

BỘ TÀI NGUYÊN VÀ MÔI TRƯỜNG
TRƯỜNG ĐẠI HỌC TÀI NGUYÊN VÀ MÔI TRƯỜNG HÀ NỘI



CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO
TRÌNH ĐỘ ĐẠI HỌC - HỆ CHÍNH QUY
NGÀNH MARKETING

*(Ban hành kèm theo Quyết định số: /QĐ-TĐHHN, ngày 28 tháng 07 năm 2021
của Hiệu trưởng Trường Đại học Tài nguyên và Môi trường Hà Nội)*

Hà Nội, năm 2021

MỤC LỤC

1. Mục tiêu	1
1.1. Mục tiêu chung	1
1.2. Mục tiêu cụ thể	1
2. Chuẩn đầu ra	1
2.1. Kiến thức	1
2.2. Kỹ năng	2
2.3. Năng lực tự chủ và trách nhiệm.....	3
3. Khối lượng kiến thức toàn khoá	3
4. Đối tượng tuyển sinh	3
5. Quy trình đào tạo, điều kiện tốt nghiệp	4
6. Cách thức đánh giá	4
7. Nội dung chương trình.....	4
8. Hướng dẫn thực hiện	48

CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO

Tên chương trình: Marketing
Trình độ đào tạo: Đại học
Ngành đào tạo: Marketing; Mã số: 7340115

1. Mục tiêu

1.1. Mục tiêu chung

Đào tạo cử nhân Marketing có phẩm chất chính trị, đạo đức và sức khỏe tốt, có kiến thức và kỹ năng cơ bản, chuyên sâu về marketing; có khả năng ứng dụng những thành tựu mới về khoa học công nghệ để thực hiện các công việc trong ngành marketing, đáp ứng nhu cầu nhân lực chất lượng cao của nền kinh tế; đồng thời có năng lực tự chủ tự chịu trách nhiệm và có khả năng học tập lên trình độ cao hơn.

1.2. Mục tiêu cụ thể

Đào tạo cử nhân Marketing đạt được các mục tiêu cụ thể sau:

- a) Có phẩm chất chính trị đạo đức tốt, có ý thức tổ chức kỷ luật, có sức khỏe tốt để phát triển sự nghiệp cá nhân và xây dựng đất nước.
- b) Có kiến thức cơ bản về khoa học tự nhiên, xã hội, chính trị và pháp luật, tài nguyên môi trường; có kiến thức nền tảng về kinh tế và quản trị kinh doanh; có kiến thức lý thuyết chuyên sâu và thực tiễn về marketing để vận dụng giải quyết các công việc chuyên môn.
- c) Có kỹ năng phân tích, tổng hợp, đánh giá dữ liệu và thông tin, sử dụng những thành tựu mới về khoa học công nghệ để giải quyết những vấn đề trong hoạt động marketing;
- d) Có kỹ năng ngoại ngữ ở mức có thể hiểu, diễn đạt, xử lý những tình huống trong hoạt động marketing.
- e) Có năng lực tự chủ trong công việc, tự định hướng, thích nghi với các môi trường làm việc khác nhau; Có tinh thần trách nhiệm cá nhân, trách nhiệm với cộng đồng và xã hội;
- g) Có năng lực tự học tập, tích lũy kiến thức, kinh nghiệm để nâng cao trình độ chuyên môn nghiệp vụ và phát triển sang các ngành đào tạo khác thuộc khối ngành kinh tế, kinh doanh và quản lý.

2. Chuẩn đầu ra

2.1. Kiến thức

* Kiến thức chung:

Sau khi hoàn thành khóa học, người học có khả năng:

(2.1.1). Hiểu và áp dụng các kiến thức cơ bản về khoa học tự nhiên, xã hội, chính trị và pháp luật, công nghệ thông tin để giải quyết các vấn đề trong Marketing.

(2.1.2). Hiểu và áp dụng các kiến thức cơ bản trong lĩnh vực kinh tế và quản trị kinh doanh làm cơ sở nghiên cứu các nội dung kiến thức chuyên sâu.

** Kiến thức chuyên môn:*

(2.1.3). Áp dụng nền tảng kiến thức chuyên sâu liên quan đến marketing; biết cách vận dụng các kiến thức chuyên môn để giải quyết các tình huống cụ thể trong hoạt động marketing.

(2.1.4). Áp dụng các kiến thức chuyên sâu về quản lý, điều hành hoạt động trong marketing.

2.2. Kỹ năng

** Kỹ năng chung:*

(2.2.1). Có kỹ năng ngoại ngữ và đạt chuẩn kỹ năng sử dụng công nghệ thông tin

- Ngoại ngữ (tiếng anh): Sinh viên phải đạt được một trong các điều kiện dưới đây:

+ Đạt chuẩn bậc 3 theo khung năng lực ngoại ngữ 6 bậc dùng cho Việt Nam, được ban hành kèm theo Thông tư số 01/2014/TT-BGDĐT ngày 24 tháng 01 năm 2014 của Bộ trưởng Bộ Giáo dục và Đào tạo (Tương đương bậc B1 theo khung tham chiếu chung Châu Âu), do Trường Đại học Tài nguyên và Môi trường Hà Nội tổ chức thi sát hạch.

+ Đạt chuẩn B1 tiếng Anh do các đơn vị khác được Bộ Giáo dục và Đào tạo cấp phép hoặc tương đương theo khung tham chiếu dưới đây:

Khung tham chiếu CEFR	IELTS	TOEIC	TOEFL ITP	TOEFL CBT	TOEFL IBT	Cambridge Tests	Chuẩn Việt Nam
B1	4.5	450	450	133	45	PET	3

- Tin học: Đạt chuẩn Kỹ năng sử dụng Công nghệ thông tin cơ bản theo Thông tư 03/2014/TT-BTTTT ngày 11 tháng 3 năm 2014 của Bộ trưởng Bộ Thông tin và Truyền thông, quy định về Chuẩn kỹ năng sử dụng công nghệ thông tin, do Trường Đại học Tài nguyên và Môi trường Hà Nội tổ chức thi sát hạch hoặc do các đơn vị khác được Bộ Giáo dục và Đào tạo cho phép.

** Kỹ năng chuyên môn:*

(2.2.2). Thực hiện việc lên kế hoạch, chương trình marketing hỗn hợp liên quan đến sản phẩm/dịch vụ, định giá sản phẩm/dịch vụ, phân phối và kênh phân phối, xúc tiến thương mại và truyền thông về sản phẩm/dịch vụ/thương hiệu.

(2.2.3). Duy trì hoạt động cập nhật thông tin, tổng hợp tài liệu, phân tích, phân biện, nhận biết các vấn đề trong lĩnh vực marketing.

(2.2.4). Thực hiện được các bước công việc trong công tác tài chính, kế toán, công tác quản trị, các nghiệp vụ kinh doanh cụ thể đối với một doanh nghiệp.

(2.2.5). Thể hiện được kỹ năng giao tiếp, làm việc nhóm và kỹ năng phát triển nghề nghiệp khác.

(2.2.6). Thực hiện thu thập, xử lý thông tin, sử dụng những thành tựu mới về khoa học công nghệ để giải quyết những vấn đề trong hoạt động marketing.

(2.2.7). Thực hiện được kỹ năng lãnh đạo và quản lý.

2.3. Năng lực tự chủ và trách nhiệm

Sau khi ra trường người học có khả năng:

(2.3.1). Tổ chức làm việc độc lập hoặc làm việc theo nhóm trong điều kiện làm việc thay đổi.

(2.3.2). Hành động có trách nhiệm cá nhân, tổ chức và xã hội.

(2.3.3). Duy trì khả năng học tập, tích lũy kiến thức, kinh nghiệm để nâng cao trình độ chuyên môn hoặc phát triển sang các ngành đào tạo khác thuộc khối ngành kinh tế, kinh doanh và quản lý.

(2.3.4). Tổ chức ý tưởng kinh doanh và đề xuất ý tưởng khởi nghiệp.

3. Khối lượng kiến thức toàn khoá

Tổng số tín chỉ (TC) phải tích lũy	133	Tỉ trọng (%)
Trong đó:		
- Khối kiến thức Giáo dục đại cương (Không tính các học phần GDTC, GDQP-AN)	35	26.3%
+ Các học phần chung:	19	14.3%
+ Các học phần bắt buộc của Trường:	04	3.01%
+ Các học phần của ngành:	12	9.02%
- Khối kiến thức Giáo dục chuyên nghiệp	98	73.7%
• Kiến thức cơ sở ngành	14	10.53%
+ <i>Bắt buộc:</i>	14	10.53%
+ <i>Tự chọn:</i>	0	0
• Kiến thức ngành	54	40.6%
+ <i>Bắt buộc:</i>	39	29.3%
+ <i>Tự chọn:</i>	15/24	11.3%
• Kiến thức chuyên ngành	18	13.5%
+ <i>Bắt buộc:</i>	0	0
+ <i>Tự chọn:</i>	18/33	13.5%
• Kiến thức thực tập, đồ án/khóa luận tốt nghiệp	12	9.02%

4. Đối tượng tuyển sinh

Toàn bộ thí sinh đã tốt nghiệp THPT (theo hình thức giáo dục chính quy hoặc giáo dục thường xuyên) hoặc đã tốt nghiệp trung cấp, sau đây gọi chung là tốt nghiệp

trung học. Người tốt nghiệp trung cấp nhưng chưa có bằng tốt nghiệp THPT phải học và được công nhận hoàn thành các môn văn hóa trong chương trình giáo dục THPT theo quy định của Bộ GDĐT.

5. Quy trình đào tạo, điều kiện tốt nghiệp

Thực hiện theo Quy chế của Bộ giáo dục và Đào tạo và Quy định hiện hành của Trường Đại học Tài nguyên và Môi trường Hà Nội.

