

Số: 10 /UEF

Tp. Hồ Chí Minh, ngày 06 tháng 4 năm 2020

ĐỀ ÁN ĐĂNG KÝ MỞ NGÀNH ĐÀO TẠO

Tên ngành: **Quảng cáo**; Mã số: **7320110**

Trình độ đào tạo: **Đại học- Chính quy**

Kính gửi: **Hội đồng trường**

Trường Đại học Kinh tế - Tài chính thành phố Hồ Chí Minh

I. Sự cần thiết mở ngành đào tạo

1. Giới thiệu khái quát về cơ sở đào tạo

Trường Đại học Kinh tế - Tài chính thành phố Hồ Chí Minh (UEF) được thành lập ngày 24 tháng 9 năm 2007 theo Quyết định số 1272/QĐ-TTg của Thủ tướng chính phủ. UEF theo đuổi mục tiêu là đại học hàng đầu Việt Nam và hướng tới chuẩn mực đào tạo Quốc tế gắn liền triết lý Chất lượng - Hiệu quả - Hội nhập.

Với mục tiêu nhất quán, UEF hướng tới tiêu chuẩn giáo dục đại học kết hợp tinh hoa giáo dục đại học Quốc tế cùng chuyển biến kinh tế trong bối cảnh hội nhập, đào tạo chuyên sâu về Kinh tế, tài chính đáp ứng nhu cầu chất lượng nguồn nhân lực ngày càng cao của xã hội. Trụ sở đào tạo tọa lạc tại số 141 - 145 Điện Biên Phủ, P. 15, Q. Bình Thạnh, TP.HCM. Với vị trí thuận ở khu vực trung tâm thành phố, hệ thống học tập tiện nghi, phòng học được thiết kế khoa học và được trang bị các thiết bị dạy, học hiện đại như máy lạnh, máy chiếu, hệ thống mạng wireless, hệ thống âm thanh, ánh sáng phù hợp giúp việc dạy và học đạt hiệu quả cao.

Trung tâm Thư viện của Trường có nguồn tài nguyên phong phú và đa dạng, bao gồm nguồn tài liệu giấy và đặc biệt là nguồn tài liệu điện tử. Số đầu sách tại Trung tâm Thư viện luôn đảm bảo yêu cầu cho các chuyên ngành đào tạo. Nguồn tài liệu được chọn lọc kỹ về nội dung theo yêu cầu của giảng viên và sinh viên, đảm bảo tính mới, bao quát nội dung chương trình đào tạo, đáp ứng đủ cho sinh viên tất cả các ngành đang theo học tại UEF.

Ngoài ra, UEF đang triển khai dự án tại Khu Nam Sài Gòn có diện tích 5.5 ha với chiến lược xây dựng thành khu học xá phức hợp hiện đại tại Tp.HCM vào năm 2020. Bên cạnh đó, UEF có những mối quan hệ hợp tác với nhiều tổ chức giáo dục và trường đại học trên thế giới. Trường đã thiết lập được quan hệ và liên kết đào tạo với các trường đại

học nước ngoài như Đại học Missouri St. Louis- UMSL (Hoa Kỳ), Đại học Pittsburgh (Hoa Kỳ), ký kết thỏa thuận hợp tác với Đại học Murray (Hoa Kỳ), Đại học Indiana (Hoa Kỳ), Đại học Dominican (Hoa Kỳ). Qua những mối quan hệ hợp tác đó, nhiều giảng viên cũng hưởng được học bổng và sang thực tập tại trường bạn.

Xác định hướng đi mang tầm chiến lược kết hợp cùng thành quả UEF đạt được hơn 10 năm qua, phần nào đã đưa thương hiệu đào tạo của nhà trường đứng vững trong phân khúc đào tạo nhân lực chuẩn quốc tế tại Việt Nam, mang đến sự tin tưởng tuyệt đối trong lòng thí sinh và phụ huynh cả nước. Đội ngũ cán bộ khoa học có tâm huyết và uy tín khoa học cao đã và đang tiếp tục nghiên cứu, tìm hiểu và ứng dụng các chương trình giảng dạy tiên tiến, kết hợp với nội dung chương trình của Bộ Giáo dục và Đào tạo.

1.1. Tổ chức bộ máy lãnh đạo của trường

Ban lãnh đạo gồm: Hội đồng Quản trị, Ban Giám hiệu

Về khối hành chính có 11 đơn vị trực thuộc:

- Văn phòng Trường (đơn vị trực thuộc: Trung tâm Đảm bảo chất lượng, Trung tâm Quản lý cơ sở vật chất, Trung tâm Quản lý Công nghệ thông tin, Ban thanh tra)

- Phòng Tài chính

- Phòng Khảo thí

- Phòng Đào tạo (đơn vị trực thuộc: Trung tâm Hỗ trợ học vụ, Trung tâm Đào tạo và thiết kế dự án, thư viện)

- Phòng Khoa học công nghệ

- Trung tâm vấn tuyển sinh

- Trung tâm Thông tin – Truyền thông

- Trung tâm Hợp tác doanh nghiệp

- Ban Quản lý dự án cơ sở Nam Sài Gòn.

- Tạp chí Phát triển và Hội nhập

Phòng Công tác sinh viên (đơn vị trực thuộc: Trung tâm Kết nối cộng đồng)

Về Khối đào tạo có 09 đơn vị trực thuộc, cụ thể:

