BỘ THÔNG TIN VÀ TRUYỀN THÔNG **HỌC VIỆN CÔNG NGHỆ BƯU CHÍNH VIỄN THÔNG**	**CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM** **Độc lập-Tự do-Hạnh phúc**
Số: 1454/QĐ-HV	Hà Nội, ngày 27 tháng 10 năm 2022

QUYẾT ĐỊNH

Ban hành Chương trình giáo dục đại học ngành Marketing trình độ đại học hệ chính quy

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 17/2021/TT-BGDĐT ngày 22 tháng 6 năm 2021 của Bộ trưởng Bộ Giáo dục và Đào tạo ban hành Quy định về chuẩn chương trình đào tạo; xây dựng, thẩm định, ban hành chương trình đào tạo các trình độ của giáo dục đại học;

Căn cứ Quyết định số 393/QĐ-HV ngày 23 tháng 03 năm 2022 của Giám đốc Học viện Công nghệ Bưu chính Viễn thông 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 ngành Marketing,** ***mã số 7340115*** trình độ đại học hệ chính quy của Học viện Công nghệ Bưu chính Viễn thông *(Chi tiết kèm theo)*.

Điều 2. Chương trình giáo dục đại học ngành Marketing được áp dụng thống nhất trong toàn Học viện.

Điều 3. Quyết định có hiệu lực thi hành kể từ ngày ký.

Điều 4. 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 và Trưởng các đơn vị có liên quan chịu trách nhiệm thi hành Quyết định./.

Nơi nhận:
- Như Điều 4;
- Bộ GD&ĐT *(để b/c)*;
- Bộ TT&TT *(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

TS. Vũ Tuấn Lâm

BỘ THÔNG TIN VÀ TRUYỀN THÔNG
HỌC VIỆN CÔNG NGHỆ
BƯU CHÍNH VIỄN THÔNG

CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM
Độc lập – Tự do – Hạnh phúc

CHƯƠNG TRÌNH GIÁO DỤC ĐẠI HỌC

Tên chương trình:	**Marketing**
Ngành đào tạo (tiếng Việt):	**Marketing**
Ngành đào tạo (tiếng Anh):	**Marketing**
Trình độ đào tạo:	**Đại học**
Mã số:	**7340115**
Hình thức đào tạo:	**Chính quy**

(Kèm theo Quyết định số 1454QĐ-HV ngày 27 tháng 10 năm 2022 của Giám đốc Học viện)

I. MỤC TIÊU

1.1. Mục tiêu chung (Goals)

Chương trình đào tạo Cử nhân ngành Marketing với định hướng về marketing số của Học viện Công nghệ Bưu chính Viễn thông được thiết kế nhằm đào tạo Cử nhân Marketing có phẩm chất chính trị vững vàng, có đạo đức và sức khỏe tốt, có trách nhiệm xã hội; có kiến thức cơ bản về kinh tế – xã hội, quản lý, quản trị kinh doanh; có kiến thức và kỹ năng chuyên sâu về marketing, marketing số; có khả năng làm việc độc lập, thích ứng nhanh với các nhiệm vụ cụ thể thuộc chức năng marketing, có năng lực tự học tập, nghiên cứu bồi dưỡng để nâng cao trình độ.

Việc triển khai chương trình đào tạo này nằm trong khuôn khổ những giải pháp cụ thể thực hiện chiến lược phát triển của Học viện Công nghệ Bưu chính Viễn thông trở thành trường đại học có quy mô và chất lượng đào tạo, nghiên cứu hàng đầu Việt Nam về công nghệ số, là một trong các đơn vị chủ lực cung cấp nhân lực, tri thức, chuyển giao công nghệ phục vụ chuyển đổi số quốc gia.

1.2. Mục tiêu cụ thể (Program Objective – POs)

Mục tiêu cụ thể của chương trình đào tạo cử nhân ngành Marketing chuyên sâu về marketing số của Học viện Công nghệ Bưu chính Viễn thông nhằm đào tạo cử nhân marketing có:

1.2.1. Kiến thức

PO1. Kiến thức cơ bản về lý luận chính trị, hệ thống pháp luật Việt Nam, an ninh quốc phòng.

