

CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO ĐẠI HỌC

NGÀNH : MARKETING

MÃ NGÀNH : 7340115.

(Ban hành kèm theo Quyết định số: /QĐ-UEF ngày/...../2020
của Hiệu trưởng Trường Đại học Kinh tế - Tài chính Thành phố Hồ Chí Minh)

I. THÔNG TIN CHUNG:

1.1. Giới thiệu về chương trình đào tạo:

Tên ngành đào tạo:

- Tên tiếng Việt: **MARKETING**
- Tên tiếng Anh: **MARKETING**

Các chuyên ngành:

- Chuyên ngành 1. Quản trị marketing
- Chuyên ngành 2. Quản trị thương hiệu

Trình độ đào tạo: Đại học chính quy.

Thời gian đào tạo: 4 năm.

Tên văn bằng tốt nghiệp:

- Tên tiếng Việt: Cử nhân ngành Marketing
- Tên tiếng Anh: Bachelor of Marketing

1.2. Mục tiêu đào tạo:

1.2.1. Mục tiêu tổng quát (Program general goals)

Đào tạo cử nhân Marketing nắm vững kiến thức nền tảng, hiện đại về marketing, chuyên sâu về quản trị marketing và quản trị thương hiệu, có năng lực hoạch định, tổ chức, quản lý các hoạt động liên quan đến chức năng tiếp thị tại các tổ chức của nền kinh tế, phát triển nghề nghiệp bản thân trong môi trường cạnh tranh và bối cảnh hội nhập toàn cầu.

1.2.2. Mục tiêu cụ thể (Program specific goals)

- **PO1:** Đào tạo người học có kiến thức nền tảng rộng và sâu về lĩnh vực tiếp thị, có năng lực ứng dụng kiến thức để giải quyết các yêu cầu xử lý, cung cấp thông tin và ra quyết định trong lĩnh vực quản trị tiếp thị và quản trị thương hiệu;
- **PO2:** Có kỹ năng thực hành nghề nghiệp: hoạch định, tổ chức, quản lý các hoạt động liên quan đến chức năng tiếp thị tại các đơn vị, tổ chức của nền kinh tế trong một môi trường kinh doanh cạnh tranh và bối cảnh hội nhập khu vực và toàn cầu;
- **PO3:** Có năng lực học tập, nghiên cứu, phát triển bản thân, linh hoạt, thích nghi với môi trường làm việc thay đổi;

- **PO4:** Có kỹ năng giao tiếp hiệu quả, làm việc nhóm và các kỹ năng mềm khác nhằm thực nghiệm, tìm ra giải pháp giải quyết các vấn đề của ngành, chuyên ngành;
- **PO5:** Có kỹ năng tư duy hệ thống, tư duy phân tích một cách độc lập;
- **PO6:** Có phẩm chất chính trị, tuân thủ luật pháp; có sức khoẻ tốt;
- **PO7:** Có phẩm chất đạo đức nghề nghiệp theo yêu cầu riêng của nghề, có trách nhiệm với xã hội, cộng đồng.

1.3. Tiêu chí tuyển sinh và các yêu cầu đầu vào:

Thực hiện theo Quy chế tuyển sinh hiện hành của Bộ Giáo dục và Đào tạo và Đề án tuyển sinh của Trường Đại học Kinh tế - Tài chính Thành phố Hồ Chí Minh.

1.4. Điều kiện tốt nghiệp:

Thực hiện theo Quy định hiện hành của Bộ Giáo dục và Đào tạo và Quy chế đào tạo theo hệ thống tín chỉ của Trường Đại học Kinh tế - Tài chính Thành phố Hồ Chí Minh;

Thực hiện theo Quyết định số: /QĐ-UEF ngày / /2020 về việc ban hành Chuẩn đầu ra các ngành đào tạo trình độ đại học, hệ chính quy, khóa 2020.

II. NỘI DUNG CHƯƠNG TRÌNH

2.1. Khối lượng kiến thức:

Kiến thức toàn khóa học: 132 tín chỉ tích lũy + Giáo dục thể chất (03 tín chỉ) không tích lũy + Giáo dục quốc phòng an ninh (165 tiết) không tích lũy. Trong đó:

Khối kiến thức và lập luận về ngành		Số tín chỉ	Tỷ lệ %
1.1	Kiến thức cơ bản, nền tảng của ngành	12	9,1 %
1.2	Kiến thức cơ sở ngành cốt lõi	21	15,9 %
1.3	Kiến thức cơ sở ngành nâng cao, phương pháp và công cụ	33	25,0 %
1.4	Kiến thức nền tảng rộng	32	24,3 %
1.4.1	Khoa học tự nhiên	6	
1.4.2	Khoa học chính trị	11	
1.4.3	Pháp luật	3	
1.4.4	Tin học	6	
1.4.5	Thiết kế dự án	6	
1.5	Kiến thức ngành gần, khác ngành	6	4,5 %
1.6	Kiến thức đại cương khác	28	21,2 %
1.6.1	Ngoại ngữ (tiếng Anh)	28	
1.6.2	Giáo dục thể chất (03 tín chỉ) không tích lũy		
1.6.3	Giáo dục quốc phòng an ninh (165 tiết) không tích lũy		
Tổng cộng:		132	100 %

2.2. Khung chương trình:

TT	Mã HP	Tên học phần		Số tín chỉ					Mã HP trước	Mã HP song hành
				<i>(Lý thuyết – LT; Thực hành – TH; Thí nghiệm – TN; Đồ án – ĐA; Thực tập – TT)</i>						
		Tiếng Việt	Tiếng Anh	Tổng	LT	TH/TN	ĐA	TT		
1.1 Kiến thức cơ bản, nền tảng của ngành				12						
1.1.1	ECO1101	Kinh tế vi mô	Microeconomics	3	3					
1.1.2	ECO1102	Kinh tế vĩ mô	Macroeconomics	3	3				ECO1101	
1.1.3	MGT1101	Quản trị học	Principles of Management	3	3					
1.1.4	MKT1101	Marketing căn bản	Principles of Marketing	3	3					
1.2 Kiến thức cơ sở ngành cốt lõi				21						
1.2.1	MKT1102E	Quản trị Marketing	Marketing Management	3	3				MKT1101	
1.2.2	MGT1102E	Hành vi người tiêu dùng	Customer Behavior	3	3				MKT1101	
1.2.3	MKT1107	Nghiên cứu Marketing	Marketing Research	3	3				MKT1101	
1.2.4	MGT1103E	Quản trị sản phẩm	Product Management	3	3				MKT1101	
1.2.5	MKT1127E	Quản trị kênh phân phối	Marketing Channel Management	3	3				MKT1101	
1.2.6	MKT1132E	Truyền thông tích hợp (IMC)	Intergrated Marketing Communication (IMC)	3	3				MKT1101	
1.2.7	MKT1103	Quan hệ công chúng	Public Relations	3	3				MKT1101	
1.3 Kiến thức cơ sở ngành nâng cao, phương pháp và công cụ				33						
1.3.1	MGT1115E	Quản trị thương hiệu	Brand Mangement	3	3				MKT1101	
1.3.2	MGT1123E	Quản trị quan hệ khách hàng	Customer Ralationship Management	3	3				MGT1102E	
1.3.3	MGT1107E	Quản trị bán hàng	Sales Management	3	3				MKT1102E	
1.3.4	MGT1149	Quản trị bán lẻ	Retailing Management	3	3				MKT1101	
1.3.5	MKT1133E	Marketing B2B	B2B Marketing	3	3				MKT11012 MGT1123E	
1.3.6	MKT1134E	Marketing trực tiếp	Direct Marketing	3	3				MGT1102E	
1.3.7	MKT1343	Thực tập tốt nghiệp	Graduation Internship	3				3		

