BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ - TÀI CHÍNH
THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM
Độc lập – Tự do – Hạnh phúc

CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO TRÌNH ĐỘ THẠC SĨ
NGÀNH: MARKETING
MÃ NGÀNH: 8340115

(Ban hành kèm theo Quyết định số 953 /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

1.1. Giới thiệu về chương trình đào tạo

Tên ngành đào tạo:

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

Mã ngành đào tạo: 8340115

Trình độ đào tạo: Thạc sĩ

Thời gian đào tạo: 2 năm

Tên văn bằng:

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

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

Định hướng đào tạo: Định hướng ứng dụng.

Khóa học áp dụng: 2026 - 2028

1.2. 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 phản 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.

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

Thực hiện theo Quy chế tuyển sinh và đào tạo trình độ thạc sĩ 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 tuyển sinh và đào tạo trình độ thạc sĩ của Trường Đại học Kinh tế - Tài chính Thành phố Hồ Chí Minh;

Thực hiện theo Quyết định số: 952/QĐ-UEF ngày 08 tháng 6 năm 2026 về việc ban hành Chuẩn đầu ra các ngành đào tạo trình độ thạc sĩ, hệ chính quy, khóa 2026.

II. NỘI DUNG CHƯƠNG TRÌNH

2.1. Nội dung kiến thức

Tổng khối lượng kiến thức của CTĐT: 60 tín chỉ. Trong đó:

STT	Khối kiến thức	Khối lượng kiến thức				Số học phần/môn học
		Số tín chỉ	Bắt buộc	Tự chọn	Tỉ lệ %	
I.	**Kiến thức chung**	**4**	**4**	**-**	**6,7%**	**1**
1.1	Triết học	4	4	-		1
II.	**Kiến thức ngành**	**41**	**26**	**15**	**68,3%**	**14**
2.1	***Nghiên cứu khoa học***	***5***	***5***	***-***	***8,3%***	***2***
2.1.1	Phương pháp nghiên cứu khoa học	3	3	-		1
2.1.2	Phân tích dữ liệu	2	2	-		1
2.2	***Cơ sở ngành, chuyên ngành và liên ngành***	***36***	***21***	***15***	***60,0%***	***12***
2.2.1	Bắt buộc	21	21	-	-	7
2.2.2	Tự chọn	15	-	15	-	5
III.	**Kiến thức tốt nghiệp**	**15**	**15**	**-**	**25,0 %**	**2**
3.1	Chuyên đề thực tế	6	6	-	-	1
3.2	Đề án tốt nghiệp	9	9	-	-	1
	Tổng cộng	**60**	**45**	**15**	**100%**	**17**

			75.0%	25.0%		

2.2. Khung chương trình

STT	Mã HP	Tên học phần		Loại HP	Ngôn ngữ	Số tín chỉ					Mã HP trước	Mã HP song hành
		Tiếng Việt	Tiếng Anh			Tổng	LT	TH	ĐA	TT		
I. Kiến thức chung						**4**						
1.1	PHI6101	Triết học	Philosophy	BB		4	4					
II. Kiến thức ngành						**41**						
II.1. Nghiên cứu khoa học						***5***						
2.1	RES6102	Phương pháp nghiên cứu khoa học	Scientific Method of Research	BB		3	3					
2.2	MKT6107	Phân tích dữ liệu	Data Analytics	BB		2	2					
II.2. Cơ sở ngành, chuyên ngành và liên ngành						***36***						
2.3	MKT6103	Digital Marketing	Digital Marketing	BB		3	3					
2.4	MKT6104	Truyền thông marketing tích hợp	Integrated Marketing Communications	BB		3	3					
2.5	MKT6105	Hành vi người tiêu dùng	Consumer Behavior	BB		3	3					
2.6	MKT6106	Nghiên cứu marketing	Marketing Research	BB		3	3					
2.7	MKT6101	Quản trị marketing	Marketing Management	BB		3	3					
2.8	MKT6108	Đổi mới sáng tạo và phát triển sản phẩm	Innovation and Product Development	BB		3	3					
2.9	MKT6102	Quản trị thương hiệu	Brand Management	BB		3	3					

STT	Mã HP	Tên học phần		Loại HP	Ngôn ngữ	Số tín chỉ					Mã HP trước	Mã HP song hành
		Tiếng Việt	Tiếng Anh			Tổng	LT	TH	ĐA	TT		
		Chọn 5/9 học phần sau				*15*						
2.10	MKT6109	Quản trị bán lẻ và chuỗi cung ứng	Retail and Supply Chain Management	TC		3	3					
2.11	MKT6117	Chuyên đề nghiên cứu marketing	Research Project in Marketing	TC		3	3					
2.12	MKT6110	Chiến lược giá	Pricing Strategy	TC		3	3					
2.13	MKT6111	Trách nhiệm xã hội trong marketing	Social Responsibility in Marketing	TC		3	3					
2.14	MKT6112	Dự án marketing	Marketing Project	TC		3	3					
2.15	MKT6113	Marketing dịch vụ	Service Marketing	TC		3	3					
2.16	MKT6114	Quản trị bán hàng và quan hệ khách hàng	Sales and Customer Relationship Management	TC		3	3					
2.17	MKT6115	Marketing quốc tế	International Marketing	TC		3	3					
2.18	MKT6116	Marketing trải nghiệm	Experiential Marketing	TC		3	3					
III. Kiến thức tốt nghiệp						**15**						
3.1	MKT6402	Chuyên đề thực tế	Practical Seminar	BB		6			X			
3.2	MKT6403	Đề án tốt nghiệp	Graduation Project	BB		9			X			
Tổng khối lượng kiến thức						**60**						

Ghi chú: BB: Bắt buộc; TC: Tự chọn; LT: Lý thuyết; TH: Thực hành; ĐA: Đồ án/Khóa luận; TT: Thực tập, thực tế.