6. Cách thức đánh giá

Thực hiện theo Quy chế của Bộ giáo dục và Đào tạo và Quy định hiện hành của Trường Đại học Tài nguyên và Môi trường Hà Nội.

7. Nội dung chương trình

Ký hiệu: - LT: Lý thuyết;
- TH, TT: Thực hành, Thực tập

TT	Mã số HP	Học phần	Số TC	Nội dung cần đạt được của từng học phần (tóm tắt)	Khối lượng kiến thức			Ghi chú
					LT	TH TT	Tự học	
I	Khôi kiến thức giáo dục đại cương							
1.1	Các học phần chung							
1	LCML101	Triết học Mác - Lênin	03	Học phần giúp người học đạt được kiến thức về các nội dung: khái quát những tri thức chung về triết học, những kiến thức cơ bản về triết học Mác-Lênin bao gồm chủ nghĩa duy vật biện chứng, chủ nghĩa duy vật lịch sử và ý nghĩa phương pháp luận của những kiến thức triết học đối với thực tiễn.	30	15	90	
2	LCML102	Kinh tế chính trị Mác - Lênin	02	Người học đạt được những tri thức cơ bản về nền kinh tế hàng hóa, nền sản xuất tư bản chủ nghĩa, nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa ở Việt Nam hiện nay. Trên cơ sở đó, giúp người học nhận diện đúng mối quan hệ xã hội của sản	20	10	60	

TT	Mã số HP	Học phần	Số TC	Nội dung cần đạt được của từng học phần (tóm tắt)	Khối lượng kiến thức			Ghi chú
					LT	TH TT	Tự học	
				xuất và trao đổi, góp phần xây dựng và củng cố nền tảng tư duy kinh tế, lập trường chính trị, phương pháp học tập, nghiên cứu nhằm đáp ứng yêu cầu của đất nước hiện nay.				
3	LCML103	Chủ nghĩa xã hội khoa học	02	Người học được trang bị những nội dung cơ bản về: Sứ mệnh lịch sử của giai cấp công nhân; Chủ nghĩa xã hội và thời kỳ quá độ lên chủ nghĩa xã hội; Dân chủ và nhà nước xã hội chủ nghĩa; Cơ cấu xã hội giai cấp và liên minh giai cấp, vấn đề dân tộc, tôn giáo và gia đình trong thời kỳ quá độ lên chủ nghĩa xã hội.	20	10	60	
4	LCLS101	Lịch sử Đảng Cộng sản Việt Nam	02	Lịch sử Đảng Cộng sản Việt Nam là học phần bắt buộc nằm trong khối kiến thức giáo dục đại cương, thuộc các môn lý luận chính trị; Học phần trang bị cho sinh viên những kiến thức cơ bản, cốt lõi, hệ thống về sự ra đời của Đảng (1920 - 1930), quá trình Đảng lãnh đạo đấu tranh giành chính quyền (1930 - 1945), lãnh đạo hai cuộc kháng chiến chống thực dân Pháp và đế quốc Mỹ xâm lược, hoàn thành giải phóng dân tộc, thống nhất đất nước (1945 - 1975), lãnh đạo cả nước quá	21	09	60	

TT	Mã số HP	Học phần	Số TC	Nội dung cần đạt được của từng học phần (tóm tắt)	Khối lượng kiến thức			Ghi chú
					LT	TH TT	Tự học	
				độ lên chủ nghĩa xã hội và tiến hành công cuộc đổi mới (1975 - 2018). Qua đó khẳng định các thành công, nêu lên các hạn chế, tổng kết những kinh nghiệm về sự lãnh đạo cách mạng của Đảng để giúp người học nâng cao nhận thức, niềm tin đối với Đảng và khả năng vận dụng kiến thức đã học vào thực tiễn, góp phần xây dựng và bảo vệ Tổ quốc Việt Nam xã hội chủ nghĩa.				
5	LCTT101	Tư tưởng Hồ Chí Minh	02	Học phần giúp người học nắm được những kiến thức cơ bản của tư tưởng Hồ Chí Minh, giúp sinh viên nhận thức sâu sắc giá trị khoa học của tư tưởng Hồ Chí Minh đối với sự nghiệp cách mạng của dân tộc. Qua đó, sinh viên có lập trường tư tưởng chính trị vững vàng, tích cực học tập, tu dưỡng, rèn luyện đạo đức để góp phần xây dựng và bảo vệ Tổ quốc.	21	09	60	
6	NNTA101	Tiếng Anh 1	03	Học phần giúp người học nắm được các hiện tượng ngữ pháp cơ bản trong tiếng Anh và cung cấp từ vựng liên quan đến nhiều chủ điểm chung: công việc hàng ngày, thói quen, sở thích, du lịch, đất nước, con người... Người học có cơ hội rèn	12	33	90	

TT	Mã số HP	Học phần	Số TC	Nội dung cần đạt được của từng học phần (tóm tắt)	Khối lượng kiến thức			Ghi chú
					LT	TH TT	Tự học	
				luyện 4 kỹ năng Nghe, Nói, Đọc, Viết thông qua các tình huống thường gặp trong cuộc sống hàng ngày như: giới thiệu bản thân, giải quyết những vấn đề thường gặp khi giao tiếp trên điện thoại và thực hành những đoạn hội thoại thường gặp trong cuộc sống xã hội.				
7	NNTA102	Tiếng Anh 2	03	Người học nắm được kiến thức ngữ pháp trong tiếng Anh như thì hiện tại đơn, hiện tại tiếp diễn, hiện tại hoàn thành, quá khứ đơn, so sánh của tính từ - trạng từ, động từ khuyết thiếu... và cung cấp từ vựng liên quan đến nhiều chủ điểm như: nghề nghiệp, lễ hội, du lịch... ở mức độ tiền trung cấp. Người học có cơ hội rèn luyện 4 kỹ năng Nghe, Nói, Đọc, Viết mức độ tiền trung cấp thông qua các tình huống thường gặp trong cuộc sống hàng ngày như: gọi điện thoại, thực hành những đoạn hội thoại thường gặp trong cuộc sống xã hội.	12	33	90	
8	NNTA103	Tiếng Anh 3	02	Người học nắm được các hiện tượng ngữ pháp trong tiếng Anh như thì quá khứ đơn, quá khứ tiếp diễn, quá khứ hoàn thành, thể bị động	08	22	60	

TT	Mã số HP	Học phần	Số TC	Nội dung cần đạt được của từng học phần (tóm tắt)	Khối lượng kiến thức			Ghi chú
					LT	TH TT	Tự học	
				<p>của quá khứ đơn, hiện tại đơn, hiện tại hoàn thành tiếp diễn với các từ xác định và cung cấp từ vựng liên quan đến nhiều điểm chung: hiện tại và quá khứ, sức khỏe, các bệnh thường gặp, các vật dụng hàng ngày, tiền tệ. Người học có cơ hội rèn luyện 4 kỹ năng Nghe, Nói, Đọc, Viết thông qua các tình huống thường gặp trong cuộc sống như: cuộc sống hiện tại và quá khứ, thực hành những đoạn hội thoại liên quan về sức khỏe và tai nạn, tìm hiểu về các thương hiệu nổi tiếng trên thế giới, tìm hiểu kỹ hơn về các vật dụng hàng ngày cần thiết khi mang đi du lịch.</p>				
9		Giáo dục thể chất	04	<p>Bao gồm phần bắt buộc và phần tự chọn: * Phần bắt buộc (3TC) (1) Thẻ dục (1TC): Nội dung học phần bao gồm: Những kiến thức cơ bản trong công tác giáo dục thể chất (nhiệm vụ và chức năng của sinh viên, các hình thức giáo dục thể chất trong trường đại học; cấu trúc cơ bản của vận động thông qua một số bài thể dục cơ bản, giúp cho SV có được tư thế tác phong nhằm chuẩn mực</p>				

TT	Mã số HP	Học phần	Số TC	Nội dung cần đạt được của từng học phần (tóm tắt)	Khối lượng kiến thức			Ghi chú
					LT	TH TT	Tự học	
				<p>hóa kỹ năng vận động và nâng cao thể lực.</p> <p>(2) Điền kinh 1 (1TC) và Điền kinh 2 (1TC): Nội dung học phần bao gồm: Các kiến thức cơ bản trong môn chạy cự ly trung bình, cự ly ngắn và môn nhảy cao; phương pháp tổ chức thi đấu và trọng tài điền kinh.</p> <p>(3) Phần tự chọn (1TC): SV chọn một trong các môn học sau: Bóng chuyền, Cầu lông, Bóng rổ, Bơi lội, Bóng đá, Đá cầu, Thể dục Aerobic.</p>				
10		Giáo dục Quốc phòng-an ninh	09	Bao gồm 4 học phần: Đường lối quốc phòng và an ninh của Đảng Cộng sản Việt Nam; Công tác quốc phòng và an ninh; Quân sự chung; Kỹ thuật chiến đấu bộ binh và chiến thuật.				
1.2	Các học phần bắt buộc của Trường							
11	LCPL101	Pháp luật đại cương	02	Người học được trang bị những kiến thức cơ bản về nhà nước và pháp luật. Nội dung của học phần bao gồm những vấn đề cơ bản nhất, chung nhất về nhà nước và pháp luật; những nội dung về các ngành luật cơ bản và Pháp luật về phòng, chống tham nhũng. Sau khi kết thúc	20	10	60	

