ÐẠI HỌC HUẾ **CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM**

**TRƯỜNG ÐẠI HỌC KINH TẾ** **Ðộc lập - Tự do - Hạnh phúc**

**CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO**

(Ban hành theo Quyết định số: 580/QĐ-ĐHKT ngày 22 tháng 10 năm 2020

của Hiệu trưởng Trường Đại học Kinh tế)

**Tên chương trình:** MARKETING

**Tên chương trình:** MARKETING

**Trình độ đào tạo:** ĐẠI HỌC

**Mã ngành:**  7340115

**Loại hình đào tạo:** CHÍNH QUY

**1. Mục tiêu đào tạo**

***1.1. Mục tiêu chung***

Chương trình đào tạo ngành marketing hướng đến mục tiêu đào tạo các cử nhân có đầy đủ trình độ chuyên môn, phẩm chất đạo đức và các kỹ năng cần thiết để trở thành nhà marketing chuyên nghiệp trong việc phân tích môi trường marketing, thị trường, phân tích và xác định marketing mục tiêu cũng như thực hiện chiến lược marketing cho một đơn vị cụ thể.

**1.2. Mục tiêu cụ thể**

Sau khi hoàn thành khóa học, sinh viên tốt nghiệp có kiến thức, kỹ năng và năng lực tự chủ và trách nhiệm:

***- Kiến thức:*** Trang bị các kiến thức giáo dục đại cương; các kiến thức chung về lĩnh vực kinh tế và quản lý; các kiến thức chuyên sâu về marketing áp dụng trong các đơn vị kinh doanh, đặc biệt trong bối cảnh thời đại công nghệ số.

***- Kỹ năng:*** Trang bị các kỹ năng lập luận, tư duy phản biện, nghiên cứu, khám phá kiến thức, tổng hợp, dự báo, phân tích, đánh giá để giải quyết các vấn đề trong lĩnh vực kinh doanh và marketing; các kỹ năng để sử dụng thành thạo tin học, ngoại ngữ phục vụ cho công tác chuyên môn, và các kỹ năng khác như kỹ năng làm việc độc lập, làm việc nhóm, quản lý, giao tiếp để trở thành một nhà marketing chuyên nghiệp*.*

***- Năng lực tự chủ và trách nhiệm:*** Sinh viên ngành marketing được đào tạo để trở thành những người có phẩm chất đạo đức tốt (tuân thủ pháp luật và lập trường chính trị vững vàng); có tinh thần cầu tiến, luôn sẵn sàng học hỏi, thực hiện tốt các nội quy và quy định trong công việc; có đạo đức nghề nghiệp, trách nhiệm với xã hội và thể hiện tinh thần trách nhiệm đối với các vị trí công việc đảm nhận.

