

BẢN MÔ TẢ CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO
TRÌNH ĐỘ ĐẠI HỌC NGÀNH QUẢN TRỊ KINH DOANH
CHUYÊN NGÀNH QUẢN TRỊ MARKETING

*(Ban hành kèm theo Quyết định số 565/QĐ-HVCSPT ngày 17 tháng 7 năm
2019 của Giám đốc Học viện Chính sách và Phát triển)*

PHẦN 1: 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.

(2.1). Cử nhân Quản trị Marketing được trang bị hệ thống kiến thức về quản lý, kinh tế, xã hội và nhân văn. 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.

(2.2). Trang bị cho sinh viên các kiến thức, kỹ năng phân tích môi trường kinh doanh, nghiên cứu thị trường, tài chính, kế toán... có tác động tới hoạt động marketing của doanh nghiệp nói riêng và hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp nói chung.

(2.2). Cử nhân Quản trị Marketing được trang bị hệ thống kiến thức tổng hợp về khoa học quản trị và marketing bao gồm cả vĩ mô và vi mô; về xây dựng các kế hoạch và chiến lược marketing; nghiên cứu thị trường và hành vi khách hàng; phát triển và phối hợp các công cụ marketing; tổ chức và quản lý bộ phận marketing; kiểm tra và đánh giá các hoạt động marketing.

(2.4). Trang bị hệ thống kiến thức, kỹ năng chuyên sâu về quản trị Marketing, có kỹ năng làm việc độc lập, làm việc nhóm; kỹ năng phân tích, tổng hợp và ra quyết định, xây dựng và phân tích được chiến lược marketing như: Chiến lược sản phẩm, giá cả, phân phối, xúc tiến...

(2.5). Sinh viên được cung cấp khối kiến thức chuyên ngành Quản trị Marketing với những lĩnh vực cụ thể như: Quan hệ công chúng, Quản trị thương hiệu... Qua đó, giúp sinh viên có cái nhìn toàn diện về các lĩnh vực thuộc chuyên ngành Quản trị Marketing.

(2.6). Trang bị cho sinh viên những vấn đề cập nhật theo xu hướng Quản trị Marketing hiện đại như: Digital Marketing, Truyền thông marketing tích hợp, Marketing quốc tế...

1.3. Thông tin tuyển sinh

1.3.1. Đối tượng tuyển sinh: Thí sinh có đủ các điều kiện theo quy định của Điều 6 Quy chế tuyển sinh năm 2018 (kèm theo thông tư số 07/2018/TT-BGDĐT ngày 1/3/2018) và đáp ứng các yêu cầu của Học viện được quyền ĐKXT.

1.3.2. Phạm vi tuyển sinh: Tuyển sinh trong cả nước.

1.3.3. Phương thức tuyển sinh (thi tuyển, xét tuyển hoặc kết hợp thi tuyển và xét tuyển):

- **Xét tuyển dựa vào kết quả kỳ thi THPT quốc gia 2018:** Xét tuyển theo ngành, xét từ cao xuống thấp, không phân biệt thứ tự nguyện vọng.

+ Học viện xét tuyển đối với từng ngành theo Quy định của Bộ Giáo dục và Đào tạo.

+ Không quy định chênh lệch điểm xét tuyển giữa các tổ hợp, sử dụng môn Toán làm tiêu chí phụ trong trường hợp có nhiều thí sinh cùng mức điểm xét tuyển.

+ Kết thúc xét tuyển đợt 1 nếu còn chỉ tiêu, Học viện xét tuyển tiếp đợt bổ sung theo Quy định của Bộ Giáo dục và Đào tạo.

- **Xét tuyển kết hợp:** xét theo hồ sơ dự tuyển, chỉ tiêu xét tuyển chiếm không quá 20% chỉ tiêu mỗi ngành và tổng chỉ tiêu toàn Học viện. Cụ thể các đối tượng như sau

- Thí sinh có 3 môn/bài thi THPTQG năm 2018, trong đó có bài thi môn Toán và 02 môn/bài thi trong tổ hợp xét tuyển của Học viện đạt 22,0 điểm trở lên.
- Thí sinh có chứng chỉ Tiếng Anh quốc tế trong thời hạn (tính đến ngày xét tuyển) đạt IELTS 5.5 trở lên hoặc TOEFL ITP 500 trở lên hoặc TOEFL iBT 61 trở lên và có tổng điểm 02 (hai) bài/môn thi THPTQG năm 2018 trừ bài thi Tiếng Anh đạt từ 14,0 điểm trở lên, trong đó có bài thi môn Toán.

1.3.4. Dự kiến quy mô tuyển sinh ngành QTKD: 100 sinh viên/khóa.

Tên trường Ngành học.	Mã ngành	Chỉ tiêu xét tuyển
1.Quản trị kinh doanh: Chuyên ngành QTDN	7340101	100

1.3.5. Ngưỡng đảm bảo chất lượng đầu vào, điều kiện nhận hồ sơ ĐKXT: Căn cứ trên ngưỡng đảm bảo chất lượng đầu vào của Bộ Giáo dục và Đào tạo, Học viện xây dựng phương án xét tuyển theo quy định của Bộ Giáo dục và Đào tạo.

1.3.6. Các thông tin cần thiết khác để thí sinh ĐKXT vào các ngành của trường: mã số trường, mã số ngành, tổ hợp xét tuyển và quy định chênh lệch điểm xét tuyển giữa các tổ hợp; các điều kiện phụ sử dụng trong xét tuyển:

Tên trường Ngành học.	Mã ngành	Tổ hợp xét tuyển	Chỉ tiêu	Ghi chú
--	-----------------	-------------------------	---------------------------	----------------

Quản trị kinh doanh	7340101	Toán, Vật Lý, Hóa học Toán, Vật Lý, Tiếng Anh Toán, Ngữ Văn, Tiếng Anh Toán, Vật lý, Ngữ Văn	100	<i>Không quy định chênh lệch điểm xét tuyển giữa các tổ hợp; sử dụng môn Toán làm tiêu chí phụ</i>
---------------------	---------	---	-----	--

1.3.7. Tổ chức tuyển sinh: Thời gian; hình thức nhận hồ sơ ĐKXT/thi tuyển; các điều kiện xét tuyển/thi tuyển, tổ hợp môn thi/bài thi đối với từng ngành đào tạo: Thực hiện theo quy định của Bộ Giáo dục và Đào tạo.

1.3.8. Chính sách ưu tiên: Xét tuyển thẳng; ưu tiên xét tuyển: Học viện xét tuyển thẳng; ưu tiên xét tuyển, nhóm ưu tiên, khu vực ưu tiên...thực hiện theo quy định của Bộ Giáo dục và Đào tạo.

1.3.9. Lệ phí xét tuyển/thi tuyển: Thực hiện theo quy định của Bộ GD và ĐT.

1.3.10. Học phí dự kiến với sinh viên chính quy; lộ trình tăng học phí tối đa cho từng năm (nếu có): Học phí thu đào tạo theo hình thức tín chỉ thu theo quy định hiện hành của nhà nước đối với trường đại học công lập.

1.3.11. Các nội dung khác (không trái quy định hiện hành)....

1.4. Điều kiện nhập học

Thí sinh đủ điểm trúng tuyển vào ngành Quản trị kinh doanh sẽ nhận được giấy báo nhập học của Học viện Chính sách và Phát triển, trong đó có ghi ngày giờ đến nhập học và một số giấy tờ, thông tin cần thiết phải chuẩn bị, cụ thể:

- i. Bản gốc Giấy chứng nhận Tốt nghiệp THPT năm 2018. Nếu thí sinh tốt nghiệp THPT trước năm 2018 thì nộp bản sao công chứng Bằng Tốt nghiệp THPT hoặc tương đương;
- ii. Học bạ THPT (*Bản chính*).
- iii. Bản sao công chứng giấy khai sinh;

- iv. Các giấy tờ pháp lý để xác nhận đối tượng ưu tiên (nếu có) như Thẻ thương binh của Bô/mẹ, Sổ thương binh của Bô/mẹ... Nộp bản sao có công chứng;
- v. Giấy báo nhập học của Học viện Chính sách và Phát triển;
- vi. Sổ Đoàn, giấy chuyển sinh hoạt Đảng (nếu có);
- vii. Giấy chuyển nghĩa vụ quân sự (đối với sinh viên là nam giới) về ban chỉ huy quân sự Quận Cầu Giấy, Hà Nội;
- viii. Bản sao công chứng Chứng minh thư nhân dân hoặc thẻ căn cước công dân (02 bản);
- ix. Bản sao sổ hộ khẩu;

Thông tin chi tiết hướng dẫn thủ tục nhập học cho sinh viên trúng tuyển vào Học viện Chính sách và Phát triển được công bố theo đường link:

http://apd.edu.vn/tin-tuc/-/asset_publisher/7p5mBgFRGTPq/content/huong-dan-lam-thu-tuc-nhap-hoc

PHẦN 2: 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.

2.4. Vị trí và nơi làm việc sau khi tốt nghiệp

Người học sau khi tốt nghiệp cử nhân ngành Quản trị Kinh doanh, chuyên ngành Quản trị Marketing có thể làm việc ở các công ty dịch vụ về marketing hay làm chuyên viên, quản trị marketing của các doanh nghiệp, tổ chức. Cử nhân Quản trị marketing cũng có thể làm việc các lĩnh vực khác trong doanh nghiệp như chuyên viên kinh doanh, chuyên viên nhân sự, quản trị logistic, phân phối, bán hàng...

- Lĩnh vực nghiên cứu thị trường: Đảm nhận các công việc nghiên cứu và phân tích thị trường trong đơn vị/bộ phận nghiên cứu thị trường của doanh nghiệp hoặc trong các công ty dịch vụ nghiên cứu thị trường.

- Phát triển sản phẩm: Phối hợp với các bộ phận của doanh nghiệp trong phát triển danh mục sản phẩm, đổi mới, cải tiến sản phẩm.

- Lĩnh vực phân phối và cung ứng: Thực hiện công việc quản trị kênh phân phối, hoạt động vận tải và cung ứng dịch vụ trong doanh nghiệp;

- Lĩnh vực bán hàng và truyền thông: Thực hiện các công việc truyền thông xúc tiến thương mại, quảng cáo, quan hệ công chúng, quảng bá thương hiệu, sản phẩm, dịch vụ;

- Lĩnh vực quản trị ở các doanh nghiệp: Thực hiện các công việc của quản trị marketing như quản trị thương hiệu, quản trị phát triển sản phẩm, quản trị giá, quản trị kênh phân phối, quản trị truyền thông.

- Lĩnh vực giảng dạy và nghiên cứu: Học bậc cao hơn để giảng dạy hoặc làm việc tại các trường đại học, viện nghiên cứu

2.5. Các nội dung đối sánh và tham chiếu bên ngoài/nội bộ được sử dụng để cung cấp thêm thông tin về CDR của CTĐT:

CTĐT ngành Quản trị kinh doanh, chuyên ngành Quản trị Marketing năm 2019 được xây dựng trên cơ sở so sánh, tham khảo CTĐT của University of Westminster của Anh (<https://www.westminster.ac.uk/business-and-management-marketing-courses/2020-21/january/full-time/marketing-management-ma-msc>) và Trường Đại học Kinh tế quốc dân của Việt Nam (http://chuongtrinhdaotao.neu.edu.vn/QT_DeCuongMonHoc/TimKiemChuyenNganhHoc_neu.aspx?ShowResult=true&MaChuyenNganh=122&K=59CQ).

