

Số: 226/QĐ-HV

Hà Nội, ngày 19 tháng 12 năm 2023

QUYẾT ĐỊNH

Về việc ban hành Chương trình giáo dục đại học Chất lượng cao trình độ đại học ngành Marketing (định hướng Marketing số)

GIÁM ĐỐC HỌC VIỆN CÔNG NGHỆ BƯU CHÍNH VIỄN THÔNG

Căn cứ Nghị quyết số 22/NQ-HĐHV ngày 12 tháng 4 năm 2021 của Hội đồng học viện 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/TT-BGDĐT ngày 16 tháng 4 năm 2015 của Bộ trưởng Bộ Giáo dục và Đào tạo về việc ban hành Quy định khối lượng kiến thức tối thiểu, yêu cầu về năng lực mà 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;

Căn cứ Quyết định số 939/QĐ-HV ngày 23 tháng 3 năm 2022 của Giám đốc Học viện Công nghệ Bưu chính Viễn thông về việc ban hành Quy định xây dựng, cải tiến và phát triển chương trình đào tạo;

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

QUYẾT ĐỊNH:

Điều 1. Ban hành kèm theo Quyết định này Chương trình giáo dục đại học Chất lượng cao trình độ đại học ngành Marketing (định hướng Marketing số - Digital Marketing của Học viện Công nghệ Bưu chính Viễn thông (Chi tiết kèm theo).

Điều 2. Quyết định có hiệu lực thi hành kể từ ngày ký và thay thế Quyết định số 420/QĐ-HV ngày 29/3/2023 của Giám đốc Học viện.

Điều 3. Phó Giám đốc Phụ trách Cơ sở Học viện tại 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 công nghệ & 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, Giám đốc Trung tâm Đào tạo quốc tế và Trưởng các đơn vị có liên quan chịu trách nhiệm thi hành Quyết định./.

Nơi nhận:

- Như Điều 3;
- Bộ GD&ĐT (để b/c);
- Bộ TT&TT (để b/c);
- Hội đồng học viện (để b/c);
- Ban Giám đốc HV;
- Lưu VT, ĐT (03).

KT. GIÁM ĐỐC
PHÓ GIÁM ĐỐC
HỌC VIỆN
CÔNG NGHỆ
BƯU CHÍNH
VIỄN THÔNG
PGS. TS. Trần Quang Anh

CHƯƠNG TRÌNH GIÁO DỤC ĐẠI HỌC CHẤT LƯỢNG CAO *ADVANCED QUALITY EDUCATION PROGRAM*

Tên chương trình (Program name): **Marketing số - Chất lượng cao (*Digital marketing*)**

Ngành đào tạo (Major): **Marketing**

Trình độ đào tạo (Degree): **Đại học (*Bachelor*)**

Mã số (Code): **7340115**

Hình thức đào tạo (Form of education): **Chính qui (*Fulltime*)**

(Kèm theo Quyết định số 2262/QĐ-HV ngày 29 tháng 12 năm 2023 của Giám đốc Học viện Công nghệ Bưu chính Viễn thông)

1. MỤC TIÊU (GOALS AND OBJECTIVES)

1.1. Mục tiêu chung (Goals)

Chương trình đào tạo chất lượng cao trình độ đại học ngành Marketing định hướng Marketing số (*Digital Marketing*) của Học viện Công nghệ Bưu chính Viễn thông được thiết kế nhằm đào tạo và cung cấp nguồn nhân lực chất lượng cao về marketing số ở trình độ đại học trong bối cảnh hội nhập kinh tế thế giới và cách mạng công nghiệp 4.0.

Được xây dựng trên nền Chương trình đào tạo bậc đại học ngành Marketing (định hướng *Digital Marketing*) của Học viện Công nghệ Bưu chính Viễn thông, chương trình chất lượng cao Marketing số nhấn mạnh vào hai điểm khác biệt chính. Một là chương trình tập trung cung cấp cho sinh viên các kiến thức, kỹ năng cơ bản và cập nhật về công nghệ số cũng như ứng dụng chúng trong các cấp độ quy trình (từ cấp lập kế hoạch đến cấp tác nghiệp) và hoạt động/chức năng marketing; trong hoạt động thu thập khai thác dữ liệu nhằm phân tích, đánh giá và tối ưu các quyết định marketing trong tổ chức/doanh nghiệp. Hai là chương trình tăng cường khả năng sử dụng tiếng Anh của sinh viên trong việc học tập, nghiên cứu, phục vụ công việc chuyên môn và hoà nhập nhanh với cộng đồng marketing trong khu vực và quốc tế sau khi ra trường. Chương trình được thiết kế một cách khoa học 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.

The advanced quality education program in Digital Marketing delivered by Post and Telecommunications Institute of Technology is designed to develop and provide advanced quality human resources in digital marketing with a university degree in the era of international economic integration and industrial revolution 4.0.

Basing on the actual marketing education graduate program with digital marketing orientation of the Posts and Telecommunications Institute of Technology, the advanced

quality education program in digital marketing emphasizes two key differences. The first difference is to provide students with basic and up-to-date knowledge and skills in digital technologies and their application at different levels and marketing activities/functions; in data collection and data mining to analyze, evaluate and optimize marketing decisions of organizations/enterprises. The second difference is to equip and enhance students' ability to use English in studying, researching, serving professional activities as well as quickly integrating into the regional and international marketing community after graduation. The program is designed academically with clear and specific orientation and objectives to help graduates enter the labor market in digital marketing which is rapidly growing in Vietnam.

1.2. Mục tiêu cụ thể (Program Learning Objectives - POs)

Chương trình đào tạo chất lượng cao ngành Marketing định hướng Marketing số nhằm vào mục tiêu trang bị cho sinh viên những kiến thức chuyên môn, kỹ năng và năng lực cần thiết để giải quyết các thách thức gây ra bởi sự phát triển của công nghệ số và nền kinh tế vừa phân khúc vừa toàn cầu hóa hiện nay. Chương trình đào tạo cung cấp cho sinh viên:

The advanced quality education program in digital marketing aims to equips students with the knowledge, skills and competencies to meet the challenges caused by the development of digital technologies and a fractionalized, globalized economy. The program provides to students:

1.2.1. Kiến thức (Knowledge)

[PO1] Kiến thức cơ bản về lý luận chính trị, hệ thống pháp luật Việt Nam, an ninh quốc phòng, các nguyên lý kinh tế, môi trường kinh doanh và marketing hiện đại.

[PO2] Kiến thức chuyên môn về marketing số để vận dụng trong việc triển khai áp dụng trong các tổ chức, doanh nghiệp, từ lập kế hoạch, tổ chức và triển khai, kiểm soát, đánh giá.

[PO3] Kiến thức chuyên môn và thực tiễn về các công nghệ số và các công cụ marketing số để có thể vận dụng vào thực tiễn môi trường kinh doanh phức tạp và biến động: đánh giá, lựa chọn và ứng dụng các công nghệ số, công cụ marketing.

[PO4] Kiến thức chuyên môn về phân tích, đánh giá thành tích hoạt động marketing số và đề xuất các hoạt động cải thiện nhằm tối hoạt động marketing số của các tổ chức, doanh nghiệp.

[PO5] Kiến thức thực tiễn về các xu hướng, viễn cảnh nghề nghiệp về marketing số và các vấn đề đạo đức nghề nghiệp liên quan đến marketing số.

[PO1] Basic knowledge related to political theories, the Vietnamese legal system, national security, economic principles, modern business environment and marketing

[PO2] Advanced professional knowledge in order to practice digital marketing in enterprises/organizations, including planning, organizing, implementing, controlling and evaluation activities.

[PO3] Professional and practical knowledge on digital technologies and digital marketing tools in order to be able to evaluate, select and apply digital technologies and digital marketing tools in the complex and challenging business environment.

[PO4] Professional knowledge related to analyze, evaluate digital marketing performance and propose activities to optimize digital marketing of business/ organization.

[PO5] Practical knowledge related to career positions and perspectives as well as professional ethics in the field of digital marketing

1.2.2. Kỹ năng (skills)

[PO6] Các kỹ năng chuyên môn cơ bản để có thể triển khai thực hiện hoạt động marketing và marketing số trong thực tiễn các doanh nghiệp, tổ chức.

[PO7] Các kỹ năng bổ trợ và kỹ năng mềm để có thể làm việc hiệu quả trong môi trường năng động và chuyên nghiệp.

[PO6] Basic professional skills to apply marketing and digital marketing in practical situations of enterprises/organization

[PO7] Complementary and soft skills as well as to work effectively in a professional and dynamic environment.

1.2.3. Thái độ (Attitude)

[PO8] Phẩm chất đạo đức, ý thức nghề nghiệp, trách nhiệm công dân, chủ động sáng tạo, có ý thức phối hợp, hợp tác trong công việc.

[PO8] Qualities related to professional ethics, civic responsibility, initiative, creativity, sense of coordination and cooperation at work

1.2.4 Trình độ ngoại ngữ và tin học (Foreign languages and informatics)

[PO9] Khả năng sử dụng tốt tiếng Anh để có thể làm việc hiệu quả trong môi trường mang tính quốc tế.

[PO10] Khả năng sử dụng tốt các công cụ tin học và phần mềm chuyên môn cơ bản phục vụ cho công việc, học tập và nghiên cứu.

[PO9] Good ability to use English in order to effectively work in an international environment

[PO10] Good ability to use computer and common and professional software tools for working, studying and researching

1.3. Vị trí việc làm sau tốt nghiệp (Job and career positions after graduating)

Được trang bị nhưng kiến thức, kỹ năng nền tảng vững chắc, hiện đại và thực tiễn trong chương trình chất lượng cao về digital marketing của Học viện Công nghệ Bưu chính Viễn thông, sau khi tốt nghiệp, sinh viên sẽ có nhiều cơ hội việc làm hấp dẫn cũng như có những cơ hội thăng tiến, từ nhân viên đến các chức danh quản trị trung gian và cấp cao trong lĩnh vực digital marketing trong doanh nghiệp, tổ chức, cơ quan. Ngoài ra, sau khi hoàn thành chương trình học, sinh viên có thể có nhiều cơ hội việc làm trong các công ty cung cấp

dịch vụ marketing/marketing số cũng như cơ hội học tập nâng cao hơn hoặc làm việc trong môi trường giảng dạy, nghiên cứu...

After graduating the advanced quality digital marketing program in digital marketing at PTIT, students will have various attractive job and career from employees to middle and senior management positions in the field of digital marketing in businesses and organizations. In addition, after completing the program, students can have interesting job and career opportunities in marketing agencies or companies providing digital marketing/marketing services as well as career opportunities for further study or work in a teaching and research environment.

➤ **Các vị trí việc làm trong các doanh nghiệp hoặc các tổ chức, cơ quan (Job and career opportunities in businesses and organizations)**

Sinh viên tốt nghiệp chương trình chất lượng cao về digital marketing có thể đảm nhiệm hầu hết các công việc liên quan đến marketing số trong các doanh nghiệp hoặc các tổ chức, cơ quan. Các công việc rất đa dạng tùy vào đặc thù của các doanh nghiệp, tổ chức.

Graduates of a advanced quality digital marketing program can take on most digital marketing-related jobs in businesses or organizations. The jobs are diverse depending on the characteristics of businesses and organizations.

- Chuyên viên hoặc nhà quản trị digital marketing/*Digital marketing specialist or manager*
- Chuyên viên hoặc nhà quản trị truyền thông marketing số/*Digital marketing communication specialist or manager*
- Chuyên viên hoặc nhà quản trị marketing nội dung số/*Digital content marketing specialist or manager*
- Chuyên viên phân tích chiến dịch marketing/*Marketing campaign analyst*
- Chuyên viên nghiên cứu thị trường/*Market research specialist*
- Chuyên viên SEO or SEM/*Search Engine Optimisation (SEO) or Search engine marketing (SEM) specialist*
- Chuyên viên phân tích web/*Web Analyst*
- Chuyên viên thương mại điện tử/*E-commerce specialist*
- Chuyên viên phân tích Insight khách hàng/*Customer Insight Analyst*
- Chuyên viên phân tích SMM/*Social Media Marketing Analyst*
- Chuyên viên công nghệ Marketing/*Marketing technologist*
- Chuyên viên phân tích chiến lược Marketing/*Marketing Strategy Analyst*
- Chuyên viên phân tích marketing/*Marketing analyst*
- Chuyên viên hoặc nhà quản trị bán hàng và marketing trực tuyến/*Sales & online marketing specialist or manager*
-
- **Các vị trí việc làm trong các công ty cung cấp dịch vụ marketing, marketing số (Job and career in marketing, digital marketing agencies)**
- Chuyên viên hoặc nhà quản trị digital marketing/*Digital marketing specialist of manager*
- Chuyên viên lập kế hoạch digital marketing/*Digital marketing planner*

- Chuyên viên tư vấn digital marketing/ *Digital marketing consultant*
 - Chuyên viên hoặc nhà quản trị marketing nội dung số/ *Digital content marketing specialist or manager*
 - Chuyên viên phân tích chiến dịch marketing số/ *Digital marketing campaign analyst*
 - Chuyên viên quản trị khách hàng/ *Account manager*
 - ...
- **Các cơ hội nghề nghiệp khác (Other career opportunities)**

Bên cạnh đó, với nền tảng kiến thức lý thuyết và thực tiễn vững chắc về marketing và marketing số, sau khi tốt nghiệp chương trình chất lượng cao về marketing số, sinh viên có thể có nhiều sự lựa chọn về nghề nghiệp khác như:

- Khởi sự kinh doanh, tạo lập doanh nghiệp riêng
- Tiếp tục học cao hơn ở trình độ Cao học (quản trị kinh doanh, marketing) ở trong và ngoài nước.
- Đảm nhiệm các vị trí công việc liên quan đến nghiên cứu, giảng dạy/đào tạo về marketing số tại các cơ sở giáo dục/đào tạo và doanh nghiệp

Besides, with a solid foundation of theoretical and practical knowledge in marketing and digital marketing, after graduating from this advanced quality education program in digital marketing, students can have many other career opportunities such as:

- *Start up a business or create their own business*
- *Continue to study further at the master's level in business administration or marketing*
- *Be able to work on positions related to research, teaching/training in digital marketing at educational or training institutions*

2. CHUẨN ĐẦU RA (LEARNING OUTCOMES-LOs)

2.1. Kiến thức (Knowledge)

[LO1] Hiểu được những vấn đề chung về về lý luận chính trị, hệ thống pháp luật Việt Nam, an ninh quốc phòng, các nguyên lý kinh tế, môi trường kinh doanh và marketing hiện đại, hành vi khách hàng, tư duy marketing và quan điểm quản trị/marketing hiện đại; có khả năng vận dụng được những hiểu biết này trong triển khai các hoạt động marketing.