- Khoa Kinh tế

- Khoa Tiếng Anh

- Khoa Ngôn ngữ và Văn hóa quốc tế

- Khoa Luật và Quan hệ quốc tế

- Khoa Quan hệ công chúng và Truyền thông

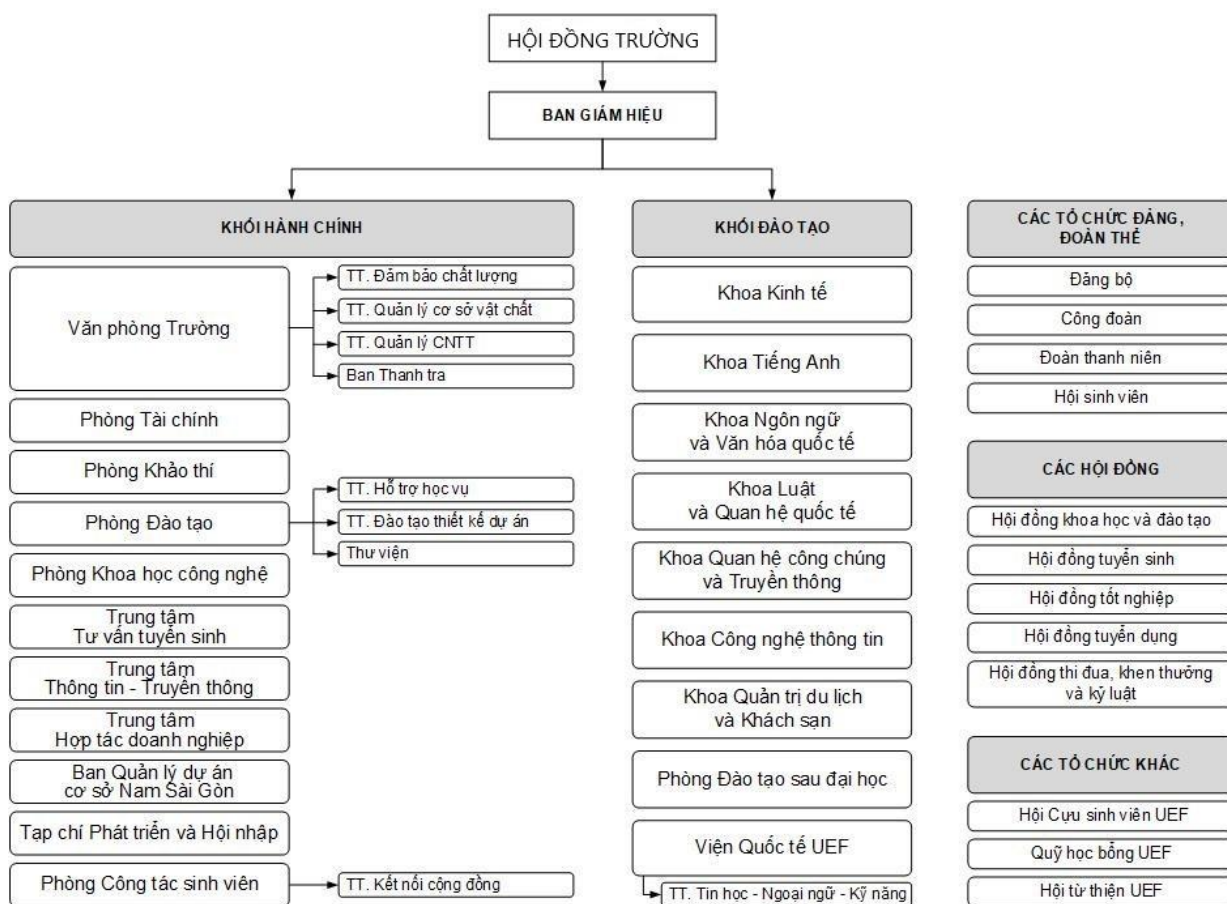
- Khoa Công nghệ thông tin

- Khoa Quản trị Du lịch và Khách sạn

- Phòng Đào tạo sau đại học

- Viện Quốc tế UEF (quản lý Trung tâm Tin học – Ngoại ngữ - Kỹ năng)

Các tổ chức chính trị xã hội gồm có: Đảng bộ, Công đoàn, Đoàn thanh niên, Hội sinh viên.



Hình: Sơ đồ cơ cấu tổ chức trường Đại học Kinh tế - Tài chính thành phố Hồ Chí Minh năm học 2019-2020

1.2. Công tác đào tạo của trường

Sự thành công của công tác đào tạo tại UEF nhờ những điểm nhấn quan trọng như sau:

- Chương trình tiên tiến, giáo trình hiện đại, nội dung cập nhật, phù hợp với yêu cầu thực tiễn trong xu thế hội nhập toàn cầu.

- Lớp học nhỏ, hầu hết khoảng 40 sinh viên, riêng lớp tiếng Anh khoảng 20 sinh viên. Phòng học trang bị hiện đại, dễ dàng thay đổi linh hoạt theo từng phương pháp giảng dạy. Đây là điều kiện tiên quyết đảm bảo hiệu quả của các phương pháp giảng dạy tích cực, là điều kiện thuận tiện để giảng viên nắm chắc trình độ của từng sinh viên, hướng đến việc cá nhân hóa quá trình đào tạo.

- Đội ngũ giảng viên ưu tú, được chọn lọc theo các chuẩn mực: tâm huyết, giỏi chuyên môn, giàu kinh nghiệm thực tế, nhuần nhuyễn trong phương pháp, thân thiện và gần gũi với sinh viên.

- Các phương pháp giảng dạy tích cực được áp dụng trong tất cả các môn học, giúp phát triển mạnh mẽ khả năng tư duy độc lập và sáng tạo, phát huy năng lực tự học, tự giải quyết vấn đề, đồng thời qua đó hỗ trợ sinh viên rèn luyện các kỹ năng.

- Giảng dạy theo hướng truyền đạt tinh hoa, nhấn mạnh phương pháp tương tác, xử lý tình huống, giải quyết vấn đề cùng các kỹ thuật hỗ trợ như làm việc nhóm, thảo luận, thuyết trình, v.v... chính là những nét đặc trưng của các lớp học tại UEF.

- Giáo dục kỹ năng là một trong những trọng tâm đào tạo của UEF, với mong muốn đào tạo ra những sinh viên có khả năng đáp ứng đòi hỏi cao của thị trường lao động hiện nay. Bên cạnh việc đào tạo các kiến thức chuyên môn, nhà trường cũng chú trọng vào việc đào tạo các kỹ năng cứng được chú trọng trong các môn học chuyên môn. Kỹ năng mềm được đưa vào chương trình huấn luyện chính khóa, ngoại khóa, đồng thời sinh viên có cơ hội vận dụng và rèn luyện trong tất cả các môn học khác cũng như trong các hoạt động ngoài lớp học.