Cử nhân chuyên ngành Quản trị Marketing phải có những kiến thức cơ bản về kinh tế - quản trị kinh doanh như: Quản trị học, Quản trị doanh nghiệp, Quản trị chiến lược... (tham khảo CTĐT của University of Westminster); các môn học chuyên ngành sâu như: Quản trị Marketing, Quản trị thương hiệu, Digital Marketing... (tham khảo CTĐT của Trường Đại học Kinh tế quốc dân). Cả hai trường đều tập trung trang bị những kiến thức cơ bản và chuyên sâu về Quản trị Marketing, trong đó cập nhật những xu hướng mới nhất về marketing hiện đại trên nền tảng công nghệ 4.0 (*Phụ lục: Chương trình đào tạo chuyên ngành Quản trị Marketing - University of Westminster và Đại học Kinh tế quốc dân*).

Ngoài ra, chuẩn đầu ra của CTĐT ngành Quản trị kinh doanh, chuyên ngành Quản trị Marketing năm 2019 được xây dựng trên cơ sở tham khảo chuẩn đầu ra của

CTĐT chuyên ngành Quản trị Marketing của Đại học Kinh tế quốc dân. Bên cạnh chuẩn đầu ra về tin học và ngoại ngữ (Chuẩn đầu ra tin học, chuẩn đầu ra Tiếng Anh Ielts 4.5 hoặc TOEIC 500 điểm) phù hợp với quy định chung của Học viện Chính sách và phát triển, CTĐT chuyên ngành Quản trị Marketing năm 2019 xây dựng thêm chuẩn đầu ra về kiến thức, kỹ năng, thái độ cho sinh viên tốt nghiệp chuyên ngành này, với 11 chuẩn đầu ra về kiến thức, 6 chuẩn đầu ra về kỹ năng và 3 chuẩn đầu ra về thái độ, để có thể làm việc trong bối cảnh cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 và toàn cầu hóa (*Phụ lục CTĐT ngành Quản trị Marketing - Đại học Kinh tế quốc dân, phần chuẩn đầu ra*).

PHẦN 3: NỘI DUNG CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO

3.1. Tổng khối lượng kiến thức toàn khóa: 134 tín chỉ, trong đó:

- | | |
|--|--------------------------|
| - Kiến thức giáo dục đại cương | <u>41 tín chỉ</u> |
| (không bao gồm GD thể chất và GD quốc phòng) | |
| - Kiến thức giáo dục chuyên nghiệp: | <u>93 tín chỉ</u> |
| + Kiến thức cơ sở ngành | 27 tín chỉ |
| <i>Kiến thức cơ sở ngành bắt buộc</i> | <i>21 tín chỉ</i> |
| <i>Kiến thức cơ sở ngành lựa chọn</i> | <i>6 tín chỉ</i> |
| + Kiến thức ngành | 26 tín chỉ |
| <i>Kiến thức ngành bắt buộc</i> | <i>17 tín chỉ</i> |
| <i>Kiến thức ngành lựa chọn</i> | <i>9 tín chỉ</i> |
| + Kiến thức chuyên ngành | 30 tín chỉ |
| <i>Kiến thức chuyên ngành bắt buộc</i> | <i>21 tín chỉ</i> |
| <i>Kiến thức chuyên ngành lựa chọn</i> | <i>9 tín chỉ</i> |
| + Thực tập và Khoá luận | 10 tín chỉ |

3.2. Khung chương trình đào tạo:

TT	Mã số	Tên học phần/ Môn học	Số Tín	Học
1. Kiến thức Giáo dục đại cương			41	
1	THCN06	Chủ nghĩa xã hội khoa học	2	1
2	THKT05	Kinh tế Chính trị Mác - Lênin	2	2
3	KHMI01	Kinh tế vi mô 1	3	1
4	KHMA02	Kinh tế vĩ mô 1	3	2
5	THLD07	Lịch sử Đảng cộng sản Việt Nam	2	2
6	TOLT07	Lý thuyết xác suất và thống kê toán	3	1
7	LUĐC01	Pháp luật đại cương	3	1
8	PPNC01	Phương pháp nghiên cứu khoa học	3	5
9	TACB01	Tiếng Anh cơ bản 1	3	1
10	TACB02	Tiếng Anh cơ bản 2	3	2
11	TACB03	Tiếng Anh cơ bản 3	3	3
12	TACB04	Tiếng Anh cơ bản 4	3	4
13	TOĐC06	Tin học đại cương	3	1
14	TOCC05	Toán cao cấp	3	1
15	THML04	Triết học Mác - Lênin	3	1
16	THTT02	Tư tưởng Hồ Chí Minh	2	2
17	GDQP02	Giáo dục quốc phòng	8	1
18	GDTC08	Giáo dục thể chất 1	2	1
19	GDTC06	Giáo dục thể chất 2	2	2
20	GDTC07	Giáo dục thể chất 3	2	3
2. Kiến thức giáo dục chuyên nghiệp			93	
2.1. Kiến thức Cơ sở ngành			27	
<i>2.1.1. Cơ sở ngành bắt buộc</i>			<i>21</i>	
1	CSCS11	Chính sách công	3	4
2	TODL01	Dữ liệu lớn trong kinh tế và kinh doanh	3	4
3	QHĐL07	Địa lý Kinh tế	3	3
4	TOKT05	Kinh tế lượng	3	3
5	TCTT23	Nguyên lý tài chính tiền tệ	3	3
6	TCKT01	Nguyên lý kế toán	3	3
7	QTHO06	Quản trị học	3	
<i>2.1.2. Cơ sở ngành lựa chọn</i>			<i>6</i>	
1	QLMS03	Đấu thầu mua sắm 1	2	3
2	KHĐT10	Kinh tế đầu tư	2	3
3	KHKT11	Kinh tế phát triển	2	4
4	CLCKD03	Quản trị Kinh doanh quốc tế	2	4
5	ĐNTM09	Thương mại quốc tế	2	3
2.2. Kiến thức Ngành			26	
<i>2.2.1. Ngành bắt buộc</i>			<i>17</i>	
1	QTKS07	Khởi nghiệp, đổi mới sáng tạo	3	5
2	QTMC02	Marketing căn bản	3	4

3	QTCL01	Quản trị chiến lược	3	5
4	QTNL03	Quản trị nhân lực	3	5
5	TCDN03	Tài chính doanh nghiệp	3	6
6	QLCD01	Chuyên đề thực tế	2	5
2.2.2. Ngành lựa chọn			9	
1	QTKD14	Thương mại điện tử	3	5
2	QTCC01	Quan hệ công chúng	3	6
3	QTTH01	Quản trị thương hiệu	3	6
4	TCCK25	Thị trường chứng khoán	3	6
5	ĐNNV03	Nghiệp vụ kinh doanh XNK	3	6
2.3. Kiến thức Chuyên ngành			30	
2.3.1. Chuyên ngành bắt buộc			21	
1	QTDM01	Digital Marketing	3	7
2	QTMS01	Marketing dịch vụ	3	7
3	ĐNMA05	Marketing quốc tế	3	7
4	QTTT11	Nghiên cứu thị trường	3	6
5	QTMA09	Quản trị marketing	3	6
6	QTTT01	Truyền thông Marketing tích hợp	3	7
7	QTBH01	Quản trị bán hàng	3	7
2.3.2. Chuyên ngành lựa chọn			9	
1	QTCB01	Hành vi người tiêu dùng	3	4
2	QTOB01	Hành vi tổ chức	3	4
3	QTEO01	Tổ chức sự kiện	3	5
4	QTMC04	Marketing Ngân hàng	3	7
5	QTCU04	Quản trị chuỗi cung ứng	3	7
2.4. Thực tập và Khóa luận tốt nghiệp			10	
1	KLTN	Khóa luận tốt nghiệp	6	7
2	TTTN01	Thực tập tốt nghiệp	4	7
TỔNG SỐ (Không bao gồm GDTC và GDQP)			134	

3.3. Mô tả tóm tắt các học phần

3.3.1. Chủ nghĩa xã hội khoa học

Học phần Chủ nghĩa xã hội khoa học cung cấp cho sinh viên những nội dung cơ bản về quá trình hình thành, phát triển của CNXHKKH. Xây dựng cho sinh viên niềm tin vào con đường đi lên CNXH ở nước ta trong giai đoạn hiện nay.

3.3.2. Kinh tế chính trị Mác – Lênin

Học phần trang bị cho người học nắm vững thế giới quan, phương pháp luận. Từ đó, giúp người học có quan điểm khách quan, quan điểm toàn diện, quan điểm lịch sử cụ thể, quan điểm phát triển, quan điểm thực tiễn khi nhìn nhận, đánh giá sự vật, hiện tượng. Sinh viên cũng được trang bị kiến thức cơ bản về phương thức sản xuất tư bản chủ nghĩa, cung cấp các lý luận về hàng hóa, tiền tệ, các quy luật chung về sự vận động của tư bản và các biểu hiện của giá trị thặng dư trong giai đoạn chủ nghĩa tư bản tự do cạnh tranh và chủ nghĩa tư bản độc quyền. Đồng thời, cũng cung cấp kiến thức về chủ nghĩa xã hội, lý luận về sứ mệnh lịch sử của giai cấp công nhân, cách mạng xã hội chủ nghĩa, những vấn đề có tính quy luật trong tiến trình cách mạng xã hội chủ nghĩa. Qua đó, hình thành nhân sinh quan khoa học, góp phần cải tạo thế giới phát triển hợp quy luật.

3.3.3. Kinh tế vi mô 1

Học phần Kinh tế học vi mô 1 được trình bày với mục tiêu giúp người học nghiên cứu nắm bắt được những nguyên lý kinh tế cơ bản trong Kinh tế học và Kinh tế vi mô nói riêng. Nội dung môn học được xây dựng phù hợp với kiến thức của giai đoạn 1, đi sâu vào những khái niệm về thị trường, cung- cầu, cơ giãn của cầu và cung, hành vi người tiêu dùng và doanh nghiệp (Sản xuất - Chi phí - Lợi nhuận), cạnh tranh hoàn hảo và độc quyền, cung - cầu lao động, thất bại thị trường...

3.3.4. Kinh tế vĩ mô 1

Học phần giới thiệu những nguyên lý cơ bản của kinh tế vĩ mô, trong đó trước hết là làm rõ các thuật ngữ, sau đó là các mô hình kinh tế vĩ mô cơ bản để giúp sinh viên hiểu được sự vận hành của nền kinh tế tổng thể. Sinh viên sẽ được giới thiệu các nguyên lý cơ bản của hạch toán thu nhập quốc dân, các nhân tố quyết định sản lượng, lạm phát và thất nghiệp, lãi suất, tỷ giá hối đoái, cũng như những nguyên lý ban đầu về các chính sách kinh tế vĩ mô.

3.3.5. Lịch sử Đảng Cộng sản Việt Nam

Học phần cung cấp cho sinh viên những nội dung cơ bản về Đảng Cộng sản Việt Nam, trong đó chủ yếu tập trung vào đường lối của Đảng thời kỳ đổi mới trên một số lĩnh vực cơ bản của đời sống xã hội phục vụ cho cuộc sống và công tác. Xây dựng cho sinh viên niềm tin vào sự lãnh đạo của Đảng, theo mục tiêu, lý tưởng của Đảng. Học phần cũng giúp sinh viên vận dụng kiến thức chuyên ngành để chủ động, tích cực trong giải quyết những vấn đề kinh tế, chính trị, văn hoá, xã hội theo đường lối, chính sách, pháp luật của Đảng và Nhà nước.

3.3.6. Lý thuyết xác suất và thống kê toán

Học phần trang bị cho sinh viên các khái niệm về xác suất, các công thức tính xác suất; biến ngẫu nhiên và quy luật phân phối xác suất, các đặc trưng của biến ngẫu nhiên và luật số lớn; Các bài toán ước lượng và kiểm định giả thuyết thống kê. Qua đó sinh viên có thể vận dụng những kiến thức của học phần làm cơ sở toán học để nghiên cứu, phân tích và xử lý số liệu trong phân tích kinh tế, tài chính.