[LO2] Hiểu được những khái niệm, qui trình và nguyên lý nền tảng về marketing, các chứng năng marketing; có khả năng vận dụng các kiến thức liên quan vào thực tiễn hoạt động marketing của doanh nghiệp/tổ chức.

[LO3] Hiểu và có khả năng vận dụng các công cụ marketing cơ bản, gồm phân tích, đánh giá và sử dụng một cách phối hợp chúng, vào thực tế hoạt động marketing của doanh nghiệp/tổ chức trong môi trường cạnh tranh và biến động.

[LO4] Hiểu và đánh giá được các công nghệ số để triển khai chúng vào thực tiễn hoạt động marketing hiện đại; có thể phân tích và đánh giá được xu hướng công nghệ marketing số.

[LO5] Hiểu về các kênh và công cụ marketing số cơ bản (liên quan đến web, social media, search engine...); có thể giải thích, đánh giá và đề xuất việc sử dụng chúng trong những bối cảnh cụ thể nhằm thấu hiểu và kết nối với khách hàng với mục tiêu tối ưu hóa hoạt động marketing của tổ chức/doanh nghiệp.

[LO6] Hiểu, vận dụng và giải thích được nguyên tắc, công việc và qui trình lập kế hoạch (chiến lược) marketing nói chung và marketing số nói riêng trong thực tiễn bối cảnh cụ thể của các doanh nghiệp/tổ chức.

[LO7] Hiểu, phân biệt và áp dụng được các loại hình nội dung (content) và cách thức tạo ra chúng; có thể tạo ra những nội dung phù hợp với thực tiễn hoạt động marketing số của tổ chức/doanh nghiệp.

[LO8] Hiểu và giải thích được bản chất, vai trò, các loại hình dữ liệu kinh doanh/marketing, các phương pháp thu thập và phân tích dữ liệu kinh doanh/marketing, quản trị dữ liệu; có thể vận dụng kiến thức về dữ liệu, quản trị dữ liệu để tối ưu các quyết định marketing của tổ chức/doanh nghiệp.

[LO9] Hiểu và có thể vận dụng được các nguyên tắc và các phương pháp, kỹ thuật căn bản nhằm phân tích marketing (đặc biệt là phân tích marketing số) nhằm đánh giá thành tích và kết quả hoạt động marketing của thương hiệu, doanh nghiệp/tổ chức.

[LO10] Hiểu được các xu hướng, vị trí việc làm và những vấn đề cơ bản về đạo đức nghề nghiệp trong lĩnh vực marketing, đặc biệt trong marketing số.

[LO1] Understand the general issues of political theories, the Vietnamese legal system, national security, economic principles, modern business environment and marketing, customer behavior, marketing mindset and modern management/marketing approaches; apply this knowledge and understanding in implementing marketing activities

[LO2] Understand the fundamental concepts, processes, principles of marketing and marketing areas/functions; be able to practice related knowledge in future marketing activities

[LO3] Understand and be able to apply basic marketing tools, including analyzing, evaluating and combining these ones, in practical marketing activities of business/organization in a competitive and volatile environment

[LO4] Understand and make judgments about digital technologies in order to apply them in modern marketing activities; be able to analyze and evaluate digital marketing technology trends

[LO5] Know and understand basic digital marketing channels and tools (related to web, social media, search engine...); be able to explain, evaluate and recommend their use in specific contexts to understand and connect with customers to optimize marketing activities of the organization/business

[LO6] Understand, be able to apply and explain the principles, tasks and process of marketing (strategic) planning in general and digital marketing in particular in specific contexts of businesses/organizations

[LO7] Understand, be able to distinguish and apply different types of content and the way to create them; be able to create suitable content for the digital marketing practice of the organization/enterprise

[LO8] Be able to explain the nature, roles, types of business/marketing data, methods of collecting, analyzing and managing data; be able to apply knowledge of data and data management to optimize the marketing decisions of organizations/enterprises.

[LO9] Understand and be able to apply basic principles, methods and techniques for marketing analysis (especially digital marketing analysis) in order to evaluate the performance of marketing activities.

[LO10] Understand trends, job positions, and ethical basics in the field of marketing, especially in digital marketing

2.2. Kỹ năng (Skills)

2.2.1 Kỹ năng chuyên môn (Professional skills)

[LO11] Có thể sử dụng các kỹ năng cơ bản về phân tích môi trường marketing và thấu hiểu người tiêu dùng.

[LO12] Có thể sử dụng kỹ năng cơ bản liên quan đến thu thập, phân tích và diễn giải các loại dữ liệu cơ bản (dữ liệu sơ cấp, dữ liệu thứ cấp, dữ liệu người dùng để lại trong môi trường Internet, dữ liệu số); quản trị dữ liệu nhằm phục vụ cho các quyết định marketing.

[LO13] Có thể lập kế hoạch cho hoạt động marketing số của doanh nghiệp/tổ chức.

[LO14] Có thể đánh giá, lựa chọn và phối hợp các kênh và công cụ/kỹ thuật marketing nhằm triển khai các chương trình và chiến dịch marketing số trong môi trường kinh doanh đầy biến động.

[LO15] Có thể tạo ra những nội dung cơ bản phù hợp với các kênh và công cụ/nền tảng marketing số.

[LO16] Có thể sử dụng các kỹ năng phân tích marketing và phân tích marketing số cơ bản nhằm đánh giá thành tích và kết quả hoạt động marketing nhằm phục vụ cho các quyết định điều chỉnh chiến lược, kế hoạch và các chương trình marketing để mang lại thành tích tốt hơn.

[LO11] Be able to use basic skills in analyzing the marketing environment and understanding consumers

[LO12] Be able to apply basic skills in collecting, analyzing and interpreting basic data types (primary data, secondary data, user data left in the Internet environment, digital data); Data management for marketing decisions

[LO13] Be able to planning digital marketing activities for business/organizations

[LO14] Be able to evaluate, select and combine marketing channels and tools/techniques to optimize digital marketing programs and campaigns in a volatile business environment

[LO15] Be able to apply basic skills in creating content suitable for various digital marketing channels and tools/platforms

[LO16] Be able to apply marketing and digital marketing analytical skills to evaluate marketing performance to adjust marketing activities such as marketing strategy, marketing plan and marketing program or campaign in order to achieve optimized results.

2.2.2 Kỹ năng bổ trợ và kỹ năng mềm (Complementary skills and soft skills)

[LO17] Có thể lựa chọn và định hướng phát triển nghề nghiệp trong lĩnh vực marketing.

[LO18] Có tư duy hệ thống, tư duy logic và sáng tạo nhằm có thể vận dụng tốt các kiến thức và kỹ năng chuyên môn được học vào thực tiễn hoạt động marketing của doanh nghiệp/tổ chức trong môi trường đầy biến động.

[LO19] Có thể sử dụng kỹ năng mềm phục vụ cho việc thực hiện các công việc một cách chuyên nghiệp, bao gồm: kỹ năng giao tiếp, kỹ năng đặt mục tiêu, kỹ năng quản trị thời gian, kỹ năng làm việc nhóm, kỹ năng phản biện để làm việc và tương tác hiệu quả trong các tình huống công việc khác nhau, trong môi trường làm việc đa ngành và hội nhập quốc tế.

[LO20] Có thể sử dụng những phần mềm phân tích dữ liệu cơ bản (Excel, SPSS...).

[LO21] Có những kỹ năng cơ bản để lựa chọn, vận dụng các phương pháp, kỹ thuật phân tích dữ liệu cơ bản để cung cấp những thông tin có ích nhằm đánh giá thành tích marketing và phục cho việc ra quyết định marketing.

[LO17] Be able to choose and develop a career path in the field of marketing

[LO18] Possess systematic, logical and creative thinking skills to be able to apply professional knowledge and skills to the practice of marketing activities of enterprise/organization in a volatile environment;

[LO19] Possess soft skills for performing jobs professionally, including communication skills, goal setting skills, time management skills, teamwork skills, critical thinking skills, in order to interact effectively in different work situations and in a multidisciplinary and international working environment

[LO20] Be able to use basic data analysis softwares (Excel, SPSS ...)

[LO21] Possess basic skills in selecting and applying basic data analysis methods and techniques to provide useful information for evaluating marketing performance/effectiveness and for making decision

2.3. Ngoại ngữ và tin học ((Foreign Language and Informatics)

[LO22] Đạt trình độ tiếng Anh tối thiểu TOEFL iBT 70 điểm hoặc IELTS 6.0 trở lên hoặc tương đương.

[LO23] Có khả năng sử dụng tiếng Anh phục vụ học tập, nghiên cứu, hoà nhập nhanh với cộng đồng marketing trong khu vực và quốc tế sau khi ra trường; có khả năng sử dụng tiếng Anh tốt trong các hoạt động liên quan đến nghề nghiệp, chuyên môn được đào tạo.

[LO24] Đạt chuẩn đầu ra tin học quốc tế MOS (Microsoft Office Specialist)

[LO22] Attain minimum scores in the following English language proficiency tests: TOEFL iBT 70 or IELTS 6.0 or equivalent

[LO23] Be able to use English in study and research, quickly integrate with the regional and international marketing community after graduation; Be able to use English at work and in related professional activities

[LO24] Attain MOS (Microsoft Office Specialist) international informatics learning outcome.

2.4. Năng lực tự chủ, trách nhiệm và hành vi đạo đức (Autonomy, responsibility and ethical behavior)

[LO25] Nhận thức được những vấn đề đương đại trong marketing và tác động của chúng đến người tiêu dùng, doanh nghiệp/tổ chức và xã hội

[LO26] Có khả năng tự định hướng, thích nghi với môi trường làm việc năng động và hội nhập quốc tế

[LO27] Có khả năng đưa ra được các ý tưởng, sáng kiến trong quá trình thực thi các công việc, nhiệm vụ được giao

[LO28] Có khả năng chủ động trong xử lý, giải quyết công việc, nhiệm vụ được giao

[LO29] 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

[LO30] Hiểu rõ về các giá trị đạo đức và trách nhiệm nghề nghiệp

[LO25] Be aware of contemporary issues in marketing and their impact on consumers, businesses/organizations and society

[LO26] Be able to be self-directed and adapt to a dynamic working environment and international integration

[LO27] Be able to come up with ideas and initiatives at work and in executing assigned tasks

[LO28] Be able to be proactive in handling and solving assigned tasks

[LO29] Be aware of the need for regular learning to increase qualifications, professional competence and foreign language ability for lifelong self-learning

[LO30] Understand ethical values and professional responsibilities

3. THỜI GIAN ĐÀO TẠO (EDUCATION DURATION): 4 NĂM (4 YEARS)

4. KHỐI LƯỢNG KIẾN THỨC TOÀN KHOÁ (TOTAL CREDITS): 136 tín chỉ/136 credits (không bao gồm Giáo dục thể chất, Giáo dục quốc phòng và các môn kỹ năng dành cho sinh viên chương trình marketing số/ Not including physical training, military education modules and skills courses for digital marketing students)

5. ĐỐI TƯỢNG TUYỂN SINH VÀ YÊU CẦU ĐẦU VÀO (ENROLLMENT REQUIREMENTS)

a) Là người đã tốt nghiệp THPT hoặc tương đương, tham dự và trung tuyển (đạt yêu cầu đầu vào) trong kỳ tuyển sinh đại học hệ chính quy với tổ hợp xét tuyển Toán, Lý, Hóa (A00) hoặc Toán, Lý, Anh (A01) hoặc Toán, Văn, Anh (D01) hoặc các phương thức xét tuyển riêng của Học viện Công nghệ Bưu chính Viễn thông;

b) Thí sinh là người nước ngoài có văn bằng tốt nghiệp tương đương văn bằng tốt nghiệp THPT của Việt Nam, có đủ năng lực tiếng Việt và tiếng Anh để học tập và nghiên cứu.

c) Thí sinh sau khi trúng tuyển phải tham dự kỳ kiểm tra trình độ tiếng Anh và phải đạt trình độ tiếng Anh tối thiểu từ TOEFL iBT 31 điểm hoặc IELTS 4.0 điểm trở lên để đủ năng lực học tập và nghiên cứu. Các thí sinh chưa đạt yêu cầu trình độ tiếng Anh sẽ phải học khóa học tiếng Anh tăng cường trong học kỳ đầu tiên.

6. QUY TRÌNH ĐÀO TẠO, ĐIỀU KIỆN TỐT NGHIỆP (EDUCATION PROCEDURE, GRADUATION REQUIREMENTS)

6.1. Quy trình đào tạo (Education procedure)

- 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 hoàn thành các học phần thay thế tốt nghiệp.

- Sinh viên được đào tạo theo phương thức đào tạo tín chỉ, áp dụng Quy chế đào tạo tín chỉ hiện hành của Bộ Giáo dục & Đào tạo và của Học viện

6.2. Công nhận tốt nghiệp (Graduation requirements)

Kết thúc khóa học, sinh viên được công nhận tốt nghiệp và cấp bằng Cử nhân Marketing Chất lượng cao trình độ đại học hệ chính quy (The Degree of Bachelor Marketing – HONOR) sau khi hội đủ các tiêu chuẩn theo Quy chế đào tạo đại học hệ chính quy theo học chế tín chỉ.

