

Hà Nội, ngày 16 tháng 4 năm 2018

QUYẾT ĐỊNH
**Về việc sửa đổi, bổ sung Chương trình khung giáo dục đại học
ngành Marketing – trình độ đại học**

GIÁM ĐỐC HỌC VIỆN CÔNG NGHỆ BUƯU CHÍNH VIỄN THÔNG

Căn cứ Quyết định số 879/QĐ-BTTTT ngày 25 tháng 05 năm 2016 của Bộ trưởng Bộ Thông tin và Truyền thông về việc ban hành Quy chế tổ chức và hoạt động của Học viện Công nghệ Bưu chính Viễn thông;

Căn cứ Thông tư số 07/2015/QĐ-BGDĐT ngày 16 tháng 4 năm 2015 của Bộ trưởng Bộ Giáo dục và Đào tạo về việc ban hành Quy định về khối lượng kiến thức tối thiểu, yêu cầu năng lực người học đạt được sau khi tốt nghiệp đối với mỗi trình độ đào tạo của giáo dục đại học và quy trình xây dựng, thẩm định, ban hành chương trình đào tạo trình độ đại học, thạc sĩ, tiến sĩ;

Xét đề nghị của Trưởng Bộ môn Marketing và Trưởng phòng Đào tạo,

QUYẾT ĐỊNH:

Điều 1. Nay sửa đổi, bổ sung **Chương trình khung giáo dục đại học ngành Marketing - trình độ đại học** của Học viện Công nghệ Bưu chính Viễn thông (*Chi tiết kèm theo*).

Điều 2. **Chương trình khung giáo dục đại học ngành Marketing** được áp dụng thông nhất trong tổ chức đào tạo đại học hệ chính quy của Học viện kể từ Khóa đào tạo 2015 trở đi. Quyết định này có hiệu lực thi hành kể từ ngày ký và thay thế cho Quyết định số 523/QĐ-HV ngày 30 tháng 5 năm 2016.

Điều 3. Phó Giám đốc Phụ trách Học viện cơ sở Tp. Hồ Chí Minh, Chánh văn phòng, Trưởng các Phòng: Đào tạo, Giáo vụ, Chính trị & Công tác sinh viên, Tài chính kế toán, Quản lý khoa học & hợp tác quốc tế; Trưởng Trung tâm Khảo thí & Đảm bảo chất lượng giáo dục, Trưởng các Khoa đào tạo 1 và 2, Trưởng Bộ môn Marketing, Viện trưởng Viện Kinh tế, Cơ sở Học viện tại Tp. Hồ Chí Minh và Trưởng các đơn vị có liên quan chịu trách nhiệm thi hành Quyết định này./.

Nơi nhận:

- Như Điều 3;
- Bộ Giáo dục và Đào tạo (để b/c);
- Bộ Thông tin & Truyền thông (để b/c);
- Ban Giám đốc HV;
- Lưu VT, ĐT (03).



CHƯƠNG TRÌNH GIÁO DỤC ĐẠI HỌC

Tên chương trình:	Marketing
Trình độ đào tạo:	Đại học
Ngành đào tạo:	Marketing
Loại hình đào tạo:	Chính quy

(Kèm theo Quyết định số 289/QĐ-HV ngày 16 tháng 4 năm 2018 của Giám đốc Học viện)

1. MỤC TIÊU ĐÀO TẠO

Sự ra đời của World Wide Web, sự phát triển vượt bậc của ICT trong thời gian qua và sự bùng nổ của cách mạng công nghiệp 4.0 trong thời gian sắp tới đã và sẽ giúp cho lĩnh vực marketing có những bước phát triển đột phá. Marketing số (Digital marketing) là xu hướng ngày càng mạnh mẽ của marketing hiện đại. Được hiểu là sự mở rộng của marketing trong môi trường số, trong đó các công cụ số sẽ được tăng cường sử dụng để thấu hiểu, tiếp cận với khách hàng, Digital marketing đang thay đổi cách các doanh nghiệp, tổ chức tiếp cận với khách hàng và công chúng mục tiêu, cách thức họ kinh doanh và bán sản phẩm/dịch vụ... Thực tế này đã làm cho nhu cầu lao động chuyên nghiệp về lĩnh vực Digital marketing trên thế giới cũng như tại Việt Nam đang gia tăng một cách nhanh chóng. Thị trường lao động này sẽ còn phát triển mạnh mẽ trong tương lai khi mà xu hướng số hóa trong marketing sẽ vẫn còn tiếp tục gia tăng dưới sự phát triển của ICT, đặc biệt là dưới sự bùng nổ của cách mạng công nghiệp 4.0.

Chương trình đào tạo Cử nhân ngành Marketing (định hướng về marketing số - Digital marketing) của Học viện Công nghệ Bưu chính Viễn thông là chương trình đào tạo ngành Marketing mang tính tiên phong tại Việt Nam trong việc đào tạo về Digital marketing. Chương trình được thiết kế với những định hướng, mục tiêu đào tạo rõ ràng và cụ thể nhằm giúp sinh viên tốt nghiệp gia nhập tốt vào thị trường nhân lực chuyên nghiệp về Digital marketing- thị trường nhân lực đang ngày càng phát triển bùng nổ tại Việt Nam.

1.1. Mục tiêu chung

Chương trình đào tạo ngành Marketing nhằm cung cấp cho sinh viên những kiến thức chuyên môn, kỹ năng và năng lực cần thiết để làm chủ tư duy phân tích, chiến lược và sử dụng các phương pháp, công cụ marketing số để phát triển và thành công trong thế giới số luôn thay đổi. Cụ thể, sinh viên tốt nghiệp tất cả các chuyên ngành của ngành Marketing có thể:

- 1.1.1 Vận dụng được một cách phù hợp các kiến thức và kỹ năng chuyên môn để phân tích, phát hiện và giải quyết những vấn đề về marketing của tổ chức và

doanh nghiệp (phân tích cơ hội thị trường, xác định mục tiêu và định vị thị trường, chiến lược marketing, thiết kế và triển khai các hoạt động marketing tác nghiệp, kiểm tra và đánh giá hoạt động marketing)

- 1.1.2 Vận dụng được các kiến thức và kỹ năng về marketing vào thực tiễn hoạt động marketing trong bối cảnh môi trường marketing biến động và đang số hóa mạnh mẽ
- 1.1.3 Vận dụng được các kiến thức, kỹ năng xã hội và kỹ năng cá nhân phù hợp với các chuyên ngành được đào tạo để làm việc một cách độc lập và làm việc nhóm hiệu quả
- 1.1.4 Giao tiếp được bằng tiếng anh và sử dụng được các kiến thức về ICT và chuyên ngành cũng như các kỹ năng chuyên sâu được đào tạo nhằm nghiên cứu và ứng dụng các tiến bộ khoa học công nghệ vào hoạt động marketing của tổ chức/doanh nghiệp

1.2. Mục tiêu riêng của các chuyên ngành

Sau khi kết thúc các môn học kiến thức ngành, sinh viên có thể lựa chọn hướng học tập và nghiên cứu chuyên sâu về **Internet Marketing**, **Phân tích dữ liệu marketing số** hoặc **Truyền thông Marketing** với các mục tiêu cụ thể sau:

1.2.1 Chuyên ngành Internet Marketing

Chuyên ngành này có mục tiêu trang bị cho sinh viên những kiến thức và kỹ năng tư duy chiến lược nền tảng về Internet Marketing cũng như các kiến thức và kỹ năng cần thiết nhằm thực hành các công cụ marketing trong kỷ nguyên số, giúp sinh viên có khả năng quản lý, xây dựng kế hoạch marketing và quảng bá hiệu quả trên Internet. Mục tiêu cụ thể của chuyên ngành này là giúp sinh viên sau khi tốt nghiệp có thể:

- Vận dụng các kiến thức chuyên ngành và kỹ năng chuyên môn nhằm xây dựng và triển khai, đánh giá các chiến dịch Internet marketing một cách phù hợp với thực tiễn môi trường marketing của tổ chức, doanh nghiệp;
- Vận dụng được một cách phù hợp các kiến thức và kỹ năng chuyên môn được đào tạo trong chuyên ngành nhằm thực hiện các hoạt động tác nghiệp liên quan đến Internet marketing, bao gồm: phân tích web, marketing qua phương tiện truyền thông xã hội, marketing qua công cụ tìm kiếm, biên tập web.

1.2.2 Chuyên ngành Phân tích dữ liệu marketing số

Mục tiêu của chuyên ngành này là nhằm trang bị cho sinh viên những kiến thức và kỹ năng vững chắc về khai thác, phân tích và sử dụng dữ liệu marketing trong môi trường số năng động. Mục tiêu cụ thể của chuyên ngành này là giúp sinh viên sau khi tốt nghiệp có thể:

- Vận dụng các kiến thức chuyên ngành và kỹ năng chuyên môn được đào tạo trong chuyên ngành một cách phù hợp nhằm phân tích, diễn giải và sử dụng dữ liệu để định hướng các hoạt động kinh doanh và marketing, cũng như để trả lời các câu hỏi marketing mà các doanh nghiệp và tổ chức gặp phải;

- Vận dụng được một cách phù hợp các kiến thức chuyên sâu về phương pháp và công cụ khai phá dữ liệu phục vụ cho các quyết định marketing trong thực tiễn các tổ chức/doanh nghiệp, cũng như sử dụng dữ liệu vào việc đưa ra các quyết định marketing và giải quyết các vấn đề kinh doanh nói chung của doanh nghiệp.

1.2.3 Chuyên ngành Truyền thông Marketing

Mục tiêu của chuyên ngành này là nhằm trang bị cho sinh viên những kiến thức chuyên sâu và hệ thống về hoạt động truyền thông marketing để phân tích, nghiên cứu, hoạch định và giải quyết các vấn đề liên quan đến hoạt động truyền thông marketing trong doanh nghiệp. Mục tiêu cụ thể của chuyên ngành này là giúp sinh viên sau khi tốt nghiệp có thể:

- Vận dụng các kiến thức chuyên ngành và kỹ năng chuyên môn nhằm xây dựng và triển khai, đánh giá các hoạt động/chiến dịch truyền thông marketing một cách phù hợp với thực tiễn môi trường marketing của tổ chức, doanh nghiệp;
- Vận dụng được một cách phù hợp các kiến thức và kỹ năng chuyên môn được đào tạo trong chuyên ngành nhằm thực hành một số công cụ truyền thông marketing, bao gồm: marketing trực tiếp, quan hệ công chúng, quảng cáo, ...