TT	Mã số HP	Học phần	Số TC	Nội dung cần đạt được của từng học phần (tóm tắt)	Khối lượng kiến thức			Ghi chú
					LT	TH TT	Tự học	
				học phần, người học iết vận dụng những kiến thức đã học để giải quyết những tình huống trong thực tế.				
12	CTKU101	Tin học đại cương	02	Người học đạt được các nội dung kiến thức cơ bản về tin học và công nghệ thông tin như: khái niệm thông tin và cách biểu diễn thông tin trong máy tính, cấu trúc và hoạt động của hệ thống máy tính, mạng máy tính, Internet, ứng dụng của công nghệ thông tin; sinh viên hiểu khái niệm hệ điều hành, làm quen với một số hệ điều hành thông dụng và biết cách giao tiếp với hệ điều hành Windows; biết sử dụng các phần mềm ứng dụng văn phòng: MS Word, MS Excel và MS Powerpoint.	19	11	60	
1.3	Các học phần của ngành							
13	KTKH102	Kinh tế vĩ mô	03	Người học đạt được các nội dung kiến thức về Kinh tế học vĩ mô (Macroeconomic) - phân ngành của kinh tế học chuyên nghiên cứu về đặc điểm, cấu trúc và hành vi của cả một nền kinh tế nói chung. Kinh tế học vĩ mô và kinh tế học vi mô là hai lĩnh vực chung nhất của kinh tế học. Trong khi kinh tế học vi mô chủ yếu nghiên cứu về hành vi của	31,5	13,5	90	

TT	Mã số HP	Học phần	Số TC	Nội dung cần đạt được của từng học phần (tóm tắt)	Khối lượng kiến thức			Ghi chú
					LT	TH TT	Tự học	
				các cá thể đơn lẻ như công ty và cá nhân người tiêu dùng, kinh tế học vĩ mô lại nghiên cứu các chỉ tiêu cộng hưởng như GDP, tỉ lệ thất nghiệp, và các chỉ số giá cả để hiểu cách hoạt động của cả nền kinh tế. Học phần bao gồm 7 chương, sẽ cung cấp cho sinh viên các khái niệm cơ bản, các nguyên lý và một số mô hình kinh tế vĩ mô đơn giản; những nội dung cơ bản của hạch toán thu nhập quốc dân, các nhân tố quy định sản lượng của một nền kinh tế, hay các vấn đề về lạm phát, thất nghiệp, lãi suất, tỷ giá hối đoái, các chính sách của nền kinh tế mở.				
14	KTKH101	Kinh tế vi mô	03	Người học đạt được các nội dung kiến thức bao gồm: lý thuyết về cầu - cung hàng hóa và giá cả hàng hóa trên thị trường; lý thuyết về sản xuất (tối đa hóa sản lượng), về chi phí sản xuất (tối thiểu hóa chi phí) và về lợi nhuận (tối đa hóa lợi nhuận); Các lý thuyết về cấu trúc của thị trường hàng hóa (thị trường cạnh tranh hoàn hảo, thị trường cạnh tranh không hoàn hảo) và nguyên tắc tối đa hóa lợi nhuận của doanh	33	12	90	

TT	Mã số HP	Học phần	Số TC	Nội dung cần đạt được của từng học phần (tóm tắt)	Khối lượng kiến thức			Ghi chú
					LT	TH TT	Tự học	
				<p>nghiệp hoạt động trong các thị trường này. Đồng thời, học phần cũng nghiên cứu hành vi của các doanh nghiệp, người tiêu dùng; phân tích các yếu tố xác định giá và lượng trong thị trường hàng hoá và thị trường các yếu tố sản xuất. Ý nghĩa của các loại cơ cấu thị trường; Phân tích những thất bại vốn có của thị trường và vai trò Chính phủ trong việc can thiệp vào một số thất bại của thị trường.</p>				
15	KĐTO105	Toán kinh tế	02	<p>Sinh viên nắm được kiến thức và kỹ năng: * Về lý thuyết: Sinh viên hiểu được các kiến thức cơ bản về đại số, giải tích, ứng dụng và ý nghĩa của chúng trong phân tích kinh tế. Sinh viên vận dụng được những kiến thức đó vào việc học tập các môn học chuyên ngành trong chương trình đào tạo. * Về thực hành: Sinh viên thành thạo trong việc giải các bài toán ứng dụng trong kinh tế.: mô hình tuyến tính trong phân tích kinh tế, ứng dụng đạo hàm trong phân tích kinh tế, ứng dụng hàm số nhiều biến số. Hơn nữa, từ các vấn đề thực tiễn trong kinh tế, sinh viên có thể</p>	16	14	60	

TT	Mã số HP	Học phần	Số TC	Nội dung cần đạt được của từng học phần (tóm tắt)	Khối lượng kiến thức			Ghi chú
					LT	TH TT	Tự học	
				thiết lập mô hình và sử dụng các kiến thức toán học được trang bị để phân tích và giải quyết các vấn đề đó. * Về kỹ năng: Sinh viên được rèn luyện khả năng tư duy, kỹ năng tính toán và nâng cao khả năng ứng dụng các kiến thức toán học vào phân tích, nghiên cứu các vấn đề trong kinh tế.				
16	KTKH103	Kinh tế số	02	Học phần Kinh tế số cung cấp cho sinh viên những đặc trưng cơ bản của kinh tế số và các vấn đề liên quan đến nó, các ứng dụng của kinh tế thông tin trong các lĩnh vực số khác nhau, các thành phần cốt lõi của kinh tế số là kinh tế đổi mới, quyền sở hữu trí tuệ và công nghệ chuỗi khối. Bên cạnh đó, học phần giới thiệu các đặc trưng nền tảng kinh tế và thị trường song song phát sinh trong lĩnh vực số, nghiên cứu cơ bản về bán hàng trực tuyến và thương mại điện tử, quyền sở hữu trí tuệ trong kinh tế đổi mới và công nghệ mới chuỗi khối.	21	09	60	
17	KTKD101	Khởi sự kinh doanh	02	Người học nắm được các vấn đề cơ bản bao gồm: Khái niệm kinh doanh, khởi sự kinh doanh, phương thức, quy trình và chiến lược khởi sự kinh doanh;	21	09	60	

TT	Mã số HP	Học phần	Số TC	Nội dung cần đạt được của từng học phần (tóm tắt)	Khối lượng kiến thức			Ghi chú
					LT	TH TT	Tự học	
				lập kế hoạch kinh doanh. Ứng dụng các lý thuyết về khởi sự để phân tích, đánh giá, tạo lập doanh nghiệp và triển khai hoạt động kinh doanh.				
II	Khối kiến thức giáo dục chuyên nghiệp							
2.1	Kiến thức cơ sở ngành							
2.1.1	Bắt buộc							
18	KTPT101	Marketing căn bản	03	Nội dung được đề cập trong học phần bao gồm: tổng quan về Marketing, các môi trường Marketing, hành vi của khách hàng, phân khúc và lựa chọn thị trường mục tiêu, định vị và các chiến lược Marketing hỗn hợp. Học phần sẽ cung cấp cho sinh viên những kiến thức cơ bản về hành vi mua của người tiêu dùng và các yếu tố ảnh hưởng đến hành vi mua đó, đồng thời hiểu rõ quá trình ra quyết định mua của người tiêu dùng và hiểu về chính sách sản phẩm, chính sách giá của sản phẩm và chính sách phân phối sản phẩm của doanh nghiệp.	36	09	90	
19	KTPT102	Lý thuyết truyền thông	03	Người học đạt được kiến thức về các nội dung: quan niệm chung về truyền thông và các mô hình truyền thông; một số kỹ năng về truyền thông cá nhân; truyền thông nhóm; truyền	36	9	90	

TT	Mã số HP	Học phần	Số TC	Nội dung cần đạt được của từng học phần (tóm tắt)	Khối lượng kiến thức			Ghi chú
					LT	TH TT	Tự học	
				thông đại chúng; một số lý thuyết truyền thông; chu trình truyền thông, lập kế hoạch truyền thông và quản trị truyền thông trong khủng hoảng.				
20	KTKE101	Nguyên lý kế toán	03	<p>Người học nắm được các kiến thức về:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Khái niệm, các nguyên tắc cơ bản. - Đối tượng nghiên cứu của kế toán. - Hệ thống phương pháp kế toán gồm: Phương pháp chứng từ, phương pháp đối ứng tài khoản, phương pháp tính giá và phương pháp tổng hợp cân đối. - Các quá trình kinh doanh chủ yếu. - Các hình thức kế toán; Tổ chức bộ máy kế toán. <p>Học phần này là tiền đề để người học có thể nghiên cứu các học phần tiếp theo trong chương trình đào tạo</p>	26	19	90	
21	KTKD105	Quản trị học	03	Học phần giúp người học đạt được những kiến thức cơ bản về khái niệm quản trị, nhà quản trị và các kỹ năng của nhà quản trị. Ứng dụng các lý thuyết về môi trường quản trị dùng để phân tích, đánh giá phục vụ ra quyết định trong quá trình quản trị và bốn chức năng cơ bản của nhà quản	34	11	90	

TT	Mã số HP	Học phần	Số TC	Nội dung cần đạt được của từng học phần (tóm tắt)	Khối lượng kiến thức			Ghi chú
					LT	TH TT	Tự học	
				trị đó là chức năng hoạch định, chức năng tổ chức, chức năng lãnh đạo, chức năng kiểm tra.				
22	KTKT101	Tài chính - tiền tệ	02	Học phần giúp người học đạt được những kiến thức cơ bản về các khái niệm căn bản về phạm trù tài chính – tiền tệ, các bộ phận của hệ thống tài chính, chức năng cũng như các nguyên lý về hình thức hoạt động của nó trong nền kinh tế hàng hóa, nền kinh tế thị trường. Đặc biệt đi vào nghiên cứu những vấn đề liên quan đến lãi suất và tín dụng, ngân sách Nhà nước, tài chính doanh nghiệp, thị trường tài chính và các tổ chức tài chính trung gian đặc biệt là ngân hàng thương mại, ngân hàng Trung ương và chính sách tiền tệ, tài chính quốc tế...	23	07	60	
2.2	Kiến thức ngành							
2.2.1	Bắt buộc							
23	KTPPT103	Marketing thương mại và dịch vụ	02	Học phần giúp người học đạt được những kiến thức về marketing thương mại dịch vụ, cấu trúc thị trường thương mại, dự báo nhu cầu thị trường, các chính sách marketing trong công ty thương mại, chất lượng dịch vụ và marketing hỗn hợp	21	09	60	