3.3.7. Pháp luật đại cương

Học phần giới thiệu các khái niệm, các phạm trù chung cơ bản nhất về nhà nước và pháp luật dưới góc độ của khoa học quản lý. Trên cơ sở đó, đi vào phân tích cấu trúc của bộ máy nhà nước cũng như chức năng, thẩm quyền và địa vị pháp lý của các cơ quan trong bộ máy nhà nước CHXHCN Việt Nam ; tính chất pháp lý và cơ cấu của hệ thống các văn bản quy phạm pháp luật; một số nội dung cơ bản của các ngành luật trong hệ thống pháp luật Việt Nam như: Luật Hành chính, Luật Dân sự, Luật Hình sự ...

3.3.8. Phương pháp nghiên cứu khoa học

Học phần “*Phương pháp nghiên cứu khoa học*” cung cấp cho sinh viên những kiến thức cơ bản về cách thức tiến hành một nghiên cứu một cách có hệ thống và mang tính khoa học. Sinh viên sẽ được giới thiệu về các bước thực hiện một nghiên cứu từ khi hình thành ý tưởng nghiên cứu cho đến sản phẩm cuối cùng của nghiên cứu. Học phần cũng giúp sinh viên nhận dạng, xây dựng và phát triển vấn đề khoa học, thiết kế một khung nghiên cứu để giải quyết vấn đề đó, chuyển vấn đề thành câu hỏi nghiên cứu, thu thập và phân tích số liệu để trả lời câu hỏi nghiên cứu và cuối cùng là viết báo cáo nghiên cứu. Sinh viên sẽ học nhiều cách thức khác nhau để tiến

hành nghiên cứu, và cách thức nghiên cứu sẽ ảnh hưởng đến cách thức giải quyết vấn đề. Sinh viên sẽ phải thực hiện một nghiên cứu khoa học thực tế được tổ chức dưới dạng nghiên cứu nhóm, có biên soạn đề cương, thu thập dữ liệu, xử lý dữ liệu và viết báo cáo nghiên cứu.

3.3.9. Tiếng Anh cơ bản 1

Học phần cung cấp cho sinh viên những kiến thức cơ bản về: Các thời thể ngữ pháp tiếng Anh dành cho người mới bắt đầu như động từ to be, thời hiện tại đơn, quá khứ đơn, các cách đặt câu hỏi để lấy thông tin ...; Những từ vựng được sử dụng trong các tình huống hàng ngày và để nói về các chủ đề quen thuộc của cuộc sống như bản thân, gia đình, quê hương, đất nước ...; Bảng phiên âm quốc tế và cách phát âm phụ âm, nguyên âm, các âm phổ biến trong tiếng Anh. Bên cạnh đó, sinh viên cũng được học về cách phát âm các dạng của động từ “to be”, các động từ được chia ở dạng hiện tại và quá khứ; Các kỹ năng ngôn ngữ đọc, nghe, nói, viết ở dạng làm quen ban đầu.

3.3.10. Tiếng Anh cơ bản 2

Học phần cung cấp cho sinh viên những kiến thức cơ bản về: Các thời thể ngữ pháp tiếng Anh dành cho người học ở trình độ cơ bản như động từ khuyết thiếu, thời hiện tại tiếp diễn, thời hiện tại hoàn thành, thời tương lai đơn giản, các cách đặt câu với dạng thức so sánh hơn; Những từ vựng được sử dụng trong các tình huống hàng ngày để nói về các chủ đề quen thuộc của cuộc sống như bản thân, gia đình, cách mua sắm, cách giữ liên lạc; Cách phát âm các dạng của động từ to be, các động từ được chia ở dạng hiện tại và quá khứ; Các kỹ năng ngôn ngữ đọc, nghe, nói, viết ở trình độ cơ bản ở bậc A1 theo khung năng lực ngoại ngữ 6 bậc của Việt Nam.

3.3.11. Tiếng Anh cơ bản 3

Học phần cung cấp cho sinh viên những kiến thức cơ bản về: Các hiện tượng ngữ pháp tiếng Anh như hiện tại đơn, quá khứ đơn, hiện tại tiếp diễn, hiện tại hoàn thành, các mệnh đề tính từ và các trạng ngữ chỉ thời gian, nơi chốn cách viết câu mở đoạn và câu kết đoạn trong một đoạn văn và phát triển viết một đoạn văn hoàn chỉnh bao gồm câu chủ đề, các câu triển khai trong đoạn và câu kết đoạn; Những từ vựng được sử dụng trong các tình huống hàng ngày và thực hành hội thoại nói về các chủ đề quen thuộc của cuộc sống; các hoạt động cuối tuần; các loại phương tiện giao thông;

làm thế nào để giữ sức khỏe; phim ảnh; du lịch... Cấu trúc của bài thi TOEIC quốc tế. Các kỹ năng ngôn ngữ đọc, nghe, nói, viết ở trình độ cơ bản ở bậc A2 – B1 theo khung năng lực ngoại ngữ 6 bậc của Việt Nam.

3.3.12. Tiếng Anh cơ bản 4

Học phần cung cấp cho sinh viên những kiến thức cơ bản về: Các hiện tượng ngữ pháp tiếng Anh như cấu trúc diễn đạt mong ước, ý định tương lai, thì hiện tại tiếp diễn, quá khứ đơn, quá khứ tiếp diễn, quá khứ hoàn thành, câu điều kiện. Những từ vựng được sử dụng để miêu tả kỳ nghỉ, ước mơ, hoài bão, các đặc điểm tự nhiên, địa lý. Kỹ năng làm bài thi TOEIC quốc tế: kỹ năng Đọc và Nghe. Học phần cũng trang bị cho sinh viên các kỹ năng ngôn ngữ nghe, đọc, nói, viết ở bậc 3 trong khung năng lực ngoại ngữ 6 bậc của Việt Nam, tương đương với 500 điểm bài thi TOEIC.

3.3.13. Tin học đại cương

Học phần cung cấp cho người học khả năng phân tích hệ thống thông tin nghiệp vụ liên quan trong nghề nghiệp tương lai nhằm tin học hóa các bài toán nghiệp vụ cũng như tham gia phát triển các dự án tin học hóa trong ngành tài chính – ngân hàng, chính sách công, tài chính công, quy hoạch phát triển, ...

3.3.14. Toán cao cấp

Học phần cung cấp các khái niệm cơ bản liên quan đến không gian véc tơ n-chiều và có kỹ năng tính toán tốt đối với các phép toán về vectơ, ma trận, định thức và giải thành thạo hệ phương trình tuyến tính. Ngoài ra, học phần cũng cung cấp kỹ năng cho sinh viên biết vận dụng hệ phương trình tuyến tính để xây dựng một số mô hình kinh tế đơn giản, như mô hình cân bằng thị trường nhiều hàng hóa, mô hình cân bằng kinh tế vĩ mô.

3.3.15. Triết học Mác - Lênin

Học phần Triết học Mác – Lênin trang bị thế giới quan, phương pháp luận khoa học trên lập trường duy vật biện chứng và duy vật lịch sử. Từ đó, định hướng cho hoạt động nhận thức và hoạt động thực của sinh viên, góp phần cải tạo tự nhiên, xã hội, con người phát triển hợp quy luật khách quan.

3.3.16. Tư tưởng Hồ Chí Minh

Học phần cung cấp cho sinh viên phương pháp vận dụng lý luận để giải các vấn đề đặt ra từ thực tiễn và phương pháp bổ sung làm mới lý luận từ tổng kết thực tiễn của Hồ Chí Minh, qua đó giúp sinh viên hình thành kỹ vận dụng sáng tạo lý luận, kỹ năng giải quyết các vấn đề thực tiễn, kỹ năng đánh giá, tổng kết thực tiễn. Đồng thời, Cùng với học phần Những nguyên lý cơ bản của chủ nghĩa Mác – Lênin, từng bước xác lập thế giới quan, nhân sinh quan và phương pháp luận chung nhất để tiếp cận các khoa học chuyên ngành được đào tạo.

3.3.17. Giáo dục quốc phòng

Học phần có một vai trò và ý nghĩa rất to lớn trong việc giáo dục và nâng cao ý thức, phẩm chất đạo đức của con người đặc biệt là sinh viên - thế hệ trẻ, chủ nhân tương lai của đất nước. Trong điều kiện đất nước hội nhập và phát triển, việc nâng cao ý thức, trách nhiệm và hiểu biết về kiến thức quốc phòng - an ninh là một nhiệm vụ thiết thực hơn bao giờ hết. Nó sẽ giúp cho khối đại đoàn kết toàn dân và sức mạnh dân tộc không ngừng được củng cố và lớn mạnh, đáp ứng yêu cầu của sự nghiệp xây dựng và bảo vệ vững Tổ Quốc Việt Nam xã hội chủ nghĩa.

3.3.18. Giáo dục thể chất 1

Học phần GDTC có chức năng chuẩn bị thể lực cho con người để thực hiện các hoạt động do xã hội quy định. GDTC kết hợp các mặt giáo dục khác như: đức, trí, thể, mỹ nhằm phát triển con người cân đối toàn diện. Giáo dục thể chất là một hiện tượng xã hội, xuất hiện cùng với sự xuất hiện của xã hội loài người và tuân theo sự phát triển xã hội, cho nên nó mang tính lịch sử và tính giai cấp.

3.3.19. Giáo dục thể chất 2

Học phần GDTC có chức năng chuẩn bị thể lực cho con người để thực hiện các hoạt động do xã hội quy định. GDTC kết hợp các mặt giáo dục khác như: đức, trí, thể, mỹ nhằm phát triển con người cân đối toàn diện. Giáo dục thể chất là một hiện tượng xã hội, xuất hiện cùng với sự xuất hiện của xã hội loài người và tuân theo sự phát triển xã hội, cho nên nó mang tính lịch sử và tính giai cấp.

3.3.20. Giáo dục thể chất 3

Học phần GDTC có chức năng chuẩn bị thể lực cho con người để thực hiện các hoạt động do xã hội quy định. GDTC kết hợp các mặt giáo dục khác như: đức, trí, thể, mỹ nhằm phát triển con người cân đối toàn diện. Giáo dục thể chất là một hiện tượng

xã hội, xuất hiện cùng với sự xuất hiện của xã hội loài người và tuân theo sự phát triển xã hội, cho nên nó mang tính lịch sử và tính giai cấp.

3.3.21. Chính sách công

Học phần giúp sinh viên nắm được những kiến thức về chính sách công và mối quan hệ giữa chính sách công và các chuyên ngành học khác. Học phần cũng có tập trung rèn luyện kỹ năng viết và thảo luận hiệu quả với các chủ đề của chính sách công như: Chủ thể hoạt động chính sách công, công cụ chính sách công, hoạch định chính sách công, thực thi và đánh giá chính sách công...

3.3.22. Dữ liệu lớn trong kinh tế và kinh doanh

Đào tạo cử nhân phân tích dữ liệu lớn trong kinh tế và kinh doanh có kiến thức cơ bản về kinh tế, kinh doanh và công nghệ thông tin; có kiến thức chuyên sâu về việc sử dụng công cụ phân tích dữ liệu lớn để giải quyết các vấn đề trong kinh tế và kinh doanh; có tư duy nghiên cứu độc lập; có năng lực tự học bổ sung kiến thức, nâng cao trình độ chuyên môn thích nghi với sự thay đổi của môi trường làm việc. Chương trình đào tạo cũng góp phần nâng cao phẩm chất chính trị; đạo đức cá nhân và đạo đức nghề nghiệp; tinh thần vì cộng đồng xã hội; tuân thủ pháp luật và tinh thần học tập suốt đời cho sinh viên.

3.3.23. Địa lý kinh tế

Học phần trang bị cho người học kiến thức để có thể trả lời được hai câu hỏi: Ở đâu và tại sao trong các hoạt động kinh tế. Học phần cũng giúp sinh viên nắm được một số đặc điểm kinh tế - xã hội của các khu vực tiêu biểu trên thế giới, từ đó bổ sung vốn hiểu biết cho sinh viên, giúp người học rèn luyện tư duy phân tích, phản biện, giải quyết các vấn đề tổng hợp và liên ngành.