TT	Mã HP	Tên học phần		Số tín chỉ					Mã HP trước	Mã HP song hành
				<i>(Lý thuyết – LT; Thực hành – TH; Thí nghiệm – TN; Đồ án – ĐA; Thực tập – TT)</i>						
		Tiếng Việt	Tiếng Anh	Tổng	LT	TH/TN	ĐA	TT		
<i>Sinh viên chọn 1 trong 3 chuyên ngành sau hoặc Khóa luận tốt nghiệp</i>										
Chuyên ngành 1:		Quản trị Marketing	Marketing Management							
1.3.8	MKT1135E	Digital Marketing	Digital Marketing	3	3				MKT1101	
1.3.9	MKT1106E	Marketing quốc tế	International Marketing	3	3				MKT1101	
1.3.10	MKT1111E	Marketing dịch vụ	Service Marketing	3	3				MKT1102E	
1.3.11	BUS1104	Thương mại điện tử	E-commerce	3	3					
1.3.12	MKT1444	Khóa luận tốt nghiệp	Thesis	12			12			
Chuyên ngành 2:		Quản trị Thương hiệu	Brand Management							
1.3.8	MKT1145E	Những kỹ thuật làm tăng giá trị thương hiệu	Techniques to Increase Brand Value	3	3				MGT1115E	
1.3.9	MKT1123E	Thương hiệu số	Digital Branding	3	3				MGT1115E	
1.3.10	MKT1147E	Xây dựng thương hiệu cá nhân	Personal Branding	3	3				MGT1115E	
1.3.11	MKT1148	Chiến lược giá	Setting Profitable Pricing	3	3				MKT1102E	
1.3.12	MKT1444	Khóa luận tốt nghiệp	Thesis	12			12			
1.4 Kiến thức nền tảng rộng				32						
1.4.1 Khoa học tự nhiên				6						
1.4.1.1	MAT1103	Toán cao cấp	Advanced Mathematics	3	3					
1.4.1.2	STA1101	Xác suất thống kê	Principles of Probabilities and Statistics	3	3				MAT1103	
1.4.2 Khoa học chính trị				11						
1.4.2.1	POL1111	Triết học Mác – Lênin	Marxist-Leninist Philosophy	3	3					
1.4.2.2	POL1112	Kinh tế chính trị Mác – Lênin	Marxist-Leninist Political Economics	2	2					
1.4.2.3	POL1113	Chủ nghĩa xã hội khoa học	Scientific Socialism	2	2					

TT	Mã HP	Tên học phần		Số tín chỉ					Mã HP trước	Mã HP song hành
				<i>(Lý thuyết – LT; Thực hành – TH; Thí nghiệm – TN; Đồ án – ĐA; Thực tập – TT)</i>						
		Tiếng Việt	Tiếng Anh	Tổng	LT	TH/TN	ĐA	TT		
1.4.2.4	POL1114	Tư tưởng Hồ Chí Minh	Ho Chi Minh Ideology	2	2					
1.4.2.5	POL1115	Lịch sử Đảng Cộng sản Việt Nam	History of the Communist Party of Vietnam	2	2					
1.4.3 Pháp luật				3						
1.4.3.1	LAW1101	Pháp luật đại cương	Basics of Law	3	3					
1.4.4 Tin học				6						
1.4.4.1	ITE1201	Tin học đại cương	Introduction to Computer Basics	3	2	1				
1.4.4.2	ITE1262	Tin học thống kê	Apply Statistic	3	2	1			STA1101	
1.4.5 Thiết kế dự án				6						
1.4.5.1	SKII107	Project design 1	Project Design 1	3	3					
1.4.5.2	SKII108	Project design 2	Project design 2	3	3				SKII107	
1.5 Kiến thức ngành gần, khác ngành				6						
1.5.1	ACC1101	Nguyên lý kế toán	Principles of Accounting	3	3				ECO1101	
1.5.2	FIN1139	Quản trị tài chính	Financial Management	3	3					
1.6 Kiến thức đại cương khác				31						
1.6.1 Ngoại ngữ				28						
1.6.1.1	ENG2101	Tiếng Anh 1	English 1	4	4					
1.6.1.2	ENG2102	Tiếng Anh 2	English 2	4	4					
1.6.1.3	ENG2103	Tiếng Anh 3	English 3	4	4					
1.6.1.4	ENG2104	Tiếng Anh 4	English 4	4	4					
1.6.1.5	ENG2105	Tiếng Anh 5	English 5	4	4					
1.6.1.6	ENG2106	Tiếng Anh 6	English 6	4	4					
1.6.1.7	ENG2107	Tiếng Anh 7	English 7	4	4					
1.6.2. Giáo dục thể chất (sinh viên chọn 1 trong 4 nhóm sau)				3						

TT	Mã HP	Tên học phần		Số tín chỉ					Mã HP trước	Mã HP song hành
				<i>(Lý thuyết – LT; Thực hành – TH; Thí nghiệm – TN; Đồ án – ĐA; Thực tập – TT)</i>						
		Tiếng Việt	Tiếng Anh	Tổng	LT	TH/TN	ĐA	TT		
		<i>Nhóm 1</i>								
1.6.2.1.1	GYM1311	GDTC-Aerobic 1	Physical Education 1 (Aerobic)	1		1				
1.6.2.1.2	GYM1312	GDTC-Aerobic 2	Physical Education 2 (Aerobic)	1		1				
1.6.2.1.3	GYM1313	GDTC-Aerobic 3	Physical Education 3 (Aerobic)	1		1				
		<i>Nhóm 2</i>								
1.6.2.2.1	GYM1321	GDTC-Vovinam 1	Physical Education 1 (Vovinam)	1		1				
1.6.2.2.2	GYM1322	GDTC-Vovinam 2	Physical Education 2 (Vovinam)	1		1				
1.6.2.2.3	GYM1323	GDTC-Vovinam 3	Physical Education 3 (Vovinam)	1		1				
		<i>Nhóm 3</i>								
1.6.2.3.1	GYM1331	GDTC-Boxing 1	Physical Education 1 (Boxing)	1		1				
1.6.2.3.2	GYM1332	GDTC-Boxing 2	Physical Education 2 (Boxing)	1		1				
1.6.2.3.3	GYM1333	GDTC-Boxing 3	Physical Education 3 (Boxing)	1		1				
		<i>Nhóm 4</i>								
1.6.2.4.1	GYM1341	GDTC–Thể hình thẩm mỹ 1	Physical Education 1 (Body-building)	1		1				
1.6.2.4.2	GYM1342	GDTC–Thể hình thẩm mỹ 2	Physical Education 2 (Body-building)	1		1				
1.6.2.4.3	GYM1343	GDTC–Thể hình thẩm mỹ 3	Physical Education 3 (Body-building)	1		1				
1.6.3 Giáo dục quốc phòng an ninh (165 tiết)										
1.6.3.1	MIL1203	Giáo dục quốc phòng - an ninh	Military Education							

Ghi chú: Mã MH ký hiệu **xxxxxxE** – môn giảng dạy bằng tiếng Anh.

2.3. Kế hoạch giảng dạy dự kiến:

Phân bố kế hoạch giảng dạy chương trình đào tạo ngành Marketing (xem trang cuối cùng)

2.4. Mô tả tóm tắt nội dung các học phần:

Kinh tế vi mô: 3 tín chỉ

Thị trường được hình thành thông qua sự tương tác giữa cung và cầu, quá trình phân tích hành vi người tiêu dùng và nhà sản xuất giúp hiểu được sự hình thành thị trường và cơ sở vận động của thị trường, các quy luật kinh tế cơ bản như quy luật cung cầu, quy luật cạnh tranh đang chi phối thị trường. Từ đó sinh viên được trang bị công cụ phân tích để tiếp cận và hiểu các học phần tiếp theo.

