

Chiến lược phát triển đào tạo của trường Đại học Kinh tế - Tài chính TP. Hồ Chí Minh

CAO MINH TRÍ & NGUYỄN THỊ NGUYỆT HOÀNG

Nhận bài: 19/05/2016 – Duyệt bài: 30/06/2016

Tóm tắt

Với mục tiêu chính là đề xuất hoàn chỉnh chiến lược phát triển đào tạo của Trường Đại học Kinh tế - Tài chính TP.HCM (UEF) giai đoạn 2016-2020, tác giả đã sử dụng phương pháp nghiên cứu mô tả và phương pháp nghiên cứu định tính từ tháng 10/2015 đến tháng 3/2016 nhằm tổng hợp cơ sở lý thuyết về chiến lược và xây dựng chiến lược phát triển đào tạo cũng như phân tích các yếu tố bên trong và các tác động bên ngoài để xác định những điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội và thách thức chủ yếu thông qua các ma trận: ma trận đánh giá các yếu tố bên ngoài (EFE), ma trận đánh giá các yếu tố bên trong (IFE), ma trận hình ảnh cạnh tranh (CPM). Trên cơ sở đó, tác giả dùng công cụ ma trận SWOT để xác lập các phương án chiến lược và ma trận QSPM để lựa chọn chiến lược tối ưu. Kết quả nghiên cứu đã đưa ra các chiến lược phát triển đào tạo của UEF giai đoạn 2016-2020 như sau: (1) Chiến lược thâm nhập thị trường; (2) Chiến lược liên kết đối tác nước ngoài, phát triển sản phẩm mới; (3) Chiến lược liên kết các trường THPT; và (4) Chiến lược phát triển sản phẩm hiện tại.

Từ khóa: Chiến lược, đào tạo, ma trận, phát triển, UEF.

Abstract:

With the main research objective is to recommend strategies to develop the academic affair of the University of Economics and Finance (UEF) for the stage 2016-2020, some research methods (description, quality and quantity) were used to review the theory in academic affair strategy, analyze the current situation as well as identify key strengths, weaknesses, opportunities and threats by the External Factor Evaluation Matrix (EFE), the Internal Factor Evaluation Matrix (IFE), the Competitive Profile Matrix (CPM). Then the SWOT matrix was used to recommend strategies and the QSPM matrix was used to select the best ones. The research result has recommended four strategies to develop the academic affair of UEF for the stage 2016-2020: the market penetration strategy; the partnering strategy with international academic institutions, develop new product; the partnering strategy with local high schools; the product development strategy.

Key words: Strategy, academic affair, matrix, develop, UEF.