3.3.24. Kinh tế lượng

Kinh tế lượng là một môn khoa học độc lập, nó là sự kết hợp giữa kinh tế học, toán học và thống kê toán nhằm lượng hóa, kiểm định và dự báo các quan hệ kinh tế. Nhiệm vụ của Kinh tế lượng là: Thiết lập các mô hình toán học để mô tả các mối quan hệ kinh tế, tức là nêu ra các giả thuyết về mối quan hệ giữa các biến số kinh tế; Ước lượng các tham số nhằm nhận được số đo về sự ảnh hưởng của các biến số; Kiểm định sự vững chắc của các giả thuyết đặt ra; Sử dụng các mô hình đã được kiểm định để

đưa ra các dự báo và mô phỏng các hiện tượng kinh tế; Đề xuất chính sách dựa trên các phân tích và dự báo.

3.3.25. Nguyên lý tài chính tiền tệ

Học phần trang bị cho sinh viên những kiến thức cơ bản về tài chính ngân hàng, về chính sách tài khóa và chính sách tiền tệ để làm cơ sở cho việc nghiên cứu và học tập các môn chuyên ngành. Qua đó, giúp sinh viên kịp thời nắm bắt được thực trạng tình hình tài chính ngân hàng của thế giới cũng như tại Việt Nam. Trong quá trình học, sinh viên cũng được tạo cơ hội để hoàn thiện các kỹ năng làm việc theo nhóm, kỹ năng trình bày, đọc và phân tích tài liệu. Đây là những kỹ năng bổ sung cần thiết hỗ trợ sinh viên vận dụng tốt hơn những kiến thức được học vào công việc thực tế sau khi tốt nghiệp.

3.3.26. Nguyên lý kế toán

Học phần cung cấp những kiến thức cơ bản về lý thuyết kế toán: Các khái niệm, bản chất, đối tượng, mục đích, chức năng, nhiệm vụ và yêu cầu của kế toán; các phương pháp kế toán; quá trình thu thập, ghi chép số liệu kế toán, trình tự kế toán các quá trình kinh doanh chủ yếu; các hình thức kế toán; nội dung và các hình thức tổ chức công tác kế toán.

3.3.27. Quản trị học

Học phần Quản trị học cung cấp cho sinh viên về mặt lý thuyết, sinh viên hiểu được cách tiếp cận chiến lược, hệ thống, hội nhập và tình huống đối với các hệ thống xã hội, tổ chức và quản trị; các yếu tố môi trường mà nhà quản trị phải đối mặt trong công việc; tầm quan trọng của trách nhiệm xã hội và đạo đức trong quản trị; hiểu được các chức năng quản trị theo quá trình, bao gồm: lập kế hoạch, tổ chức, lãnh đạo và kiểm soát. Về mặt kỹ năng, thực hành, sinh viên xác định và phân tích được các yếu tố môi trường mà các nhà quản trị phải đối mặt trong công việc của họ; Có khả năng ra quyết định để giải quyết các vấn đề gặp phải trong cuộc sống và công việc; Có thể tham gia vào quá trình lập kế hoạch, tổ chức, lãnh đạo và kiểm soát đối với một hệ thống, tổ chức nhất định.

3.3.28. Đấu thầu mua sắm 1

Học phần trang bị cho người học những kiến thức về đấu thầu nói chung, quy trình tham gia dự thầu và những kinh nghiệm nâng cao khả năng thắng thầu. Những quy trình về tổ chức đấu thầu trong nền kinh tế thị trường.

3.3.29. Kinh tế đầu tư

Môn học Kinh tế đầu tư là môn khoa học kinh tế thuộc lĩnh vực khoa học xã hội nghiên cứu các vấn đề kinh tế trong hoạt động đầu tư phát triển. Môn học cung cấp những kiến thức về kinh tế đầu tư một cách cơ bản như: khái niệm và bản chất của đầu tư; vai trò và đặc điểm của đầu tư phát triển trong nền kinh tế; xem xét các nguồn vốn và cách huy động các nguồn vốn đó cho đầu tư; quản lý nhà nước về đầu tư; môi trường đầu tư; đầu tư công; phương pháp đánh giá kết quả và hiệu quả đầu tư; đầu tư quốc tế; đầu tư phát triển trong doanh nghiệp; quản lý đầu tư theo dự án.

3.3.30. Kinh tế phát triển

Môn học giải quyết cụ thể trường hợp của các nước đang phát triển và quá trình chuyển một nền kinh tế từ trạng thái trì trệ, tăng trưởng thấp, tỷ lệ nghèo đói lớn và tình trạng mất công bằng xã hội cao, sang một nền kinh tế có tốc độ tăng trưởng nhanh với các chỉ tiêu xã hội ngày càng được cải thiện hơn. Thông qua quan điểm của các trường phái kinh tế, các mô hình lý thuyết và thực nghiệm, học phần cung cấp cơ sở khoa học cho việc lựa chọn đường lối phát triển kinh tế của các nước đang phát triển với những điều kiện trong nước và quốc tế khác nhau.

3.3.31. Quản trị kinh doanh quốc tế

Môn học giới thiệu về môi trường kinh doanh quốc tế trong bối cảnh hội nhập kinh tế sâu và rộng như hiện nay. Các kiến thức cơ bản mà nhà quản trị lĩnh vực kinh doanh quốc tế cần nắm được bao gồm các xu hướng kinh doanh quốc tế, chiến lược kinh doanh của các công ty đa quốc gia, môi trường đầu tư quốc tế, các chính sách của các chính phủ điều tiết các hoạt động kinh doanh quốc tế, cạnh tranh toàn cầu.

3.3.32. Thương mại quốc tế

Học phần giới thiệu tổng quan những vấn đề chung nhất về hoạt động thương mại quốc tế như các yếu tố ảnh hưởng đến hoạt động thương mại quốc tế. Tiếp đến học phần đi sâu giới thiệu các lý thuyết thương mại quốc tế cổ điển và hiện đại, chính sách thương mại quốc tế và các công cụ của chính sách thương mại quốc tế được các quốc gia sử dụng để điều tiết hoạt động thương mại quốc tế. Ngoài ra, học phần giới

thiệu cơ bản về các vấn đề thương mại quốc tế đang diễn ra như hiệp định thương mại tự do và các vấn đề liên quan, hoạt động thương mại quốc tế của Việt Nam.

3.3.33. Khởi nghiệp, đổi mới sáng tạo

Môn học được thiết kế nhằm cung cấp các kiến thức, kỹ năng cần thiết để người học bắt đầu vận hành một công việc kinh doanh mới, có thể theo hướng khởi nghiệp dựa vào từ việc khai thác thị trường có sẵn hoặc khởi nghiệp dựa vào những năng lực vượt trội về công nghệ, về mô hình kinh doanh mới và có thể tăng trưởng nhanh.

3.3.34. Marketing căn bản

Học phần marketing căn bản cung cấp cho người học những kiến thức căn bản nhất trong lĩnh vực marketing, giúp người học bước đầu vận dụng các kiến thức kỹ năng của môn học vào các hoạt động marketing của doanh nghiệp. Học phần giúp sinh viên hiểu được các quan điểm khác nhau về marketing. Sự cần thiết cũng như vai trò của hoạt động marketing trong sản xuất kinh doanh. Nắm được thế nào là thị trường, phân khúc thị trường. Cách xác định trường mục tiêu và định vị sản phẩm, định vị thương hiệu trên thị trường. Biết được vì sao phải nghiên cứu tiến trình quyết định mua hàng của người tiêu dùng và các yếu tố tác động đến tiến trình quyết định mua hàng đó. Hiểu rõ và có thể vận dụng trong thực tiễn các chính sách sản phẩm, chính sách giá, chính sách phân phối và chính sách truyền thông, cũng như cách thức hiệu quả nhất để phối hợp các chiến lược ấy lại với nhau để tạo ra một chiến lược marketing- mix độc đáo nhất so với các đối thủ cạnh tranh.

3.3.35. Quản trị chiến lược

Học phần cung cấp những kiến thức căn bản về những nguyên lý quản trị chiến lược và sự vận dụng vào thực tiễn doanh nghiệp. Qua đó trang bị cho sinh viên những khái niệm cơ bản về chiến lược và quản trị chiến lược các mô hình quản trị chiến lược, nguyên lý quản trị chiến lược của doanh nghiệp bao gồm: Hoạch định chiến lược; tổ chức thực hiện chiến lược; đánh giá, kiểm soát và điều chỉnh, thay đổi chiến lược của doanh nghiệp dưới những điều kiện môi trường, thị trường và nguồn nhân lực xác định của doanh nghiệp.

3.3.36. Quản trị nhân lực

Học phần “*Quản trị nguồn nhân lực*” là học phần bắt buộc đối với sinh viên chuyên ngành Quản trị kinh doanh, được thiết kế nhằm trang bị cho sinh viên những

kiến thức và kỹ năng cốt yếu nhất về quản lý nguồn nhân lực trong tổ chức. Học phần nhằm trang bị cho sinh viên những kiến thức và kỹ năng về quản lý nguồn nhân lực trong tổ chức. Giúp sinh viên quản trị nguồn nhân lực một cách hiệu quả, hoàn thiện kỹ năng và sử dụng tốt các công cụ quản trị nguồn nhân lực, có khả năng thực hiện các nghiên cứu trong lĩnh vực này.

3.3.37. Tài chính doanh nghiệp

Học phần Tài chính doanh nghiệp phát triển khuôn khổ lý thuyết cho sự hiểu biết và phân tích các vấn đề tài chính quan trọng của các doanh nghiệp trong nền kinh tế thị trường. Học phần trang bị những kiến thức những kiến thức cơ bản về tổ chức tài chính doanh nghiệp; sự vận động của luồng tiền vào, luồng tiền ra mà biểu hiện cụ thể của nó chính là chi phí, doanh thu và lợi nhuận của doanh nghiệp trong từng thời kỳ nhất định, nội dung các loại tài sản: Tài sản cố định, tài sản lưu động. Học phần bao gồm các mô hình định giá cơ bản phục vụ cho việc phân tích dự án đầu tư, cơ cấu vốn và các loại vốn mà doanh nghiệp sử dụng và việc đánh giá các quyết định quản lý khác nhau và ảnh hưởng của nó đối với hoạt động doanh nghiệp.

3.3.38. Chuyên đề thực tế

Học phần hỗ trợ sinh viên đi khảo sát thực tế, nắm bắt thực trạng các vấn đề cơ bản trong kinh doanh, chọn và trình bày, đánh giá thực trạng cũng như đề xuất giải pháp cho một vấn đề dưới sự hướng dẫn của giáo viên chuyên môn. Qua đó, rèn luyện kỹ năng thu thập thông tin, viết và trình bày báo cáo.

3.3.39. Thương mại điện tử

Học phần cung cấp kiến thức cơ bản về thương mại điện tử, các mô hình kinh doanh, mô hình lợi nhuận, các quy trình kinh doanh; xác định các cơ hội của thương mại điện tử; bản chất quốc tế của thương mại điện tử. Bên cạnh đó, học phần còn cung cấp các phương pháp tích hợp hoạch định thương mại điện tử trong kinh doanh; các chiến lược phát triển website thương mại điện tử; quản lý thực hiện dự án thương mại điện tử. Qua đó, sinh viên hình thành kỹ năng làm việc nhóm, kỹ năng hình thành ý tưởng và thiết kế các hệ thống thương mại điện tử.

