

CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO ĐẠI HỌC

Ngành học: **Marketing**

Mã ngành: 52340115

Thời gian đào tạo: 4 năm

Đơn vị quản lý: Bộ môn: Marketing - Khoa Kinh tế

Hệ đào tạo: Chính quy

Danh hiệu: Cử nhân

1. Mục tiêu đào tạo

Chương trình đào tạo ngành Marketing được xây dựng nhằm phục vụ cho mục tiêu đào tạo cử nhân kinh tế ngành Marketing. Sau khi hoàn thành chương trình này, người học có được phẩm chất chính trị, có lòng yêu nước và yêu ngành nghề. Người học sẽ có khả năng và ý chí lập thân, lập nghiệp, có đạo đức nghề nghiệp với tư duy năng động, sáng tạo trong các hoạt động chuyên môn. Người học sẽ có được tinh thần trách nhiệm, tác phong (nếp sống) văn minh, ý thức tổ chức kỷ luật, rèn luyện sức khoẻ để phục vụ ngành nghề. Ngoài ra, người học sẽ có được năng lực chuyên môn, kiến thức quản lý và thực hiện nghiên cứu, phân tích các hoạt động liên quan đến lĩnh vực marketing tại các doanh nghiệp và địa phương, góp phần đóng góp phát triển địa phương, khu vực Đồng Bằng Sông Cửu Long và cả nước.

2. Chuẩn đầu ra

Hoàn thành chương trình đào tạo sinh viên có kiến thức, kỹ năng và thái độ như sau:

2.1 Kiến thức

2.1.1 Khối kiến thức giáo dục đại cương

- Có kiến thức cơ bản về chủ nghĩa Mác – Lênin; đường lối, chính sách của Đảng Cộng sản Việt Nam; tư tưởng Hồ Chí Minh, có sức khỏe, có kiến thức về giáo dục quốc phòng đáp ứng yêu cầu xây dựng và bảo vệ Tổ quốc.
- Có kiến thức cơ bản về pháp luật đại cương, về khoa học xã hội và nhân văn, khoa học tự nhiên để đáp ứng yêu cầu tiếp thu kiến thức giáo dục chuyên nghiệp.
- Có kiến thức cơ bản về tiếng Anh/tiếng Pháp tương đương trình độ A Quốc gia.
- Có kiến thức cơ bản về máy tính, các phần mềm văn phòng và các phần mềm cơ bản khác.

2.1.2 Khối kiến thức cơ sở ngành

- Có kiến thức cơ bản về những nguyên lý kinh tế để phân tích và lý giải được các biến động của nền kinh tế nói chung; nắm bắt được các vấn đề chính sách liên quan đến tổng thể của nền kinh tế; giải thích được các vấn đề kinh tế trong doanh nghiệp;
- Có kiến thức cơ bản về thống kê, phân tích định tính trong lĩnh vực kinh doanh và marketing;
- Có kiến thức cơ bản về pháp luật, kinh tế, tài chính-tiền tệ, kế toán, marketing, và quản trị học.

2.1.3 Khối kiến thức chuyên ngành

- Có kiến thức tốt về lĩnh vực marketing như nghiên cứu thị trường, xây dựng-tổ chức-thực hiện các kế hoạch về marketing, xây dựng các chiến lược marketing ở nhiều lĩnh vực như sản xuất-dịch vụ-công nghiệp-nông nghiệp-du lịch và thương mại không chỉ tại thị trường nội địa mà cả thị trường quốc tế;
- Có kiến thức về lĩnh vực kinh doanh và quản lý như quản trị quan hệ khách hàng, quản trị thương hiệu cho doanh nghiệp, quản trị bán hàng, hành vi khách hàng, hành vi tổ chức, phân tích hoạt động kinh doanh.

2.2 Kỹ năng

2.2.1 Kỹ năng cứng

- Nghiên cứu và phân tích thị trường ngành hàng và sản phẩm trong nước và ngoài nước;

- Xây dựng và tổ chức thực hiện các chiến lược marketing phù hợp nhằm đạt hiệu quả cao nhất cho từng địa phương, vùng, ngành, doanh nghiệp;
- Quản trị các công cụ marketing cho doanh nghiệp và địa phương;
- Phân tích và giải quyết các vấn đề nảy sinh trong thực tiễn ngành kinh tế, đặc biệt ở lĩnh vực marketing, đúc kết kinh nghiệm để hình thành kỹ năng tư duy, lập luận.