2. CHUẨN ĐẦU RA

2.1. Kiến thức

Sinh viên tốt nghiệp chương trình đào tạo ngành marketing sẽ đạt các chuẩn đầu ra về kiến thức như sau:

2.1.1 Kiến thức chung

- 2.1.1.1 Hiểu, giải thích và vận dụng được những kiến thức nguyên lý nền tảng và tư duy chiến lược về marketing;
- 2.1.1.2 Hiểu và giải thích được kiến thức cơ bản về ICT và ứng dụng trong hoạt động marketing, kiến thức toàn diện và cập nhật về xu hướng số hóa trong marketing;
- 2.1.1.3 Hiểu và giải thích được đặc thù của hoạt động marketing trong những ngữ cảnh đặc thù như marketing dịch vụ, marketing đối với khách hàng doanh nghiệp/tổ chức, маркеing trong môi trường số;
- 2.1.1.4 Giải thích và vận dụng được một cách phù hợp kiến thức liên quan đến nghiên cứu marketing vào thực tiễn nhằm phục vụ cho các quyết định marketing của doanh nghiệp;
- 2.1.1.5 Giải thích và vận dụng được các kiến thức marketing liên quan đến thấu hiểu và tiếp cận khách hàng, đặc biệt là trong môi trường số;
- 2.1.1.6 Hiểu và giải thích được các chức năng và công cụ marketing chủ yếu của doanh nghiệp;

- 2.1.1.7 Giải thích và vận dụng được một cách phù hợp được các kiến thức liên quan đến hoạch định, tổ chức, triển khai và đánh giá hoạt động marketing trong môi trường marketing biến động và đang số hóa mạnh mẽ.

2.1.2 Kiến thức chuyên ngành

a) Chuyên ngành Internet Marketing

- 2.1.2.1 Hiểu và giải thích những phân tích web và thực hiện một dự án phân tích web hoàn chỉnh gồm những bước cơ bản sau: xác định mục tiêu, xây dựng KPIs, lập kế hoạch phân tích web, thu thập dữ liệu, xử lý dữ liệu thành thông tin, lập báo cáo phân tích web phục vụ cho hoạt động marketing;
- 2.1.2.2 Hiểu và vận dụng được các kiến thức về hoạch định, tổ chức, và kiểm soát các hoạt động marketing thông qua phương tiện truyền thông xã hội (social media) hướng tới tối ưu hóa hoạt động marketing trong môi trường Internet;
- 2.1.2.3 Hiểu, giải thích và vận dụng được những kiến thức cơ bản cần thiết về quy trình thiết kế, xây dựng và duy trì một website, cung cấp thông tin phục vụ cho hoạt động phân tích, đánh giá và triển khai biên tập web phục vụ cho hoạt động marketing của doanh nghiệp;
- 2.1.2.4 Hiểu và biết cách sử dụng những kiến thức cơ bản về thiết kế và thực hiện một dự án marketing tìm kiếm (bao gồm các công việc: xác định chiến lược marketing tìm kiếm, thiết kế bản đồ xuất, thiết lập chương trình marketing tìm kiếm, thực hiện chương trình marketing tìm kiếm);
- 2.1.2.5 Áp dụng được một cách tổng hợp kiến thức và kỹ năng thu được từ chuyên ngành Internet marketing nói riêng và trong chương trình đào tạo ngành marketing nói chung trong việc triển khai kế hoạch Internet marketing trong thực tiễn các doanh nghiệp.

b) Chuyên ngành Phân tích dữ liệu marketing số

- 2.1.2.1 Hiểu và giải thích được vai trò của dữ liệu, dữ liệu số trong việc định hướng các hoạt động/chiến lược marketing, cũng như hoạt động kinh doanh chung của doanh nghiệp;
- 2.1.2.2 Hiểu, giải thích và ứng dụng được kiến thức chuyên sâu về phân tích marketing; về chiến lược, chiến thuật và các phương pháp/công cụ phân tích dữ liệu marketing trong môi trường số;
- 2.1.2.3 Hiểu, giải thích và vận dụng được kiến thức, phương pháp và công cụ khai phá dữ liệu phục vụ cho các quyết định marketing trong thực tiễn các tổ chức/doanh nghiệp;
- 2.1.2.4 Hiểu và biết cách sử dụng dữ liệu vào việc đưa ra các quyết định marketing và giải quyết các vấn đề kinh doanh nói chung của doanh nghiệp.

c) Chuyên ngành Truyền thông marketing

- 2.1.2.1 Hiểu và giải thích được vai trò của các phương tiện truyền thông, xây dựng chiến lược phương tiện truyền thông và biết cách vận dụng các kiến thức đã học một cách phù hợp trong thực tiễn;
- 2.1.2.2 Hiểu và vận dụng được trong thực tiễn các kiến thức cơ bản và cần thiết liên quan đến quản trị hoạt động quan hệ công chúng;
- 2.1.2.3 Hiểu và vận dụng được trong thực tiễn các kiến thức cơ bản và cần thiết liên quan đến quản trị hoạt động marketing trực tiếp;
- 2.1.2.4 Hiểu và vận dụng được trong thực tiễn các kiến thức cơ bản và cần thiết liên quan đến quản trị hoạt động quảng cáo;
- 2.1.2.5 Áp dụng được một cách tổng hợp kiến thức và kỹ năng thu được từ chuyên ngành truyền thông marketing nói riêng và trong chương trình đào tạo ngành marketing nói chung trong việc triển khai kế hoạch truyền thông marketing trong thực tiễn các doanh nghiệp.

2.2. Kỹ năng

Sinh viên tốt nghiệp chương trình đào tạo ngành marketing sẽ đạt các chuẩn đầu ra về kỹ năng như sau:

2.2.1 Kỹ năng chuyên môn chung

- 2.2.1.1 Vận dụng được kỹ năng chuyên môn cần thiết liên quan đến nghiên cứu marketing vào thực tiễn nhằm phục vụ cho các quyết định marketing của doanh nghiệp/tổ chức;
- 2.2.1.2 Vận dụng được một cách phù hợp tư duy phân tích và kỹ năng thấu hiểu, tiếp cận khách hàng;
- 2.2.1.3 Vận dụng được các kỹ năng cần thiết để triển khai các phương pháp, công cụ digital marketing trong thực tiễn môi trường số của doanh nghiệp/tổ chức hiện nay;
- 2.2.1.4 Hiểu và vận dụng được các kỹ năng cần thiết liên quan đến hoạch định, tổ chức và triển khai hoạt động marketing trong môi trường số.

2.2.2 Kỹ năng chuyên môn chuyên ngành

a) Chuyên ngành Internet Marketing

- 2.2.2.1 Phát triển được kỹ năng tư duy phân tích và lập kế hoạch hoạt động Internet marketing;
- 2.2.2.2 Vận dụng được các kỹ năng cần thiết để thực hành triển khai hoạt động Internet marketing trong thực tiễn môi trường marketing của doanh nghiệp/tổ chức;
- 2.2.2.3 Vận dụng được các kỹ năng tác nghiệp cơ bản để thực hành các hoạt động tác nghiệp liên quan đến Internet marketing, bao hàm: phân tích web, marketing qua phương tiện truyền thông xã hội, marketing qua công cụ tìm kiếm, biên tập web.

b) Chuyên ngành Phân tích dữ liệu marketing số

- 2.2.2.1 Phát triển kỹ năng tư duy phân tích, diễn giải và sử dụng dữ liệu để định hướng các hoạt động kinh doanh và marketing, cũng như để trả lời các câu hỏi marketing mà các doanh nghiệp/tổ chức gặp phải;
- 2.2.2.2 Được trang bị các kỹ năng cần thiết để thực hành phân tích dữ liệu marketing số;
- 2.2.2.3 Được trang bị các kỹ năng cần thiết để diễn giải dữ liệu và truyền đạt những hiểu biết sâu sắc về tối đa hóa giá trị chiến lược của doanh nghiệp.

c) Chuyên ngành Truyền thông marketing

- 2.2.2.1 Phát triển kỹ năng tư duy phân tích và lập kế hoạch truyền thông marketing;
- 2.2.2.2 Được trang bị các kỹ năng cần thiết để thực hành triển khai hoạt động truyền thông marketing trong thực tiễn;
- 2.2.2.3 Được trang bị các kỹ năng tác nghiệp cơ bản để thực hành một số công cụ truyền thông marketing, bao hàm: marketing trực tiếp, quan hệ công chúng, quảng cáo, ...

2.2.3 Kỹ năng mềm

Ngoài các kiến thức và kỹ năng chuyên môn, trong chương trình đào tạo ngành marketing, sinh viên cũng được trang bị những kỹ năng mềm để đạt được các chuẩn đầu ra như sau:

- 2.2.3.1 Phát triển được tư duy hệ thống, tư duy logic và sáng tạo nhằm hỗ trợ sinh viên có thể vận dụng tốt các kiến thức và kỹ năng chuyên môn được học vào thực tiễn hoạt động marketing của doanh nghiệp;
- 2.2.3.2 Hiểu và vận dụng được kỹ năng và phương pháp làm việc khoa học và chuyên nghiệp;
- 2.2.3.3 Hiểu và vận dụng được kỹ năng làm việc hiệu quả trong nhóm (đa ngành), hội nhập được trong môi trường quốc tế;
- 2.2.3.4 Vận dụng được kỹ năng trình bày, thuyết trình, giao tiếp và các kỹ năng cá nhân khác để giải quyết tốt các công việc trong thực tiễn hoạt động của các tổ chức/doanh nghiệp.

2.2.4 Ngoại ngữ

Sau khi tốt nghiệp, sinh viên ngành Marketing sẽ:

- 2.2.4.1 Đạt năng lực tiếng Anh tương đương với trình độ B1 khung tham chiếu chung Châu Âu (CEFR) hay Bậc 3 theo khung năng lực ngoại ngữ 6 bậc dùng cho Việt Nam.
- 2.2.4.2 Có khả năng sử dụng tiếng Anh tốt trong các hoạt động liên quan đến nghề nghiệp được đào tạo.