3.3.40. Quan hệ công chúng

Được trang bị hệ thống kiến thức cơ bản về QHCC và các kỹ năng hành nghề QHCC, các tri thức về truyền thông, các phương tiện truyền thông và cách sử dụng

các phương tiện này trong hoạt động QHCC; Có khả năng xử lý thông tin, khả năng ngoại ngữ cũng như được trang bị các kỹ năng về QHCC chuyên nghiệp để có thể đảm đương một cách hiệu quả các vị trí xã hội đặt ra trong quá trình hội nhập; Chú trọng nâng cao năng lực về khả năng tư duy chiến lược và tiếp thu kiến thức mới, cập nhật, khả năng sáng tạo, năng động và dễ dàng thích nghi với môi trường làm việc khác nhau; Được trang bị kiến thức liên ngành và mối liên hệ giữa bối cảnh kinh tế, chính trị, xã hội với ngành QHCC.

3.3.41. Quản trị thương hiệu

Học phần giới thiệu cho sinh viên những kiến thức cơ bản về quản trị thương hiệu như: Khái niệm, bản chất thương hiệu, đặc tính thương hiệu, định vị thương hiệu trên thị trường. Học phần tập trung trang bị cho sinh viên những kiến thức về mô hình có tính nguyên tắc đối với việc xây dựng và phát triển thương hiệu mạnh trên thị trường, cũng như xây dựng và phát triển giá trị của thương hiệu. Cung cấp tư duy hiện đại về quản trị hệ thống nhận diện thương hiệu, hình ảnh công ty qua thương hiệu, cung cấp khả năng ra các quyết định về marketing liên quan đến thương hiệu thương hiệu. Ngoài ra, trong học phần này còn đề cập đến quyền bảo hộ sở hữu trí tuệ đối với thương hiệu.

3.3.42. Thị trường chứng khoán

Học phần Thị trường chứng khoán có nhiệm vụ chủ yếu là cung cấp cho sinh viên các kiến thức cơ bản về thị trường chứng khoán bao gồm: Giới thiệu tổng quát về thị trường chứng khoán; phân loại chứng khoán; hoạt động của sở giao dịch chứng khoán; thị trường chứng khoán phi tập trung(OTC); các thành viên tham gia thị trường chứng khoán; các nghiệp vụ chủ yếu của thị trường chứng khoán; hệ thống thông tin chứng khoán; phân tích chứng khoán; quản lý và giám sát thị trường chứng khoán. Qua đó, giúp học viên kịp thời nắm bắt, phân tích được tình hình thị trường chứng khoán toàn cầu và thị trường chứng khoán Việt Nam.

3.3.43. Nghiệp vụ kinh doanh XNK

Học phần được sắp xếp theo trình tự tiến hành một thương vụ kinh doanh XNK thông thường, bao gồm chuẩn bị, tìm hiểu để ký kết hợp đồng, xây dựng hợp đồng mua bán hàng hóa, thực hiện hợp đồng, vận chuyển hàng hóa, mua bảo hiểm và thanh toán. Bên cạnh đó, sinh viên cũng được giới thiệu thêm về các kiến thức liên quan đến

bộ tập quán thương mại quốc tế (Incoterms) quy định về trách nhiệm và thời điểm chuyển giao rủi ro giữa bên mua và bên bán trong hoạt động xuất nhập khẩu, các kỹ thuật và những lưu ý liên quan đến đàm phán ký kết hợp đồng, các thuật ngữ được sử dụng phổ biến trong hoạt động giao dịch, kinh doanh hàng hóa xuất nhập khẩu.

3.3.44. Digital Marketing

Học phần môn học Digital Marketing giới thiệu tầm quan trọng của Marketing trong thời đại kỹ thuật số. Học phần tập trung vào phân tích hoạt động truyền thông Marketing với các công cụ truyền thông mới như: marketing qua công cụ tìm kiếm, marketing qua mạng xã hội, email marketing, mobile marketing.... Qua đó, sinh viên có khả năng nhận biết được các công cụ Digital marketing để vận dụng vào quá trình lập kế hoạch truyền thông marketing. Đồng thời có thể đọc và phân tích các số liệu tương ứng với từng công cụ trong việc đo lường hiệu quả của hoạt động Digital Marketing.

3.3.45. Marketing dịch vụ

Môn học tập trung vào việc ứng dụng nguyên lý marketing và quản trị marketing lĩnh vực dịch vụ. Môn học nghiên cứu những đặc tính đặc trưng của marketing dịch vụ, quản lý dịch vụ, đánh giá chất lượng dịch vụ, các kỹ thuật đổi mới dịch vụ, marketing dịch vụ trong môi trường cạnh tranh, sử dụng marketing dịch vụ để tối ưu hóa dịch vụ và các cơ hội việc làm và khởi nghiệp trong các doanh nghiệp dịch vụ vì lợi nhuận và phi lợi nhuận. Nội dung môn học cũng tập trung vào những yếu tố đặc thù của marketing dịch vụ như hành vi khách hàng sử dụng dịch vụ; phân đoạn thị trường dịch vụ; vai trò và sự tương tác cá nhân trong kinh doanh dịch vụ; marketing hỗn hợp với 7Ps bao gồm các nhóm biện pháp về sản phẩm, giá cả, phân phối, xúc tiến hỗn hợp, con người, quy trình phục vụ, hiệu suất và bằng chứng vật chất tại nơi cung cấp dịch vụ.

3.3.45. Marketing quốc tế

Học phần giới thiệu và cung cấp cho người học kiến thức tổng quan những kiến thức tổng quan về marketing quốc tế. Học phần giới thiệu các khái niệm và công cụ hữu ích để phân tích và đánh giá tác động của các nhân tố vĩ mô như kinh tế, chính trị, pháp lý, xã hội và văn hóa, cũng như các nhân tố vi mô đối với hoạt động marketing của doanh nghiệp trong môi trường kinh doanh toàn cầu. Trên cơ sở đó, sinh viên có

thể tiến hành nghiên cứu thị trường, lựa chọn phương thức thâm nhập thị trường thế giới, xây dựng các chiến lược marketing mix và tổ chức bộ máy để triển khai các hoạt động marketing quốc tế cho doanh nghiệp tại thị trường nước ngoài.

3.3.46. Nghiên cứu thị trường

Học phần này trang bị cho sinh viên kiến thức về quy trình nghiên cứu thị trường, các dạng nghiên cứu thị trường cụ thể, các phương pháp nghiên cứu thị trường, dữ liệu cần thu thập trong nghiên cứu thị trường. Đồng thời giúp sinh viên kỹ năng: Thiết kế bảng câu hỏi khảo sát, sử dụng thành thạo phần mềm SPSS, Excel trong phân tích mô tả dữ liệu thị trường. Qua đó, sinh viên có thái độ tích cực nghiên cứu, tìm tòi không ngừng, chủ động và có trách nhiệm với công việc.

3.3.47. Quản trị Marketing

Học phần giới thiệu nội dung các công việc của chức năng quản trị marketing trong các doanh nghiệp/tổ chức gắn với quá trình quản trị marketing với 3 giai đoạn chủ yếu là xây dựng kế hoạch và chiến lược marketing; tổ chức thực hiện; kiểm tra đánh giá và điều chỉnh. Các nội dung chính tập trung vào kiến thức và kỹ năng phân tích các cơ hội thị trường, lựa chọn thị trường mục tiêu, lựa chọn chiến lược marketing, xây dựng và thực hiện các công cụ marketing. Học phần cũng đề cập đến quản trị các chính sách và biện pháp marketing cụ thể trong một chương trình marketing.

3.3.48. Truyền thông Marketing tích hợp

Học phần được thiết kế nhằm trang bị cho sinh viên những hiểu biết căn bản nhất về Truyền thông marketing tích hợp (IMC), bản chất và mối quan hệ của các công cụ truyền thông, từ đó có thể vận dụng những kiến thức của IMC để xây dựng, triển khai các quyết định truyền thông marketing cho các cá nhân, doanh nghiệp và tổ chức. Đồng thời chỉ rõ vai trò của truyền thông marketing trong hoạt động marketing cũng như hoạt động kinh doanh của các doanh nghiệp trong kinh doanh hiện đại. Trọng tâm của học phần này hướng tới các công cụ như Quảng cáo, Quan hệ công chúng, Xúc tiến bán, Bán hàng cá nhân, Marketing trực tiếp, Truyền thông qua mạng xã hội và sự phối kết hợp giữa chúng nhằm nâng cao hiệu quả chiến lược truyền thông marketing. Gắn kết các hoạt động của biến số P4 (Promotion) với các biến số khác của marketing – mix, học phần này được coi là học phần chuyên sâu đối với sinh

viên ngành marketing nói chung và là học phần cốt lõi của sinh viên chuyên ngành quản trị truyền thông marketing.

3.3.49. Quản trị bán hàng

Quản trị bán hàng là môn chuyên ngành sâu của chuyên ngành Marketing và là môn kiến thức bắt buộc của chuyên ngành Quản trị bán hàng. Môn học này đòi hỏi sinh viên phải có những kiến thức cơ bản về marketing thông qua môn học marketing căn bản/quản trị marketing. Môn học có quan hệ chặt chẽ với các môn học về khách hàng như Hành vi người tiêu dùng, Hành vi các khách hàng tổ chức cũng như các môn học thuộc lĩnh vực quản trị con người. Quản trị bán hàng đưa ra khung kiến thức cơ bản về hoạt động bán hàng và quản trị bán hàng trong một doanh nghiệp qua đó sinh viên nắm được cách thức để điều hành hoạt động bán hàng và lực lượng bán hàng trong doanh nghiệp của một nhà quản trị bán. Dựa trên khung lý thuyết này, sinh viên sẽ có cơ sở để thực hành các hoạt động bán hàng và quản trị bán hàng trong doanh nghiệp một cách chuyên nghiệp.

3.3.50. Hành vi người tiêu dùng

Nội dung học phần tập trung vào giới thiệu 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 tìm hiểu và 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

3.3.51. Hành vi tổ chức

Hành vi tổ chức là môn khoa học ứng dụng, nghiên cứu cơ sở của hành vi của người lao động trong tổ chức ở ba cấp độ: cá nhân, nhóm và tổ chức. Mục tiêu của học phần là phát triển khả năng của người học trong việc sử dụng kiến thức của hành vi tổ chức để giải thích, dự đoán và kiểm soát các hành vi của người lao động trong tổ chức nhằm mục đích tối đa hóa sự phù hợp giữa cá nhân và tổ chức.

3.3.52. Tổ chức sự kiện

Môn học được thiết kế nhằm giúp sinh viên hiểu nắm vững và vận dụng một cách hiệu quả hoạt động sự kiện – một công cụ của PR trong môi trường hoạt động truyền thông nói chung và hoạt động PR nói riêng đang phát triển mạnh. Trong đó

môn học tập trung vào việc cung cấp cho sinh viên kiến thức và kỹ năng cơ bản để ra quyết định tổ chức sự kiện, lên kế hoạch, tổ chức thực hiện và kiểm soát sự kiện. Đặc biệt môn học còn cung cấp cho sinh viên những kiến thức và kỹ năng về việc phân tích, thiết lập mục tiêu, lên ý tưởng và lựa chọn thông điệp sự kiện, các kiến thức và kỹ năng lên kịch bản sự kiện, lập và quản lý ngân sách tài chính, lập kế hoạch và quản lý nhân sự cho sự kiện, thiết lập kế hoạch và quản trị khủng hoảng trong sự kiện, cũng như những hoạt động cơ bản khác trong hoạt động sự kiện như lựa chọn thời gian, địa điểm, truyền thông cho sự kiện cũng như những vấn đề về hậu cần tổ chức sự kiện hay các vấn đề liên quan đến khách mời.