TT	Mã số HP	Học phần	Số TC	Nội dung cần đạt được của từng học phần (tóm tắt)	Khối lượng kiến thức			Ghi chú
					LT	TH TT	Tự học	
				dịch vụ. Thông qua việc phối hợp giữa lý thuyết lẫn thực hành, môn học sẽ giúp sinh viên trả lời được các câu hỏi như: thế nào là Marketing thương mại, marketing dịch vụ, các chính sách marketing được sử dụng trong doanh nghiệp thương mại và dịch vụ.				
24	KTPT104	Nghiên cứu marketing	02	Học phần giúp người học đạt được những kiến thức về nghiên cứu marketing, phát triển và khai thác nguồn dữ liệu thứ cấp, các phương pháp thu thập dữ liệu sơ cấp, thiết kế công cụ thu thập dữ liệu, chọn mẫu và thu thập dữ liệu, phân tích dữ liệu, soạn thảo báo cáo nghiên cứu và thuyết trình báo cáo nghiên cứu, đọc báo cáo và đánh giá dự án marketing.	23	07	60	
25	KTPT105	Quản trị Marketing	03	Học phần giúp người học đạt được những kiến thức về quản trị marketing như: bản chất của quản trị marketing, các cơ hội marketing, chiến lược marketing mục tiêu, chiến lược marketing cạnh tranh, và hoạch định chương trình marketing.	37	08	90	
26	KTPT106	Quản trị bán hàng	03	Học phần giúp người học đạt được những kiến thức	34	11	90	

TT	Mã số HP	Học phần	Số TC	Nội dung cần đạt được của từng học phần (tóm tắt)	Khối lượng kiến thức			Ghi chú
					LT	TH TT	Tự học	
				về quản trị bán hàng, Xây dựng kế hoạch, lập ngân sách cho hoạt động bán hàng, tổ chức lực lượng bán hàng, lãnh đạo lực lượng bán hàng, sử dụng các công cụ động viên khích lệ sao cho có hiệu quả và kiểm tra đánh giá kết quả đạt được trong hoạt động bán hàng.				
27	KTPT107	Quan hệ công chúng	02	Học phần giúp người học đạt được những kiến thức về quan hệ công chúng, các thành phần tổ chức tham gia quan hệ công chúng, các hoạt động quan hệ công chúng đối với một số công chúng điển hình, quản trị khủng hoảng, tổ chức sự kiện và các hoạt động tài trợ.	24	06	60	
28	KTPT108	Tiếng Anh chuyên ngành	03	Học phần giúp người học đạt được những kiến thức về Marketing, trang bị cho sinh viên ngữ pháp và từ vựng tiếng Anh liên quan đến Marketing, cụ thể bao gồm định nghĩa và vai trò của marketing, môi trường marketing, chiến lược và hoạch định chiến lược marketing, hành vi khách hàng, chính sách sáng tạo phát triển sản phẩm mới và đạo đức trách nhiệm xã hội trong hoạt động marketing của doanh nghiệp. Đồng	31	14	90	

TT	Mã số HP	Học phần	Số TC	Nội dung cần đạt được của từng học phần (tóm tắt)	Khối lượng kiến thức			Ghi chú
					LT	TH TT	Tự học	
				thời, học phần tạo cơ hội cho sinh viên thực hành và phát triển các kỹ năng ngôn ngữ gắn liền với hoạt động Marketing trong bối cảnh toàn cầu hoá và hội nhập kinh tế quốc tế ngày càng tăng. Kết thúc học phần người học có thể đọc hiểu các tài liệu Marketing bằng tiếng anh để nâng cao trình độ kiến thức và kịp thời cập nhật thông tin xu hướng về marketing trên thế giới.				
29	KTKD103	Thương mại điện tử	02	Học phần giúp người học đạt được những kiến thức về thương mại điện tử, cơ sở công nghệ của thương mại điện tử và hệ thống thanh toán trong thương mại internet; vấn đề an ninh, bảo mật trong thương mại điện tử và các mô hình giao dịch trong thương mại điện tử hiện nay.	24	06	60	
30	KTPT109	Tâm lý và hành vi khách hàng	02	Học phần giúp người học đạt được những kiến thức về tâm lý, hành vi khách hàng; hành vi của khách hàng trong quá trình mua sắm; động cơ và hành vi của khách hàng; nhận thức của khách hàng; thái độ của khách hàng và các ảnh hưởng của yếu tố văn hóa xã hội đến tâm lý, hành vi khách hàng. Từ đó, có thể	24	06	60	

TT	Mã số HP	Học phần	Số TC	Nội dung cần đạt được của từng học phần (tóm tắt)	Khối lượng kiến thức			Ghi chú
					LT	TH TT	Tự học	
				mang lại hiệu quả kinh doanh cao và góp phần trong sự phát triển bền vững cho doanh nghiệp.				
31	KTKH132	Thống kê kinh doanh	02	Học phần giúp người học đạt được những kiến thức về thống kê và thống kê ứng dụng trong kinh doanh. Học phần giới thiệu tổng quan về thống kê trong kinh doanh, chọn mẫu và thu thập dữ liệu thống kê, phương pháp thống kê mô tả, phương pháp thống kê suy luận và nghiên cứu thống kê thị trường.	17	13	60	
32	KTPT110	Kỹ năng phát triển nghề nghiệp	02	Học phần giúp người học đạt được những kiến thức về kỹ năng khám phá và thấu hiểu bản thân, quản lý giá trị sống thông qua năng lực nghề nghiệp cá nhân, Những nội dung hướng dẫn lập kế hoạch nghề nghiệp và khảo sát cơ hội nghề nghiệp, Vận dụng quy trình tìm kiếm việc làm, một số kỹ năng liên quan để phát triển nghề nghiệp như: kỹ năng xây dựng thương hiệu cá nhân, quản lý cảm xúc, kỹ năng đàm phán thuyết phục, kỹ năng thay đổi công việc, khởi nghiệp, kỹ năng giao tiếp, kỹ năng hoạt động nhóm.	21	09	60	

TT	Mã số HP	Học phần	Số TC	Nội dung cần đạt được của từng học phần (tóm tắt)	Khối lượng kiến thức			Ghi chú
					LT	TH TT	Tự học	
33	KTPT111	Tham quan nhận thức 1	01	Tham quan nhận thức 1 là một môn học thuộc khối kiến thức ngành bắt buộc trong chương trình đào tạo sinh viên chuyên ngành Marketing. Học phần này giúp cho sinh viên chuyên ngành Marketing đang theo học tại trường Đại học Tài nguyên và môi trường Hà Nội bước đầu tiếp cận với doanh nghiệp, các hoạt động tác nghiệp tại doanh nghiệp. Đồng thời, được giao lưu với doanh nghiệp, các . Từ đó, sinh viên hiểu rõ về hoạt động Marketing tại doanh nghiệp cũng như chuyên ngành Marketing đang theo học tại trường; giúp tạo động lực đam mê và yêu nghề; định hướng được nghề nghiệp tương lai.		80 giờ	30 giờ	
34	KTPT112	Tham quan nhận thức 2	01	Tham quan nhận thức 2 là một môn học thuộc khối kiến thức cơ sở ngành bắt buộc trong chương trình đào tạo sinh viên chuyên ngành Marketing. Học phần giúp cho sinh viên tìm hiểu thực tế hoạt động Marketing thông qua quan sát, nghiên cứu văn bản và nghe báo cáo về các hoạt động có liên quan đến ngành nghề trong tương lai: sale, chăm sóc khách hàng, Marketing		80 giờ	30 giờ	

TT	Mã số HP	Học phần	Số TC	Nội dung cần đạt được của từng học phần (tóm tắt)	Khối lượng kiến thức			Ghi chú
					LT	TH TT	Tự học	
				Online, R&D (nghiên cứu và phát triển), truyền thông Marketing ,... Từ đó, sinh viên hiểu rõ về ngành nghề đang theo học để có thái độ tích cực và hướng tới nghề nghiệp phù hợp, góp phần hoàn thiện nhân cách nghề nghiệp.				
35	KTPT113	Thực tập nghề nghiệp 1	04	Thực tập nghề nghiệp 1 nhằm mục tiêu hoàn thiện kiến thức về hoạt động cơ bản của marketing gồm nghiên cứu marketing, phân tích tâm lý và hành vi khách hàng. Áp dụng những hiểu biết và kỹ năng đã được học tập tại trường ở các môn Marketing căn bản, nghiên cứu Marketing, Tâm lý và hành vi khách hàng vào môi trường thực tế tại các doanh nghiệp.		240 giờ	120 giờ	
36	KTPT114	Thực tập nghề nghiệp 2	05	Thực tập nghề nghiệp 2 nhằm mục tiêu hoàn thiện kiến thức về hoạt động marketing gồm quản trị marketing và quản trị thương hiệu. Áp dụng những hiểu biết và kỹ năng đã được học tập tại trường ở các môn Quản trị thương hiệu, Quản trị marketing vào môi trường thực tế tại các doanh nghiệp.		280 giờ	150 giờ	

TT	Mã số HP	Học phần	Số TC	Nội dung cần đạt được của từng học phần (tóm tắt)	Khối lượng kiến thức			Ghi chú
					LT	TH TT	Tự học	
37	KTPT115	Thực tập nghề nghiệp 3	05	Thực tập nghề nghiệp 3 nhằm mục tiêu hoàn thiện kiến thức về lĩnh vực truyền thông marketing và quan hệ công chúng. Áp dụng những hiểu biết và kỹ năng đã được học tập tại trường ở các môn học quan hệ công chúng, Truyền thông Marketing tích hợp vào môi trường thực tế tại các doanh nghiệp.		280 giờ	150 giờ	
2.2.2 Tự chọn (Chọn 5 học phần*3TC)								
38	KTPT116	Truyền thông Marketing tích hợp	03	Học phần giúp người học đạt được những kiến thức về truyền thông marketing tích hợp, quản trị quá trình truyền thông marketing tích hợp, các phương tiện được sử dụng trong hoạt động truyền thông marketing tích hợp và đánh giá hiệu quả của hoạt động truyền thông marketing tích hợp.	34	11	90	
39	KTPT117	Quản trị thương hiệu	03	Học phần giúp người học đạt được những kiến thức về quản trị thương hiệu, các bước định vị thương hiệu, các chiến lược định vị thương hiệu, hệ thống nhận diện thương hiệu, các phương tiện trong truyền thông thương hiệu, các thủ tục pháp lý cũng như các biện pháp bảo vệ thương	36	9	90	

