

**CHUẨN ĐẦU RA NGÀNH QUẢN TRỊ KINH DOANH**  
**CHUYÊN NGÀNH QUẢN TRỊ MARKETING**

*(Ban hành kèm theo Quyết định số 564/QĐ-HVCSPT ngày 17 tháng 7 năm  
2019 của Giám đốc Học viện Chính sách và Phát triển)*

**I. GIỚI THIỆU CHUNG VỀ CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO**

**1.1. Một số thông tin về chương trình đào tạo**

- Tên ngành đào tạo:

Tên tiếng Việt: Quản trị kinh doanh

Tên tiếng Anh: Business Administration

- Mã số ngành đào tạo: 7340101

- Trình độ đào tạo: Đại học

- Thời gian đào tạo: 3,5 - 4 năm

- Tên văn bằng sau khi tốt nghiệp:

Tiếng Việt: Cử nhân ngành Quản trị kinh doanh

Tiếng Anh: Bachelor in Business Administration

- Đơn vị được giao nhiệm vụ đào tạo:

Khoa Quản trị kinh doanh, Học viện Chính sách và Phát triển

**1.2. Mục tiêu đào tạo:**

Đào tạo cử nhân đại học về Quản trị Marketing có phẩm chất chính trị, đạo đức và sức khỏe tốt, nắm vững các kiến thức cơ bản về kinh tế - xã hội, quản lý, quản trị kinh doanh; có kiến thức và kỹ năng chuyên sâu về Quản trị Marketing; có khả năng làm việc độc lập, thích ứng nhanh với các nhiệm vụ cụ thể thuộc chức năng Quản trị marketing.

**II. CHUẨN ĐẦU RA CỦA CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO**

**2.1. Về kiến thức**

*a. Kiến thức cơ bản*

1. Nắm vững những kiến thức cơ bản, nền tảng về thế giới quan và phương pháp luận khoa học. Hiểu, phân tích, đánh giá và ứng dụng tri thức khoa học của chủ nghĩa mác – Lê Nin vào giải quyết các vấn đề thực tiễn.

2. Hiểu về thể chế Nhà nước, nắm vững kiến thức pháp lý cơ bản, đặc biệt là pháp luật về kinh tế, đầu tư và kinh doanh.

3. Nắm vững phương pháp luận, ứng dụng công cụ toán, thống kê và kinh tế học vào phân tích, giải quyết các vấn đề kinh tế, quản lý và quản trị kinh doanh, có đủ năng lực để thực hiện nhiệm vụ nghiên cứu.

4. Hiểu về quy trình, tác động của chính sách (đặc biệt chính sách kinh tế), vận dụng vào việc hoạch định, tổ chức thực hiện và đánh giá chính sách.

5. Nắm vững các quy luật của kinh tế thị trường, có tư duy toàn cầu, thích ứng với sự thay đổi, phát triển của kinh tế thế giới.

*b. Kiến thức chuyên sâu:*

6. Áp dụng được những nguyên lý cơ bản về toán, quản trị và kinh tế vào giải quyết một số vấn đề trong thực tiễn sản xuất kinh doanh và đáp ứng khả năng tiếp thu các kiến thức cơ sở cũng như nâng cao của chuyên ngành Quản trị Marketing;

7. Vận dụng được kiến thức cơ sở về quản trị, marketing, tài chính và kế toán vào giải quyết một số vấn đề trong thực tiễn sản xuất kinh doanh và đáp ứng khả năng tiếp thu các kiến thức chuyên sâu của chuyên ngành Quản trị Marketing;

8. Áp dụng được những nguyên lý quản trị và marketing vào quản trị hoạt động sản xuất kinh doanh nói chung và hoạt động marketing nói riêng của doanh nghiệp, bao gồm quản trị tài chính, quản trị bán hàng, quản trị kênh phân phối.

9. Vận dụng được các kiến thức chuyên sâu về marketing vào nghiên cứu thị trường, phân tích hành vi người tiêu dùng và xây dựng kế hoạch marketing của doanh nghiệp;

## **2.2. Về kỹ năng**

### *a. Kỹ năng nghề nghiệp*

10. Thiết kế các mô hình kinh doanh cho doanh nghiệp, đặc biệt đề xuất dưới quan điểm marketing.

11. Sử dụng thành thạo các công cụ truyền thông marketing dựa trên nền tảng truyền thống và nền tảng số.

12. Thực hiện được các cuộc điều tra nghiên cứu marketing và phân tích môi trường kinh doanh; Sử dụng được một số công cụ phần mềm, phân tích, giải thích các vấn đề cơ bản trong thực tiễn quản trị marketing;

13. Nắm vững việc lập kế hoạch marketing của tổ chức/doanh nghiệp trong môi trường truyền thống và môi trường internet.

14. Sử dụng thành thạo các công cụ định vị thương hiệu và quản trị thương hiệu đối với tổ chức/doanh nghiệp.

15. Cập nhật và vận dụng được sự thay đổi về chính sách, qui định liên quan đến sản xuất kinh doanh ở Việt Nam để giải quyết một số vấn đề cơ bản trong thực tế;

### *b. Kỹ năng mềm*

16. Có khả năng làm việc độc lập, làm việc nhóm, kỹ năng quản lý, lãnh đạo.

17. Có khả năng sử dụng ngoại ngữ (Tiếng Anh) một cách hiệu quả để truyền đạt thông tin và giải quyết vấn đề ở môi trường trong nước và quốc tế.

18. Sử dụng thành thạo các phần mềm tin học thông dụng; có khả năng phân tích Dữ liệu lớn (Big Data) trong kinh tế và kinh doanh.

### **2.3. Năng lực tự chủ và chịu trách nhiệm**

19. Có phẩm chất chính trị; sức khỏe tốt; lối sống lành mạnh; có trách nhiệm xã hội; tuân thủ các quy tắc và đạo đức nghề nghiệp.

20. Chủ động, trách nhiệm trong phạm vi công việc đảm nhiệm và có khả năng đề xuất những ý tưởng, cải tiến, đóng góp cho sự phát triển tổ chức/doanh nghiệp.