2.2.5 Công nghệ thông tin

Sinh viên tốt nghiệp ngành Marketing sẽ đạt chuẩn kỹ năng sử dụng công nghệ thông tin cơ bản theo qui định về Chuẩn kỹ năng sử dụng công nghệ thông tin do Bộ Thông tin và Truyền thông ban hành. Cụ thể, sinh viên tốt nghiệp sẽ vận dụng được các kỹ năng cơ bản, cần thiết liên quan sử dụng máy tính, xử lý văn bản, sử dụng bảng tính, máy và công cụ trình chiếu, cũng như sử dụng tốt Internet trong các hoạt động liên quan đến nghề nghiệp được đào tạo

2.3. Năng lực tự chủ và trách nhiệm

Sau khi tốt nghiệp chương trình đào tạo đại học ngành marketing của Học viện, sinh viên sẽ:

- 2.3.1 Có phẩm chất đạo đức tốt, tính kỷ luật cao, có khả năng làm việc tập thể, làm việc theo nhóm, theo dự án, say mê khoa học và luôn tự rèn luyện nâng cao phẩm chất chính trị và năng lực chuyên môn;
- 2.3.2 Hiểu biết về các giá trị đạo đức và nghề nghiệp, ý thức về những vấn đề đương đại trong marketing, hiểu rõ vai trò của các giải pháp marketing trong bối cảnh kinh tế đầy biến động và số hóa mạnh mẽ như hiện nay;
- 2.3.3 Ý thức được sự cần thiết phải thường xuyên học tập nâng cao trình độ, có năng lực chuyên môn và khả năng ngoại ngữ để tự học suốt đời.

2.4. Vị trí làm việc sau khi tốt nghiệp

Với những kiến thức nền tảng vững chắc, hiện đại và thực tiễn liên quan đến Marketing và ICT từ chương trình Cử nhân ngành Marketing của Học viện, sau khi tốt nghiệp, sinh viên sẽ có nhiều cơ hội việc làm hấp dẫn tại các doanh nghiệp trong nước và nước ngoài. Đặc biệt, với việc được trang bị những kiến thức nền tảng về ICT và Digital marketing, sinh viên ngành Marketing của Học viện sẽ có lợi thế đặc biệt khi thi tuyển vào các vị trí công việc liên quan đến Digital marketing.

Các vị trí việc làm quan trọng mà sinh viên ngành Marketing của Học viện có thể đảm nhận tốt sau khi ra trường là:

- Chuyên viên marketing
- Chuyên viên digital marketing
- Chuyên viên phân tích chiến dịch marketing (Marketing campaign analyst)
- Chuyên viên nghiên cứu thị trường
- Chuyên viên nghiên cứu và phân tích thị trường
- Chuyên viên SEO (Search Engine Optimisation Manager)
- Chuyên viên phân tích web
- Chuyên viên thương mại điện tử
- Chuyên viên phân tích Insight khách hàng
- Chuyên viên phân tích SMM (Social Media Marketing Analyst)

- Chuyên viên công nghệ Marketing (Marketing technologist)
- Chuyên viên phân tích chiến lược Marketing
- Chuyên viên phân tích cơ sở dữ liệu marketing
- Chuyên viên phân tích dữ liệu marketing (Marketing data analytist)
- Chuyên viên Phân tích kinh doanh (Business analytics)
- Chuyên viên phụ trách hoạt động truyền thông marketing
- Chuyên viên Marketing trực tuyến
- Chuyên viên SEO
- Chuyên viên quan hệ công chúng và tổ chức sự kiện
-

Bên cạnh đó, với nền tảng kiến thức lý thuyết và thực tiễn vững chắc về marketing và ICT, sau khi tốt nghiệp, sinh viên cũng có thể tự tạo lập doanh nghiệp (start up) và tìm kiếm cơ hội kinh doanh riêng cho bản thân hoặc trở thành các cán bộ nghiên cứu, cán bộ giảng dạy về marketing tại các Viện, trường Đại học... hoặc tiếp tục học cao hơn ở trình độ Cao học (quản trị kinh doanh, marketing) ở trong và ngoài nước.

3. KHÓI LƯỢNG KIẾN THỨC TOÀN KHÓA: 127 tín chỉ (*không bao gồm Giáo dục thể chất, Giáo dục quốc phòng và các môn kỹ năng*)

4. ĐỐI TƯỢNG TUYỂN SINH: Học sinh đã tốt nghiệp THPT hoặc tương đương; tham dự và trúng tuyển trong kỳ thi tuyển sinh đại học, cao đẳng chính quy - Tổ hợp môn thi: Toán, Lý, Hóa (khối A) hoặc Toán, Lý, Anh văn (khối A₁), hoặc Văn, Toán, Anh văn (khối D₁).

5. QUY TRÌNH ĐÀO TẠO, ĐIỀU KIỆN TỐT NGHIỆP

5.1. Quy trình đào tạo:

- Chương trình đào tạo được thực hiện trong 4 năm gồm 8 học kỳ, trong đó 7 học kỳ tích lũy kiến thức tại Học viện và 1 kỳ thực tập thực tế tại cơ sở. Cuối khóa sinh viên làm khóa luận tốt nghiệp hoặc thi tốt nghiệp.

- Sinh viên được đào tạo theo học chế tín chỉ áp dụng quy chế, quy định đào tạo đại học hệ chính quy theo học chế tín chỉ hiện hành của Bộ Giáo dục & Đào tạo và của Học viện.

5.2. Công nhận tốt nghiệp

Kết thúc khóa học, sinh viên được công nhận tốt nghiệp và cấp bằng **Đại học chính quy** khi hội đủ các tiêu chuẩn theo Quy chế đào tạo đại học hệ chính quy theo học chế tín chỉ.

6. THANG ĐIỂM: Theo thang điểm tín chỉ

7. NỘI DUNG CHƯƠNG TRÌNH

Khối lượng kiến thức: 127 tín chỉ (*không bao gồm nội dung về Giáo dục thể chất,*

(Giáo dục quốc phòng và các môn kỹ năng)

7.1 Cấu trúc chương trình:

STT	Khối kiến thức	Tín chỉ
1	Kiến thức giáo dục đại cương	46
2	Kiến thức giáo dục chuyên nghiệp <i>Trong đó:</i> - Kiến thức cơ sở và hỗ trợ của khối ngành và ngành - Kiến thức chuyên ngành	71 57 14
3	Thực tập và khóa luận tốt nghiệp	10
	Tổng cộng	127

7.2 Nội dung chương trình

7.2.1 Khối kiến thức chung

TT	Tên môn học	Mã số môn học	Số tín chỉ	Lên lớp (tiết)		Thí nghiệm / Thực hành (tiết)	Tự học (tiết)	Mã số môn học tiêu quyết	Phương án lập kế hoạch giảng dạy
				Lý thuyết	Chia bài tập / Thảo luận				
1	Những nguyên lý cơ bản của chủ nghĩa Mác-Lênin 1	BAS1111	2	24	6				$3x(8^{LT}+2^{BT})$
2	Những nguyên lý cơ bản của chủ nghĩa Mác-Lênin 2	BAS1112	3	24	6		15		$3x(8^{LT}+2^{BT})$
3	Tư tưởng Hồ Chí Minh	BAS1122	2	24	6				$3x(8^{LT}+2^{BT})$
4	Đường lối cách mạng Đảng cộng sản VN	BAS1102	3	24	6		15		$3x(8^{LT}+2^{BT})$
5	Tiếng Anh A11/A21	BAS1141/ BAS1143	3						
6	Tiếng Anh A12/A22	BAS1142/ BAS1144	4						
7	Tiếng Anh A21/B11	BAS1143/ BAS1145	3						
8	Tiếng Anh A22/B12	BAS1144/ BAS1146	4						
9	Tin học cơ sở 1	INT1154	2	20	4	4	2		$2x(10^{LT}+2^{BT})$
10	Tin học cơ sở 3	INT1156	2	20	4	4	2		$2x(10^{LT}+2^{BT})$
11	Phương pháp luận nghiên cứu khoa học	SKD1108	2	18	6		6		$3x(6^{LT}+2^{BT})$
	Tổng:		30						
	<i>Giáo dục thể chất và Giáo dục quốc phòng</i>								
1	Giáo dục thể chất 1	BAS1106	2	2		26	2		Kế hoạch riêng
2	Giáo dục thể chất 2	BAS1107	2	2		26	2		

TT	Tên môn học	Mã số môn học	Số tín chỉ	Lên lớp (tiết)		Thí nghiệm / Thực hành (tiết)	Tự học (tiết)	Mã số môn học tiên quyết	Phương án lập kế hoạch giảng dạy
				Lý thuyết	Chữa bài tập /Thảo luận				
3	Giáo dục Quốc phòng	BAS1105	7,5						
Kiến thức các môn kỹ năng (chọn 3/7)									
1	Kỹ năng thuyết trình	SKD1101	1	6	8		1		Kế hoạch riêng
2	Kỹ năng làm việc nhóm	SKD1102	1	6	8		1		
3	Kỹ năng tạo lập Văn bản	SKD1103	1	6	8		1		
4	Kỹ năng lập kế hoạch và tổ chức công việc	SKD1104	1	6	8		1		
5	Kỹ năng giao tiếp	SKD1105	1	6	8		1		
6	Kỹ năng giải quyết vấn đề	SKD1106	1	6	8		1		
7	Kỹ năng tư duy sáng tạo	SKD1107	1	6	8		1		

7.2.2. Kiến thức cơ bản nhóm ngành

TT	Tên môn học	Mã số môn học	Số tín chỉ	Lên lớp (tiết)		Thí nghiệm /Thực hành (tiết)	Tự học (tiết)	Mã số môn học tiên quyết	Phương án lập kế hoạch giảng dạy
				Lý thuyết	Chữa bài tập /Thảo luận				
12	Toán cao cấp 1	BAS1219	2	24	6				$3x(8^{LT}+2^{BT})$
13	Lý thuyết xác suất và thống kê	BAS1210	3	36	8		1		$3x(8^{LT}+2^{BT})+(12^{LT}+2^{BT})$
14	Toán kinh tế	BSA1241	3	36	8		1		$3x(8^{LT}+2^{BT})+(12^{LT}+2^{BT})$
15	Toán cao cấp 2	BAS1220	2	24	6				$3x(8^{LT}+2^{BT})$
16	Pháp luật đại cương	BSA1221	2	24	6				$3x(8^{LT}+2^{BT})$
17	Tâm lý quản lý	BSA1236	2	24	6				$3x(8^{LT}+2^{BT})$
18	Lịch sử các học thuyết kinh tế	BAS1109	2	24	6				$3x(8^{LT}+2^{BT})$
Tổng:			16						