Kinh tế vĩ mô: 3 tín chỉ

Học phần giới thiệu một số khái niệm cơ bản của kinh tế vĩ mô bao gồm: Đo lường tổng sản lượng quốc gia; Xác định sản lượng cân bằng quốc gia; chính sách tài khóa, chính sách tiền tệ; sự phối hợp chính sách tài khóa và tiền tệ trong nền kinh tế; Lạm phát và thất nghiệp; 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.

Quản trị học: 3 tín chỉ

Học phần cung cấp cho người học những kiến thức cơ bản về quản trị một tổ chức (doanh nghiệp). Qua học phần này người học sẽ nắm được lý thuyết chung về quản trị một tổ chức (doanh nghiệp), bao gồm: khái niệm và sự cần thiết của quản trị, các chức năng cơ bản của quản trị, các kỹ năng yêu cầu đối với nhà quản trị, ảnh hưởng của môi trường đến hoạt động của doanh nghiệp, ra quyết định quản trị, lãnh đạo và động viên nhân viên. Ngoài ra, học phần còn đề cập đến các tư tưởng quản trị và một số mô hình quản trị hiện đại.

Marketing căn bản: 03 tín chỉ

Học phần giới thiệu những kiến thức cơ bản về marketing: Ảnh hưởng của marketing trong doanh nghiệp, xu hướng của tiếp thị trong xu thế toàn cầu hóa, môi trường và thông tin về marketing; Phân khúc thị trường, xác định thị trường mục tiêu và định vị hàng hóa trên thị trường; Phân tích các đặc tính và hành vi của khách hàng; 04 phối thức trong hoạch định, tổ chức và thực hiện một chiến lược marketing hỗn hợp (Marketing Mix) gồm chiến lược phát triển sản phẩm (Product), chiến lược định giá sản phẩm (Price), chiến lược phân phối (Place), chiến lược chiêu thị (Promotion).

Quản trị marketing: 03 tín chỉ

Học phần cung cấp cho sinh viên kiến thức nền tảng về quản trị marketing dựa trên cơ sở sự thấu hiểu khách hàng, xây dựng thương hiệu mạnh, triển khai thực hiện các chương trình marketing để kết nối và duy trì mối quan hệ bền vững, lâu dài với khách hàng. Người học vừa được học lý thuyết vừa thảo luận tại lớp, tìm hiểu một số hoạt động marketing trong thực tế cũng như áp dụng các kiến thức đã học để đưa ra các kiến nghị marketing cho một doanh nghiệp cụ thể.

Hành vi người tiêu dùng: 03 tín chỉ

Học phần cung cấp cho sinh viên những kiến thức cơ bản về hành vi người tiêu dùng thông qua các lý thuyết về tâm lý học, tâm lý xã hội học, nhân khẩu học, truyền thông, văn hóa và kinh tế học. Sinh viên sẽ thông hiểu về vai trò trung tâm của người tiêu dùng trong công tác marketing và có thể vận dụng các mô hình tiếp thu từ môn học làm công cụ phân tích hành vi người tiêu dùng. Chiến lược marketing sẽ được xem xét dưới góc độ xã hội rộng hơn và sẽ bao gồm những vấn đề đương đại như đạo đức kinh doanh, các qui định của nhà nước, phong trào bảo vệ người tiêu dùng... Nội dung cụ thể bao gồm các khái niệm hành vi người tiêu dùng ứng dụng trong việc ra quyết định marketing, các mô hình hành vi tiêu dùng, các yếu tố ảnh hưởng đến quá trình ra quyết định mua hàng của người tiêu dùng và nghiên cứu hành vi người tiêu dùng

Nghiên cứu marketing: 03 tín chỉ

Học phần cung cấp kiến thức về các phương pháp xác định dữ liệu trong nghiên cứu marketing và phân tích dữ liệu nhằm xử lý và diễn giải dữ liệu từ lúc nhận ra dữ liệu thô đến khi đưa ra những chú thích từ dữ liệu ấy. Sinh viên nắm vững các quy trình và thống kê kiểm định và đánh giá kết quả thu thập, từ đó xây dựng bản báo cáo hoàn chỉnh về hình thức và nội dung trong báo cáo nghiên cứu marketing. Sinh viên có khả năng thực hiện nghiên cứu Marketing cho các doanh nghiệp.

Quản trị sản phẩm: 03 tín chỉ

Học phần giúp sinh viên hiểu và vận dụng quá trình quản trị sản phẩm, cũng như cách thức phát triển sản phẩm mới thông qua việc xác định và lựa chọn cơ hội, đưa ra khái niệm sản phẩm từ ý tưởng được lựa chọn, đánh giá khái niệm, phát triển sản phẩm và các hoạt động triển khai để đưa sản phẩm đến với khách hàng mục tiêu đáp ứng nhu cầu thị trường và mục tiêu của công ty. Học phần giúp sinh viên phát triển tư duy cũng như nâng cao kỹ năng giải quyết vấn đề và năng lực thực hành thông qua việc thảo luận nhóm, bài tập tình huống và đề án môn học

Quản trị kênh phân phối: 03 tín chỉ

Học phần cung cấp cho sinh viên các kiến thức chuyên sâu về việc quản lý các kênh marketing của một công ty bao gồm các chủ đề: các hệ thống kênh tiếp thị của các loại hình doanh nghiệp, thiết kế và điều hành một hệ thống kênh tiếp thị nhằm thực hiện mục tiêu của doanh nghiệp đề ra. Ngoài ra, học phần này cũng giới thiệu các loại hình kênh marketing đặc biệt mới phát triển gần đây như kênh nhượng quyền, kênh dịch vụ và kênh điện tử (online), và kênh tiếp thị quốc tế. Sinh viên vừa học lý thuyết vừa thảo luận tại lớp về nội dung của giáo trình đồng thời sử dụng sự hiểu biết mà mình đã tiếp thu được nhằm giải quyết một tình huống của một công ty do giảng viên chỉ định.

Truyền thông tích hợp (IMC): 03 tín chỉ

Học phần này sẽ giới thiệu về lĩnh vực truyền thông marketing tích hợp (IMC). Vai trò của quảng cáo và các công cụ chiêu thị khác trong một chương trình truyền thông marketing tích hợp trong một tổ chức sẽ được nhấn mạnh. Việc phát triển một chương trình truyền thông marketing tích hợp đòi hỏi sự hiểu biết về quy trình marketing nói chung; cách thức các công ty tổ chức những công cụ chiêu thị khác nhau; hành vi người tiêu dùng và lý thuyết truyền thông; làm thế nào để lập mục tiêu, như lập ngân sách cho chương trình IMC. Những công cụ IMC khác nhau sẽ được chú trọng kết hợp trong marketing hiện đại bao gồm quảng cáo, marketing trực tiếp, Internet và các trang mạng xã hội, khuyến mại, bán

hàng cá nhân và quan hệ công chúng. Chúng tôi cũng xem xét quy trình lên kế hoạch, phát triển và thực hiện IMC cũng như những yếu tố khác ảnh hưởng đến quy trình này.

Quan hệ công chúng: 03 tín chỉ

Học phần nghiên cứu các nguyên lý quan hệ công chúng trong kinh doanh. Học phần tập trung vào tìm hiểu các công cụ và kỹ thuật được dùng để đạt được và duy trì hình ảnh tích cực của doanh nghiệp trong công chúng bên trong và bên ngoài doanh nghiệp; các phân tích về quan điểm và thái độ của công chúng; các chính sách quan hệ công chúng; áp dụng các lý thuyết về quan hệ công chúng vào các tình huống thực tế. Người học sẽ phải làm một nghiên cứu thực tế.