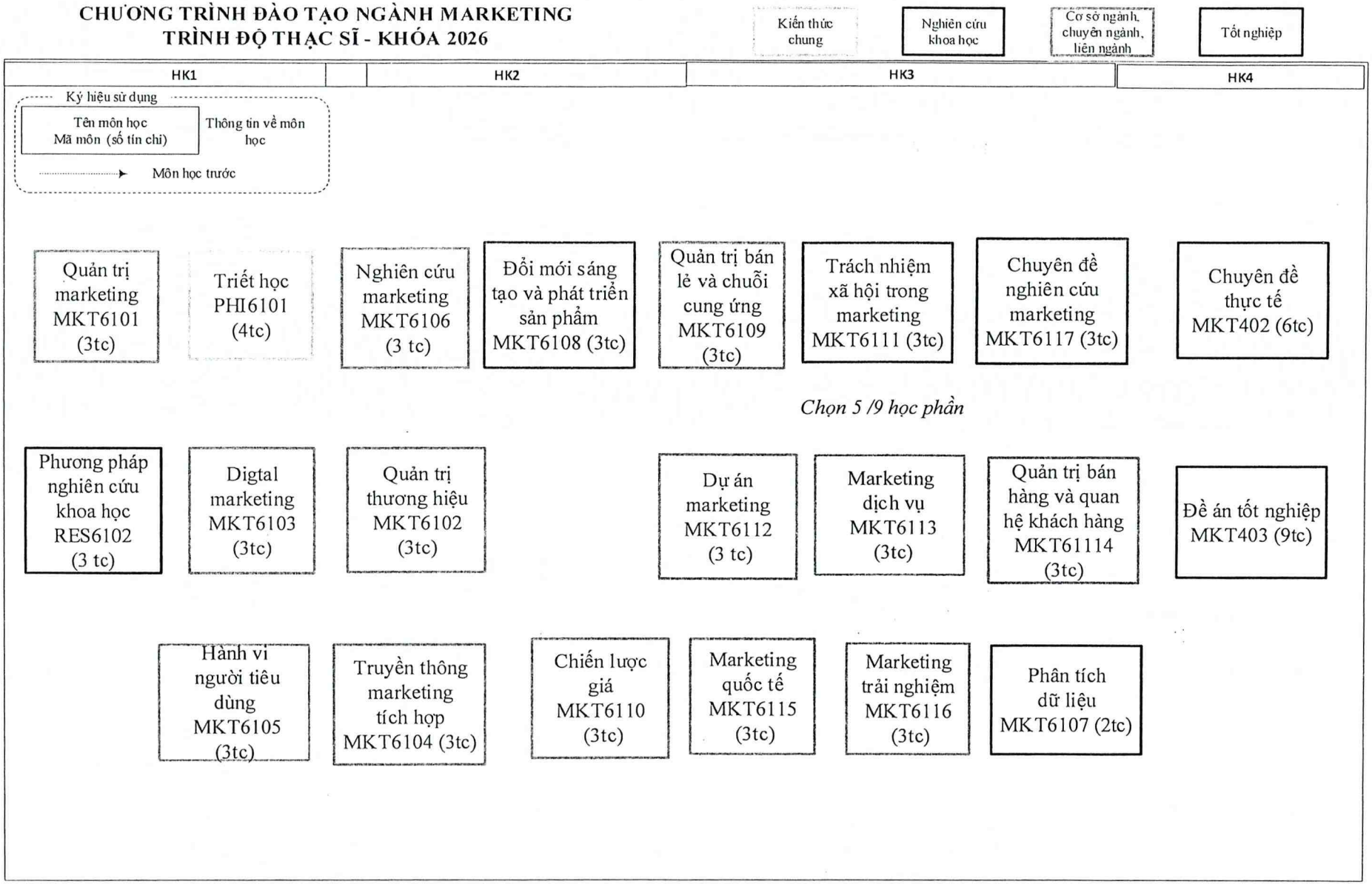
2.3. Kế hoạch giảng dạy (dự kiến):