- Anh ngữ: Sinh viên được xếp lớp học theo trình độ ngay từ lúc trúng tuyển vào trường, nhà trường thực hiện giảng dạy các chương trình đào tạo song ngữ, việc giảng dạy tiếng anh được thực hiện bởi các GV nước ngoài và GV có nhiều kinh nghiệm, đảm bảo khi tốt nghiệp, sinh viên có khả năng sử dụng tiếng Anh khá thông thạo trong giao tiếp nghề nghiệp, có thể làm việc trong môi trường quốc tế.

- Hệ thống thông tin và truyền thông:

+) Thư viện hiện đại với sự kết hợp giữa hai loại hình: truyền thống và điện tử. Đặc biệt, UEF đẩy mạnh hướng phát triển thư viện điện tử, số đầu sách phong phú, liên thông với thư viện của nhiều trường đại học, các cơ sở dữ liệu lớn ở trong và ngoài nước. Thông qua internet, người sử dụng có thể truy cập tài liệu thư viện vào bất cứ lúc nào, từ bất cứ nơi đâu.

+) Internet wifi hoạt động 24/7 tại tất cả các cơ sở của trường, phục vụ tốt nhất cho việc học tập và giảng dạy, nhất là theo phương pháp mới.

+) Phần mềm quản lý riêng có của UEF không chỉ giúp nâng cao hiệu quả quản lý, đáp ứng nhu cầu đào tạo theo học chế tín chỉ, mà còn là môi trường giao tiếp thuận tiện, kể cả giữa nhà trường với phụ huynh, giữa phụ huynh với sinh viên thông qua việc theo dõi tiến độ và kết quả học tập trên internet.

- Gắn kết lý thuyết và thực tiễn thông qua hai quá trình:

+) Quá trình đưa thực tế vào môi trường đào tạo được thực hiện trên cơ sở mời chọn những giảng viên giàu kinh nghiệm thực tế, những nhà quản lý giỏi và có khả năng sư phạm tham gia giảng dạy cho trường, những doanh nhân thành đạt chia sẻ kinh nghiệm cùng sinh viên. Bên cạnh đó, giảng dạy theo tình huống là phương pháp quan trọng để giúp sinh viên tiếp cận thực tế trong bài học.

+) Quá trình dẫn dắt sinh viên tiếp cận thực tế, được thực hiện trên cơ sở:

✓ Thực hành chuyên môn qua các đợt khảo sát thực tế và viết tiểu luận, làm dự án gắn kết nội dung từng môn học.

✓ Tổ chức hoạt động định hướng nghề nghiệp cho sinh viên có cơ hội trải nghiệm và biến kiến thức thành quy trình, thành hoạt động thực tế.

✓ Kiến tập ở năm thứ ba là cơ hội để sinh viên được tiếp cận nghề nghiệp và làm quen với những công việc sẽ đảm nhiệm trong tương lai.

✓ Thực tập tốt nghiệp ở cuối năm thứ tư là sự trải nghiệm toàn diện về việc làm như là một nhân viên thực thụ ở nơi thực tập. Sinh viên sẽ học cách vận dụng kiến thức vào thực tiễn, thực hành và rèn luyện kỹ năng, trau dồi thái độ hành xử...

✓ Nét nổi bật là có sự liên kết, phối hợp chặt chẽ giữa nhà trường với nhiều doanh nghiệp đối tác lớn, có uy tín để thực hiện hai quá trình nêu trên.

- Các trình độ đào tạo hiện nay:

+) Đại học: 4 năm

+) Thạc sĩ: 2 năm

+) Tiến sĩ: 3-4 năm

1.3. Các ngành nghề đào tạo

Hiện nay, UEF đang đào tạo 20 ngành học thuộc hệ Đại học và Cao đẳng chính quy, cụ thể là: ngành Tài chính ngân hàng, ngành Quản trị kinh doanh, ngành Kế toán, ngành Công nghệ thông tin, ngành Ngôn ngữ Anh, ngành Ngôn ngữ Nhật, ngành Luật kinh tế, ngành Luật quốc tế, ngành Marketing, ngành Kinh doanh Quốc tế, ngành Thương mại điện tử, ngành Quản trị nguồn nhân lực, ngành Quản trị dịch vụ du lịch và lữ hành, ngành Quản trị khách sạn, ngành Quan hệ quốc tế, ngành Quan hệ công chúng, ngành Logistics và quản lý chuỗi cung ứng, ngành Luật, ngành Công nghệ truyền thông, ngành Ngôn ngữ Hàn Quốc.

Đối với hệ Sau đại học, trường đang đào tạo trình độ thạc sĩ với 03 ngành: Quản trị kinh doanh, Tài chính - Ngân hàng và Kế toán; trình độ tiến sĩ với 01 ngành: Quản trị kinh doanh. Số lượng sinh viên hiện nay như sau:

- Cao học : 380
- Đại học chính quy : 5970

Trường đã hoàn thành xây dựng mục tiêu đào tạo chung cho các ngành theo tiêu chuẩn quốc gia. Hội đồng Khoa học của trường cũng đã xem xét, ban hành chương trình đào tạo cho tất cả các ngành đào tạo (phù hợp theo chương trình khung của Bộ Giáo Dục và Đào tạo).

1.4. Đội ngũ cán bộ giảng dạy và quản lý

Với chính sách đãi ngộ cao và môi trường đào tạo tiên tiến, UEF đã tập hợp được một đội ngũ giảng dạy và quản lý nhiều kinh nghiệm, nhanh chóng thu hút được đội ngũ giảng viên trẻ, nhiệt huyết, có học vị Thạc sĩ trở lên. Việc cân bằng yếu tố sức trẻ và kinh nghiệm là hết sức quan trọng. Vì vậy, Nhà trường mạnh dạn bố trí, sắp xếp giảng viên trẻ vào đội ngũ giảng viên ở các Khoa - Bộ môn. Bên cạnh những nhà chuyên môn, tư vấn có kinh nghiệm giúp đỡ nhằm chuẩn bị cho lực lượng kế thừa, công tác huấn luyện giảng viên trẻ được chú trọng thông qua việc xây dựng và thực hiện nghiêm túc quy định hướng dẫn giảng viên tập sự và thời hạn tập sự trước khi bước vào giảng viên cơ hữu chính thức.

