

PHỤ LỤC ĐH4

Chương trình đào tạo ngành Marketing

(Quyết định số 289/QĐ-HV ngày 16/04/2018 về việc ban hành Chương trình giáo dục đại học ngành Marketing - trình độ đại học hệ chính quy)

1. ĐIỀU KIỆN TUYỂN SINH

a) Quy định chung:

- Thí sinh đã tốt nghiệp chương trình THPT của Việt Nam (theo hình thức giáo dục chính quy hoặc giáo dục thường xuyên) hoặc đã tốt nghiệp trình độ trung cấp (trong đó, người tốt nghiệp trình độ trung cấp nhưng chưa có bằng tốt nghiệp THPT phải học và thi đạt yêu cầu đủ khối lượng kiến thức văn hóa THPT theo quy định của Luật Giáo dục và các văn bản hướng dẫn thi hành) hoặc đã tốt nghiệp chương trình THPT của nước ngoài (đã được nước sở tại cho phép thực hiện, đạt trình độ tương đương trình độ THPT của Việt Nam) ở nước ngoài hoặc ở Việt Nam (sau đây gọi chung là tốt nghiệp THPT);

- Có đủ sức khỏe để học tập theo quy định hiện hành.

b) Đối với phương thức xét tuyển dựa vào kết quả thi THPT năm 2021:

Ngoài các yêu cầu theo quy định chung ở mục a) thì thí sinh phải tham dự kỳ thi tốt nghiệp THPT năm 2021 với các bài thi/môn thi theo tổ hợp bài thi/môn thi tương ứng các ngành của Học viện.

c) Đối với phương thức xét tuyển kết hợp thi ngoài các yêu cầu theo quy định chung ở mục a) thì thí sinh cần có thêm một trong các điều kiện sau đây:

- Thí sinh có Chứng chỉ quốc tế SAT từ 1130/1600 trở lên hoặc ACT từ 25/36 trở lên và có kết quả điểm trung bình chung học tập lớp 10, 11, 12 (hoặc học kỳ 1 lớp 12) đạt từ 7,5 trở lên và có hạnh kiểm Khá trở lên;

- Thí sinh có Chứng chỉ tiếng Anh quốc tế trong thời hạn (tính đến ngày xét tuyển) đạt IELTS 5.5 trở lên hoặc TOEFL iBT 65 trở lên hoặc TOEFL ITP 513 trở lên và có kết quả điểm trung bình chung học tập lớp 10, 11, 12 (hoặc học kỳ 1 lớp 12) đạt từ 7,5 trở lên và có hạnh kiểm Khá trở lên;

- Thí sinh đạt giải Khuyến khích trong kỳ thi chọn học sinh giỏi quốc gia hoặc đã tham gia kỳ thi chọn học sinh giỏi quốc gia hoặc đạt giải Nhất, Nhì, Ba trong kỳ thi chọn học sinh giỏi cấp Tỉnh, Thành phố trực thuộc Trung ương (TW) các môn Toán, Lý, Hóa, Tin học và có kết quả điểm chung bình chung học tập lớp 10, 11, 12 (hoặc học kỳ 1 lớp 12) đạt từ 7,5 trở lên và có hạnh kiểm Khá trở lên;

- Là học sinh chuyên các môn Toán, Lý, Hóa, Tin học của trường THPT chuyên trên phạm vi toàn quốc (các trường THPT chuyên thuộc Tỉnh, Thành phố trực thuộc TW và các trường THPT chuyên thuộc Cơ sở giáo dục đại học) hoặc hệ/lớp chuyên môn Toán, Lý, Hóa, Tin học của các trường THPT trọng điểm quốc gia; và có kết quả điểm trung bình

chung học tập lớp 10, 11, 12 (hoặc học kỳ 1 lớp 12) đạt từ 8,0 trở lên và có hạnh kiểm Khá trở lên (Như danh sách các trường THPT chuyên kèm theo).