STT	Mã HP	Tên học phần		Loại HP	Mã HP học trước	Ngôn ngữ	Số tín chỉ	Tổng số tiết	Phân bổ số tiết				Tự học, chuẩn bị cá nhân có hướng dẫn *(giờ)*	Đơn vị quản lý HP
		Tiếng Việt	Tiếng Anh						LT	TH	ĐA	TT		
	Học kỳ 1													
1	MKT6101	Quản trị marketing	Marketing Management	BB			3	45	45				90	V.ĐTSĐH
2	PHI6101	Triết học	Philosophy	BB			4	60	60				120	V.ĐTSĐH
3	RES6102	Phương pháp nghiên cứu khoa học	Scientific Method of Research	BB			3	45	45				90	V.ĐTSĐH
4	MKT6103	Digital Marketing	Digital Marketing	BB			3	45	45				90	V.ĐTSĐH
5	MKT6105	Hành vi người tiêu dùng	Consumer Behavior	BB			3	45	45				90	V.ĐTSĐH
		Cộng					**16**	**240**	**240**				**480**	
	Học kỳ 2													
6	MKT6106	Nghiên cứu marketing	Marketing Research	BB			3	45	45				90	V.ĐTSĐH
7	MKT6102	Quản trị thương hiệu	Brand Management	BB			3	45	45				90	V.ĐTSĐH
8	MKT6108	Đổi mới sáng tạo và phát triển sản phẩm	Innovation and Product Development	BB			3	45	45				90	V.ĐTSĐH
9	MKT6104	Truyền thông marketing tích	Integrated Marketing	BB			3	45	45				90	V.ĐTSĐH

STT	Mã HP	Tên học phần		Loại HP	Mã HP học trước	Ngôn ngữ	Số tín chỉ	Tổng số tiết	Phân bổ số tiết				Tự học, chuẩn bị cá nhân có hướng dẫn *(giờ)*	Đơn vị quản lý HP
		Tiếng Việt	Tiếng Anh						LT	TH	ĐA	TT		
		hợp	Communications											
	Chọn 5/9 học phần dưới đây													V.ĐTSĐH
10	MKT6110	Chiến lược giá	Pricing Strategy	TC			3	45	45				60	V.ĐTSĐH
		Cộng					**15**	**225**	**225**				**420**	
	Học kỳ 3													
11	MKT6109	Quản trị bán lẻ và chuỗi cung ứng	Retail and Supply Chain Management	TC			3	45	45				90	V.ĐTSĐH
12	MKT6117	Chuyên đề nghiên cứu marketing	Research Project in Marketing	TC			3	45	45				90	V.ĐTSĐH
13	MKT6111	Trách nhiệm xã hội trong marketing	Social Responsibility in Marketing	TC			3	45	45				90	V.ĐTSĐH
14	MKT6112	Dự án marketing	Marketing Project	TC			3	45	45				90	V.ĐTSĐH
15	MKT6113	Marketing dịch vụ	Service Marketing	TC			3	45	45				90	V.ĐTSĐH
16	MKT6114	Quản trị bán hàng và quan hệ khách hàng	Sales and Customer Relationship Management	TC			3	45	45				90	V.ĐTSĐH

STT	Mã HP	Tên học phần		Loại HP	Mã HP học trước	Ngôn ngữ	Số tín chỉ	Tổng số tiết	Phân bổ số tiết				Tự học, chuẩn bị cá nhân có hướng dẫn *(giờ)*	Đơn vị quản lý HP
		Tiếng Việt	Tiếng Anh						LT	TH	ĐA	TT		
17	MKT6115	Marketing quốc tế	International Marketing	TC			3	45	45				90	V.ĐTSĐH
18	MKT6116	Marketing trải nghiệm	Experiential Marketing	TC			3	45	45				90	V.ĐTSĐH
19	MKT6107	Phân tích dữ liệu	Data Analytics	BB			2	30	30				90	V.ĐTSĐH
		Cộng					**14**	**210**	**210**				**450**	
	Học kỳ 4													
20	MKT6402	Chuyên đề thực tế	Practical Seminar	BB			6				X			V.ĐTSĐH
21	MKT6403	Đề án tốt nghiệp	Graduation Project	BB			9				X			V.ĐTSĐH
		Cộng					**15**							

2.4. Sơ đồ tiến trình đào tạo



2.5. Mô tả tóm tắt nội dung học phần

STT	Mã HP	Tên học phần	Số tín chỉ	Mô tả tóm tắt nội dung học phần
I. Kiến thức chung				
1.1	PHI6101	Triết học	4	Học phần nhằm củng cố tri thức triết học cho công việc nghiên cứu thuộc lĩnh vực các khoa học kinh tế, xã hội - nhân văn; nâng cao nhận thức cơ sở lý luận triết học của đường lối cách mạng Việt Nam, đặc biệt là đường lối cách mạng Việt Nam trong thời kỳ đổi mới. Giúp học viên xác lập được thế giới quan, giá trị quan, phương pháp luận khoa học và cách mạng; rèn luyện được phẩm chất đạo đức cách mạng, có ý tưởng sống cao đẹp, lập trường tư tưởng chính trị vững vàng: Học phần có 8 chương, bao gồm: Mở dầu (chương 1. Khái luận về triết học) nhằm giới thiệu tổng quan về triết học và lịch sử triết học; Ba chương (chương 2. Bản thể luận; chương 3. Phép biện chứng; chương 4. Nhận thức luận): bao quát các nội dung cơ bản thuộc về thế giới quan và phương pháp luận chung của nhận thức và thực tiễn; Bốn chương (chương 5. Học thuyết hình thái kinh tế - xã hội; chương 6. Triết học chính trị; chương 7. Ý thức xã hội; chương 8. Triết học về con người): bao quát các nội dung lý luận triết học về xã hội và con người.
II. Kiến thức ngành				
2.1	RES6102	Phương pháp nghiên cứu khoa học	3	Học phần trang bị cho học viên những kiến thức, kỹ năng và phương pháp luận tư duy cốt lõi để thực hiện nghiên cứu ứng dụng. Mục tiêu giúp học viên hệ thống hóa kiến thức đã học, kết hợp với các phương pháp nghiên cứu, nhằm giải quyết