Quản trị thương hiệu: 03 tín chỉ

Học phần này cung cấp cho người học những kiến thức lý thuyết và thực tiễn về quản lý sản phẩm và thương hiệu; các lý thuyết hiện đại về nhãn hiệu, giá trị nhãn hiệu và quản lý chiến lược nhãn hiệu. Đồng thời môn học sẽ chú trọng vào nội dung “bằng cách nào” và “tại sao” và giới thiệu những hướng dẫn cụ thể cho việc hoạch định, xây dựng, đo lường và quản lý giá trị thương hiệu (Brand equity).

Quản trị quan hệ khách hàng: 03 tín chỉ

Học phần nghiên cứu một cách tổng thể toàn bộ các khía cạnh của quản trị quan hệ khách hàng (CRM) bao gồm chiến lược, tổ chức, marketing và công nghệ thông tin. Thông qua việc phối hợp giữa lý thuyết và thực hành, môn học sẽ giúp người học đạt mục đích kinh doanh thông qua CRM, cách thức đạt mục tiêu, xây dựng chiến lược kinh doanh phù hợp với quản trị quan hệ khách hàng và chuyển tải chúng vào chiến lược marketing hiệu quả. Đồng thời, học phần hướng dẫn cách thức xây dựng và ứng dụng CRM trong thực tế. Người học vừa học lý thuyết vừa thực hành thông qua thảo luận, giải quyết vấn đề theo tình huống; tham quan thực tế và thu thập thông tin để viết báo cáo chuyên đề.

Quản trị bán hàng: 03 tín chỉ

Học phần cung cấp cho người học những kiến thức căn bản về Quản trị bán hàng cho nhà sản xuất, các đại lý bán sỉ, bán lẻ; các chức năng bán hàng và phương thức quản trị bán hàng hiệu quả. Học phần sẽ đề cập từ những khái niệm về bán hàng, các kiến thức cần thiết của người bán hàng, đến những kỹ thuật chào hàng, kỹ thuật bán lẻ hàng hóa, các chiến lược bán hàng hiệu quả. Đồng thời người học cũng được tiếp cận với các phương thức tổ chức quản lý bán hàng, phương pháp xây dựng tổ chức bán hàng và các biện pháp thúc đẩy bán hàng hiệu quả. Học phần vừa cung cấp lý thuyết vừa thực hành thông qua thảo luận, giải quyết vấn đề theo tình huống; tham quan thực tế và thu thập thông tin để viết báo cáo chuyên đề.

Quản trị bán lẻ: 03 tín chỉ

Học phần xây dựng hệ thống bán lẻ nhằm phát triển các kiến thức cơ bản về việc tổ chức và điều hành hệ thống bán lẻ. Cụ thể, học phần trang bị cho sinh viên các kiến thức cơ bản về vai trò và các loại hình bán lẻ hiện đại, tầm quan trọng của hệ thống bán lẻ đối với việc vận hành nền kinh tế, các yếu tố ảnh hưởng đến việc lựa chọn và xây dựng chuỗi bán lẻ, các phương pháp phân tích và đo lường hiệu quả của chuỗi bán lẻ để đảm bảo thực hiện các mục tiêu trong việc thiết kế chuỗi bán lẻ. Học phần cũng giới thiệu các yếu tố quan trọng trong tiến trình xây dựng và triển khai chiến lược bán lẻ: chiến lược tuyển dụng và quản trị nguồn nhân lực, dịch vụ khách hàng và CRM, vận dụng các chương trình truyền thông hỗn hợp (marketing communication mix). Ngoài ra, học phần cũng trình bày các vấn đề về thiết

kế và trang trí mặt bằng bán lẻ, lựa chọn khu vực bán lẻ và phân tích chi tiết các chiến lược giá áp dụng trong chuỗi bán lẻ. Bên cạnh việc cung cấp lý thuyết, các tình huống thực tế của một số doanh nghiệp lớn trên thị trường Việt Nam sẽ được giảng viên đưa ra để sinh viên thực hành theo nhóm nhằm áp dụng lý thuyết vào các tình huống cụ thể.

Marketing B2B: 03 tín chỉ

Marketing B2B (business to business marketing) khác rõ rệt với marketing sản phẩm và dịch vụ đến người tiêu dùng cuối cùng cả về mức độ lẫn bối cảnh. Hành vi mua của tổ chức khác với cách thức một người tiêu dùng cuối cùng đưa ra quyết định mua. Học phần nhấn mạnh môi trường kinh doanh và marketing công nghiệp, hành vi người mua, đánh giá các cơ hội marketing và thiết lập các chiến lược sản phẩm, định giá, phân phối và khuyến mại. Ngoài ra, học phần cũng lưu ý đến các chiến lược marketing dựa trên quan hệ (relationship marketing) và quản lý quan hệ khách hàng (CRM).

Marketing trực tiếp: 03 tín chỉ

Học phần cung cấp kiến thức marketing trực tiếp, một phần quan trọng trong toàn bộ chiến lược Marketing của công ty. Học phần sẽ kết hợp lý thuyết của marketing trực tiếp và marketing tương tác (interactive marketing) với các chiến lược thực tế cả các ví dụ. Marketing trực tiếp và tương tác yêu cầu một sự tập trung vào một tập hợp các kỹ năng nhằm tối đa các hiệu quả bao gồm lập hồ sơ khách hàng, nghiên cứu và kiểm tra, và lập kế hoạch phương tiện truyền thông tương tác (interactive media planning). Sinh viên sẽ học cách sử dụng các nguyên lý cơ bản của marketing trực tiếp để sáng tạo các chiến dịch công nghệ cao bằng cách sử dụng công nghệ hiện đại. Sinh viên vừa học lý thuyết vừa thực hành thông qua quan sát, tìm hiểu một số hoạt động marketing trong thực tế tại một số công ty cũng như thảo luận, giải quyết một vài vấn đề theo tình huống.

Digital Marketing : 03 tín chỉ

Digital Marketing là học phần chuyên sâu của sinh viên chuyên ngành Marketing. Học phần này sẽ hướng dẫn các bạn cách thức sử dụng các công cụ marketing trực tuyến như: website 2.0, các kênh quảng cáo trực tuyến, mạng xã hội Facebook, Blog 2.0, Email marketing, tối ưu hóa công cụ tìm kiếm SEO, PR trực tuyến...và sau đó các bạn có thể dễ dàng lập kế hoạch marketing trực tuyến, thực thi kế hoạch và đánh giá nó. Để học tốt học phần này, sinh viên cần trang bị kiến thức của các môn học marketing căn bản và quản trị marketing.

Marketing quốc tế: 03 tín chỉ

Học phần cung cấp những nội dung kiến thức cơ bản:

- Khái niệm, hoàn cảnh ra đời và lịch sử phát triển của kinh doanh quốc tế.
- Những yếu tố trong môi trường quốc tế có ảnh hưởng đến hoạt động kinh doanh quốc tế của doanh nghiệp.
- Các chiến lược, chính sách và các mặt hoạt động kinh doanh quốc tế giúp doanh nghiệp có thể cạnh tranh hiệu quả trong môi trường toàn cầu hóa và hội nhập kinh tế quốc tế.
- Những vấn đề mà các nhà quản trị làm việc trong môi trường kinh doanh quốc tế phải đối mặt hàng ngày và một số kinh nghiệm giải quyết tình huống trong kinh doanh quốc tế của các công ty đa quốc gia.

