

CHUẨN ĐẦU RA CỦA CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO

(Ban hành kèm theo Quyết định số 952 /QĐ-UEF ngày 08 tháng 6 năm 2026 của Hiệu trưởng Trường Đại học Kinh tế - Tài chính Thành phố Hồ Chí Minh)

I. THÔNG TIN CHUNG

1. Tên ngành đào tạo

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

2. Mã ngành đào tạo: 8340115

3. Trình độ đào tạo: Thạc sĩ

4. Thời gian đào tạo: 2 năm

5. Tên văn bằng:

- Tên tiếng Việt: Bằng thạc sĩ ngành Marketing
- Tên tiếng Anh: Master of Marketing

6. Hình thức đào tạo: Chính quy.

7. Tổng khối lượng kiến thức:

- Tích lũy: 60 tín chỉ

8. Bậc trình độ: Bậc 7 Khung trình độ quốc gia Việt Nam

9. Khóa học áp dụng: 2026 - 2028

II. MỤC TIÊU VÀ CHUẨN ĐẦU RA CỦA CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO

1. Mục tiêu đào tạo

a) Mục tiêu chung (Program Goals)

Đào tạo thạc sĩ Marketing theo định hướng ứng dụng trang bị cho người học kiến thức thực tiễn, chuyên sâu trong Marketing trên thế giới và Việt Nam; có năng lực nghiên cứu khoa học tiên tiến ứng dụng vào thực tiễn; có kỹ năng nghiệp vụ chuyên môn; độc lập, sáng tạo trong nghiên cứu, giảng dạy và hoạt động thực tiễn Marketing, phát triển nghề nghiệp bản thân thích nghi trong môi trường biến động, cạnh tranh và bối cảnh hội nhập toàn cầu.

b) Mục tiêu cụ thể (Program Objectives - POs)

PO1 (Kiến thức): Cung cấp cho người học kiến thức nền tảng về triết học; kiến thức thực tế sâu, rộng, kiến thức lý thuyết chuyên sâu, hiện đại về Marketing; kiến thức liên ngành thuộc lĩnh vực khoa học xã hội và hành vi, kinh doanh và quản lý.



PO2 (Kỹ năng): Rèn luyện cho người học kỹ năng tổ chức, quản trị và quản lý hoạt động nghề nghiệp trong lĩnh vực Marketing; kỹ năng phân biện, phân tích, tổng hợp và đánh giá dữ liệu, thông tin một cách khoa học và tiên tiến; kỹ năng truyền bá, phổ biến tri thức trong lĩnh vực chuyên môn nghề nghiệp.

PO3 (Mức tự chủ và trách nhiệm): Phát triển cho người học ý thức đạo đức nghề nghiệp, ý thức trách nhiệm cộng đồng; năng lực nghiên cứu ứng dụng, tự định hướng, đưa ra những sáng kiến quan trọng, những kết luận mang tính chuyên gia; năng lực, quản lý, hướng dẫn người khác, đánh giá và cải tiến các hoạt động chuyên môn.

2. Chuẩn đầu ra của chương trình đào tạo (Program Learning Outcomes - PLOs)

Nhóm	Mã CDR	Chuẩn đầu ra (PLOs)	Trình độ năng lực (*)	Chung/ Chuyên biệt
Kiến thức	PLO1	Vận dụng được các nguyên lý và học thuyết nền tảng của triết học để xác định, xây dựng và giải quyết các vấn đề một cách hệ thống, khoa học trong lĩnh vực nghiên cứu.	4/6	Chung
	PLO2	Chọn lựa phương pháp luận tư duy, quy trình nghiên cứu khoa học ứng dụng trong lĩnh vực marketing và hoạt động chuyên môn nghề nghiệp.	5/6	Chuyên biệt
	PLO3	Tổng hợp và phân tích các kiến thức chuyên sâu, hiện đại, cập nhật và am hiểu thực tế liên quan đến các hoạt động chức năng marketing, truyền thông, đổi mới sáng tạo; đánh giá được môi trường marketing trong bối cảnh toàn cầu hóa và khả năng ứng dụng vào việc xây dựng và phát triển chiến lược marketing của tổ chức.	5/6	Chuyên biệt
	PLO4	Xác định và lựa chọn kiến thức liên ngành có liên quan, am hiểu và áp dụng tốt vào quá trình thiết kế và triển khai mô hình marketing, giải pháp mới để giải quyết hiệu quả những thách thức trong thực tiễn.	5/6	Chuyên biệt
Kỹ năng	PLO5	Thành thạo các kỹ năng tổ chức, quản trị và quản lý hoạt động chức năng của tổ chức, doanh nghiệp, kinh doanh.	4/5	Chuyên biệt
	PLO6	Sử dụng hiệu quả các công nghệ và thuần thục các kỹ năng trong thu thập, tổng hợp, phân tích, đánh giá thông tin dữ liệu, phân biện và	4/5	Chuyên biệt