STT	Mã HP	Tên học phần	Số tín chỉ	Mô tả tóm tắt nội dung học phần
				các vấn đề thực tiễn trong kinh tế, quản lý, tài chính và các hoạt động nghề nghiệp, đồng thời hoàn thành xuất sắc Chuyên đề thực tế hoặc Đề án tốt nghiệp. Nội dung học tập bao gồm: Quy trình nghiên cứu khoa học toàn diện; cách xác định vấn đề, mục tiêu, câu hỏi và giả thuyết nghiên cứu; tổng quan tài liệu; bản chất của số liệu, phương pháp chọn mẫu và xác định cỡ mẫu. Học viên cũng sẽ được hướng dẫn lựa chọn khung phân tích, thiết kế nghiên cứu, thu thập và phân tích số liệu chuyên sâu. Cuối cùng, học phần tập trung vào kỹ năng viết đề cương, viết báo cáo và trình bày kết quả nghiên cứu một cách khoa học và chất lượng.
2.2	MKT6107	Phân tích dữ liệu	2	Học phần nhấn mạnh tầm quan trọng ngày càng tăng của việc phân tích dữ liệu trong lĩnh vực Marketing. Mục tiêu là trang bị cho học viên các kiến thức, kỹ thuật và tư duy để hiểu sâu hơn và trực quan hóa dữ liệu hiện có. Nội dung cốt lõi bao gồm: Tổng quan về khoa học dữ liệu, quy trình thu thập, xử lý và trực quan hóa dữ liệu, cùng các bài toán phân tích dữ liệu chuyên biệt trong Marketing. Học viên sẽ được học về tính chất dữ liệu, các loại đồ thị, đồng thời rèn luyện kỹ năng thực hành phân tích và đánh giá hiệu quả sản phẩm dữ liệu trực quan. Học phần tập trung vào kỹ năng giải quyết vấn đề thực tế bằng cách sử dụng thành thạo các công cụ phân tích dữ liệu phổ biến như Excel, SPSS, và SmartPLS/PLS-SEM.
2.3	MKT6103	Digital Marketing	3	Học phần cung cấp kiến thức nền tảng và chuyên sâu về Digital Marketing, tập

STT	Mã HP	Tên học phần	Số tín chỉ	Mô tả tóm tắt nội dung học phần
				trung vào việc ứng dụng các công cụ và nền tảng Internet hiện đại. Học viên sẽ được trang bị kỹ năng triển khai các kênh cốt lõi như chiến lược phát triển website (gồm SEO, SEM), Marketing qua mạng xã hội (Facebook, Instagram, YouTube) và Email Marketing. Mục tiêu chính là giúp học viên hiểu và vận dụng mô hình xây dựng chiến lược Digital Marketing tổng thể. Từ đó, người học có thể kết hợp hiệu quả các công cụ này để lập kế hoạch, tổ chức, thực hiện và kiểm soát các hoạt động Digital Marketing.
2.4	MKT6104	Truyền thông marketing tích hợp	3	Học phần trang bị cho học viên những kiến thức chuyên sâu về khái niệm và kỹ thuật thiết yếu để phát triển và thiết kế một chương trình IMC hiệu quả với các công cụ truyền thông khác nhau như quảng cáo (advertising), tiếp thị trực tiếp (direct marketing), khuyến mại (sales promotion), quan hệ công chúng (PR), tài trợ (sponsorship), bán hàng cá nhân (personal selling) theo cách thúc đẩy các ý tưởng sáng tạo từ người học để phát triển chương trình truyền thông tiếp thị hiệu quả. Nội dung chính bao gồm: Giới thiệu về Truyền thông tiếp thị tích hợp; Vai trò của IMC trong quá trình Marketing; Quan điểm về hành vi người tiêu dùng; Quá trình truyền thông; Thiết lập mục tiêu và ngân sách cho chương trình quảng cáo; Chiến lược sáng tạo: lập kế hoạch và phát triển; Lập kế hoạch, chiến lược truyền thông; Truyền hình và đài phát thanh; Marketing trực tiếp; Internet: phương tiện kỹ thuật số và mạng xã hội; Xúc tiến bán