Marketing dịch vụ: 03 tín chỉ

Marketing dịch vụ là học phần quan trọng không thể thiếu của chuyên ngành marketing trong đó là những khái niệm, bản chất, các chức năng cơ bản của marketing truyền thông và dịch vụ đối với doanh nghiệp. Đây là học phần bắt buộc, yêu cầu sinh viên phải học để có những khái niệm đúng đắn về marketing dịch vụ trong bối cảnh kinh doanh hiện nay và có khả năng đánh giá một kế hoạch marketing truyền thông. Các nội dung căn bản về marketing dịch vụ này cần được nắm vững để đảm bảo sinh viên có thể lập kế hoạch, tổ chức, thực hiện và kiểm soát marketing truyền thông trong toàn bộ tiến trình marketing của doanh nghiệp.

Thương mại điện tử: 3 tín chỉ

Học phần cung cấp kiến thức cơ bản về thương mại điện tử, các mô hình kinh doanh, mô hình lợi nhuận, các quy trình kinh doanh; xác định các cơ hội của thương mại điện tử; bản chất quốc tế của thương mại điện tử; kiến thức về bán hàng trên web, các mô hình lợi nhuận và xây dựng giao diện web; Marketing trên web; mô hình chiến lược B2B từ EDI đến EC, các khái niệm về đấu giá, cộng đồng ảo và web portal; Các khái niệm về môi trường thương mại điện tử, các vấn đề luật pháp, đạo đức và thuế. Cung cấp các phương pháp tích hợp hoạch định thương mại điện tử trong kinh doanh; các chiến lược phát triển website thương mại điện tử; quản lý thực hiện dự án thương mại điện tử.

Những kỹ thuật làm gia tăng giá trị thương hiệu: 03 tín chỉ

Học phần cung cấp cho người học những kiến thức về những kỹ thuật làm tăng giá trị thương hiệu. Thông qua học phần người học biết kiến thức tổng quan về các phương thức cần thiết để phân tích thương hiệu, sự sáng tạo trong thương hiệu, phát triển thương hiệu và quản trị thương hiệu; ứng dụng các kỹ thuật để xây dựng thương hiệu mạnh và hiệu quả trên thị trường.

Thương hiệu số: 03 tín chỉ

Học phần cung cấp cho người học những kiến thức về thương hiệu số. Thông qua học phần người học biết cách xây dựng khung kế hoạch, thực thi và đo lường tính hiệu quả của chiến dịch kỹ thuật số. Cụ thể như: hiểu ý nghĩa xây dựng thương hiệu kỹ thuật số, tính thực tiễn của việc sử dụng công cụ và các kênh kỹ thuật số, quy trình phát triển chiến lược kỹ thuật số.

Xây dựng thương hiệu cá nhân: 03 tín chỉ

Học phần cung cấp cho người học những kiến thức về xây dựng thương hiệu bản thân. Thông qua học phần người học phân biệt sự khác nhau chủ yếu của quản trị thương hiệu về sản phẩm, dịch vụ và thương hiệu bản thân, hiểu lợi ích của xây dựng thương hiệu bản thân. Sau khi học xong người học có thể xây dựng và quản trị danh tiếng, phong cách, bề ngoài, thái độ và các kỹ năng của bản thân.

Chiến lược giá: 03 tín chỉ

Trong những cuộc khảo sát về những vấn đề mà các nhà điều hành marketing thường gặp phải, việc định giá được cho là vấn đề quan trọng nhất. Vì vậy, những ai theo đuổi nghề nghiệp trong lĩnh vực quản trị sản phẩm, phát triển sản phẩm, quảng cáo, nghiên cứu thị trường, quản trị tài chính và cả những ai muốn lập doanh nghiệp riêng cho mình đều có nhu cầu cao về kiến thức định giá. Học phần “Chiến lược định giá” chú trọng vào chiến lược và chiến thuật định giá trên phương diện lý thuyết và cách thức áp dụng vào nhiều tình huống marketing khác nhau trong thực tế. Phần lớn nội dung của học phần sẽ đề cập đến cách thức

doanh nghiệp thu hồi giá trị, lợi nhuận, cũng như doanh thu mà họ tạo ra. Một phần nội dung của học phần đề cập đến việc thay đổi giá và sự phản ứng của đối thủ cạnh tranh trước những phương thức định giá khác nhau của doanh nghiệp. Người học sẽ được cung cấp những ví dụ định giá khác nhau liên quan đến sản phẩm thiết yếu (lúa, gỗ, thiết bị bán dẫn) và những sản phẩm đặc chủng (ô tô, quần áo, máy tính) cho đến những dịch vụ (kế toán, ngân hàng, sửa nhà).

Thực tập tốt nghiệp: 3 tín chỉ

Học phần này giúp sinh viên:

- Tham gia vào hoạt động thực tế của ngành, chuyên ngành nhằm thực hành kỹ năng nghề nghiệp cũng như rèn luyện thái độ làm việc chuyên nghiệp, phát triển các mối quan hệ nhằm chuẩn bị cho nghề nghiệp tương lai;
- Vận dụng kiến thức lý thuyết và kỹ năng tư duy đã học vào việc quan sát, mô tả hoạt động của đơn vị thực tập;
- Kết thúc học phần, mỗi sinh viên phải trình bày kết quả làm việc của mình dưới hình thức một bản Báo cáo thực tập tốt nghiệp.

Sau khi kết thúc thời gian thực tập sinh viên có thể:

- Hiểu và mô tả được những đặc trưng, cơ cấu tổ chức quản lý, chức năng và nhiệm vụ các bộ phận trong đơn vị thực tập;
- Mô tả được (những) quy trình nghiệp vụ cụ thể;
- Biết, hiểu và vận dụng được những kỹ năng làm việc, kỹ năng chuyên môn tại một bộ phận nghiệp vụ phù hợp ngành, chuyên ngành đào tạo;
- Tổng hợp và trình bày được kết quả hoạt động, kết quả kinh doanh của đơn vị trong thời gian gần nhất;
- Phát triển khả năng kỹ năng trình bày một báo cáo nghiên cứu thực tế.

Khóa luận tốt nghiệp: 12 tín chỉ

Học phần này giúp sinh viên áp dụng kiến thức lý thuyết và kỹ năng tư duy đã học vào việc nghiên cứu một vấn đề cụ thể gắn với hoạt động ngành, chuyên ngành được đào tạo. Kết thúc học phần, mỗi sinh viên phải trình bày kết quả nghiên cứu của mình dưới hình thức một chuyên đề tốt nghiệp.

Học phần này có mục tiêu giúp sinh viên:

- Có khả năng phát hiện một vấn đề nghiên cứu có ý nghĩa về lý luận và thực tiễn. Vấn đề nghiên cứu có thể gắn với hoạt động của đơn vị thực tập tốt nghiệp cũng có thể là một vấn đề vĩ mô gắn với hoạt động của cả ngành, của thị trường. Biết nhận diện và xác định: Tính cấp thiết của vấn đề nghiên cứu; Đối tượng nghiên cứu, Phạm vi nghiên cứu, Câu hỏi nghiên cứu cho các mục tiêu nghiên cứu cụ thể. Đồng thời xây dựng kế hoạch nghiên cứu vấn đề đã được xác định;
- Có thể tổng hợp, hệ thống hóa những vấn đề lý thuyết (nghiên cứu trước) có liên quan vấn đề nghiên cứu đã xác định (Literature Review). Biết xây dựng danh mục tài liệu trích dẫn hay danh mục tham khảo (References, Bibliography);

- Có thể tổng hợp, phân tích vấn đề nghiên cứu đã xác định. Biết vận dụng các hình thức thu thập dữ liệu, sử dụng các công cụ xử lý dữ liệu phù hợp. Từ đó, có thể đánh giá thực trạng, phát hiện và đề xuất giải quyết những vấn đề bất cập của đối tượng nghiên cứu.
- Phát triển phương pháp nghiên cứu khoa học và kỹ năng trình bày báo cáo nghiên cứu.

