Kinh tế	Nguyên lý kế toán	

83	Chu Thị Thương, 1984	Thạc sĩ	Quản trị kinh doanh	Nguyên lý kế toán	
84	Lê Văn Tuấn, 1977	Thạc sĩ	Kinh tế	Nguyên lý kế toán	
85	Dương Hoàng Ngọc Khuê, 1980	Tiến sĩ	Kinh tế	Nguyên lý kế toán	
86	Ngô Nhật Phương Diễm, 1978	Thạc sĩ	Kinh tế	Nguyên lý kế toán	
87	Nguyễn Thị Kiều Oanh, 1991	Thạc sĩ	Kế toán	Nguyên lý kế toán	
88	Nguyễn Thị Ngọc Oanh, 1991	Thạc sĩ	Kế toán	Nguyên lý kế toán	
89	Ung Hiển Nhã Thi, 1988	Thạc sĩ	Tài chính – Ngân hàng	Nguyên lý kế toán	
90	Trần Văn Trung, 1977	Thạc sĩ	Tài chính – Ngân hàng	Tiền tệ, ngân hàng và Thị trường tài chính 1	
91	Phạm Thị Thanh Xuân, 1981	Tiến sĩ	Tài chính – Ngân hàng	Tiền tệ, ngân hàng và Thị trường tài chính 1	
92	Vũ Thanh Tùng, 1984	Thạc sĩ	Kinh tế	Tiền tệ, ngân hàng và Thị trường tài chính 1	
93	Chu Thị Thanh Trang, 1986	Thạc sĩ	Tài chính – Ngân hàng	Tiền tệ, ngân hàng và Thị trường tài chính 1	
94	Nguyễn Xuân Dũng, 1990	Thạc sĩ	Tài chính – Ngân hàng	Tiền tệ, ngân hàng và Thị trường tài chính 1	
95	Lê Thị Ngọc Phượng, 1984	Thạc sĩ		Tiền tệ, ngân hàng và Thị trường tài chính 1	
96	Trần Thị Thanh Nga, 1987	Thạc sĩ	Tài chính – Ngân hàng	Tiền tệ, ngân hàng và Thị trường tài chính 1	
97	Nguyễn Thị Bảo Ngọc, 1988	Thạc sĩ	Kinh tế	Tiền tệ, ngân hàng và Thị trường tài chính 1	
98	Trương Xuân Hương, 1985	Thạc sĩ	Khoa học máy tính	Tin học đại cương	
99	Nguyễn Thị Trần Lộc, 1984	Thạc sĩ	Kỹ thuật	Tin học đại cương	
100	Tôn Thất Hòa An, 1962	Tiến sĩ	Kỹ sư	Tin học đại cương	
101	Lâm Hoàng Trúc Mai, 1987	Thạc sĩ	Kỹ thuật	Tin học đại cương	
102	Phạm Thủy Tú, 1985	Thạc sĩ	Hệ thống thông tin	Tin học đại cương	

103	Trương Đình Hải Thụy, 1974	Thạc sĩ	Quản trị kinh doanh	Tin học đại cương	
104	Nguyễn Thanh Trường, 1971	Thạc sĩ	Công nghệ thông tin	Tin học đại cương	
105	Trần Thanh San, 1970	Thạc sĩ	Khoa học máy tính	Tin học đại cương	
106	Trần Trọng Hiếu, 1966	Thạc sĩ	Khoa học máy tính	Tin học đại cương	
107	Trần Anh Sơn, 1971	Thạc sĩ	Tài chính Bảo hiểm	Tin học đại cương	
108	Võ Xuân Thể, 1970	Thạc sĩ	Tin học	Tin học đại cương	
109	Nguyễn Huy Khang, 1974	Thạc sĩ	Công nghệ thông tin	Tin học đại cương	
110	Nguyễn Quốc Thanh, 1978	Thạc sĩ	Truyền dữ liệu và mạng máy tính	Tin học đại cương	
111	Huỳnh Ngọc Thành Trung, 1976	Thạc sĩ	Khoa học máy tính	Tin học đại cương	
112	Nguyễn Thanh Bình, 1983	Thạc sĩ	Đảm bảo toán học cho máy tính và hệ thống tính toán	Tin học đại cương	
113	Lê Thị Kim Thoa, 1979	Thạc sĩ	Kế toán	Tin học đại cương	
114	Đinh Nguyễn Thúy Nguyệt, 1988	Thạc sĩ	Kỹ thuật	Tin học đại cương	
115	Nguyễn Ngọc Trân Châu, 1974	Tiến sĩ	Tiếng Anh	Anh văn 1, 2, 3, 4, 5,6 Anh văn căn bản 1, 2, 3, 4	
16	Nguyễn Thị Châu Ngân, 1979	Tiến sĩ	Tiếng Anh	Anh văn 1, 2, 3, 4, 5,6	
117	Nguyễn Thị Tuyết Anh, 1980	Thạc sĩ NCS	Tiếng Anh	Anh văn căn bản 1, 2, 3, 4	
118	Phạm Thị Thùy Trang, 1975	Thạc sĩ	Tiếng Anh	Anh văn 1, 2, 3, 4, 5,6	
119	Nguyễn Thị Bội Ngọc, 1971	Thạc sĩ	Quản tri kinh doanh Quản lý Giáo dục	Anh văn căn bản 1, 2, 3, 4	