**2. Chuẩn đầu ra chương trình đào tạo và trình độ năng lực yêu cầu**

***2.1. Chuẩn đầu ra***

| **Ký hiệu** | **Chủ đề chuẩn đầu ra** | **Trình độ năng lực** |
| --- | --- | --- |
| **1** | **Kiến thức** |  |
| **1.1** | **Kiến thức, kỹ năng chung trong toàn Đại học Huế** |  |
| 1.1.1 | Kiến thức về thế giới quan, phương pháp luận của chủ nghĩa Mác – Lênin, kinh tế chính trị Mác – Lênin, chủ nghĩa xã hội khoa học, tư tưởng Hồ Chí Minh và lịch sử Đảng Cộng sản Việt Nam vào cuộc sống và nghề nghiệp | II, III |
| 1.1.2 | Rèn luyện về thể chất, sức khỏe đáp ứng yêu cầu của nghề nghiệp | III |
| 1.1.3 | Kiến thức quốc phòng – an ninh, đáp ứng yêu cầu xây dựng và bảo vệ Tổ quốc | III |
| 1.1.4 | Năng lực ngoại ngữ | III |
| 1.1.5 | Năng lực về công nghệ thông tin | III |
| 1.1.6 | Kỹ năng mềm | III |
| **1.2** | **Kiến thức chung theo lĩnh vực, đơn vị đào tạo** |  |
| 1.2.1 | Kiến thức chung về kinh tế học vi mô, vĩ mô | III |
| 1.2.2 | Kiến thức nền tảng về quản trị, sản xuất, kế toán và tài chính - tiền tệ | III |
| 1.2.3 | Kiến thức về môi trường kinh doanh, cơ cấu tổ chức cũng như các hoạt động quản trị căn bản của doanh nghiệp. | III |
| **1.3** | **Kiến thức chung cho nhóm ngành** |  |
| 1.3.1 | Kiến thức về pháp luật liên quan đến hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp | III |
| 1.3.2 | Kiến thức về kiến thức toàn diện liên quan đến tổ chức sản xuất và điều hành dịch vụ, thương mại, đạo đức kinh doanh và trách nhiệm xã hội doanh nghiệp. | III |
| 1.3.3 | Kiến thức về quản trị trong các lĩnh vực chiến lược, tài chính, marketing, nguồn nhân lực, marketing ở các vị trí, cấp bậc quản trị khác nhau | IV |
| **1.4** | **Kiến thức ngành/ chuyên ngành và bổ trợ** |  |
| 1.4.1 | Kiến thức chuyên sâu của ngành (chiến lược Marketing, nghiên cứu thị trường, xây dựng và phân tích cơ sở dữ liệu, quản trị thương hiệu, E-marketing, quản trị sản phẩm, giá, phân phối và truyền thông tích hợp). | III |
| 1.4.2 | Kiến thức về mối quan hệ tương hỗ giữa hoạt động marketing và các hoạt động khác của doanh nghiệp (xây dựng chiến lược kinh doanh, quản trị nhân sự, quản trị tài chính, quản trị sản xuất) để hỗ trợ việc lập kế hoạch, thực hiện chiến lược marketing trong doanh nghiệp. | IV |
| 1.4.3 | Kiến thức về thị trường, khách hàng, sản phẩm và cách thức xây dựng chiến lược thích ứng | IV |
| 1.4.4 | Kiến thức về cơ hội thị trường, hoạt động marketing của đối thủ cạnh tranh, sự thay đổi hành vi mua của khách hàng | IV |
| 1.4.5 | Kiến thức về môi trường marketing (marketing trong thời đại số) | IV |
| 1.4.6 | Kiến thức cơ bản để xây dựng và điều chỉnh các chiến lược marketing linh hoạt và thích ứng trên nền tảng dữ liệu (big data) | VI |
| **1.5** | **Kiến thức thực tập và tốt nghiệp** |  |
| 1.5.1 | Sử dụng các kiến thức đại cương, kiến thức chung và kiến thức chuyên sâu, kỹ năng và phương pháp được học để thực hiện thực tập nghề nghiệp và thực tập cuối khoá. | IV |
| **2** | **Kỹ năng** |  |
| **2.1** | **Kỹ năng lập luận tư duy và giải quyết vấn đề** |  |
| 2.1.1 | Kỹ năng lập luận tư duy, giải quyết vấn đề |  |
| **2.2** | **Kỹ năng nghiên cứu và khám phá kiến thức** |  |
| 2.2.1 | Kỹ năng phân tích, tổng hợp tài liệu, bổ sung, cập nhật, phát triển kiến thức | III |
| **2.3** | **Kỹ năng tư duy hệ thống** |  |
| 2.3.1 | Kỹ năng tư duy hệ thống, phân tích các vấn đề một cách logic, nhìn nhận vấn đề đa chiều dưới nhiều góc độ | III |
| **2.4** | **Kỹ năng nghề nghiệp** |  |
| 2.4.1 | Nghiên cứu thị trường | IV |
| 2.4.2 | Lập kế hoạch marketing | IV |
| 2.4.3 | Marketing tại điểm bán (Trade Marketing) | IV |
| 2.4.4 | Tổ chức sự kiện & Quan hệ công chúng | IV |
| 2.4.5 | Xây dựng và phân tích cơ sở dữ liệu khách hàng | IV |
| 2.4.6 | Online Marketing | IV |
| 2.4.7 | Tạo dựng & Quản trị Thương hiệu | IV |
| **3** | **Năng lực tự chủ và trách nhiệm** |  |
| **3.1** | **Tự chủ và trách nhiệm cá nhân** |  |
| 3.1.1 | Ý thức chấp hành quy định đào tạo của nhà trường; có tinh thần học hỏi, cầu tiến và sẵn sàng vượt qua khó khăn để học tập và rèn luyện trong môi trường giảng đường và thực tế của nghề nghiệp | III |
| **3.2** | **Tự chủ và trách nhiệm với nghề nghiệp** |  |
| 3.2.1 | Năng lực thích ứng trong môi trường làm việc áp lực và cạnh tranh | III |
| 3.2.2 | Đạo đức nghề nghiệp, tôn trọng pháp luật và nội quy, quy định trong các vị trí công việc đảm nhận tại các đơn vị công tác | III |
| **3.3** | **Tự chủ và trách nhiệm với xã hội** |  |
| 3.3.1 | Tinh thần trách nhiệm với xã hội thông qua việc tuân thủ pháp luật và các chủ trương, chính sách của Đảng và Nhà nước. | III |