7.2.3 Khối kiến thức giáo dục chuyên nghiệp

7.2.3.1. Kiến thức cơ sở khối ngành và ngành

TT	Tên môn học	Mã số môn học	Số tín chỉ	Lên lớp (tiết)		Thí nghiệm /Thực hành (tiết)	Tự học (tiết)	Mã số môn học tiên quyết	Phương án lập kế hoạch giảng dạy
				Lý thuyết	Chữa bài tập /Thảo luận				

TT	Tên môn học	Mã số môn học	Số tín chỉ	Lên lớp (tiết)		Thí nghiệm /Thực hành (tiết)	Tự học (tiết)	Mã số môn học tiên quyết	Phương án lập kế hoạch giảng dạy
				Lý thuyết	Chữa bài tập /Thảo luận				
19	Kinh tế vĩ mô I	BSA1310	3	36	8		1		$3x(8^{LT}+2^{BT})+(12^{LT}+2^{BT})$
20	Kinh tế vĩ mô II	BSA1311	3	36	8		1		$3x(8^{LT}+2^{BT})+(12^{LT}+2^{BT})$
21	Marketing căn bản	MAR1322	3	36	8		1		$3x(8^{LT}+2^{BT})+(12^{LT}+2^{BT})$
22	Nguyên lý kế toán	FIA1321	3	36	8		1		$3x(8^{LT}+2^{BT})+(12^{LT}+2^{BT})$
23	Kinh tế lượng	BSA1309	3	36	8		1		$3x(8^{LT}+2^{BT})+(12^{LT}+2^{BT})$
24	Quản trị học	BSA1328	3	36	8		1		$3x(8^{LT}+2^{BT})+(12^{LT}+2^{BT})$
25	Hành vi khách hàng	MAR1304	2	24	6				$3x(8^{LT}+2^{BT})$
26	Các hệ thống thông tin trong doanh nghiệp	MAR1315	3	36	8		1		$3x(8^{LT}+2^{BT})+(12^{LT}+2^{BT})$
27	Internet và ứng dụng trong kinh doanh	MAR1333	3	36	8		1		$3x(8^{LT}+2^{BT})+(12^{LT}+2^{BT})$
28	Phát triển và ứng dụng web trong marketing	MAR1334	3	36	8		1		$3x(8^{LT}+2^{BT})+(12^{LT}+2^{BT})$
29	Quản trị cơ sở dữ liệu kinh doanh	MAR1312	2	24	6				$3x(8^{LT}+2^{BT})$
30	Ứng dụng đa phương tiện trong kinh doanh	MAR1318	2	24	6				$3x(8^{LT}+2^{BT})$
31	Quản lý dự án	BSA1349	2	24	6				$3x(8^{LT}+2^{BT})$
32	Thương mại điện tử	MAR1323	2	24	6				$3x(8^{LT}+2^{BT})$
33	Quản trị marketing	MAR1424	2	24	6			MAR1322	$3x(8^{LT}+2^{BT})$
34	Phương pháp nghiên cứu marketing	MAR1309	3	36	8		1		$3x(8^{LT}+2^{BT})+(12^{LT}+2^{BT})$
35	Truyền thông marketing tích hợp	MAR1314	3	36	8		1	MAR1322	$3x(8^{LT}+2^{BT})+(12^{LT}+2^{BT})$
36	Marketing dịch vụ	MAR1425	2	24	6			MAR1322	$3x(8^{LT}+2^{BT})$
37	Marketing công nghiệp	MAR1426	2	24	6			MAR1322	$3x(8^{LT}+2^{BT})$
38	E-Marketing	MAR1427	2	24	6			MAR1322	$3x(8^{LT}+2^{BT})$
Các học phần tự chọn (chọn 3/5)									
39	Kế toán quản trị	FIA1334	2	24	6				$3x(8^{LT}+2^{BT})$
40	Quản trị thương hiệu	MAR1328	2	24	6				$3x(8^{LT}+2^{BT})$
41	Quản trị bán hàng	MAR1329	2	24	6				$3x(8^{LT}+2^{BT})$
42	Phân tích hoạt động kinh doanh	BSA1320	2	24	6				$3x(8^{LT}+2^{BT})$
43	Luật kinh doanh	BSA1314	2	24	6				$3x(8^{LT}+2^{BT})$
	Tổng :		57						

7.2.3.2. Kiến thức chuyên ngành

Chuyên ngành Internet Marketing

TT	Tên môn học	Mã số môn học	Số tín chỉ	Lên lớp (tiết)		Thí nghiệm /Thực hành (tiết)	Tự học (tiết)	Mã số môn học tiên quyết	Phương án lập kế hoạch giảng dạy
				Lý thuyết	Chữa bài tập /Thảo luận				
44	Phân tích web	MAR1408	3	36	8		1	BAS1210	$3x(8^{LT}+2^{BT})$ $+ (12^{LT}+2^{BT})$
45	Marketing qua phương tiện truyền thông xã hội	MAR1406	3	36	8		1	MAR1322	$3x(8^{LT}+2^{BT})$ $+ (12^{LT}+2^{BT})$
46	Tổng quan về biên tập web	MAR1413	3	36	8		1		$3x(8^{LT}+2^{BT})$ $+ (12^{LT}+2^{BT})$
47	Marketing bằng công cụ tìm kiếm	MAR1405	3	36	8		1	MAR1322	$3x(8^{LT}+2^{BT})$ $+ (12^{LT}+2^{BT})$
48	Đề án: Kế hoạch Internet marketing	MAR1402	2	6	24			MAR1304, MAR1424, MAR1323, MAR1427	$3x(2^{LT}+8^{BT})$
	Tổng:		14						

Chuyên ngành Phân tích dữ liệu marketing số

TT	Tên môn học	Mã số môn học	Số tín chỉ	Lên lớp (tiết)		Thí nghiệm /Thực hành (tiết)	Tự học (tiết)	Mã số môn học tiên quyết	Phương án lập kế hoạch giảng dạy
				Lý thuyết	Chữa bài tập /Thảo luận				
44	Phân tích Marketing	MAR1437	3	36	8		1	MAR1304, MAR1309	$3x(8^{LT}+2^{BT})$ $+ (12^{LT}+2^{BT})$
45	Khai phá dữ liệu trong Marketing	MAR1438	3	36	8		1	MAR1309	$3x(8^{LT}+2^{BT})$ $+ (12^{LT}+2^{BT})$
46	Phân tích web	MAR1408	3	36	8		1	BAS1210	$3x(8^{LT}+2^{BT})$ $+ (12^{LT}+2^{BT})$
47	Marketing qua phương tiện truyền thông xã hội	MAR1406	3	36	8		1	MAR1322	$3x(8^{LT}+2^{BT})$ $+ (12^{LT}+2^{BT})$
48	Trí tuệ Marketing	MAR1439	2	6	24			MAR1312, MAR1309	$3x(2^{LT}+8^{BT})$
	Tổng:		14						

Chuyên ngành Truyền thông Marketing

TT	Tên môn học	Mã số môn học	Số tín chỉ	Lên lớp (tiết)		Thí nghiệm /Thực hành (tiết)	Tự học (tiết)	Mã số môn học tiên quyết	Phương án lập kế hoạch giảng dạy
				Lý thuyết	Chữa bài tập /Thảo luận				
44	Chiến lược phương tiện truyền thông	MAR1401	3	36	8		1	MAR1322	$3x(8^{LT}+2^{BT})$ $+ (12^{LT}+2^{BT})$

TT	Tên môn học	Mã số môn học	Số tín chỉ	Lên lớp (tiết)		Thí nghiệm /Thực hành (tiết)	Tự học (tiết)	Mã số môn học tiên quyết	Phương án lập kế hoạch giảng dạy
				Lý thuyết	Chia bài tập /Thảo luận				
45	Quan hệ công chúng	MAR1411	3	36	8		1	MAR1322	$3 \times (8^{LT} + 2^{BT})$ $+ (12^{LT} + 2^{BT})$
46	Marketing trực tiếp	MAR1407	3	36	8		1	MAR1322	$3 \times (8^{LT} + 2^{BT})$ $+ (12^{LT} + 2^{BT})$
47	Quản trị quảng cáo	MAR1410	3	36	8		1	MAR1322	$3 \times (8^{LT} + 2^{BT})$ $+ (12^{LT} + 2^{BT})$
48	Đề án: Kế hoạch Truyền thông marketing	MAR1403	2	6	24			MAR1322	$3 \times (2^{LT} + 8^{BT})$
	Tổng:		14						

7.2.3.3. Thực tập tốt nghiệp (4TC) và Luận văn tốt nghiệp (6TC) hoặc học phần thay thế tốt nghiệp

8. TIẾN TRÌNH HỌC TẬP CHUẨN VÀ DANH SÁCH HỌC PHẦN TIỀN QUYẾT (Chi tiết kèm theo)

9. MÔ TẢ TÓM TẮT CÁC MÔN HỌC CÓT LÕI CHUYÊN NGÀNH

9.1 Tên môn: Phân tích web

Mã môn học: MAR1408

Số tín chỉ: 3

Môn học tiên quyết: BAS1201 – Lý thuyết xác suất và thống kê

Môn học nhằm cung cấp cho sinh viên những kiến thức cơ bản về phân tích web và thực hiện một dự án phân tích web hoàn chỉnh gồm những bước cơ bản sau: xác định mục tiêu, xây dựng KPIs, lập kế hoạch phân tích web, thu thập dữ liệu, xử lý dữ liệu thành thông tin, lập báo cáo phân tích web... Ngoài ra, môn học này còn giúp sinh viên có niềm say mê với phân tích và hiểu được sự cần thiết của phân tích web trong các doanh nghiệp kinh doanh trực tuyến, biết sử dụng cơ bản các công cụ phân tích web.

Môn học cũng hướng tới việc rèn cho sinh viên các kỹ năng của dự án phân tích web: kỹ năng phát triển KPIs trong phân tích web; kỹ năng về lập bản kế hoạch phân tích web; kỹ năng lập bản báo cáo phân tích web; kỹ năng sử dụng Mô hình REAN, Insight Model, PERSONAS trong phân tích web; kỹ năng sử dụng cơ bản công cụ phân tích web.

