

Số: ~~3226~~/QĐ-ĐHTCM

Thành phố Hồ Chí Minh, ngày ~~07~~ tháng ~~12~~ năm 2022

QUYẾT ĐỊNH

Về việc phê duyệt Chiến lược phát triển Khoa Marketing giai đoạn 2022 – 2025, tầm nhìn đến năm 2030

HIỆU TRƯỞNG TRƯỜNG ĐẠI HỌC TÀI CHÍNH – MARKETING

Căn cứ Quyết định số 1138/QĐ-TTg ngày 04 tháng 8 năm 2017 của Thủ tướng Chính phủ về việc sáp nhập Trường Cao đẳng Tài chính – Hải quan vào Trường Đại học Tài chính – Marketing;

Căn cứ Quyết định số 647/QĐ-ĐHTCM ngày 09 tháng 4 năm 2021 của Hiệu trưởng Trường Đại học Tài chính – Marketing về việc ban hành Quy định làm việc đối với giảng viên của Trường Đại học Tài chính – Marketing;

Căn cứ Quyết định số 844/QĐ-ĐHTCM ngày 24 tháng 3 năm 2022 của Hiệu trưởng Trường Đại học Tài chính – Marketing ban hành Quy định về hoạt động nghiên cứu khoa học của giảng viên Trường Đại học Tài chính – Marketing;

Căn cứ Nghị quyết số 47/NQ-ĐHTCM-HĐT ngày 17 tháng 10 năm 2022 Phê duyệt Chiến lược phát triển Trường Đại học Tài chính – Marketing giai đoạn 2021-2030, tầm nhìn đến năm 2045;

Theo đề nghị của Trưởng phòng Quản lý khoa học, Trưởng khoa Marketing.

QUYẾT ĐỊNH:

Điều 1. Phê duyệt “Chiến lược phát triển Khoa Marketing giai đoạn 2022 - 2025, tầm nhìn đến năm 2030” với các nội dung sau:

1. Chiến lược về phát triển đội ngũ

- Đến năm 2025 số lượng giảng viên cơ hữu là 40 (trong đó: 08 giảng viên có trình độ Tiến sĩ); 12 giảng viên giảng dạy được bằng tiếng Anh; 07 giảng viên tham gia trao đổi giảng viên được với các cơ sở đào tạo nước ngoài; 05 lượt giảng viên được đào tạo, bồi dưỡng ngắn hạn bình quân hằng năm; tổ chức cho 01 giảng viên tham quan; giao lưu học tập ở trong và ngoài nước hằng năm.

- Đến năm 2030 số lượng giảng viên cơ hữu là 55 (trong đó 03 giảng viên có học hàm Phó Giáo sư, 15 giảng viên có trình độ Tiến sĩ); 02 giảng viên trình độ tiến sĩ ngành, chuyên Marketing); 20 giảng viên giảng dạy được bằng tiếng Anh; 15 giảng viên tham gia trao đổi giảng viên được với các cơ sở đào tạo nước ngoài; 05 lượt giảng viên được đào tạo, bồi dưỡng ngắn hạn bình quân hằng năm; tổ chức cho 03 giảng viên tham quan; giao lưu học tập ở trong và ngoài nước hằng năm.



2. Chiến lược về đào tạo

- Tiếp tục cải tiến 05 chương trình đào tạo hiện hành định kỳ theo quy định, theo hướng rà soát, cập nhật cho phù hợp. Đến năm 2030, tất cả các chương trình đào tạo chuyển sang chất lượng cao.

- Xây dựng chương trình đào tạo trình độ đại học chuyên ngành Tổ chức sự kiện và Quan hệ công chúng cho khóa tuyển sinh năm 2023.

- Mở chương trình đào tạo thạc sĩ ngành Marketing vào năm 2024

- Xây dựng chương trình đào tạo Tiến sĩ Marketing trước năm 2030

- Xây dựng chương trình đào tạo trình độ đại học ngành Marketing chuyên ngành lai ghép với công nghệ thông tin vào năm 2026

- Đẩy mạnh các chương trình đào tạo Marketing ngắn hạn theo địa chỉ và theo nhu cầu cho các doanh nghiệp

3. Công tác đảm bảo chất lượng

Khoa Marketing phối hợp với Phòng Khảo thí & Quản lý chất lượng và các khoa, phòng, trung tâm thực hiện công tác kiểm định quốc tế AUN – QA theo quy trình và kế hoạch của Nhà trường để đạt kiểm định quốc tế vào năm 2024.

4. Chiến lược về khoa học – công nghệ

- Đến năm 2025: số lượng đề tài nghiên cứu khoa học cấp Bộ và tương đương là 01; số lượng đề tài nghiên cứu khoa học cấp cơ sở và tương đương là 03; số giáo trình được biên soạn là 07; số sách chuyên khảo được biên soạn là 02; số tài liệu học tập biên soạn là 10; số bài báo hằng năm đăng trong các tạp chí thuộc danh mục Scopus/ISI là 03; số bài báo đăng hằng năm trong tạp chí quốc tế/kỷ yếu hội thảo quốc tế có mã số ISSN/ISBN là 03; số bài báo hằng năm đăng trên các tạp chí trong nước thuộc danh mục của Hội đồng Giáo sư nhà nước là 03; Số bài tham luận hằng năm đăng trong các kỷ yếu Hội thảo khoa học cấp khoa/trường/quốc gia là 20; tỷ lệ giảng viên hướng dẫn sinh viên nghiên cứu khoa học hằng năm là 80%.

- Đến năm 2030: số lượng đề tài nghiên cứu khoa học cấp Bộ và tương đương là 02; số lượng đề tài nghiên cứu khoa học cấp cơ sở và tương đương là 05; số giáo trình được biên soạn là 07; số sách chuyên khảo được biên soạn là 02; số tài liệu học tập biên soạn là 20; số bài báo hằng năm đăng trong các tạp chí thuộc danh mục Scopus/ISI là 05; số bài báo đăng hằng năm trong tạp chí quốc tế/kỷ yếu hội thảo quốc tế có mã số ISSN/ISBN là 05; số bài báo hằng năm đăng trên các tạp chí trong nước thuộc danh mục của Hội đồng Giáo sư nhà nước là 05; Số bài tham luận hằng năm đăng trong các kỷ yếu Hội thảo khoa học cấp khoa/trường/quốc gia là 40; tỷ lệ giảng viên hướng dẫn sinh viên nghiên cứu khoa học hằng năm là 100%.

Điều 2. Khoa Marketing chủ trì, phối hợp với các đơn vị thuộc Trường tổ chức triển khai thực hiện Chiến lược; báo cáo Ban Giám hiệu tình hình và kết quả triển khai thực hiện Chiến lược hằng năm.

Điều 3. Quyết định có hiệu lực thi hành kể từ ngày ký. Trưởng khoa Marketing và Trưởng các đơn vị có liên quan chịu trách nhiệm thi hành Quyết định này./.

Nơi nhận:

- Ban Giám hiệu (để biết);
- Như Điều 3;
- Lưu: VT, QLKH.



PGS.TS. Phạm Tiến Đạt