***2.2. Trình độ năng lực***

| Nhóm | Trình độ năng lực | Mô tả |
| --- | --- | --- |
| 1. Nhớ | 0.0 – 2.0 (I) | Có khả năng tìm kiếm và ghi nhớ |
| 2. Hiểu | 2.0 – 3.0 (II) | Có hiểu biết/ có thể tham gia |
| 3. Vận dụng | 3.0 – 3.5 (III) | Có khả năng vận dụng |
| 4. Phân tích | 3.5 – 4.0 (IV) | Có khả năng phân tích |
| 5. Đánh giá | 4.0 – 4.5 (V) | Có khả năng đánh giá |
| 6. Sáng tạo | 4.5 – 5.0 (VI) | Có khả năng sử dụng thông tin để sáng tạo cái mới |

3. Đối tượng tuyển sinh: Thực hiện theo Quy chế tuyển sinh Đại học, Cao đẳng hệ chính quy của Bộ Giáo dục và đào tạo.

4. Thời gian đào tạo: 4 năm

5. Số tín chỉ yêu cầu tối thiểu: 130 tín chỉ

6. Thang điểm:

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

- Điểm học phần làm tròn đến một chữ số thập phân, sau đó được chuyển thành điểm chữ: A, B, C, D, F, I, X.

7. Điều kiện tốt nghiệp:

- Sinh viên tích luỹ tối thiểu **130/161** tín chỉ, trong đó phần bắt buộc **103** tín chỉ và phần tự chọn tối thiểu **27** tín chỉ trong tổng số 58 tín chỉ tự chọn.

- Sinh viên phải đáp ứng đầy đủ các điều kiện về chứng chỉ: Ngoại ngữ Anh văn trình độ B1, hoặc ngoại ngữ tương đương khác theo quy định của Bộ GD&ĐT và của Đại học Huế; Chứng chỉ giáo dục thể chất; Chứng chỉ Giáo dục Quốc phòng.

8. Văn bằng tốt nghiệp: Cử nhân

9. Vị trí việc làm:

Sinh viên sau khi tốt nghiệp có khả năng làm việc tại các doanh nghiệp trong nước và quốc tế và các cơ quan quản lý ở các vị trí như:

*\*****Nhóm 1: Nhân viên******marketing, quảng cáo, tổ chức sự kiện, nghiên cứu thị trường, PR***

- Có khả năng làm việc về: Quản trị thương hiệu, xây dựng và phát triển thương hiệu; Xây dựng, hoạch định các chương trình quảng cáo; Quản trị truyền thông Marketing; Tổ chức và quản lý hoạt động quan hệ công chúng (PR); Tổ chức và quản lý hoạt động tổ chức sự kiện (Event); Xây dựng và hoạch định chiến lược thông điệp và phương tiện truyền thông tại các doanh nghiệp truyền thông, các tổ chức kinh tế - xã hội, các cơ quan nhà nước.