Toán cao cấp: 3 tín chỉ

Học phần này là môn cơ bản dành cho tất cả sinh viên đại học, nhằm giới thiệu một số phương pháp toán cơ bản được sử dụng rộng rãi trong các môn học chuyên ngành. Nội dung của học phần bao gồm: định thức; ma trận, hệ phương trình tuyến tính; hàm nhiều biến, phép tính vi phân hàm nhiều biến, cực trị hàm nhiều biến, phương trình vi phân cấp 1, phương trình vi phân cấp 2.

Xác suất thống kê: 3 tín chỉ

Học phần này là môn cơ bản dành cho tất cả sinh viên đại học, trang bị cho sinh viên những kiến thức căn bản về xác suất cơ bản và các nguyên lý thống kê. Nội dung của học phần bao gồm: biến cố ngẫu nhiên, xác suất của một biến cố; biến ngẫu nhiên, luật phân phối xác suất; biến ngẫu nhiên nhiều chiều; mẫu và các đặc trưng mẫu; ước lượng tham số; kiểm định giả thuyết thống kê; lý thuyết tương quan và phương trình hồi quy tuyến tính đơn.

Triết học Mác-Lênin: 3 tín chỉ

Học phần cung cấp cho người học kiến thức khoa học nền tảng về Triết học Mác –Lênin; Nâng cao năng lực tư duy nhận thức khoa học, tư duy phản biện khoa học về thế giới khách quan, bao gồm: Chương 1- trình bày những nét khái quát nhất về triết học, triết học Mác –Lênin trong đời sống xã hội. Chương 2- trình bày những nội dung cơ bản của chủ nghĩa duy vật biện chứng, gồm vật đề vật chất và ý thức; phép biện chứng duy vật; lý luận nhận thức của chủ nghĩa duy vật biện chứng. Chương 3- trình bày những nội dung cơ bản của chủ nghĩa duy vật lịch sử, gồm vấn đề hình thái kinh tế - xã hội; giai cấp và dân tộc; nhà nước và cách mạng xã hội; ý thức xã hội; triết học về con người.

Kinh tế chính trị Mác-Lênin: 2 tín chỉ

Học phần cung cấp cho người học kiến thức khoa học nền tảng về Kinh tế chính trị Mác–Lênin; Nâng cao năng lực tư duy nhận thức khoa học, tư duy phản biện khoa học về thế giới khách quan, các học thuyết kinh tế; Hiểu được và biết vận dụng vào trong quá trình phân tích, xử lý, đánh giá hệ thống vấn đề khoa học lý thuyết và khoa học thực tiễn trong từng chương trình đào tạo ngành, chuyên ngành theo hệ thống quan điểm khoa học, theo tính chất, bản chất của từng hoạt động ngành nghề sản xuất, kinh doanh, dịch vụ, tư vấn trong cuộc sống xã hội. Nội dung chương trình gồm 6 chương: Trong đó, chương 1- bàn về đối tượng, phương pháp nghiên cứu và chức năng của Kinh tế chính trị Mác – Lênin. Từ chương 2 đến chương 6 trình bày nội dung cốt lõi của kinh tế chính trị Mác – Lênin, cụ thể các vấn đề như: Hàng hóa, thị trường và vai trò của các chủ thể trong nền kinh tế thị trường; Giá trị thặng dư và quan hệ lợi ích trong nền kinh tế thị trường; Cạnh tranh và độc quyền trong nền kinh tế thị trường; Kinh tế thị trường định hướng XHCN ở Việt Nam; Cách mạng công nghiệp và hội nhập kinh tế quốc trong phát triển của Việt Nam.

Chủ nghĩa xã hội khoa học: 2 tín chỉ

Nội dung học phần gồm 7 chương: Trong đó, chương 1 trình bày những vấn đề cơ bản có tính nhập môn của CNXHKKH (quá trình hình thành, phát triển của CNXHKKH). Từ chương 2 đến chương 7 trình bày nội dung cơ bản của CNXHKKH.

Tư tưởng Hồ Chí Minh: 02 tín chỉ

Học phần cung cấp cho người học kiến thức tư duy nhận thức khoa học hệ thống quan điểm toàn diện và sâu sắc về những vấn đề cơ bản của cách mạng Việt Nam; Hiểu được các quan điểm tư tưởng về giải phóng dân tộc, giải phóng giai cấp, giải phóng con người, về độc lập dân tộc gắn liền với chủ nghĩa xã hội, kết hợp sức mạnh dân tộc với sức mạnh thời đại, về sức mạnh của nhân dân, của khối đại đoàn kết dân tộc với đoàn kết quốc tế, xây dựng nhà nước thật sự của dân, do dân và vì dân; về quốc phòng toàn dân, về phát triển kinh tế và văn hóa, về đạo đức cách mạng và con người mới. Người học biết vận dụng và quá trình tự rèn luyện học tập và làm theo tư tưởng, đạo đức, phong cách Hồ Chí Minh trong thời đại mới.

Lịch sử Đảng cộng sản Việt Nam (CSVN): 02 tín chỉ

Học phần cung cấp cho người học về kiến thức vai trò lãnh đạo của Đảng Cộng sản Việt Nam, ngoài chương nhập môn gồm 03 chương nội dung, cụ thể: Sự ra đời của Đảng Cộng sản Việt Nam và lãnh đạo đấu tranh giành chính quyền (1930-1945); Đảng lãnh đạo hai cuộc kháng chiến giành độc lập, thống nhất đất nước, xây dựng và bảo vệ miền Bắc (1945 - 1975); Đảng lãnh đạo cả nước quá độ lên chủ nghĩa xã hội và tiến hành công cuộc đổi mới (1975-2018).

Pháp luật đại cương: 3 tín chỉ

Học phần lý luận về Nhà nước nghiên cứu hiện tượng Nhà nước theo quan điểm của chủ nghĩa Max- Lenine. Học phần giải quyết các vấn đề lý luận chung nhất về Nhà nước: nguồn gốc, bản chất, các kiểu, chức năng của nhà nước. Các nguyên tắc tổ chức bộ máy nhà nước, hình thức tổ chức và thực hiện quyền lực nhà nước.

Tin học đại cương: 3 tín chỉ

Học phần cung cấp cho sinh viên những kiến thức sau:

- Khái niệm cơ bản về công nghệ thông tin
- Khái niệm và các thao tác cơ bản trên một số đối tượng do hệ điều hành quản lý: tập tin, thư mục, ổ đĩa, ...
- Tiện ích trên Internet: web, thư điện tử, tìm kiếm thông tin, ...
- Sử dụng các phần mềm tiện ích thông dụng.
- Ứng dụng soạn thảo văn bản.
- Ứng dụng bảng tính.
- Trình bày báo cáo bằng phần mềm trình diễn.

Tin học thống kê: 3 tín chỉ

SPSS (Statistic Package for Social Science) là một phần mềm quản lý cơ sở dữ liệu và xử lý, phân tích thống kê chuyên nghiệp, linh hoạt, đa năng và rất mạnh so với các phần mềm có chức năng xử lý thống kê khác như: Lotus, Quattro, Excel, Stata, Epiinfo ...; nó ngày càng được sử dụng rộng rãi trong công tác nghiên cứu, xử lý, phân tích dữ liệu thống kê, đặc biệt đối với việc xử lý phân tích dữ liệu của các cuộc điều tra bằng bảng câu hỏi;

- SPSS rất mạnh trong việc phân tích mối tương quan giữa các tiêu chí của sự vật, hiện tượng mà các phần mềm khác khó, hoặc không thực hiện được;
- SPSS giúp người nghiên cứu có thể phân tích các xu hướng phát triển của hiện tượng, sự vật thông qua các số liệu thống kê từ đó đưa ra các dự báo trong nghiên cứu;
- SPSS for Window thân thiện với người sử dụng, dễ dàng liên kết để lấy dữ liệu, hoặc xuất kết quả qua các phần mềm ứng dụng khác như Excel, Access.