TT	Mã số HP	Học phần	Số TC	Nội dung cần đạt được của từng học phần (tóm tắt)	Khối lượng kiến thức			Ghi chú
					LT	TH TT	Tự học	
				hiệu của doanh nghiệp và quản lý thương hiệu.				
40	KTPT118	Digital Marketing	03	Học phần giúp người học đạt được những kiến thức về digital marketing, chiến lược sáng tạo, cách thức xây dựng nội dung, xây dựng kế hoạch phát triển các kênh digital marketing; chiến thuật sử dụng trong truyền thông kỹ thuật số và đặc điểm, chiến lược phát triển một số kênh truyền thông digital phổ biến. Trong quá trình học, người học được cung cấp các kiến thức lý thuyết cần thiết và được thực hành sử dụng các công cụ marketing để có thể áp dụng vào xây dựng kế hoạch, sáng tạo ý tưởng, xây dựng nội dung và sử dụng các kênh truyền thông kỹ thuật số Facebook, Google SEO, email, SMS trong thực tế một cách có hiệu quả.	29	16	90	
41	KTPT119	Marketing quốc tế	03	Học phần giúp người học đạt được những kiến thức về marketing quốc tế, các yếu tố ảnh hưởng đến khả năng cạnh tranh trong môi trường quốc tế của doanh nghiệp, cách thức tham gia và mở rộng thị trường quốc tế, các quyết định marketing như quyết định về sản	36	9	90	

TT	Mã số HP	Học phần	Số TC	Nội dung cần đạt được của từng học phần (tóm tắt)	Khối lượng kiến thức			Ghi chú
					LT	TH TT	Tự học	
				phẩm, định giá, xúc tiến trên thị trường quốc tế và phát triển marketing cho hoạt động xuất nhập khẩu. Kết thúc học phần người học sẽ nắm được các kiến thức cơ bản về marketing quốc tế và có kỹ năng phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến marketing quốc tế để có thể lựa chọn được phương án tham gia thị trường quốc tế, đồng thời đưa ra các quyết định về cạnh tranh và marketing mix phù hợp.				
42	KTKD174	Quản trị kinh doanh	03	Học phần giúp người học đạt được những kiến thức cơ bản như: kinh doanh, doanh nghiệp. Phân tích các yếu tố ảnh hưởng từ môi trường kinh doanh đến hoạt động của doanh nghiệp. Từ đó đánh giá được hiệu quả hoạt động kinh doanh thông qua đánh giá các hoạt động chính của doanh nghiệp. Vận dụng những quan điểm của quản trị tri thức, quản trị kinh doanh quốc tế giúp người học triển khai áp dụng vào công việc trong tương lai.	36	09	90	
43	KTPT120	Truyền thông báo chí	03	Học phần giúp người học đạt được những kiến thức về truyền thông và quá trình truyền thông; các phương tiện, hình thức hoạt động và	36	09	90	

TT	Mã số HP	Học phần	Số TC	Nội dung cần đạt được của từng học phần (tóm tắt)	Khối lượng kiến thức			Ghi chú
					LT	TH TT	Tự học	
				lịch sử tiến hóa của truyền thông đại chúng; báo chí – một hoạt động truyền thông đại chúng; chức năng và nguyên tắc hoạt động của báo chí; báo chí và các hình thái ý thức xã hội khác; nhà báo – chủ thể hoạt động báo chí..				
44	KTPT121	Truyền thông quốc tế	03	Học phần giúp người học đạt được những kiến thức về lịch sử hình thành, xu hướng phát triển của báo chí thế giới, phương thức quản lý và vận hành của các cơ quan báo chí – truyền thông toàn cầu và một số vấn đề truyền thông toàn cầu hiện nay... Trên cơ sở đó, vận dụng những kiến thức đã học để giải quyết các bài tập tình huống xảy ra trong thực tiễn cuộc sống.	36	09	90	
45	KTKD108	Quản trị chiến lược	03	Học phần giúp người học đạt được những kiến thức về quản trị chiến lược, vai trò của quản trị chiến lược; Biết nghiên cứu môi trường kinh doanh của doanh nghiệp; Thiết lập mục tiêu chiến lược; Xác định các lợi thế cạnh tranh của doanh nghiệp; Hoạch định chiến lược cấp doanh nghiệp và cấp chức năng; Thực hiện và đánh giá, điều chỉnh chiến lược trong doanh	36	09	90	

TT	Mã số HP	Học phần	Số TC	Nội dung cần đạt được của từng học phần (tóm tắt)	Khối lượng kiến thức			Ghi chú
					LT	TH TT	Tự học	
				<p>ngành. Từ đó, định vị và ra các quyết định về chiến lược của doanh nghiệp và đánh giá, điều chỉnh chiến lược trong quá trình thực hiện nhằm mang lại hiệu quả kinh doanh cao và góp phần trong sự phát triển bền vững cho doanh nghiệp.</p>				
2.3	Kiến thức chuyên ngành (Chọn 6 học phần * 3TC)							
2.3.1	Quản trị Marketing		18					
46	KTPT122	Mô hình marketing	03	<p>Học phần giúp người học đạt được những kiến thức về chiến lược marketing áp dụng trong các loại mô hình kinh doanh, từ phân tích thị trường đến chiến lược marketing mix và các hoạt động quản trị marketing. Đối với Marketing B2B và Marketing B2C, cụ thể người học sẽ học về mô hình marketing sử dụng trong quản trị khách hàng B2B và B2C, các quyết định chiến lược marketing được sử dụng bao gồm phân tích thị trường và tất cả các quyết định về sản phẩm, giá, phân phối và xúc tiến thương mại. Ngoài ra, người học cũng được cung cấp kiến thức cần thiết về các hoạt động marketing thường được sử dụng trong thương mại điện tử.</p>	33	12	90	

TT	Mã số HP	Học phần	Số TC	Nội dung cần đạt được của từng học phần (tóm tắt)	Khối lượng kiến thức			Ghi chú
					LT	TH TT	Tự học	
47	KTPT123	Quản trị giá	03	Học phần giúp người học đạt được những kiến thức về quản trị giá như chính sách, chiến lược, chiến thuật về giá, hiệu và vận dụng được các phương pháp định giá trong quản trị marketing.	35	10	90	
48	KTPT124	Quản trị kênh phân phối	03	Học phần giúp người học đạt được những kiến thức về hành vi trong kênh phân phối; chiến lược, xây dựng, quản lý và đánh giá hoạt động phân phối; các vấn đề chiến thuật trong quản trị kênh phân phối, hoạt động đánh giá hiệu quả kênh và một số loại kênh phân phối của các ngành kinh doanh đặc thù.	31	14	90	
49	KTPT125	Quản trị sản phẩm	03	Học phần giúp người học đạt được những kiến thức về sản phẩm, xây dựng chiến lược sản phẩm, xây dựng và thiết kế thương hiệu, quản trị chất lượng và dịch vụ sản phẩm, thiết kế bao bì sản phẩm, các bước trong quá trình phát triển sản phẩm mới, phân tích hiệu quả trong quản trị sản phẩm.	36	09	90	
50	KTPT126	Phân tích marketing	03	Học phần giúp người học đạt được những kiến thức về phân tích marketing, xây dựng cơ sở dữ liệu	30	15	90	

TT	Mã số HP	Học phần	Số TC	Nội dung cần đạt được của từng học phần (tóm tắt)	Khối lượng kiến thức			Ghi chú
					LT	TH TT	Tự học	
				marketing, phân tích thị trường tiềm năng marketing và đo lường hoạt động marketing thông qua các công cụ tài chính và phi tài chính.				
51	KTPT127	Marketing bền vững	03	Học phần giúp người học đạt được những kiến thức về chiến lược định giá, chiến lược đổi mới sản xuất, chiến lược xúc tiến, chiến lược cung cấp dịch vụ theo hướng bền vững để xây dựng chuỗi cung ứng bền vững hiệu quả. Cuối cùng, kiến thức về marketing bền vững là một phần quan trọng để sinh viên có thể áp dụng vào thực tế việc đánh giá, phân tích quá trình thực hiện và hiệu quả của marketing bền vững trong doanh nghiệp.	32	13	90	
52	KTKD124	Quản trị chất lượng	03	Học phần giúp người học đạt được những kiến thức về chất lượng và quản lý chất lượng sản phẩm; Các phương pháp quản lý chất lượng; Các kỹ thuật và công cụ quản lý chất lượng; Các hệ thống quản lý chất lượng theo tiêu chuẩn; Phương pháp quản lý chất lượng toàn diện – TQM; Quản lý chất lượng trong một số loại hình doanh nghiệp. Từ đó người học có thể vận dụng	34	11	90	

