

TRƯỜNG ĐẠI HỌC ĐÔNG Á
KHOA MARKETING



**BẢN MÔ TẢ CHƯƠNG TRÌNH
ĐÀO TẠO**

NGÀNH MARKETING
TRÌNH ĐỘ: ĐẠI HỌC

Mã ngành: 7340115

ĐÀ NẴNG 2024

MỤC LỤC

1. MÔ TẢ CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO	3
1.1. Thông tin chung về chương trình đào tạo	3
1.2. Mục tiêu của chương trình đào tạo	3
1.2.1. Mục tiêu chung	3
1.2.2. Mục tiêu cụ thể	4
1.3. Chuẩn đầu ra của chương trình đào tạo (CDR)	4
1.4. Cơ hội việc làm	4
1.5. Chuẩn đầu vào	4
1.6. Phương pháp giảng dạy	5
1.7. Phương pháp đánh giá	5
2. NỘI DUNG CHƯƠNG TRÌNH DẠY HỌC	6
2.1. Cấu trúc và nội dung chương trình giảng dạy	6
2.2. Danh sách các học phần	7
2.2.1. Danh sách các học phần của chương trình đào tạo	7
2.2.2. Danh sách các học phần theo năm học, HK	14
2.3. Ma trận phân nhiệm CDR ở các HP trong CTĐT	18
2.4. Sơ đồ phân bổ nội dung chương trình	21
2.5. Mô tả tóm tắt các học phần	22
3. HƯỚNG DẪN THỰC HIỆN CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO	34
3.1. Khoa	34
3.2. Giảng viên	34
3.3. Phòng QLĐT&CTSV	34
3.4. Các bộ phận chức năng khác	34

BẢN MÔ TẢ CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO NGÀNH MARKETING NĂM 2024

(Ban hành kèm theo Quyết định số 1250-6/QĐ-ĐHĐA ngày 24 tháng 6 năm 2024 về việc ban hành bản mô tả chương trình đào tạo)

1. MÔ TẢ CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO

CTĐT ngành Marketing chính thức được áp dụng vào năm 2020, được rà soát hàng năm hoặc ít nhất 2 năm một lần. CTĐT 2024 được sửa đổi, bổ sung trên cơ sở CTĐT 2023, áp dụng cho khóa tuyển sinh 2024 theo học chế tín chỉ. Ngoài học phần Giáo dục thể chất và Giáo dục quốc phòng, CTĐT 2024 gồm 133 tín chỉ được thiết kế có thời gian đào tạo là 4 năm, tùy theo khả năng và điều kiện học tập, sinh viên có thể kéo dài thời gian học tối đa đến 8 năm.

CTĐT ngành Marketing được xây dựng tuân thủ theo quy định của Bộ Giáo dục và Đào tạo, phù hợp với CĐR quốc gia và đáp ứng nhu cầu xã hội, được quản lý bởi khoa Marketing, Trường Đại học Đông Á. Với đội ngũ giảng viên có trình độ từ thạc sỹ trở lên và cơ sở vật chất được đầu tư đổi mới và nâng cấp để phục vụ tốt hơn cho việc giảng dạy và nghiên cứu, khoa Marketing hướng sẽ trở thành một trong những đơn vị đào tạo hàng đầu về Marketing tại Việt Nam và khu vực Châu Á. Đến năm 2030, Khoa Marketing sẽ xây dựng và phát triển các chương trình đào tạo theo chuẩn quốc tế. Hướng tới năm 2050, Khoa Marketing phấn đấu trở thành trung tâm xuất sắc trong nghiên cứu khoa học và ứng dụng Marketing, góp phần tích cực vào việc nâng cao năng lực cạnh tranh của nền kinh tế Việt Nam trong thị trường toàn cầu.

1.1. Thông tin chung về chương trình đào tạo

Bảng 1. Thông tin chung về CTĐT

STT	Mục tin	Giải thích
1.	Tên gọi:	CTĐT ngành Marketing
2.	Mã ngành:	7340115
3.	Bậc:	Đại học
4.	Loại bằng:	Cử nhân Marketing
5.	Loại hình đào tạo:	Chính quy
6.	Thời gian:	4 năm (Theo thiết kế chương trình là 4 năm, tùy theo khả năng và điều kiện học tập, sinh viên có thể kéo dài thời gian học tối đa đến 8 năm)
7.	Số tín chỉ:	133 tín chỉ
8.	Khoa quản lý:	Khoa Marketing - Trường Đại học Đông Á
9.	Ngôn ngữ:	Tiếng Việt
10.	Website:	https://marketing.donga.edu.vn/
11.	Facebook:	www.facebook.com/khoamarketing.uda
12.	Ban hành:	06/2024

1.2. Mục tiêu của chương trình đào tạo

1.2.1. Mục tiêu chung

Chương trình đào tạo ngành Marketing đào tạo sinh viên có phẩm chất, đạo đức, sức khỏe tốt; có kiến thức nền tảng và chuyên sâu trong lĩnh vực marketing, digital marketing, truyền thông, nghiên cứu thị trường và quản trị kinh doanh; có tư duy sáng tạo, năng lực phân tích, dự báo, lập kế hoạch và triển khai hiệu quả các hoạt động marketing, đáp ứng yêu cầu chuyển đổi số và ứng dụng công nghệ trong bối cảnh hội nhập quốc tế; có kỹ năng giao tiếp, làm việc độc lập và làm việc nhóm, sử dụng thành thạo công nghệ thông tin, ngoại ngữ và phân tích dữ liệu; có tinh thần trách

nhiệm, khả năng tự học, học tập suốt đời và thích ứng với môi trường làm việc đa văn hóa; sinh viên tốt nghiệp có năng lực đảm nhận các vị trí chuyên môn, quản lý trong lĩnh vực marketing, digital marketing, truyền thông, nghiên cứu thị trường hoặc khởi nghiệp tại các doanh nghiệp, tổ chức trong và ngoài nước

1.2.2. Mục tiêu cụ thể

Sau khi tốt nghiệp ngành Marketing trường Đại học Đông Á, người học sẽ:

Bảng 2. Mục tiêu của CTĐT ngành marketing

Ký hiệu	Mục tiêu chương trình đào tạo
PEO1	Vận dụng thành thạo kiến thức và kỹ năng nghề nghiệp marketing để phân tích, dự báo, lập kế hoạch và triển khai hiệu quả các hoạt động marketing, đáp ứng yêu cầu chuyển đổi số và ứng dụng công nghệ mới tại các doanh nghiệp, tổ chức trong và ngoài nước.
PEO2	Trở thành người quản lý trong lĩnh vực marketing, digital marketing, truyền thông và nghiên cứu thị trường. Có khả năng đảm nhận các vị trí quản lý marketing trong các doanh nghiệp trong nước và nước ngoài.
PEO3	Thích ứng linh hoạt với môi trường làm việc, có khả năng giao tiếp, sử dụng ngoại ngữ, làm việc nhóm và ứng dụng công nghệ thông tin, phân tích dữ liệu để giải quyết các vấn đề marketing trong bối cảnh nghề nghiệp.
PEO4	Thể hiện sự tự chủ, tinh thần trách nhiệm và đạo đức nghề nghiệp; chủ động học tập suốt đời và thích ứng với môi trường làm việc đa văn hóa trong bối cảnh hội nhập.

1.3. Chuẩn đầu ra của chương trình đào tạo (CDR)

Bảng 3. Chuẩn đầu ra của CTĐT (PLO)

TT	Chuẩn đầu ra CTĐT (PLO)
PLO 1	Thể hiện VH ứng xử, VH trách nhiệm, VH hiểu đạo, có năng lực tự học, tự chủ, tự chịu trách nhiệm.
PLO 2	Có khả năng thực hiện các kỹ năng của thế kỷ 21 để hỗ trợ học tập, nghiên cứu và làm việc (<i>giao tiếp và thuyết trình, kỹ năng viết, làm việc nhóm và lãnh đạo, năng lực số</i>)
PLO 3	Sử dụng được ngoại ngữ trong giao tiếp và hoạt động chuyên môn
PLO 4	Áp dụng được phương pháp nghiên cứu khoa học để giải quyết các vấn đề chuyên môn
PLO 5	Xây dựng được dự án khởi nghiệp và kế hoạch triển khai
PLO 6	Vận dụng được các kiến thức cơ bản về khoa học xã hội, khoa học tự nhiên, lý luận chính trị trong thực tiễn
PLO 7	Vận dụng các nguyên lý kinh tế, quản trị và pháp luật để giải quyết các vấn đề cơ bản trong lĩnh vực marketing, truyền thông.
PLO 8	Thiết kế được ít nhất 01 phương án nghiên cứu marketing cho một doanh nghiệp/dự án cụ thể, với bộ công cụ thu thập dữ liệu và quy trình phân tích trên tập dữ liệu tối thiểu 100 quan sát.
PLO 9	Thiết kế được ít nhất 01 giải pháp truyền thông marketing tích hợp cho một sản phẩm hoặc doanh nghiệp cụ thể, sử dụng tối thiểu 03 kênh truyền thông và có bộ chỉ số đánh giá hiệu quả.
PLO 10	Thiết kế được ít nhất 01 giải pháp marketing số cho một doanh nghiệp hoặc dự án cụ thể, có ứng dụng các công cụ số và trí tuệ nhân tạo, sử dụng tối thiểu 03 công cụ marketing số và tối thiểu 03 chỉ số đo lường hiệu quả.
PLO11A	Thiết kế được ít nhất 01 chiến lược marketing cho một doanh nghiệp hoặc dự án cụ thể, dựa trên phân tích thị trường và năng lực doanh nghiệp, kèm kế hoạch hành động và ngân sách.
PLO11B	Xây dựng được ít nhất 01 hệ thống marketing số và kênh bán hàng số cho một doanh nghiệp hoặc dự án cụ thể, gồm tối thiểu 03 kênh số và bộ chỉ số đánh giá hiệu quả.
PLO 12	Đề xuất được ít nhất 01 giải pháp marketing tổng hợp cho một vấn đề thực tiễn của doanh nghiệp, kèm phương án triển khai và bộ chỉ số đánh giá kết quả.

1.4. Cơ hội việc làm

Cơ hội việc làm

Sinh viên ngành Marketing tốt nghiệp đảm nhận làm việc tại các vị trí thuộc các lĩnh vực sau:

- + Nghiên cứu thị trường, Nghiên cứu và phát triển (R&D), tổ chức sự kiện, quảng cáo, truyền thông, trade marketing, thực thi marketing (marketing executive);
- + Truyền thông mạng xã hội (social media executive), sáng tạo nội dung (content writer), thiết kế đồ họa, SEO (SEO specialist), Quảng cáo trực tuyến, Digital marketing;
- + Kinh doanh, thương mại điện tử, chăm sóc khách hàng, bán lẻ
- + Trưởng phòng marketing;
- + Giảng dạy, nghiên cứu về marketing tại các trường đại học, cao đẳng, trung cấp chuyên nghiệp.

Cơ hội học lên trình độ cao hơn

Sau khi tốt nghiệp và làm việc tại DN, người học có thể tiếp tục học tập ở trình độ cao hơn là thạc sĩ, tiến sĩ trong nước hoặc nước ngoài, nhằm đáp ứng nhu cầu nghiên cứu, phát triển bản thân.

1.5. Chuẩn đầu vào

Theo quy chế Tuyển sinh Đại học, Cao đẳng hệ chính quy hiện hành của Bộ Giáo dục và Đào tạo và theo phương án tuyển sinh riêng của ĐH Đông Á được Bộ Giáo dục & Đào tạo phê duyệt.

1.6. Phương pháp giảng dạy

Hoạt động dạy và học được thiết kế cho CTĐT ngành Quản trị Nhà hàng và Dịch vụ ăn uống nhằm đảm bảo người học không những phát triển năng lực về kiến thức, mà còn cả năng lực về kỹ năng, và mức tự chủ và trách nhiệm. Chiến lược giảng dạy và học tập được áp dụng đa dạng nhằm giúp cho người học đạt được các chuẩn đầu ra của CTĐT ngành Quản trị Nhà hàng và Dịch vụ ăn uống về kiến thức, kỹ năng và mức tự chủ và trách nhiệm. Chiến lược giảng dạy và học tập gồm tám nhóm lớn: dạy trực tiếp, dạy dựa vào hoạt động, dạy dựa vào nghệ thuật, dạy kỹ năng tư duy, dạy học tương tác, dạy học theo hướng nghiên cứu, dạy học dựa vào công nghệ, và tự học.

Việc áp dụng đa dạng các chiến lược dạy và học khác nhau này nhằm giúp sinh viên không những có kiến thức nền tảng chuyên môn và kiến thức xã hội mà còn có khả năng sử dụng các kiến thức này để cộng tác với người khác và phát triển năng lực, điểm mạnh của cá nhân. Từ đó hình thành các kỹ năng cá nhân như kỹ năng giao tiếp, làm việc nhóm... Các chiến lược và phương pháp dạy học được sử dụng trong chương trình đào tạo cụ thể như sau

Bảng 4. Sự tương thích giữa CDR của CTĐT và các phương pháp dạy học

TT	Các PPGD	CDR CTĐT (PLOs) (x)												
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11A	11B	12
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)	(11)	(12)		(13)	(14)
1	Lớp học đảo ngược (FC)	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	
2	DH theo dự án (PBL), GQVĐ				x				x	x	x	x	x	
3	DH theo tình huống						x	x	x	x	x	x	x	
4	DH trải nghiệm							x						x
5	TH /thí nghiệm													
6	Tranh biện							x	x	x	x	x	x	
7	Thảo luận	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	
8	DH hợp tác							x	x	x	x	x	x	
9	DH qua trò chơi	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	
10	Đóng vai								x					
11	Thuyết giảng	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	

1.7. Phương pháp đánh giá

Đánh giá kết quả học tập của sinh viên là quá trình ghi chép, lưu giữ và cung cấp thông tin về sự tiến bộ của người học trong suốt quá trình dạy học. Việc đánh giá đảm bảo nguyên tắc rõ ràng, chính xác, khách quan và phân hóa, thường xuyên liên tục và định kỳ. Yêu cầu và tiêu chí đánh giá cụ thể được khoa Du lịch thiết kế và công bố cho người học trước khi học.

Các thông tin về đánh giá được cung cấp và chia sẻ kịp thời cho các bên liên quan gồm người dạy, người học, phụ huynh và nhà quản lý. Từ đó, kịp thời có những điều chỉnh về các hoạt động dạy học, đảm bảo định hướng và đạt được mục tiêu dạy học.

Khoa marketing áp dụng đa dạng các phương pháp đánh giá. Tùy thuộc vào chuẩn đầu ra và phương pháp dạy-học của từng học phần, các phương pháp đánh giá phù hợp được lựa chọn nhằm đảm bảo cung cấp đầy đủ thông tin để đánh giá mức độ tiến bộ của sinh viên cũng như hiệu quả đạt được của tiến trình dạy và học.