9.2 Tên môn: Marketing qua phương tiện truyền thông xã hội

Mã môn học: MAR1406

Số tín chỉ: 3

Môn học tiên quyết: MAR1322 – Marketing căn bản

Sau khi kết thúc học phần “Marketing qua phương tiện truyền thông xã hội”, về mặt kiến thức, sinh viên có thể hiểu và vận dụng được các kiến thức về hoạch định, tổ chức,

và kiểm soát các hoạt động marketing thông qua phương tiện truyền thông xã hội. Đặc biệt, môn học hướng sinh viên tiếp cận cách thức làm marketing phù hợp với hành vi của nhóm công chúng mục tiêu; sử dụng các phương tiện truyền thông xã hội như một công cụ giao tiếp phổ biến nhằm mang lại hiệu quả cho hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp. Những kiến thức cơ bản về social media marketing mà sinh viên sẽ được trang bị và được liên hệ nhằm vận dụng một cách phù hợp trong học phần này bao gồm: nền tảng của marketing qua phương tiện truyền thông xã hội; bốn lĩnh vực ứng dụng truyền thông xã hội; đánh giá tác động của truyền thông xã hội.

Mặt khác, sau khi kết thúc học phần sinh viên có thể nắm được các kỹ năng cần thiết để hoạch định, tổ chức triển khai và kiểm soát các hoạt động marketing trong đó sử dụng phương tiện chủ yếu là truyền thông xã hội; các kỹ năng giải quyết vấn đề trong truyền thông qua phương tiện truyền thông xã hội.

9.3 Tên môn: **Tổng quan về biên tập web**

Mã môn học: **MAR1413**

Số tín chỉ: **3**

Môn học tiên quyết:

Học phần “Tổng quan về biên tập web” nhằm trang bị cho sinh viên những kiến thức cơ bản cần thiết về quy trình thiết kế, xây dựng và duy trì một website, cung cấp thông tin phục vụ cho hoạt động phân tích, đánh giá và triển khai biên tập web phục vụ cho Marketing của doanh nghiệp; cũng như cách thức vận dụng các kiến thức đã học vào thực tế.

Ngoài việc cung cấp những kiến thức, môn học cũng hướng tới việc hình thành cho sinh viên một số kỹ năng cần thiết như sau: đánh giá website và xây dựng kế hoạch biên tập Website.

9.4 Tên môn: **Marketing bằng công cụ tìm kiếm**

Mã môn học: **MAR1405**

Số tín chỉ: **3**

Môn học tiên quyết: **MAR1322 – Marketing căn bản**

Học phần “Marketing bằng công cụ tìm kiếm” có mục tiêu nhằm cung cấp cho sinh viên những kiến thức cơ bản về thiết kế và thực hiện một dự án Marketing tìm kiếm (bao gồm các công việc: xác định chiến lược Marketing tìm kiếm, thiết kế bản đồ xuất, thiết lập chương trình Marketing tìm kiếm, thực hiện chương trình Marketing tìm kiếm); cũng như cách thức vận dụng các kiến thức đã học vào thực tế.

Ngoài việc cung cấp những kiến thức, môn học cũng hướng tới việc rèn luyện cho sinh viên một số kỹ năng cần thiết để triển khai một dự án Marketing tìm kiếm. Cụ thể là kỹ năng xác định vấn đề, mục tiêu cho Marketing tìm kiếm; kỹ năng lập và trình bày bản đồ xuất Marketing tìm kiếm; các kỹ năng về nội dung cho Marketing tìm kiếm như: tối

ưu hóa, kiểm định chất lượng nội dung...; kỹ năng thiết kế, phân tích, đánh giá về SEO; kỹ năng về triển khai dự án PPC.

9.5 Tên môn: Đề án Kế hoạch Internet marketing

Mã môn học: MAR1402

Số tín chỉ: 2

Môn học tiên quyết: MAR1304 – Hành vi khách hàng, MAR1424 – Quản trị marketing, MAR1323 – Thương mại điện tử, MAR1427 – E-marketing

Học phần “Đề án Kế hoạch Internet Marketing” là một môn học trong chuyên ngành Internet Marketing được thiết kế nhằm giúp sinh viên áp dụng một cách tổng hợp kiến thức và kỹ năng thu được từ chuyên ngành Internet Marketing nói riêng và trong chương trình đào tạo ngành marketing nói chung thông qua việc triển khai một kế hoạch Internet marketing. Môn học đặc biệt nhấn mạnh tới việc áp dụng tổng hợp các kiến thức và kỹ năng mà sinh viên được học trong chuyên ngành như Biên tập website, Truyền thông qua các phương tiện xã hội, Marketing bằng công cụ tìm kiếm.... Môn học sẽ là một cầu nối giúp sinh viên kết nối kiến thức/kỹ năng được đào tạo tại nhà trường với những công việc thực tế trong tương lai.

Về mặt kiến thức, học phần này được thiết kế nhằm giúp sinh viên áp dụng một cách tổng hợp các kiến thức chuyên ngành về Internet Marketing thông qua việc triển khai một dự án Internet Marketing dưới sự hướng dẫn của giảng viên. Các kiến thức được sử dụng một cách tổng hợp trong học phần này gồm: phát triển 1 kế hoạch marketing; xây dựng và biên tập một website đơn giản; thu thập, phân tích và sử dụng dữ liệu về khách hàng (công chúng mục tiêu) trong môi trường Internet; truyền thông marketing trực tuyến (truyền thông qua các phương tiện xã hội, marketing bằng các công cụ tìm kiếm...)

Một trong những mục tiêu chủ đạo của môn học là giúp sinh viên phát triển kỹ năng triển khai một kế hoạch Internet marketing trên cơ sở vận dụng các kỹ năng đã được trang bị trong chương trình ngành marketing và đặc biệt là chuyên ngành Internet-Marketing. Cụ thể là các kỹ năng: xác định thị trường mục tiêu; xây dựng và biên tập một website đơn giản; thu thập dữ liệu khách hàng, phân tích web để có được những thông tin hữu ích về khách hàng/công chúng mục tiêu trong môi trường Internet; kỹ năng truyền thông marketing trong môi trường trực tuyến; kỹ năng làm việc theo nhóm; viết báo cáo và kỹ năng thuyết trình; kỹ năng tư duy, giải quyết vấn đề...

9.6 Tên môn: Phân tích Marketing

Mã môn học: MAR1437

Số tín chỉ: 3

Môn học tiên quyết: MAR1304 – Hành vi khách hàng, MAR1309 – Phương pháp nghiên cứu marketing

Sau khi kết thúc học phần “Phân tích marketing” sinh viên có thể hiểu các vấn đề trong phân tích marketing và các lĩnh vực ứng dụng quan trọng trong các kênh marketing

trực tuyến và ngoại tuyến, cũng như hiểu cách phát triển các chiến lược marketing và các quyết định về phân bổ nguồn lực được thúc đẩy bởi phân tích định lượng; hiểu và có khả năng dùng các mô hình thống kê để dự báo hay giải quyết các vấn đề đề ra quyết định chiến lược marketing. Ngoài ra, sinh viên có thể hiểu và có khả năng dùng một số mô hình ra quyết định (decision models) quan trọng áp dụng trong lĩnh vực marketing; cũng như hiểu được cách diễn giải kết quả các mô hình ra quyết định và rút ra những hiểu biết nhằm áp dụng cho các quyết định marketing.

Ngoài ra, học phần còn hướng tới trang bị cho sinh viên kỹ năng tư duy hệ thống và phân tích để ra quyết định và giải quyết vấn đề kinh doanh và marketing; kỹ năng cơ bản về đọc, giải thích và truyền đạt kết quả phân tích dữ liệu phục vụ cho hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp và kỹ năng nhận thức và nắm bắt các xu thế/xu hướng trong lĩnh vực này.

9.7 Tên môn: Khai phá dữ liệu trong Marketing

Mã môn học: MAR1438

Số tín chỉ: 3

Môn học tiên quyết: MAR1309 – Phương pháp nghiên cứu marketing

Sau khi kết thúc học phần “Khai phá dữ liệu trong marketing”, sinh viên có thể hiểu các khái niệm chính liên quan đến sử dụng dữ liệu lớn để cải tiến các hoạt động Marketing; hiểu được tầm quan trọng của việc sử dụng các kỹ thuật khai phá dữ liệu và các phương pháp phân tích để quản lý mối quan hệ với khách hàng, các vấn đề marketing liên quan (như khảo sát khách hàng, lập hồ sơ/phân đoạn, truyền thông, đo lường chiến dịch, sự hài lòng, lòng trung thành, khả năng sinh lời, các phương tiện truyền thông xã hội và các chủ đề hiện tại khác để cải thiện quyết định marketing). Bên cạnh đó, sinh viên sẽ được trang bị kiến thức để hiểu các kỹ thuật khai phá dữ liệu thiết yếu và các kỹ thuật trình bày những hiểu biết được sử dụng để trích xuất thông tin từ các dữ liệu và chuyên gia (như: decision trees, clustering, classification, neural networks, nearest neighbor, ...) và việc sử dụng các kỹ thuật khai phá dữ liệu khác nhau cho từng vấn đề thường gặp ở marketing.

Về mặt kỹ năng, sau khi kết thúc học phần sinh viên có thể nắm được các kỹ năng tư duy giúp ra quyết định và giải quyết vấn đề kinh doanh. Ngoài ra, trong khuôn khổ học phần này, sinh viên cũng được rèn luyện các kỹ năng cơ bản về đọc, giải thích và truyền đạt kết quả phân tích dữ liệu phục vụ cho hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp; kỹ năng nhận thức và nắm bắt các xu thế/xu hướng và các cơ hội trong lĩnh vực này; kỹ năng giải thích và đánh giá các khái niệm và công cụ cần thiết để đánh giá, phân tích và giải thích dữ liệu marketing; kỹ năng lập kế hoạch các nguồn lực cần thiết để đánh giá và phân tích dữ liệu, áp dụng các phát hiện và phổ biến các kết quả.