120	Nguyễn Thị Công Dung, 1972	Thạc sĩ	Tiếng Anh	Anh văn 1, 2, 3, 4, 5,6	
121	Nguyễn Thị Kim Ba, 1980	Thạc sĩ	Tiếng Anh	Anh văn căn bản 1, 2, 3, 4	
122	Chu Quang Phê, 1980	Thạc sĩ	Tiếng Anh	Anh văn 1, 2, 3, 4, 5,6	
123	Nguyễn Thị Thúy An, 1987	Thạc sĩ	Tiếng Anh	Anh văn căn bản 1, 2, 3, 4	
124	Bùi Thị Nhi, 1977	Thạc sĩ	Tiếng Anh	Anh văn 1, 2, 3, 4, 5,6	
125	Lê Xuân Quỳnh Anh, 1982	Thạc sĩ	Tiếng Anh	Anh văn căn bản 1, 2, 3, 4	
126	Võ Thị Anh Đào, 1979	Thạc sĩ	Tiếng Anh	Anh văn 1, 2, 3, 4, 5,6	
127	Mai Văn Thống, 1963	Thạc sĩ	Tiếng Anh	Anh văn căn bản 1, 2, 3, 4	
128	Lê Thị Thanh Trúc, 1976	Thạc sĩ	Tiếng Anh	Anh văn 1, 2, 3, 4, 5,6	
129	Nguyễn Ngọc Tuyền, 1965	Thạc sĩ	Tiếng Anh	Anh văn căn bản 1, 2, 3, 4	
130	Nguyễn Thị Tuyết Mai, 1990	Thạc sĩ	Tiếng Anh	Anh văn 1, 2, 3, 4, 5,6	
131	Đặng Nguyễn Phương Thảo, 1987	Thạc sĩ	Tiếng Anh	Anh văn căn bản 1, 2, 3, 4	
132	Huỳnh Nguyên Thư, 1988	Thạc sĩ	Tiếng Anh	Anh văn 1, 2, 3, 4, 5,6	
133	Võ Thị Ánh Nguyệt, 1976	Thạc sĩ	Tiếng Anh	Anh văn căn bản 1, 2, 3, 4	
134	Nguyễn Thị Xuân Chi, 1983	Thạc sĩ	Tiếng Anh	Anh văn 1, 2, 3, 4, 5,6	
135	Nguyễn Thị Diễm, 1983	Thạc sĩ	Tiếng Anh	Anh văn căn bản 1, 2, 3, 4	
136	Võ Thị Kim Cúc, 1989	Thạc sĩ	Tiếng Anh	Anh văn 1, 2, 3, 4, 5,6	
137	Đỗ Khoa, 1989	Thạc sĩ	Tiếng Anh	Anh văn căn bản 1, 2, 3, 4	
138	Dương Thị Thu Hiền, 1984	Thạc sĩ	Tiếng Anh	Anh văn 1, 2, 3, 4, 5,6	
139	Đoàn Quang Định, 1977	Thạc sĩ	Tiếng Anh	Anh văn căn bản 1, 2, 3, 4	
140	Nguyễn Thị Hằng, 1985	Thạc sĩ	Tiếng Anh	Anh văn 1, 2, 3, 4, 5,6	
141	Phan Thị Hiền, 1980	Thạc sĩ	Tiếng Anh	Anh văn căn bản 1, 2, 3, 4	
142	Trần Thúy Quỳnh My, 1988	Thạc sĩ	Tiếng Anh	Anh văn 1, 2, 3, 4, 5,6	
143	Nguyễn Văn Hân, 1987	Thạc sĩ NCS	Tiếng Anh	Anh văn căn bản 1, 2, 3, 4	
144	Nguyễn Thị Thanh Huyền, 1990	Thạc sĩ	Tiếng Anh	Anh văn 1, 2, 3, 4, 5,6	
145	Phạm Thị Ngọc Lan, 1987	Thạc sĩ	Tiếng Anh	Anh văn căn bản 1, 2, 3, 4	
146	Trần Thế Khoa, 1993	Thạc sĩ	Tiếng Anh	Anh văn 1, 2, 3, 4, 5,6	
147	Phan Văn Quang, 1990	Thạc sĩ	Tiếng Anh	Anh văn căn bản 1, 2, 3, 4	
148	Nguyễn Thị Nguyện, 1990	Thạc sĩ	Tiếng Anh	Anh văn 1, 2, 3, 4, 5,6	
149	Cảnh Chí Hoàng, 1977	Tiến sĩ			
150	Phạm Thị Ngọc Mai, 1978	Tiến sĩ	Quản lý kinh tế	Quản trị học	
151	Trần Nhân Phúc, 1979	Tiến sĩ	Quản tri kinh doanh	Quản trị học	
152	Trần Thế Nam, 1977	Thạc sĩ	Quản tri kinh	Quản trị học	