2.2.2 Kỹ năng mềm

- Làm việc nhóm: thành lập, lãnh đạo, tổ chức hoạt động và phát triển nhóm; và có khả năng làm việc chuyên môn trong nhóm.
- Giao tiếp: có chiến lược giao tiếp, biết cách tổ chức giao tiếp, có năng lực giao tiếp bằng văn bản, đa truyền thông, và đồ họa; và có khả năng thuyết trình, đàm phán và thu hút trong giao tiếp.
- Tư duy hệ thống: lập luận vấn đề logic, có hệ thống, hiểu vấn đề ở phạm vi toàn cục, biết sự tương tác giữa các vấn đề và sắp xếp được các vấn đề theo thứ tự ưu tiên cần giải quyết/xử lý.
- Kỹ năng cá nhân: suy xét, tư duy sáng tạo; nghiên cứu, khám phá kiến thức và kỹ năng mới; đề xuất sáng kiến và sẵn sàng chấp nhận rủi ro; tự học và làm việc độc lập; làm việc có kế hoạch, phân bổ công việc hợp lý, biết cách quản lý thời gian, và có kế hoạch phát triển nghề nghiệp của mình.
- Ngoại ngữ và tin học: giao tiếp bằng tiếng Anh (tương đương 450 điểm TOEIC), đọc hiểu được các thuật ngữ anh văn chuyên ngành; sử dụng thành thạo tin học văn phòng và biết sử dụng một số phần mềm thống kê như SPSS, Eview, Stata; sử dụng internet trong giao tiếp và thu thập thông tin.

2.3 Thái độ

- Có lòng yêu nước, yêu nghề và đóng góp cho sự phát triển kinh tế của vùng và đất nước;
- Có thái độ và đạo đức nghề nghiệp đúng đắn với tư duy năng động, sáng tạo.
- Có tinh thần trách nhiệm, ý thức tổ chức kỷ luật và tác phong văn minh, và có ý thức rèn luyện sức khỏe để phục vụ ngành nghề;
- Có ý thức trách nhiệm công dân; có ý thức kỷ luật và tác phong công nghiệp;
- Có thái độ và phương pháp làm việc khoa học.

3. Vị trí làm việc của người học sau khi tốt nghiệp

- Có thể công tác ở các vị trí quản lý hoặc nhân viên tại các bộ phận quản lý trong doanh nghiệp như bộ phận marketing, bán hàng, kinh doanh, quản lý chăm sóc khách hàng, tổ chức, v.v.; các cơ quan hành chính như Ủy ban nhân dân các tỉnh, Sở Kế hoạch và Đầu tư, Sở Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn, Sở Công thương, Sở Văn hóa và Thể thao Du lịch ở các quận, huyện, tỉnh và thành phố.
- Có thể làm việc ở các doanh nghiệp để xây dựng và hoạch định nên chiến lược phát triển dài hạn cho các doanh nghiệp, đặc biệt ở lĩnh vực marketing.

4. Khả năng học tập, nâng cao trình độ sau khi ra trường

- Có khả năng tự học, tự nghiên cứu và tiếp thu các thành tựu khoa học – kỹ thuật mới nhằm tự nâng cao trình độ và thích nghi với sự phát triển của xã hội.
- Có khả năng học sau đại học trong nước lẫn ngoài nước thuộc các chuyên ngành kinh tế khác như quản trị kinh doanh, tài chính, nông nghiệp, v.v...
- Có khả năng thực hiện các nghiên cứu chuyên sâu về marketing, nghiên cứu thị trường, nghiên cứu khách hàng.

5. Các chương trình, tài liệu, chuẩn quốc tế mà đơn vị tham khảo (nếu có)

Các tài liệu hướng dẫn xây dựng chuẩn đầu ra theo CDIO.