3.3.53. Marketing ngân hàng

Mục tiêu của học phần này nhằm trang bị cho sinh viên các kiến thức cơ bản về hoạt động marketing tại các ngân hàng thương mại và phát triển khả năng của người học trong việc vận dụng các kỹ năng để thực hiện các nghiên cứu marketing, phân tích và hình thành các ý tưởng marketing cho ngân hàng. Học phần đề cập đến các lý thuyết tổng quan về marketing ngân hàng, nghiên cứu hành vi của khách hàng, nghiên cứu môi trường kinh doanh, phân đoạn thị trường, xác định thị trường mục tiêu, định vị thương hiệu ngân hàng trên thị trường mục tiêu, xây dựng, thực thi và kiểm tra chiến lược marketing hỗn hợp.

3.3.54. Quản trị chuỗi cung ứng

Học phần tập trung vào làm rõ bản chất của các kênh phân phối, cấu trúc và các dòng chảy trong kênh, các hình thức tổ chức kênh, các hành vi và môi trường của các kênh phân phối. Học phần cũng tập trung vào các nội dung chủ yếu của hoạt động quản trị kênh phân phối bao gồm xây dựng (thiết kế) kênh phân phối trên thị trường và quá trình quản lý hoạt động phân phối. Quy trình hoạch định và sử dụng các công cụ quản lý kênh phân phối như các chính sách thúc đẩy, các quyết định marketing – mix khác cũng như vấn đề quản lý phân phối vật chất và đánh giá thành viên kênh cũng được nhấn mạnh trong học phần.

3.3.55. Khóa luận tốt nghiệp

Học phần trang bị cho sinh viên kiến thức chuyên sâu về một đề tài sinh viên đã lựa chọn trên cơ sở sự tư vấn của giáo viên hướng dẫn. Qua đó rèn luyện cho sinh viên

kỹ năng tìm kiếm tài liệu, chọn lọc và sắp xếp vấn đề để hoàn thành sản phẩm cuối cùng là khóa luận tốt nghiệp thuộc chuyên ngành Quản trị Marketing.

3.3.56. Thực tập tốt nghiệp

Trên cơ sở kết quả đạt được từ chuyên đề tổng hợp, dưới sự hướng dẫn của giáo viên, sinh viên hoàn thành báo cáo thực tập tốt nghiệp với một đề tài lựa chọn từ danh mục định hướng nghiên cứu thuộc chuyên ngành Quản trị Marketing.

3.4. Hoạt động hỗ trợ sinh viên

3.4.1 Hoạt động hỗ trợ của cố vấn học tập và chuyên gia hướng dẫn tại doanh nghiệp

Đội ngũ cố vấn học tập của Khoa Quản trị kinh doanh thường xuyên gặp mặt và tư vấn online cho sinh viên về chương trình, về kế hoạch đào tạo, chương trình hoạt động ngoại khóa, hỗ trợ sinh viên lập kế hoạch học tập, rèn luyện... Trên cơ sở nắm vững chương trình đào tạo, cố vấn học tập hướng dẫn sinh viên xây dựng kế hoạch học tập, lựa chọn đăng ký các học phần phù hợp với điều kiện học tập của sinh viên và mục tiêu, yêu cầu, chuẩn đầu ra của chương trình đào tạo; Cố vấn học tập cũng hướng dẫn phương pháp học, nghiên cứu, phát triển kỹ năng nghề nghiệp, kỹ năng bổ trợ cho sinh viên; thường xuyên theo dõi kết quả học tập của sinh viên; đồng thời giúp đỡ sinh viên giải quyết những khó khăn vướng mắc trong học tập; nhắc nhở sinh viên khi thấy kết quả học tập của sinh viên giảm sút và có sự liên hệ chặt chẽ với gia đình sinh viên. Cố vấn học tập còn phối hợp với phòng đào tạo, phòng chính trị và công tác sinh viên, các giảng viên và các đơn vị công tác liên quan để tạo điều kiện hỗ trợ cho sinh viên học tập và rèn luyện trong thời gian học tập cũng như sau khi tốt nghiệp.

Bên cạnh đó, đội ngũ chuyên gia hướng dẫn tại doanh nghiệp kết hợp chặt chẽ và thường xuyên với Khoa để hỗ trợ sinh viên nghe các chuyên đề thực tế, thực tập, thực tế tại doanh nghiệp; viết chuyên đề và khóa luận tốt nghiệp; tư vấn và đồng hành trong các hoạt động khởi nghiệp... Danh sách đội ngũ cố vấn học tập chương trình đào tạo và cho đội ngũ chuyên gia hướng dẫn tại doanh nghiệp của Khoa QTKD như sau:

<i>TT</i>	<i>Họ và tên</i>	<i>Chức danh, Học vị</i>	<i>Vị trí công tác</i>
1	Vũ Thị Minh Luận	TS	Trưởng Khoa

2	Vũ Đình Hoà	TS	Phó trưởng Khoa
3	Lê Hoài Thương	Th.S	Trợ lý Khoa
4	Đặng Quỳnh Trang	Th.S	GV
5	Thầy Nguyễn Tất Thành	Chủ tịch Siêu thị Đức Thành	Hướng dẫn thực tập, thực tế tại doanh nghiệp; Bán hàng; QTNS; Khởi nghiệp
6	Thầy Nguyễn Thành Minh	Tổng thư ký HH Quảng cáo Hà Nội	Hướng dẫn thực tập, thực tế tại doanh nghiệp; Bán hàng; Marketing; Khởi nghiệp
7	Thầy Lê Anh Cường	CEO Vườn ươm Best B	Hướng dẫn thực tập, thực tế tại doanh nghiệp; Marketing thực chiến; Khởi nghiệp
8	Thầy Lê Thành Trung	Phó Giám đốc Công ty 3N	Giảng dạy và hướng dẫn sinh viên; Khởi nghiệp, các hoạt động của CLB
9	Thầy Lê Văn Khương	Giám đốc TT hỗ trợ DN vừa và nhỏ phía Bắc	Giảng dạy và hướng dẫn sinh viên những vấn đề pháp lý của DN
10	Thầy Vi Tiến Cường	Chuyên gia QTNS, Hiệp hội nhân sự VN	Giảng dạy và hướng dẫn sinh viên; QTNS
11	Thầy Hà Anh Tuấn	CEO Vinalink và The Vuon	Giảng dạy Digital Marketing; Khởi nghiệp
12	Thầy Trần Duy Khanh	Giám đốc Viện đào tạo doanh nhân APEC	Giảng dạy kỹ năng khởi nghiệp, Ban cố vấn CLB Startup và Marketing

3.4.2. Các hoạt động ngoại khóa, phát triển kỹ năng mềm, định hướng nghề nghiệp

Ngoài các giờ học và nghiên cứu khoa học, sinh viên Khoa Quản trị kinh doanh còn được tham gia nhiều hoạt động ngoại khóa của Khoa và của Trường, đặc biệt là hoạt động của các câu lạc bộ như câu lạc bộ tiếng Anh (AEC), câu lạc bộ tình nguyện, câu lạc bộ Truyền thông AMC, câu lạc bộ vũ điệu ADC, cộng đồng sinh viên APD,... giúp sinh viên rèn luyện và phát triển toàn diện các kỹ năng mềm. Khoa QTKD và

Học viện luôn chú trọng tổ chức các chương trình định hướng nghề nghiệp cho sinh viên như chương trình Vô Địch tiếng Anh thường niên, Chương trình Vua bán hàng thường niên,... nhằm truyền cảm hứng và giúp sinh viên định hướng nghề nghiệp trong tương lai. Bên cạnh đó, Khoa rất chú trọng các hoạt động cọ sát thực tế với sinh viên ngành QTKD, chẳng hạn tham gia các cuộc thi khởi nghiệp của các trường đại học trên địa bàn Hà Nội (Học viện Ngân hàng, Trường Đại học Kinh tế - Đại học Quốc Gia Hà Nội...), qua đó cũng góp phần quảng bá thương hiệu của Khoa nói riêng và Học viện Chính sách và phát triển nói chung.

Ngoài các học bổng của Trường như học bổng khuyến khích học tập, học bổng chính sách, học bổng KOCHARM, học bổng BIDV, Khoa còn chủ động thu hút nhiều học bổng nhằm giúp sinh viên theo đuổi định hướng nghề nghiệp chuyên sâu trong lĩnh vực Quản trị kinh doanh, phát triển kỹ năng lập kế hoạch cho nghề nghiệp tương lai và tăng khả năng thích ứng nhanh với biến động của môi trường kinh doanh. Đồng thời, Khoa QTKD còn đẩy mạnh các buổi nói chuyện với chuyên gia cho các sinh viên khi học chuyên ngành nhằm bổ sung thêm các kiến thức, kinh nghiệm thực tế liên quan đến lĩnh vực QTKD. Ví dụ như: Chuyên đề về thuế, truyền thông thương hiệu, quản trị kinh doanh trong thời đại 4.0...

3.4.3. Hoạt động NCKH sinh viên

Là một khoa trực thuộc của trường đại học định hướng nghiên cứu, sinh viên khoa Quản trị kinh doanh luôn được khuyến khích tham gia nghiên cứu khoa học. Hàng năm, khoa QTKD thu hút được 04-08 nhóm sinh viên tham gia NCKH, lựa chọn các chủ đề nghiên cứu mới, phù hợp với thế mạnh nghiên cứu của giảng viên. Hội nghị NCKH sinh viên hàng năm đều được tổ chức với hệ thống các tiêu chí rõ ràng nhằm đánh giá công bằng và khách quan chất lượng các công trình NCKH.

Với lòng say mê NCKH và được sự hỗ trợ tích cực của các thầy cô, sinh viên Khoa QTKD đã đạt được các giải cao trong các mùa NCKH cấp Khoa và Học viện. Các đề tài nghiên cứu đa dạng, mang tính lý luận và ứng dụng thực tiễn, phù hợp với chuyên ngành đào tạo và đáp ứng chuẩn đầu ra của chương trình đào tạo. Đã có 01 đề tài đạt giải ba tại Hội thi Olympic Kinh tế lượng và ứng dụng năm 2016; 01 đề tài “*Nghiên cứu hình thức mua sắm trực tuyến của sinh viên Học viện Chính sách và phát triển*” đạt giải ba tại Hội nghị sinh viên nghiên cứu khoa học toàn Học viện

2016-2017... Thông qua hoạt động nghiên cứu khoa học, sinh viên có cơ hội phát triển khả năng tư duy sáng tạo, kỹ năng vận dụng kiến thức vào thực tế và phát huy khả năng tự khám phá tri thức.

Bên cạnh đó, sinh viên của Khoa QTKD còn tham gia và đạt các giải cao trong Cuộc thi Vua bán hàng được tổ chức hàng năm, tham gia các cuộc thi khởi nghiệp như: Business Challenges 2018, 2019... Đây là cơ hội tốt cho các bạn sinh viên Khoa QTKD cọ sát thực tế, áp dụng kiến thức đã học vào giải quyết những vấn đề trong lĩnh vực QTKD.