TT	Mã số HP	Học phần	Số TC	Nội dung cần đạt được của từng học phần (tóm tắt)	Khối lượng kiến thức			Ghi chú
					LT	TH TT	Tự học	
				kiến thức về quản lý chất lượng vào công việc thực tế, nâng cao chất lượng, uy tín cho doanh nghiệp.				
53	KTPT128	Marketing địa phương	03	Học phần giúp người học đạt được những kiến thức về marketing địa phương; quy trình marketing địa phương; chiến lược marketing địa phương; chiến lược marketing cải thiện địa phương; thiết kế hình ảnh địa phương.	35	10	90	
54	KTPT129	Marketing chiến lược	03	Học phần giúp người học đạt được những kiến thức về marketing chiến lược, tiến trình hoạch định marketing chiến lược của doanh nghiệp, cách phân tích đối thủ cạnh tranh từ đó đưa ra các chiến lược cạnh tranh nhằm mang lại lợi thế cho doanh nghiệp và các chiến lược marketing thường dùng khác như chiến lược về phát triển sản phẩm mới, chiến lược marketing theo vị thế doanh nghiệp và quy trình, phương pháp đánh giá kiểm soát chiến lược marketing.	35	10	90	
55	KTPT130	Quản trị tác nghiệp	03	Học phần giúp người học đạt được những kiến thức về quản trị tác nghiệp; dự báo; định vị doanh nghiệp; bố trí sản xuất; các phương	36	09	90	

TT	Mã số HP	Học phần	Số TC	Nội dung cần đạt được của từng học phần (tóm tắt)	Khối lượng kiến thức			Ghi chú
					LT	TH TT	Tự học	
				pháp tổ chức sản xuất; quản trị dự trữ.				
56	KTKD108	Quản trị chiến lược	03	Học phần giúp người học đạt được những kiến thức về quản trị chiến lược, vai trò của quản trị chiến lược; Biết nghiên cứu môi trường kinh doanh của doanh nghiệp; Thiết lập mục tiêu chiến lược; Xác định các lợi thế cạnh tranh của doanh nghiệp; Hoạch định chiến lược cấp doanh nghiệp và cấp chức năng; Thực hiện và đánh giá, điều chỉnh chiến lược trong doanh nghiệp. Từ đó, định vị và ra các quyết định về chiến lược của doanh nghiệp và đánh giá, điều chỉnh chiến lược trong quá trình thực hiện nhằm mang lại hiệu quả kinh doanh cao và góp phần trong sự phát triển bền vững cho doanh nghiệp.	36	09	90	
2.3.2	Quản trị thương hiệu		18					
57	KTPT131	Hệ thống nhận diện thương hiệu	03	Học phần giúp người học đạt được những kiến thức về hệ thống nhận diện thương hiệu và có thể áp dụng kiến thức vào các hoạt động như đặt tên thương hiệu, thiết kế logo, ứng dụng màu sắc, ứng dụng sensing branding để xây dựng một bộ hệ thống nhận	31	14	90	

TT	Mã số HP	Học phần	Số TC	Nội dung cần đạt được của từng học phần (tóm tắt)	Khối lượng kiến thức			Ghi chú
					LT	TH TT	Tự học	
				diện thương hiệu và triển khai sử dụng hệ thống này trong điều kiện thực tiễn.				
58	KTPT132	Định giá và nhượng quyền thương hiệu	03	Học phần giúp người học đạt được những kiến thức về giá, thẩm định giá trị thương hiệu, chuyển nhượng tài sản thương hiệu. Các nội dung chủ yếu được đề cập trong học phần gồm: Tài sản thương hiệu và các phương án phát triển, khai thác tài sản thương hiệu như nhượng quyền thương mại, quản trị tài sản thương hiệu trong các tình huống mua bán, chia tách và sáp nhập doanh nghiệp.	36	09	90	
59	KTPT133	Xây dựng thương hiệu qua phương tiện truyền thông kỹ thuật số	03	Học phần giúp người học đạt được những kiến thức về xây dựng thương hiệu trên các phương tiện truyền thông kỹ thuật số. Cụ thể, nội dung bao gồm những kiến thức tổng quan về thương hiệu số, từ định vị thương hiệu cho đến xây dựng chiến lược thương hiệu, và quản trị hệ thống thương hiệu trên các kênh truyền thông kỹ thuật số phổ biến như mạng xã hội, công cụ tìm kiếm, Mobile, Online, quảng cáo và thư điện tử.	30	15	90	

TT	Mã số HP	Học phần	Số TC	Nội dung cần đạt được của từng học phần (tóm tắt)	Khối lượng kiến thức			Ghi chú
					LT	TH TT	Tự học	
60	KTPT134	Quản trị quan hệ khách hàng	03	Học phần giúp người học đạt được những kiến thức về quản trị quan hệ khách hàng; cơ sở dữ liệu khách hàng; hệ thống và tiến trình quản trị quan hệ khách hàng; hiểu được mô hình IDIC, nhận diện được khách hàng theo các tiêu thức khác nhau, khai thác và phân tích được cơ sở dữ liệu khách hàng; hiểu được hoạt động CRM thông qua quy trình tự động hoá các hoạt động Marketing, bán hàng, chăm sóc khách hàng; thiết lập hệ thống CRM trong doanh nghiệp và các giải pháp nhằm triển khai hệ thống CRM.	31	14	90	
61	KTPT135	Hoạt động thương mại về sở hữu trí tuệ	03	Học phần giúp người học đạt được những kiến thức về cung cấp những kiến thức cơ bản và những quan điểm tiếp cận hiện đại về các đối tượng bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ bao gồm: sự cần thiết phải bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ đối với tổ chức kinh doanh, khái quát các đối tượng được bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ trong tổ chức, giới thiệu khung pháp lý liên quan tới quyền sở hữu trí tuệ; các điều kiện đảm bảo quyền đăng ký bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ của	30	15	90	

TT	Mã số HP	Học phần	Số TC	Nội dung cần đạt được của từng học phần (tóm tắt)	Khối lượng kiến thức			Ghi chú
					LT	TH TT	Tự học	
				tổ chức kinh doanh; các hình thức hoạt động để chuyển giao, nhượng quyền sở hữu trí tuệ trong kinh doanh thương mại, những điều kiện thực thi quyền sở hữu trí tuệ đối với các cơ sở sản xuất, kinh doanh.				
62	KTPT136	Chiến lược thương hiệu	03	Học phần giúp người học đạt được những kiến thức về định hướng chiến lược thương hiệu trong quan hệ với chiến lược kinh doanh của doanh nghiệp; các vấn đề về định vị và liên kết thương hiệu; các kỹ năng phân tích và xác lập kiến trúc thương hiệu, lựa chọn mô hình thương hiệu cũng như danh mục chiến lược thương hiệu trong doanh nghiệp; vấn đề rủi ro và quản trị rủi ro trong xây dựng thương hiệu.	30	15	90	
63	KTPT137	Quản trị và phát triển sản phẩm mới	03	Học phần giúp người học đạt được những kiến thức về khái niệm, vai trò, mục tiêu của các giai đoạn đến những kiến thức về xây dựng kế hoạch và hoạch định chiến lược từ phát triển ý tưởng, phát triển sản phẩm, thử nghiệm thị trường, tung sản phẩm ra thị trường, quản trị trong giai đoạn tăng trưởng, bão hòa, và quyết định về loại bỏ sản	33	12	90	

TT	Mã số HP	Học phần	Số TC	Nội dung cần đạt được của từng học phần (tóm tắt)	Khối lượng kiến thức			Ghi chú
					LT	TH TT	Tự học	
				phẩm. Kết thúc học phần người học sẽ nắm được quy trình và cách thức quản trị, cũng như thực hiện từng nhiệm vụ trong quá trình sáng tạo và phát triển sản phẩm mới, từ đó có thể vận dụng đưa ra quyết định quản trị cho các tình huống cụ thể.				
64	KTPT138	Quản lý tài sản trí tuệ	03	Học phần giúp người học đạt được những kiến thức về quản lý tài sản trí tuệ, phân tích việc thực thi quyền sở hữu tài sản trí tuệ đối với từng đối tượng cụ thể, những khó khăn chủ quan và khách quan trong việc thực thi.	30	15	90	
65	KTKD124	Quản trị chất lượng	03	Học phần giúp người học đạt được những kiến thức về chất lượng và quản lý chất lượng sản phẩm; Các phương pháp quản lý chất lượng; Các kỹ thuật và công cụ quản lý chất lượng; Các hệ thống quản lý chất lượng theo tiêu chuẩn; Phương pháp quản lý chất lượng toàn diện – TQM; Quản lý chất lượng trong một số loại hình doanh nghiệp. Từ đó người học có thể vận dụng kiến thức về quản lý chất lượng vào công việc thực tế, nâng cao chất lượng, uy tín cho doanh nghiệp.	34	11	90	

TT	Mã số HP	Học phần	Số TC	Nội dung cần đạt được của từng học phần (tóm tắt)	Khối lượng kiến thức			Ghi chú
					LT	TH TT	Tự học	
66	KTPT139	Quản trị thương hiệu điện tử	03	Học phần giúp người học đạt được những kiến thức về quản trị thương hiệu tương tác Online (Internet và mobile) theo tiếp cận tư duy chiến lược, đáp ứng xu hướng phát triển mạnh mẽ của thương mại điện tử. Các nội dung chủ yếu sẽ được đề cập trong học phần gồm: Các tiếp cận hiện đại về thương hiệu điện tử, các nội dung và quy trình xây dựng thương hiệu, các biện pháp bảo vệ và xử lý khủng hoảng thương hiệu trên Internet và mạng di động.	36	09	90	
67	KTPT140	Quản trị tri thức	03	Học phần giúp người học đạt được những kiến thức về nhận thức được giá trị của tài sản tri thức và vai trò của hoạt động quản trị tri thức trong tổ chức. Đồng thời, trang bị kỹ năng thực hành quản trị tri thức trong tổ chức, kỹ năng sử dụng các công cụ và kỹ thuật quản trị tri thức nhằm quản lý hiệu quả các hoạt động liên quan tới quản trị tri thức trong tổ chức trong môi trường kinh tế tri thức.	36	09	90	
2.3.3	Truyền thông Marketing		18					
68	KTPT141	Kế hoạch truyền thông Marketing	03	Học phần giúp người học đạt được những kiến thức về truyền thông marketing,	33	12	90	