- Công việc có thể đảm nhận:  Nhân viên marketing, truyền thông online, quảng cáo, tổ chức sự kiện, nghiên cứu thị trường, PR,… tại các doanh nghiệp, các tổ chức kinh tế - xã hội, các cơ quan nhà nước.

*\*****Nhóm 2: Nhân viên thị trường, kinh doanh***

**-**Có khả năng làm việc về marketing tại các doanh nghiệp sản xuất kinh doanh - dịch vụ ở những bộ phận như: quản trị chiến lược, chính sách và kế hoạch kinh doanh; quản trị phát triển thị trường, khách hàng; quản trị phát triển, thử nghiệm và đánh giá sản phẩm; quản trị hệ thống phân phối; quản trị xúc tiến thương mại và đầu tư; quản trị bán hàng và dịch vụ bán hàng, quản trị chất lượng và thương hiệu sản phẩm;

- Công việc có thể đảm nhận: Nhân viên thị trường, nhân viên kinh doanh trong các doanh nghiệp sản xuất kinh doanh - dịch vụ.

*\*****Nhóm 3: Nghiên cứu viên và giảng viên***

- Có khả năng nghiên cứu và giảng dạy tại các cơ sở giáo dục - đào tạo nguồn nhân lực về marketing;

- Công việc có thể đảm nhận: Cán bộ nghiên cứu; Giảng viên về marketing tại các cơ sở giáo dục - đào tạo.

**10. Khả năng nâng cao trình độ:**

- Có khả năng tiếp tục học tập, nghiên cứu ở các trình độ trên đại học như Thạc sỹ, Tiến sỹ ngành marketing, quản trị kinh doanh và các ngành học khác thuộc khối ngành kinh doanh và quản lý.

- Có khả năng đi bồi dưỡng trong nước và nước ngoài để tiếp cận những kiến thức marketing mới, ứng dụng thành công trong các doanh nghiệp và tổ chức.