7. THANG ĐIỂM (GRADING SCALE): theo thang điểm tín chỉ

Điểm chữ (A, B, C, D, F) và thang điểm 4 quy đổi tương ứng được sử dụng để đánh giá kết quả học tập chính thức. Thang điểm 10 được sử dụng để đánh giá điểm thành phần của các môn học/học phần.

	Thang điểm (Grading scale): 10	Thang điểm (Grading scale): 4	
		Điểm chữ/Grade	Điểm số/Value
Điểm đạt/Pass	Từ 9,0 đến 10,0 <i>From 9,0 to 10,0</i>	A+	4,0
	Từ 8,5 đến 8,9 <i>From 8,5 to 8,9</i>	A	3,7
	Từ 8,0 đến 8,4 <i>From 8,0 to 8,4</i>	B+	3,5
	Từ 7,0 đến 7,9 <i>From 7,0 to 7,9</i>	B	3,0
	Từ 6,5 đến 6,9 <i>From 6,5 to 6,9</i>	C+	2,5
	Từ 5,5 đến 6,4 <i>From 5,5 to 6,4</i>	C	2,0
	Từ 5,0 đến 5,5 <i>From 5,0 to 5,5</i>	D+	1,5
	Từ 4,0 đến 4,9 <i>From 4,0 to 4,9</i>	D	1,0
	Không đạt/ <i>Fail</i>	Dưới 4,0 <i>Under 4,0</i>	F

Loại đạt không phân mức (áp dụng cho các học phần chỉ yêu cầu đạt, không tính vào điểm trung bình chung học tập): Từ 5,0 điểm trở lên, điểm chữ là P

8. NỘI DUNG CHƯƠNG TRÌNH (PROGRAM CURRICULUM)

8.1 Cấu trúc chương trình (Educational knowledge structure)

STT	Khối kiến thức (Blocks of knowleges)	Số tín chỉ (credits)
1.	Kiến thức giáo dục đại cương (General education knowledge)	47
1.1	Khối kiến thức chung (General knowledge)	38
1.1.1	Lý luận chính trị (Political theory)	11
1.1.2	Tin học (Informatic)	3
1.1.3	Tiếng Anh (English)	24
1.2	Khối kiến thức khoa học tự nhiên và xã hội (Knowledge related to natural and social sciences)	9
2.	Kiến thức giáo dục chuyên nghiệp (Professional education knowledge)	79
2.1	Khối kiến thức cơ sở nhóm ngành và ngành (General knowledge of major field)	49
2.2	Khối kiến thức chuyên chuyên ngành (Specialized professional knowledge)	30
3.	Thực tập và Tốt nghiệp/Internship and Dissertation	10

8.2 Nội dung chương trình đào tạo (Program Curriculum)

8.2.1 Khối kiến thức chung (General knowledge)

TT	Tên môn học/học phần (Course name)	Mã số (Course code)	Số tín chỉ (Credit)	Lên lớp (in class) (tiết/hours)		Thí nghiệm/Thực hành (Lab sessions (hours)	Tự học (self-study) (tiết) (hours)	Ngôn ngữ giảng dạy/ Teaching language
				Lý thuyết (Lecture)	BT/ TL (Tutorial)			
1	Triết học Mác Lênin (Philosophy of Marxism and Leninism)	BAS1150	3	34	10		1	Tiếng Việt (Vietnamese)
2	Kinh tế chính trị Mác Lênin (Political economics of Marxism and Leninism)	BAS1151	2	24	6			Tiếng Việt (Vietnamese)
3	Chủ nghĩa xã hội khoa học (Scientific socialism)	BAS1152	2	24	6			Tiếng Việt (Vietnamese)
4	Tư tưởng Hồ Chí Minh (Ho Chi Minh Ideology)	BAS1122	2	24	6			Tiếng Việt (Vietnamese)
5	Lịch sử Đảng cộng sản Việt Nam (History of Vietnamese communist party)	BAS1153	2	24	6			Tiếng Việt (Vietnamese)
6	Tin học cơ sở (theo chuẩn quốc tế) (Basic	INT11177_CLC	3					Tiếng Anh (English)

TT	Tên môn học/học phần (Course name)	Mã số (Course code)	Số tín chỉ (Credit)	Lên lớp (in class) (tiết/hours)		Thí nghiệm/Thực hành (Lab sessions (hours))	Tự học (self-study) (tiết) (hours)	Ngôn ngữ giảng dạy/ Teaching language
				Lý thuyết (Lecture)	BT/ TL (Tutorial)			
	informatics- International standard)							
7	Tiếng Anh (Course 1)_CLC (English – Course 1- High quality)	BAS1162_CLC	8					Tiếng Anh (English)
8	Tiếng Anh (Course 2)_CLC (English – Course 2- High quality)	BAS1163_CLC	8					Tiếng Anh (English)
9	Tiếng Anh (Course 3)-CLC (English – Course 3- High quality)	BAS1164_CLC	8					Tiếng Anh (English)
	Cộng (Total)		38					

Giáo dục thể chất và giáo dục quốc phòng (Military education and Physical education courses)

1	Giáo dục thể chất 1 (Physical Education 1)	BAS1106	2	2	26	2	1	Tiếng Việt (Vietnamese)
2	Giáo dục thể chất 2 (Physical Education 2)	BAS1107	2	2	26	2	2	Tiếng Việt (Vietnamese)
3	Giáo dục Quốc phòng (Military Education)	BAS1105	7,5					Tiếng Việt (Vietnamese)

**Kỹ năng dành cho sinh viên digital marketing: 3 TC (chọn 3 Kỹ năng)
(Skills for digital marketing students: 3 credits. Select 3/5)**

1	Phát triển nghề nghiệp (Professional development in Marketing)	MAR1147_CLC	1	10	5			Tiếng Việt (Vietnamese)
2	Kỹ năng truyền thông (Communication skills)	MAR1148_CLC	1	10	5			Tiếng Việt (Vietnamese)
3	Kỹ năng tương tác liên cá nhân (interpersonal skills)	MAR1149_CLC	1	8	7			Tiếng Việt (Vietnamese)
4	Kỹ năng tư duy sáng tạo và giải quyết vấn đề (Creative thinking and problem-solving skills)	MAR1150_CLC	1	8	7			Tiếng Việt (Vietnamese)
5	Kỹ năng lập kế hoạch (planning skills)	MAR1151_CLC	1	8	7			Tiếng Việt (Vietnamese)

8.2.2 Khối kiến thức khoa học tự nhiên và xã hội (Knowledge related to natural and social sciences)

how to collect, analyze various types of research data (including secondary data, observation data, qualitative data and quantitative data) for use in decision making.

10. Hệ thống thông tin kinh doanh (*Business Information Systems*)

Mã môn học (*Course code*): MAR1357 _CLC

Số tín chỉ (*number of credits*): 03

Môn học tiên quyết (*Prerequisite*): Nguyên lý marketing (*Principles of marketing*)

Tóm tắt nội dung (*Course summary*):

Môn học này sẽ cung cấp cho sinh viên những kiến thức cơ bản về hệ thống thông tin phục vụ hoạt động kinh doanh trong tổ chức. Sinh viên cũng tìm hiểu bằng cách nào một hệ thống thông tin có thể tác động một quy trình kinh doanh và tổ chức. Sinh viên cũng nghiên cứu cách cơ sở dữ liệu được sử dụng trong doanh nghiệp với mục tiêu thu thập dữ liệu; các cách thức khác nhau được sử dụng để phát triển một hệ thống thông tin, các hệ thống chức năng của nó và các nguyên tắc cơ bản của giao tiếp và liên kết trong một hệ thống và giữa nhiều hệ thống. Môn học thảo luận về các khía cạnh quản lý quan trọng của việc coi thông tin và kiến thức là nguồn lực của tổ chức và sử dụng hệ thống thông tin một cách chiến lược để đạt được các mục tiêu của tổ chức.

This course will provide for students the basic knowledge of information systems for business operation in organization. Students study examine how an information system can manage a business processes and organization. They also study how databases are used in business to collect data, the different methodologies used to develop an information system, its functional systems, and the fundamentals of communication and networking within a system and among multiple systems. This course discusses the significant managerial aspects of treating information and knowledge as organizational resources and employing information systems strategically to achieve organizational goals.

11. Truyền thông marketing tích hợp (*Intergrated marketing communication*)

Mã môn học (*Course code*): MAR1314 _CLC

Số tín chỉ (*number of credits*): 03

Môn học tiên quyết (*Prerequisite*): Nguyên lý marketing (*Principles of marketing*)

Tóm tắt nội dung (*Course summary*):

Môn học giới thiệu cho người học tổng quan về truyền thông marketing và quy trình truyền thông cũng như các xu hướng hiện tại và tác động của thời đại số đối với truyền thông marketing. Trong môn học, người học sẽ khám phá về truyền thông marketing và cách thức hoạt động của nó, cũng như được phát triển một số kiến thức về cách ngành công nghiệp này bảo vệ người tiêu dùng.

Quảng cáo và các công cụ IMC khác là những thành phần cốt lõi trong việc phát triển một chương trình truyền thông marketing tích hợp. Môn học này cũng sẽ giới thiệu bao quát các kiến thức liên quan về các thành phần đó tới người học. Người học sẽ được giới thiệu về lý thuyết cũng như thực hành, điều cơ bản để hiểu về quảng cáo và các công cụ IMC khác và cách sử dụng chúng để đạt được hiệu quả cao nhất.

8. Marketing chiến lược (*Strategic Marketing*)

Mã môn học (*Course code*): MAR1355_CLC

Số tín chỉ (*number of credits*): 03

Môn học tiên quyết (*Prerequisite*):

Tóm tắt nội dung (*Course summary*):

Mục tiêu của môn học này là cung cấp cho sinh viên các nguyên tắc cơ bản về chiến lược marketing, cách tiếp cận có hệ thống để quản lý marketing ở tầm chiến lược và khung tư duy dựa trên giá trị để phát triển các sản phẩm, dịch vụ định hướng thị trường. Kiến thức được trình bày trong môn học xuất phát từ quan điểm rằng marketing là một quá trình tạo ra giá trị và giá trị là trọng tâm của bất kỳ doanh nghiệp nào. Ngoài lý thuyết, môn học còn giới thiệu cho sinh viên bộ công cụ thực tế cho phép các nhà marketing áp dụng kiến thức trong các khuôn khổ chung về marketing chiến lược vào các vấn đề kinh doanh cụ thể và các cơ hội thị trường.

The aim of this course is to provide students with the fundamentals of marketing strategy, a systematic approach to marketing management, and a value-based thinking framework for developing marketable products and services. The knowledge presented comes from the point of view that marketing is a value creation process and value is at the heart of any business enterprise. In addition to theory, the course also provides students a practical set of tools that enable marketers to apply the knowledge contained in general frameworks to specific business problems and market opportunities.

9. Nghiên cứu marketing (*Marketing research*)

Mã môn học (*Course code*): MAR1356_CLC

Số tín chỉ (*number of credits*): 03

Môn học tiên quyết (*Prerequisite*): Nguyên lý marketing (*Principles of marketing*); Xác suất và thống kê trong kinh tế (*Probability & Statistics for Economics*); Kinh tế lượng (*Econometrics*)

Tóm tắt nội dung (*Course summary*):

Môn học này sẽ cung cấp cho sinh viên tổng quan các kiến thức và kỹ năng cơ bản về nghiên cứu marketing. Trong môn học, sinh viên sẽ được giới thiệu và thảo luận về các khái niệm, quy trình và kỹ thuật chính liên quan đến nghiên cứu marketing và các vai trò/ứng dụng của chúng. Môn học bắt đầu với việc nhấn mạnh về giá trị và bản chất của nghiên cứu marketing. Quy trình nghiên cứu marketing sẽ được thảo luận sau đó. Tiếp theo, môn học sẽ lần lượt giới thiệu với sinh viên cách thu thập, phân tích các loại dữ liệu nghiên cứu khác nhau (bao gồm dữ liệu thứ cấp, dữ liệu quan sát, dữ liệu định tính và dữ liệu định lượng) cho sử dụng trong việc ra quyết định.