Các phương pháp đánh giá được áp dụng trong CTĐT ngành Quản trị Nhà hàng và Dịch vụ ăn uống gồm đánh giá sự tham gia trên lớp (in-class participation), bài tập (work assignment), thuyết trình (oral presentation), đánh giá hoạt động (performance test), kiểm tra viết (written exam), kiểm tra trắc nghiệm (multiple-choice exam), bảo vệ và thi vấn đáp (oral exam), viết báo cáo (written report), đánh giá làm việc nhóm (peer assessment), báo cáo thực tập/khóa luận tốt nghiệp (graduation report/thesis). Áp dụng các phương pháp đánh giá phi truyền thống khác nhau thúc đẩy mức độ tư duy cao của sinh viên trong việc học. Hoạt động học tập của sinh viên được đánh giá theo các phương pháp phi truyền thống bằng cách sử dụng các phiếu đánh giá (rubrics) giúp sinh viên biết những gì họ được kỳ vọng trong mỗi tiêu chí đánh giá.

Bảng 5. Các hình thức đánh giá để đạt được chuẩn đầu ra của CTĐT

TT	Các PP đánh giá	CDR CTĐT (PLOs) (x)												
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11A	11B	12
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)	(11)	(12)	x	(13)	(14)
1	Thuyết trình	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x

2	Bài tập			X	X				X	X	X		X	X
3	Báo cáo				X	X			X			X		X
4	Sản phẩm TH, thí nghiệm, NCKH, khởi nghiệp	X	X	X	X	X			X				X	
5	Bài thi/kiểm tra tự luận			X			X	X	X	X	X	X	X	
6	Bài thi/kiểm tra vấn đáp								X	X	X	X	X	X
7	Câu hỏi trắc nghiệm	X	X	X			X	X	X	X	X	X	X	
8	Đánh giá đồng đẳng	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	

2. NỘI DUNG CHƯƠNG TRÌNH DẠY HỌC

2.1. Cấu trúc và nội dung chương trình giảng dạy

Chương trình giảng dạy được chia thành 3 khối kiến thức (GDĐC, GDCN, GDTC&QP), với thời lượng trong mỗi khối tại Bảng 2.1 như sau:

Bảng 6. Các khối kiến thức và số tín chỉ

STT	Khối kiến thức	Số tín chỉ			Ghi chú
		Tổng	Bắt buộc	Tự chọn	
A	Giáo dục đại cương	33	32	1	
A1	Lý luận chính trị	11	11		
A2	Kỹ năng	5	5		
A3	Khoa học tự nhiên và xã hội	6	5	1	
A4	Tin học	4	4		
A5	Nghiên cứu khoa học	3	3		
A6	Khởi nghiệp	4	4		
B	Giáo dục chuyên nghiệp	100	75	25	
B1	Cơ sở khối ngành	10	10	0	
B2	Cơ sở ngành	12	6	6	
B3	Cốt lõi ngành	78	59	19	
<i>B3.1</i>	<i>Module 1: Nghiên cứu thị trường</i>	13	10	3	
<i>B3.2</i>	<i>Module 2: Truyền thông marketing số</i>	34	25	9	
<i>B3.2.1</i>	Module 2.1: Sáng tạo sản phẩm truyền thông	6	3	3	
<i>B3.2.2</i>	Module 2.2: Truyền thông marketing	9	6	3	
<i>B3.2.3</i>	Module 2.3: Marketing số	19	16	3	
<i>B3.3</i>	<i>Tự chọn</i>				
	<i>Module 3.1: Quản trị marketing</i>	19	16	3	
	<i>Module 3.2: Quản trị marketing số</i>	19	16	3	
<i>B3.4</i>	<i>TT & KL TN</i>	12	8	4	
	Tổng	133	107	26	
C	Ngành phụ	15			
C1.1	Minor 1. Làm phim	15			
C1.2	Minor 2. Quản trị chuỗi cung ứng toàn cầu	15			
D	Điều kiện tốt nghiệp				
	GD Thể chất - Quốc phòng	11	9	2	
	Ngoại ngữ	32-38		32-38	Tiếng Anh: 32 TC Tiếng Nhật/Trung/Hàn: 38

2.2. Danh sách các học phần

2.2.1. Danh sách các học phần của chương trình đào tạo

Bảng 7. Danh sách các học phần của chương trình đào tạo

TT	Mã HP	Tên HP	Tổng	Lý thuyết	Bài tập/thảo luận/TH tại lớp	TH tại Lab, đồ/dề án thực tập	Lý thuyết	Bài tập/thảo luận/TH tại lớp	TH tại Lap/ngoài trời	TH tại DN, BV	Đồ/dề án	TT tại DN	Tự học	Tổng	ĐK học trước/ HP tiên quyết*
-1	-2	-3	-4	-5	-6	-7	-8	-9	-10	-11	-12	-14	-15	-16	-17
A	GIÁO DỤC ĐẠI CƯƠNG (Chưa tính GDTC&QP)		33	18.5	13.5	1	277.5	202.5	0	0	30	0	1170	1450	0
A1		Lý luận chính trị	11	6	5	0	90	75	0	0	0	0	385	550	
1	PHIL3001	Triết học Mac – Lênin	3	2	1	0	30	15	0		0	0	105	150	
2	PHIL2002	Kinh tế chính trị Mac – Lênin;	2	1	1	0	15	15	0		0	0	70	100	
3	PHIL2003	Chủ nghĩa xã hội khoa học	2	1	1	0	15	15	0		0	0	70	100	
4	PHIL2004	Lịch sử Đảng cộng sản Việt Nam	2	1	1	0	15	15	0		0	0	70	100	
5	PHIL2005	Tư tưởng Hồ Chí Minh	2	1	1	0	15	15	0		0	0	70	100	
A2		Kỹ năng	5	2.5	2.5	0	37.5	37.5	0	0	0	0	175	250	
6	SKIL2003	Kỹ năng giao tiếp và thuyết trình	2	1	1	0	15	15	0		0	0	70	100	
7	SKIL2005	Kỹ năng viết truyền thông	2	1	1	0	15	15	0		0	0	70	100	
8	SKIL1013	Kỹ năng tìm việc	1	0.5	0.5	0	7.5	7.5	0		0	0	35	50	
A3		Khoa học tự nhiên và xã hội	6	4	2	0	60	30	0	0	0	0	210	300	
9	GLAW2002	Pháp luật đại cương	2	1.5	0.5	0	22.5	7.5	0		0	0	70	100	
		Tự chọn 1/3 HP	1	0.5	0.5	-	7.5	7.5	-		-	-	35	50	
10.1	SKIL1005	Các vấn đề môi trường và phát triển bền vững											0	0	
10.2	SKIL1006	Phát triển bền vững trong kinh tế và xã hội											0	0	
10.3	SKIL1007	Kinh tế môi trường và tài nguyên											0	0	
11	MATH3004	Toán kinh tế	3	2	1	0	30	15	0		0	0	105	150	
A4		Tin học	4	2	2	0	30	30	0	0	0	0	140	0	
12	INFO2001	Tin học văn phòng nâng cao	2	1	1	0	15	15					70		
13	SKIL1004	Kỹ năng soạn thảo văn bản	1	0.5	0.5		7.5	7.5					35		

14	INFO1206	Kỹ năng số	1	0.5	0.5		7.5	7.5					35		
A5		NCKH	3	2	1	0	30	15	0		0	0	105	150	
15	SKIL3011	Phương pháp nghiên cứu khoa học	3	2	1	0	30	15	0		0	0	105	150	
A6		Khởi nghiệp	4	2	1	1	30	15	0	0	30	0	155	200	
16	SKIL2006	Thiết kế ý tưởng	2	1	1	0	15	15	0		0	0	70	100	
17	BUSM2007	Khởi nghiệp	2	1	0		15					0	85	100	
		Đề án khởi nghiệp				1					30				
B	GD CHUYÊN NGHIỆP		100	34	45	21	502	690	60	-	358	450	3,025	5,000	-
B1	Kiến thức cơ sở ngành/khối ngành		22	12	10	0	172	165	0	0	28	50	770	1100	0
B1.1		Cơ sở khối ngành	9	6.0	3.0	-	90	45	-	-	-	-	350	500	-
18	BUSM3020	Kinh tế vi mô	3	2	1		30	15	-				105	150	
19	MARK3001	Marketing căn bản	3	2	1		30	15	-				140	200	
20	BUSM3005	Quản trị học	3	2	1	0	30	15					105	150	
B1.2		Cơ sở ngành	13	6	7	-	82	120	-	-	28	50	420	600	-
21	MARK3025	Tiếng anh chuyên ngành	3	1	2		15	30	-				105	150	
22	MARK1001	Nhập môn nghề nghiệp marketing	1	1	0		7	15			28	50			
23	BUSM3002	Nguyên lý thống kê	3	2	1		30	15	-				105	150	
		(Tự chọn 1 trong 2 HP)	3	1	2		15	30	-				105	150	
24.1	ACCO3026	Nguyên lý kế toán			-										
24.2	BAFI3021	Lý thuyết tài chính tiền tệ			-										
		<i>Luật (Tự chọn 1 trong 2 HP)</i>	3	1	2		15	30	-				105	150	
25	BLAW3047	Luật kinh doanh													
26	BLAW3017	Luật sở hữu trí tuệ													
B2		Chuyên ngành/Major	78	22	35	21	330	525	60	-	330	400	2,255	3,900	
B2.1		Module 1.Nghiên cứu thị trường	13	5	5	3	75	75	30	-	60	-	410	650	-
		<i>Tự chọn 1 trong 2 HP</i>	3	1	2		15	30	-				105	150	MARK4005
27.1	MARK3003	Hành vi khách hàng													
27.2	MARK3028	Tâm lý khách hàng													
28	DMKT3020	Digital Marketing Analytics	3	2		1	30		30	0	0	0	90	150	
29	MARK3002	Nghiên cứu Marketing	3	1	1		15	15					90	150	MARK4005
		Đề án: Nghiên cứu xu hướng tiêu dùng sản phẩm xanh của sinh viên tại TP Đà Nẵng				1	-	-			30				

30	MARK3021	Phát triển sản phẩm mới	3	1	2		15	30					105	150	MARK4005
31	MARK1010	Đề án nghiên cứu khách hàng và phát triển giá trị mới	1			1	-	-	-		30		20	50	
B2.2		Module 2: Truyền thông marketing số	34	11	19	4	165	285	30	-	90	-	1,130	1,700	-
B2.2.1		Module 2.1: Sáng tạo sản phẩm truyền thông	6	2	3	1	30	45	30	-	-	-	195	300	
		Tự chọn ½ học phần	3	1	1	1	15	15	30				90	150	
32.1	INFO3114	Thiết kế logo và ấn phẩm văn phòng													
32.2	MULT3025	Thiết kế đồ họa quảng cáo													
33	DMKT3011	Content marketing	3	1	2		15	30	-				105	150	
	B2.2.2	Module 2.2: Truyền thông marketing	9	3	5	1	45	75	-	-	30	-	300	450	
		Tự chọn ½ học phần	3	1	2		15	30	-				105	150	
34.1	MARK3016	Quản trị tổ chức sự kiện													
34.2	MARK3017	Quản trị sự kiện và lễ hội													
35	MARK3024	Marketing điểm bán	3	1	2		15	30	-				105	150	
36	MARK3008	Truyền thông marketing tích hợp (IMC)	3	1	1		15	15					90	150	MARK4005
		Đề án: Tổ chức chiến dịch truyền thông marketing tích hợp ra mắt sản phẩm/dịch vụ thuộc các ngành hàng (tiêu dùng nhanh, thời trang, dịch vụ, công nghệ, tài chính, giáo dục,...)				1	-	-			30				
B3.2.3		Module 2.3. Marketing số	19	6	11	2	90	165	-	-	60	-	635	950	-
37	DMKT3001	Digital Marketing	3	1	2		15	30	-				105	150	
38	DMKT3003	SEO - Tối ưu hoá công cụ tìm kiếm	3	1	2		15	30	-				105	150	DMKT3001
39	DMKT3004	Marketing di động	3	1	2		15	30	-				105	150	DMKT3001
40	DMKT3006	Ứng dụng AI trong marketing	3	1	2		15	30	-				105	150	DMKT3001
		Tự chọn ½ học phần	3	1	2		15	30	-				105	150	DMKT3001
41.1	DMKT3002	Email marketing												0	
41.2	DMKT3005	Affiliate Marketing												0	
42	DMKT3012	Social media marketing	3	1	1		15	15					90	150	DMKT30

															01
		<i>Đề án: Thực hiện chiến dịch Social Media Marketing thu hút tuyển sinh cho khoa Marketing</i>				1	-	-			30				
43	MARK1004	Đề án thực hiện một chiến dịch marketing trực tuyến	1			1	-	-	-		30		20	50	
	Tự chọn 1 trong 2 module														
B3.3	Ngành Marketing	Module 3. Quản trị marketing	19	6	11	2	90	165	-	-	60	-	635	950	-
44	MARK3004	Quản trị marketing	3	1	1		15	15					90	150	MARK4005
		<i>Đề án: Tổ chức chương trình marketing cho sản phẩm thuộc một trong các ngành hàng công nghệ, thời trang, tiêu dùng nhanh,...</i>				1	-	-			30				
45	MARK3015	Quản trị giá	3	1	2		15	30	-				105	150	MARK3004
46	MARK3018	Quản trị kênh phân phối	3	1	2		15	30	-				105	150	MARK3004
47	MARK3011	Chiến lược marketing	3	1	2		15	30	-				105	150	MARK3004
48	MARK3027	Marketing quốc tế	3	1	2		15	30	-				105	150	MARK3004
		<i>Tự chọn ½ học phần</i>	3	1	2		15	30	-				105	150	MARK3004
49.1	MARK3005	<i>Quản trị thương hiệu</i>												0	
49.2	MULT3013	<i>Quản trị khủng hoảng truyền thông</i>												0	
50	MARK1003	Đề án xây dựng chiến lược marketing cho doanh nghiệp nhỏ và vừa	1			1	-	-	-		30		20	50	
B3.3	CN. Digital marketing	Module 3. Quản trị marketing số	19	6	10	3	90	150	-	-	90	-	620	950	-
51	ECOM3029	Thương mại điện tử	3	1	2		15	30	-				105	150	
		<i>Tự chọn ½ học phần</i>	3	1	1	1	15	15	-		30		90	150	
52.1	MARK3004	<i>Quản trị marketing</i>											0	0	
52.2	MARK3005	<i>Quản trị thương hiệu</i>											0	0	
53	ECOM3024	Thanh toán điện tử	3	1	2		15	30	-				105	150	
54	DMKT3010	An toàn và bảo mật thông tin	3	1	2		15	30	-				105	150	
55	DMKT3015	Thiết kế website mã nguồn mở	3	1	2		15	30	-				105	150	