**11. Nội dung chương trình và Kế hoạch dự kiến*:***

| **TT** | **Mã học phần** | TÊN HỌC PHẦN | **Số tín chỉ** | **Học kỳ dự kiến** | **Điều kiện tiên quyết (QHTQ)** |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **11.1.** KIẾN THỨC GIÁO DỤC ĐẠI CƯƠNG | | | **35/39** |  |  |
| **11.1.1. Lý luận chính trị** | | | **11/11** |  |  |
| 1 | LLCTTH3 | Triết học Mác-Lênin | 3 | 2 |  |
| 2 | LLCTKT2 | Kinh tế chính trị Mác-Lênin | 2 | 1 | LLCTTH3 |
| 3 | LLCTXH2 | Chủ nghĩa xã hội khoa học | 2 | 3 | LLCTTH3 |
| 4 | LTCTTT2 | Tư tưởng Hồ Chí Minh | 2 | 4 | LLCTKT2 |
| 5 | LLCTLS2 | Lịch sử Đảng Cộng sản Việt Nam | 2 | 5 | LLCTKT2; LLCTXH2 |
| **11.1.2. Khoa học xã hội – nhân văn** | | | **8/12** |  |  |
| 6 | LUAT1062 | Pháp luật đại cương | 2 | 1 |  |
| 7 | KTPT1012 | Địa lý kinh tế | (2) | 2 |  |
| 8 | KTPT1052 | Khoa học môi trường | (2) | 2 |  |
| 9 | KTPT5192 | Quản lý nhà nước về kinh tế | (2) | 1 |  |
| 10 | DHSP1022 | Tâm lý học đại cương | (2) | 2 |  |
| 11 | DHKH1042 | Xã hội học đại cương | (2) | 2 |  |
| **11.1.3. Ngoại ngữ** | | | **7/7** |  |  |
| 12 | DHNN1012 | Tiếng Anh cơ bản 1 | 2 | 2 |  |
| 13 | DHNN1022 | Tiếng Anh cơ bản 2 | 2 | 3 |  |
| 14 | DHNN1053 | Tiếng Anh cơ bản 3 | 3 | 4 |  |
| **11.1.4. Toán – Tin học – Khoa học tự nhiên – Công nghệ – Môi trường** | | | **9/9** |  |  |
| 15 | HTTT1043 | Toán ứng dụng trong kinh tế | 3 | 2 |  |
| 16 | HTTT1053 | Tin học ứng dụng | 3 | 1 |  |
| 17 | HTTT1033 | Lý thuyết xác suất và thống kê toán | 3 | 3 | HTTT1053; HTTT1043 |
| **11.1.5. Giáo dục thể chất** | | |  |  |  |
| **11.1.6. Giáo dục quốc phòng** | | |  |  |  |
| **11.2. KIẾN THỨC GIÁO DỤC CHUYÊN NGHIỆP** | | | **95/122** |  |  |
| **11.2.1 Kiến thức của khối ngành** | | | **15/15** |  |  |
| 18 | KTPT2023 | Kinh tế vi mô 1 | 3 | 2 | HTTT1043 |
| 19 | KTPT2033 | Kinh tế vĩ mô 1 | 3 | 2 | HTTT1043 |
| 20 | KTTC2013 | Nguyên lý kế toán | 3 | 3 |  |
| 21 | QTKD3023 | Quản trị học | 3 | 2 |  |
| 22 | KTTC2223 | Tài chính - tiền tệ 1 | 3 | 3 | KTPT2033 |
| **11.2.2 Kiến thức ngành, chuyên ngành** | | | **60/69** |  |  |
| ***11.2.2.1. Kiến thức chung của ngành*** | | | **24/24** |  |  |
| 23 | HTTT3473 | Thống kê trong Kinh tế và Kinh doanh | 3 | 3 | HTTT1033 |
| 24 | QTKD2013 | Marketing căn bản | 3 | 3 |  |
| 25 | QTKD3033 | Quản trị chiến lược | 3 | 4 | KTPT2023; KTPT2033; QTKD3023; QTKD2013 |
| 26 | QTKD3043 | Quản trị nhân lực | 3 | 5 | KTPT2023; KTPT2033; QTKD3023 |
| 27 | QTKD3053 | Quản trị tài chính | 3 | 4 | KTPT2023; KTPT2033 |
| 28 | QTKD4083 | Quản trị marketing | 3 | 4 | QTKD2013 |
| 29 | QTKD3333 | Nghiên cứu thị trường và phân tích dữ liệu | 3 | 5 | QTKD2013; HTTT3473 |
| 30 | LUAT3073 | Luật kinh tế | 3 | 3 | LUAT1062 |
| ***11.2.2.2. Kiến thức chuyên sâu của ngành*** | | | **36/45** |  |  |
| 31 | QTKD3273 | Hành vi người tiêu dùng | 3 | 4 | QTKD2013 |
| 32 | QTKD3173 | Quản trị thương hiệu | 3 | 5 |  |
| 33 | QTKD4173 | Quản trị quan hệ khách hàng (CRM) | 3 | 6 | QTKD3273 |
| 34 | QTKD3213 | Truyền thông Marketing tích hợp (IMC) | 3 | 6 | QTKD2013 |
| 35 | QTKD4393 | Marketing chiến lược | 3 | 5 |  |
| 36 | QTKD4323 | Marketing dịch vụ | 3 | 5 |  |
| 37 | QTKD4243 | Quản trị kênh phân phối | 3 | 4 |  |
| 38 | QTKD4253 | E-marketing | 3 | 5 | QTKD2013 |
| 39 | QTKD4223 | Quản trị sản phẩm | (3) | 5 | QTKD2013 |
| 40 | QTKD3253 | Chiến lược định giá | (3) | 6 | QTKD2013; HTTT3473 |
| 41 | QTKD4213 | Quan hệ công chúng | (3) | 6 | QTKD2013 |
| 42 | QTKD3303 | Marketing tại điểm bán (Trade marketing) | (3) | 6 | KTPT2023; KTPT2033; QTKD2013 |
| 43 | QTKD3293 | Marketing nội dung (Content marketing) | (3) | 7 |  |
| 44 | QTKD3323 | Marketing trực tiếp (Direct marketing) | (3) | 7 | QTKD2013 |
| 45 | QTKD3313 | Marketing trên mạng xã hội (Social media marketing) | (3) | 7 | QTKD2013 |
| ***11.2.3. Kiến thức bổ trợ*** | | | **9/27** |  |  |
| 46 | QTKD4383 | Marketing du lịch | (3) | 7 |  |
| 47 | QTKD3283 | Marketing các sản phẩm nông nghiệp | (3) | 7 | QTKD2013 |
| 48 | KTTC4333 | Marketing ngân hàng | (3) | 7 |  |
| 49 | QTKD4343 | Marketing quốc tế | (3) | 6 | KTPT2023; KTPT2033; QTKD2013 |
| 50 | DHKT2023 | Tiếng anh chuyên ngành | (3) | 3 |  |
| 51 | QTKD4163 | Quản trị chuỗi cung | (3) | 5 | KTPT2023; QTKD3023 |
| 52 | QTKD5113 | Đạo đức kinh doanh và trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp | (3) | 7 |  |
| 53 | QTKD4113 | Quản trị sản xuất | (3) | 4 | KTPT2023; KTPT2033; QTKD3023 |
| 54 | QTKD5223 | Khởi sự doanh nghiệp | (3) | 7 | QTKD3043 |
| **11.2.4. Thực tập nghề nghiệp** | | | **4** |  |  |
| 55 | QTKD5524 | Thực tập nghề nghiệp | 4 | 7 |  |
| **11.2.5. Thực tập cuối khóa** | | | **7** |  |  |
| 56 | QTKD4427 | khóa luận cuối khóa | 7 | 8 |  |
|  |  | **Tổng cộng** | **130/161** |  |  |