9.8 Tên môn: Trí tuệ Marketing

Mã môn học: MAR1439

Số tín chỉ: 3

**Môn học tiên quyết: MAR1312 – Quản trị cơ sở dữ liệu kinh doanh, MAR1309
– Phương pháp nghiên cứu marketing**

Sau khi kết thúc học phần “Trí tuệ marketing” sinh viên có thể hiểu cách diễn đạt dữ liệu và trí tuệ kinh doanh vào các quyết định Marketing trong tổ chức/doanh nghiệp; hiểu được các thao tác xử lý dữ liệu và xây dựng quan điểm khác nhau dựa trên dữ liệu để hỗ trợ các quyết định Marketing; hiểu và áp dụng quy trình nghiên cứu marketing. Ngoài ra, qua học phần này, sinh viên có thể hiểu cách dùng các trải nghiệm kinh doanh với cách tiếp cận nghiên cứu marketing để đưa ra các khuyến nghị kinh doanh có hiệu quả; Khám phá, ở các mức sâu hơn, các chiến lược dùng dữ liệu lớn thành những hiểu biết sâu sắc về người tiêu dùng, các công ty và thị trường; hiểu cách thiết kế các chương trình định hướng dữ liệu, công nghệ và quy trình để hỗ trợ việc phân tích dữ liệu lớn. Đặc biệt, học phần sẽ giúp sinh viên hiểu các thuật ngữ cơ bản về trí tuệ kinh doanh và trí tuệ marketing cũng như các tình huống trí tuệ kinh doanh và trí tuệ marketing trong các ngành khác nhau của thế giới thực tiễn.

Về mặt kỹ năng, sau khi kết thúc học phần sinh viên có thể nắm được các kỹ năng tư duy để ra quyết định và giải quyết vấn đề marketing, kỹ năng cơ bản về sử dụng các công cụ trí tuệ kinh doanh; các kỹ năng nhận thức và nắm bắt các xu thế/xu hướng trong lĩnh vực này.



**KẾ HOẠCH & TIẾN TRÌNH HỌC TẬP CHUẨN
NGÀNH MARKETING - CHUYÊN NGÀNH INTERNET MARKETING**

NĂM HỌC THỨ NHẤT				NĂM HỌC THỨ HAI			
TT	Tên môn học/học phần	Số TC	Học kỳ	TT	Tên môn học/học phần	Số TC	Học kỳ
1	Những nguyên lý cơ bản của CN Mác Lênin 1	2	HK1	1	Tư tưởng Hồ Chí Minh	2	HK3
2	Toán cao cấp 1	2	HK1	2	Tiếng Anh A12/A22	4	HK3
3	Tâm lý quản lý	2	HK1	3	Toán kinh tế	3	HK3
4	Pháp luật đại cương	2	HK1	4	Lịch sử các học thuyết kinh tế	2	HK3
5	Tin học cơ sở 1	2	HK1	5	Kinh tế vĩ mô 1	3	HK3
	Giáo dục thể chất 1		HK1	6	Marketing căn bản	3	HK3
	Giáo dục quốc phòng		HK1				
				10			
6	Những nguyên lý cơ bản của CN Mác Lênin 2	3	HK2	7	Đường lối cách mạng của ĐCSVN	3	HK4
7	Tiếng Anh A11/A21	3	HK2	8	Nguyên lý kế toán	3	HK4
8	Toán cao cấp 2	2	HK2	9	Quản trị học	3	HK4
9	Lý thuyết xác suất và thống kê	3	HK2	10	Tiếng Anh A21/B11	3	HK4
10	Tin học cơ sở 3	2	HK2	11	Hành vi khách hàng	2	HK4
11	Kinh tế vi mô 1	3	HK2	12	Quản trị Marketing	2	HK4
	Giáo dục thể chất 2		HK2	13	Internet và ứng dụng trong kinh doanh	3	HK4
				16			
						17	
							19

NĂM HỌC THỨ BA				NĂM HỌC THỨ TƯ			
TT	Tên môn học/học phần	Số TC	Học kỳ	TT	Tên môn học/học phần	Số TC	Học kỳ
1	Kinh tế lượng	3	HK5	1	Phân tích web	3	HK7
2	Các hệ thống thông tin trong DN	3	HK5	2	Marketing qua phương tiện truyền thông XH	3	HK7
3	Quản lý dự án	2	HK5	3	Tổng quan về biên tập web	3	HK7
4	Tiếng Anh A22/B12	4	HK5	4	Marketing bằng công cụ tìm kiếm	3	HK7
5	Marketing dịch vụ	2	HK5	5	Phương pháp luận NCKH	2	HK7
6	Thương mại điện tử	2	HK5	6	Đề án: Kế hoạch Internet Marketing	2	HK7
7	Phát triển và ứng dụng web trong marketing	3	HK5				
		19				16	
8	Phương pháp nghiên cứu Marketing	3	HK6	Thực tập và tốt nghiệp		10	HK8
9	Marketing công nghiệp	2	HK6	hoặc học phần thay thế tốt nghiệp			
10	Ứng dụng đa phương tiện trong kinh doanh	2	HK6				
11	Truyền thông Marketing tích hợp	3	HK6				
12	Quản trị cơ sở dữ liệu kinh doanh	2	HK6				
13	E-marketing	2	HK6				
14	3 học phần tự chọn (*)	6	HK6				
		20				10	

TỔNG CỘNG:

127

(*): Các học phần tự chọn

- | | | |
|---|--------------------------------|---|
| 1 | Kế toán quản trị | 2 |
| 2 | Quản trị thương hiệu | 2 |
| 3 | Quản trị bán hàng | 2 |
| 4 | Phân tích hoạt động kinh doanh | 2 |
| 5 | Luật kinh doanh | 2 |

KẾ HOẠCH & TIẾN TRÌNH HỌC TẬP CHUẨN
NGÀNH MARKETING - CHUYÊN NGÀNH PHÂN TÍCH DỮ LIỆU MARKETING SỐ

NĂM HỌC THỨ NHẤT

TT	Tên môn học/học phần	Số TC	Học kỳ
1	Những nguyên lý cơ bản của CN Mác Lênin 1	2	HK1
2	Toán cao cấp 1	2	HK1
3	Tâm lý quản lý	2	HK1
4	Pháp luật đại cương	2	HK1
5	Tin học cơ sở 1 Giáo dục thể chất 1 Giáo dục quốc phòng	2	HK1 HK1 HK1
		10	
6	Những nguyên lý cơ bản của CN Mác Lênin 2	3	HK2
7	Tiếng Anh A11/A21	3	HK2
8	Toán cao cấp 2	2	HK2
9	Lý thuyết xác suất và thống kê	3	HK2
10	Tin học cơ sở 3	2	HK2
11	Kinh tế vĩ mô 1 Giáo dục thể chất 2	3	HK2

16

NĂM HỌC THỨ HAI

TT	Tên môn học/học phần	Số TC	Học kỳ
1	Tư tưởng Hồ Chí Minh	2	HK3
2	Tiếng Anh A12/A22	4	HK3
3	Toán kinh tế	3	HK3
4	Lịch sử các học thuyết kinh tế	2	HK3
5	Kinh tế vĩ mô 1	3	HK3
6	Marketing căn bản	3	HK3
		17	
7	Đường lối cách mạng của ĐCSVN	3	HK4
8	Nguyên lý kế toán	3	HK4
9	Quản trị học	3	HK4
10	Tiếng Anh A21/B11	3	HK4
11	Hành vi khách hàng	2	HK4
12	Quản trị Marketing	2	HK4
13	Internet và ứng dụng trong kinh doanh	3	HK4

19

NĂM HỌC THỨ BA

TT	Tên môn học/học phần	Số TC	Học kỳ
1	Kinh tế lượng	3	HK5
2	Các hệ thống thông tin trong DN	3	HK5
3	Quản lý dự án	2	HK5
4	Tiếng Anh A22/B12	4	HK5
5	Marketing dịch vụ	2	HK5
6	Thương mại điện tử	2	HK5
7	Phát triển và ứng dụng web trong marketing	3	HK5
		19	
8	Phương pháp nghiên cứu Marketing	3	HK6
9	Marketing công nghiệp	2	HK6
10	Ứng dụng đa phương tiện trong kinh doanh	2	HK6
11	Truyền thông Marketing tích hợp	3	HK6
12	Quản trị cơ sở dữ liệu kinh doanh	2	HK6
13	E-marketing	2	HK6
14	3 học phần tự chọn (*)	6	HK6

20

NĂM HỌC THỨ TƯ

TT	Tên môn học/học phần	Số TC	Học kỳ
1	Phân tích Marketing	3	HK7
2	Khai phá dữ liệu trong Marketing	3	HK7
3	Phân tích web	3	HK7
4	Marketing qua phương tiện truyền thông XH	3	HK7
5	Phương pháp luận NCKH	2	HK7
6	Trí tuệ Marketing	2	HK7

16

Thực tập và tốt nghiệp
hoặc học phần thay thế tốt nghiệp

10 HK8

10

TỔNG CỘNG:

127

(*): Các học phần tự chọn

1	Kế toán quản trị	2
2	Quản trị thương hiệu	2
3	Quản trị bán hàng	2
4	Phân tích hoạt động kinh doanh	2
5	Luật kinh doanh	2

**KẾ HOẠCH & TIẾN TRÌNH HỌC TẬP CHUẨN
NGÀNH MARKETING - CHUYÊN NGÀNH TRUYỀN THÔNG MARKETING**

NĂM HỌC THỨ NHẤT				NĂM HỌC THỨ HAI			
TT	Tên môn học/học phần	Số TC	Học kỳ	TT	Tên môn học/học phần	Số TC	Học kỳ
1	Những nguyên lý cơ bản của CN Mác Lênin 1	2	HK1	1	Tư tưởng Hồ Chí Minh	2	HK3
2	Toán cao cấp 1	2	HK1	2	Tiếng Anh A12/A22	4	HK3
3	Tâm lý quản lý	2	HK1	3	Toán kinh tế	3	HK3
4	Pháp luật đại cương	2	HK1	4	Lịch sử các học thuyết kinh tế	2	HK3
5	Tin học cơ sở 1	2	HK1	5	Kinh tế vĩ mô 1	3	HK3
	Giáo dục thể chất 1		HK1	6	Marketing căn bản	3	HK3
	Giáo dục quốc phòng		HK1				
				10			
6	Những nguyên lý cơ bản của CN Mác Lênin 2	3	HK2	7	Đường lối cách mạng của ĐCSVN	3	HK4
7	Tiếng Anh A11/A21	3	HK2	8	Nguyên lý kế toán	3	HK4
8	Toán cao cấp 2	2	HK2	9	Quản trị học	3	HK4
9	Lý thuyết xác suất và thống kê	3	HK2	10	Tiếng Anh A21/B11	3	HK4
10	Tin học cơ sở 3	2	HK2	11	Hành vi khách hàng	2	HK4
11	Kinh tế vĩ mô 1	3	HK2	12	Quản trị Marketing	2	HK4
	Giáo dục thể chất 2		HK2	13	Internet và ứng dụng trong kinh doanh	3	HK4
				16			
						17	
						19	