56	ECOM3032	Quản lý bán hàng đa kênh <i>Đề án: Lập kế hoạch bán hàng đa kênh và đánh giá hiệu quả bán hàng đa kênh cho một loại sản phẩm tự chọn</i>	3	1	1		15	15					90	150	
57	DMKT1001	Đề án Xây dựng hệ thống marketing số và kênh bán hàng số cho mô hình cửa hàng trực tuyến	1			1	-	-	-		30		20	50	
B3.4		Thực tập và khoá luận tốt nghiệp	12	-	-	12	-	-	-	-	120	400	80	600	
58	MARK4001	Thực tập nghề nghiệp 1	4	0	0	4	0	0	0	0	0	200	0	200	
59	MARK4002	Thực tập nghề nghiệp 2	4	0	0	4	0	0	0	0	0	200	0	200	
		Khóa luận tốt nghiệp/Thi tốt nghiệp (Chọn 1 trong 2 hình thức)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
60.1	MARK4003	Khóa luận tốt nghiệp	4	0	0	4	0	0	0	0	120	0	80	200	
		<i>(Điểm trung bình chung tích lũy tính đến hết năm 3 phải đạt $\geq 3,0$ và đảm bảo 1 HP tiên quyết và 4 HP học trước)</i>													
60.2		Học phần thay thế	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
60.2.1	MARK2020	Quản trị marketing tổng hợp	2	2	0	0	30	0	0	0	0	0	70	100	
60.2.2	MARK2021	Thực hành nghề nghiệp tổng hợp	2	0	0	2	0	0	60	0	0	0	40	100	
		Tổng	133	52.5	58.5	22	779.5	892.5	60	0	388	450			
Module mở rộng															
B4.1		Module 1. Làm phim	15	5	10	75	0	150	150	0	375	750			
1	MULT3022	Dựng phim căn bản	3	1	2	15		30	30		75	150			
2	MULT3008	Kỹ xảo làm phim	3	1	2	15		30	30		75	150			
		Đề án 5: Sản xuất TVC/video truyền thông													
3	MULT3006	Kỹ thuật quay phim	3	1	2	15		30	30		75	150			
4	MULT3007	Nhiếp ảnh và ảnh báo chí	3	1	2	15		30	30		75	150			
		<i>Tự chọn (SV chọn 1 trong 4 HP)</i>	3	1	2	15		30	30		75	150			
5	MULT3034	Kỹ năng dẫn chương trình													
6	MULT3010	Kỹ năng dẫn chương trình truyền hình													

B4.2		Module 2. Quản trị chuỗi cung ứng toàn cầu	15	5	10	75	0	150	150	0	375	750			
1	BUSM3025	Quản trị chuỗi cung ứng	3	1	2	15		30	30		75	150			
2	INTE3027	Quản trị kinh doanh quốc tế	3	1	2	15		30	30		75	150			
		<i>Tự chọn 1 trong 2 HP</i>	3	1	2	15		30	30		75	150			
3	LOGI3015	<i>Quản trị thu mua</i>													
4	LOGI3018	<i>Logistics</i>													
4	INTE3032	Nghiệp vụ ngoại thương	3	1	2	13	2		15		15				
		<i>Đề án: Lập hồ sơ chứng từ xuất nhập khẩu</i>													
5	LOGI3033	Giao nhận hàng hóa và khai báo hải quan	3	1	2	13	2		15	15					

Bảng 8. Danh sách các học phần xét tốt nghiệp (không thuộc chương trình đào tạo)

TT	Mã HP	Tên HP	Số TC				Điều kiện học trước
			Tổng	LT	Bài tập/thảo luận/TH tại lớp	Đồ án, TH tại lab, ngoài trời, TT tại DN	
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
D		ĐIỀU KIỆN TỐT NGHIỆP		0		11	
D1		Giáo dục thể chất &QP	11	0		1	
<i>D1.1</i>		<i>Giáo dục thể chất:</i>	3	0		3	
1	PHYE1001	Giáo dục thể chất 1	1	0		1	
2	PHYE1002	Giáo dục thể chất 2	1	0		1	
3	PHYE1003	Giáo dục thể chất 3 (Tự chọn)	1	0		1	
<i>D1.2</i>		<i>Giáo dục quốc phòng – An ninh</i>	8	0		8	

Bảng 9. Cấu trúc, khối lượng chương trình Ngoại ngữ dành cho khối không chuyên ngữ

TT	Mã HP	Tên HP	Số TC				Điều kiện học trước/ tiên quyết*
			Tổng	LT	Bài tập/thảo luận/TH tại lớp	Đồ án, TH tại lab, thực địa, TT tại DN	
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
D2		Ngoại ngữ					
<i>D2.1</i>		<i>Tiếng Anh</i>	32*	13	19		
1	ENGL2001	Phát âm	2	1	1		
2	ENGL4002	Tiếng Anh căn bản 1	4	2	2		
3	ENGL5003	Tiếng Anh căn bản 2	5	3	2		ENGL4002*
4	ENGL5004	Tiếng Anh căn bản 3	5	3	2		ENGL5003*
5	ENGL4005	Tiếng Anh Toeic 1	4	1	3		ENGL5004*
6	ENGL4006	Tiếng Anh Toeic 2	4	1	3		ENGL4005*
7	ENGL4007	Tiếng Anh Toeic 3	4	1	3		ENGL4006*
8	ENGL4008	Tiếng Anh Toeic 4	4	1	3		ENGL4007*
<i>D2.2</i>		<i>Tiếng Nhật</i>	38	15	23		
	JAPA5001	Tiếng Nhật tổng hợp 1	5	2	3		
	JAPA5002	Tiếng Nhật tổng hợp 2	5	2	3		JAPA5001*
	JAPA5003	Tiếng Nhật tổng hợp 3	5	2	3		JAPA5002*
	JAPA5004	Tiếng Nhật tổng hợp 4	5	2	3		JAPA5003*
	JAPA5005	Tiếng Nhật tổng hợp 5	5	2	3		JAPA5004*
	JAPA5006	Tiếng Nhật tổng hợp 6	5	2	3		JAPA5005*
	JAPA5007	Tiếng Nhật tổng hợp N4	5	2	3		JAPA5006*
	JAPA3008	Luyện thi N4	3	1	2		
<i>D2.3</i>		<i>Tiếng Trung</i>	38	15	23		
	CHIN4013	Tiếng Trung A1	4	2	2		
	CHIN4014	Tiếng Trung A2	4	2	2		CHIN4013*
	CHIN4015	Tiếng Trung B1.1	4	2	2		CHIN4014*
	CHIN6004	Tiếng Trung B1.2	6	2	4		CHIN4015*
	CHIN4005	Luyện thi HSK	4	1	3		CHIN6004*
	CHIN5006	Luyện nghe tiếng Trung Trung cấp	5	2	3		CHIN4005*
	CHIN5007	Luyện nói tiếng Trung Trung cấp	5	2	3		CHIN5006*
	CHIN6008	Giao tiếp Tiếng Trung nâng cao	6	2	4		
<i>D2.4</i>		<i>Tiếng Hàn</i>	38	15	23		
	KORE6001	Tiếng Hàn tổng hợp 1	6	3	3		
	KORE6002	Tiếng Hàn tổng hợp 2	6	3	3		KORE6001*
	KORE5003	Tiếng Hàn tổng hợp 3	5	2	3		KORE6002*
	KORE5004	Tiếng Hàn giao tiếp nâng cao 1	5	2	3		KORE5003*
	KORE4005	Tiếng Hàn giao tiếp nâng cao 2	4	1	3		KORE5004*
	KORE6006	Luyện thi TOPIK 3.1	6	2	4		
	KORE6007	Luyện thi TOPIK 3.2	6	2	4		

2.2.2. Danh sách các học phần theo năm học, HK

Bảng 10. Danh sách các học phần theo năm học, học kỳ

Năm	HK	Khối kiến thức	Mã học phần	Học phần	TC
-1	-2	-3		-3	-4
Năm 1	HK 1	GDĐC			8
			PHIL2002	TH Kinh tế chính trị: Tuần HTĐK	1*
			PHIL3001	Thực hành HP Triết: Vận dụng triết học trong xây dựng “VH tổ chức”	1*
			SKILL2003	Kỹ năng giao tiếp và thuyết trình	2
			SKIL2005	Kỹ năng viết truyền thông	2
			GLAW2002	Pháp luật đại cương	2
		GDCN			10
			BUSM3020	Kinh tế vi mô	3
			MARK1001	Nhập môn nghề nghiệp marketing	1
			MARK3001	Marketing căn bản	3
			BUSM3005	Quản trị học	3
		TỔNG			18
		ĐK Tốt nghiệp		GDTC 1	-1
				Phát âm	-2
				Tiếng Anh căn bản 1	-4
					-7
	HK 2	GDĐC			7
			PHIL2004	TH Lịch sử ĐCS VN (VH trách nhiệm, CD)	1*
			MATH3004	Toán kinh tế	3
			SKIL1004	Kỹ năng soạn thảo văn bản	1
			INFO2001	Tin học VP nâng cao	2
		GDCN			12
				Chọn ½ HP	3
			BLAW3047	Luật kinh doanh	
			BLAW3017	Luật sở hữu trí tuệ	
				Chọn ½ HP	3
			ACCO3026	Nguyên lý kế toán	
			BAFI3017	Lý thuyết tài chính tiền tệ	
			BUSM3002	Nguyên lý thống kê	3
			DMKT3001	Digital marketing	3
		TỔNG			19
		ĐK Tốt nghiệp		GDTC 2	-1
				Tiếng Anh căn bản 2	-5
				Tiếng Anh căn bản 3	-5
					-11
	HK hè 2			GDQP	-8
Năm 2	HK 3	GDĐC			5

			INFO1206	Kỹ năng số	1
			PHIL3001	Triết học	2**
			PHIL2002	Kinh tế chính trị Mac Lênin	1**
			PHIL2005	TH Tư tưởng HCM: các KN học tập và làm việc theo tấm gương đạo đức Chủ tịch HCM	1*
		GDCN			15
			MARK3008	Truyền thông marketing tích hợp (IMC)	3
				Chọn ½ HP	3
			MARK3003	Hành vi khách hàng	
			MARK3028	Tâm lý khách hàng	
			MARK3002	Nghiên cứu marketing	3
			MARK3021	Phát triển sản phẩm mới	3
			MARK3024	Marketing điểm bán	3
		TỔNG			20
		ĐK Tốt nghiệp		GDTC 3	-1
				Tiếng Anh Toeic 1	-4
				Tiếng Anh Toeic 2	-4
					-9
	HK4	GDĐC			6
			PHIL2005	Tư tưởng Hồ Chí Minh	1**
			SKIL3011	Phương pháp nghiên cứu khoa học	3
			SKIL1005	Các vấn đề môi trường và PTBV	1
			PHIL2004	Lịch sử Đảng Cộng sản Việt Nam	1**
		GDCN			12
			MULT3025	Thiết kế đồ hoạ quảng cáo	3
			DMKT3011	Content marketing	3
				Chọn ½ HP	3
			MARK3016	Quản trị tổ chức sự kiện	
			MARK3017	Quản trị sự kiện và lễ hội	
			MARK3025	Tiếng anh chuyên ngành	3
		TỔNG			18
				Tiếng Anh Toeic 3	-4
		ĐK Tốt nghiệp		Tiếng Anh Toeic 4	-4
Năm 3	HK5	GDĐC			6
			PHIL2003	CNXH KH + Thực hành LSVM TG	2
			SKIL2006	Thiết kế ý tưởng	2
			SKIL2007	Khởi nghiệp	2
		GDNN			13
			MARK1010	Đề án nghiên cứu khách hàng và phát triển giá trị mới	1
			DKMT3020	Digital marketing Analytics	3
			DMKT3004	Marketing di động	3
			DMKT3012	Social media marketing	3

			DMKT3006	Ứng dụng AI trong marketing	3
		TỔNG			19
		ĐK Tốt nghiệp			

NGÀNH MARKETING

Năm 4	HK6	GĐĐC			
		GĐCN			17
			DMKT3003	Seo – Tối ưu hoá công cụ tìm kiếm	3
				Chọn ½ HP	3
			DMKT3002	Email marketing	
			DMKT3005	Affiliate marketing	
			MARK1004	Đề án thực hiện một chiến dịch marketing trực tuyến	1
			MARK3005	Quản trị thương hiệu	3
			MARK3027	Marketing quốc tế	3
			MARK4004	Thực tập nghề nghiệp 1	4
		TỔNG			17
	HK7	GĐĐC			1
			SKIL1013	KN tìm việc	1
					13
		GĐCN	MARK3018	Quản trị kênh phân phối	3
			MARK3011	Chiến lược marketing	3
			MARK3004	Quản trị marketing	3
			MARK3015	Quản trị giá	3
			MARK1003	Đề án xây dựng chiến lược marketing cho doanh nghiệp nhỏ và vừa	1
		TỔNG			14
	HK8	GĐĐC			0
		GĐCN			8
			MARK4002	Thực tập nghề nghiệp 2 (TTNN)	4
			MARK4003	Khoá luận tốt nghiệp	4
		TỔNG			8

CHUYÊN NGÀNH DIGITAL MARKETING

Năm 3	HK 6	GĐĐC			
		GĐCN			17
			DMKT3003	Seo – Tối ưu hoá công cụ tìm kiếm	3
				Chọn ½ HP	3
			DMKT3002	Email marketing	
			DMKT3005	Affiliate marketing	

			MARK1004	Đề án thực hiện một chiến dịch marketing trực tuyến	1
			ECOM3029	Thương mại điện tử	3
				Tự chọn 1/2 HP	3
			MARK3004	Quản trị marketing	
			MARK3005	Quản trị thương hiệu	
			MARK4004	Thực tập nghề nghiệp 1	4
					17

Năm 4	HK7	GDĐC			1
			SKIL1013	KN tìm việc	1
		CMNN			13
			ECOM3024	Thanh toán điện tử	3
			DMKT3010	An toàn và bảo mật thông tin	3
			DMKT3015	Thiết kế website mã nguồn mở	3
			ECOM3032	Quản lý bán hàng đa kênh	3
			DMKT1001	Đề án Xây dựng hệ thống marketing số và kênh bán hàng số cho mô hình cửa hàng trực tuyến	1
		Tổng			14
	HK8	GDĐC			0
					8
		CMNN	MARK4002	Thực tập nghề nghiệp 2	4
			MARK4003	Khoá luận tốt nghiệp	4

SV đạt năng lực ngoại ngữ theo quy định của BGD&ĐT và nhà trường thì được miễn học. SV chưa đạt NLĐR, đăng ký học tại TT Ngoại ngữ của nhà trường thì học theo kế hoạch của trung tâm
SV đi làm việc tại doanh nghiệp ở năm 4 nân các học phần được học online