			doanh		
153	Nguyễn Thị Minh Trâm, 1972	Thạc sĩ	Kinh tế	Quản trị học	
154	Trần Văn Hưng, 1980	Thạc sĩ	Quản tri kinh doanh	Quản trị học	

ĐỘI NGŨ GIẢNG VIÊN PHỤC VỤ GIẢNG DẠY CÁC HỌC PHẦN NGÀNH VÀ CHUYÊN NGÀNH TRONG CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO

STT	HỌ VÀ TÊN	HỌC VỊ HỌC HÀM	NGÀNH/ CHUYÊN NGÀNH	MÔN HỌC GIẢNG DẠY
1	Nguyễn Xuân Trường, 1967	Tiến sĩ GV chính	Quản trị kinh doanh; Quản lý	Marketing quốc tế Quản trị kênh phân phối Phát triển sản phẩm mới Marketing chiến lược
2	Ngô Thị Thu, 1962	Tiến sĩ GV chính	Quản trị kinh doanh	Quản Trị Thương Hiệu Quản Trị Sản Phẩm Shopper Marketing
3	Trần Văn Thi, 1955	Tiến sĩ GV chính	Quản trị kinh doanh	Marketing quốc tế Quản trị kênh phân phối Nhượng quyền kinh doanh Đạo đức và trách nhiệm xã hội trong marketing
4	Nguyễn Anh Tuấn, 1975	Thạc sĩ Nghiên cứu sinh	Quản trị kinh doanh	Quan hệ công chúng (PR) Tổ chức sự kiện (Event) Xây dựng kế hoạch Marketing
5	Nguyễn Hoàng Chi, 1968	Thạc sĩ	Quản trị kinh doanh	Quản trị chiêu thị Quảng cáo – khuyến mại Hành vi khách hàng
6	Ngô Vũ Quỳnh Thi, 1976	Thạc sĩ	Quản trị kinh doanh	Hành vi khách hàng Sáng tạo thông điệp truyền thông
7	Trần Nhật Minh, 1975	Thạc sĩ	Quản trị kinh doanh	Quản trị Sản phẩm Đo lường trong Marketing Cơ sở dữ liệu Marketing
8	Nguyễn Ngọc Hạnh, 1979	Thạc sĩ	Quản trị kinh doanh	Quản trị doanh nghiệp truyền thông Marketing công nghiệp
9	Nguyễn Thị Hồng Nguyệt, 1982	Tiến sĩ	Quản trị kinh doanh	Nghiên cứu marketing 1 Đo lường marketing