This course will provide a comprehensive introduction to the subject of marketing research, and discuss key concepts, process and techniques related to marketing research and their applications. Starting with the highlight of the value and nature of marketing research, marketing research process will have discussed, followed by the discussion of

TT	Tên môn học/học phần (Course name)	Mã số (Course code)	Số tín chỉ (Credit)	Lên lớp (in class) (tiết/hours)		Thí nghiệm/Thực hành (Lab sessions (hours))	Tự học Self-study (hours)	Ngôn ngữ giảng dạy/ Teaching language
				Lý thuyết (Lecture)	BT/ TL (Tutorial)			
1	Toán cao cấp cho kinh tế (Advanced mathematics for economics)	BAS1267_CLC	4	42		18		Tiếng Anh (English)
2	Xác suất và thống kê trong kinh tế (Probability & Statistics for Economics)	BAS1268_CLC	3	36	8		1	Tiếng Anh (English)
3	Pháp luật đại cương (General law)	BSA1221_CLC	2	24	6			Tiếng Việt (Vietnamese)
	Cộng (Total)		9					

8.2.3 Khối kiến thức giáo dục chuyên nghiệp (Professional education knowledge)

8.2.3.1 Khối kiến thức cơ sở nhóm ngành và ngành (General knowledge of major field)

TT	Tên môn học/học phần (Course name)	Mã số (Course code)	Số tín chỉ (Credits)	Lên lớp (in class) (tiết/hours)		Thí nghiệm/Thực hành (lab sessions (hours))	Tự học/ Self-study (hours)	Ngôn ngữ giảng dạy/ Teaching language
				Lý thuyết (Lecture)	BT/ TL (Tutorial)			
1	Kế toán quản trị phục vụ cho việc ra quyết định (Managerial accounting for decision making)	FIA1388_CLC	3	36	8		1	Tiếng Việt (Vietnamese)
2	Kinh tế vi mô (Microeconomics)	BSA1310_CLC	3	36	8		1	Tiếng Việt (Vietnamese)
3	Kinh tế vĩ mô (Macroeconomics)	BSA1311_CLC	3	36	18		1	Tiếng Việt (Vietnamese)
4	Kinh tế lượng (Econometrics)	BSA1309_CLC	3	36	8		1	Tiếng Việt (Vietnamese)
5	Quản trị tổ chức (Organizational Leadership)	MAR1352_CLC	2	24	06			Tiếng Anh (English)
6	Nguyên lý marketing (Principles of marketing)	MAR1353_CLC	3	34	10		1	Tiếng Anh (English)
7	Hành vi người tiêu dùng (Consumer behavior)	MAR1354_CLC	3	34	10		1	Tiếng Anh (English)
8	Marketing chiến lược (Strategic marketing)	MAR1355_CLC	3	34	10		1	Tiếng Anh (English)
9	Nghiên cứu marketing (Marketing research)	MAR1356_CLC	3	34	10		1	Tiếng Anh (English)

TT	Tên môn học/học phần (Course name)	Mã số (Course code)	Số tín chỉ (Credits)	Lên lớp (in class) (tiết/hours)		Thí nghiệm/Thực hành (lab sessions (hours))	Tự học/Self-study (hours)	Ngôn ngữ giảng dạy/Teaching language
				Lý thuyết (Lecture)	BT/ TL (Tutorial)			
10	Hệ thống thông tin kinh doanh (Business Information Systems)	MAR1357_CLC	3	34	10		1	Tiếng Anh (English)
11	Truyền thông marketing tích hợp (Integrated marketing communication)	MAR1314_CLC	3	34	10		1	Tiếng Anh (English)
12	Quản trị thương hiệu (Brand management)	MAR1328_CLC	2	24	6			Tiếng Anh (English)
13	Quản trị bán hàng (Sales management)	MAR1329_CLC	2	24	6			Tiếng Anh (English)
14	Marketing dịch vụ (Service marketing)	MAR1425_CLC	2	24	6			Tiếng Anh (English)
15	Đạo đức marketing (Marketing Ethics)	MAR1358_CLC	3	34	10		1	Tiếng Anh (English)
Môn học lựa chọn: 8 TC. Chọn 4 trong số các học phần sau (Selective courses: 8 credits. Select 4/10 courses below)								
16	Thương mại điện tử (E-commerce)	MAR1323_CLC	2	24	6			Tiếng Anh (English)
17	Khởi sự doanh nghiệp (Entrepreneurship)	MAR1359_CLC	2	24	6			Tiếng Anh (English)
18	Quản trị giá (Price management)	MAR1360_CLC	2	24	6			Tiếng Anh (English)
19	Quản trị dự án marketing (Marketing project management)	MAR1361_CLC	2	24	6			Tiếng Anh (English)
20	Marketing B2B (B2B Marketing)	MAR1362_CLC	2	24	6			Tiếng Anh (English)
21	Marketing quốc tế (International marketing)	MAR1363_CLC	2	24	6			Tiếng Anh (English)
22	Phân tích hoạt động kinh doanh (Business analysis)	BSA1320_CLC	2	24	6			Tiếng Việt (Vietnamese)
23	Quản trị quan hệ khách hàng (Customer Relationship Management)	MAR1344-CLC	2	24	6			Tiếng Anh (English)
24	Quản trị kênh phân phối (Distribution channel management)	MAR1364_CLC	2	24	6			Tiếng Anh (English)
25	Phương pháp nghiên cứu khoa học trong marketing (Academic Research in Marketing)	MAR1365_CLC	2	24	6			Tiếng Anh (English)
	Cộng/Total		49					

8.2.3.2 *Khối kiến thức chuyên ngành (Specialised professional knowledge)*

TT	Tên môn học/học phần (Course name)	Mã số (Course code)	Số tín chỉ (Credit)	Lên lớp (in class) (tiết/hours)		Thí nghiệm/ Thực hành (Lab sessions (hours))	Tự học/ self-study (hours)	Ngôn ngữ giảng dạy/ Teaching language
				Lý thuyết (Lecture)	BT/ TL (Tutorial)			
1	Marketing số (Digital marketing)	MAR1466_CLC	3	34	10		1	Tiếng Anh (English)
2	Phát triển sản phẩm mới và cải tiến (New Product Development & Innovation)	MAR1467_CLC	3	34	10		1	Tiếng Anh (English)
3	Thiết kế UI/UX (UI/UX Design)	MAR1468_CLC	2	24	6			Tiếng Việt (Vietnamese)
4	Sáng tạo và phát triển nội dung số (Digital Content Creation and Development)	MAR1469_CLC	3	34	10		1	Tiếng Anh (English)
5	Công nghệ marketing số (Digital marketing technologies)	MAR1470_CLC	3	34	10		1	Tiếng Anh (English)
6	Phân tích marketing (Marketing analytics)	MAR1437_CLC	3	34	10		1	Tiếng Anh (English)
7	Marketing qua phương tiện truyền thông xã hội (Social media Marketing)	MAR1406_CLC	3	34	10		1	Tiếng Anh (English)
8	Chuyên đề: Xu hướng công nghệ marketing số (Perspectives of Digital Marketing Technologies)	MAR1471_CLC	2	22	8			Tiếng Anh (English)
9	Đề án Kế hoạch Marketing số (Digital Marketing Capstone Project)	MAR1472_CLC	2	14	16			Tiếng Việt (Vietnamese)
Môn học lựa chọn: 6 TC. Chọn 2 trong số các học phần sau đây (Selective courses: 6 credits. Select 2/7 courses below)								
10	Marketing bằng công cụ tìm kiếm (Search Engine Marketing)	MAR1405_CLC	3	34	10		1	Tiếng Anh (English)
11	Marketing di động (Mobile Marketing)	MAR1473-CLC	3	34	10		1	Tiếng Anh (English)
12	Phân tích web (Web analytics)	MAR1408_CLC	3	34	10		1	Tiếng Anh (English)
13	Chỉ số marketing (Marketing Metrics)	MAR1474_CLC	3	34	10		1	Tiếng Anh (English)
14	Trí tuệ kinh doanh và marketing (Marketing and Business Intelligence)	MAR1475_CLC	3	34	10		1	Tiếng Anh (English)

TT	Tên môn học/học phần (Course name)	Mã số (Course code)	Số tín chỉ (Credit)	Lên lớp (in class) (tiết/hours)		Thí nghiệm/ Thực hành (Lab sessions (hours))	Tự học/ self-study (hours)	Ngôn ngữ giảng dạy/ Teaching language
				Lý thuyết (Lecture)	BT/ TL (Tutorial)			
15	Marketing xã hội (social marketing)	MAR1476_CLC	3	34	10		1	Tiếng Anh (English)
16	Marketing đa kênh (Omnichannel marketing)	MAR1477_CLC	3	34	10		1	Tiếng Anh (English)
	Cộng (Total)		30					
Học phần thay thế tốt nghiệp (Graduation Module)								
17	Truyền thông nội bộ trong tổ chức (Internal Communication in Organization)	MAR1419_CLC	3	36	8		1	Tiếng Anh (English)
18	Marketing dựa trên giá trị (Value-based Marketing)	MAR1421_CLC	3	36	8		1	Tiếng Anh (English)

8.2.3.3 Thực tập và tốt nghiệp (Internship and Dissertation): 10 TC (10 credits)

- Thực tập tốt nghiệp (Graduation Internship) (mã/Code MAR15100_CLC): 4 tín chỉ (4 credits)
- Khóa luận tốt nghiệp (mã/Code MAR15101_CLC) hoặc Học phần thay thế tốt nghiệp (Dissertation of Graduation modules): 6 tín chỉ (6 credits)
- Khuyến nghị sinh viên viết và bảo vệ khóa luận tốt nghiệp bằng tiếng Anh

9. HƯỚNG DẪN THỰC HIỆN CHƯƠNG TRÌNH (INSTRUCTIONS FOR IMPLEMENTATION OF THE PROGRAM)

9.1 Kế hoạch học tập chuẩn (Standard program schedule): Kèm theo (attached)

9.2 Tiến trình học tập chuẩn (Standard learning progress): Kèm theo (attached)

9.3 Danh sách các môn học tiên quyết, trước sau hoặc song hành (List of before/after/parallel/prerequisite courses): kèm theo (attached)

10. MÔ TẢ TÓM TẮT CÁC MÔN HỌC (SUMMARY OF CORE COURSES)

11.1. Các môn học bắt buộc trong khối kiến thức cơ sở nhóm ngành và ngành (Core courses related to general knowledge of major field)

1. Kế toán quản trị phục vụ cho việc ra quyết định (Managerial accounting for decision making)

Mã môn học (Course code): FIA1388_CLC

Số tín chỉ (number of credits): 03

Môn học tiên quyết (*Prerequisite*):

Tóm tắt nội dung (*Course summary*):

Môn học hướng tới cung cấp và phát triển cho sinh viên kiến thức và hiểu biết về các nguyên tắc và kỹ thuật được sử dụng trong việc ghi chép, phân tích và báo cáo chi phí và doanh thu cho mục đích quản trị nội bộ, bao gồm phân loại chi phí, kỹ thuật kế toán chi phí và lập ngân sách. Học phần cũng nhằm phát triển kiến thức và kỹ năng về ứng dụng các kỹ thuật kế toán quản trị trong môi trường kinh doanh và marketing để đưa ra các quyết định phù hợp.

This course aims to develop knowledge and understanding of the principles and techniques used in recording, analyzing and reporting costs and revenues for internal management purposes, including cost classification, cost accounting techniques and budgeting. The module also aims to develop knowledge and skills in the application management accounting techniques in business and marketing environment in order to make effective decisions.

2. Kinh tế vi mô (Microeconomics)

Mã môn học (*Course code*): BSA1310_CLC

Số tín chỉ (*number of credits*): 03

Môn học tiên quyết (*Prerequisite*):

Tóm tắt nội dung (*Course summary*):

Môn học này cung cấp cho sinh viên những kiến thức cơ bản về kinh tế học ở mức độ vi mô, bao gồm: cơ chế vận hành của thị trường; hành vi cơ bản của người tiêu dùng, hành vi của doanh nghiệp nhằm đạt hiệu quả kinh tế cao nhất; cấu trúc tổ chức của một ngành công nghiệp; vai trò của chính phủ trong việc điều tiết thị trường và các vấn đề kinh tế. Dựa trên những kiến thức cơ bản về kinh tế vi mô, sinh viên có thể tiếp thu tốt hơn những kiến thức chuyên sâu trong lĩnh vực marketing.

This subject provides students with basic knowledge of economics at micro level, including: the operating mechanism of markets; consumer behavior, behavior of enterprises in order to achieve the highest economic efficiency; the organization of industry; the economic role of the government in regulating markets. Based on the basic knowledge of microeconomics, students can better acquire in-depth knowledge in marketing.

3. Kinh tế vĩ mô (Macroeconomics)

Mã môn học (*Course code*): BSA1311_CLC

Số tín chỉ (*number of credits*): 03

Môn học tiên quyết (*Prerequisite*):

Tóm tắt nội dung (*Course summary*):

Kinh tế học vĩ mô quan tâm đến hành vi của toàn bộ nền kinh tế - với sự bùng nổ, tăng trưởng và suy thoái, tổng sản lượng hàng hóa và dịch vụ của nền kinh tế, tăng trưởng sản

lượng, tỷ lệ lạm phát và thất nghiệp, cán cân thanh toán và tỷ giá hối đoái. Mục tiêu của kinh tế học vĩ mô là giải thích những thay đổi kinh tế ảnh hưởng đến nhiều hộ gia đình, doanh nghiệp và thị trường cùng một lúc. Kinh tế học vĩ mô đề cập đến cả tăng trưởng kinh tế trong dài hạn và những biến động ngắn hạn cấu thành chu kỳ kinh doanh...

Trong môn học này, sinh viên sẽ làm quen với các thước đo/chỉ số hoạt động kinh tế, học cách sử dụng các chỉ số này để đánh giá các điều kiện kinh tế hiện tại và hiểu các chức năng của thị trường. Sinh viên sẽ học các quan điểm chính về yếu tố quyết định hoạt động của nền kinh tế tổng thể và sẽ học cách phân tích các tác động lên nền kinh tế. Bên cạnh đó, sinh viên sẽ tìm hiểu các phương pháp tiếp cận chính đối với chính sách kinh tế vĩ mô cũng như phát triển các kỹ năng phân tích tác động của các hành động chính sách và đánh giá những lợi thế và bất lợi của các chính sách khác nhau.

Macroeconomics is concerned with the behavior of the economy as a whole – with booms and recessions, the economy's total output of goods and services, the growth of output, the rates of inflation and unemployment, the balance of payment and exchange rate. The goal of Macroeconomics is to explain the economic changes that affect many households, firms, and market at once. Macroeconomics deals with both long-run economic growth and the short-run fluctuations that constitute the business cycle.

In this course, students will become familiar with measures of economic performance, learn to use these indicators to evaluate current economic conditions, and understand the functions of the market. They will learn the major perspectives on what determines performance of the overall economy and will learn to analyze impacts on the economy. Besides, students will learn the key approaches to macroeconomic policy as well as develop skills to analyze impacts of policy actions and to evaluate the advantages and disadvantages of different policies.

4. Kinh tế lượng (Econometrics)

Mã môn học (Course code): BSA1309_CLC

Số tín chỉ (number of credits): 03

Môn học tiên quyết (Prerequisite): Toán cao cấp trong kinh tế (Advanced Mathematics in Economics), Xác suất và thống kê (Probability & Statistics), Kinh tế vi mô (Microeconomics), Kinh tế vĩ mô (Macroeconomics).