Project design 1: 3 tín chỉ

Học phần Thiết kế dự án 1 đóng vai trò quan trọng (như mục tiêu nêu trên) trong việc hỗ trợ sinh viên đạt chuẩn quốc tế CDIO [Conceive – Design – Implement – Operate: Hình thành ý tưởng - Thiết kế ý tưởng - Thực hiện ý tưởng - Vận hành] trong giáo dục đào tạo, đảm bảo các chuẩn đầu ra theo quy định của nhà trường, đồng thời đáp ứng yêu cầu cao về kỹ năng của thị trường lao động.

Project design 2: 3 tín chỉ

Với quan niệm “Người học là trung tâm”, học phần tập trung hình thành và phát triển các kỹ năng phát hiện và giải quyết vấn đề thông qua chủ đề lớp qua 12 bước cơ bản: 1) Phát hiện vấn đề; 2) Khảo sát sự tồn tại của vấn đề; 3) Khảo sát nhu cầu giải quyết vấn đề và thiết lập các chỉ số mục tiêu; 4) Khảo sát các giải pháp hiện có của vấn đề; 5) Phân tích nguyên nhân của vấn đề và thiết lập các điều kiện ràng buộc cho giải pháp; 6) Chọn nguyên nhân giải quyết; 7) Khảo sát thực trạng vấn đề cụ thể, 8) Khảo sát nhu cầu giải quyết vấn đề cụ thể; 9) Khảo sát các giải pháp hiện có; 10) Thiết lập các đặc tính kỹ thuật; 11) Đề xuất đánh giá lựa chọn giải pháp; 12) Kế hoạch hiện thực hoá giải pháp. Sinh viên làm việc theo từng nhóm thiết lập các chủ đề nhóm để giải quyết vấn đề tự chọn thuộc khuôn khổ chủ đề lớp.

Với sự hướng dẫn của giảng viên, sinh viên xác định mức độ tự chủ của mình trong quá trình hoàn thành trách nhiệm cá nhân và trách nhiệm của một thành viên trong nhóm.

Sinh viên tìm kiếm thông tin để chứng minh cho sự tồn tại của vấn đề, nhu cầu giải quyết vấn đề, tìm hiểu các giải pháp hiện tại đối với vấn đề, phân tích các nguyên nhân của vấn đề, thiết lập các chỉ số cơ bản về thiết kế giải pháp, hình thành khái niệm giải quyết vấn đề. Sinh viên sử dụng kiến thức liên ngành trong quá trình hình thành khái niệm giải pháp. Quá trình tìm và giải quyết vấn đề mang tính khoa học và lô-gic cao.

Nguyên lý kế toán: 3 tín chỉ

Học phần cung cấp cho người học những kiến thức nền tảng về kế toán, từ đó giúp người học có cơ sở tiếp tục nghiên cứu những nội dung chuyên sâu về chuyên ngành kế toán. Cụ thể như nghiên cứu về: đối tượng kế toán, vai trò và chức năng của kế toán, các phương pháp kế toán - phương pháp chứng từ, kiểm kê, tài khoản, ghi sổ, tính giá, tổng hợp và cân đối kế toán. Ngoài ra môn học giúp người học hiểu về tổ chức công tác kế toán, các hình thức kế toán, hệ thống báo cáo tài chính.

Quản trị tài chính: 03 tín chỉ

Học phần giới thiệu: các quyết định dùng trong quản trị tài chính, phân biệt các quyết định; Mục tiêu của quản trị tài chính; lý thuyết thời giá tiền tệ, cách xác định thời giá tiền tệ thông qua giá trị hiện tại và giá trị tương lai; Các kỹ thuật dùng trong phân tích tài chính doanh nghiệp như phân tích thông qua các tỷ số tài chính; cách xác định và đánh giá; phân tích độ bầy hoạt động, độ bầy tài chính doanh nghiệp; kỹ thuật quản trị vốn lưu động như quản trị tiền mặt, quản trị khoản phải thu, quản trị hàng tồn kho cũng như ước lượng nhu cầu vốn doanh nghiệp trong tương lai; Các nguồn tài trợ của một doanh nghiệp và chi phí sử dụng các nguồn tài trợ.

Tiếng Anh 1: 4 tín chỉ

Học phần này giúp sinh viên phát triển các kỹ năng Nghe, Nói, Đọc, và Viết cũng như kiến thức cơ bản về ngữ pháp và sử dụng được các từ vựng cơ bản trong giao tiếp hàng ngày như miêu tả người, vật, lên kế hoạch cho bản thân. Học phần là tiền đề quan trọng để sinh viên tự tin hơn trong giao tiếp và có thể sử dụng tiếng Anh cho việc học và tham khảo các môn chuyên ngành. Bên cạnh đó, học phần giúp sinh viên nhận thấy được ý nghĩa của tiếng Anh trong việc phát triển chuyên môn và nghề nghiệp sau này để từ đó có thái độ đúng đắn hơn đối với học tập tiếng Anh.

Học phần được thiết kế nhằm cung cấp cho sinh viên vốn từ vựng, cấu trúc văn phạm cơ bản trong tiếng Anh, và những bài tập rèn luyện 4 kỹ năng, đặc biệt chú trọng kỹ năng nghe và nói. Sinh viên được rèn luyện ngữ âm và khả năng diễn đạt tự tin với những ngữ liệu được cung cấp trong giáo trình xoay quanh các chủ đề quen thuộc trong cuộc sống thường ngày (bản thân, gia đình, bạn bè,...), giao tiếp học thuật và công sở.

Tiếng Anh 2: 4 tín chỉ

Học phần này giúp sinh viên phát triển các kỹ năng Nghe, Nói, Đọc, và Viết cũng như kiến thức cơ bản về ngữ pháp và sử dụng được các từ vựng cơ bản trong giao tiếp hàng ngày ở cấp độ tương đối phức tạp hơn so với học phần GEP 1. Học phần là tiền đề quan trọng để sinh viên tự tin hơn trong giao tiếp và có thể sử dụng tiếng Anh cho việc học và tham khảo các môn chuyên ngành. Bên cạnh đó, học phần giúp sinh viên nhận thấy được ý nghĩa của tiếng Anh trong việc phát triển chuyên môn và nghề nghiệp sau này để từ đó có thái độ đúng đắn hơn đối với học tập tiếng Anh.

Học phần được thiết kế nhằm cung cấp cho sinh viên vốn từ vựng, cấu trúc văn phạm cơ bản trong tiếng Anh, và những bài tập rèn luyện 4 kỹ năng, đặc biệt chú trọng kỹ năng nghe và nói. Sinh viên được rèn luyện ngữ âm và khả năng diễn đạt tự tin với những ngữ liệu được cung cấp trong giáo trình xoay quanh các chủ đề quen thuộc như các vấn đề liên quan đến cá nhân, đưa ra yêu cầu, đặt và mua hàng, nói chuyện trên điện thoại, thể hiện sự quan tâm đến nội dung cuộc đàm thoại.