2.3. Ma trận phân nhiệm CDR ở các HP trong CTĐT

Bảng 11. Ma trận phân nhiệm CDR ở các học phần trong CTĐT

STT	Mã HP	Tên HP	TC	PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5	PLO6	PLO7	PLO8	PLO9	PLO10	PLO11A	PLO11B	PLO12	MỨC ĐỘ			
A		GIÁO DỤC ĐẠI CƯƠNG	33														I	R	M	A
A1		Lý luận chính trị	11																	
1	PHIL3001	Triết học Mác – Lênin; TH HP Triết: Xây dựng “VH tổ chức”	3	I	I				M,A								2	0	1	1
2	PHIL2002	Kinh tế chính trị Mác – Lênin; TH các Ndung: Bảo vệ TQ biển đảo, an ninh, môi trường.. Tự học, VH UX, PP học ĐH trong Tuần HTĐK	2	M,A	I				I								2	0	1	1
3	PHIL2003	CNXH khoa học; TH HP LSVM TG	2	I	I				R								2	1	0	0
4	PHIL2004	Lịch sử ĐCS VN* TH LSD vềTrách nhiệm CĐ	2	M,A	I				R								1	1	1	1
5	PHIL2005	Tư tưởng HCM* TH các KN Htập và làm việc theo tấm gương đạo đức CT HCM (Tự học các chuyên đề LVN, Lãnh đạo, QL Thời gian, QGVĐ)	2	I	M,A												1	0	1	1
A2		Kỹ năng	5														0	0	0	0
6	SKIL2003	Kỹ năng giao tiếp và thuyết trình	2	R	M,A												0	1	1	1
7	SKIL3001	Kỹ năng viết	2	R	M,A												0	1	1	1
8	SKIL1013	Kỹ năng tìm việc	1	M,A	R												0	1	1	1
A3		KHTN-XH	6														0	0	0	0
9	GLAW2002	Pháp luật đại cương	2	R	R				M,A	I							1	2	1	1
		<i>Tự chọn (1 trong 3 HP):</i>		M,A	R												0	1	1	1
10.1	SKIL1005	Các vấn đề môi trường và phát triển bền vững	1														0	0	0	0
10.2	SKIL1006	Phát triển bền vững trong kinh tế và xã hội	1														0	0	0	0
10.3	SKIL1007	Kinh tế môi trường và tài nguyên	1														0	0	0	0
11	MATH3004	Toán kinh tế	3	R	R				M,A								0	2	1	1
A4		Tin học	3														0	0	0	0
	INFO2001	Tin học văn phòng nâng cao	2																	
	SKIL1004	Kỹ năng soạn thảo văn bản	1																	
12	INFO1206	Kỹ năng số	1	R	M,A							I					1	1	1	1
A5		Nghiên cứu khoa học	3														0	0	0	0
13	SKIL3011	Phương pháp Nghiên cứu khoa học	3	R	R		R,A										0	3	0	1
A6		Khởi nghiệp	4														0	0	0	0
14	SKIL2006	Thiết kế ý tưởng	2	R	R		I	M,A									1	2	1	1
15	SKIL2007	Khởi nghiệp	2	R	R		M	M,A									0	2	2	1
B		GIÁO DỤC CHUYÊN NGHIỆP															0	0	0	0
B1		Cơ sở khối ngành	9														0	0	0	0
16	BUSM3020	Kinh tế vi mô	3	I	I					R,A							2	1	0	1
17	MARK4005	Marketing căn bản	3	I	I					R,A	I					I	4	1	0	1
18	BUSM3005	Quản trị học	3	I	I					R							2	1	0	0
B2		Cơ sở ngành	13														0	0	0	0

19	BUSM3002	Nguyên lý thống kê	3	I	I					I							3	0	0	0
20	MARK3025	Tiếng anh chuyên ngành	3	R	R	M,A											0	2	1	1
	MARK1001	Nhập môn nghề nghiệp marketing	1																	
		Tự chọn 2 (chọn 1 trong 4 HP)	3	I	I					R							2	1	0	0
21.1	ACCO3026	Nguyên lý kế toán															0	0	0	0
21.2	BAFI3021	Lý thuyết tài chính tiền tệ															0	0	0	0
		<i>Luật (Tự chọn 1 trong 2 HP)</i>	3	I	I					M,A							2	0	1	1
22.1	BLAW3047	<i>Luật kinh doanh</i>															0	0	0	0
22.1	BLAW3017	<i>Luật sở hữu trí tuệ</i>															0	0	0	0
B3		CÓT LỎI NGÀNH	78														0	0	0	0
B3.1		Module 1.Nghiên cứu thị trường	13														0	0	0	0
		<i>Tự chọn 1 trong 2 HP</i>	3														0	0	0	0
23.1	MARK3003	<i>Hành vi khách hàng</i>		R	R		R				R						0	4	0	0
23.2	MARK3028	<i>Tâm lý khách hàng</i>															0	0	0	0
24	DMKT3004	Digital Marketing Analytics	3	R	R		I				R						1	3	0	0
25	MARK3002	Nghiên cứu Marketing	3	R	R		R	I			M,A				R		1	4	1	1
26	MARK3021	Phát triển sản phẩm mới	3	R	R			R,A			M,A						0	3	1	2
27	MARK1010	<i>Đề án nghiên cứu khách hàng và phát triển giá trị mới</i>	1	M	M		M,A	M			M,A						0	0	5	2
B3.2		Module 2: Truyền thông marketing số	34														0	0	0	0
B3.2.1		Module 2.1: Sáng tạo sản phẩm truyền thông	6														0	0	0	0
		<i>Tự chọn ½ học phần</i>	3	R	R							M,A					0	2	1	1
28	INFO3114	<i>Thiết kế logo và ấn phẩm văn phòng</i>															0	0	0	0
29	MULT3025	<i>Thiết kế đồ hoạ quảng cáo</i>															0	0	0	0
30	DMKT3011	Content marketing	3	R	R							M,A					0	2	1	1
B3.2.2		Module 2.2: Truyền thông marketing	9														0	0	0	0
		<i>Tự chọn ½ học phần</i>	3	R	M							R					0	2	1	0
31.1	MARK3016	<i>Quản trị tổ chức sự kiện</i>															0	0	0	0
31.2	MARK3017	<i>Quản trị sự kiện và lễ hội</i>															0	0	0	0
32	MARK3024	Marketing điểm bán	3	R	M							R					0	2	1	0
33	MARK3008	Truyền thông marketing tích hợp (IMC)	3	R	M							M,A					0	1	2	1
B3.2.3		Module 2.3. Marketing số	19														0	0	0	0
34	DMKT3001	Digital Marketing	3	I	I								I				3	0	0	0
35	DMKT3003	SEO - Tối ưu hoá công cụ tìm kiếm	3	R	R								R				0	3	0	0
36	DMKT3004	Marketing di động	3	R	R			R					R				0	4	0	0
37	DMKT3006	Ứng dụng AI trong marketing	3	R	R	I							M,A				1	2	1	1
		<i>Tự chọn ½ học phần</i>	3														0	0	0	0
38.1	DMKT3002	<i>Email marketing</i>		R	R								R				0	3	0	0
38.2	DMKT3005	<i>Affiliate Marketing</i>															0	0	0	0
39	DMKT3012	Social media marketing	3	R	R	M,A								M,A			0	2	2	2
40	MARK1004	<i>Đề án thực hiện một chiến dịch marketing trực tuyến</i>	1	M	M								M,A				0	0	3	1
B3.3	Tự chọn 1 trong 2 module																0	0	0	0

B3.3.1	Ngành Marketing	Module 3. Quản trị marketing	19													0	0	0	0
41	MARK3004	Quản trị marketing	3	R	R		M,A							M,A		0	2	2	2
42	MARK3015	Quản trị giá	3	R	R									I		1	2	0	0
43	MARK3018	Quản trị kênh phân phối	3	R	R									I		1	2	0	0
44	MARK3011	Chiến lược marketing	3	R	R									M,A		0	2	1	1
45	MARK3027	Marketing quốc tế	3	R	R	M,A								R	M,A	0	3	2	2
		Tự chọn ½ học phần	3	R	R									R		0	3	0	0
46.1	MARK3005	Quản trị thương hiệu														0	0	0	0
46.2	MULT3013	Quản trị khủng hoảng truyền thông														0	0	0	0
47	MARK1003	Đề án xây dựng chiến lược marketing cho doanh nghiệp nhỏ và vừa	1	M	M									M,A		0	0	3	1
B3.3.2	CN. Digital marketing	Module 3. Quản trị marketing số	19													0	0	0	0
48	ECOM3029	Thương mại điện tử	3	R	R									M,A		0	2	1	1
		Tự chọn ½ học phần	3													0	0	0	0
49.1	MARK3004	Quản trị marketing		R	R		M,A							M	M,A	0	2	3	2
49.2	MARK3005	Quản trị thương hiệu														0	0	0	0
50	ECOM3032	Quản lý bán hàng đa kênh	3	R	R									M,A		0	2	1	1
51	ECOM3024	Thanh toán điện tử	3	R	R	M,A								R		0	3	1	1
52	DMKT3010	An toàn và bảo mật thông tin	3	R	R									R		0	3	0	0
53	DMKT3015	Thiết kế website mã nguồn mở	3	R	R									I		1	2	0	0
54	DMKT1001	Đề án thiết kế và triển khai hoạt động quản trị marketing số cho mô hình cửa hàng trực tuyến	1	M	M									M,A		0	0	3	1
B3.4		Thực tập và khoá luận tốt nghiệp	12													0	0	0	0
55	MARK4004	Thực tập nghề nghiệp (TTNN 1)	4	M,A	M										M,A	0	0	3	2
56	MARK4002	Thực tập tốt nghiệp	4	M,A	M										M,A	0	0	3	2
B3.4.1	MARK4003	Khóa luận tốt nghiệp	4	M	M										M	0	0	3	0
		SV đạt GPA 3.0 trở lên, đảm bảo 1HP tiên quyết và 4HO học trước														0	0	0	0
B3.4.2	MARK4004	Thi tốt nghiệp														0	0	0	0
		Điều kiện: SV đạt GPA dưới 3.0														0	0	0	0
TỔNG Chuyên ngành Marketing (học Module 3.1: QT Marketing)			I	10	11	1	2	1	1	2	1	1	1	2	-	1	34		
			R	29	25	-	3	2	2	4	2	2	3	2	-	1		75	
			M	10	13	3	3	3	3	1	3	3	3	3	-	4		52	
			A	6	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	-	3			0
TỔNG Chuyên ngành Digital Marketing (học Module 3.2: QT Marketing số)			I	10	11	1	2	1	1	2	1	1	1	0	1	1	33		
			R	29	25	0	3	2	2	4	2	2	3	0	2	1		75	
			M	10	13	3	3	3	3	1	3	3	3	0	4	4		53	
			A	6	4	3	3	3	3	3	3	3	3	0	3	3			40

I: Introduce: HP có hỗ trợ đạt PLO ở mức giới thiệu, bắt đầu. R: Reinforced/ Opportunity to practice: Là các học phần có hỗ trợ đạt được PLO ở mức nâng cao. Người học có nhiều cơ hội được thực hành, thí nghiệm, ...; M: Mastery of exit level: Là các học phần hỗ trợ người học đạt được PLO ở mức thành thạo. A: Assessment: Là các HP lấy dữ liệu để đánh giá CĐR

2.4. Sơ đồ phân bổ nội dung chương trình

Năm 1		Năm 2		Năm 3		Năm 4		GHI CHÚ
Kỳ 1	Kỳ 2	Kỳ 3	Kỳ 4	Kỳ 5	Kỳ 6 (NGÀNH MARKETING)	Kỳ 7	Kỳ 8	
TH Kinh tế chính trị (1*tc)	TH Lịch sử Đảng cộng sản VN (1tc) *	Triết học (3tc)	Phương pháp NCKH (3tc)	Khởi nghiệp (2tc)		Kn tìm việc (1tc)		GD ĐC
Thực hành HP Triết (1*)	Toán kinh tế (3tc)	Kinh tế chính trị (2 tc)	Tư tưởng HCM (2tc)	CNXH KH (2tc)	Chọn 1/2 HP Email marketing (3tc) Affilate marketing (3tc)	Quản trị kênh phân phối (3tc)		Cơ sở ngành/ khối ngành
KN giao tiếp-thuyết trình (2tc)	Kỹ năng soạn thảo văn bản (1tc)	TH Tư tưởng HCM (1tc)*	Các vấn đề môi trường và PTBV (1tc)	Thiết kế ý tưởng (2tc)	SEO-Tối ưu hoá công cụ tìm kiếm (3tc)	Chiến lược marketing (3tc)		Nghiên cứu thị trường
KN Viết truyền thông (2tc)	Tin học văn phòng nâng cao (2tc)	Kỹ năng số (1tc)	Lịch sử đảng (2tc)	Đề án nghiên cứu KH và phát triển giá trị mới (1tc)	Đề án thực hiện một chiến dịch marketing trực tuyến (1tc)	Tự chọn 1/2 HP QT khủng hoảng TT (3tc) QT thương hiệu (3tc)		Truyền thông marketing
Pháp luật đại cương (2tc)	Digital marketing (3tc)	Tự chọn 2 học phần: + Hành vi khách hàng (3tc) + Tâm lý khách hàng (3tc)	Tiếng anh chuyên ngành (3tc)	Digital marketing Analytics (3tc)	Quản trị marketing (3tc)	Quản trị giá (3tc)		Marketing số
Kinh tế vi mô (3tc)	Nguyên lý thống kê (3tc)	Nghiên cứu marketing	Content marketing (3tc)	Marketing di động (3tc)	Marketing quốc tế (3tc)	Đề án xây dựng chiến lược marketing (1tc)		QT Marketing
Quản trị học (3tc)	Chọn 1/2 HP Luật kinh doanh (3tc) Luật sở hữu trí tuệ (3tc)	Phát triển SP mới (3tc)	Tự chọn 1/2 HP QT tổ chức sự kiện QT sự kiện và lễ hội	Social media marketing (3tc)				TT/KLTN
Marketing căn bản (3tc)	Chọn 1/2 HP Nguyên lý kế toán (3tc) Lý thuyết tài chính tiền tệ(3tc)	Marketing điểm bán (3tc)	Thiết kế đồ hoạ quảng cáo	Ứng dụng AI trong marketing (3tc)	TTNN 1 (4tc)		TTNN 2 (4tc) KLTN (4tc)	ĐK TN
Nhập môn nghề marketing (1tc)		Truyền thông marketing tích hợp (3tc)						
GDTC 1(1tc)	GDTC 2 (1tc)	GDTC 3 (1tc)	Tiếng Anh 4 (8tc)					
Tiếng Anh CB 1 (4tc)	Tiếng Anh CB 2 (5tc)	Tiếng Anh 3 (8tc)						
18 TC	19 TC	20 TC	18 TC	19TC	17 TC	14 TC	8 TC	