Trong quá trình làm việc, đội ngũ giảng viên thường xuyên được tham dự các lớp huấn luyện về phương pháp giảng dạy, đặc biệt là giảng dạy bằng tiếng Anh, tham gia các buổi hội thảo về giáo dục, kinh tế trong và ngoài trường, được bồi dưỡng định kỳ về Anh ngữ. Bên cạnh đó, Trường đã ban hành quy định về đào tạo và bồi dưỡng nhằm tạo mọi điều kiện cho giảng viên được học tập nâng cao chuyên môn từ đó cải tiến phương pháp giảng dạy thực hiện tốt mục tiêu đào tạo theo mô hình chất lượng cao của Trường. Hiện tại, số lượng giảng viên cơ hữu của Trường trên 400 giảng viên, đảm bảo thực hiện trên 80% khối lượng giảng dạy của chương trình học.

2. Trình bày sự cần thiết về việc mở ngành

2.1. Mở ngành Quảng cáo là phù hợp với chiến lược phát triển của Nhà trường.

Trường Đại học Kinh tế - Tài chính thành phố Hồ Chí Minh được thành lập 12 năm. UEF là một trong những trường đại học có nền tảng và uy tín về chất lượng đào tạo nguồn nhân lực chất lượng cao cho thị trường đang phát triển nhanh ở miền Nam Việt Nam, đặc biệt là TP. Hồ Chí Minh và các tỉnh lân cận. Với ưu thế về cơ sở vật chất được xây dựng khang trang, tiện nghi tập trung ở khu vực nội thành thành phố, UEF là đơn vị bước đầu khẳng định được thương hiệu đào tạo chất lượng cao trong hệ thống giáo dục đào tạo của các trường ngoài công lập.

Trong những năm qua, UEF được biết đến là một Trường đại học có truyền thống và uy tín trong lĩnh vực đào tạo nguồn nhân lực chất lượng cao, đặc biệt là các nhóm ngành kinh tế, tài chính, CNTT, ngôn ngữ, du lịch và truyền thông.

Xét thấy nhu cầu cần thiết trong việc mở rộng ngành nghề đào tạo, đặc biệt là các ngành trong lĩnh vực truyền thông (quan hệ công chúng, công nghệ truyền thông, marketing) nhằm đa dạng hóa các ngành nghề đào tạo, cung cấp nguồn nhân lực chất lượng cao cho các công ty, doanh nghiệp đáp ứng nhu cầu phát triển kinh tế - xã hội của đất. Vì những lý do trên, Nhà trường chủ trương mở ngành Quảng cáo trình độ đại học.

Sự phù hợp trong việc mở ngành Quảng cáo đối với chiến lược phát triển của Nhà trường được thể hiện trong những nội dung sau:

Thứ nhất, thế mạnh của Trường Đại học Kinh tế - Tài chính thành phố Hồ Chí Minh là đào tạo các ngành về lĩnh vực kinh tế, các ngành về ngôn ngữ, Công nghệ thông tin, du lịch và truyền thông... Đây chính là bàn đạp để Trường mở ngành Quảng cáo với tính chất là một ngành đào tạo có tính thực tiễn cao, tích hợp giữa marketing, truyền thông là cầu nối quan trọng giữa Nhà trường với các đơn vị, công ty, doanh nghiệp, đáp ứng nhu cầu phát triển của nền kinh tế - xã hội. Sự tăng trưởng của kinh tế và sự phát triển mạnh mẽ của công nghệ, internet đã thúc đẩy hoạt động truyền thông, marketing trở nên đa dạng, phong phú hơn. Quảng cáo trở thành một công cụ tiếp thị, đưa doanh nghiệp đến gần hơn với người tiêu dùng và làm tăng giá trị sản xuất cho các doanh nghiệp.

Thứ hai, ngành Quảng cáo được xây dựng và phụ trách đào tạo bởi Khoa Quan hệ Công chúng và Truyền thông. Đây là Khoa sở hữu đội ngũ giảng viên có kinh nghiệm trong lĩnh vực giảng dạy, đào tạo, trình độ chuyên môn cao, tốt nghiệp từ nhiều trường đại học danh tiếng của Australia, Malaysia, Thailand, Trung Quốc... Nhận thấy nhu cầu cấp thiết của xã hội đối với ngành đào tạo cũng như nguồn nhân lực sẵn có của Khoa Quan hệ Công chúng và Truyền thông có thể đảm bảo chất lượng đào tạo về ngành Quảng cáo, nhà trường đã yêu cầu mở ngành học này.

Thứ ba, tiếng Anh là ngôn ngữ chính được sử dụng trong toàn bộ chương trình đào tạo của Trường. Đây được xem như là một thế mạnh của Nhà trường trong vai trò là đầu mối cung cấp nguồn nhân lực chất lượng cao, đáp ứng tốt trong bối cảnh các công ty, doanh nghiệp nước ngoài đang tìm đến thị trường Việt Nam phát triển kinh tế và muốn tận dụng nguồn nhân lực chất lượng cao trong nước. Trong quá trình đào tạo, sinh viên học ngành Quảng cáo sẽ được chú trọng đào tạo ngoại ngữ với 7 học phần tiếng Anh và các học phần chuyên ngành được giảng dạy bằng tiếng Anh. Đồng thời, khi tốt nghiệp sinh viên có trình độ tiếng Anh tương đương IELTS 5.5. Như vậy, ngoài việc được trang bị kiến thức chuyên môn, sinh viên còn có trình độ ngoại ngữ, giúp các em có cơ hội làm việc, khả năng giao tiếp, làm việc với khách quốc tế cũng như cơ hội học tập nâng cao ở các chương trình quốc tế.

Thứ tư, môi trường học tập của UEF có tính cá nhân hóa rất cao; hệ thống chăm sóc người học của UEF luôn nhất quán theo phương châm “lấy người học làm trung tâm”; triết lý đào tạo của UEF luôn khẳng định được các tiêu chí: Chất lượng – Hiệu quả - Hội nhập. Những tiêu chí này hoàn toàn phù hợp để đào tạo những chuyên gia ở ngành học yêu cầu nhiều tố chất cá nhân nổi bật phù hợp với công cuộc hội nhập quốc tế như ngành Quảng cáo.