Tóm tắt nội dung (Course summary):

Môn học “Kinh tế lượng” sẽ giới thiệu với sinh viên về phương pháp nghiên cứu định lượng trong các vấn đề kinh tế. Bắt đầu với bản chất của Kinh tế lượng, sinh viên sẽ làm quen với quá trình thiết kế nghiên cứu kinh tế lượng. Các khái niệm cơ bản về mô hình hồi quy được giới thiệu làm nền tảng để nghiên cứu các loại mô hình hồi quy tuyến tính. Sinh viên được giới thiệu các phương pháp ước lượng hệ số hồi quy, xác định khoảng tin cậy và thực hiện kiểm định giả thuyết, đánh giá sự phù hợp của các hàm hồi quy và sử dụng các hàm hồi quy để dự báo. Môn học này cũng trình bày các khái niệm về đa cộng tuyến, phương sai thay đổi, tự tương quan và sai số đặc tả của các mô hình kinh tế lượng; các phương pháp phát hiện chúng và các cách tiếp cận để khắc phục chúng. Môn học giúp sinh

viên có khả năng thiết kế các mô hình kinh tế lượng phù hợp với lý thuyết và thực tiễn để giải quyết các vấn đề nghiên cứu.

The course "Econometrics" will provide a comprehensive introduction to method of quantitative researching in economic problems. Starting with the nature of Econometrics, students will become familiar with the process of designing econometric research. Basic concepts of regression models are introduced as the foundation for researching different types of linear regression models. Students are introduced to methods to estimate regression coefficients, determine confidence intervals and perform hypothesis tests, evaluate the fit of the regression functions, and use regression functions to forecast. This course presents concepts of multicollinearity, heteroscedasticity, autocorrelation and specification errors of the econometric models; methods to detect them and approaches to overcome them. The course helps students to be able to design econometric models suitable with theory and practice to solve research problems.

5. Quản trị tổ chức (Organizational Leadership)

Mã môn học (Course code): MAR1352 _CLC

ô tín chỉ (number of credits): 02

Môn học tiên quyết (Prerequisite): Nguyên lý marketing (Principles of marketing), Kế toán quản trị phục vụ cho việc ra quyết định (Managerial accounting for decision making)

Tóm tắt nội dung (Course summary):

Môn học này được thiết kế để nâng cao kỹ năng tư duy phản biện cho sinh viên. Môn học sẽ không chỉ giúp sinh viên hiểu và đánh giá các lý thuyết lãnh đạo mà còn suy nghĩ chín chắn về cách các nhà lãnh đạo vận hành trong thực tế. Mỗi chương trong môn học này sẽ đi vào giải thích và phê bình các lý thuyết lãnh đạo cổ điển và hiện đại và các thực hành thực tế. Vai trò của quản lý nguồn nhân lực (HRM) và lãnh đạo trong việc thúc đẩy kết quả của tổ chức trong các lĩnh vực quản lý nhân tài, quản lý hiệu suất và phát triển lãnh đạo cũng sẽ được phân tích. Ngoài ra, trong môn học, sinh viên được khuyến khích đặt câu hỏi, phản biện và tìm kiếm mối quan hệ đa nhân quả khi phân tích khả năng lãnh đạo nhằm mục đích đánh giá về các lý thuyết lãnh đạo đương đại và vai trò của các nhà lãnh đạo trong các tổ chức.

This subject is designed to improve the critical thinking skills for students. It will not only be helping them to understand and evaluate leadership theories but also to think critically about how leaders operate in practice. Each chapter in this course explains and critiques classical and modern leadership theories and actual practices. The role of human resource management (HRM) and leadership in promoting organizational outcomes in the areas of talent management, performance management and leadership development will be analysed. Moreover, students are encouraged to question, to be critical and to seek multi-causality when analysing leadership aim to critically examine contemporary leadership theories and the role of leaders in organisations.

6. Nguyên lý marketing (Principles of marketing)

Mã môn học (*Course code*): MAR1353 _CLC

Số tín chỉ (*number of credits*): 03

Môn học tiên quyết (*Prerequisite*):

Tóm tắt nội dung (*Course summary*):

Nguyên lý marketing là môn học nhập môn về marketing, môn học cung cấp cho sinh viên cái nhìn tổng quan về quy trình marketing, các khái niệm cơ bản và các công cụ thực tế được các nhà marketing sử dụng để thực hiện các chiến lược và chiến dịch marketing. Thông qua các bài giảng, hướng dẫn và các nhiệm vụ bài tập, sinh viên sẽ khám phá lý thuyết và thực hành về marketing thông qua các ví dụ thực tế. Trong môn học, sinh viên cũng sẽ xem xét tầm quan trọng của marketing đối với hoạt động kinh doanh trong tương lai của các doanh nghiệp và cách mỗi người trong một tổ chức có thể đóng góp vào quá trình marketing của tổ chức.

As an introductory course of marketing, the course on principles of marketing provides student an overview of the marketing process, its underpinning concepts, and the practical tools used by marketers to implement marketing strategies and campaigns. Through lectures, tutorials and assessment tasks, students will explore the theory and practice of marketing through real world applications. Students will also review the importance of marketing to future business viability and how each person in an organization can make a contribution to the marketing process.

7. Hành vi người tiêu dùng (Consumer behavior)

Mã môn học (*Course code*): MAR1354 _CLC

Số tín chỉ (*number of credits*): 03

Môn học tiên quyết (*Prerequisite*): Nguyên lý marketing (*Principles of marketing*)

Tóm tắt nội dung (*Course summary*):

Môn học này nhằm cung cấp cho sinh viên cái nhìn toàn diện hơn về người tiêu dùng cuối cùng. Trong môn học, sinh viên sẽ học cách nhìn sâu hơn vào thế giới của người tiêu dùng bằng cách tập trung vào các khía cạnh tâm lý, xã hội học và văn hóa của việc tiêu dùng. Môn học sẽ giúp sinh viên tìm hiểu về các yếu tố tâm lý và xã hội học ảnh hưởng đến hành vi mua. Sinh viên sẽ tìm hiểu về các ảnh hưởng bên ngoài và bên trong khác nhau ảnh hưởng đến lĩnh vực hành vi tiêu dùng. Những ảnh hưởng đó bao gồm sự khác biệt giữa các nền văn hóa, tác động văn hóa thứ cấp, nhận thức, học tập, động lực, thái độ và quan niệm về bản thân và những tác động khác.

This course aims to provide students with a more comprehensive view regarding final consumers. Students will learn how to look deeper into consumers' world by focusing on the psychological, sociological and cultural aspects of consumption. This course provides an examination of the psychological and sociological factors affecting buying behaviour. Students will learn about various external and internal influences affecting the field of consumer behaviour. Such influences include cross-cultural variations, subcultural impacts, perception, learning, motivation, attitude, and self-concept, among others.

8. Marketing chiến lược (Strategic Marketing)

Mã môn học (Course code): MAR1355_CLC

Số tín chỉ (number of credits): 03

Môn học tiên quyết (Prerequisite):

Tóm tắt nội dung (Course summary):

Mục tiêu của môn học này là cung cấp cho sinh viên các nguyên tắc cơ bản về chiến lược marketing, cách tiếp cận có hệ thống để quản lý marketing ở tầm chiến lược và khung tư duy dựa trên giá trị để phát triển các sản phẩm, dịch vụ định hướng thị trường. Kiến thức được trình bày trong môn học xuất phát từ quan điểm rằng marketing là một quá trình tạo ra giá trị và giá trị là trọng tâm của bất kỳ doanh nghiệp nào. Ngoài lý thuyết, môn học còn giới thiệu cho sinh viên bộ công cụ thực tế cho phép các nhà marketing áp dụng kiến thức trong các khuôn khổ chung về marketing chiến lược vào các vấn đề kinh doanh cụ thể và các cơ hội thị trường.

The aim of this course is to provide students with the fundamentals of marketing strategy, a systematic approach to marketing management, and a value-based thinking framework for developing marketable products and services. The knowledge presented comes from the point of view that marketing is a value creation process and value is at the heart of any business enterprise. In addition to theory, the course also provides students a practical set of tools that enable marketers to apply the knowledge contained in general frameworks to specific business problems and market opportunities.

9. Nghiên cứu marketing (Marketing research)

Mã môn học (Course code): MAR1356_CLC

Số tín chỉ (number of credits): 03

Môn học tiên quyết (Prerequisite): Nguyên lý marketing (Principles of marketing); Xác suất và thống kê trong kinh tế (Probability & Statistics for Economics); Kinh tế lượng (Econometrics)

Tóm tắt nội dung (Course summary):

Môn học này sẽ cung cấp cho sinh viên tổng quan các kiến thức và kỹ năng cơ bản về nghiên cứu marketing. Trong môn học, sinh viên sẽ được giới thiệu và thảo luận về các khái niệm, quy trình và kỹ thuật chính liên quan đến nghiên cứu marketing và các vai trò/ứng dụng của chúng. Môn học bắt đầu với việc nhấn mạnh về giá trị và bản chất của nghiên cứu marketing. Quy trình nghiên cứu marketing sẽ được thảo luận sau đó. Tiếp theo, môn học sẽ lần lượt giới thiệu với sinh viên cách thu thập, phân tích các loại dữ liệu nghiên cứu khác nhau (bao gồm dữ liệu thứ cấp, dữ liệu quan sát, dữ liệu định tính và dữ liệu định lượng) cho sử dụng trong việc ra quyết định.

This course will provide a comprehensive introduction to the subject of marketing research, and discuss key concepts, process and techniques related to marketing research and their applications. Starting with the highlight of the value and nature of marketing research, marketing research process will have discussed, followed by the discussion of

how to collect, analyze various types of research data (including secondary data, observation data, qualitative data and quantitative data) for use in decision making.

10. Hệ thống thông tin kinh doanh (*Business Information Systems*)

Mã môn học (*Course code*): MAR1357 _CLC

Số tín chỉ (*number of credits*): 03

Môn học tiên quyết (*Prerequisite*): Nguyên lý marketing (*Principles of marketing*)

Tóm tắt nội dung (*Course summary*):

Môn học này sẽ cung cấp cho sinh viên những kiến thức cơ bản về hệ thống thông tin phục vụ hoạt động kinh doanh trong tổ chức. Sinh viên cũng tìm hiểu bằng cách nào một hệ thống thông tin có thể tác động một quy trình kinh doanh và tổ chức. Sinh viên cũng nghiên cứu cách cơ sở dữ liệu được sử dụng trong doanh nghiệp với mục tiêu thu thập dữ liệu; các cách thức khác nhau được sử dụng để phát triển một hệ thống thông tin, các hệ thống chức năng của nó và các nguyên tắc cơ bản của giao tiếp và liên kết trong một hệ thống và giữa nhiều hệ thống. Môn học thảo luận về các khía cạnh quản lý quan trọng của việc coi thông tin và kiến thức là nguồn lực của tổ chức và sử dụng hệ thống thông tin một cách chiến lược để đạt được các mục tiêu của tổ chức.

This course will provide for students the basic knowledge of information systems for business operation in organization. Students study examine how an information system can manage a business processes and organization. They also study how databases are used in business to collect data, the different methodologies used to develop an information system, its functional systems, and the fundamentals of communication and networking within a system and among multiple systems. This course discusses the significant managerial aspects of treating information and knowledge as organizational resources and employing information systems strategically to achieve organizational goals.

11. Truyền thông marketing tích hợp (*Intergrated marketing communication*)

Mã môn học (*Course code*): MAR1314 _CLC

Số tín chỉ (*number of credits*): 03

Môn học tiên quyết (*Prerequisite*): Nguyên lý marketing (*Principles of marketing*)

Tóm tắt nội dung (*Course summary*):

Môn học giới thiệu cho người học tổng quan về truyền thông marketing và quy trình truyền thông cũng như các xu hướng hiện tại và tác động của thời đại số đối với truyền thông marketing. Trong môn học, người học sẽ khám phá về truyền thông marketing và cách thức hoạt động của nó, cũng như được phát triển một số kiến thức về cách ngành công nghiệp này bảo vệ người tiêu dùng.

Quảng cáo và các công cụ IMC khác là những thành phần cốt lõi trong việc phát triển một chương trình truyền thông marketing tích hợp. Môn học này cũng sẽ giới thiệu bao quát các kiến thức liên quan về các thành phần đó tới người học. Người học sẽ được giới thiệu về lý thuyết cũng như thực hành, điều cơ bản để hiểu về quảng cáo và các công cụ IMC khác và cách sử dụng chúng để đạt được hiệu quả cao nhất.

Sau khi hoàn thành môn học này, người học sẽ có thể lập kế hoạch truyền thông marketing tích hợp cho một doanh nghiệp hoặc sản phẩm. Công việc này bao gồm việc lập ngân sách, lựa chọn quảng cáo và phương tiện truyền thông cũng như cách đo lường hiệu quả của kế hoạch của họ

The unit introduces learners to the wide scope of marketing communications and how the communications process operates. It includes a study of current trends and the impact that digital age has had on marketing communications. Learners will explore the marketing communications industry and how it operates. They will also develop some knowledge of how the industry is regulated to protect consumers.

Advertising and other IMC tools are core components in the development of an integrated marketing communications program. This unit covers both in detail. Learners will be introduced to the theory, as well as the practice, that is fundamental to understanding advertising and other IMC tools and how they can be used to their greatest effect.

On completion of this unit learners will be able to plan an integrated marketing communication for a business or product. This will include budget formulation, creative and media selection, and how to measure the effectiveness of their plan.

12. Quản trị thương hiệu (Brand management)

Mã môn học (Course code): MAR1328_CLC

Số tín chỉ (number of credits): 02

Môn học tiên quyết (Prerequisite): Nguyên lý marketing (Principles of marketing)

Tóm tắt nội dung (Course summary):

Nhiều công ty đã nhận ra rằng một trong những tài sản quý giá nhất mà họ có được chính là thương hiệu mà họ đã đầu tư và phát triển theo thời gian. Một thương hiệu mạnh có thể có tác động đáng kể đến quyết định mua hàng của người tiêu dùng vì nó truyền đạt giá trị của công ty và phân biệt các sản phẩm và dịch vụ của công ty với các đối thủ cạnh tranh khác. Quản trị thương hiệu tốt là chìa khóa để duy trì lợi nhuận của sản phẩm và dịch vụ trong dài hạn. Tuy nhiên, với sự xuất hiện của nhiều công cụ truyền thông tương tác, việc tạo dựng và nuôi dưỡng một thương hiệu tốt đang đứng trước những thách thức cũng như cơ hội ngày càng lớn.