Hình 1. Sơ đồ cây kiến thức và lộ trình đạt chuẩn đầu tra CTĐT ngành marketing

2.5. Mô tả tóm tắt các học phần

Bảng 12. Mô tả tóm tắt các học phần

STT	Mã HP	Tên HP	TC	Mô tả tóm tắt học phần	
				Mô tả tóm tắt nội dung HP	HP học trước/ Tiên quyết*
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
A		GIÁO DỤC ĐẠI CƯƠNG	33		
A1		Lý luận chính trị	11		
1	PHIL3001	Triết học Mác – Lênin; TH HP Triết: Xây dựng “VH tổ chức”	3	Học phần Triết học Mác – Lênin trang bị cho sinh viên thế giới quan khoa học và phương pháp luận triết học của chủ nghĩa Mác – Lênin, làm nền tảng cho việc nghiên cứu các môn khoa học xã hội, lý luận chính trị và tiếp cận tri thức nhân loại. Học phần giúp sinh viên nắm vững và vận dụng tư duy biện chứng, phương pháp luận khoa học để phân tích và giải quyết các vấn đề trong học tập, nghề nghiệp và cuộc sống. Đồng thời, thông qua việc tìm hiểu văn hóa tổ chức của Trường Đại học Đồng Á, sinh viên được bồi dưỡng tinh thần trách nhiệm, hợp tác, đổi mới sáng tạo và tư duy độc lập, góp phần hình thành phẩm chất nghề nghiệp, ý thức xã hội và khả năng thích ứng với môi trường làm việc chuyên nghiệp, phát triển bền vững.	
2	PHIL2002	Kinh tế chính trị Mác – Lênin; TH các Nặng: Bảo vệ TQ biển đảo, an ninh, môi trường. Tự học, VH UX, PP học ĐH trong Tuần HTĐK	2	Học phần Kinh tế chính trị Mác – Lênin giúp sinh viên hiểu rõ những nội dung cơ bản của học thuyết kinh tế chính trị Mác – Lênin trong bối cảnh phát triển kinh tế hiện nay, bao gồm các vấn đề về hàng hóa, thị trường, giá trị thặng dư, cạnh tranh, độc quyền, kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa, công nghiệp hóa, hiện đại hóa và hội nhập quốc tế của Việt Nam. Học phần góp phần hình thành lập trường tư tưởng Mác – Lênin, tư duy kinh tế – chính trị khoa học, giúp sinh viên phân tích và đánh giá các vấn đề kinh tế – xã hội từ thực tiễn phát triển đất nước, đồng thời rèn luyện trách nhiệm xã hội, văn hóa ứng xử và năng lực thích ứng với môi trường làm việc hiện đại, hướng tới phát triển bản thân và thành công nghề nghiệp trong tương lai.	
3	PHIL2003	CNXH khoa học; TH HP LSVM TG	2	Học phần Chủ nghĩa xã hội khoa học trang bị cho sinh viên những kiến thức cơ bản về quá trình hình thành, phát triển của chủ nghĩa xã hội, sứ mệnh lịch sử của giai cấp công nhân và những vấn đề chính trị – xã hội trong thời kỳ quá độ lên chủ nghĩa xã hội. Học phần giúp sinh viên hiểu rõ bản chất, mục tiêu và con đường đi lên chủ nghĩa xã hội ở Việt Nam, từ đó rèn luyện khả năng phân tích, đánh giá các vấn đề chính trị – xã hội đương đại gắn với thực tiễn phát triển và hội nhập của đất nước. Qua quá trình học tập, sinh viên hình thành lập trường tư tưởng vững vàng, thái độ chính trị đúng đắn và niềm tin vào con đường xã hội chủ nghĩa mà Đảng Cộng sản Việt Nam đã lựa chọn.	
4	PHIL2004	Lịch sử ĐCS VN* TH LSD về Trách nhiệm CD	2	Học phần Lịch sử Đảng Cộng sản Việt Nam trang bị cho sinh viên những kiến thức cơ bản về sự ra đời, vai trò lãnh đạo và quá trình phát triển của Đảng trong các giai đoạn lịch sử từ 1920 đến nay, đặc biệt là cuộc đấu tranh giành chính quyền (1930–1945), kháng chiến chống thực dân, đế quốc (1945–1975) và công cuộc xây dựng, đổi mới đất nước (từ 1975 đến nay). Thông qua học tập và các hoạt động thực tiễn như “uống nước nhớ nguồn”, đền ơn đáp nghĩa, thiện nguyện, bảo vệ môi trường và xây dựng văn hóa văn minh đô thị, sinh viên được rèn luyện kỹ năng tư duy phân biện, hợp tác,	

				thuyết trình, nghiên cứu và vận dụng kiến thức lịch sử vào thực tiễn, từ đó nâng cao tinh thần trách nhiệm công dân, ý thức chính trị và đạo đức xã hội, góp phần xây dựng và bảo vệ Tổ quốc trong thời kỳ mới.	
5	PHIL2005	Tư tưởng HCM* TH các KN Htập và làm việc theo tấm gương đạo đức CT HCM (Tự học các chuyên đề LVN, Lãnh đạo, QL Thời gian, GQVĐ)	2	Học phần Tư tưởng Hồ Chí Minh cung cấp cho sinh viên những kiến thức nền tảng về tư tưởng độc lập dân tộc gắn liền với chủ nghĩa xã hội, qua đó khẳng định vai trò, giá trị và ý nghĩa của tư tưởng Hồ Chí Minh trong sự nghiệp cách mạng Việt Nam. Sinh viên được hiểu rõ quá trình hình thành và phát triển tư tưởng của Người, đồng thời nắm vững các quan điểm về Đảng, Nhà nước pháp quyền, đại đoàn kết dân tộc, đoàn kết quốc tế, văn hóa, đạo đức và con người. Thông qua thảo luận, phân tích và vận dụng thực tiễn, học phần giúp sinh viên rèn luyện kỹ năng làm việc nhóm, lãnh đạo, quản lý thời gian, giải quyết vấn đề và tư duy biện chứng, từ đó hình thành tinh thần trách nhiệm, bản lĩnh chính trị, nhân cách và lý tưởng cách mạng, góp phần xây dựng, phát triển đất nước theo con đường mà Đảng và Chủ tịch Hồ Chí Minh đã lựa chọn.	
A2		Kỹ năng	6		
6	SKIL2003	Kỹ năng giao tiếp và thuyết trình	2	Học phần Kỹ năng giao tiếp thuyết trình là học phần bắt buộc thuộc khối kiến thức giáo dục đại cương. Nội dung chính tập trung vào các kiến thức cơ bản của kỹ năng giao tiếp và thuyết trình như: khái niệm, ý nghĩa, bản chất, cấu trúc, phân loại, các mức độ và các yếu tố ảnh hưởng đến quá trình giao tiếp; tầm quan trọng, các nguyên tắc, các bước và phương pháp để xây dựng bài thuyết trình đạt hiệu quả, các tình huống phát sinh và cách ứng xử. Trên cơ sở đó, sinh viên có khả năng giao tiếp hiệu quả trong môi trường đa văn hoá, xử lý được các xung đột trong giao tiếp, đồng thời xây dựng và trình bày được bài thuyết trình một cách hiệu quả, ấn tượng.	
7	SKIL2005	Kỹ năng viết truyền thông	2	Học phần Kỹ năng Viết trang bị cho sinh viên kiến thức và kỹ năng nền tảng trong việc nhận diện, phân loại và soạn thảo các loại văn bản hành chính – quản lý theo đúng quy định hiện hành. Đồng thời, học phần tạo cơ hội để sinh viên rèn luyện năng lực viết phản ánh, cảm nhận và trình bày suy nghĩ cá nhân gắn với các trải nghiệm thực tế trong môi trường đại học: từ những ấn tượng ban đầu về giảng đường, kế hoạch phát triển bản thân, đến các hoạt động thiện nguyện, cộng đồng, học tập – kiến tập – thực tập nghề nghiệp. Ngoài kỹ năng viết văn bản và bài cảm nhận, sinh viên còn được thực hành sản xuất sản phẩm truyền thông hiện đại (video) như một hình thức viết – kể chuyện đa phương tiện, đáp ứng yêu cầu giao tiếp và trình bày trong bối cảnh số. Thông qua học phần, sinh viên không chỉ hình thành được năng lực viết theo chuẩn mực hành chính – học thuật, mà còn phát triển tư duy phản ánh, sáng tạo nội dung và trách nhiệm xã hội, làm nền tảng cho học tập và nghề nghiệp sau này.	
8	SKIL1013	Kỹ năng tìm việc	1	Học phần này trang bị cho sinh viên những kiến thức và kỹ năng cần thiết về văn bản, công tác soạn thảo văn bản (như: thẩm quyền ban hành văn bản theo pháp luật hiện hành, vai trò của văn bản trong hoạt động quản lý nhà nước, quy trình soạn thảo và thể thức văn bản quản lý nhà nước....) để đảm nhận nhiệm vụ soạn thảo văn bản trong các cơ quan nhà nước, doanh nghiệp sau khi hoàn thành khoá học..	
A3		KHTN-XH	6		
9	GLAW2002	Pháp luật đại cương	2	Học phần Pháp luật đại cương trang bị các kiến thức về một số ngành luật như: Luật hình sự, Luật dân sự, Luật sở hữu trí tuệ, Luật giao thông đường bộ, luật hôn nhân và gia đình, luật phòng chống tham nhũng, bên cạnh đó	

				trang bị các kiến thức về thực hiện pháp luật, vi phạm pháp luật. Sau khi học xong học phần này sinh viên có thể vận dụng vào cuộc sống thực tiễn để thực hiện quyền và nghĩa vụ cơ bản của công dân, có thái độ tích cực, chủ động trong học tập, công việc. Đồng thời là tiền đề giúp sinh viên học tập các học phần pháp luật trong các lĩnh vực chuyên môn.	
		<i>Tự chọn (1 trong 3 HP):</i>			
10.1	SKIL1005	<i>Các vấn đề môi trường và phát triển bền vững</i>	1	Học phần cung cấp kiến thức nền tảng về 17 Mục tiêu Phát triển Bền vững (SDGs) và các thách thức toàn cầu như nghèo đói, biến đổi khí hậu, ô nhiễm môi trường và tiêu dùng bền vững. Sinh viên được tiếp cận các tình huống thực tế, phân tích vai trò của ngành học trong bối cảnh chuyển đổi xanh – chuyển đổi số, và phát triển kỹ năng xây dựng giải pháp bền vững cho cộng đồng và doanh nghiệp.	
10.2	SKIL1006	<i>Phát triển bền vững trong kinh tế và xã hội</i>	1	Học phần cung cấp cho người học những kiến thức cơ bản về phát triển bền vững, bao gồm các nguyên tắc, mục tiêu và mối quan hệ giữa tăng trưởng kinh tế, phát triển xã hội và bảo vệ môi trường. Học phần giúp người học hiểu các Mục tiêu Phát triển Bền vững (SDGs), các vấn đề kinh tế, xã hội và môi trường trong bối cảnh toàn cầu và Việt Nam, từ đó hình thành tư duy và trách nhiệm trong việc đưa ra các quyết định và hành động hướng đến phát triển bền vững.	
10.3	SKIL1007	<i>Kinh tế môi trường và tài nguyên</i>	1	Học phần trang bị cho người học những kiến thức cơ bản về mối quan hệ giữa kinh tế, tài nguyên thiên nhiên và môi trường. Nội dung học phần bao gồm các nguyên lý kinh tế môi trường, khai thác và sử dụng hiệu quả tài nguyên, các công cụ kinh tế trong quản lý môi trường, đánh giá tác động môi trường và các giải pháp thúc đẩy tăng trưởng xanh, kinh tế tuần hoàn và phát triển bền vững. Học phần góp phần nâng cao nhận thức và năng lực vận dụng các nguyên tắc kinh tế vào quản lý tài nguyên và bảo vệ môi trường.	
11	MATH3004	Toán kinh tế	3	Học phần toán kinh tế giúp sinh viên biết cách xây dựng mô hình bài toán quy hoạch tuyến tính từ các bài toán thực tế đơn giản, áp dụng thành thạo giải thuật đơn hình để giải lớp bài toán quy hoạch tuyến tính. Giải được các bài toán vận tải cân bằng thu phát và các bài toán vận tải đặc biệt. Sinh viên vận dụng được toán học trong phân tích các mô hình kinh tế để từ đó hiểu rõ hơn các nguyên tắc và các quy luật kinh tế của nền kinh tế thị trường.	
A4		Tin học	3		
12	INFO2001	Tin học văn phòng nâng cao	2	Học phần cung cấp cho sinh viên những kiến thức về cách tổ chức dữ liệu, định dạng bảng tính, sử dụng các hàm cơ bản, các thao tác trên cơ sở dữ liệu, tạo đồ thị và in ấn được thực hiện một cách logic đúng theo chuẩn MOS.	
13	SKIL1004	Kỹ năng soạn thảo văn bản	1	Học phần này trang bị cho sinh viên những kiến thức và kỹ năng cần thiết về văn bản, công tác soạn thảo văn bản (như: thẩm quyền ban hành văn bản theo pháp luật hiện hành, vai trò của văn bản trong hoạt động quản lý nhà nước, quy trình soạn thảo và thể thức văn bản quản lý nhà nước...) để đảm nhận nhiệm vụ soạn thảo văn bản trong các cơ quan nhà nước, doanh nghiệp sau khi hoàn thành khoá học.	
14	INFO1206	Kỹ năng số	1	Học phần cung cấp cho người học kiến thức và kỹ năng cơ bản về sử dụng công nghệ số trong học tập và công việc. Nội dung bao gồm khai thác thông tin số, sử dụng các công cụ văn phòng và cộng tác trực tuyến, bảo đảm an toàn thông tin, đạo đức số và ứng dụng các công cụ số, trí tuệ nhân tạo (AI) trong học tập, nghiên cứu và giải quyết công việc. Học phần góp phần phát triển năng lực số và khả năng thích ứng với môi trường số.	

A5		Nghiên cứu khoa học	3		
13	SKIL3011	Phương pháp Nghiên cứu khoa học	3	Học phần Phương pháp nghiên cứu khoa học là học phần bắt buộc thuộc khối kiến thức cơ sở cho tất cả các ngành học. Học phần Phương pháp nghiên cứu khoa học trang bị cho sinh viên những kiến thức cơ bản như: vấn đề lý luận cơ bản về khoa học và phương pháp nghiên cứu khoa học, quy trình thực hiện một đề tài khoa học, phân tích và xử lý số liệu, viết báo cáo và bài báo khoa học... để từ đó sinh viên định hướng được việc lựa chọn đề tài nghiên cứu, soạn được đề cương và áp dụng được các phương pháp nghiên cứu trong khi thu thập và xử lý thông tin hợp lý trong khi tiến hành công trình nghiên cứu khoa học.	
A6		Khởi nghiệp	4		
14	SKIL2006	Thiết kế ý tưởng	2	Học phần Thiết kế ý tưởng cung cấp cho sinh viên những kiến thức, kỹ năng và công cụ thiết yếu để hình thành, đánh giá và phát triển ý tưởng kinh doanh khả thi. Thông qua việc áp dụng tư duy thiết kế, mô hình kinh doanh Canvas và phương pháp học theo dự án, sinh viên sẽ thực hiện quá trình xây dựng ý tưởng sản phẩm hoặc dịch vụ từ bước nghiên cứu vấn đề thực tiễn đến phát triển nguyên mẫu, lập kế hoạch tiếp thị và trình bày dự án. Học phần hướng đến việc hình thành tư duy khởi nghiệp, khả năng giải quyết vấn đề sáng tạo và năng lực tự chủ trong học tập, công việc và cuộc sống.	
15	SKIL2007	Khởi nghiệp	2	Học phần Quản lý dự án thuộc Module Quản lý dự án được cơ cấu trong chương trình đào tạo các Khối ngành của Trường. Học phần bao gồm các nội dung chủ yếu như: - Hình thành ý tưởng dự án kinh doanh; - Thực hiện các nội dung cơ bản của dự án kinh doanh; - Lập và phân tích dự án kinh doanh; - Lựa chọn hình thức tổ chức quản lý dự án; - Quản lý tiến độ dự án, phân bổ nguồn lực, quản lý chi phí và quản lý rủi ro.	
B		GIÁO DỤC CHUYÊN NGHIỆP			
B1		Cơ sở khối ngành	9		
16	BUSM3020	Kinh tế vi mô	3	Học phần Kinh tế vi mô cung cấp kiến thức về kinh tế ở tầm vi mô: cung cầu hàng hóa, giá cả thị trường, ảnh hưởng của các yếu tố môi trường đến nhu cầu thị trường, đến kết quả kinh doanh của các doanh nghiệp (doanh thu, chi phí, lợi nhuận). Khi hoàn thành thành công học phần này, sinh viên sẽ am hiểu các nguyên tắc kinh tế căn bản và có thể vận dụng những nguyên tắc này để nhận biết và lý giải về các vấn đề kinh tế diễn ra hằng ngày, áp dụng vào thực tiễn kinh doanh và quản lý trong tương lai.	
17	MARK3001	Marketing căn bản	3	Học phần marketing căn bản cung cấp cho sinh viên những hiểu biết cơ bản về marketing, vai trò của marketing trong tổ chức, những nội dung cơ bản của marketing như nghiên cứu marketing, môi trường marketing và hành vi người tiêu dùng. Từ đó, người học sẽ được giới thiệu các kiến thức và kỹ năng đặc thù của marketing để tiếp cận với khách hàng – thị trường, phân đoạn thị trường, lựa chọn thị trường mục tiêu, định vị. Học phần sẽ tập trung giới thiệu 4 công cụ marketing điển hình trong lĩnh vực kinh doanh sản phẩm vật chất để triển khai chiến lược, kế hoạch marketing, đó là: sản phẩm, giá cả, kênh phân phối và truyền thông marketing.	
18	BUSM3005	Quản trị học	3	Học phần Quản trị học cung cấp kiến thức tổng quan về quản trị và vai trò của nhà quản trị trong tổ chức. Nội	