Tiếng Anh 3: 4 tín chỉ

Học phần này giúp sinh viên phát triển các kỹ năng Nghe, Nói, Đọc, và Viết cũng như kiến thức cơ bản về ngữ pháp và sử dụng được các từ vựng ở mức độ khá phức tạp và liên quan đến việc giải quyết các tình huống yêu cầu mức độ ngôn ngữ ở mức tiền trung cấp. Học phần là tiền đề quan trọng để sinh viên tự tin hơn trong giao tiếp và có thể sử dụng tiếng Anh cho việc học và tham khảo các môn chuyên ngành. Bên cạnh đó, học phần giúp sinh viên nhận thấy được ý nghĩa của tiếng Anh trong việc phát triển chuyên môn và nghề nghiệp sau này để từ đó có thái độ đúng đắn hơn đối với học tập tiếng Anh.

Học phần được thiết kế nhằm cung cấp cho sinh viên vốn từ vựng, cấu trúc văn phạm cơ bản trong tiếng Anh, và những bài tập rèn luyện 4 kỹ năng, đặc biệt chú trọng kỹ năng nghe và nói. Sinh viên được rèn luyện ngữ âm và khả năng diễn đạt tự tin với những ngữ liệu được cung cấp trong giáo trình xoay quanh các chủ đề quen thuộc và tương đối phức tạp trong giao tiếp hằng ngày như nghe và chia sẻ các vấn đề của người khác, khiếu nại, xin lỗi và thể hiện sự đồng cảm.

Tiếng Anh 4: 4 tín chỉ

Học phần được thiết kế nhằm cung cấp cho sinh viên vốn từ vựng, cấu trúc văn phạm ở cấp độ trung cấp trong tiếng Anh, và những bài tập rèn luyện 4 kỹ năng, đặc biệt chú trọng kỹ năng nghe và nói. Sinh viên được rèn luyện ngữ âm và khả năng diễn đạt tự tin với những ngữ liệu được cung cấp trong giáo trình xoay quanh các chủ đề quen thuộc trong cuộc sống, giao tiếp học thuật và công sở như thể hiện sự đồng ý hay phản đối trong lúc thảo luận, phản hồi thông tin.

Tiếng Anh 5: 4 tín chỉ

Học phần được thiết kế nhằm tiếp tục cung cấp cho sinh viên vốn từ vựng mở rộng, các điểm văn phạm, cấu trúc nâng cao trong tiếng Anh, và những bài tập rèn luyện kỹ năng - chú trọng cả 4 kỹ năng nghe, nói, đọc và viết, đặc biệt là những kỹ năng làm bài thi IELTS.

Học phần giúp sinh viên rèn luyện kỹ năng giao tiếp tự tin, trôi chảy, sử dụng từ ngữ linh hoạt, trong hầu hết những tình huống quen thuộc trong đời sống thường ngày cũng như trong công việc; có khả năng thảo luận, nêu quan điểm, nhận xét đánh giá đối với kết quả công việc.

Tiếng Anh 6: 4 tín chỉ

Học phần được thiết kế nhằm tiếp tục cung cấp cho sinh viên vốn từ vựng mở rộng, các điểm văn phạm, cấu trúc nâng cao trong tiếng Anh, và những bài tập rèn luyện kỹ năng - chú trọng cả 4 kỹ năng nghe, nói, đọc và viết, đặc biệt là những kỹ năng làm bài thi IELTS. Môn học giúp sinh viên rèn luyện kỹ năng giao tiếp tự tin, trôi chảy, sử dụng từ ngữ linh hoạt, trong hầu hết những tình huống quen thuộc trong đời sống thường ngày cũng như trong công việc; có khả năng thảo luận, nêu quan điểm, nhận xét đánh giá đối với kết quả công việc. Môn học hướng tới giúp sinh viên đạt chuẩn đầu ra của chương trình đào tạo.

Tiếng Anh 7: 4 tín chỉ

Học phần được thiết kế nhằm tiếp tục cung cấp cho sinh viên vốn từ vựng mở rộng, các cấu trúc ngữ pháp nâng cao và những bài tập rèn luyện kỹ năng làm bài thi IELTS - chú trọng nâng cao 4 kỹ năng nghe, nói, đọc và viết. Học phần giúp sinh viên rèn luyện và áp dụng hiệu quả các chiến lược làm bài thi, và hướng tới giúp sinh viên đạt chuẩn đầu ra của chương trình đào tạo.

Giáo dục thể chất 1, 2, 3: 3 tín chỉ

Học phần trang bị cho người học các kiến thức cơ bản về giáo dục thể chất, các kỹ thuật, phương pháp tập luyện nhằm rèn luyện và nâng cao sức khỏe, thẩm mỹ. Người học có thể chọn các học phần yêu thích để tập luyện phù hợp với thể lực của bản thân như: Thể hình thẩm mỹ (GYM), Aerobic, Boxing, Vovinam.

Giáo dục quốc phòng – an ninh: 165 tiết (05/2020/TT-BGDĐT, ngày 18/03/2020)

Học phần trang bị cho người học hiểu biết cơ bản về chủ trương, đường lối quốc phòng, an ninh của Đảng, Nhà nước về xây dựng nền quốc phòng toàn dân, an ninh nhân dân, yêu chủ nghĩa xã hội. Nắm được kiến thức cơ bản về công tác quốc phòng và an ninh trong tình hình mới. Thực hiện kỹ năng cơ bản về kỹ thuật, chiến thuật quân sự cấp trung đội, biết sử dụng súng ngắn và một số loại vũ khí bộ binh thường dùng. Môn học được phân thành 04 phần: phần 1- Đường lối quốc phòng an ninh của Đảng Cộng sản Việt Nam, phần 2- Công tác quốc phòng an ninh, phần 3- Quân sự chung, chiến thuật, kỹ thuật bắn súng ngắn và sử dụng lựu đạn, phần 4- Hiểu biết chung về quân, binh chủng.

III. HƯỚNG DẪN THỰC HIỆN CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO:

1. Chương trình đào tạo này áp dụng từ khóa tuyển sinh **năm 2020**.
2. Chương trình đào tạo được thực hiện theo kế hoạch giảng dạy của Nhà trường, Khoa quản lý.
3. Các học phần được phân công giảng dạy bởi các khoa, trung tâm, đơn vị quản lý học phần và được giảng dạy theo đề cương chi tiết học phần thống nhất đã được phê duyệt. Tất cả các hoạt động giảng dạy và đánh giá thực hiện phù hợp với bản đặc tả trong chương trình đào tạo.
4. Việc tổ chức giảng dạy, kiểm tra, đánh giá học phần được thực hiện theo các quy chế đào tạo theo tín chỉ và các quy định liên quan hiện hành của Trường Đại học Kinh tế - Tài chính Thành phố Hồ Chí Minh.
5. Trưởng Khoa Kinh tế, Trưởng ngành phụ trách đào tạo chịu trách nhiệm tổ chức và hướng dẫn các nguyên tắc để phát triển đề cương chi tiết nhằm đảm bảo mục tiêu, nội dung và các yêu cầu được đáp ứng, đồng thời thỏa mãn được nhu cầu của người học và xã hội. Dựa trên đề cương chi tiết học phần Khoa, Trưởng ngành đề xuất các điều kiện phục vụ cho công tác đào tạo về đội ngũ, trang thiết bị, quan hệ doanh nghiệp, thực tập,...
6. Chương trình đào tạo được rà soát cập nhật mỗi năm (những thay đổi nhỏ như cập nhật chính sách tuyển sinh, tài liệu giảng dạy học tập, cải tiến công tác giảng dạy và đánh giá) và rà soát 02 năm một lần (chủ yếu xem xét điều chỉnh thay đổi, thêm hoặc bỏ các học phần) để đáp ứng các yêu cầu của các bên liên quan.