Môn học này giới thiệu cho sinh viên cách tiếp cận toàn diện và cập nhật về chủ đề thương hiệu, tài sản thương hiệu và quản trị thương hiệu ở tầm chiến lược, gồm thiết kế và thực hiện các chương trình và hoạt động marketing để xây dựng, đo lường và quản trị tài sản thương hiệu. Qua môn học, sinh viên sẽ làm quen với lý thuyết nền tảng liên quan và các mô hình xây dựng thương hiệu, cùng với những hiểu biết thực tế có thể giúp các nhà marketing nâng cao khả năng sinh lời lâu dài của các chiến lược hiệu của họ.

Many companies have come to the realization that one of the most valuable assets they have is the brand they have invested and developed over time. A strong brand can have a significant impact on consumer purchase decision as it communicates the value of the company and differentiate its products and services from other competitors. Good brand management is the key to maintaining the profitability of products and services in the long

– term. However, with the arrival of many interactive communication tools, creating and nurturing a good brand is facing growing challenges as well as opportunities.

This course introduces students to a comprehensive and up-to-date treatment of the subject of brands, brand equity, and strategic brand management which is the design and implementation of marketing programs and activities to build, measure, and manage brand equity. Students will become familiar with relevant theoretical foundation and models of branding, coupled with practical insights which can help marketers enhance the long – term profitability of their branding strategies.

13. Quản trị bán hàng (Sales management)

Mã môn học (Course code): MAR1329_CLC

Số tín chỉ (number of credits): 02

Môn học tiên quyết (Prerequisite): Nguyên lý marketing (Principles of marketing)

Tóm tắt nội dung (Course summary):

Môn học sẽ giới thiệu bản chất và vai trò của bán hàng và quản trị bán hàng, các chiến lược bán hàng và sự liên quan của chúng đến kế hoạch marketing của tổ chức/doanh nghiệp. Các lực lượng quản trị và môi trường tác động lên doanh số bán hàng và những điều cơ bản của kỹ thuật bán hàng sẽ được thảo luận trong môn học này. Ngoài ra, môn học này cũng sẽ xem xét các vấn đề liên quan đến việc quản lý lực lượng bán hàng và cách tổ chức các hoạt động bán hàng; dự báo bán hàng và lập ngân sách; quy trình đánh giá lực lượng bán hàng. Cuối cùng, các thước đo về hoạt động bán hàng được xem xét, bao gồm cả các thước đo định lượng và định tính.

The course will introduce the nature and role of selling and sales management, sales strategies and how these relate to marketing planning form the basis. Environmental and managerial forces acting upon sales and the basics of sales technique are discussed. This course also considers issues related to the management of the salesforce and how sales activities are organized; sales forecasting and budgeting; the salesforce evaluation process. Finally, measures of sales performance are considered, including quantitative and qualitative measures.

14. Marketing dịch vụ (Service marketing)

Mã môn học (Course code): MAR1425_CLC

Số tín chỉ (number of credits): 02

Môn học tiên quyết (Prerequisite): Nguyên lý marketing (Principles of marketing), Hành vi người tiêu dùng (Consumer behavior)

Tóm tắt nội dung (Course summary):

Môn học nhằm cung cấp kiến thức và kỹ năng về marketing trong kinh doanh dịch vụ. Môn học bắt đầu với tổng quan về kinh doanh dịch vụ và marketing dịch vụ, hành vi của khách hàng trong kinh doanh dịch vụ. Sau đó, các nội dung được thảo luận sẽ xoay các quyết định khác nhau liên quan đến marketing dịch vụ: các quyết định về dịch vụ, định giá dịch vụ,

cung cấp dịch vụ, truyền thông marketing dịch vụ, quản lý quy trình cung cấp dịch vụ, quản lý nhà cung cấp dịch vụ và quản lý môi trường cung cấp dịch vụ...

The course aims to provide knowledge and skills on marketing in service business. The course begins with overview of service business and service marketing, customer behavior in service business. Then, it discusses various decisions related to service marketing: service decisions, service pricing, service delivery, service marketing communication, service delivery process management, service provider management and service delivery environment management.

15. Đạo đức marketing (Marketing Ethics)

Mã môn học (Course code): MAR1358 _CLC

Số tín chỉ (number of credits): 03

Môn học tiên quyết (Prerequisite): Nguyên lý marketing (Principles of marketing)

Tóm tắt nội dung (Course summary):

Nhiều thách thức quan trọng mà các doanh nghiệp hiện đại phải đối mặt có thể được xem là vấn đề đạo đức marketing. Thực vậy, khi lĩnh vực đạo đức kinh doanh đã phát triển, marketing đã đóng một vai trò quan trọng trong sự phát triển của đạo đức kinh doanh. Đạo đức marketing đề cập đến trách nhiệm của những người làm marketing trong việc đảm bảo tất cả các hoạt động marketing tuân thủ các nguyên tắc đạo đức cốt lõi, bao gồm tính chính trực, khiêm tốn và trung thực. Marketing đạo đức xã hội đã trở thành một chiến lược mới trong sự phát triển của một tổ chức hiện nay. Thông qua môn học này, người học có thể tích lũy hiểu biết về đạo đức marketing và sử dụng hiểu biết để xây dựng chiến lược marketing đảm bảo tuân thủ đạo đức.

Môn học cung cấp cho người học bản chất và phạm vi của đạo đức marketing và thức đưa ra quyết định đạo đức. Môn học cũng giải thích gốc rễ của đạo đức-được coi là triết lý đạo đức. Từ đó, môn học sẽ giúp người học hiểu được cơ sở khái niệm của đạo đức marketing và nhận biết được về vấn đề này trong các ngành công nghiệp. Đặc biệt, một số vấn đề cụ thể liên quan đến đạo đức marketing được xem là nội dung cốt lõi được giới thiệu với sinh viên trong môn học này. Về chi tiết, môn học sẽ giới thiệu bao gồm các vấn đề về đạo đức marketing theo một số cách tiếp cận khác nhau. Người học sẽ được giới thiệu về lý thuyết, cũng như thực hành vấn đề đạo đức marketing, qua đó có được nền tảng cơ bản để hiểu các vấn đề đạo đức trong kinh doanh và cách khắc phục.

Many of the critical issues facing modern businesses can be considered marketing ethics issues. It follows that as the field of business ethics has evolved, marketing has played a key role in the development of business ethics. Ethical marketing refers to a marketer's responsibility to ensure all marketing activities adhere to core ethics principles, including integrity, humility and honesty. Social ethic marketing has become a new strategy in the development of an organization currently. After progressing through this unit, learners are able to build up their understanding of marketing ethics, which they can use to build an ethical marketing strategy.

The unit provide learners the nature and scope of marketing ethics and how to make an ethical decision. It also explains the roots of ethics which are considered as ethical philosophies. Learners will understand the conceptual foundations of marketing ethics and recognize their knowledge in industries. Importantly, some ethical issues in marketing are core components in this unit. In details, this unit covers ethical concerns in some different approaches. Learners will be introduced to the theory, as well as the practice, that is fundamental to understanding ethical issues in business and how to overcome.

11.2. Các môn học bắt buộc trong khối kiến thức chuyên ngành/ Core courses related to specialised professional knowledge

1. Marketing số (Digital marketing)

Mã môn học (Course code): MAR1466_CLC

Số tín chỉ (number of credits): 03

Môn học tiên quyết (Prerequisite): Principles of marketing

Tóm tắt nội dung (Course summary):

Mục đích của học phần Marketing số là cung cấp cho sinh viên kiến thức về lợi thế kinh doanh của marketing số và tầm quan trọng của nó đối với thành công của hoạt động marketing. Thông qua học phần này, sinh viên sẽ hiểu cách thức phát triển một kế hoạch marketing số. Các em cũng được giới thiệu về các kênh số khác nhau, lợi thế và cách thức tích hợp của chúng; cách tích hợp các phương tiện số khác nhau và tạo nội dung marketing, v.v. Việc áp dụng kiến thức, kỹ năng và năng lực thu được sẽ giúp các nhà marketing tương lai hình thành kế hoạch marketing số nhằm quản lý hiệu quả hoạt động marketing số.

The aim of the Digital Marketing module is to provide students with the knowledge about business advantages of the digital marketing and its importance for marketing success. Through this module, students will understand how to develop a digital marketing plan. They also get introduced to various digital channels, their advantages and ways of integration; how to integrate different digital media and create marketing content and so on. The application of the gained knowledge, skills and competences will help future marketers in forming digital marketing plan in order to manage a digital marketing performance efficiently.

2. Phát triển sản phẩm mới và cải tiến (New Product Development & Innovation)

Mã môn học (Course code): MAR1467_CLC

Số tín chỉ (number of credits): 03

Môn học tiên quyết (Prerequisite): Marketing chiến lược (Strategic marketing), Nghiên cứu marketing (Marketing research)

Tóm tắt nội dung (Course summary):

Môn học này cung cấp cho sinh viên kiến thức chuyên sâu về phát triển và đổi mới sản phẩm mới bằng cách sử dụng khuôn khổ quản trị. Môn học tập trung vào cách thức quản trị thành công việc phát triển sản phẩm mới trong bối cảnh kinh doanh hiện nay và cách tạo ra giá trị và tăng trưởng thông qua đổi mới trong các thị trường hiện tại và thị trường

mới. Trong môn học này, sinh viên sẽ xem xét quá trình phát triển sản phẩm mới và nhiều vấn đề quản trị sản phẩm mới mà các công ty phải đối mặt; khám phá các khái niệm, phương pháp và công cụ về cách tổ chức và quản lý quá trình đổi mới trong bối cảnh kinh doanh hiện nay. Trong môn học này, sinh viên cũng sẽ kiểm tra vai trò của các hoạt động và quản lý của nó để cải tiến trong quá trình phát triển sản phẩm mới cũng như mối quan hệ giữa công nghệ mới và thị trường được xem xét trong phạm vi lan tỏa của các đổi mới và sự chấp nhận của thị trường.

This course provides students with an in-depth understanding of new product development and innovation using a management framework. It focuses on how to successfully manage new product development in business context and how to create value and growth through innovation in new and existing markets. Students will examine the process of developing new products and many of the new product management issues faced by companies; explore the concepts, methods and tools on how to organize and manage innovation process in business context. In this course, students will also examine the role of operations and its management for improvement in new product development as well as the relationship between new technology and the market is examined within the diffusion of innovations and market adoption.

3. Thiết kế UI/UX (UI/UX Design)

Mã môn học (Course code): MAR1468_CLC

Số tín chỉ (number of credits): 02

Môn học tiên quyết (Prerequisite): Marketing số (Digital Marketing), Nguyên lý marketing (Principles of Marketing), Hành vi người tiêu dùng (Consumer Behaviour).

Tóm tắt nội dung (Course summary):

Trải nghiệm người dùng bao gồm mọi khía cạnh của người dùng với một công ty bao gồm cả các sản phẩm của công ty đó trong môi trường số. Trải nghiệm người dùng chủ yếu là thiết kế trải nghiệm lý tưởng hoàn hảo khi sử dụng sản phẩm hoặc dịch vụ. Những tiến bộ trong công nghệ thông tin và điện toán dữ liệu đã làm thay đổi cơ bản cách thức sản xuất và tiêu dùng sản phẩm và dịch vụ; do đó, trải nghiệm người dùng trở nên tối quan trọng trong việc đáp ứng nhu cầu của khách hàng mà không gặp bất kỳ rắc rối hoặc không hài lòng nào.

UI và UX rất quan trọng đối với sự thành công của bất kỳ doanh nghiệp nào. Đó là lý do tại sao họ nằm trong top 10 kỹ năng tìm kiếm trên LinkedIn vào năm 2020. Điều quan trọng trong môn học này là sinh viên sẽ học cách xây dựng trải nghiệm người dùng tuyệt vời áp dụng cho các chiến lược marketing của doanh nghiệp.

User experience includes every aspect of the users with a company including its products in digital environment. User experience is mainly about designing the perfect ideal experience of using a product or service. Advances in data computing and information technologies have fundamentally transformed how products and services are produced and consumed; thus, user experience becomes paramount in meeting customers' needs without any trouble or dissatisfaction.

UI and UX are very crucial to the success of any business. That is why they are in the top 10 LinkedIn search skills in 2020. It's paramount for students to learn how to build a great user experience apply to businesses marketing strategies.

4. Sáng tạo và phát triển nội dung số (Digital Content Creation and Development)

Mã môn học (Course code): MAR1469_CLC

Số tín chỉ (number of credits): 03

Môn học tiên quyết (Prerequisite): Nguyên lý marketing (Principles of marketing)

Tóm tắt nội dung (Course summary):

Môn học hướng tới xây dựng sự hiểu biết cơ người học về nội dung số sáng tạo, mà họ có thể áp dụng để triển khai các chương trình marketing hoặc truyền thông marketing cho một doanh nghiệp.

Thứ nhất, môn học giới thiệu cho người học phạm vi rộng lớn của nội dung số sáng tạo và marketing nội dung. Người học sẽ khám phá tầm quan trọng của nội dung trong marketing số và cách tạo ra nội dung thích hợp. Mô hình marketing nội dung cũng được cung cấp trong môn học này. Quá trình tạo ra và phát triển nội dung số là phần chính, được nhấn mạnh trong môn học này. Bên cạnh đó, quy trình từng bước để tạo ra nội dung sáng tạo được trình bày và các dạng nội dung cũng được đề cập trong môn học. Người học sẽ có thể áp dụng quy trình này để tạo ra nội dung có giá trị trong các chương trình truyền thông marketing của mình.

Through this course, learner will build up their understanding of creative digital content, which they can apply to implement a marketing communication or marketing programs for a business.