10	Huỳnh Trị An, 1983	Thạc sĩ	Quản trị kinh doanh	Marketing mối quan hệ Nhượng quyền thương hiệu Marketing ngân hàng
11	Nguyễn Đông Triều, 1983	Thạc sĩ	Quản trị kinh doanh	Marketing chiến lược Thiết kế hệ thống nhận diện thương hiệu Mỹ thuật ứng dụng trong marketing Sáng tạo trong truyền thông
12	Lâm Ngọc Thùy, 1985	Thạc sĩ	Quản trị kinh doanh	Digital marketing Internet marketing
13	Nguyễn Nam Phong, 1985	Thạc sĩ	Quản trị kinh doanh	Nguyên lý marketing Nghiên cứu marketing
14	Nguyễn Thị Thoa, 1986	Thạc sĩ	Quản trị kinh doanh	Marketing bất động sản Xây dựng kế hoạch truyền thông Quản trị thương hiệu
15	Nguyễn Thái Hà, 1986	Thạc sĩ Nghiên cứu sinh	Quản trị kinh doanh	Nguyên lý marketing Marketing dịch vụ Quản trị kênh phân phối Đạo đức và trách nhiệm xã hội trong marketing
16	Dư Thị Chung, 1986	Thạc sĩ Nghiên cứu sinh	Quản trị kinh doanh	Nghiên cứu Marketing SPSS Marketing địa phương Marketing công nghiệp
17	Nguyễn Thị Minh Ngọc, 1988	Thạc sĩ	Quản trị kinh doanh	Quản trị Marketing Shopper Marketing Quản trị giá doanh nghiệp
18	Ninh Đức Cúc Nhật, 1987	Thạc sĩ	Quản trị kinh doanh	Quản trị chiêu thị Quản trị doanh nghiệp truyền thông
19	Nguyễn Ngọc Bích Trâm, 1987	Thạc sĩ	Quản trị kinh doanh	Marketing Thương Mại Digital Marketing
20	Trịnh Thị Hồng Minh, 1988	Thạc sĩ	Quản trị kinh doanh	Marketing dịch vụ Tổ chức sự kiện
21	Hồ Thị Thảo Nguyên, 1989	Thạc sĩ	Quản trị kinh doanh	Phát triển sản phẩm mới Quảng cáo và khuyến mãi Quảng cáo
22	Nguyễn Thị Thúy, 1989	Thạc sĩ	Quản trị kinh doanh	Marketing tại điểm bán
23	Ngô Minh Trang, 1974	Thạc sĩ	Quản trị kinh doanh	Xây dựng kế hoạch truyền thông

24	Đặng Huỳnh Phương, 1989	Thạc sĩ	Marketing chiến lược	Nguyên lý Marketing

ĐỘI NGŨ GIẢNG VIÊN THỈNH GIẢNG GIẢNG DẠY CÁC HỌC PHẦN NGÀNH VÀ CHUYÊN NGÀNH TRONG CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO

STT	HỌ VÀ TÊN	HỌC VỊ, ĐƠN VỊ CÔNG TÁC	NGÀNH/ CHUYÊN NGÀNH	MÔN HỌC GIẢNG DẠY
1	Lâm Ngọc Điệp	Thạc sĩ GV chính	Quản trị kinh doanh	Nghiên cứu Marketing Hướng dẫn thực hành Marketing du lịch
2	Nguyễn Thị Thùy Linh	Thạc sĩ GV chính	Quản trị kinh doanh	Marketing Dịch vụ Marketing Ngân hàng Marketing Công nghiệp
3	Nguyễn Hữu Thanh	Thạc sĩ Giám đốc công ty BE Việt Nam	Quản trị kinh doanh	Mỹ thuật ứng dụng trong Marketing Báo cáo chuyên đề
4	Đỗ Thanh Hải	Thạc sĩ Phó Giám đốc công ty NAACO	Quản trị kinh doanh	Quản trị thương hiệu Xây dựng thương hiệu trên phương tiện truyền thông Kỹ thuật số (Digital Branding)
5	Nguyễn Tường Huy	Thạc sĩ	Quản trị kinh doanh	Lập kế hoạch Marketing Sáng tạo thông điệp
6	Đỗ Ngọc Thiên Hương	Thạc sĩ	Quản trị kinh doanh	Quản trị marketing Quản trị thương hiệu
7	Bùi Nguyễn Kim Thanh	Thạc sĩ	Quản trị kinh doanh	Xây dựng kế hoạch truyền thông
8	Nguyễn Hồng Hạnh	Thạc sĩ	Quản trị kinh doanh	Quản trị chiêu thị