6. Chương trình đào tạo

TT	Mã số học phần	Tên học phần	Số tín chỉ	Bắt buộc	Tự chọn	Số tiết LT	Số tiết TH	Học phần tiên quyết	HK thực hiện
Khối kiến thức Giáo dục đại cương									
1	QP006	Giáo dục quốc phòng và An ninh 1 (*)	2	2		30		Bộ trí theo nhóm ngành	
2	QP007	Giáo dục quốc phòng và An ninh 2 (*)	2	2		30		Bộ trí theo nhóm ngành	
3	QP008	Giáo dục quốc phòng và An ninh 3 (*)	3	3		20	65	Bộ trí theo nhóm ngành	
4	QP009	Giáo dục quốc phòng và An ninh 4 (*)	1	1		10	10	Bộ trí theo nhóm ngành	
1	TC100	Giáo dục thể chất 1+2+3 (*)	1+1+1		3		90		I, II, III
2	XH023	Anh văn căn bản 1 (*)	4		10TC nhóm AV hoặc nhóm PV	60			I, II, III
3	XH024	Anh văn căn bản 2 (*)	3			45		XH023	I, II, III
4	XH025	Anh văn căn bản 3 (*)	3			45		XH024	I, II, III
5	XH031	Anh văn tăng cường 1 (*)	4			60		XH025	I, II, III
6	XH032	Anh văn tăng cường 2 (*)	3			45		XH031	I, II, III
7	XH033	Anh văn tăng cường 3 (*)	3			45		XH032	I, II, III
8	XH004	Pháp văn căn bản 1 (*)	3			45			I, II, III
9	XH005	Pháp văn căn bản 2 (*)	3			45		XH004	I, II, III
10	XH006	Pháp văn căn bản 3 (*)	4			60		XH005	I, II, III
11	FL004	Pháp văn tăng cường 1 (*)	3			45		XH006	I, II, III
12	FL005	Pháp văn tăng cường 2 (*)	3			45		FL004	I, II, III
13	FL006	Pháp văn tăng cường 3 (*)	4			60		FL005	I, II, III
14	TN033	Tin học căn bản (*)	1	1			15		
15	TN034	TT. Tin học căn bản (*)	2	2			60		I, II, III
16	ML009	Những nguyên lý cơ bản của CN Mác-Lênin 1	2	2		30			I, II, III
17	ML010	Những nguyên lý cơ bản của CN Mác-Lênin 2	3	3		45		ML009	I, II, III
18	ML006	Tư tưởng Hồ Chí Minh	2	2		30		ML010	I, II, III
19	ML011	Đường lối cách mạng của Đảng Cộng sản Việt Nam	3	3		45		ML006	I, II, III
20	KL001	Pháp luật đại cương	2	2		30			I, II, III
21	TN010	Xác suất thống kê	3	3		45			I, II, III
22	KT105	Toán kinh tế 1	3	3		45			I, II
23	KT022	Kỹ năng giao tiếp	2	2		30			I, II
24	ML007	Logic học đại cương	2		2	30			I, II, III
25	XH011	Cơ sở văn hóa Việt Nam	2			30			I, II, III
26	XH012	Tiếng Việt thực hành	2			30			I, II, III
27	XH014	Văn bản và lưu trữ học đại cương	2			30			I, II, III
28	XH028	Xã hội học đại cương	2			30			I, II, III
29	KN001	Kỹ năng mềm	2			20	20		I, II, III
Cộng: 46 TC (Bắt buộc 31 TC; Tự chọn: 15 TC)									
Khối kiến thức cơ sở ngành									
30	KT101	Kinh tế vi mô 1	3	3		45			I, II
31	KT102	Kinh tế vĩ mô 1	3	3		45			I, II
32	KT108	Nguyên lý thống kê kinh tế	3	3		45		TN010	I, II
33	KT120	Phương pháp nghiên cứu trong kinh doanh	2	2		30		KT108	I, II
34	KL369	Luật kinh tế	2	2		30			I, II
35	KT103	Quản trị học	3	3		45			I, II
36	KT104	Marketing căn bản	3	3		45			I, II
37	KT106	Nguyên lý kế toán	3	3		45			I, II
38	KT111	Tài chính – Tiền tệ	3	3		45			I, II
39	KT119	Phương pháp tư duy và kỹ năng giải quyết vấn đề	2	2		30			I, II
40	KT124	Thực hành xây dựng nhóm	2		9	30		KT119	I, II
41	KT210	Tâm lý quản lý	2			30			I, II
42	SP009	Tâm lý học đại cương	2			30			I, II
43	KT339	Kế toán quản trị 1	3			45		KT106	I, II
44	KT342	Kế toán tài chính 2	3			45		KT106	I, II
45	KT303	Kinh tế quốc tế	3			45		KT102	I, II
46	KT309	Tài chính quốc tế	3			45		KT102	I, II
47	KT286	Quản trị rủi ro kinh doanh	3			45			I, II
48	KT113	Kinh tế lượng	3			45		KT108	I, II
49	KT203	Ứng dụng toán trong kinh doanh	3			45		KT111	I, II
50	KT121	Phân tích định tính trong kinh doanh	3			45			I, II