Với tầm nhìn trở thành trường đại học Việt Nam đạt các tiêu chuẩn quốc tế và khu vực, chiến lược phát triển của Trường bao gồm lộ trình cho chương trình đào tạo đại học, thạc sĩ chất lượng cao, và hướng tới xây dựng chương trình đào tạo tiến sĩ trong tương lai. Trong bối cảnh hội nhập toàn cầu của nền kinh tế thế giới như là những bước đi vững chắc cho lộ trình phát triển, việc xây dựng chương trình đào tạo đại học ngành Quảng cáo là một bước quan trọng để Trường Đại học Kinh tế - Tài chính thành phố Hồ Chí Minh đóng góp cho xã hội lực lượng cử nhân chất lượng cao có đủ kiến thức và kỹ năng đáp ứng yêu cầu của sự phát triển kinh tế - xã hội như hiện nay.

2.2. Nhu cầu của xã hội đối với ngành Quảng cáo

Quảng cáo xuất hiện từ rất sớm cùng với sự ra đời và phát triển của hoạt động sản xuất kinh doanh. Qua thời gian hoạt động quảng cáo ngày càng được các doanh nghiệp chú trọng hơn bởi nó không chỉ là quảng bá thương hiệu mà những hoạt động này còn đưa doanh nghiệp đến gần hơn với khách hàng, đồng thời định hướng xu thế tiêu dùng của xã hội.

Quảng cáo là một công cụ hiệu quả để hỗ trợ cho chiến lược sản phẩm, bán hàng và giảm chi phí phân phối cho doanh nghiệp. Vai trò của quảng cáo đã góp phần tạo ra một môi trường cạnh tranh, nâng cao chất lượng, cải thiện thiết kế và, thiết lập mối quan hệ tốt giữa các nhà phân phối và khách hàng.

Không chỉ mang lại lợi ích cho nhà kinh doanh, quảng cáo còn trang bị cho người tiêu dùng kiến thức cơ bản, cần thiết về hàng hóa, nâng cao trình độ nhận thức về sản phẩm và dịch vụ đang lưu hành trên thị trường. Quảng cáo giúp khách hàng dễ dàng tìm thấy thông tin sản phẩm, có thể so sánh được các mặt hàng, sản phẩm cần mua từ đó có nhiều cơ hội lựa chọn cho riêng mình trước khi đưa ra quyết định mua hàng. Quảng cáo cũng thúc đẩy quá trình thương mại, tiết kiệm thời gian và đảm bảo được quyền lợi của người tiêu dùng.

Ngoài ra, quảng cáo đóng góp đáng kể vào sự phát triển của kinh tế xã hội. Không chỉ hỗ trợ phát triển phương tiện truyền thông, quảng cáo còn tạo ra việc làm cho người lao động trong xã hội. Bởi quảng cáo tác động đến rất nhiều ngành nghề, lĩnh vực khác nhau như: sản xuất kinh doanh, truyền thông, truyền hình, giải trí,... Do đó, khi quảng cáo phát triển thì đòi hỏi các lĩnh vực kinh doanh khác phải có bước phát triển tương ứng để phù hợp nhu cầu của thị trường.

Ngày nay, quảng cáo không chỉ là giới thiệu sản phẩm mà nó đòi hỏi bộ phận sáng tạo thiết kế truyền tải thông điệp có giá trị cho khách hàng. Kể từ đó, các quảng cáo gắn liền với những thông điệp ý nghĩa và có tính hài hước cao, góp phần tô màu cuộc sống tươi đẹp, giúp xã hội trở nên tốt hơn.

Bên cạnh đó quảng cáo còn được Nhà nước sử dụng như một công cụ tuyên truyền cho công chúng được biết các thông tin về các chính sách mới hoặc chỉ đạo ý kiến. Thông qua nhiều hình thức quảng cáo khác nhau, người dân dễ dàng tiếp cận, nắm bắt được các thông tin.

Từ những lý do trên, có thể khẳng định việc đào tạo nguồn nhân lực trình độ đại học ngành Quảng cáo là nhu cầu cấp thiết, nhằm hướng đến giải quyết nhu cầu sử dụng nguồn lao động chất lượng cao ngành Quảng cáo cho các công ty sản xuất kinh doanh và các cơ quan truyền thông, thúc đẩy phát triển kinh tế - xã hội.

Theo Hiệp hội Quảng cáo Việt Nam, ngành quảng cáo Việt Nam ngày càng phát triển. Hiện nay cả nước có khoảng 7.000 doanh nghiệp kinh doanh quảng cáo và các phương thức quảng cáo đang được thực hiện rộng rãi trên nhiều phương tiện truyền thông đại chúng, nhân lực cần có của ngành ít nhất là 70.000 lao động. Theo mục tiêu được Chính phủ đề ra thì doanh thu quảng cáo đến năm 2020 sẽ đạt 1,5 tỷ USD và năm 2030 đạt 3,2 tỷ USD. Vietnamwork cũng đánh giá online media xếp hạng thứ tám trong top 10 ngành có nhu cầu tuyển dụng cao, tăng 22% nhu cầu tuyển dụng và 27% hồ sơ ứng tuyển trong giai đoạn 2017-2018.¹