				dung môn học bao quát các vấn đề chung như môi trường, văn hóa tổ chức và quy trình ra quyết định quản trị. Học phần tập trung vào việc phân tích sâu các chức năng cơ bản của quản trị, bao gồm hoạch định, tổ chức, lãnh đạo và kiểm tra. Thông qua đó, người học sẽ nắm vững phương thức điều hành và phối hợp các hoạt động trong tổ chức. Mục tiêu của học phần là giúp người học hiểu rõ cách thức để hoàn thành công việc một cách hiệu quả nhằm đạt được mục tiêu chung của tổ chức	
B2		Cơ sở ngành	13		
19	BUSM3002	Nguyên lý thống kê	3	Học phần Nguyên lý Thống kê cung cấp cho sinh viên kiến thức có hệ thống về việc ứng dụng các phương pháp thống kê trong thu thập, tổ chức, trình bày, phân tích và diễn giải dữ liệu liên quan đến các hiện tượng kinh tế và kinh doanh. Nội dung học phần bao gồm: giới thiệu ứng dụng của thống kê và các thuật ngữ chuyên môn; tóm tắt và mô tả dữ liệu; phương pháp lấy mẫu và ước lượng tham số tổng thể; kiểm định giả thuyết thống kê; phân tích mối liên hệ giữa các biến; phân tích chuỗi thời gian và dự báo; phương pháp tính chỉ số và phân tích phương sai trong các mô hình thiết kế thực nghiệm.	
20	MARK3025	Tiếng anh chuyên ngành	3	Học phần giúp sinh viên nắm vững từ vựng và cấu trúc ngữ pháp chuyên ngành marketing, nâng cao kỹ năng nghe, nói, đọc, viết ở trình độ trung cấp và trên trung cấp. Nội dung học tập trung vào giao tiếp, thuyết trình, viết email và tài liệu marketing bằng tiếng Anh. Sinh viên được rèn luyện khả năng sử dụng tiếng Anh chuyên nghiệp trong môi trường làm việc thực tế. Môn học đồng thời phát triển tư duy phân biện và kỹ năng tự học phục vụ nghiên cứu ngành Marketing trong bối cảnh quốc tế.	
		<i>Tự chọn 2 (chọn 1 trong 2 HP)</i>	3		
21.1	ACCO3026	Nguyên lý kế toán		Học phần Nguyên lý kế toán là học phần cơ sở ngành dành cho các chương trình đào tạo thuộc khối kinh tế. Học phần cung cấp cho sinh viên những kiến thức nền tảng về kế toán, bao gồm bản chất, chức năng, vai trò, nhiệm vụ và các nguyên tắc cơ bản của kế toán; đồng thời giúp người học nhận biết và hiểu rõ đối tượng của hạch toán kế toán. Bên cạnh đó, học phần còn trang bị cho sinh viên hệ thống các phương pháp kế toán chủ yếu như phương pháp chứng từ kế toán, phương pháp tài khoản và ghi kép, phương pháp tính giá, phương pháp tổng hợp – cân đối, tổ chức công tác kế toán trong doanh nghiệp	
21.2	BAFI3021	Lý thuyết tài chính tiền tệ		Học phần Lý thuyết tài chính tiền tệ trang bị cho sinh viên những kiến thức cơ bản về kinh tế học, tập trung vào tiền tệ, hệ thống tài chính, hoạt động của ngân sách nhà nước, tín dụng và hệ thống ngân hàng trong nền kinh tế thị trường.	
		<i>Luật (Tự chọn 1 trong 2 HP)</i>	3		
22.1	BLAW3047	Luật kinh doanh		Luật Kinh doanh là môn khoa học pháp lý cung cấp kiến thức nền tảng về pháp luật điều chỉnh hoạt động kinh doanh, được thiết kế dành riêng cho sinh viên khối ngành kinh tế. Học phần tập trung vào các vấn đề pháp lý liên quan đến hoạt động thành lập, tổ chức, vận hành, chuyển đổi loại hình, giải thể và phá sản của các chủ thể kinh doanh. Ngoài ra, học phần còn trang bị kiến thức pháp lý cơ bản về các hoạt động thương mại như hợp đồng mua bán hàng hóa, hoạt động trung gian thương mại, xúc tiến thương mại, nhượng quyền thương mại, cơ chế xử lý vi phạm hợp đồng bằng các chế tài thương mại, và các phương thức giải quyết tranh chấp thương mại nhằm hình thành tư duy pháp lý và năng	

				lực vận dụng pháp luật trong hoạt động kinh doanh thực tiễn.	
22.1	BLAW3017	Luật sở hữu trí tuệ		Học phần Luật Sở hữu trí tuệ là môn học thuộc lĩnh vực khoa học pháp lý, nhằm trang bị cho sinh viên những kiến thức nền tảng và có hệ thống về pháp luật sở hữu trí tuệ Việt Nam. Học phần tập trung vào việc làm rõ các quy định pháp luật điều chỉnh hoạt động xác lập, khai thác và bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ đối với các nhóm đối tượng như quyền tác giả và quyền liên quan, quyền sở hữu công nghiệp và quyền đối với giống cây trồng. Bên cạnh kiến thức chuyên môn, học phần còn cung cấp cho sinh viên kỹ năng vận dụng pháp luật để phân tích và giải quyết các tình huống phát sinh trong thực tiễn; kỹ năng tư vấn, lập hồ sơ đăng ký quyền sở hữu trí tuệ và soạn thảo các hợp đồng chuyển giao quyền. Ngoài ra, học phần góp phần hình thành cho sinh viên thái độ nghiêm túc trong việc tôn trọng pháp luật, bảo vệ quyền và lợi ích hợp pháp của các chủ thể liên quan, thúc đẩy tinh thần sáng tạo và ý thức trách nhiệm trong học tập, công việc và đóng góp cho xã hội.	
	MARK1001	Nhập môn nghề nghiệp marketing	1	Học phần cung cấp cho người học những kiến thức nền tảng về ngành Marketing, vai trò và chức năng của marketing trong hoạt động của doanh nghiệp và tổ chức. Nội dung học phần giới thiệu các lĩnh vực chuyên môn, xu hướng phát triển của ngành, các vị trí việc làm và yêu cầu về kiến thức, kỹ năng, thái độ nghề nghiệp trong bối cảnh chuyển đổi số và hội nhập quốc tế. Đồng thời, học phần giúp người học định hướng nghề nghiệp, xây dựng kế hoạch học tập và phát triển bản thân, hình thành ý thức đạo đức nghề nghiệp, tinh thần trách nhiệm và tác phong chuyên nghiệp để đáp ứng yêu cầu của thị trường lao động.	
B3		CÓT LỖI NGÀNH	78		
B3.1		Module 1. Nghiên cứu thị trường	13		
		<i>Tự chọn 1 trong 2 HP</i>	3		
23.1	MARK3003	Hành vi khách hàng		Môn học trang bị cho sinh viên những kiến thức cơ bản về hành vi khách hàng (bao gồm khách hàng tổ chức và khách hàng cá nhân), giúp sinh viên nắm được những khái niệm cơ bản về hành vi khách hàng, hiểu được mô hình hành vi khách hàng và các nhân tố ảnh hưởng đến hành vi người tiêu dùng. Tiến trình mua hàng của khách hàng và phản ứng marketing của các doanh nghiệp.	MARK4005
23.2	MARK3028	Tâm lý khách hàng		Học phần tập trung vào cung cấp kiến thức về tâm lý khách hàng, nghiên cứu chuyên sâu những suy nghĩ, niềm tin, cảm xúc hoặc quan điểm của người tiêu dùng, dựa trên cơ sở đó giúp các marketer, salesman đề ra những phương án nhằm thúc đẩy nhu cầu mua sắm của khách hàng. Nó bao gồm các hoạt động như nghiên cứu cá nhân / nhóm / tổ chức và quá trình mà người ta dùng để lựa chọn, tin cậy, sử dụng sản phẩm, dịch vụ, trải nghiệm hoặc ý tưởng để thoả mãn nhu cầu và tác động của quá trình này lên người tiêu dùng và xã hội.	MARK4005
24	DMKT3004	Digital Marketing Analytics	3	Học phần Digital Marketing Analytics giúp người học phát triển tư duy phân tích dữ liệu trong bối cảnh marketing số hiện đại. Người học sẽ được trang bị kiến thức về các loại dữ liệu và chỉ số quan trọng trong marketing (như traffic, CTR, ROI, CPA, ROAS...), đồng thời làm quen và thực hành với các công cụ phổ biến như Google Analytics, Google Tag Manager, Looker Studio, Meta Ads Manager... Qua đó, người học sẽ biết cách theo dõi hành vi người dùng, phân tích hành trình khách hàng, đo lường hiệu quả đa kênh, trực quan hóa dữ liệu, và đặc biệt là đưa ra các quyết định chiến lược dựa trên dữ liệu thực tế.	DMKT3001
25	MARK3002	Nghiên cứu	3	Học phần nghiên cứu marketing trang bị cho sinh viên	MARK4005

		Marketing		những vấn đề cơ bản liên quan đến lĩnh vực nghiên cứu marketing, cung cấp một cái nhìn tổng quát khi thực hiện một dự án nghiên cứu marketing. Ngoài ra học phần cung cấp kiến thức để người học vận dụng trong nghiên cứu khoa học và làm khóa luận tốt nghiệp. Học phần giúp người học hình thành kỹ năng vận dụng các công cụ trong nghiên cứu marketing được học để tham mưu, đề xuất các chiến lược marketing cho nhà quản trị trên thị trường qua đó hình thành cho SV thái độ trung thực trong công tác nghiên cứu và có niềm yêu thích đối với nghề nghiên cứu thị trường	
26	MARK3021	Phát triển sản phẩm mới	3	Phát triển Sản phẩm Mới là một học phần được thiết kế nhằm cung cấp cho sinh viên cái nhìn toàn diện về quy trình phát triển và quản lý sản phẩm mới từ góc độ marketing. Học phần bao gồm các giai đoạn then chốt như: lập kế hoạch chiến lược, hình thành ý tưởng, phát triển ý tưởng, đánh giá các giai đoạn phát triển, tích hợp các yếu tố marketing vào phát triển sản phẩm, và đưa sản phẩm ra thị trường. Khóa học tập trung vào cách thức sản phẩm mới được tạo ra để đáp ứng nhu cầu thị trường và phù hợp với mục tiêu kinh doanh. Ngoài ra, học phần còn giúp người học nắm bắt được tính chất năng động của đổi mới sản phẩm trong môi trường kinh doanh cạnh tranh.	MARK4005
27	MARK1010	<i>Đề án nghiên cứu khách hàng và phát triển giá trị mới</i>	1	Học phần Đề án nghiên cứu khách hàng và phát triển giá trị mới trang bị cho sinh viên kiến thức cơ bản về nghiên cứu khách hàng và hành vi tiêu dùng, giúp người học hiểu và triển khai một đề án nghiên cứu gắn với nhu cầu thực tiễn của thị trường. Học phần hỗ trợ sinh viên vận dụng các công cụ nghiên cứu marketing để phân tích dữ liệu và đề xuất giá trị, giải pháp marketing phù hợp. Thông qua học phần, sinh viên hình thành kỹ năng phân tích, làm việc nhóm và trình bày đề án, đồng thời rèn luyện thái độ nghiêm túc, trung thực và niềm yêu thích đối với lĩnh vực nghiên cứu khách hàng trong marketing.	MARK3021 MARK3002
B3.2		Module 2: Truyền thông marketing số	34		
B3.2.1		Module 2.1: Sáng tạo sản phẩm truyền thông	6		
		<i>Tự chọn ½ học phần</i>	3		
28	INFO3114	<i>Thiết kế logo và ấn phẩm văn phòng</i>		Thiết kế logo và ấn phẩm văn phòng là học phần chuyên sâu nằm trong kiến thức Thiết kế đồ họa của chương trình đào tạo ngành Công nghệ thông tin - Đại học hệ Chính quy. Môn học được xây dựng để sinh viên thành thạo với quy trình thiết kế logo định hướng thực tế doanh nghiệp. SV được hướng dẫn từng bước, từ quy trình tìm hiểu thông tin doanh nghiệp, phân tích hồ sơ hiện có, phân tích thế mạnh doanh nghiệp, thị trường, đối thủ cạnh tranh, người dùng mục tiêu, ... từ đó đưa ra các phương án logo phù hợp với định hướng thương hiệu. Thông qua quy trình Brainstorm nhiều bước, SV sẽ dần tinh chỉnh và hoàn thiện bộ nhận diện thương hiệu bao gồm logo và các ấn phẩm văn phòng liên quan, cũng như tiếp thu được nhiều kinh nghiệm hữu ích để áp dụng trong thực tế công việc sau này.	
29	MULT3025	<i>Thiết kế đồ họa quảng cáo</i>		Học phần cung cấp cho sinh viên các nguyên tắc cơ bản của thiết kế đồ họa, công cụ thiết kế đồ họa. Sinh viên ứng dụng được kiến thức để thiết kế các tác phẩm đồ họa. Đồng thời, học phần cũng trang bị cho sinh viên kỹ năng cơ bản thiết kế đồ họa trong quảng cáo, tiếp thị	
30	DMKT3011	Content marketing	3	Môn học giới thiệu các lý thuyết cơ bản liên quan đến content marketing, giúp học viên phân biệt với khái niệm copy writing, xây dựng tư duy chiến lược content marketing hiệu quả trong doanh nghiệp, hiểu và nắm bắt các công cụ hỗ trợ phát triển content đa dạng. Ngoài	DMKT3001