***Ghi chú:***  *- Các học phần có dấu ( ) là các học phần tự chọn.*

*- Chưa tính Giáo dục thể chất và Quốc phòng*

**12. Hướng dẫn thực hiện chương trình:** Sinh viên phải tích luỹ tối thiểu 130/161 tín chỉ, bao gồm:

(a) ***Phần kiến thức giáo dục đại cương:*** Sinh viên phải tích luỹ tối thiểu: **35/39** tín chỉ *(trong đó: phần Bắt buộc: 29 tín chỉ; phần Tự chọn tối thiểu: 6 trong tổng số 10 tín chỉ tự chọn).*

*(b)* ***Phần kiến thức giáo dục chuyên nghiệp***: Sinh viên phải tích lũy tối thiểu **95/122** tín chỉ *(trong đó: phần Bắt buộc: 74 tín chỉ; phần Tự chọn tối thiểu: 21 trong tổng số 48 tín chỉ tự chọn)*.

- **Chi tiết:**

*+ Khối kiến thức của khối ngành*: 15 tín chỉ;

*+ Kiến thức chung của ngành:* 24 tín chỉ;

+ *Kiến thức chuyên ngành:* 36/45 tín chỉ *(trong đó: phần Bắt buộc: 24 tín chỉ; phần Tự chọn tối thiểu: 12 trong tổng số 21 tín chỉ tự chọn);*

*+ Khối kiến thức bổ trợ:* 9/27 tín chỉ tự chọn;

*+ Thực tập nghề nghiệp:* **4** tín chỉ. Sinh viên đi tập nghề nghiệp theo một trong hai hình thức: Toàn thời gian hoặc Bán thời gian;

*+ Thực tập làm Khóa luận cuối khóa:* **7** tín chỉ. Sinh viên đã hoàn thành các học phần thuộc các khối kiến thức theo yêu cầu của Chương trình đào tạo.