PHẦN 4. MA TRẬN LIÊN KẾT

4.1. Ma trận mục tiêu và chuẩn đầu ra của chương trình đào tạo

Mục tiêu	Chuẩn đầu ra																			
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
(2.1)	x	x	x	x	x															
(2.2)						x	x	x	x	x	x									
(2.3)													x	x						
(2.4)												x			x					
(2.5)												x	x	x						
(2.6)																x	x	x	x	x

4.2. Ma trận đóng góp của học phần vào mức độ đạt được chuẩn đầu ra của chương trình đào tạo

T T	Mã học phần	Môn học/ Học phần	Chuẩn đầu ra																				
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	
1. Kiến thức giáo dục đại cương																							
1	THML04	Triết học Mác – Lênin	x		x		x										x					x	
2	THCN06	Chủ nghĩa xã hội khoa học	x		x		x										x					x	
3	THKT05	Kinh tế Chính trị Mác – Lênin			x	x	x					x					x					x	
4	THTT02	Tư tưởng Hồ Chí Minh			x	x	x										x					x	
5	THLD07	Lịch sử Đảng cộng sản Việt Nam	x		x		x										x					x	
6	PPNC09	Phương pháp nghiên cứu khoa học			x								x	x	x	x		x				x	
7	THLG01	Pháp luật đại cương		x													x					x	
8	TOĐC06	Tin học đại cương	x		x	x	x										x					x	x
9	NNCS01	Tiếng Anh cơ bản 1																					
10	NNCS02	Tiếng Anh cơ bản 2															x	x				x	
11	NNCS03	Tiếng Anh cơ bản 3															x	x				x	
12	NNCS04	Tiếng Anh cơ bản 4															x	x				x	
13	TOCC05	Toán cao cấp			x												x					x	
14	THTT02	Lý thuyết xác suất thống kê			x												x					x	
15	KHMI01	Kinh tế vi mô 1				x	x																
16	KHMA02	Kinh tế vĩ mô 1				x	x																

T T	Mã học phần	Môn học/ Học phần	Chuẩn đầu ra																			
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
17	GDQP02	Giáo dục quốc phòng															x				x	
18	GDTC06	Giáo dục thể chất 1																x			x	
19	GDTC07	Giáo dục thể chất 2																x			x	
20	GDTC08	Giáo dục thể chất 3																x			x	
2. Kiến thức giáo dục chuyên nghiệp																						
2.1. Kiến thức cơ sở ngành																						
<i>2.1.1. Cơ sở ngành bắt buộc</i>																						
21	CSC11	Chính sách công				x											x	x			x	
22	TCTT23	Nguyên lý tài chính tiền tệ				x												x			x	x
23	TOPT01	Dữ liệu lớn trong kinh tế và kinh doanh			x									x				x		x	x	x
24	QHDL07	Địa lý kinh tế					x											x			x	x
25	TOKT05	Kinh tế lượng			x													x			x	x
26	QTHO06	Quản trị học						x										x	x		x	x
27	QTMK07	Marketing căn bản						x										x	x		x	x
28	TCKT01	Nguyên lý kế toán			x													x			x	x
<i>2.1.2. Cơ sở ngành tự chọn</i>																						
29	QLMS03	Đấu thầu mua sắm 1				x		x								x		x			x	x

T T	Mã học phần	Môn học/ Học phần	Chuẩn đầu ra																			
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
30	KHĐT10	Kinh tế đầu tư			x												x	x		x	x	x
31	QTCL01	Quản trị chiến lược			x		x		x								x	x			x	x
32	CLCKD03	Quản trị kinh doanh quốc tế					x	x									x	x		x	x	x
33	QTKS07	Khởi nghiệp đổi mới sáng tạo				x		x									x	x			x	x
2.2. Kiến thức ngành																						
<i>2.2.1. Ngành bắt buộc</i>																						
34	QTMA09	Quản trị marketing					x	x						x	x	x	x			x		x
35	QTCB01	Hành vi người tiêu dùng										x	x	x						x		x
36	QTMD01	Marketing dịch vụ						x			x									x		x
37	QTTT11	Nghiên cứu thị trường										x		x						x		x
38	QTDM01	Digital Marketing					x	x				x		x	x	x	x			x		x
39	QTMC01	Marketing khu vực công					x	x						x						x		x
<i>2.2.2. Ngành tự chọn</i>																						
40	QTKD14	Thương mại điện tử						x												x		x
41	QTBH01	Quản trị bán hàng						x					x				x	x	x	x		x
42	QTLT01	Marketing lãnh thổ						x	x	x										x	x	x
43	QTMK01	Marketing khách hàng tổ chức					x	x							x	x	x	x			x	x

T T	Mã học phần	Môn học/ Học phần	Chuẩn đầu ra																			
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
44	ĐNMA05	Marketing quốc tế					x	x		x	x			x				x		x	x	x
2.3. Kiến thức chuyên ngành																						
<i>2.3.1. Chuyên ngành bắt buộc</i>																						
45	QTDG01	Quản trị sản phẩm					x	x					x	x	x	x		x			x	x
46	QTTM01	Marketing thương mại					x	x		x		x	x					x			x	x
47	QTXH01	Marketing xã hội					x							x	x						x	x
48	QTPP01	Quản trị kênh phân phối												x	x	x		x			x	x
49	TCTH1	Giá và chiến lược giá của tổ chức					x							x		x		x			x	x
50	QTTH01	Quản trị thương hiệu						x		x								x			x	x
51	QTTT01	Truyền thông marketing tích hợp							x		x				x	x		x			x	x
52	QTCD01	Chuyên đề thực tế									x	x			x	x		x			x	x
<i>2.3.2. Chuyên ngành lựa chọn</i>									x					x				x			x	x
53	QTBL01	Quản trị bán lẻ																				
54	QTEO01	Quản trị tổ chức sự kiện							x					x				x			x	x
55	QTQC01	Quản trị quảng cáo							x					x				x			x	x
56	QTCC01	Quan hệ công chúng						x					x	x				x			x	x
57	QTKH01	Quản trị quan hệ khách hàng						x					x	x				x			x	x

T T	Mã học phần	Môn học/ Học phần	Chuẩn đầu ra																			
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
2.4. Thực tập và khóa luận tốt nghiệp																						
58	TTTN01	Thực tập tốt nghiệp										x	x	x	x	x	x	x			x	x
59	KLTN	Khóa luận tốt nghiệp										x	x	x	x	x	x	x			x	x

4.3. Ma trận phương pháp giảng dạy đáp ứng chuẩn đầu ra của chương trình đào tạo

PHƯƠNG PHÁP GIẢNG DẠY	CHUẨN ĐẦU RA																			
	KIẾN THỨC													KỸ NĂNG					THÁI ĐỘ	
	KT CƠ BẢN					KT CHUYÊN SÂU								KN NGHỀ NGHIỆP		KN MỀM				
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
1. Thuyết trình	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x							x
2. Thảo luận	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x				x
3. Nghiên cứu tình huống	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x			
4. Mời chuyên gia nói chuyện chuyên đề						x	x	x	x	x	x	x	x			x			x	x
5. Đi thực tế		x				x	x	x		x				x	x	x	x	x	x	x
6. Làm bài tập			x	x	x	x	x	x	x	x	x					x	x	x		x
7. Tiểu luận/ Bài tập lớn	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x				x	x	x	x	x	x
8. Làm việc nhóm	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x				x	x	x	x	x	x	x
9. Liên hệ thực tế	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
10. Thực hiện mô phỏng						x	x	x	x	x	x								x	x

4.4. Ma trận phương pháp đánh giá đáp ứng chuẩn đầu ra của chương trình đào tạo

PHƯƠNG PHÁP ĐÁNH GIÁ	CHUẨN ĐẦU RA																			
	KIẾN THỨC													KỸ NĂNG					THÁI ĐỘ	
	KT CƠ BẢN					KT CHUYÊN SÂU								KN NGHỀ NGHIỆP		KN MỀM				
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
1. Điểm danh (mức độ chuyên cần)	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x							x
2. Thống kê số lần phát biểu (mức độ tích cực)	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x			x				x
3. Kiểm tra nhanh (mức độ hiểu bài)	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x			x	x	x		x
4. Tiểu luận/Bài tập lớn/ Bài tập nhóm (mức độ hiểu bài, khả năng tư duy logic, tổng hợp, khả năng làm việc độc lập, khả năng làm việc nhóm)	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
5. Thuyết trình (kỹ năng truyền đạt thông tin, kỹ năng nghe, đặt câu hỏi, phản biện vấn đề)	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x		x	x
6. Mô phỏng, đóng vai (mức độ hiểu bài, hiểu biết chung về các vấn đề xã hội, các kỹ năng mềm, khả năng làm việc nhóm, tinh thần, thái độ)						x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x		x	x
7. Thi kết thúc học phần (mức độ hiểu bài, khả năng trình bày, sử dụng các công cụ để phân tích, tổng hợp, đánh giá, hiểu biết vấn đề kinh tế - xã hội)	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x		x

PHẦN 5: ĐÁNH GIÁ KẾT QUẢ HỌC TẬP VÀ ĐIỀU KIỆN TỐT NGHIỆP

5.1. Quy trình đào tạo, điều kiện tốt nghiệp

5.1.1 Thời gian đào tạo

Chương trình được thiết kế bao gồm 8 học kỳ, trong đó các học phần được phân bổ tương đối đồng đều trong các học kỳ từ học kỳ 1 đến học kỳ 8.

5.1.2 Cách thức thực hiện

Các học phần thuộc Khối kiến thức giáo dục đại cương và Kiến thức cơ sở ngành được tập trung đào tạo trong 5 kỳ đầu tiên của khóa học.

Các học phần thuộc kiến thức ngành; Kiến thức chuyên ngành và Thực tập và khóa luận tốt nghiệp được tập trung vào kỳ 6 và kỳ 7 của khóa học. Đồng thời, kỳ kiến tập giữa khóa cũng được bố trí vào giữa kỳ 5 và kỳ 6 của khóa học.

Trong kỳ 8, sinh viên sẽ tham gia thực tập kiến thức và kỹ năng làm việc ở cơ sở thực tế, viết khóa luận tốt nghiệp nếu đủ điều kiện theo quy định. Kết thúc 8 kỳ học, sinh viên có thể tích lũy đủ 134 tín chỉ của chương trình đào tạo cử nhân ngành Quản trị kinh doanh, chuyên ngành Quản trị Marketing.

5.1.3. Điều kiện tốt nghiệp

- Trong thời gian học tập tối đa của khóa học.
- Cho đến thời điểm xét tốt nghiệp, sinh viên không đang trong thời gian truy cứu trách nhiệm hình sự.
- Tích lũy đủ số tín chỉ quy định trong chương trình đào tạo
- Điểm trung bình chung tích lũy của khóa học đạt từ 2.50 trở lên.
- Đạt trình độ tiếng Anh TOEIC quốc tế (nghe, đọc) ở mức ≥ 450 điểm hoặc tương đương theo quy định.
- Được cấp chứng chỉ kỹ năng mềm theo quy định;
- Được đánh giá đạt các học phần GD quốc phòng an ninh, Giáo dục thể chất.

5.2. Cách thức đánh giá kết quả học tập

- Kết quả học tập của sinh viên được đánh giá sau mỗi kỳ học chính theo các tiêu chí sau:

- Khối lượng kiến thức học tập là tổng số tín chỉ của các môn học (không tính môn học tự chọn tự do) mà sinh viên đã đăng ký học trong kỳ

☺ Khối lượng kiến thức tích lũy là tổng tín chỉ của những môn học đã được đánh giá loại đạt tính từ đầu khóa học

☺ Điểm trung bình học kỳ là điểm trung bình theo trọng số tín chỉ của các học phần mà sinh viên đăng kí học trong kỳ đó (bao gồm các học phần đánh giá loại đạt và không đạt)

☺ Điểm trung bình chung tích lũy là điểm trung bình theo trọng số tín chỉ của các học phần đã được đánh giá loại đạt mà sinh viên đã tích lũy được, tính từ đầu khóa học cho tới thời điểm xem xét.

- Đánh giá kết quả học phần:

☺ Điểm đánh giá học phần (gọi là điểm học phần) bao gồm: Điểm đánh giá bộ phận và điểm thi kết thúc học phần: là trung bình của các điểm kiểm tra thường xuyên, định kỳ trên lớp; điểm đánh giá nhận thức và thái độ tham gia thảo luận; điểm chuyên cần, điểm kiểm tra giữa kỳ.....

☺ Điểm thi kết thúc học phần là bắt buộc và có trọng số không dưới 60% điểm của học phần

☺ Cách tính điểm học phần

≡ Điểm đánh giá bộ phận và điểm thi kết thúc học phần được chấm thi theo thang điểm 10 (từ 0 đến 10), có lẻ đến một chữ số thập phân.