¹ <https://congthuong.vn/nganh-quang-cao-viet-nam-tang-truong-manh-122828.html>

Nguyên nhân là do làn sóng đầu tư của các doanh nghiệp nước ngoài vào Việt Nam tăng cao dẫn đến sự cạnh tranh mạnh mẽ giữa các công ty trong nước và nước ngoài buộc các doanh nghiệp phải đầu tư nhiều hơn vào quảng bá hình ảnh. Bên cạnh đó, việc xây dựng “Thương hiệu nhà tuyển dụng” cũng là một lý do để doanh nghiệp đầu tư vào chiến dịch truyền thông thương hiệu. Dự đoán trong tương lai sẽ khan hiếm nhân lực làm việc trong lĩnh vực này. Các tập đoàn truyền thông và quảng cáo lớn, các doanh nghiệp luôn sẵn sàng đưa ra các mức lương hấp dẫn, chế độ đãi ngộ tốt để thu hút các nhà thiết kế chuyên nghiệp. Đặc biệt, theo đại diện IM Group, lương của nhân viên chạy quảng cáo (Facebook ads, Google ads...) càng cao càng tốt, bởi lẽ đây là nhân sự nắm trong tay tài khoản công ty để chạy quảng cáo. Nếu doanh nghiệp tuyển một nhân sự không đủ trình độ thì có thể vài trăm triệu đồng chạy quảng cáo sẽ nhanh chóng bốc hơi mà không đem lại hiệu quả nào. Do đó, việc trả lương cao cho đội ngũ nhân lực này được xem là hợp lý và dễ hiểu. Mức trung bình cho vị trí digital marketing hiện nay là 12 - 17 triệu đồng, thậm chí với những người có năng lực còn có thể lên đến 30 triệu đồng.²

Những con số trên cho thấy, ngành quảng cáo ngày càng có vai trò quan trọng trong việc thúc đẩy phát triển kinh tế xã hội và có sức hút rất lớn hiện nay. Do đó, việc đào tạo nguồn nhân lực có chuyên môn, có trình độ cao trong lĩnh vực này ở các trường đại học, cao đẳng là hết sức cần thiết và cần được chú trọng đầu tư.

Từ những lý do trên, có thể khẳng định việc đào tạo nguồn nhân lực trình độ đại học ngành Quảng cáo là nhu cầu cấp thiết, nhằm hướng đến giải quyết nhu cầu sử dụng nguồn lao động chất lượng cao ngành Quảng cáo, Marketing, truyền thông cho các công ty, doanh nghiệp, các cơ quan truyền thông báo chí nhằm thúc đẩy phát triển kinh tế - xã hội.

Bên cạnh đó, nhằm tìm hiểu thêm về nhu cầu xã hội đối với ngành Quảng cáo, chúng tôi đã tiến hành khảo sát lấy ý kiến trên các đối tượng: Cán bộ - nhân viên đại diện cho các doanh nghiệp, học sinh, sinh viên, giáo viên giảng dạy tại các trường THPT, cán bộ nhân viên và giáo viên công tác tại UEF. Cụ thể, số lượng tham gia khảo sát:

- 16: CBNV của các doanh nghiệp
- 18: Giáo viên THPT
- 111: học sinh trường THPT
- 95: CBNV và giảng viên của UEF
- 35: Sinh viên UEF

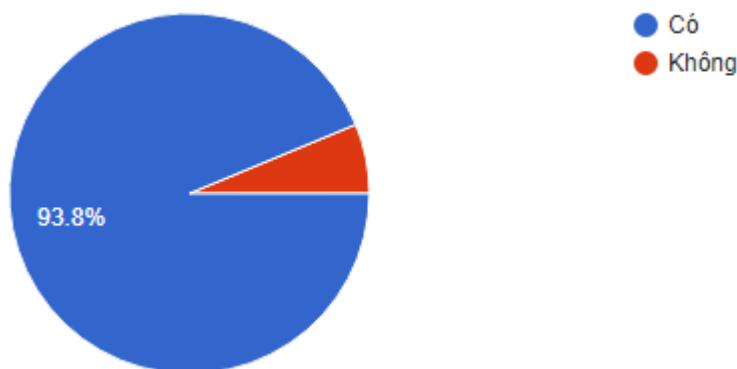
Kết quả khảo sát được chúng tôi xử lý, thống kê và trình bày trong các bảng dưới đây:

² <https://doanhnghiepv.vn/chuyen-doi-so/doanh-nghiep-nho-va-vua-thieu-nhan-luc-digital-marketing/20191026081846954>

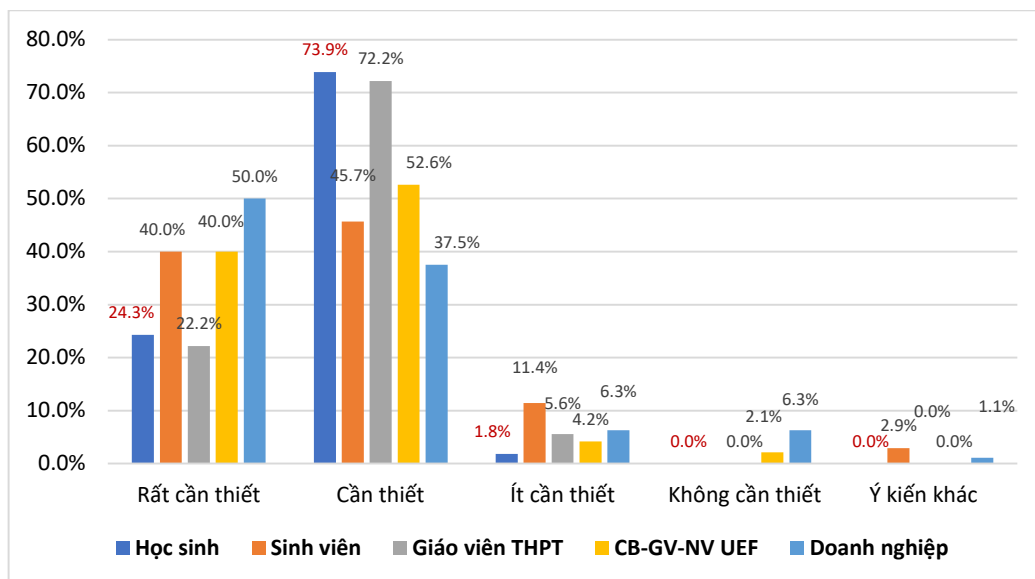
Bảng 1: Đánh giá của Nhu cầu học tập ngành Quảng cáo hiện nay

Đối tượng	Có		Không	
	Số lượng	Tỷ lệ %	Số lượng	Tỷ lệ %
Học sinh	97	87.4%	14	12.6%
Sinh viên	35	100%	0	0
Giáo viên THPT	17	94.4%	1	5.6%
CB-GV-NV UEF	89	93,7%	6	6.3%