PHỤ LỤC 2

CƠ SỞ VẬT CHẤT PHỤC VỤ ĐÀO TẠO

1. Phòng học, giảng đường, trang thiết bị hỗ trợ giảng dạy

Số TT	Loại phòng học (phòng học, giảng	Số lượng	Diện tích	Danh mục trang thiết bị chính hỗ trợ giảng dạy

	đường, phòng học đa phương tiện, phòng học chuyên dụng)		(m2)	Tên thiết bị	Số lượng	Phục vụ học phần
1	Phòng máy thực hành (306-Nguyễn Trọng Tuyển, Quận Tân Bình)	10	668,8	Máy tính	467	Phục vụ các học phần có thực hành trên máy tính
2	Phòng học ML (343/4)	4	217	Máy chiếu	1	Phục vụ các môn học lý thuyết
2	Phòng học ML (CS 02)	54	3.500	Máy chiếu	1	Phục vụ các môn học lý thuyết
3	Phòng học thường (CS 02)	23	2.188	Máy chiếu	1	Phục vụ các môn học lý thuyết
4	Phòng đa năng (CS 02)	4	189	Máy chiếu	1	Phục vụ các môn học lý thuyết
5	Phòng học ML (778NK)	23	1.979	Máy chiếu	1	Phục vụ các môn học lý thuyết
6	Phòng học thường (778NK)	25	1.223	Máy chiếu	1	Phục vụ các môn học lý thuyết
7	Phòng thực hành (778NK)	1	86	Máy chiếu	1	Phục vụ các môn học lý thuyết
8	Phòng học ML (CS Q9)	20	1.516	Máy chiếu	1	Phục vụ các môn học lý thuyết
9	Phòng học thường (CS Q9)	50	4.712	Máy chiếu	1	Phục vụ các môn học lý thuyết
10	Phòng thực hành (CS Q9)	10	1.248	Máy tính	389	Phục vụ các học phần có thực hành trên máy tính
11	Phòng đa năng (CS Q9)	1	104	Máy chiếu	1	Phục vụ các học phần lý thuyết, thực hành
12	Phòng học thường (CS TXS-B)	6	420	Máy chiếu	1	Phục vụ các môn học lý thuyết
13	Phòng Lab tiếng Anh (CS TXS-B)	3	270	Máy tính	147	Phục vụ các học phần tiếng Anh

14	Phòng thực hành CS TXS-B)	4	360	Máy tính	172	Phục vụ các học phần thực hành trên máy tính
15	Phòng đa năng (CS TXS-B)	5	240	Máy chiếu	1	Phục vụ các học phần lý thuyết, thực hành
16	Phòng học ML (CS TXS-A)	45	4.815	Máy chiếu	1	Phục vụ các môn học lý thuyết
17	Phòng đa năng (CS TXS-A)	1	43	Máy chiếu	1	Phục vụ các học phần lý thuyết, thực hành

2. Phòng thí nghiệm, cơ sở thực hành và trang thiết bị phục vụ thí nghiệm, thực hành

Số TT	Tên phòng thí nghiệm, xưởng, trạm trại, cơ sở thực hành	Diện tích (m2)	Danh mục trang thiết bị chính hỗ trợ thí nghiệm, thực hành		
			Tên thiết bị	Số lượng	Phục vụ học phần
1	Phòng thực hành doanh nghiệp (Mô phỏng công ty dịch vụ kế toán)	69	Máy tính cài đặt phần mềm Misa 2017	15	Phục vụ các học phần có thực hành trên máy tính
			Máy tính cài đặt phần mềm KTKK 3.8.2, Intaxviewer.		Phục vụ các học phần có thực hành trên máy tính
			Máy in	01	
2	Phòng thực hành nghiệp vụ ngân hàng	69	Máy tính	21	Phục vụ các học phần có thực hành trên máy tính
3	Phòng thực hành Mô hình doanh nghiệp xuất nhập khẩu	69	Máy tính	21	Phục vụ các học phần có thực hành trên máy tính
4	Phòng thực hành Mô hình công ty đầu tư tài chính	69	Máy tính	21	Phục vụ các học phần có thực hành trên máy tính