STT	Mã HP	Tên học phần	Số tín chỉ	Mô tả tóm tắt nội dung học phần
				hàng; Quan hệ công chúng, tuyên truyền và quảng cáo.
2.5	MKT6105	Hành vi người tiêu dùng	3	Học phần trang bị cho học viên các lý thuyết khoa học về hành vi người tiêu dùng và vai trò của nghiên cứu hành vi người tiêu dùng trong Marketing, nghiên cứu những nhóm yếu tố chủ yếu ảnh hưởng đến hành vi người tiêu dùng trong quá trình mua sắm và sử dụng sản phẩm. Trên cơ sở đó thảo luận việc ứng dụng những hiểu biết hành vi người tiêu dùng vào quá trình ra quyết định về các chính sách và công cụ Marketing trong thực tiễn. Nội dung chính bao gồm: Mua, sở hữu và tồn tại; Nhận thức; Học tập và Trí nhớ; Động lực và giá trị toàn cầu; Bản ngã; Tính cách và tâm lý; Thái độ và sự thuyết phục; Ra quyết định; Mua và Thanh lý; Ra quyết định của tổ chức và hộ gia đình; Nhóm và Mạng xã hội; Tầng lớp xã hội và lối sống; Văn hóa và các nhánh văn hóa.
2.6	MKT6106	Nghiên cứu marketing	3	Học phần trang bị cho học viên các kiến thức, kỹ năng chuyên môn cốt lõi nhằm tạo lập hệ thống cơ sở dữ liệu Marketing thông qua việc thiết kế, triển khai thực hiện một cuộc nghiên cứu Marketing để cung cấp thông tin cần thiết cho việc ra quyết định từ năm giai đoạn gồm phát hiện vấn đề và xác định mục tiêu nghiên cứu, thiết kế dự án nghiên cứu, thu thập thông tin, phân tích xử lý dữ liệu và báo cáo và trình bày kết quả nghiên cứu, đồng thời trong mỗi giai đoạn, người học sẽ được trang bị các kỹ năng cơ bản để có thể thu thập đúng, đủ thông tin hỗ trợ cho các quyết định Marketing chính xác. Nội dung

STT	Mã HP	Tên học phần	Số tín chỉ	Mô tả tóm tắt nội dung học phần
				chính bao gồm: Tổng quan về nghiên cứu Marketing; Nghiên cứu khám phá; Nghiên cứu mô tả; Chọn mẫu; Thiết kế thang đo; Thiết kế bảng câu hỏi; Phân tích dữ liệu; Nghiên cứu thực nghiệm; Báo cáo nghiên cứu Marketing.
2.7	MKT6101	Quản trị marketing	3	Học phần trang bị kiến thức nền tảng và chuyên sâu về Quản trị Marketing, đặt trọng tâm vào việc thấu hiểu khách hàng và xây dựng mối quan hệ bền vững. Học viên sẽ được học cách thu thập thông tin, phân tích môi trường, dự báo nhu cầu và thực hiện nghiên cứu Marketing để đưa ra quyết định chiến lược. Nội dung chính bao gồm: Phân tích thị trường, nhận dạng phân khúc và thị trường mục tiêu, tạo tài sản thương hiệu (Brand Equity), định vị và quản lý cạnh tranh. Đồng thời, học viên sẽ nắm vững các quyết định về Sản phẩm, Giá, Kênh phân phối và Quản trị truyền thông đại trà. Học phần kết hợp chặt chẽ lý thuyết với thảo luận thực tế và áp dụng kiến thức để đưa ra kiến nghị Marketing cho doanh nghiệp.
2.8	MKT6108	Đổi mới sáng tạo và phát triển sản phẩm	3	Học phần trang bị cho học viên kiến thức nền tảng và thuật ngữ chuyên dụng trong lĩnh vực đổi mới, sáng tạo và phát triển sản phẩm. Học viên sẽ được cung cấp các kỹ năng thiết yếu để nhận diện, phân biệt và phân tích các yếu tố (nội bộ và bên ngoài) tác động đến quá trình này. Trọng tâm của học phần là hướng dẫn học viên cách lập chiến lược, vận hành và quản trị các hoạt động đổi mới một cách hiệu quả, sử dụng linh hoạt các công cụ tiên tiến. Dựa trên nền tảng đó, học viên còn được

STT	Mã HP	Tên học phần	Số tín chỉ	Mô tả tóm tắt nội dung học phần
				thực hành nghiên cứu, phân tích và đánh giá các chiến lược phát triển sản phẩm thành công trên thị trường Việt Nam và quốc tế, nhằm rút ra những bài học kinh nghiệm quý báu cho sự nghiệp tương lai.
2.9	MKT6102	Quản trị thương hiệu	3	Học phần trang bị cho học viên kiến thức nâng cao về quản trị thương hiệu, một hoạt động quan trọng trong lĩnh vực marketing, giúp tạo dựng được hình ảnh, uy tín và tên tuổi của sản phẩm, dịch vụ và doanh nghiệp trong nhận thức của khách hàng. Thương hiệu là tài sản giá trị đem lại lợi thế cạnh tranh cho doanh nghiệp trong bối cảnh hội nhập quốc tế hiện nay. Học phần cung cấp cho học viên 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. Học phần cho thấy tầm quan trọng của công tác quản trị thương hiệu trong doanh nghiệp, quá trình quản trị thương hiệu và nội dung của công tác quản trị thương hiệu.
2.10	MKT6109	Quản trị bán lẻ và chuỗi cung ứng	3	Học phần trang bị kiến thức chuyên sâu về ngành công nghiệp bán lẻ và chuỗi cung ứng. Về bán lẻ, học viên sẽ được tìm hiểu về các hình thức và chiến lược bán lẻ, đồng thời xác định các yếu tố tạo nên lợi thế cạnh tranh bền vững. Nội dung bao gồm các hoạt động quản trị chủ yếu như quản trị hàng hóa, vị trí cửa hàng, định giá, truyền thông và dịch vụ khách hàng. Song song đó, học phần cung cấp kiến thức nền tảng về Chuỗi Cung ứng (Supply Chain) – hệ thống di chuyển sản phẩm từ nhà sản xuất đến người tiêu dùng. Học