PO2. Kiến thức cơ bản về các nguyên lý, quy luật và thực tiễn về kinh tế để có thể vận dụng vào hiểu các hoạt động kinh tế của các tổ chức, doanh nghiệp.

PO3. Kiến thức cơ bản về các nguyên lý và thực tiễn về lĩnh vực quản trị kinh doanh để có thể vận dụng vào thực tế hoạt động quản trị kinh doanh của các tổ chức và doanh nghiệp.

PO4. Kiến thức toàn diện về lý thuyết và thực tiễn marketing và marketing số vào thực tiễn kinh doanh của các tổ chức, doanh nghiệp, từ lập kế hoạch đến triển khai, kiểm soát, đánh giá.

Chuyên ngành Internet Marketing

PO5. Kiến thức chuyên sâu về các kênh, công nghệ và công cụ marketing số; lập kế hoạch, triển khai và kiểm tra, đánh giá hoạt động và chiến dịch marketing trong môi trường số.

Chuyên ngành Phân tích Dữ liệu Marketing số

PO6. Kiến thức chuyên sâu về phân tích, đánh giá thành tích hoạt động marketing và marketing số để có thể đề xuất các hoạt động cải thiện nhằm tối hoạt động marketing và marketing số của các tổ chức, doanh nghiệp.

Chuyên ngành Truyền thông Marketing

PO7. Kiến thức chuyên sâu về các hình thức và công cụ truyền thông marketing; lập kế hoạch, triển khai, đánh giá các hoạt động/chiến dịch truyền thông marketing.

2.2.2. Kỹ năng

PO8. 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.

PO9. Các kỹ năng bổ trợ và kỹ năng mềm để có thể làm việc hiệu quả trong môi trường năng động và chuyên nghiệp.

2.2.3. Thái độ

PO10. 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.

2.2.4 Trình độ ngoại ngữ và tin học

PO11. Khả năng sử dụng tiếng Anh trong các hoạt động liên quan đến nghề nghiệp được đào tạo.

PO12. Khả năng sử dụng tốt các công cụ tin học và phần mềm cơ bản và chuyên môn phục vụ cho công việc, học tập và nghiên cứu.

2. CHUẨN ĐẦU RA (Learning Outcomes – LOs)

2.1. Chuẩn về kiến thức

Sinh viên tốt nghiệp chương trình đào tạo cử nhân ngành marketing của Học viện Công nghệ Bưu chính Viễn thông sẽ đạt các chuẩn đầu ra về kiến thức như sau:

LO1. Hiểu và vận dụng được kiến thức cơ bản về lý luận chính trị Triết học Mác Lênin, Kinh tế chính trị Mác-Lênin, chủ nghĩa xã hội khoa học, tư tưởng Hồ Chí Minh, Lịch sử

Đảng Cộng sản Việt Nam và các kiến thức về pháp luật Việt Nam vào giải quyết các vấn đề kinh tế-xã hội trong thực tiễn.

LO2. Hiểu và vận dụng được các kiến thức cơ bản phục vụ hoạt động kinh tế và kinh doanh của các tổ chức doanh nghiệp như về toán kinh tế, xác suất thống kê, kinh tế lượng, quản trị học, kế toán, quản trị dự án vào giải quyết vấn đề kinh doanh và marketing của tổ chức, doanh nghiệp.

LO3. Phân tích và vận dụng được những vấn đề cơ bản của môi trường marketing hiện đại, hành vi khách hàng vào thực tiễn hoạt động marketing của tổ chức, doanh nghiệp.

LO4. Hiểu và vận dụng được tư duy và quan điểm marketing hiện đại; những khái niệm, qui trình và nguyên lý nền tảng về marketing vào thực tiễn hoạt động marketing của tổ chức, doanh nghiệp.

LO5. Hiểu và vận dụng được lĩnh vực/chức năng và công cụ marketing cơ bản; phân tích, đánh giá và sử dụng một cách phối hợp các công cụ marketing tác nghiệp nhằm tối ưu hoạt động marketing của doanh nghiệp/tổ chức trong môi trường cạnh tranh và biến động.

LO6. Hiểu và vận dụng được các kiến thức nền tảng về marketing số, các công nghệ và công cụ marketing số, thương mại điện tử vào thực tiễn hoạt động marketing của các tổ chức, doanh nghiệp trong môi trường số.