2. Thư viện, giáo trình, sách, tài liệu tham khảo

2.1 Thư viện

- Tổng diện tích thư viện: 2.080 m^2, trong đó có 1.300 m^2 là diện tích phòng đọc. Thư viện được đặt tại các cơ sở:
  - Cơ sở 1: 2/4 Trần Xuân Soạn, Phường Tân Thuận Tây, Quận 7.
  - Cơ sở 2: 2C Phổ Quang, Phường 2, Quận Tân Bình.
  - Cơ sở 3: B2/1A Đường 385, Phường Tăng Nhơn Phú A, Quận 9.
- Số chỗ ngồi: 300; Số lượng máy tính phục vụ tra cứu: 101
- Phần mềm quản lý thư viện: PSC Zlis 7.0
- Đã có thư viện điện tử, đã kết nối với các cổng thông tin điện tử như:
  - Cổng thông tin Cục Thông tin Khoa học và Công nghệ.
  - Cơ sở dữ liệu sách điện tử IGP.
  - Cơ sở dữ liệu kết quả nghiên cứu quốc gia.
  - Ebooks của Nhà xuất bản Tổng hợp.
  - Cơ sở dữ liệu điện tử Proquest.
- Tài liệu tham khảo tại thư viện:
  - Số lượng đầu sách dạng in: 14.413; bao gồm sách tiếng Anh và tiếng Việt.
  - Tài liệu học tập các môn cơ sở và chuyên ngành du lịch, khách sạn, nhà hàng: 389 nhan đề /1733 bản.
  - Số lượng tựa tạp chí: 41.
  - Số lượng đầu sách, tài liệu điện tử:
    - Luận văn Thạc sỹ: 2.057 tựa; Chuyên đề tốt nghiệp: 70 tựa;
    - Tài liệu nghiên cứu khoa học: 12 tựa; Bài giảng: 54 tựa;
    - Tài liệu thuê quyền truy cập từ NXB Tổng hợp: 300.

2.2 Giáo trình, sách, tài liệu tham khảo

STT	Tên Giáo trình	Tên tác giả	Nhà xuất bản	Năm xuất bản	Số bản	Sử dụng cho học phần
1	Hành vi người tiêu dùng	ThS Đỗ Thị Đức	Nxb Thống kê			Hành vi khách hàng

STT	Tên Giáo trình	Tên tác giả	Nhà xuất bản	Năm xuất bản	Số bản	Sử dụng cho học phần
2	Nguyên lý Marketing	Tập thể khoa Marketing Trường ĐH Tài chính – Marketing	Nxb Thông kê	2013		Nguyên lý Marketing
3	Marketing quốc tế	Tập thể khoa Marketing – Trường ĐH Tài chính – Marketing	Nxb Tài chính			Marketing quốc tế
4	Quản trị kênh phân phối	TS Trần Thị Ngọc Trang và TS Trần Văn Thi	Nxb Thống kê	2008		Quản trị kênh phân phối
5	Quản trị Marketing	ĐH Kinh tế quốc dân Hà Nội				Quản trị Marketing
6	Quản trị sản phẩm	TS Ngô Thị Thu	Nxb Thống kê			Quản trị sản phẩm
7	Quản trị chiêu thị	TS Trần Thị Ngọc Trang	Nxb Thống kê			Quảng cáo khuyến mại
8	Marketing dịch vụ	ĐH Kinh tế quốc dân Hà Nội				Marketing dịch vụ
9	Nghiên cứu thị trường	ĐH Kinh tế TPHCM				Nghiên cứu Marketing
10	PR – Lý luận và thực hành	Học viện báo chí và tuyên truyền				Quan hệ công chúng
11	Quản trị giá doanh	Khoa Marketing				Quản trị giá doanh

STT	Tên Giáo trình	Tên tác giả	Nhà xuất bản	Năm xuất bản	Số bản	Sử dụng cho học phần
	nghiệp	Trường ĐH Tài chính – Marketing				nghiệp
12	Quản trị thương hiệu hàng hóa – Lý thuyết và thực hành	ĐH Kinh tế quốc dân				Quản trị thương hiệu
13	Marketing thương mại	ĐH Kinh tế quốc dân				Marketing thương mại
14	Quản trị chiêu thị	TS Trần Thị Ngọc Trang	Nxb Thống kê	2005		Quản trị chiêu thị
15	Tổ chức sự kiện	ĐH Kinh tế quốc dân Hà Nội				Tổ chức sự kiện