Nhìn vào kết quả trong bảng ta thấy, người học có nhu cầu học ngành Quảng cáo rất lớn. Tỷ lệ này chiếm từ 87,4%-100%. Đây là một cơ sở dữ liệu cần thiết cho việc mở ngành của Trường. Tuy nhiên, để đảm bảo sau khi tốt nghiệp sinh viên có được việc làm, tránh tình trạng đào tạo không đáp ứng nhu cầu của xã hội. Nhóm Đề án cũng đã khảo sát ý kiến các doanh nghiệp về nhu cầu tuyển dụng nhân lực ngành Quảng cáo tại các doanh nghiệp. Kết quả thu được là có 15/16 doanh nghiệp (chiếm 93.8%) tham gia khảo sát cho rằng doanh nghiệp của họ có nhu cầu tuyển dụng nhân sự phụ trách mảng quảng cáo cho đơn vị, chỉ có 1/16 ý kiến (chiếm 6,3%) là không có nhu cầu. Đây là tín hiệu rất khả quan và đáng mừng cho nhà trường khi có thể vừa tạo ra được đội ngũ lao động có chất lượng, đáp ứng yêu cầu của thị trường lao động.



Căn cứ trên nhu cầu học tập của người học đối với ngành Quảng cáo và nhu cầu tuyển dụng nguồn lao động chuyên môn của ngành là cơ sở để cho nhà trường tổ chức đào tạo trình độ đại học ngành Quảng cáo. Nội dung khảo sát này cũng được nhóm Đề án thực hiện khảo sát và thu được kết quả cụ thể như sau:



Biểu đồ 1: Mức độ cần thiết về tổ chức đào tạo ngành Quảng cáo

Ngoài ra, thông qua phiếu khảo sát, nhiều giáo viên, đại diện các doanh nghiệp còn đưa ra một số ý kiến cá nhân đối với việc mở ngành Quảng cáo. Cụ thể:

- Nên mở ngành này, vì hiện nay chưa có trường nào mở và đào tạo chính thức
- Digital marketing là vị trí Doanh nghiệp tôi và hầu như tất cả doanh nghiệp đối tác rất cần;

- Nên ứng dụng công nghệ số vào quảng cáo hiện tại;
- SV cần có đa kỹ năng; thái độ cầu tiến và chịu học hỏi liên tục. Thế giới còn thay đổi nhiều, tính thích nghi là quan trọng.

- Quảng cáo được ví như máu để nuôi cơ thể (là nội dung chương trình) Không có máu Cơ thể khó mà sống. 2. Xu hướng Quảng cáo hiện tại đang có bước dịch chuyển qua thiết bị số và môi trường số. thay vì truyền hình như trước.

- Hãy thực sự bám sát vào nhu cầu, sự biến đổi của thị trường. Tốc độ thay đổi của ngành rất nhanh, không thể chỉ 1 giáo trình mà có thể đáp ứng được từ năm này qua năm khác.

- Tập trung digital marketing vì hiện tại digital có thể đo đạc, report chính xác hơn cách quảng cáo truyền thống

- Cần được thực tập sát thực tế.

Từ nhu cầu thực tiễn, cộng với mong muốn được góp phần cung cấp nguồn nhân lực chất lượng cao trước mắt và lâu dài cho sự nghiệp công nghiệp hóa, hiện đại hóa của thành phố Hồ Chí Minh và khu vực kinh tế trọng điểm phía Nam, trường Đại học Kinh tế - Tài chính Thành phố Hồ Chí Minh (UEF) kính đề nghị Bộ Giáo dục và Đào tạo xem xét, quyết định cho phép Trường được mở đào tạo trình độ đại học ngành Quảng cáo .

II. Tóm tắt điều kiện mở ngành đào tạo

Về năng lực của cơ sở đào tạo: Đáp ứng các điều kiện theo Thông tư số 22/2017/TT-BGDĐT ngày 06 tháng 9 năm 2017 của Bộ trưởng Bộ Giáo dục và Đào tạo

về Ban hành Quy định điều kiện, trình tự, thủ tục mở ngành đào tạo và đình chỉ tuyển sinh, thu hồi quyết định mở ngành đào tạo trình độ đại học. (Minh chứng tại Phụ lục 2: Biên bản kiểm tra thực tế điều kiện về đội ngũ giảng viên, trang thiết bị, thư viện).

Về chương trình đào tạo và kế hoạch đào tạo:

Chương trình đào tạo trình độ Đại học ngành Quảng cáo được xây dựng với tổng số 135 tín chỉ trong đó 132 tín chỉ tích lũy, 3 tín chỉ học phần giáo dục thể chất và 165 tiết Giáo dục quốc phòng không tích lũy, được phân bổ trong 8 học kỳ.

Chương trình cử nhân ngành Quảng cáo đào tạo ra nguồn nhân lực có phẩm chất chính trị và đạo đức nghề nghiệp, có sức khỏe tốt, có các năng lực cơ bản trong ngành nghề chuyên môn (khả năng giao tiếp, năng lực tư duy để nắm bắt và giải quyết vấn đề), đáp ứng những nhu cầu của xã hội và của nền kinh tế trong quá trình hội nhập quốc tế.