NĂM HỌC THỨ BA				NĂM HỌC THỨ TƯ			
TT	Tên môn học/học phần	Số TC	Học kỳ	TT	Tên môn học/học phần	Số TC	Học kỳ
1	Kinh tế lượng	3	HK5	1	Chiến lược phương tiện truyền thông	3	HK7
2	Các hệ thống thông tin trong DN	3	HK5	2	Quan hệ công chúng	3	HK7
3	Quản lý dự án	2	HK5	3	Marketing trực tiếp	3	HK7
4	Tiếng Anh A22/B12	4	HK5	4	Quản trị quàng cáo	3	HK7
5	Marketing dịch vụ	2	HK5	5	Phương pháp luận NCKH	2	HK7
6	Thương mại điện tử	2	HK5	6	Đề án: Kế hoạch truyền thông Marketing	2	HK7
7	Phát triển và ứng dụng web trong marketing	3	HK5				
				19			
8	Phương pháp nghiên cứu Marketing	3	HK6				
9	Marketing công nghiệp	2	HK6				
10	Ứng dụng đa phương tiện trong kinh doanh	2	HK6				
11	Truyền thông Marketing tích hợp	3	HK6				
12	Quản trị cơ sở dữ liệu kinh doanh	2	HK6				
13	E-marketing	2	HK6				
14	3 học phần tự chọn (*)	6	HK6				
				20			
						16	
						10	
						127	

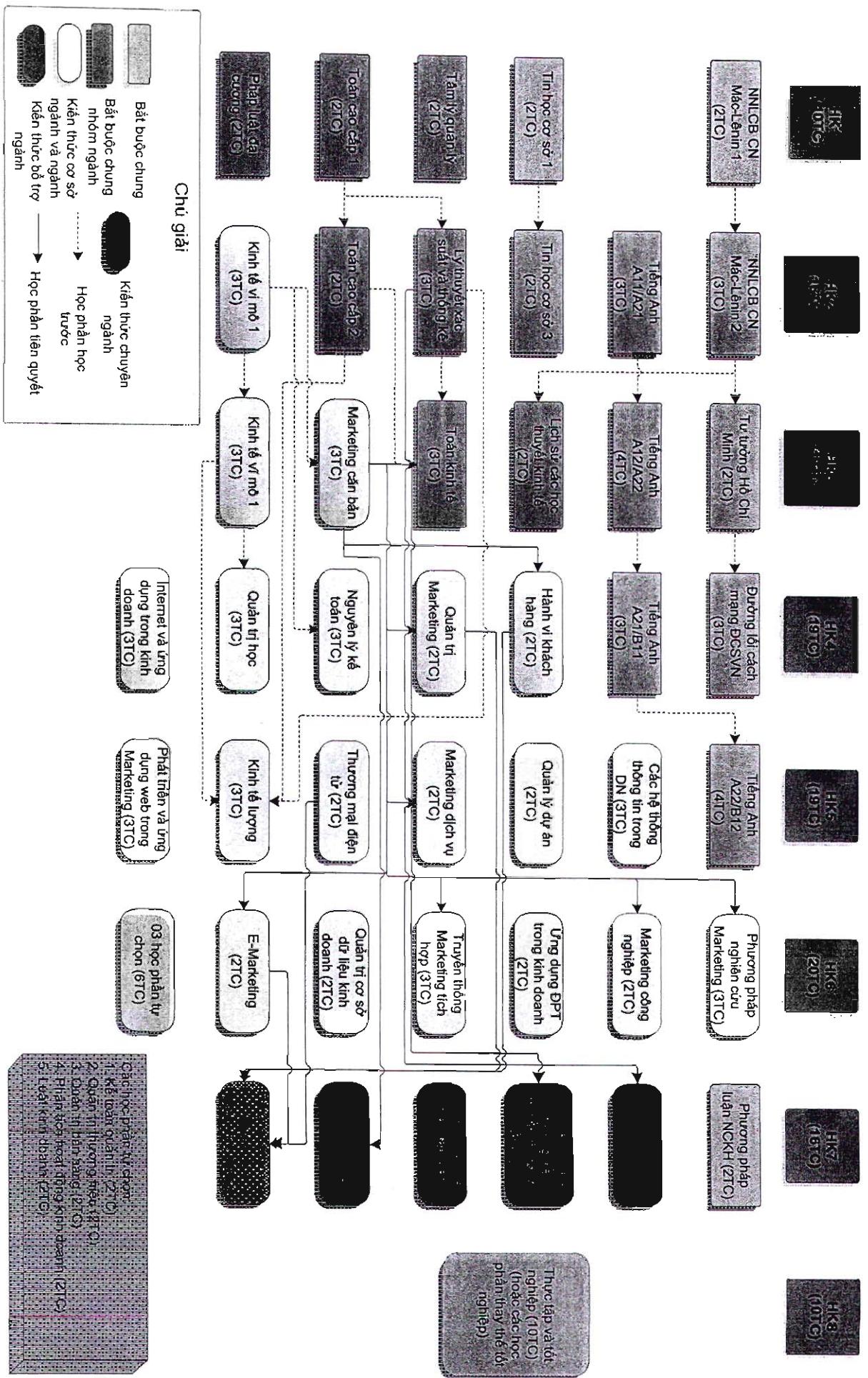
(*): Các học phần tự chọn

- | | | |
|---|--------------------------------|---|
| 1 | Kế toán quản trị | 2 |
| 2 | Quản trị thương hiệu | 2 |
| 3 | Quản trị bán hàng | 2 |
| 4 | Phân tích hoạt động kinh doanh | 2 |
| 5 | Luật kinh doanh | 2 |

TỔNG CỘNG:

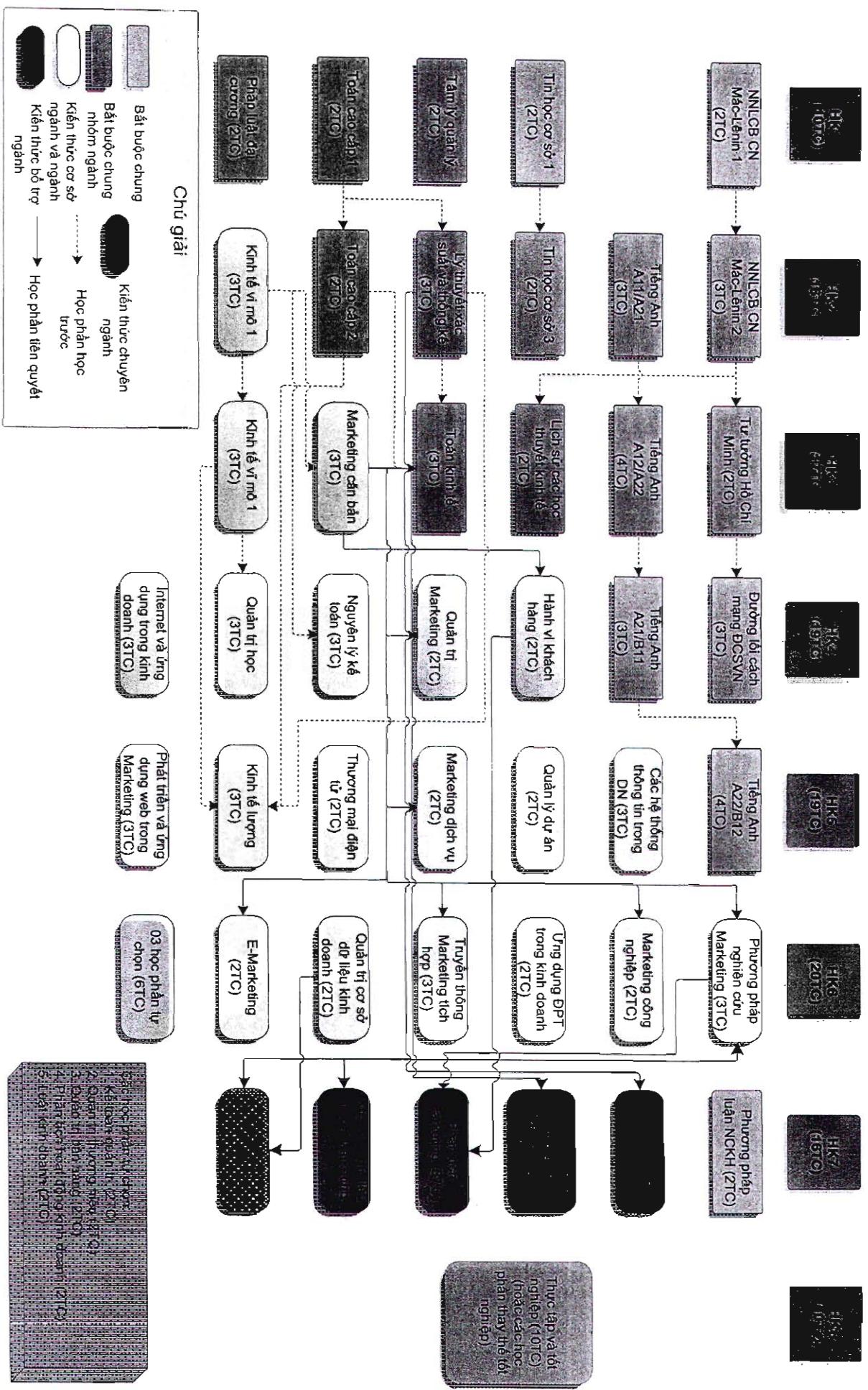
TIẾN TRÌNH HỌC TẬP THEO HỌC CHÉT TÍN CHỈ