≡ Điểm học phần là tổng điểm của điểm đánh giá bộ phận và điểm thi kết thúc học phần sau khi đã tính trọng số được qui định trong đề cương học phần và được làm tròn đến một chữ số thập phân, sau đó được chuyển sang điểm chữ là: A+, A, B+, B, C+, C, D+, D (loại đạt) và F (không đạt)

- Cách tính điểm trung bình chung:

☺ Để tính điểm trung bình chung học kỳ và điểm trung bình chung tích lũy, mức điểm chữ của mỗi học phần phải được quy đổi qua điểm số như sau:

A+ tương ứng với 4,0

A tương ứng với 3,7

B+ tương ứng với 3,5

B tương ứng với 3,0

C+ tương ứng với 2,5

C tương ứng với 2,0

D+ tương ứng với 1,5

D tương ứng với 1,0

F tương ứng với 0

⊗ Điểm trung bình chung học kỳ và điểm trung bình chung tích lũy được tính theo công thức sau và được làm tròn đến 2 chữ số thập phân:

$$A = \frac{\sum_{i=1}^n a_i \times n_i}{\sum_{i=1}^n n_i}$$

trong đó:

A: là điểm trung bình chung học kỳ hoặc điểm trung bình chung tích lũy

i: là số thứ tự học phần

ai: là điểm của học phần thứ i

ni: là số tín chỉ của học phần thứ i

n: là tổng số học phần trong học kỳ hoặc tổng số học phần đã tích lũy.

Kết quả đánh giá học phần giáo dục quốc phòng-an ninh, giáo dục thể chất, kỹ năng mềm không tính vào điểm trung bình chung học kỳ và điểm trung bình chung tích lũy. Điểm trung bình chung học kỳ được dùng để xét buộc thôi học, nghỉ học tạm thời, đăng ký học bằng kép, học bổng, khen thưởng sau mỗi học kỳ. Điểm trung bình chung tích lũy được dùng để xét buộc thôi học, xếp loại học lực, xếp hạng tốt nghiệp.

5.3. Phương pháp dạy - học và phương pháp đánh giá học phần

- Dựa trên triết lý đào tạo lấy người học làm trung tâm, các phương pháp dạy - học và phương pháp đánh giá học phần được thiết kế nhằm thúc đẩy ham muốn học tập và phát huy tính chủ động, sáng tạo của sinh viên.

- Chương trình đào tạo hướng tới việc đáp ứng nhu cầu sinh viên, do đó việc lựa chọn nội dung các học phần, phương pháp giảng dạy phù hợp với từng đối tượng sinh viên được quan tâm. Sinh viên năm thứ nhất được tiếp cận các học phần nguyên lý cơ bản và phương pháp giảng dạy chủ đạo là thuyết trình để giúp sinh viên dễ dàng tiếp thu được kiến thức mới. Các học phần với khối kiến thức chuyên sâu được đào tạo cho sinh viên năm thứ ba và thứ tư, áp dụng kết hợp nhiều phương pháp giảng dạy

yêu cầu năng lực tự học, tự tìm tài liệu, phân tích, tổng hợp, giải quyết tình huống phức tạp, khuyến khích sinh viên thuyết trình, phản biện...

- Điểm chuyên cần của sinh viên được tính theo quy định chung của Học viện và được thông báo rõ cho sinh viên từ khi bắt đầu môn học. Một số học phần chuyên ngành đã thiết kế hệ thống bài tập tình huống giúp sinh viên vận dụng các kiến thức và kỹ năng đã học vào giải quyết các tình huống phức tạp trong thực tế. Đồng thời, thông qua việc chuẩn bị bài tập nhóm và phối hợp thuyết trình trên lớp, sinh viên phát huy tính chủ động nghiên cứu tài liệu và tích cực thảo luận các luận điểm với các bạn trong nhóm, từ đó phát triển năng lực khám phá tri thức, khả năng làm việc nhóm, năng lực thuyết trình và tư duy phản biện.

Bản hướng dẫn thực hiện chiến lược dạy và học cho CTĐT chuẩn trình độ đại học ngành Quản trị kinh doanh, chuyên ngành Quản trị Marketing được thiết kế nhằm giúp người học đạt được các mục tiêu theo chuẩn đầu ra đã tuyên bố, được tóm tắt như sau:

Năm học	Chuẩn đầu ra			Gợi ý cách thực hiện
	Kiến thức	Kỹ năng	Phẩm chất	
Năm thứ nhất	Các môn học thuộc khối kiến thức giáo dục đại cương	<p>Trang bị cho sinh viên khả năng lập luận, tư duy theo hệ thống, kỹ năng quản lý công việc và thời gian.</p> <p>Sinh viên có thể nhận thức được các chính sách, chủ trương của nhà nước liên quan đến kinh tế, văn hóa, xã hội, giáo dục quốc phòng an ninh.</p> <p>Sinh viên có thể dùng thành thạo tin học văn phòng và giao tiếp thành thạo bằng Tiếng Anh.</p>	Sinh viên được định hướng theo các chuẩn mực đạo đức, hướng tới các phẩm chất nghề nghiệp như: Tôn trọng pháp luật, làm việc với tinh thần kỷ luật cao, trung thực, có lối sống tích cực, và có tinh thần hướng về cộng đồng.	<p>Phương pháp giảng dạy của GV:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Thuyết trình - Thảo luận nhóm - Case study <p>Phương pháp học tập của SV:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Đọc trước học liệu và chuẩn bị các câu hỏi - Chủ động nghe giảng, ghi chép có chọn lọc - Tham gia đối thoại với giáo viên, tranh luận với bạn - Chủ động bố trí kế hoạch tự học <p>Điều kiện dạy và học:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Cung cấp đầy đủ giáo trình, tài liệu - Đảm bảo cơ sở vật chất, thiết bị, phần mềm hỗ trợ việc dạy và học

<p>Năm thứ Hai</p>	<p>Các môn học thuộc khối kiến thức ngành, cơ sở ngành</p>	<p>Trang bị cho sinh viên kỹ năng phân tích định tính, định lượng, xác định vấn đề ưu tiên; tư duy phân tích đa chiều. Sinh viên được trang bị các kỹ năng phối hợp làm việc trong các nhóm khác nhau; kỹ năng thuyết trình; đề xuất ý tưởng; giao tiếp qua email và các phương tiện truyền thông</p>	<p>Có khả năng nghiên cứu và khám phá kiến thức liên quan đến chuyên ngành học. Tự tin làm việc hiệu quả trong môi trường quốc tế. Có khả năng làm việc độc lập và chủ động trong công việc</p>	<p>Phương pháp giảng dạy của GV: Nêu rõ mục tiêu kiến thức, kỹ năng, thái độ sinh viên sẽ đạt được thông qua môn học; Hình thành cách tư duy, tổng hợp và phân tích vấn đề thông qua quá trình học tập trên lớp và tự học. Thuyết trình, Thảo luận nhóm, Đóng vai.... Tham gia guest speaker Phương pháp học tập của SV: Đọc trước học liệu và chuẩn bị các câu hỏi Chủ động nghe giảng, ghi chép có chọn lọc Tham gia đối thoại với giáo viên, tranh luận với bạn Chủ động tìm, đọc các nguồn tài liệu tham khảo khác nhau; quan sát, khảo sát thu thập thông tin liên quan đến doanh nghiệp đến thực tế/thực tập liên quan đến môn học/đề tài nghiên cứu theo sự hướng dẫn của giảng viên Chủ động bố trí kế hoạch tự học Điều kiện dạy và học: Cung cấp đầy đủ giáo trình, tài liệu Đảm bảo cơ sở vật chất, thiết bị, phần mềm hỗ trợ việc</p>
------------------------	--	--	---	---

				<p>dạy và học</p> <ul style="list-style-type: none"> Tổ chức các chuyến thực tế theo nhu cầu môn học, thực tập tại doanh nghiệp cho sinh viên. Sinh viên được tạo điều kiện tham gia các chương trình học trao đổi với các trường có hợp tác NCKH và giảng dạy với các điều kiện: tiếng Anh C1, có điểm trung bình từ 3 trở lên và đáp yêu cầu của trường đối tác, tích cực tham gia các hoạt động ngoại khóa. Điều kiện xét cho sinh viên toàn trường từ năm 2 trở đi.
Năm thứ Ba và năm thứ Tư	Các môn học thuộc khối kiến thức ngành và chuyên ngành	Áp dụng các kiến thức cơ bản để phân tích, đánh giá môi trường kinh doanh, hoạch định chiến lược phát triển doanh nghiệp, tổ chức thực hiện các công việc thực tế, kiểm tra/đánh giá khả năng đạt được mục tiêu của doanh	Có khả năng khám phá kiến thức và nghiên cứu sâu trong lĩnh vực quản trị kinh doanh; Phát triển năng lực tự học, tìm kiếm và xử lý thông tin đa chiều, quản lý thời gian cá nhân, phong cách làm việc chuyên nghiệp;	<p>Phương pháp giảng dạy:</p> <ul style="list-style-type: none"> Nêu rõ mục tiêu kiến thức, kỹ năng sinh viên sẽ đạt được thông qua môn học; Cách tư duy, tổng hợp và phân tích vấn đề, đề xuất ý tưởng qua các câu vấn đáp khi giảng hoặc các bài tập trắc nghiệm liên quan. Thuyết trình, Thảo luận nhóm, Đóng vai... Nghiên cứu tình huống, bài tập lớn, tiểu luận, phương pháp học tập theo dự án... Tham quan thực tế/ thực tập tại doanh nghiệp <p>Phương pháp học tập:</p>

		<p>nghiệp.</p> <p>Vận dụng kiến thức và kỹ năng được học để tác nghiệp được trong các lĩnh vực cụ thể của doanh nghiệp như: Marketing, Nhân sự, Tài chính, Chuỗi cung ứng...</p> <p>Biết cách lập chiến lược, kế hoạch và các phương án sản xuất kinh doanh cho doanh nghiệp.</p> <p>Trang bị cho sinh viên các kỹ năng tự duy phản biện; kỹ năng lãnh đạo nhóm và thích nghi với những thay đổi nghề nghiệp</p>	<p>Có khả năng làm việc với áp lực cao và môi trường biến động;</p> <p>Có khát vọng trở thành nhà lãnh đạo, chuyên gia cao cấp trong lĩnh vực quản trị kinh doanh</p> <p>Trung thực, trách nhiệm và đáng tin cậy;</p>	<p>Đọc trước bài giảng, chuẩn bị trả lời các câu hỏi có trong học liệu khi giảng viên hỏi trên lớp</p> <p>Chủ động nghe giảng, ghi có chọn lọc và tham gia đối thoại với giáo viên, tranh luận với bạn.</p> <p>Chủ động tìm, đọc các nguồn tài liệu tham khảo khác nhau; quan sát, khảo sát thu thập thông tin liên quan đến doanh nghiệp đến thực tế/thực tập liên quan đến môn học/đề tài nghiên cứu theo sự hướng dẫn của giảng viên; bố trí kế hoạch tự học.</p> <p>Tổ chức thực tập thực tế</p> <p>Điều kiện dạy và học:</p> <p>Cung cấp đầy đủ giáo trình, tài liệu bao gồm các bài tập và câu hỏi trắc nghiệm khách quan đưa vào giáo trình, người học có thể thường xuyên tự kiểm tra nhanh kiến thức vừa học.</p> <p>Cơ sở vật chất, thiết bị, phần mềm hỗ trợ việc dạy và học</p> <p>Tổ chức các đợt thực tế theo nhu cầu học phần, thực tập tại doanh nghiệp, các cơ quan quản lý cho sinh viên.</p>
--	--	--	---	--

		trong tương lai.		Tổ chức các buổi nói chuyện chuyên đề thực tiễn do các chuyên gia thực tiễn đảm nhiệm nhằm tăng kiến thức thực tiễn, kết hợp giữa đào tạo với thực tế.
--	--	------------------	--	--