STT	Mã HP	Tên học phần	Số tín chỉ	Mô tả tóm tắt nội dung học phần
				viên sẽ học cách quản trị hoạt động mua hàng, dự trữ, kho hàng, vận tải và phân phối, cùng với kỹ năng xây dựng sự phối hợp hiệu quả trong toàn bộ chuỗi cung ứng.
2.11	MKT6117	Chuyên đề nghiên cứu marketing	3	Học phần trang bị cho học viên những kiến thức chuyên môn và kỹ năng nghiên cứu Marketing cần thiết, giúp người học chuyển hóa lý thuyết thành hành động. Trọng tâm của học phần là hướng dẫn học viên xây dựng đề cương chi tiết cho Đề án tốt nghiệp thạc sĩ Marketing. Học viên sẽ được củng cố phương pháp luận, cách đặt vấn đề, tổng quan tài liệu, thiết kế nghiên cứu và phân tích dữ liệu, đảm bảo đề án có tính ứng dụng và học thuật cao. Song song đó, học phần còn rèn luyện cho học viên thái độ nghiêm túc và sự chấp hành đúng quy định của Nhà trường, tạo nền tảng vững chắc để hoàn thành công trình nghiên cứu một cách chuyên nghiệp và chất lượng.
2.12	MKT6110	Chiến lược giá	3	Học phần trang bị cho học viên những kiến thức chuyên sâu về chiến lược giá trong Marketing, cách thức định giá để tối đa hóa lợi nhuận, có khả năng trình bày mức độ khách hàng đánh giá về giá sản phẩm hoặc dịch vụ của công ty so với công ty đối thủ, đồng thời người học có kỹ năng phân tích các yếu tố môi trường ảnh hưởng đến định giá và hoạch định chiến lược định giá cho doanh nghiệp. Nội dung chính bao gồm: Giá và tầm quan trọng của chiến lược giá; Phân tích giá của đối thủ cạnh tranh; Định vị giá dựa trên tâm lý; Định giá dịch vụ; Định giá sản phẩm dịch

STT	Mã HP	Tên học phần	Số tín chỉ	Mô tả tóm tắt nội dung học phần
				vụ mới; Định giá với chiết khấu; Nghệ thuật định giá sản phẩm, dịch vụ.
2.13	MKT6111	Trách nhiệm xã hội trong Marketing	3	Học phần trang bị cho học viên kiến thức về trách nhiệm xã hội doanh nghiệp (CSR) và Marketing. Trước những thách thức toàn cầu do phát triển công nghiệp thâm dụng tài nguyên gây ra, doanh nghiệp ngày càng phải chịu trách nhiệm chính trong việc thúc đẩy phát triển bền vững. Từ góc độ Marketing, trách nhiệm xã hội doanh nghiệp (CSR) không chỉ là nghĩa vụ mà còn là công cụ chiến lược để xây dựng thương hiệu, tạo giá trị khác biệt và củng cố niềm tin với khách hàng, nhà đầu tư và cộng đồng. Học phần này trang bị cho học viên kiến thức chuyên sâu về vai trò của CSR trong quan hệ với người tiêu dùng, nhà đầu tư, đối tác, người lao động và môi trường. Mục tiêu là giúp học viên biết cách gắn kết CSR với mục tiêu xây dựng hình ảnh doanh nghiệp có trách nhiệm, hướng tới phát triển bền vững và tạo ra các giá trị lâu dài cho xã hội.
2.14	MKT6112	Dự án marketing		Học phần trang bị kiến thức chuyên sâu về Dự án Marketing, đóng vai trò là kim chỉ nam cho các nhà quản lý dự án cấp cao và cả những người mới bắt đầu. Mục tiêu là giúp học viên hiểu rõ những vấn đề cốt lõi của quản trị dự án, đồng thời khám phá tính khả thi của dự án Marketing và cách mang lại giá trị cho người dùng cuối. Nội dung chính bao gồm: Tổng quan về Dự án Marketing, cấu trúc dự án và đặc điểm của các bên liên quan. Đặc biệt, học phần đi sâu vào 6P của Chiến lược Quản lý Dự án Marketing, bao gồm 4Ps (Kế hoạch, Quy