TT	Mã số HP	Học phần	Số TC	Nội dung cần đạt được của từng học phần (tóm tắt)	Khối lượng kiến thức			Ghi chú
					LT	TH TT	Tự học	
				phân tích quá trình truyền thông, thiết lập mục tiêu và ngân sách truyền thông marketing và thiết kế thông điệp, phương tiện truyền thông marketing.				
69	KTPT142	Quản trị dự án truyền thông	03	Học phần giúp người học đạt được những kiến thức về quản trị dự án truyền thông; quy trình và phương pháp để hoạch định dự án truyền thông; phương pháp để lập dự toán ngân sách và quản lý chi phí, quản lý rủi ro; lập kế hoạch và thực hiện việc giám sát kiểm soát dự án; cách thức phân tích một dự án truyền thông trong thực tế.	31	14	90	
70	KTPT143	Quảng cáo và trưng bày tại điểm bán	03	Học phần giúp người học đạt được những kiến thức về quảng cáo và trưng bày tại điểm bán, hành vi người tiêu dùng, hoạch định, tổ chức thực hiện và đánh giá hiệu quả hoạt động quảng cáo và trưng bày tại điểm bán.	34	11	90	
71	KTPT144	Tổ chức sự kiện	03	Học phần giúp người học đạt được những kiến thức về hoạt động tổ chức sự kiện như: hình thành chủ đề, lập chương trình và dự toán ngân sách tổ chức sự kiện; lập kế hoạch tổ chức sự kiện; Các hoạt động chuẩn	36	09	90	

TT	Mã số HP	Học phần	Số TC	Nội dung cần đạt được của từng học phần (tóm tắt)	Khối lượng kiến thức			Ghi chú
					LT	TH TT	Tự học	
				bị tổ chức sự kiện; chuẩn bị hậu cần tổ chức sự kiện; tổ chức điều hành các hoạt động của sự kiện.				
72	KTPT145	Truyền thông đa phương tiện	03	Học phần giúp người học đạt được những kiến thức về các yêu cầu của hệ thống đa phương tiện trong thực tiễn, sau đó làm quen với một số loại hình truyền thông đa phương tiện phổ biến bao gồm ảnh, âm thanh, video và được học về cách thức sử dụng, xây dựng các dữ liệu đa phương tiện để áp dụng vào các công việc khác nhau. Chương trình học kết hợp giữa lý thuyết và thực hành giúp cho sinh viên áp dụng được kiến thức vào phân tích hiệu quả và xây dựng dữ liệu của ba loại hình đa phương tiện cơ bản sau khi học xong học phần.	40	05	90	
73	KTPT146	Xử lý khủng hoảng truyền thông	03	Học phần giúp người học đạt được những kiến thức về tổng quan về khủng hoảng truyền thông, dự phòng khủng hoảng truyền thông, xử lý khủng hoảng truyền thông, quy trình quản lý khủng hoảng truyền thông, kiểm soát đánh giá khủng hoảng truyền thông và tận dụng khủng hoảng truyền thông.	29	16	90	

TT	Mã số HP	Học phần	Số TC	Nội dung cần đạt được của từng học phần (tóm tắt)	Khối lượng kiến thức			Ghi chú
					LT	TH TT	Tự học	
74	KTPT147	Quản trị báo chí truyền thông	03	Học phần giúp người học đạt được những kiến thức về cách thức xây dựng kế hoạch phát triển nội dung sáng tạo và kế hoạch thiết lập kế hoạch báo chí truyền thông tổng quát, từ đó có thể vận dụng vào giải thích các hoạt động báo chí trong thực tiễn, và lựa chọn phương án quản trị hoạt động báo chí truyền thông cho phù hợp.	34	11	90	
75	KTPT148	Hệ thống thông tin đối ngoại và truyền thông quốc tế	03	Học phần giúp người học đạt được những kiến thức về kỹ năng thực hành truyền thông đại chúng, truyền thông đối ngoại, kỹ năng triển khai đối ngoại, kỹ năng tổ chức hoạt động truyền thông quốc tế, kỹ năng truyền tải thông điệp truyền thông quốc tế, kỹ năng lựa chọn phương thức truyền thông thị trường quốc tế, kỹ năng thu thập, lựa chọn, đánh giá, mở rộng, phân đoạn và lựa chọn thị trường quốc tế để truyền thông hiệu quả. Đưa ra các chiến lược phù hợp để đáp ứng thị trường mục tiêu.	36	09	90	
76	KTPT149	Truyền thông và dư luận xã hội	03	Học phần giúp người học đạt được những kiến thức về vị trí, ý nghĩa của các nghiên cứu xã hội về truyền thông; nghiên cứu về truyền	31	14	90	

TT	Mã số HP	Học phần	Số TC	Nội dung cần đạt được của từng học phần (tóm tắt)	Khối lượng kiến thức			Ghi chú
					LT	TH TT	Tự học	
				thông, kênh dẫn công chúng và hiệu quả của các chiến dịch truyền thông. Đồng thời, nghiên cứu các hướng tiếp cận và chức năng về dự luận xã hội và các phương pháp nghiên cứu truyền thông và dự luận xã hội.				
77	KTPT150	Truyền thông doanh nghiệp và tiếp thị	03	Học phần giúp người học đạt được những kiến thức về Kỹ năng xây dựng chiến lược marketing tới khách hàng doanh nghiệp, kỹ năng tổ chức hoạt động truyền thông. Trang bị năng lực đánh giá khả năng thâm nhập các doanh nghiệp truyền thông marketing, kỹ năng thiết lập mục tiêu và ngân sách truyền thông doanh nghiệp, phân tích thị trường mục tiêu, thực hiện chiến lược sử dụng các phương tiện truyền thông. Đánh giá hiệu quả của truyền thông marketing của doanh nghiệp. Hiểu được các khía cạnh pháp luật, kinh tế, xã hội, đạo đức trong hoạt động truyền thông marketing.	36	09	90	
78	KTKD108	Quản trị chiến lược	03	Học phần giúp người học đạt được những kiến thức về quản trị chiến lược, vai trò của quản trị chiến lược; Biết nghiên cứu môi trường kinh doanh của doanh	36	09	90	

TT	Mã số HP	Học phần	Số TC	Nội dung cần đạt được của từng học phần (tóm tắt)	Khối lượng kiến thức			Ghi chú
					LT	TH TT	Tự học	
				<p>ngành; Thiết lập mục tiêu chiến lược; Xác định các lợi thế cạnh tranh của doanh nghiệp; Hoạch định chiến lược cấp doanh nghiệp và cấp chức năng; Thực hiện và đánh giá, điều chỉnh chiến lược trong doanh nghiệp. Từ đó, định vị và ra các quyết định về chiến lược của doanh nghiệp và đánh giá, điều chỉnh chiến lược trong quá trình thực hiện nhằm mang lại hiệu quả kinh doanh cao và góp phần trong sự phát triển bền vững cho doanh nghiệp.</p>				
2.3.4	Quan hệ công chúng	18						
79	KTPT151	Nghiên cứu đánh giá quan hệ công chúng	03	Học phần giúp người học đạt được những kiến thức về nghiên cứu và đánh giá quan hệ công chúng, các nội dung, phương pháp và kỹ thuật nghiên cứu quan hệ công chúng để từ đó tăng cường ứng dụng được vào thực tế các hoạt động quan hệ công chúng trong các tổ chức, doanh nghiệp.	36	09	90	
80	KTPT152	Kế hoạch hoá Quan hệ Công chúng	03	Học phần giúp người học đạt được những kiến thức các bước chuẩn bị và xây dựng kế hoạch hóa quan hệ công chúng cũng như khái niệm, vai trò, các thành tố cơ bản, chi tiết về từng bước	35	10	90	

TT	Mã số HP	Học phần	Số TC	Nội dung cần đạt được của từng học phần (tóm tắt)	Khối lượng kiến thức			Ghi chú
					LT	TH TT	Tự học	
				triển khai lập kế hoạch quan hệ công chúng và phương pháp xây dựng một kế hoạch hoàn chỉnh; các ví dụ thực tiễn được sử dụng làm đối tượng để người học thảo luận, nghiên cứu và đánh giá từ đó có thể đưa ra những biện pháp, ý tưởng mới cho các doanh nghiệp nhằm nâng cao hiệu quả kinh doanh.				
81	KTPT153	Phương tiện Truyền thông cho Quan hệ Công chúng	03	Học phần giúp người học đạt được những kiến thức về khái niệm, hương tiện truyền thông cho quan hệ công chúng, vai trò của phương tiện truyền thông cho quan hệ công chúng hiện nay và những vấn đề căn bản của phương tiện truyền thông cho quan hệ công chúng, tiến trình hoạch định công cụ truyền thông cho quan hệ công chúng của doanh nghiệp, cách lựa chọn và phân tích phương tiện truyền thông từ đó đưa ra các lựa chọn phương tiện truyền thông phù hợp nhằm mang lại lợi thế cho doanh nghiệp.	35	10	90	
82	KTPT154	Chiến lược sáng tạo trong truyền thông	03	Học phần giúp người học đạt được những kiến thức về chiến lược sáng tạo trong truyền thông, quy trình sáng tạo, tiến trình hoạch định	35	10	90	