TT	Mã số học phần	Tên học phần	Số tín chỉ	Bắt buộc	Tự chọn	Số tiết LT	Số tiết TH	Học phần tiên quyết	HK thực hiện
Cộng: 36 TC (Bắt buộc 27 TC; Tự chọn: 9 TC)									
Khối kiến thức chuyên ngành									
51	KT429	Hành vi khách hàng	2	2		30		KT104	I, II
52	KT321	Nghiên cứu marketing	3	3		45		KT104	I, II
53	KT324	Quản trị Marketing	3	3		45		KT104	I, II
54	KT335	Marketing quốc tế	3	3		45		KT104	I, II
55	KT361	Quản trị thương hiệu	3	3		45		KT104	I, II
56	KT337	Thương mại điện tử	2	2		30			I, II
57	KT441	Chuyên đề Marketing	2	2			60	KT120	I, II, III
58	KT217	Marketing thương mại	3	3		45		KT104	I, II
59	KT218	Chiêu thị và TT marketing	2	2		30		KT104	I, II
60	KT349	Quản trị bán hàng	2	2		30		KT104	I, II
61	KT428	Kỹ thuật đàm phán	2	2		30			I, II
62	KT431	Hành vi tổ chức	2	2		30		KT103	I, II
63	KT206	Đạo đức kinh doanh và văn hóa doanh nghiệp	2	2		30			I, II
64	KT425	Anh văn thương mại I	3	3		45			I, II
65	KT398	Marketing công nghiệp	2			30		KT104	I, II
66	KT240	Marketing nông nghiệp	3			45		KT104	I, II
67	KT219	Marketing ngân hàng	2			30		KT104	I, II
68	KT397	Marketing du lịch	3			45		KT104	I, II
69	KT220	Quan hệ công chúng	2			30		KT104	I, II
70	KT358	Quản trị quan hệ khách hàng	2			30			I, II
71	KT215	Marketing địa phương	2			30		KT104	I, II
72	KT393	Phân tích hoạt động kinh doanh	3			45		KT106	I, II
73	KT362	Quản trị thương mại	3			45			I, II
74	KT345	Quản trị chất lượng sản phẩm	2			30			I, II
75	KT207	Mô phỏng tình huống trong kinh doanh	3		14	45		KT103, KT104, KT106	I, II
76	KT205	Quy hoạch tuyến tính	3			45		KT105	I, II
77	KT314	Hệ thống thông tin kinh tế	2			30			I, II
78	KT330	Thuế	3			45			I, II
79	KT329	Thị trường chứng khoán	3			45		KT111	I, II
80	KT316	Kinh doanh quốc tế	3			45			I, II
81	KT336	Nghiệp vụ ngoại thương	3			45			I, II
82	KT307	Kinh tế đối ngoại	3			45			I, II
83	KT372	Kế toán chi phí	2			30		KT106	I, II
84	KT222	Phân tích báo cáo tài chính	2			30		KT106	I, II
85	KT254	Khởi sự doanh nghiệp	3			45			I, II
86	KT401	Luận văn tốt nghiệp - Marketing	10				300	≥105 TC	I, II
87	KT293	Tiểu luận tốt nghiệp - Marketing	4				120	≥105 TC	I, II
88	KT420	Dự báo kinh tế	3		10	45		≥105 TC	I, II
89	KT277	Chiến lược Marketing	3			45		≥105 TC	I, II
90	KT278	Quảng cáo chuyên nghiệp	2			30		≥105 TC	I, II
91	KT279	Marketing trực tiếp	2			30		≥105 TC	I, II
Cộng: 58 TC (Bắt buộc: 34 TC; Tự chọn: 24 TC)									
Tổng cộng: 140 TC (Bắt buộc: 92 TC; Tự chọn: 48 TC)									

(*): là học phần điều kiện, không tính điểm trung bình chung tích lũy. Sinh viên có thể hoàn thành các học phần trên bằng hình thức nộp chứng chỉ theo quy định của Trường hoặc học tích lũy.

**BAN GIÁM HIỆU
HIỆU TRƯỞNG**

**HỘI ĐỒNG KH và ĐT
CHỦ TỊCH**

Ngày tháng năm 2017
**KHOA KINH TẾ
TRƯỞNG KHOA**

Hà Thanh Toàn

Lê Việt Dũng

Võ Thành Danh