STT	Mã HP	Tên học phần	Số tín chỉ	Mô tả tóm tắt nội dung học phần
				trình, Con người, Sức mạnh) và 3 khái niệm dự báo (PRO: kịch bản Bi quan, Thực tế, Lạc quan), cùng các công cụ đánh giá khác (POV, POE, POW, PWP), giúp học viên có đầy đủ công cụ để đánh giá và quản lý dự án hiệu quả.
2.15	MKT6113	Marketing dịch vụ	3	Học phần trang bị cho học viên những kiến thức chuyên sâu về Marketing dịch vụ như khái quát về Marketing dịch vụ, nghiên cứu thị trường dịch vụ, sản phẩm trong Marketing dịch vụ, quản lý quá trình giao tiếp, chất lượng dịch vụ, quản lý lực lượng cung cấp dịch vụ, khả năng tiếp cận dịch vụ, định giá dịch vụ, truyền thông/xúc tiến dịch vụ và Marketing quốc tế dịch vụ. Nội dung chính bao gồm: Bản chất của Marketing dịch vụ; Quá trình dịch vụ và Thiết kế dịch vụ; Chất lượng dịch vụ; Chiến lược phát triển dịch vụ mới; Hoạt động phân phối dịch vụ; Giao tiếp cá nhân trong dịch vụ và dịch vụ khách hàng; Định vị dịch vụ; Xác định giá dịch vụ; Yếu tố con người trong dịch vụ.
2.16	MKT6114	Quản trị bán hàng và quan hệ khách hàng	3	Học phần trang bị kiến thức chuyên sâu về Quản trị Bán hàng và Quản trị Quan hệ Khách hàng (CRM). Về quản trị bán hàng, học viên sẽ nắm vững các chức năng, phương thức quản lý hiệu quả cho nhà sản xuất và đại lý, cùng với cách xây dựng tổ chức và thúc đẩy bán hàng. Về CRM, học phần cung cấp kiến thức toàn diện từ chiến lược, tổ chức, Marketing đến công nghệ thông tin. Học viên sẽ hiểu rõ mục tiêu CRM, cách chuyển tải chiến lược kinh doanh phù hợp với CRM, và kỹ thuật phân tích khách hàng thông qua Khai thác

STT	Mã HP	Tên học phần	Số tín chỉ	Mô tả tóm tắt nội dung học phần
				dữ liệu (Data Mining). Học phần cũng đi sâu vào các công cụ phần mềm, bảng điều khiển và ứng dụng CRM trong cả bối cảnh B2B và B2C, giúp học viên xây dựng và ứng dụng CRM hiệu quả trong thực tiễn doanh nghiệp.
2.17	MKT6115	Marketing quốc tế	3	Học phần trang bị cho học viên những kiến thức chuyên sâu về Marketing và Marketing quốc tế, hoạt động nghiên cứu thị trường thế giới và các chiến lược xâm nhập thị trường thế giới. Học phần trình bày tổng quát về các chính sách của doanh nghiệp trong quá trình tạo ra sản phẩm cho thị trường quốc tế, các hoạt động định giá sản phẩm quốc tế. Học phần bao gồm các phương pháp xuất khẩu và xây dựng hệ thống phân phối toàn cầu, các thông tin và hoạt động xúc tiến Marketing xuất khẩu. Phần cuối của học phần bao gồm các bước xây dựng và tổ chức chiến lược Marketing quốc tế.
2.18	MKT6116	Marketing trải nghiệm	3	Học phần trang bị cho học viên những kiến thức chuyên sâu về Marketing trải nghiệm, một chiến lược Marketing đưa khách hàng vào sản phẩm hoặc thu hút họ một cách sâu sắc bằng cách cho phép người tiêu dùng không chỉ mua sản phẩm hoặc dịch vụ từ một thương hiệu mà còn thực sự trải nghiệm thương hiệu đó, kết nối cảm xúc giữa thương hiệu và người tiêu dùng được tạo ra thông qua những trải nghiệm đáng nhớ và độc đáo. Nội dung chính bao gồm: Tổng quan về Marketing trải nghiệm; Marketing trải nghiệm so với tiếp thị truyền thống; Các giai đoạn khác nhau của trải nghiệm; Trải nghiệm và giá

STT	Mã HP	Tên học phần	Số tín chỉ	Mô tả tóm tắt nội dung học phần
				trị tiêu dùng; Chiến lược trải nghiệm: cảm nhận, suy nghĩ, hành động, liên hệ; Hỗn hợp tiếp thị trải nghiệm (7 Es); Các nhà cung cấp trải nghiệm; Đo lường trải nghiệm cảm nhận của người tiêu dùng.
III. Kiến thức tốt nghiệp				
3.1	MKT6402	Chuyên đề thực tế	6	Học phần này là cầu nối quan trọng giúp học viên chuyển hóa kiến thức chuyên sâu trong lĩnh vực Marketing thành một công trình nghiên cứu ứng dụng. Học viên sẽ thực hành toàn bộ quy trình nghiên cứu để giải quyết một vấn đề lý luận hoặc một vấn đề thực tiễn tại đơn vị thực tập hoặc đơn vị đang công tác. Mục tiêu chính là thông qua việc xây dựng và trình bày chuyên đề một cách khoa học, học viên sẽ rèn luyện kỹ năng phân tích, tổng hợp và lập luận. Kết quả của chuyên đề này không chỉ củng cố năng lực nghiên cứu cá nhân mà còn cung cấp cơ sở và căn cứ rõ ràng để học viên lựa chọn và phát triển đề tài cho Đề án tốt nghiệp một cách vững chắc và chất lượng.
3.2	MKT6403	Đề án tốt nghiệp	9	Học phần trang bị những điều kiện thuận lợi nhất để học viên áp dụng kiến thức lý thuyết và kỹ năng tư duy đã được trang bị để thực hiện một nghiên cứu chuyên sâu, gắn liền với các vấn đề thực tiễn trong ngành Marketing. Mục tiêu chính là giúp học viên phát triển toàn diện quy trình nghiên cứu: từ khả năng phát hiện và xác định tính cấp thiết của vấn đề, đối tượng, phạm vi và câu hỏi nghiên cứu, đến việc tổng hợp hệ thống hóa lý thuyết liên quan. Học viên sẽ được rèn luyện kỹ năng thu thập, phân tích dữ liệu bằng các công cụ

STT	Mã HP	Tên học phần	Số tín chỉ	Mô tả tóm tắt nội dung học phần
				phù hợp để đánh giá thực trạng, phát hiện bất cập và đề xuất giải pháp có tính ứng dụng cao. Kết quả cuối cùng là một Đề án Tốt nghiệp hoàn chỉnh, thể hiện năng lực nghiên cứu khoa học và kỹ năng trình bày báo cáo chuyên nghiệp.