				ra giúp học viên đánh giá tính hiệu quả trong chiến lược lan tỏa nội dung được ứng dụng trong hoạt động kinh doanh, dịch vụ.	
B3.2.2		Module 2.2: Truyền thông marketing	9		
		<i>Tự chọn ½ học phần</i>	3		
31.1	MARK3016	<i>Quản trị tổ chức sự kiện</i>		Học phần Quản trị Tổ chức sự kiện trang bị cho sinh viên những nền tảng kiến thức về tổ chức sự kiện, giúp cho người học có khả năng thực hành một cách thành thạo việc lập kế hoạch, thiết kế chủ đề tổ chức sự kiện, triển khai thực hiện, và quản lý hoạt động tổ chức sự kiện theo quy mô nhỏ, vừa và lớn.	MARK4005
31.2	MARK3017	<i>Quản trị sự kiện và lễ hội</i>		Học phần Quản trị sự kiện và lễ hội trang bị cho sinh viên những nền tảng kiến thức về sự kiện và lễ hội, giúp cho người học có khả năng thực hành một cách thành thạo lập kế hoạch, thiết kế chủ đề tổ chức sự kiện, triển khai thực hiện, và quản lý hoạt động tổ chức sự kiện theo quy mô nhỏ, vừa và lớn.	
32	MARK3024	Marketing điểm bán	3	Học phần trang bị kiến thức và kỹ năng triển khai các hoạt động marketing tại điểm bán như trưng bày sản phẩm, tổ chức khuyến mãi, quản lý không gian bán hàng và trải nghiệm khách hàng, nhằm thu hút người tiêu dùng, gia tăng doanh số và nâng cao hiệu quả nhận diện thương hiệu tại kênh phân phối.	MARK4005
33	MARK3008	Truyền thông marketing tích hợp (IMC)	3	Học phần tập trung vào cung cấp kiến thức về các công cụ, kỹ thuật, phương tiện truyền thông được sử dụng để truyền thông sản phẩm. Marketing truyền thông tích hợp là một chiến lược phối kết hợp các công cụ truyền thông nhằm gia tăng mức độ tác động đến khách hàng mục tiêu. Người học sẽ tiếp cận việc phân tích các cơ hội để xúc tiến, phân tích tiến trình truyền thông, thiết lập mục tiêu và ngân sách truyền thông. Đồng thời nhấn mạnh đến việc phát triển các kỹ năng nghề nghiệp, cũng như rèn luyện thái độ đúng đắn trong học tập và thực hành nghề nghiệp sau này, để sinh viên có thể trở thành những người làm marketing truyền thông và kinh doanh giỏi	MARK4005
B3.2.3		Module 2.3. Marketing số	19		
34	DMKT3001	Digital Marketing	3	Học phần Digital Marketing trang bị kiến thức cơ bản về tiếp thị trực tuyến, bao gồm các công cụ và chiến lược như SEO, SEM, marketing trên mạng xã hội, email marketing và quảng cáo trực tuyến. Sinh viên sẽ học cách phân tích thị trường số, tối ưu hóa nội dung và xây dựng chiến lược marketing hiệu quả. Ngoài ra, học phần còn tập trung vào việc đánh giá và đo lường hiệu quả chiến dịch qua các chỉ số quan trọng trong môi trường kỹ thuật số.	
35	DMKT3003	SEO - Tối ưu hoá công cụ tìm kiếm	3	Học phần SEO – Tối ưu hoá công cụ tìm kiếm trang bị cho người học kiến thức toàn diện về cách cải thiện thứ hạng website trên các công cụ tìm kiếm. Người học sẽ nắm vững quy trình hoạt động của công cụ tìm kiếm, kỹ năng nghiên cứu từ khóa, tối ưu nội dung và cấu trúc trang (SEO Onpage), xây dựng liên kết và độ uy tín website (SEO Offpage), cũng như các kỹ thuật nâng cao như tối ưu tốc độ tải trang, thiết lập schema và xử lý lỗi kỹ thuật (SEO Technical). Ngoài ra, người học còn được hướng dẫn sử dụng các công cụ đo lường như Google Analytics, Google Search Console để đánh giá hiệu quả, từ đó xây dựng và quản lý các dự án SEO một cách chuyên nghiệp.	DMKT3001
36	DMKT3004	Marketing di động	3	Môn học Marketing di động giúp trang bị những kiến thức lý luận và thực hành cơ bản liên quan hoạt động vận hành giải pháp kinh doanh và marketing trên thiết bị di động, giúp tạo ra kết nối đa chiều, tăng tương tác và trải nghiệm với khách hàng, tối ưu hiệu quả kinh doanh và truyền thông cho doanh nghiệp. Sinh viên vận	DMKT3001

				dụng được kiến thức môn học trong việc lập kế hoạch, xây dựng và triển khai chương trình marketing đi động hiệu quả.	
37	DMKT3006	Ứng dụng AI trong marketing	3	Học phần Ứng dụng AI trong Marketing trang bị cho sinh viên kiến thức và kỹ năng cơ bản về cách ứng dụng trí tuệ nhân tạo trong phân tích dữ liệu khách hàng, cá nhân hóa nội dung, dự đoán hành vi tiêu dùng và tối ưu chiến lược marketing, từ đó nâng cao hiệu quả tiếp cận và chuyển đổi	DMKT3001
		<i>Tự chọn ½ học phần</i>	3		
38.1	DMKT3002	Email marketing		Môn học Email Marketing cung cấp kiến thức và kỹ năng thực tiễn về việc xây dựng, triển khai và tối ưu các chiến dịch tiếp thị qua email – một trong những công cụ quan trọng trong chiến lược Digital Marketing. Sinh viên sẽ được tìm hiểu về vai trò của email trong phễu marketing, cách phân khúc khách hàng, thiết kế nội dung email hiệu quả, đo lường hiệu quả chiến dịch và tuân thủ các quy định pháp lý liên quan (như GDPR, CAN-SPAM...).	DMKT3001
38.2	DMKT3005	Affiliate Marketing		Môn học Tiếp thị liên kết giúp trang bị những kiến thức lý luận và thực hành cơ bản liên quan hoạt động vận hành giải pháp kinh doanh trên nền tảng số cho sản phẩm hay dịch vụ của công ty, nhãn hàng qua phương thức tiếp thị liên kết. Sinh viên sẽ biết cách vận dụng các quy tắc xây dựng chiến dịch tiếp thị liên kết cho doanh nghiệp, đồng thời biết cách thức gia tăng trải nghiệm của khách hàng, của publisher trong chiến dịch Affiliate Marketing để đạt hiệu quả cao nhất.	DMKT3001
39	DMKT3012	Social media marketing	3	Học phần Social Media Marketing trang bị cho sinh viên kiến thức và kỹ năng về xây dựng chiến lược tiếp thị trên các nền tảng mạng xã hội như Facebook, Instagram, TikTok và YouTube. Nội dung bao gồm: tạo nội dung thu hút, quản lý cộng đồng, chạy quảng cáo, đo lường hiệu quả và xử lý tình huống truyền thông nhằm tăng tương tác và giá trị thương hiệu.	DMKT3001
40	MARK1004	Đề án thực hiện một chiến dịch marketing trực tuyến	1	Học phần Đề án thực hiện một chiến dịch marketing trực tuyến giúp sinh viên vận dụng kiến thức marketing số để lập kế hoạch và triển khai một chiến dịch marketing trực tuyến gắn với mục tiêu cụ thể của doanh nghiệp. Học phần hướng dẫn người học phân tích bối cảnh thị trường, xác định khách hàng mục tiêu, lựa chọn công cụ và kênh marketing trực tuyến phù hợp, đồng thời theo dõi và đánh giá hiệu quả chiến dịch. Thông qua học phần, sinh viên hình thành kỹ năng thực hành, làm việc nhóm và trình bày đề án, qua đó rèn luyện tác phong chuyên nghiệp, tinh thần trách nhiệm và thái độ nghiêm túc trong hoạt động marketing số.	DMKT3001
	Tự chọn 1 trong 2 module				
B3.3	C.Ngành Marketing	Module 3. Quản trị marketing	19		
41	MARK3004	Quản trị marketing	3	Học phần Quản trị marketing trang bị cho sinh viên những kiến thức cơ bản về vai trò, chức năng và quá trình quản trị marketing trong doanh nghiệp. Học phần giúp người học hiểu và vận dụng các công cụ phân tích thị trường, hành vi khách hàng và môi trường kinh doanh để xây dựng, thực hiện và kiểm soát các quyết định marketing. Thông qua học phần, sinh viên hình thành tư duy quản trị, kỹ năng phân tích và ra quyết định marketing, đồng thời rèn luyện thái độ chuyên nghiệp và trách nhiệm trong hoạt động marketing.	MARK4005
42	MARK3015	Quản trị giá	3	Học phần Quản trị giá giới thiệu khái quát về giá cả sản phẩm, vai trò của chiến lược định giá sản phẩm trong hoạt động marketing của công ty, phân tích quá trình định giá sản phẩm: các phương pháp định giá và các chiến lược định giá ứng dụng trong các ngành hàng để	MARK3004

				thích ứng với môi trường và hoàn cảnh	
43	MARK3018	Quản trị kênh phân phối	3	"Học phần "Quản trị kênh phân phối" cung cấp cho sinh viên kiến thức nền tảng và chuyên sâu về việc xây dựng, quản lý và tối ưu hóa các kênh phân phối trong doanh nghiệp. Sinh viên được tìm hiểu vai trò của kênh phân phối trong chiến lược marketing, phương pháp thiết lập và quản lý quan hệ với các đối tác, cũng như cách đo lường và đánh giá hiệu quả hoạt động kênh. Học phần kết hợp giữa lý thuyết và tình huống thực tiễn, giúp sinh viên phát triển tư duy chiến lược và kỹ năng quản trị nhằm vận hành hệ thống kênh phân phối hiệu quả, thích ứng với môi trường kinh doanh hiện đại."	MARK3004
44	MARK3011	Chiến lược marketing	3	Học phần chiến lược marketing cung cấp cho sinh viên những kiến thức và kinh nghiệm nền tảng trong việc tạo ra các chiến lược định hướng thị trường và cho sự thành công trong tương lai của doanh nghiệp/tổ chức. Một trọng tâm là phân tích thị trường, phát hiện và phát triển một năng lực cạnh tranh độc đáo cho doanh nghiệp thông qua chiến lược marketing, tạo nên lợi thế cạnh tranh bền vững. Sinh viên được cung cấp nhiều cơ hội để phát triển và thực hành sáng tạo giải quyết vấn đề và kỹ năng ra quyết định để mô phỏng các yêu cầu của môi trường thị trường phức tạp ngày nay.	MARK3004
45	MARK3027	Marketing quốc tế	3	Học phần này cung cấp kiến thức về marketing trong điều kiện kinh doanh quốc tế, tập trung vào nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến hoạt động marketing quốc tế của doanh nghiệp cũng như các quyết định marketing của công ty trong kinh doanh quốc tế. Cụ thể: Giới thiệu cho sinh viên hiểu bản chất của hoạt động kinh doanh quốc tế và marketing quốc tế; Phân tích các yếu tố môi trường chính trị, pháp luật, kinh tế, văn hóa của các quốc gia và quốc tế ảnh hưởng đến kinh doanh quốc tế; Giới thiệu về các vấn đề liên quan đến việc nghiên cứu, lựa chọn và thâm nhập vào thị trường quốc tế; Trình bày các chính sách marketing quốc tế mà công ty phải thực hiện khi tham gia vào kinh doanh quốc tế, bao gồm: chính sách sản phẩm, chính sách giá cả, chính sách phân phối, chính sách truyền thông marketing	MARK3004
		<i>Tự chọn ½ học phần</i>	3		
46.1	MARK3005	<i>Quản trị thương hiệu</i>		Học phần Quản trị thương hiệu sẽ cung cấp cho sinh viên những kiến thức nền tảng về xây dựng, quản lý và phát triển thương hiệu trong bối cảnh kinh doanh và marketing hiện đại. Nội dung bao gồm: nghiên cứu thị trường và khách hàng mục tiêu, xây dựng chiến lược thương hiệu, thiết kế bộ nhận diện thương hiệu, quản lý truyền thông và quảng cáo, đo lường hiệu quả thương hiệu, và tạo dựng trải nghiệm thương hiệu tích cực. Học phần chú trọng vào tính ứng dụng thực tiễn trong môi trường doanh nghiệp, giúp sinh viên hiểu rõ vai trò chiến lược của thương hiệu trong việc tạo dựng lợi thế cạnh tranh và nâng cao giá trị doanh nghiệp.	MARK3004
46.2	MULT3013	<i>Quản trị khủng hoảng truyền thông</i>		Học phần giúp sinh viên nắm vững các phương pháp và chiến lược ứng phó với khủng hoảng truyền thông trong doanh nghiệp. Nội dung học phần bao gồm việc nhận diện, phân tích và xử lý các tình huống khủng hoảng, bảo vệ uy tín của tổ chức thông qua việc quản lý thông tin, phối hợp với các phương tiện truyền thông và tạo ra thông điệp rõ ràng, kịp thời. Sinh viên sẽ được trang bị kỹ năng ra quyết định nhanh chóng, ứng phó hiệu quả và khôi phục hình ảnh công ty trong mắt công chúng.	
43	MARK1003	<i>Đề án xây dựng chiến lược marketing cho doanh nghiệp nhỏ và vừa</i>	1		MARK3004

B3.3	CN Digital Marketing	Module 3. Quản trị marketing số	19		
44	ECOM3029	Thương mại điện tử	3	Học phần này sẽ cung cấp những kiến thức cơ bản nhất về Thương mại điện tử. Kiến thức cơ bản về công nghệ internet, tình hình phát triển thương mại điện tử tại Việt Nam. Các mô hình thương mại điện tử, hoạt động marketing trực tuyến, thanh toán trực tuyến, bảo an trong thương mại điện tử. Nắm được kiến thức học phần, sinh viên có thể vận dụng kiến thức áp dụng vào hình thức kinh doanh thương mại điện tử trong doanh nghiệp hay áp dụng cho công việc thực tế. Từ đó có nhận thức đúng đắn về tầm quan trọng của TMĐT trong doanh nghiệp và xu thế phát triển của TMĐT trong giai đoạn hiện nay.	
45	ECOM3032	Quản lý bán hàng đa kênh		Học phần Quản lý bán hàng đa kênh giúp sinh viên nắm vững kiến thức về tổ chức và quản lý hoạt động bán hàng trên nhiều kênh khác nhau. Học phần hỗ trợ người học vận dụng các công cụ để phối hợp hiệu quả giữa các kênh bán hàng, nâng cao trải nghiệm khách hàng và hiệu quả kinh doanh. Qua đó, sinh viên rèn luyện kỹ năng quản lý và tư duy tích hợp trong bán hàng.	
46	ECOM3024	Thanh toán điện tử	3	Học phần Thanh toán điện tử trang bị cho sinh viên kiến thức cơ bản về các hình thức và quy trình thanh toán điện tử trong kinh doanh. Học phần giúp người học hiểu và vận dụng các giải pháp thanh toán hiện đại, đảm bảo thuận tiện và an toàn cho giao dịch. Thông qua học phần, sinh viên hình thành thái độ cẩn trọng và trách nhiệm trong hoạt động thanh toán số.	
47	DMKT3010	An toàn và bảo mật thông tin	3	Học phần An toàn và bảo mật thông tin cung cấp cho sinh viên kiến thức nền tảng về an toàn, bảo mật thông tin trong môi trường số. Học phần giúp người học nhận diện rủi ro, hiểu các nguyên tắc và biện pháp bảo vệ dữ liệu trong hoạt động kinh doanh và marketing. Qua đó, sinh viên rèn luyện ý thức tuân thủ và trách nhiệm trong việc đảm bảo an toàn thông tin.	
48	DMKT3015	Thiết kế website mã nguồn mở	3		
		<i>Tự chọn 1/2 HP</i>	3		
49.1	MARK3004	<i>Quản trị marketing</i>	3	Học phần Quản trị marketing trang bị cho sinh viên những kiến thức cơ bản về vai trò, chức năng và quá trình quản trị marketing trong doanh nghiệp. Học phần giúp người học hiểu và vận dụng các công cụ phân tích thị trường, hành vi khách hàng và môi trường kinh doanh để xây dựng, thực hiện và kiểm soát các quyết định marketing. Thông qua học phần, sinh viên hình thành tư duy quản trị, kỹ năng phân tích và ra quyết định marketing, đồng thời rèn luyện thái độ chuyên nghiệp và trách nhiệm trong hoạt động marketing.	
49.2	MARK3005	<i>Quản trị thương hiệu</i>		Học phần Quản trị thương hiệu sẽ cung cấp cho sinh viên những kiến thức nền tảng về xây dựng, quản lý và phát triển thương hiệu trong bối cảnh kinh doanh và marketing hiện đại. Nội dung bao gồm: nghiên cứu thị trường và khách hàng mục tiêu, xây dựng chiến lược thương hiệu, thiết kế bộ nhận diện thương hiệu, quản lý truyền thông và quảng cáo, đo lường hiệu quả thương hiệu, và tạo dựng trải nghiệm thương hiệu tích cực. Học phần chú trọng vào tính ứng dụng thực tiễn trong môi trường doanh nghiệp, giúp sinh viên hiểu rõ vai trò chiến lược của thương hiệu trong việc tạo dựng lợi thế cạnh tranh và nâng cao giá trị doanh nghiệp.	
B3.4		Thực tập và khoá luận tốt nghiệp	12		
50	MARK4004	Thực tập nghề nghiệp 1	4	Học phần này nhằm trang bị cho sinh viên cơ hội tiếp cận thực tế môi trường làm việc tại doanh nghiệp, từ đó phát triển kiến thức và kỹ năng chuyên môn trong lĩnh	