Firstly, the unit introduces learners to the wide scope of creative digital content and content marketing. Learners will explore the importance of content in digital marketing and how to create the niche content. The model of content marketing is also provided by this course. Importantly, the process of creating digital content will be provided as a main section in this course. A step-by-step process to produce creative content is presented and the typologies of content are also mentioned. Learners will be able to apply this process to produce valuable content in their marketing communication programs.

5. Công nghệ marketing số (Digital marketing technologies)

Mã môn học (Course code): MAR1470_CLC

Số tín chỉ (number of credits): 03

Môn học tiên quyết (Prerequisite): Marketing số (Digital marketing)

Tóm tắt nội dung (Course summary):

“Công nghệ marketing số” là học phần giới thiệu cho sinh viên những kiến thức tổng quan, cơ hội và thách thức khi sử dụng những công nghệ marketing số. Các cơ hội bao gồm từ việc nhắm đúng đối tượng mục tiêu để cá nhân hóa thông điệp đến tận dụng các công nghệ số mới để quản lý hiệu quả các chiến dịch marketing đa kênh phức tạp. Những thách thức

bao gồm khoảng cách giữa cách các nhà marketing nghĩ về vấn đề của họ và cách các nhà cung cấp công nghệ mô tả các giải pháp của họ và sau đó lựa chọn các giải pháp tốt nhất.

Sinh viên sẽ học cách các nhà điều hành marketing quyết định công nghệ nào phù hợp để giải quyết các vấn đề marketing của họ. Môn học này mang tính chất nhập môn nhưng sẽ hữu ích cho những sinh viên có thể làm việc với một nhóm nhỏ các công nghệ marketing, nhưng cảm thấy nhu kiến thức của họ chủ yếu là hoạt động và / hoặc tập trung vào các ứng dụng công nghệ rất cụ thể. Các thành phần cụ thể của môn học bao gồm bối cảnh công nghệ marketing, nền tảng công nghệ marketing, năng lực công nghệ marketing quan trọng và tương lai của công nghệ marketing

“Digital marketing Technologies” introduces students to the overview, opportunities and challenges of using digital marketing technologies. The opportunities range from targeting the right audiences to personalizing messaging to leveraging new digital technologies to effectively managing complex multi-channel marketing campaigns. The challenges include the gap between how marketers think of their problems and how technology providers describe their solutions and then selecting the best solutions.

Students will learn how marketing executives decide which technologies are right for addressing their marketing problems. This course is meant to be introductory in nature, but should be useful for students who may work with a subset of marketing technologies, but feel like their knowledge is primarily operational and/or focused on very specific technology applications. Specific components of the course include the marketing technology landscape, the marketing technology stack, marketing technology competencies that matter, and the future of marketing technologies.

6. Phân tích marketing (Marketing analytics)

Mã môn học (Course code): MAR1437_CLC

Số tín chỉ (number of credits): 03

Môn học tiên quyết (Prerequisite): Hành vi người tiêu dùng (Customer behavior); Marketing chiến lược (Strategic marketing), Nghiên cứu marketing (Marketing research)

Tóm tắt nội dung (Course summary):

Môn học này được cấu trúc và tổ chức như môn học hướng dẫn cách làm cho sinh viên marketing của PTIT về phân tích marketing một cách thực tế và phù hợp. Trọng tâm của môn học là nhấn mạnh kết nối các yếu tố đầu vào của hoạt động marketing với hành vi khách hàng và sau đó sử dụng các mô hình dự đoán để phát triển các kịch bản tương lai có thể xảy ra. Các chủ đề được đề cập trong môn học này là các kỹ thuật phân tích được sử dụng rộng rãi trong thực tế và giúp sinh viên tiếp xúc với cách phân tích marketing liên quan đến các vấn đề kinh doanh chiến lược.

This course is structured and functions as a how-to guide for PTIT's marketing students on practical and sensible marketing analytics. The emphasis is on connecting marketing inputs to customer behavior and then using the predictive models to develop forward-looking, what-if scenarios. The topics covered in this course represent the analytics

techniques that are widely used in practice and provide students exposure to how marketing analytics relates to strategic business issues.

7. Marketing qua phương tiện truyền thông xã hội (Social media Marketing)

Mã môn học (Course code): MAR1406_CLC

Số tín chỉ (number of credits): 03

Môn học tiên quyết (Prerequisite): Truyền thông marketing tích hợp (Integrated marketing communication), E-commerce (Thương mại điện tử)

Tóm tắt nội dung (Course summary):

Mục đích của môn học này là cung cấp cho người học kiến thức và kỹ năng cơ bản và cập nhật nhất để hiểu được sự phát triển của marketing qua phương tiện truyền thông xã hội và bốn lĩnh vực của marketing qua phương tiện truyền thông xã hội. Sau khi hoàn thành môn học, sinh viên sẽ có thể biết cách phát triển các chiến lược marketing qua phương tiện truyền thông xã hội hiệu quả cho nhiều loại ngành và doanh nghiệp khác nhau, cũng như có thể mô tả các công cụ marketing qua phương tiện truyền thông xã hội chính có thể được sử dụng để quảng bá một công ty, thương hiệu, sản phẩm, dịch vụ hoặc con người. Hơn nữa, sinh viên được kỳ vọng sẽ có thể cùng nhau lập một kế hoạch marketing truyền thông xã hội và theo dõi tiến độ đạt được các mục tiêu bằng nhiều công cụ đo lường, dịch vụ và các chỉ số phù hợp.

The aim of this course is to provide learners with the basic and most updated knowledge and skills to understand the evolution of social media marketing and four zones of social media marketing. Upon completion of the course, students will be able to know how to develop effective social media marketing strategies for various types of industries and businesses as well as be able to describe the major social media marketing portals that can be used to promote a company, brand, product, service or person. Furthermore, students are expected to be able to put together a social media marketing plan and track progress in achieving goals with a variety of measurement tools, services and metrics.

8. Chuyên đề: Xu hướng công nghệ marketing số (Perspectives of Digital Marketing Technologies)

Mã môn học (Course code): MAR1471_CLC

Số tín chỉ (number of credits): 02

Môn học tiên quyết (Prerequisite): Marketing số (Digital Marketing)

Tóm tắt nội dung (Course summary):

Môn học nhằm cung cấp cho sinh viên cái nhìn tổng quan về công nghệ marketing số, xu hướng phát triển và ứng dụng trong việc gia tăng trí tuệ marketing cho doanh nghiệp trong bối cảnh kinh doanh hiện đại. Đặc biệt, môn học sẽ nhấn mạnh đến việc ứng dụng trí tuệ nhân tạo trong hoạt động marketing. Môn học tập trung vào vai trò của trí tuệ nhân tạo trong việc tạo ra giá trị cho doanh nghiệp: tập trung vào việc tạo ra và nắm bắt giá trị, xác định nhu cầu của khách hàng và hiểu các quy trình mua hàng, hình thành phân khúc mục tiêu, định vị sản phẩm và quản trị giá trị thương hiệu ...

The course aims to provide students with an overview of digital marketing technology, development trends, and applications in increasing marketing intelligence for businesses in the modern business context. In particular, the course will emphasize the application of artificial intelligence in marketing activities. It focuses on the role of artificial intelligence in creating value for the business: the emphasis is placed on creating and capturing value, identifying customer needs and understanding purchasing processes, forming target segments, positioning the product, and managing brand equity...

9. Đề án Kế hoạch Marketing số (Digital Marketing Capstone Project)

Mã môn học (Course code): MAR1472_CLC

Số tín chỉ (number of credits): 02

Môn học tiên quyết (Prerequisite): Marketing số (Digital Marketing)

Tóm tắt nội dung (Course summary):

Đề án Kế hoạch marketing số là một môn học dự án cá nhân hoặc theo nhóm đầy thử thách cho phép sinh viên áp dụng mọi thứ bạn đã học được trong suốt chương trình. Môn học này được thiết kế để cung cấp cho sinh viên cơ hội áp dụng lý thuyết và kiến thức họ thu được trong chương trình vào thực tế triển khai một kế hoạch marketing số cụ thể của các tổ chức/doanh nghiệp bên ngoài- những tổ chức/doanh nghiệp đang đối mặt với các vấn đề chiến lược. Dự án chính trong môn học này là tạo và triển khai một kế hoạch marketing số cho một tổ chức/doanh nghiệp, dựa trên kiến thức và kỹ năng đã được học trong chương trình dưới sự cố vấn của giảng viên và phối hợp của doanh nghiệp tổ chức đó. Trong môn học, sinh viên cũng sẽ có trách nhiệm trình bày về kế hoạch của mình bằng cả văn bản và thuyết trình.

The Digital Marketing Capstone Project is a challenging individual or team project that enables you to apply everything you have learned during the program. This course is designed to provide students with the opportunity to apply the theory and knowledge they gain in class to outside organizations that are facing strategic issues. The major project for this course is developing and implementing a digital marketing plan for a business/organization, basing on the basis of knowledge and skills in marketing and digital marketing accumulated in the programs. Students will be responsible for presenting their plan of digital marketing in both written report and oral presentation.

KT. GIÁM ĐỐC
PHÓ GIÁM ĐỐC
HỌC VIỆN
CÔNG NGHỆ
BƯU CHÍNH
VIỄN THÔNG
PGS.TS Trần Quang Anh

KẾ HOẠCH & TIẾN TRÌNH HỌC TẬP CHUẨN
(*STANDARD PROGRAM SCHEDULE AND PROGRESS*)
CHƯƠNG TRÌNH CHẤT LƯỢNG CAO NGÀNH MARKETING: DIGITAL MARKETING
(*HIGH-QUALITY EDUCATION PROGRAM OF MARKETING: DIGITAL MARKETING*)

NĂM HỌC THỨ NHẤT (FIRST YEAR)

STT (Order)	Tên môn học/ học phần (Modules)	Số TC (Num of Cr)	Học kỳ (Se)
1	Nguyên lý Marketing (Principles of Marketing)	3	1
2	Toán cao cấp cho kinh tế (Advanced Mathematics for Economics)	4	1
3	Tiếng Anh (Course 1)_CLC (English – Course 1- High quality)	8	1
4	Kinh tế vi mô (Microeconomics)	3	1
5	Phát triển nghề nghiệp Marketing (Professional Development in Marketing)		
	Giáo dục thể chất 1 (Physical Education 1)		
	Giáo dục quốc phòng (Military Education)		
	18		
6	Tiếng Anh (Course 2)_CLC (English – Course 2- High quality)	8	2
7	Xác suất và thống kê trong kinh tế (Probability & Statistics for Economics)	3	2
8	Tin học cơ sở (theo chuẩn quốc tế) (Basic informatics- International standard)	3	2
9	Kinh tế vĩ mô (Macroeconomics)	3	2
	Kỹ năng truyền thông (Communication Skills)		
	Kỹ năng tương tác liên cá nhân (Interpersonal Skills)		
	Giáo dục thể chất 2 (Physical Education 2)		
	17		

NĂM HỌC THỨ BA (THIRD YEAR)

STT (Order)	Tên môn học/ học phần (Modules)	Số TC (Num of Cr)	Học kỳ (Se)
1	Chủ nghĩa xã hội khoa học (Scientific Socialism)	2	5
2	Quản trị bán hàng (Sales Management)	2	5
3	Đạo đức Marketing (Marketing Ethics)	3	5
4	Marketing dịch vụ (Service Marketing)	2	5
5	Học phần lựa chọn 1 (*) (Elective Course 1 (**))	2	5
6	Học phần lựa chọn 2 (*) (Elective Course 2 (**))	2	5
7	Học phần lựa chọn 3 (*) (Elective Course 3 (**))	2	5
8	Học phần lựa chọn 4 (*) (Elective Course 4 (**))	2	5
	17		
10	Tư tưởng Hồ Chí Minh (Ho Chi Minh Ideology)	2	6

NĂM HỌC THỨ HAI (SECOND YEAR)

STT (Order)	Tên môn học/ học phần (Modules)	Số TC (Num of Cr)	Học kỳ (Se)
1	Tiếng Anh (Course 3)_CLC (English – Course 3- High quality)	8	3
2	Kinh tế lượng (Econometrics)	3	3
3	Kế toán quản trị phục vụ cho việc ra quyết định (Managerial Accounting for Decision Making)	3	3
4	Hành vi người tiêu dùng (Consumer Behavior)	3	3
5	Triết học Mác Lênin (Philosophy of Marxism and Leninism)	3	3
	Kỹ năng tư duy sáng tạo và giải quyết vấn đề (Creative thinking and problem-solving skills)		
	20		
6	Kinh tế chính trị Mác Lênin (Political Economics of Marxism and Leninism)	2	4
7	Quản trị tổ chức (Organizational Leadership)	2	4
8	Marketing chiến lược (Strategic Marketing)	3	4
9	Nghiên cứu marketing (Marketing Research)	3	4
10	Hệ thống thông tin trong kinh doanh (Business Information System)	3	4
11	Truyền thông Marketing tích hợp (Integrated Marketing Communication)	3	4
12	Pháp luật đại cương (General Law)	2	4
	Kỹ năng lập kế hoạch (Planning Skills)		
	18		

NĂM HỌC THỨ TƯ (FOURTH YEAR)

STT (Order)	Tên môn học/ học phần (Modules)	Số TC (Num of Cr)	Học kỳ (Se)
1	Lịch sử Đảng cộng sản Việt Nam (History of Vietnamese Communist Party)	2	7
2	Chuyên đề: Xu hướng công nghệ marketing số (Perspectives of Digital Marketing Technologies)	2	7
3	Đề án Kế hoạch Marketing số (Digital Marketing Capstone Project)	2	7
4	Marketing qua phương tiện truyền thông xã hội (Social Media Marketing)	3	7
5	Phát triển sản phẩm mới và cải tiến (New Product Development & Innovation)	3	7
6	Học phần lựa chọn 1 (**)	3	7
7	Học phần lựa chọn 2 (**)	3	7
	18		
	Thực tập và tốt nghiệp (Internship and Dissertation)	10	8