III. HƯỚNG DẪN THỰC HIỆN CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO VÀ BẢO ĐẢM CHẤT LƯỢNG ĐÀO TẠO:

1. Chương trình đào tạo được tổ chức thực hiện theo kế hoạch giảng dạy và học tập từng năm học của Trường.

2. Một số học phần thể hiện bản sắc riêng của UEF, được tổ chức đào tạo theo định hướng sau:

3. Nội dung học tập gắn với đặc trưng công việc của học viên, được thể hiện qua các ví dụ, bài tập tình huống, bài tập về nhà, chủ đề viết tiểu luận.

4. Mời các chuyên gia thực tế đến chia sẻ các thông tin từ thực tiễn.

5. Các học phần trong chương trình đào tạo được phân định quản lý cho Viện đào tạo sau đại học và các Trưởng ngành đào tạo sau đại học.

6. Việc thiết kế các hoạt động dạy và học, kiểm tra đánh giá, phân tích kết quả học tập của người học được thực hiện theo văn bản hướng dẫn của Trường về việc lựa chọn phương pháp giảng dạy, phương pháp đánh giá kết quả học tập của người học dựa trên chuẩn đầu ra của chương trình đào tạo trình độ thạc sĩ.

7. Các học phần được giảng dạy theo đề cương chi tiết học phần thống nhất được Hiệu trưởng ban hành.

8. Việc tổ chức giảng dạy và học tập, kiểm tra, đánh giá học phần, xét tốt nghiệp và công nhận tốt nghiệp chương trình đào tạo được thực hiện theo Quy chế tuyển sinh và đào tạo trình độ thạc sĩ, Quy định tổ chức thi kết thúc học phần và các quy chế, quy định có liên quan khác của Trường.

9. Đơn vị quản lý chương trình đào tạo phải lập kế hoạch và thực hiện đo lường, đánh giá chuẩn đầu ra của chương trình đào tạo theo quy định của Trường. Đơn vị quản lý học phần phải lập kế hoạch và thực hiện đo lường, đánh giá chuẩn đầu ra của học phần theo quy định của Trường.

10. Yêu cầu đối với đội ngũ giảng viên tham gia giảng dạy chương trình đào tạo được thực hiện theo quy định tại Quy định xây dựng, thẩm định, ban hành chương trình đào tạo,

ban hành theo Quyết định số 714/QĐ-UEF ngày 01 tháng 9 năm 2023 của Hiệu trưởng Trường Đại học Kinh tế - Tài chính Thành phố Hồ Chí Minh.

11. Chương trình đào tạo được định kỳ rà soát, đánh giá, cập nhật 02 năm một lần; kết quả rà soát, đánh giá được đơn vị quản lý chương trình áp dụng để cải tiến, nâng cao chất lượng đào tạo.

12. Trong quá trình thực hiện chương trình đào tạo, nếu phát sinh yêu cầu cần thiết phải điều chỉnh đột xuất chương trình đào tạo, đơn vị quản lý chương trình đào tạo phải làm tờ trình nêu rõ căn cứ/ lý do của việc điều chỉnh, phạm vi áp dụng, thời điểm bắt đầu áp dụng, nội dung đề nghị điều chỉnh và dự kiến tác động của việc điều chỉnh chương trình đào tạo; kèm theo biên bản họp Hội đồng khoa và các minh chứng cần thiết khác. Việc đề xuất điều chỉnh đột xuất chương trình đào tạo không được làm ảnh hưởng đến kế hoạch đào tạo của học kỳ hiện tại. Viện Đào tạo sau đại học tiếp nhận tờ trình từ đơn vị quản lý chương trình đào tạo, rà soát và có ý kiến, trình Hiệu trưởng xem xét phê duyệt.

13. Khi có thay đổi về giáo trình, tài liệu giảng dạy, tài liệu tham khảo hoặc theo yêu cầu điều chỉnh đột xuất chương trình đào tạo, đề cương chi tiết học phần phải được rà soát và cập nhật. Viện Đào tạo sau đại học tổ chức việc rà soát, cập nhật, ghi rõ thời điểm áp dụng đề cương chi tiết mới cập nhật. Đề cương chi tiết sau khi hoàn tất cập nhật được gửi cho Viện Đào tạo sau đại học rà soát, trình Hiệu trưởng xem xét phê duyệt.

14. Chu kỳ đánh giá tổng thể chương trình đào tạo tối đa là 05 năm; quy trình đánh giá tổng thể tương tự với quy trình xây dựng mới chương trình đào tạo./.

HIỆU TRƯỞNG

BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ-TÀI CHÍNH THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

Nguyễn Thanh Giang