				vực marketing. Trong suốt quá trình thực tập, sinh viên sẽ được quan sát, tìm hiểu cơ cấu tổ chức, chức năng nhiệm vụ của các phòng ban, tham gia trực tiếp vào một số hoạt động marketing, marketing số, nghiên cứu thị trường, truyền thông. Thông qua đó, sinh viên có thể so sánh, đối chiếu giữa lý thuyết và thực tiễn, nâng cao năng lực phân tích, thực hành chuyên môn và xây dựng định hướng phát triển nghề nghiệp rõ ràng. Đây là học phần mang tính ứng dụng cao, giúp sinh viên rèn luyện tác phong làm việc chuyên nghiệp, khả năng hợp tác và trách nhiệm trong môi trường thực tế.	
51	MARK4002	Thực tập nghề nghiệp 2	4	Học phần thực tập tốt nghiệp là học phần thuộc khối kiến thức chuyên ngành. Học phần này giúp cho sinh viên đạt được mục tiêu: Tiếp cận với thực tế công tác marketing, marketing số của một đơn vị cụ thể nhằm nâng cao năng lực thực tiễn, thành thực kỹ năng nghề nghiệp, hoàn thiện tác phong, phẩm chất đạo đức của một cán bộ marketing khi ra trường.	MARK4004
52.1	MARK4003	Khóa luận tốt nghiệp	4	Học phần Khóa luận tốt nghiệp giúp sinh viên ngành Marketing vận dụng kiến thức đã học để nghiên cứu một vấn đề thực tiễn hoặc học thuật. Qua đó, sinh viên phát triển kỹ năng phân tích, tư duy phản biện, viết báo cáo chuyên sâu và trình bày, bảo vệ kết quả trước hội đồng chuyên môn.	MARK4004
<i>Học phần thay thế KLTN</i>					
52.2	MARK2020	Quản trị marketing tổng hợp	2	Học phần Quản trị Marketing tổng hợp giúp sinh viên hệ thống và tích hợp các kiến thức marketing đã học trong chương trình đào tạo. Nội dung học phần bao quát phân tích thị trường, hành vi khách hàng, xây dựng chiến lược marketing và quản trị marketing mix. Học phần nhấn mạnh khả năng vận dụng lý thuyết và mô hình marketing vào phân tích các tình huống thực tiễn. Đây là học phần mang tính tổng kết, phục vụ cho kỳ thi tốt nghiệp và chuẩn bị năng lực chuyên môn cho sinh viên khi ra trường.	
52.3	MARK2021	Thực hành nghề nghiệp tổng hợp	2	Học phần Thực hành nghề nghiệp tổng hợp nhằm giúp sinh viên vận dụng tổng hợp kiến thức và kỹ năng chuyên môn đã học vào các tình huống nghề nghiệp thực tiễn. Nội dung học phần tập trung vào việc thực hiện các nhiệm vụ nghề nghiệp như phân tích vấn đề, đề xuất giải pháp và trình bày kết quả theo chuẩn chuyên môn. Học phần rèn luyện kỹ năng làm việc độc lập, làm việc nhóm và tác phong nghề nghiệp. Đây là học phần mang tính tổng kết, hỗ trợ đánh giá năng lực thực hành của sinh viên trước khi tốt nghiệp.	

3. HƯỚNG DẪN THỰC HIỆN CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO

3.1. Khoa

- Tổ chức phân công cố vấn học tập cho các lớp; Cố vấn học tập giúp SV trong công tác học tập, đăng ký lựa chọn môn học và giảng viên.
- Phân công giảng viên xây dựng bài giảng, file trình chiếu theo giáo trình đã chọn, tổ chức kiểm tra và ký duyệt trước khi giảng viên lên lớp.
- Khoa chủ động thay thế giảng viên (nếu cần thiết) nhưng đảm bảo bảo nguyên tắc giảng dạy tốt nhất.
- Giảng viên được phân công giảng dạy phải cung cấp bài giảng, bài tập để cho sinh viên phô tô làm tài liệu học tập và lưu trữ tại khoa.
- Đề xuất việc mua sắm để đảm bảo vật tư, phương tiện thiết bị cho thí nghiệm, thực hành ngay từ đầu các năm học.
- Lưu trữ các hồ sơ, tài liệu giảng dạy của giảng viên tại khoa.
- Xây dựng và công bố cho sinh viên ngay từ đầu khóa học danh mục đề án môn học, danh mục đề tài tốt nghiệp và các form mẫu.

3.2. Giảng viên

- Cung cấp bài giảng file trình chiếu để khoa thẩm định và cho phép giảng.
- Xây dựng lịch trình giảng dạy và lịch trình học tập, nghiên cứu và thảo luận...cho mình và cho sinh viên.
- Xây dựng hệ thống bài tập ở nhà, bài tập nhóm, bài tập ở lớp.
- Thực hiện việc giảng dạy, tư vấn và kiểm soát SV làm bài tập ở nhà.
- Tổ chức đánh giá kết quả học tập theo các tiêu chí.
- Cập nhật đổi mới bài giảng.

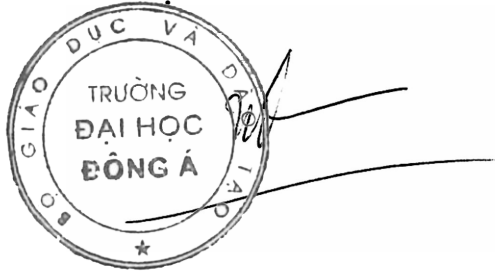
3.3. Phòng QLĐT&CTSV

- Xây dựng kế hoạch đào tạo toàn khóa học gồm: kế hoạch đào tạo, thời khóa biểu, sổ quản lý lớp học, quản lý giảng viên, tiến độ, kế hoạch phân công giảng viên, kế hoạch thi, kế hoạch các mốc công việc trong suốt khóa học,
- Theo dõi, nhắc nhở khoa, giảng viên, sinh viên thực hiện đúng các nội dung trong chương trình.
- Tổ chức thi để đánh giá kết quả giảng dạy và học tập.
- Hướng dẫn qui chế đào tạo cho sinh viên, giảng viên, cố vấn học tập...

3.4. Các bộ phận chức năng khác

Phối hợp quản lý Sinh viên, tạo điều kiện về cơ sở vật chất, môi trường học tập, nề nếp tác phong...để phục vụ giảng dạy tốt hơn.

HIỆU TRƯỞNG



TS. Nguyễn Thị Anh Đào

TRƯỞNG KHOA

TS. Lê Bách Giang

PHỤ LỤC

1. Đối sánh giữa mục tiêu của CTĐT với mục tiêu của giáo dục đại học tại Luật GDDH

Bảng tương quan PEOs với mục tiêu của giáo dục đại học tại Luật GDDH

Mục tiêu của giáo dục đại học	PEOs			
	PEO1	PEO2	PEO3	PEO4
Mục tiêu chung				
a) Đào tạo nhân lực, nâng cao dân trí, bồi dưỡng nhân tài; nghiên cứu khoa học, công nghệ tạo ra tri thức, sản phẩm mới, phục vụ yêu cầu phát triển kinh tế - xã hội, bảo đảm quốc phòng, an ninh và hội nhập quốc tế;	x	x		
b) Đào tạo người học có phẩm chất chính trị, đạo đức; có kiến thức, kỹ năng thực hành nghề nghiệp, năng lực nghiên cứu và phát triển ứng dụng khoa học và công nghệ tương xứng với trình độ đào tạo; có sức khỏe; có khả năng sáng tạo và trách nhiệm nghề nghiệp, thích nghi với môi trường làm việc; có ý thức phục vụ nhân dân.			x	x
Mục tiêu cụ thể				
Đào tạo trình độ đại học để sinh viên có kiến thức chuyên môn toàn diện, nắm vững nguyên lý, quy luật tự nhiên - xã hội, có kỹ năng thực hành cơ bản, có khả năng làm việc độc lập, sáng tạo và giải quyết những vấn đề thuộc ngành được đào tạo;	x	x	x	x

2. Đối sánh giữa mục tiêu và CDR CTĐT

Bảng tương quan giữa mục tiêu và CDR CTĐT

TT	Chuẩn đầu ra CTĐT (PLOs)	Mục tiêu CTĐT (PEOs) (x)			
		PEO1	PEO2	PEO3	PEO4
PLO 1	Thể hiện VH ứng xử, VH trách nhiệm, VH hiếu đạo, có năng lực tự học, tự chủ, tự chịu trách nhiệm.				X
PLO 2	Có khả năng thực hiện các kỹ năng của thế kỷ 21 để hỗ trợ học tập, nghiên cứu và làm việc (<i>giao tiếp và thuyết trình, kỹ năng viết, làm việc nhóm và lãnh đạo, năng lực số</i>)			X	
PLO 3	Sử dụng được ngoại ngữ trong giao tiếp và hoạt động chuyên môn			X	
PLO 4	Áp dụng được phương pháp nghiên cứu khoa học để giải quyết các vấn đề chuyên môn			X	X
PLO 5	Xây dựng được dự án khởi nghiệp và kế hoạch triển khai			X	X
PLO 6	Vận dụng được các kiến thức cơ bản về khoa học xã hội, khoa học tự nhiên, lý luận chính trị trong thực tiễn		X		
PLO 7	Vận dụng các nguyên lý kinh tế, quản trị và pháp luật để giải quyết các vấn đề cơ sở trong lĩnh vực marketing, truyền thông.		X		
PLO 8	Thiết kế được ít nhất 01 phương án nghiên cứu marketing cho một doanh nghiệp/dự án cụ thể, với bộ công cụ thu thập dữ liệu và quy trình phân tích, trên tập dữ liệu tối thiểu 100 quan sát.		X		
PLO 9	Thiết kế được ít nhất 01 giải pháp truyền thông marketing tích hợp cho một sản phẩm hoặc doanh nghiệp cụ thể, sử dụng tối thiểu 03 kênh truyền thông và có bộ chỉ số đánh giá hiệu quả.		X		
PLO 10	Thiết kế được ít nhất 01 giải pháp marketing số cho một doanh nghiệp hoặc dự án cụ thể, sử dụng tối thiểu 03 công cụ marketing số và tối thiểu 03 chỉ số đo lường.		X		
PLO 11A	Thiết kế được ít nhất 01 chiến lược marketing cho một doanh nghiệp hoặc dự án cụ thể, dựa trên phân tích thị trường và năng lực doanh nghiệp, kèm kế hoạch hành động và ngân sách.	X			
PLO 11B	Xây dựng được ít nhất 01 hệ thống marketing số và kênh bán hàng số cho một doanh nghiệp hoặc dự án cụ thể, gồm tối thiểu 03 kênh số và bộ chỉ số đánh giá hiệu quả.	X			
PLO 12	Đề xuất được ít nhất 01 giải pháp marketing tổng hợp cho một vấn đề thực tiễn của doanh nghiệp, kèm phương án triển khai và bộ chỉ số đánh giá kết quả.	X			

3. Đối sánh giữa CDR với Khung trình độ Quốc gia Việt Nam

Bảng tương quan giữa CDR với Khung trình độ Quốc gia Việt Nam

STT	CDR người tốt nghiệp cần đạt theo Khung trình độ Quốc gia Việt Nam	PLO tương	Mức độ đáp ứng
-----	--	-----------	----------------

	– Bậc 6	quan	
1	KIẾN THỨC		
1.1	Kiến thức cơ bản về khoa học xã hội, khoa học chính trị và pháp luật.	PLO 6	F
1.2	Kiến thức về công nghệ thông tin đáp ứng yêu cầu công việc.	PLO2	
1.3	Kiến thức thực tế vững chắc, kiến thức lý thuyết sâu, rộng trong phạm vi của ngành đào tạo.	PLO7, PLO8, PLO9, PLO10, PLO11A/B, PLO12	F
1.4	Kiến thức về lập kế hoạch, tổ chức và giám sát các quá trình trong một lĩnh vực hoạt động cụ thể.	PLO8, PLO9, PLO10	F
1.5	Kiến thức cơ bản về quản lý, điều hành hoạt động chuyên môn.	PLO7, PLO8, PLO10, PLO12	F
2	KỸ NĂNG		F
2.1	Kỹ năng cần thiết để có thể giải quyết các vấn đề phức tạp.	PLO8, PLO10, PLO12	F
2.2	Kỹ năng dẫn dắt, khởi nghiệp, tạo việc làm cho mình và cho người khác.	PLO5, PLO12	F
2.3	Kỹ năng phản biện, phê phán và sử dụng các giải pháp thay thế trong điều kiện môi trường không xác định hoặc thay đổi.	PLO8, PLO10 PLO12	F
2.4	Kỹ năng đánh giá chất lượng công việc sau khi hoàn thành và kết quả thực hiện của các thành viên trong nhóm.	PLO2, PLO10 PLO12	F
2.5	Kỹ năng truyền đạt vấn đề và giải pháp tới người khác tại nơi làm việc; chuyển tải, phổ biến kiến thức, kỹ năng trong việc thực hiện những nhiệm vụ cụ thể hoặc phức tạp.	PLO2, PLO9, PLO12	F
2.6	Có năng lực ngoại ngữ bậc 3/6 Khung năng lực ngoại ngữ của Việt Nam.	PLO3	F
3	MỨC ĐỘ TỰ CHỦ VÀ CHỊU TRÁCH NHIỆM		F
3.1	Làm việc độc lập hoặc làm việc theo nhóm trong điều kiện làm việc thay đổi, chịu trách nhiệm cá nhân và trách nhiệm đối với nhóm trong quá trình giải quyết công việc chuyên ngành.	PLO1, PLO2, PLO12	F
3.2	Hướng dẫn, giám sát những người khác thực hiện nhiệm vụ xác định.	PLO10, PLO12	F
3.3	Tự định hướng, đưa ra kết luận chuyên môn và có thể bảo vệ được quan điểm cá nhân.	PLO1, PLO8, PLO10 PLO11	F
3.4	Lập kế hoạch, điều phối, quản lý các nguồn lực, đánh giá và cải thiện hiệu quả các hoạt động.	PLO5, PLO9, PLO10, PLO12	F

Ghi chú: Mức độ đáp ứng xác định theo 3 mức: F: Fully fulfilled (Đáp ứng hoàn toàn); M: Moderately fulfilled (Đáp ứng vừa phải); P: Partially fulfilled (Đáp ứng một phần)