Ghi chú: Đối với các thí sinh nếu chưa có điểm trung bình chung học tập lớp 12 có thể sử dụng điểm trung bình chung học tập học kỳ 1 lớp 12.

2. MỤC TIÊU, KIẾN THỨC, KỸ NĂNG, TRÌNH ĐỘ NGOẠI NGỮ ĐẠT ĐƯỢC

2.1 Mục tiêu

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 Bru 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.

2.1.1. 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:

- a. 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)
- b. 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

- c. 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
- d. 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

2.1.2. 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:

a. 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.

b. 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.

c. 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, ...

2.2 Kiến thức

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

2.2.1. Kiến thức chung

- Hiểu, giải thích và vận dụng được những kiến thức nguyên lý nền tảng và tư duy chiến lược về marketing;
- 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;
- 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, marketing trong môi trường số;
- 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;
- 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;
- Hiểu và giải thích được các chức năng và công cụ marketing chủ yếu của doanh nghiệp;
- 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.

2.2.1. Kiến thức các chuyên ngành

a) Chuyên ngành Internet Marketing

- 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;

- 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;

- 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;

- 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 đề xuất, thiết lập chương trình marketing tìm kiếm, thực hiện chương trình marketing tìm kiếm);

- 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

- 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;

- 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;

- 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;

- 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

- 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;

- 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;

- 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;

- 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;

- 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.

2.3 Kỹ năng

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

2.3.1. Kỹ năng chuyên môn chung

- 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;
- Vận dụng được một cách phù hợp tư duy phân tích và kỹ năng thấu hiểu, tiếp cận khách hàng;
- 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;
- 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.

2.3.2. Kỹ năng chuyên môn chuyên ngành

a) Chuyên ngành Internet Marketing

- Phát triển được kỹ năng tư duy phân tích và lập kế hoạch hoạt động Internet marketing;
- 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;
- 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

- 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;
- Được trang bị các kỹ năng cần thiết để thực hành phân tích dữ liệu marketing số;
- 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

- Phát triển kỹ năng tư duy phân tích và lập kế hoạch truyền thông marketing;
- Được trang bị các kỹ năng cần thiết để thực hành triển khai hoạt động truyền thông marketing trong thực tiễn;
- 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, ...

2.4 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:

- 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;
- Hiểu và vận dụng được kỹ năng và phương pháp làm việc khoa học và chuyên nghiệp;
- Hiểu và vận dụng được kỹ năng làm việc hiệu quả trong nhóm (đa ngành), hội nhập được trong môi trường quốc tế;
- 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.

2.5 Ngoại ngữ (Tiếng Anh)

- 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;
- Có khả năng sử dụng tiếng Anh tốt trong các hoạt động liên quan đến nghề nghiệp được đào tạo.

2.6 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.

3. CÁC CHÍNH SÁCH, HOẠT ĐỘNG HỖ TRỢ HỌC TẬP, SINH HOẠT CHO NGƯỜI HỌC

- Người học được cấp email riêng, cấp tài khoản để sử dụng phần mềm quản lý đào tạo trực tuyến để quản lý và theo dõi quá trình học tập của mình, tự tra cứu tiến độ kế hoạch học tập, kinh phí, học phí, kết quả học tập của cá nhân.
- Bên cạnh các hoạt động nằm trong chương trình đào tạo, sinh viên còn được đào tạo các kỹ năng mềm như kỹ năng thuyết trình, kỹ năng làm việc nhóm, kỹ năng tạo lập văn bản tiếng Việt. Đặc biệt, sinh viên còn được tham gia các hoạt động nghiên cứu khoa học, các câu lạc bộ do Học viện tổ chức.
- Chế độ, chính sách đối với sinh viên được thực hiện trên tinh thần công khai, công bằng và đúng quy định. Tổ chức xét khen thưởng, kỷ luật được tiến hành thường xuyên và đúng quy chế.

4. CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO

KHỐI LƯỢNG KIẾN THỨC TOÀN KHÓA: 128 tín chỉ (không bao gồm Giáo dục thể chất, Giáo dục quốc phòng và các môn kỹ năng)

NỘI DUNG CHƯƠNG TRÌNH

4.1 Cấu trúc chương trình:

STT	Khối kiến thức	Tín chỉ
1	Kiến thức giáo dục đại cương	47
2	Kiến thức giáo dục chuyên nghiệp - Kiến thức cơ sở và bổ trợ của khối ngành và ngành - Kiến thức chuyên ngành	57 14
3	Thực tập và khóa luận tốt nghiệp	10
	Tổng cộng	128

4.2 Nội dung chương trình

4.2.1 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 tiên quyết	Phương án lập kế hoạch giảng dạy
				Lý thuyết	Chữa bài tập / Thảo luận				
1	Triết học Mác-Lênin	BAS1150	3	34	10		1		
2	Kinh tế chính trị Mác-Lênin	BAS1151	2	24	6				
3	Chủ nghĩa xã hội khoa học	BAS1152	2	24	6				
4	Lịch sử Đảng cộng sản Việt Nam	BAS1153	2	24	6				
5	Tư tưởng Hồ Chí Minh	BAS1122	2	24	6				
6	Tiếng Anh (Course 1)*	BAS1157	4						
7	Tiếng Anh (Course 2)	BAS1158	4						
8	Tiếng Anh (Course 3)	BAS1159	4						
9	Tiếng Anh (Course 3 Plus)	BAS1160	2						
10	Tin học cơ sở 1	INT1154	2	20	4	4	2		2x(10 ^{LT} +2 ^{BT})
11	Tin học cơ sở 3	INT1156	2	20	4	4	2		2x(10 ^{LT} +2 ^{BT})
12	Phương pháp luận nghiên cứu khoa học	SKD1108	2	18	6		6		3x(6 ^{LT} +2 ^{BT})
	Tổng:		31						
Giáo dục thể chất và Giáo dục quốc phòng									
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		
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		

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	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		

(*): Điều kiện để đăng ký học phần tiếng Anh Course 1 trong chương trình là sinh viên phải đạt trình độ tiếng Anh từ 225 điểm theo bài thi TOEIC Placement Test trở lên; các thí sinh chưa đạt mức điểm trên sẽ phải hoàn thành học phần tiếng Anh bổ trợ Course 0 (mã BAS 1156)

4.2.2. 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						

4.2.3 Khối kiến thức giáo dục chuyên nghiệp

4.2.3.1. 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				
19	Kinh tế vi mô 1	BSA1310	3	36	8		1		$3x(8^{LT}+2^{BT})+(12^{LT}+2^{BT})$
20	Kinh tế vĩ mô 1	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						

4.2.3.2. 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	$3x(8^{LT}+2^{BT}) + (12^{LT}+2^{BT})$
45	Quan hệ công chúng	MAR1411	3	36	8		1	MAR1322	$3x(8^{LT}+2^{BT}) + (12^{LT}+2^{BT})$
46	Marketing trực tiếp	MAR1407	3	36	8		1	MAR1322	$3x(8^{LT}+2^{BT}) + (12^{LT}+2^{BT})$
47	Quản trị quảng cáo	MAR1410	3	36	8		1	MAR1322	$3x(8^{LT}+2^{BT}) + (12^{LT}+2^{BT})$
48	Đề án: Kế hoạch Truyền thông marketing	MAR1403	2	6	24			MAR1322	$3x(2^{LT}+8^{BT})$
Tổng:			14						

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

5. KHẢ NĂNG HỌC TẬP, NÂNG CAO TRÌNH ĐỘ SAU KHI RA TRƯỜNG

Có thể tiếp tục học tiếp lên trình độ sau đại học tại các cơ sở giáo dục đại học trong nước và nước ngoài.

6. 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 analyst)
- 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.