Về chuẩn đầu ra của Chương trình đào tạo: (theo quy định tại Thông tư số 07/2015/TT-BGDĐT)

➤ Kiến thức

- Nhận biết, giải thích và có khả năng vận dụng tốt chính sách, pháp luật của nhà nước;
- Diễn giải một cách có hệ thống các kiến thức tổng quát về lĩnh vực truyền thông, quảng cáo trong xã hội;
- Nhận biết, diễn giải và có khả năng vận dụng, đưa vào thực tế các kiến thức căn bản về truyền thông, quảng cáo;
- Nhận biết, diễn giải kiến thức truyền thông và công nghệ quảng cáo hiện đại, có khả năng vận dụng, đưa vào thực tế nhằm đánh giá, vận hành, hỗ trợ hoạt động của đơn vị, doanh nghiệp;
- Đọc, hiểu, xử lý, lập và phân tích các kết quả phân tích, hoạt động trong lĩnh vực truyền thông quảng cáo của các doanh nghiệp, các tổ chức;
- Biết sử dụng các phần mềm nghiệp vụ chuyên dụng, các phần mềm hỗ trợ trong lĩnh vực truyền thông quảng cáo;

➤ Về kỹ năng

- Có kỹ năng tư duy hệ thống, tư duy phản biện, tư duy sáng tạo, tư duy thực tiễn và các dạng tư duy khác (biện chứng, phân tích, phán đoán);
- Có kỹ năng làm việc nhóm;
- Có kỹ năng giao tiếp bằng lời nói và thuyết trình, kỹ năng viết chuyên ngành;
- Có phẩm chất chính trị - đạo đức nghề nghiệp, có trách nhiệm công dân, trách nhiệm xã hội và trách nhiệm đối với tổ chức, đơn vị. Có sức khỏe tốt, phù hợp với hoạt động nghề nghiệp của ngành, chuyên ngành;
- Có khả năng giao tiếp, soạn thảo các văn bản bằng tiếng Anh. Khi tốt nghiệp, sinh viên có trình độ tiếng Anh tương đương IELTS từ 5.5 trở lên.
- Sử dụng thành thạo các ứng dụng của tin học văn phòng,

➤ Về năng lực tự chủ và trách nhiệm

- Có ý thức tổ chức kỷ luật và tác phong công nghiệp, làm việc khoa học;
- Có năng lực lập kế hoạch, điều phối, phát huy trí tuệ tập thể, dẫn dắt về chuyên môn, nghiệp vụ trong ngành quảng cáo đã được đào tạo;
- Có khả năng đưa ra được kết luận về các vấn đề chuyên môn, nghiệp vụ thông thường, phát hiện và giải quyết một số vấn đề phức tạp về mặt kỹ thuật.

➤ Về Cơ hội nghề nghiệp:

- Người học tốt nghiệp ngành Quảng cáo sáng tạo có thể đảm nhiệm các vị trí việc làm trong các doanh nghiệp chuyên ngành truyền thông, quảng cáo; trong các bộ phận quảng cáo – thương hiệu – kinh doanh tại các doanh nghiệp; có thể làm việc tại các cơ quan truyền hình, phát thanh, báo chí ... hoặc mở doanh nghiệp riêng. Cụ thể, cử nhân ngành Quảng cáo có các vị trí việc làm sau:

- Tổ chức sản xuất sản phẩm quảng cáo.
- Chuyên viên bộ phận truyền thông quảng cáo tại các doanh nghiệp.
- Chuyên viên bộ phận kinh doanh, marketing trong tại các doanh nghiệp
- Biên tập viên, biên kịch / Chuyên viên sáng tạo tại các công ty truyền thông quảng cáo
- Chuyên viên thiết kế, sản xuất quảng cáo tự do
- Tư vấn viên về truyền thông quảng cáo, phát triển thương hiệu.
- Nghiên cứu, giảng dạy.

Chương trình được cấu trúc hợp lý, linh hoạt, có tính liên thông cho nên người học có thể học các chương trình nâng cao ở bậc sau đại học của các trường đại học trong nước và quốc tế. Đồng thời sinh viên sau khi tốt nghiệp cũng được tạo điều kiện thuận lợi học văn bằng 2 của các ngành gần như Marketing, Công nghệ truyền thông, Quan hệ công chúng ngay tại trường.

Về biên bản của Hội đồng khoa học đào tạo của cơ sở đào tạo thông qua đề án mở ngành đào tạo: Nhà trường đã tổ chức họp Hội đồng Khoa học và Đào tạo thông qua đề án mở ngành Quảng cáo theo Biên bản số 12/BB-UEF ngày 18 tháng 03 năm 2020 (đính kèm theo Công văn này).

III. Đề nghị và cam kết thực hiện

Căn cứ vào năng lực của Nhà trường, căn cứ vào nhu cầu nguồn nhân lực ngành Quảng cáo đáp ứng yêu cầu phát triển kinh tế và xã hội. Với mong muốn đào tạo đội ngũ lao động chất lượng cao ngành Quảng cáo có năng lực chuyên môn, có đủ kiến thức và kỹ năng đáp ứng yêu cầu của xã hội, được thị trường lao động chấp nhận, góp phần cung cấp nguồn lao động chất lượng phục vụ phát triển kinh tế - xã hội tại TP. Hồ Chí Minh, Trường Đại học Kinh tế - Tài chính thành phố Hồ Chí Minh xây dựng đề án đăng ký mở ngành đào tạo Quảng cáo, trình độ Đại học và được Hội đồng Khoa học và Đào tạo Trường thông qua.

Như vậy, việc mở ngành Quảng cáo tại Trường Đại học Kinh tế - Tài chính thành phố Hồ Chí Minh là yêu cầu cấp thiết, phù hợp với nhu cầu phát triển nguồn nhân lực ngành Quảng cáo của TP. Hồ Chí Minh và cả nước.

Căn cứ qui định và quy trình về hồ sơ đăng ký mở ngành đào tạo trình độ Đại học ban hành kèm theo Thông tư số 22/2017/TT-BGDĐT ngày 06/9/2017 của Bộ trưởng Bộ Giáo dục và Đào tạo, khi được Bộ cho phép mở ngành, Nhà trường cam kết sẽ đảm bảo chất lượng đào tạo nguồn nhân lực cho ngành Quảng cáo theo đúng quy định của Bộ Giáo dục và Đào tạo và theo yêu cầu của xã hội. Toàn bộ nội dung hồ sơ đăng ký mở ngành đào tạo đã được đưa lên website của trường tại địa chỉ: <http://www.uef.edu.vn>.

Kính trình Vụ Giáo dục Đại học, Bộ Giáo dục và Đào tạo thẩm định và cho phép Nhà trường triển khai chương trình đào tạo đại học hệ chính quy ngành Quảng cáo trong năm 2020.

Nơi nhận:

- BGDĐT;
- Vụ GDĐH;
- Lưu: VP,

HIỆU TRƯỞNG

(Đã ký)

TS. Nguyễn Thanh Giang