TT	Mã số HP	Học phần	Số TC	Nội dung cần đạt được của từng học phần (tóm tắt)	Khối lượng kiến thức			Ghi chú
					LT	TH TT	Tự học	
				chiến lược sáng tạo truyền thông của doanh nghiệp, phân tích các bước và xem xét các tiêu chuẩn đánh giá thông điệp sáng tạo, cách phân tích đối thủ cạnh tranh từ đó đưa ra các chiến lược sáng tạo nhằm mang lại lợi thế cho doanh nghiệp, đánh giá kết quả chiến lược sáng tạo.				
83	KTPT155	Quản trị khủng hoảng	03	Học phần giúp người học đạt được những kiến thức về khủng hoảng và quản trị khủng hoảng, cung cấp cho sinh viên những kiến thức nền tảng về quản lý khủng hoảng, bao gồm các loại khủng hoảng, nguyên nhân khủng hoảng, cách phòng tránh và xử lý khi khủng hoảng xảy ra. Trên cơ sở nắm bắt lý thuyết, học phần trang bị cho sinh viên các phương pháp để lên kế hoạch xử lý khủng hoảng, giúp sinh viên có khả năng phân tích và đề ra chiến lược thực hiện các bước xử lý khủng hoảng trong thực tế. thông.	35	10	90	
84	KTPT144	Tổ chức Sự kiện	03	Học phần giúp người học đạt được những kiến thức về hoạt động tổ chức sự kiện như: hình thành chủ đề, lập chương trình và dự toán ngân sách tổ chức sự kiện;	35	10	90	

TT	Mã số HP	Học phần	Số TC	Nội dung cần đạt được của từng học phần (tóm tắt)	Khối lượng kiến thức			Ghi chú
					LT	TH TT	Tự học	
				lập kế hoạch tổ chức sự kiện; Các hoạt động chuẩn bị tổ chức sự kiện; chuẩn bị hậu cần tổ chức sự kiện; tổ chức điều hành các hoạt động của sự kiện.				
85	KTPT156	Quản trị quảng cáo	03	Học phần giúp người học đạt được những kiến thức về quảng cáo (định nghĩa, vai trò, chức năng, lịch sử của quảng cáo, vấn đề văn hóa và đạo đức trong quảng cáo); tổ chức hoạt động của phòng quảng cáo và công ty quảng cáo; đặc điểm của quảng cáo trên các phương tiện báo in, radio, truyền hình; quảng cáo ngoài trời và trên các phương tiện giao thông công cộng; các loại hình quảng cáo khác; kế hoạch sử dụng các phương tiện truyền thông cho quảng cáo.	36	09	90	
86	KTPT157	Luật và đạo đức truyền thông	03	Học phần giúp người học đạt được những kiến thức về luật và đạo đức truyền thông, những xu hướng báo chí hiện đại, các quan điểm về đạo đức, quy trình ra quyết định đạo đức, các vấn đề đạo đức trong hoạt động của tổ chức, đạo đức của chuyên gia quan hệ công chúng, luật và đạo đức liên quan đến hoạt động quan hệ công chúng ở Việt Nam. Học	31	14	90	

TT	Mã số HP	Học phần	Số TC	Nội dung cần đạt được của từng học phần (tóm tắt)	Khối lượng kiến thức			Ghi chú
					LT	TH TT	Tự học	
				xong học phần SV được rèn luyện kỹ năng tranh biện, tranh luận cũng như cách thức trình bày, phân tích các vấn đề đạo đức; giúp người học hình thành thái độ coi trọng các vấn đề đạo đức, coi trọng sự tín nhiệm trong quá trình thực hiện các hoạt động quan hệ công chúng từ đó xây dựng hình ảnh bản thân và hình ảnh nghề nghiệp.				
87	KTPT158	Báo chí hiện đại	03	Học phần giúp người học đạt được những kiến thức về những vấn đề tạo nên sự thay đổi với báo chí hiện đại, những xu hướng báo chí hiện đại, báo chí truyền hình hiện đại đặc tính và những yếu tố ảnh hưởng cũng như xu hướng mới trong tương lai, báo chí phát thanh đặc điểm và những xu hướng thay đổi mới, SV cũng sẽ được nghiên cứu về truyền thông Internet và các hiểu khái quát về báo điện tử cũng như các bước thiết kế nội dung.	33	12	90	
88	KTPT159	Diễn thuyết trước Công chúng	03	Học phần giúp người học đạt được những kiến thức về nghệ thuật diễn thuyết trước công chúng. Nắm vững những thao tác chuẩn bị và tiến hành phát biểu trước công chúng, hình	31	14	90	

TT	Mã số HP	Học phần	Số TC	Nội dung cần đạt được của từng học phần (tóm tắt)	Khối lượng kiến thức			Ghi chú
					LT	TH TT	Tự học	
				thành khả năng chuẩn bị và tổ chức buổi nói chuyện trước đối tượng người nghe cụ thể.				
89	KTPT160	Quản trị tài trợ	03	Học phần giúp người học đạt được những kiến thức về hoạt động tài trợ; sự phát triển của hoạt động tài trợ và biết được các nhân tố tác động đến sự phát triển của hoạt động tài trợ. người học sẽ được hiểu thêm về các mục tiêu hoạt động tài trợ của nhà tài trợ, biết được cách thức khai thác một cách hiệu quả hoạt động tài trợ. Hiểu được các công chúng trong hoạt động tài trợ và từ đó có thể xây dựng chiến lược tài trợ không chỉ cho nhà tài trợ mà còn cho cả chủ thể nhận tài trợ. Hiểu được cách thức lập kế hoạch cho hoạt động tài trợ đối với nhà tài trợ như quy trình lập kế hoạch; thiết lập nhu cầu; đánh giá chủ thể nhận tài trợ; đàm phán và ký kết hợp đồng tài trợ cũng như khắc phục những rủi ro có thể xảy ra khi tham gia vào hoạt động tài trợ.	31	14	90	
2.4	<i>Kiến thức thực tập, khóa luận tốt nghiệp</i>							

TT	Mã số HP	Học phần	Số TC	Nội dung cần đạt được của từng học phần (tóm tắt)	Khối lượng kiến thức			Ghi chú
					LT	TH TT	Tự học	
90	KTPT161	Thực tập tốt nghiệp	06	<p>Hiểu được và áp dụng những nội dung đã học để thực hành:</p> <p>Tìm hiểu về tổ chức và hoạt động chung của đơn vị thực tập;</p> <p>Tìm hiểu về các hoạt động quản trị marketing, Quản trị thương hiệu; Truyền thông marketing và Quan hệ công chúng của đơn vị thực tập;</p> <p>Thực tập các hoạt động quản trị marketing; Quản trị thương hiệu; Truyền thông marketing và Quan hệ công chúng.</p>		320 giờ	180 giờ	
91	KTPT162	Khóa luận tốt nghiệp	06	<p>Sinh viên trình bày được:</p> <p>Cơ sở lý luận, hệ thống hóa lại những vấn đề lý luận về lĩnh vực nghiên cứu của khóa luận tốt nghiệp.</p> <p>Thực trạng về vấn đề nghiên cứu tại đơn vị thực tập.</p> <p>Những giải pháp cho vấn đề nghiên cứu, đề xuất những giải pháp, kiến nghị nhằm giải quyết những tồn tại, cải thiện hiện trạng để nâng cao hiệu quả lĩnh vực hoạt động thuộc phạm vi lĩnh vực nghiên cứu của khóa luận tốt nghiệp</p>		320 giờ	180 giờ	
	<i>Các môn học thay thế khóa luận tốt nghiệp</i>		06					

TT	Mã số HP	Học phần	Số TC	Nội dung cần đạt được của từng học phần (tóm tắt)	Khối lượng kiến thức			Ghi chú
					LT	TH TT	Tự học	
92	KTPT163	Marketing trong các loại hình doanh nghiệp	03	Hiểu được và áp dụng được những nội dung được đề cập trong học phần bao gồm: marketing trong kinh doanh và doanh nghiệp, doanh nghiệp và các loại hình doanh nghiệp, marketing trong doanh nghiệp nhà nước, marketing trong công ty cổ phần, marketing trong công ty trách nhiệm hữu hạn, marketing trong công ty hợp danh và marketing trong doanh nghiệp tư nhân.	33	12	90	
93	KTPT164	Tổ chức chiến lược marketing và truyền thông	03	Hiểu được và áp dụng được những nội dung được đề cập trong học phần bao gồm: Những kiến thức cơ bản về tổ chức chiến lược marketing, các chiến lược marketing, tổ chức thực hiện các chiến lược marketing, một số vấn đề về truyền thông marketing, tổ chức hoạt động truyền thông marketing	35	10	90	
Tổng cộng			133					

Ghi chú: () Các học phần dự kiến sẽ giảng dạy bằng tiếng Anh*

8. Hướng dẫn thực hiện

- Một tín chỉ được quy định bằng 15 tiết học lý thuyết; 30 tiết thực hành, thí nghiệm hoặc thảo luận; 45÷90 giờ thực tập tại cơ sở; 45÷60 giờ làm tiểu luận, bài tập lớn; khoá luận tốt nghiệp (tương đương 1 tuần liên tục).

- Điểm đánh giá bộ phận và điểm thi kết thúc học phần được chấm theo thang điểm 10, làm tròn đến một chữ số thập phân, sau đó được chuyển đổi sang thang điểm chữ

theo quy định.

- Lớp học được tổ chức theo từng học phần dựa vào đăng ký khối lượng học tập của sinh viên ở từng học kỳ. Nếu số lượng sinh viên đăng ký thấp hơn số lượng tối thiểu quy định thì lớp học sẽ không được tổ chức và sinh viên phải đăng ký chuyển sang học những học phần khác có lớp (nếu chưa đảm bảo đủ quy định về khối lượng học tập tối thiểu cho mỗi học kỳ).

- Khối lượng học tập tối thiểu của mỗi sinh viên (trừ các học phần giáo dục thể chất, giáo dục quốc phòng) trong mỗi học kỳ được quy định như sau: khối lượng tối thiểu không ít hơn $\frac{2}{3}$ khối lượng trung bình một học kỳ theo kế hoạch học tập chuẩn; Khối lượng tối đa không vượt quá $\frac{3}{2}$ khối lượng trung bình một học kỳ theo kế hoạch học tập chuẩn. Việc đăng ký và tổ chức các lớp học phần sẽ học phải bảo đảm điều kiện tiên quyết của từng học phần và trình tự học tập của mỗi chương trình đào tạo.