STT (Order)	Tên môn học/ học phần (Modules)	Số TC (Num of Cr)	Học kỳ (Se)
11	Marketing số (Digital Marketing)	3	6
12	Quản trị thương hiệu (Brand Management)	2	6
13	Thiết kế UI/UX (UI/UX Designs)	2	6
14	Sáng tạo và phát triển nội dung số (Digital Content Creation and Development)	3	6
15	Công nghệ Marketing số (Digital Marketing Technologies)	3	6
16	Phân tích Marketing (Marketing Analytics)	3	6
		18	

STT (Order)	Tên môn học/ học phần (Modules)	Số TC (Num of Cr)	Học kỳ (Se)
	hoặc học phần thay thế tốt nghiệp (Or Graduated replacement Modules)		
		10	
Total		136	

(*): Danh sách các học phần tự chọn/Elective Courses

(**): Danh sách các học phần tự chọn/Elective Courses

1	Thương mại điện tử (E-commerce)	2
2	Khởi sự doanh nghiệp (Entrepreneurship)	2
3	Quản trị giá (Price Management)	2
4	Quản trị dự án marketing (Marketing Project Management)	2
5	Marketing B2B (B2B Marketing)	2
6	Marketing quốc tế (International Marketing)	2
7	Phân tích hoạt động sản xuất kinh doanh (Business Analysis)	2
8	Quản trị quan hệ khách hàng (Customer Relationship Management)	2
9	Quản trị kênh phân phối (Distribution Channel Management)	2
10	Phương pháp nghiên cứu khoa học trong marketing (Academic Research in Marketing)	2

1	Marketing đa kênh (Ommichannel Marketing)	3
2	Marketing di động (Mobile Marketing)	3
3	Phân tích web (Web Analytics)	3
4	Trí tuệ kinh doanh và marketing (Marketing and Business Intelligence)	3
5	Chỉ số marketing (Marketing Metrics)	3
6	Marketing xã hội (Social Marketing)	3
7	Marketing bằng công cụ tìm kiếm (Search Engine Marketing)	3

**TIẾN TRÌNH ĐÀO TẠO CHUẨN - STANDARD LEARNING PROCESS
NGÀNH MARKETING (MAJOR: MARKETING - DIGITAL MARKETING)**

	Semester 1	Semester 2	Semester 3	Semester 4	Semester 5	Semester 6	Semester 7	Semester 8
Lý luận chính trị			Triết học Mác Lênin (3Cr)	Kinh tế chính trị Mác Lênin (2TC)	Chủ nghĩa xã hội khoa học (2TC)	Tư tưởng Hồ Chí Minh (2TC)	Lịch sử Đảng CSVN (2TC)	
English	Course 1_CLC (8Cr)	Course 2_CLC (8 Cr)	Course 3_CLC (8Cr)					
Natural and Social Sciences	Advanced Mathematics for Economics (4Cr)	Probability and Statistics for Economics (3Cr)		General Law (2Cr)				
Soft Skill	Professional Development in Marketing	Communication Skills	Creative Thinking and Problem-Solving Skills	Interpersonal Skills	Planning Skills			
IT Skill		Basic Informatics - International Standard (3Cr)						
Fundamental Courses	Microeconomics (3Cr)	Macroeconomics (3Cr)	Managerial Accounting for Decision Making (3Cr)	Organizational Leadership (2Cr)	Sales Management (2Cr)			
	Principles of Marketing (3Cr)		Consumer Behavior (3Cr)	Strategic Marketing (3Cr)	Marketing Ethics (3Cr)			
			Econometrics (3Cr)	Marketing Research (3Cr)	Service Marketing (2Cr)			
				Business Information System (3Cr)	Elective Courses (4 units - 8Cr)	Brand Management (2Cr)		
				Integrated Marketing Communication (3Cr)				
				Elective courses (Select 4/10 courses)				
	E-commerce (2 Cr)	Entrepreneurship (2 Cr)	Price Management (2 Cr)	Marketing Project Management (2 Cr)	B2B Marketing (2 Cr)	International Marketing (2 Cr)	Business Analysis (2 Cr)	
				Distribution-Channel Management (2 Cr)	Academic Research in Marketing (2 Cr)			
Professional						Digital Marketing (4Cr)	Perspectives of Digital Marketing Technologies (2Cr)	
						UI/UX Design (8Cr)	Digital Marketing Capstone Project (2Cr)	

	Semester 1	Semester 2	Semester 3	Semester 4	Semester 5	Semester 6	Semester 7	Semester 8
Educational Knowledge						Digital Content Creation and Development (2Cr) Digital Marketing Technologies (3Cr) Marketing Analytics (3Cr)	Social Media Marketing (3Cr) New Product Development and Innovation (3 Cr) Elective Courses (2 units - 6Cr)	
Internship								
Graduation Thesis								
Credits (Cr)	18 credits	17 credits	20 credits	18 credits	17 credits	18 credits	18 credits	10 credits

Elective courses (Select 2/7 courses)

Omnichannel Marketing (3Cr)	Mobile Marketing (3Cr)	Web Analytics (3Cr)	Marketing and Business Intelligence (3Cr)	Marketing Metrics (3Cr)	Social Marketing (3Cr)	Search Engine Marketing (3Cr)
-----------------------------	------------------------	---------------------	---	-------------------------	------------------------	-------------------------------

Graduation Internship (4Cr)
Graduation Thesis (6Cr)

**TIẾN TRÌNH HỌC TẬP CHUẨN VÀ DANH SÁCH CÁC MÔN HỌC (TIỀN QUYẾT, TRƯỚC SAU, SONG HÀNH)
CHƯƠNG TRÌNH CHẤT LƯỢNG CAO - NGÀNH MARKETING (DIGITAL MARKETING)**

TT	Tên môn học/học phần	Mã số môn học	Số TC	Năm học			Môn tiên quyết	Môn học trước	Môn song hành
				Năm thứ nhất	Năm thứ hai	Năm thứ ba			
1	Nguyên lý Marketing (Principles of marketing)	MAR1353_CLC	3	HK1					
2	Toán cao cấp cho kinh tế (Advanced mathematics for economics)	BAS1267_CLC	4	HK1					
3	Tiếng Anh (Course 1)_CLC (English – Course 1-High quality)	BAS1162_CLC	8	HK1					
4	Kinh tế vi mô (Microeconomics)	BSA1310_CLC	3	HK1					
5	Phát triển nghề nghiệp Marketing (Professional development in Marketing)	MAR1147_CLC		HK1					
6	Giáo dục thể chất 1 (Physical Education 1)	BAS1106		HK1					
7	Giáo dục quốc phòng (Military Education)	BAS1105		HK1					
8	Tiếng Anh (Course 2)_CLC (English – Course 2-High quality)	BAS1163_CLC	8	HK2					
9	Xác suất và thống kê trong kinh tế (Probability & Statistics for Economics)	BAS1268_CLC	3	HK2					
10	Tin học cơ sở (theo chuẩn quốc tế) (Basic informatics- International standard)	INT11177_CLC	3	HK2					
11	Kinh tế vi mô (Macroeconomics)	BSA1311_CLC	3	HK2					
13	Kỹ năng truyền thông (Communication skills)	MAR1148_CLC		HK2					
14	Kỹ năng tương tác liên cá nhân (Interpersonal skills)	MAR1149_CLC		HK2					
15	Giáo dục thể chất 2	BAS1107		HK2					
16	Tiếng Anh (Course 3)_CLC (English – Course 3-High quality)	BAS1164_CLC	8	HK3					
17	Kinh tế lượng (Econometrics)	BSA1309_CLC	3	HK3			Kinh tế vi mô; Toán cao cấp; Xác suất và thống kê		
18	Kế toán quản trị phục vụ cho việc ra quyết định (Managerial accounting for decision making)	FIA1388_CLC	3	HK3					
19	Hành vi người tiêu dùng (Consumer behavior)	MAR1354_CLC	3	HK3			Nguyên lý marketing		
22	Triết học Mác- Lê nin (Philosophy of marxism and Leninism)	BAS1150	3	HK3					
20	Kỹ năng tư duy sáng tạo và giải quyết vấn đề (Creative thinking and problem-solving skills)	MAR1150_CLC		HK3					
22	Kinh tế chính trị Mác- Lê nin (Political economics of marxism and Leninism)	BAS1151	2	HK4					
23	Quản trị tổ chức (Organizational Leadership)	MAR1352_CLC	2	HK4			Nguyên lý marketing		
24	Marketing chiến lược (Strategic marketing)	MAR1355_CLC	3	HK4			Nguyên lý marketing		
25	Nghiên cứu marketing (Marketing research)	MAR1356_CLC	3	HK4			Nguyên lý marketing; Xác suất và thống kê; Kinh tế vi mô		

TT	Tên môn học/học phần	Mã số môn học	Số TC	Năm học				Môn học trước	Môn học hành
				Năm thứ nhất	Năm thứ hai	Năm thứ ba	Năm thứ tư		
26	Hệ thống tin kinh doanh (Business Information Systems)	MAR1357_CLC	3	HK4				Nguyên lý marketing	
27	Truyền thông Marketing tích hợp (Integrated marketing communication)	MAR1314_CLC	3	HK4				Nguyên lý marketing	
28	Pháp luật đại cương (General law)	BSA1221_CLC	2	HK4					
21	Kỹ năng lập kế hoạch (planning skills)	MAR1151_CLC		HK4					
29	Chủ nghĩa xã hội khoa học (Scientific socialism)	BAS1152	2	HK5					
30	Quản trị bán hàng (Sales management)	MAR1329_CLC	2	HK5				Nguyên lý marketing	
31	Đạo đức Marketing (Marketing Ethics)	MAR1358_CLC	3	HK5				Nguyên lý marketing	
32	Marketing dịch vụ (Service marketing)	MAR1425_CLC	2	HK5				Nguyên lý marketing, Hành vi người tiêu dùng	
34	Học phần lựa chọn 1 (*)		2	HK5					
35	Học phần lựa chọn 2 (*)		2	HK5					
36	Học phần lựa chọn 3 (*)		2	HK5					
37	Học phần lựa chọn 4 (*)		2	HK5					
38	Tư tưởng Hồ Chí Minh (Ho Chi Minh Ideology)	BAS1122	2	HK6					
39	Marketing số (Digital marketing)	MAR1466_CLC	3	HK6				Nguyên lý marketing	
33	Quản trị thương hiệu (Brand Management)	MAR1328_CLC	2	HK6				Nguyên lý marketing	
41	Thiết kế UI/UX (UI/UX Design)	MAR1468_CLC	2	HK6				Nguyên lý marketing; Marketing số; Hành vi người tiêu dùng	
42	Sáng tạo và phát triển nội dung số (Digital Content Creation and Development)	MAR1469_CLC	3	HK6				Nguyên lý marketing	
43	Công nghệ Marketing số (Digital marketing technologies)	MAR1470_CLC	3	HK6				Marketing số	
44	Phân tích Marketing (Marketing analytics)	MAR1437_CLC	3	HK6				Hành vi người tiêu dùng; Marketing chiến lược; Nghiên cứu marketing	
12	Lịch sử Đảng cộng sản Việt Nam (History of Vietnamese communist party)	BAS1153	2	HK7					
46	Chuyên đề: Xu hướng công nghệ marketing số (Perspectives of Digital Marketing Technologies)	MAR1471_CLC	2	HK7				Marketing số	
47	Đề án Kế hoạch Internet marketing (Digital Marketing Capstone Project)	MAR1472_CLC	2	HK7				Marketing số	
48	Marketing qua phương tiện truyền thông xã hội (Social media Marketing)	MAR1406_CLC	3	HK7				Thương mại điện tử; Truyền thông marketing tích hợp	
40	Phát triển sản phẩm mới và cải tiến (New Product Development & Innovation)	MAR1467_CLC	3	HK7				Nguyên lý marketing, Marketing chiến lược	
49	Môn học lựa chọn 1 (**)		3	HK7					
50	Môn học lựa chọn 2 (**)		3	HK7					
45	Thực tập và tốt nghiệp hoặc học phần thay thế tốt nghiệp		10	HK8					

TT	Tên môn học/học phần	Mã số môn học	Số TC	Năm học					Môn học trước	Môn học hành
				Năm thứ nhất	Năm thứ hai	Năm thứ ba	Năm thứ tư	Môn tiên quyết		
TONG CỘNG (không tính quốc phòng, giáo dục thể chất, kỹ năng)			136							
(*) : Các học phần tự chọn										
1	Thương mại điện tử (E-commerce)	MAR1323_CLC	2							
2	Khởi sự doanh nghiệp (Entrepreneurship)	MAR1359_CLC	2							
3	Quản trị giá (Price Management)	MAR1360_CLC	2							
4	Quản trị dự án marketing (Marketing project management)	MAR1361_CLC	2							
5	Marketing B2B (B2B Marketing)	MAR1362_CLC	2							
6	Marketing quốc tế (International marketing)	MAR1363_CLC	2							
7	Phân tích hoạt động sản xuất kinh doanh (Business analysis)	BSA1320_CLC	2							
8	Quản trị quan hệ khách hàng (Customer Relationship Management)	MAR1344-CLC	2							
9	Quản trị kênh phân phối (Distribution channel management)	MAR1364_CLC	2							
10	Phương pháp nghiên cứu khoa học trong marketing (academic research in marketing)	MAR1365_CLC	2							
(**): Các học phần tự chọn										
1	Marketing đa kênh (Omnichannel marketing)	MAR1477_CLC	3							
2	Marketing di động (Mobile Marketing)	MAR1473-CLC	3							
3	Phân tích web (Web analytics)	MAR1408_CLC	3							
4	Trí tuệ kinh doanh và marketing (Marketing and Business Intelligence)	MAR1475_CLC	3							
5	Chỉ số marketing (Marketing Metrics)	MAR1474_CLC	3							
6	Marketing xã hội (social marketing)	MAR1476_CLC	3							
7	Marketing bằng công cụ tìm kiếm (Search Engine Marketing)	MAR1405_CLC	3							