Ngành: Marketing - Chuyên ngành Internet Marketing



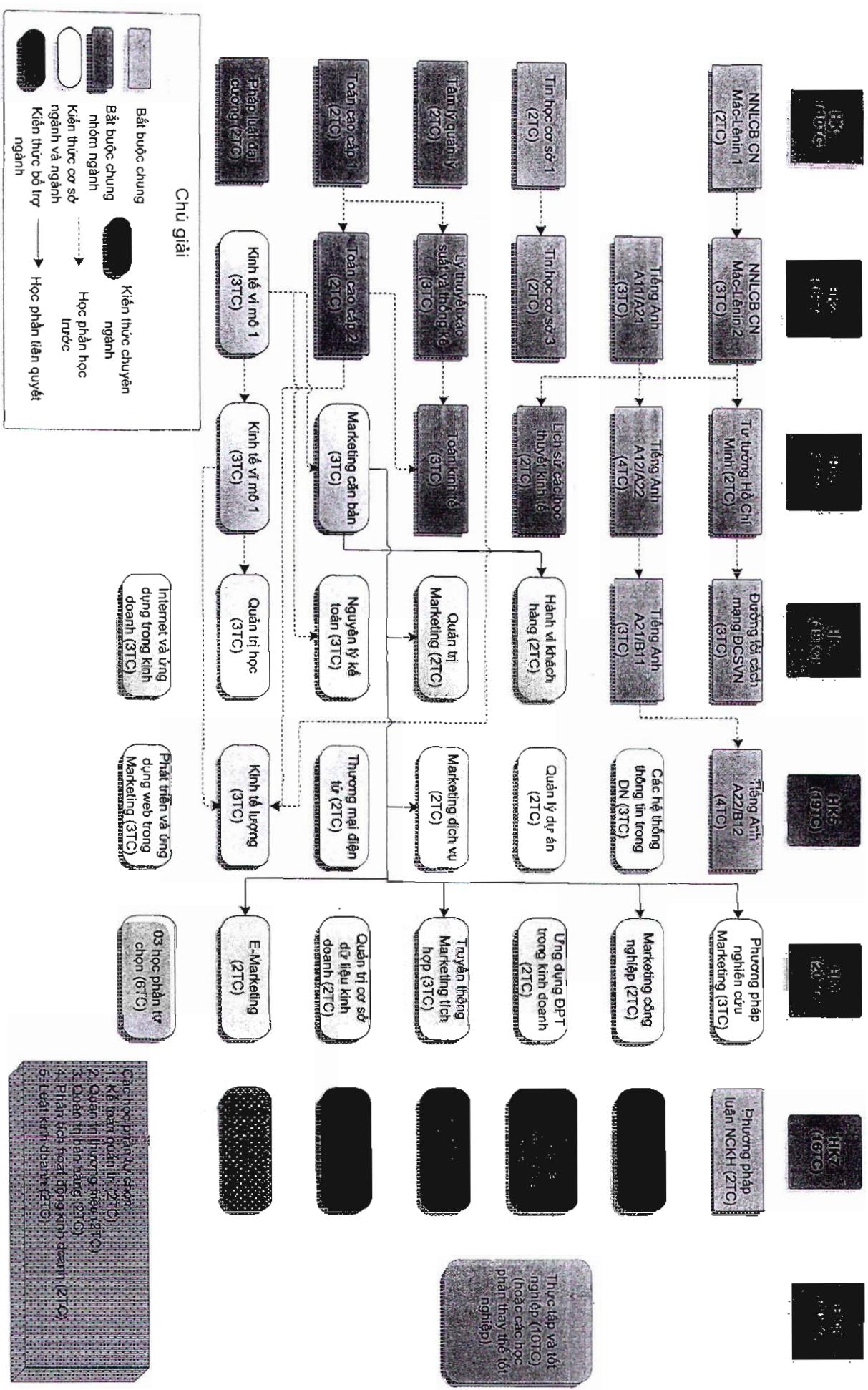
TIỀN TRÌNH HỌC TẬP THEO HỌC CHÉT TÍN CHỈ

Ngành: Marketing - Chuyên ngành Phân tích dữ liệu marketing số



TIẾN TRÌNH HỌC TẬP THEO HỌC CHÉ TIỀN CHỈ

Ngành: Marketing - Chuyên ngành Truyền thông Marketing



TIẾN TRÌNH HỌC TẬP CHUẨN VÀ DANH SÁCH CÁC MÔN HỌC (TIỀN QUYẾT, TRƯỚC SAU, SONG HÀNH)
NGÀNH MARKETING

TT	Tên môn học/học phần	Mã số môn học	Số TC	Năm thứ nhất	Năm thứ hai	Năm thứ ba	Năm thứ tứ	Năm học	Môn tiên quyết	Môn học trước	Môn song hành
1	Những nguyên lý cơ bản của CN Mác Lênin 1	BAS1111	2	HK1							
2	Toán cao cấp 1	BAS1219	2	HK1							
3	Tâm lý quản lý	BAS1236	2	HK1							
4	Pháp luật đại cương	BAS1221	2	HK1							
5	Tin học cơ sở 1	INT1154	2	HK1							
6	Những nguyên lý cơ bản của CN Mác Lênin 2	BAS1112	3		HK2				Những nguyên lý cơ bản của CN Mác Lênin 1		
7	Tiếng Anh A11/A21	BAS1141/ BAS1143	3		HK2						
8	Toán cao cấp 2	BAS1220	2	HK2					Toán cao cấp 1		
9	Lý thuyết và xác suất thống kê	BAS1210	3	HK2					Toán cao cấp 1		
10	Kinh tế vi mô 1	BSA1310	3	HK2							
11	Tin học cơ sở 3	INT1156	2	HK2					Tin học cơ sở 1		
12	Tư tưởng Hồ Chí Minh	BAS1122	2		HK3				Những nguyên lý cơ bản của CN Mác Lênin 2		
13	Tiếng Anh A12/A22	BAS1142/ BAS1144	4		HK3				Tiếng Anh A11		
14	Toán kinh tế	BSA1241	3		HK3				Toán cao cấp 2, lý thuyết XS&TK		
15	Lịch sử các học thuyết kinh tế	BAS1109	2		HK3				Những nguyên lý cơ bản của CN Mác Lênin 2		
16	Kinh tế vĩ mô 1	BSA1311	3		HK3				Kinh Tế vĩ mô		
17	Marketing căn bản	MAR1322	3		HK3				Kinh Tế vĩ mô		
18	Nguyên lý kế toán	FIA1321	3		HK4				Kinh Tế vĩ mô 1		
19	Đường lối cách mạng của ĐCSVN	BAS1102	3		HK4				Tư tưởng Hồ Chí Minh		
20	Tiếng Anh A21/B11	BAS1143/ BAS1145	3		HK4				Tiếng Anh A12		
21	Quản trị học	BSA1328	3		HK4				Kinh Tế vĩ mô 1, Kinh Tế vĩ mô 1		
22	Hành vi khách hàng	MAR1304	2		HK4				Marketing căn bản		
23	Quản trị Marketing	MAR1424	2		HK4				Marketing căn bản		
24	Internet và ứng dụng trong kinh doanh	MAR1333	3		HK4						
25	Kinh tế lượng	BSA1309	3		HK5				Toán cao cấp 1,2, Lý thuyết XS&TK, Kinh Tế vĩ mô 1, Kinh Tế vĩ mô 1		

TT	Tên môn học/học phần	Mã số môn học	Số TC	Năm thứ nhất	Năm thứ hai	Năm thứ ba	Năm thứ tứ	Môn tiên quyết	Môn học trước	Môn song hành
26	Các hệ thống thông tin trong doanh nghiệp	MAR1315	3					HK5		
27	Tiếng Anh A22/B12	BAS1144/ BAS1146	4					HK5		Tiếng Anh A21
28	Quản lý dự án	BSA1349	2					HK5		
29	Marketing dịch vụ	MAR1425	2					HK5		Marketing cắn bản
30	Thương mại điện tử	MAR1323	2					HK5		
31	Phát triển và ứng dụng web trong marketing	MAR1334	3					HK5		
32	Ứng dụng đa phương tiện trong kinh doanh	MAR1318	2					HK6		
33	Phương pháp nghiên cứu marketing	MAR1309	3					HK6		Marketing cắn bản
34	Marketing công nghiệp	MAR1426	2					HK6		
35	Truyền thông marketing tích hợp	MAR1314	3					HK6		Marketing cắn bản
36	Quản trị cơ sở dữ liệu kinh doanh	MAR1312	2					HK6		
37	E-Marketing	MAR1427	2					HK6		Marketing cắn bản
38	03 học phần tự chọn (*)						6	HK6		
Chuyên ngành Internet Marketing										
39	Phân tích web	MAR1408	3					HK7	Lý thuyết xác suất và thống kê	Marketing cắn bản, Quản trị CSDL kinh doanh
40	Marketing qua phương tiện truyền thông XH	MAR1406	3					HK7	Marketing căn bản	
41	Tổng quan về biên tập web	MAR1413	3					HK7		Phát triển và ứng dụng web trong marketing
42	Marketing bằng công cụ tìm kiếm	MAR1405	3					HK7	Marketing căn bản	Hành vi khách hàng,
43	Đề án: Kế hoạch Internet marketing	MAR1402	2					HK7	Quản trị Marketing, Thương mại điện tử, E-marketing	Hành vi khách hàng
44	Phương pháp luận nghiên cứu khoa học	SKD1108	2					HK7		
Chuyên ngành Phân tích dữ liệu marketing số										
39	Phân tích Marketing	MAR1437	3					HK7	Hành vi khách hàng, Phương pháp nghiên cứu marketing	
40	Khai phá dữ liệu trong Marketing	MAR1438	3					HK7	Phương pháp nghiên cứu marketing	
41	Phân tích web	MAR1408	3					HK7	Lý thuyết xác suất và thống kê	Marketing căn bản, Quản trị CSPL kinh doanh
42	Marketing qua phương tiện truyền thông XH	MAR1406	3					HK7	Marketing căn bản	Quản trị cơ sở dữ liệu kinh doanh, Phương pháp nghiên cứu marketing
43	Trí tuệ marketing	MAR1439	2					HK7		

TT	Tên môn học/học phần	Mã số môn học	Số TC	Năm thứ nhất	Năm thứ hai	Năm thứ ba	Năm học	Môn tiên quyết	Môn học trước	Môn song hành
44	Phương pháp luận NCKH	SKD1108	2							
Chuyên ngành Truyền thông Marketing										
39	Chiến lược phương tiện truyền thông	MAR1401	3							
40	Quan hệ công chúng	MAR1411	3							
41	Marketing trực tiếp	MAR1407	3							
42	Quản trị quảng cáo	MAR1410	3							
43	Đề án: Kế hoạch truyền thông marketing	MAR1403	2							
44	Phương pháp luận NCKH	SKD1108	2							
45	Thực tập và tốt nghiệp		10							

TỔNG CỘNG:

127 10 16 17 19 19 20 16 10

(*): Các học phần tự chọn

- 1 Kế toán quản trị *FIA1334* 2
- 2 Quản trị thương hiệu *MAR1328* 2
- 3 Quản trị bán hàng *MAR1329* 2
- 4 Phân tích hoạt động kinh doanh *BSA1320* 2
- 5 Luật kinh doanh *BSA1314* 2