Nhóm	Mã CDR	Chuẩn đầu ra (PLOs)	Trình độ năng lực (*)	Chung/ Chuyên biệt
		đưa ra giải pháp xử lý các vấn đề thực tiễn trong marketing một cách khoa học, sáng tạo và đột phá.		
	PLO7	Thành thạo kỹ năng truyền đạt, phổ biến tri thức dựa trên sự am hiểu thực tiễn các vấn đề marketing, truyền thông, thương hiệu có thể thảo luận với người cùng ngành và những người khác.	4/5	Chuyên biệt
	PLO8	Sử dụng ngoại ngữ tương đương trình độ bậc 4/6 Khung năng lực ngoại ngữ của Việt Nam trong lĩnh vực chuyên môn và giao tiếp trong môi trường đa văn hóa.	4/5	Chung
Mức tự chủ và trách nhiệm	PLO9	Ý thức đạo đức nghề nghiệp, trách nhiệm cộng đồng.	5/5	Chung
	PLO10	Hình thành năng lực nghiên cứu ứng dụng, tự định hướng, đưa ra những sáng kiến quan trọng, đúc kết được những kết luận mang tính chuyên gia trong lĩnh vực marketing.	5/5	Chuyên biệt
	PLO11	Thành thạo trong việc quản lý, khả năng lên kế hoạch và triển khai đề án một cách độc lập, đồng thời có thể hướng dẫn người khác thực hiện nhằm giải quyết những thách thức hay vấn đề gặp phải trong thực tiễn marketing.	5/5	Chuyên biệt
	PLO12	Hình thành năng lực đánh giá và cải tiến các hoạt động thực tiễn thuộc chuyên môn.	5/5	Chuyên biệt

(*): Trình độ năng lực được xác định theo thang Bloom (kiến thức), thang Dave (kỹ năng) và thang Krathwohl (mức tự chủ và trách nhiệm).

3. Điều kiện tốt nghiệp

Thực hiện theo Quy chế tuyển sinh và đào tạo trình độ thạc sĩ của Trường, điều kiện để học viên được công nhận tốt nghiệp:

- Đã hoàn thành các học phần của chương trình đào tạo và bảo vệ đề án đạt yêu cầu;
- Có trình độ ngoại ngữ đạt yêu cầu theo chuẩn đầu ra của chương trình đào tạo trước thời điểm xét tốt nghiệp; được minh chứng bằng một trong các văn bằng hoặc chứng chỉ ngoại ngữ đạt trình độ tương đương Bậc 4 theo Khung năng lực ngoại ngữ 6 bậc dùng cho Việt Nam hoặc các chứng chỉ tương đương khác do Bộ GD&ĐT công bố, còn hiệu lực tính đến thời điểm nộp hồ sơ xét tốt nghiệp hoặc bằng tốt nghiệp trình độ đại học trở lên ngành ngôn ngữ nước ngoài, hoặc bằng tốt nghiệp trình độ đại học trở lên ngành khác mà chương trình được thực hiện hoàn toàn bằng ngôn ngữ nước ngoài.

- Hoàn thành nghĩa vụ đóng học phí và các yêu cầu của Trường về việc chỉnh sửa và nộp lưu chiểu đề án; không bị truy cứu trách nhiệm hình sự và không trong thời gian bị kỷ luật, đình chỉ học tập.

4. Vị trí việc làm

Người học tốt nghiệp Thạc sĩ ngành Marketing có thể đảm nhận các vị trí:

- Chuyên viên, nhân viên, nhà quản lý trong các công ty, doanh nghiệp trong nước và các công ty đa quốc gia;
- Chuyên viên, nhân viên, nhà quản lý trong các cơ quan Nhà nước;
- Chuyên viên, giảng viên, nhà quản lý tham gia giảng dạy, nghiên cứu tại các trường đại học, viện kinh tế, các cơ quan nhà nước.

III. KHẢ NĂNG HỌC TẬP, NÂNG CAO TRÌNH ĐỘ CỦA NGƯỜI HỌC SAU KHI TỐT NGHIỆP

- Có khả năng tự học tập, nghiên cứu nâng cao trình độ về lĩnh vực chuyên môn liên quan ngành đào tạo;
- Có thể tiếp tục học lên trình độ tiến sĩ các ngành phù hợp với chuyên ngành đào tạo.

IV. CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO ĐÃ THAM KHẢO

Chương trình trong nước:

1) Chương trình Thạc sĩ Marketing của Đại học Kinh tế Thành phố Hồ Chí Minh (UEH);

<https://tuyensinh.ueh.edu.vn/bai-viet/thac-si-chuyen-nganh-marketing-huong-ung-dung/>

2) Chương trình Thạc sĩ Marketing của Trường Đại học Công Nghệ Thành phố Hồ Chí Minh (HUTECH);

<https://www.hutech.edu.vn/tuyensinh/thac-si-nganh-dao-tao/14607703-thac-si-nganh-marketing>

Chương trình nước ngoài:

1) Chương trình thạc sĩ Khoa học Marketing của Đại học Columbia, Hoa Kỳ;

<https://academics.business.columbia.edu/msm/academics>.

2) Chương trình Thạc sĩ Marketing của Đại học Melbourne, Australia.

https://mbs.edu/degree-programs/master-of-marketing?sc_camp=1280727EBE23418EAD356D3DEA8CAD93#subjects

Tp. Hồ Chí Minh, ngày 08 tháng 6 năm 2026

HIỆU TRƯỞNG



Nguyễn Thanh Giang