LO7. Hiểu và vận dụng được các nguyên tắc 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 tổ chức, doanh nghiệp.

LO8. Hiểu và phân tích 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 vào các quyết định marketing của tổ chức/doanh nghiệp.

Chuyên ngành Internet Marketing

LO9. Hiểu và vận dụng được được các kiến thức chuyên sâu về các kênh marketing số cơ bản (web, social media, search engine) và các công nghệ, công cụ marketing số liên quan vào thực tiễn lập kế hoạch, triển khai và kiểm tra, đánh giá hoạt động và chiến dịch marketing trong môi trường số.

Chuyên ngành Phân tích Dữ liệu Marketing số

LO10. Hiểu và vận dụng được được các kiến thức chuyên sâu về khai phá dữ liệu, phân tích, đánh giá thành tích hoạt động marketing và marketing số để có thể đề xuất các hoạt động cải thiện nhằm tối hoạt động marketing và marketing số của các tổ chức, doanh nghiệp.

Chuyên ngành Truyền thông Marketing

LO11. Hiểu và vận dụng được được các kiến thức chuyên sâu về chiến lược phương tiện truyền thông và các hình thức/công cụ truyền thông marketing cơ bản (bao gồm: quan hệ

công chúng, marketing trực tiếp và quảng cáo) vào thực tiễn lập kế hoạch, triển khai, đánh giá các hoạt động/chiến dịch truyền thông marketing của các tổ chức, doanh nghiệp.

2.2. Kỹ năng

2.2.1. Kỹ năng chuyên môn

Sinh viên tốt nghiệp chương trình đào tạo cử nhân ngành Marketing của Học viện sẽ đạt các chuẩn đầu ra về kỹ năng chuyên môn cơ bản để thực hiện được mục tiêu phân tích và vận dụng các kiến thức chuyên môn về marketing và marketing vào thực tiễn. Cụ thể là:

LO12. Có khả năng sử dụng các kỹ năng cơ bản về phân tích môi trường marketing và phân tích thị trường, khách hàng

LO13. Có khả năng sử dụng các kỹ năng 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) và quản trị cơ sở dữ liệu nhằm phục vụ cho các quyết định marketing

LO14. Có khả năng sử dụng kỹ năng lập kế hoạch, triển khai, đánh giá và theo dõi hoạt động marketing nói chung, marketing số nói riêng

Chuyên ngành Internet Marketing

LO15. Có khả năng sử dụng kỹ năng chuyên sâu để lựa chọn và phối hợp các kênh và công cụ marketing số nhằm xây dựng kế hoạch và triển khai các chương trình và chiến dịch marketing số.

Chuyên ngành Phân tích Dữ liệu Marketing Số

LO16. Có khả năng sử dụng kỹ năng chuyên sâu về phân tích marketing và phân tích marketing số 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 cho tổ chức, doanh nghiệp.

Chuyên ngành Truyền thông Marketing

LO17. Có khả năng sử dụng kỹ năng chuyên sâu để lựa chọn và phối hợp các hình thức và công cụ truyền thông marketing cơ bản; lập kế hoạch, triển khai, đánh giá các hoạt động/chiến dịch truyền thông marketing của các tổ chức, doanh nghiệp.

2.2.2. Kỹ năng bổ trợ và kỹ năng mềm

Sinh viên tốt nghiệp chương trình đào tạo cử nhân ngành Marketing của Học viện sẽ đạt các chuẩn đầu ra về kỹ năng bổ trợ và kỹ năng mềm như sau:

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

LO19. Có khả năng sử dụng các kỹ năng mềm phục vụ cho việc thực hiện các công việc một cách chuyên nghiệp, bao gồm: kỹ năng lập kế hoạch, kỹ năng làm việc nhóm, kỹ năng giao tiếp, trình bày, kỹ năng giải quyết vấn đề… trong các tình huống công việc đa dạng.

LO20. Có khả năng sử dụng những phần mềm phân tích dữ liệu cơ bản (Excel, SPSS...) để phân tích dữ liệu kinh doanh và marketing cơ bản, phục vụ cho việc đưa ra quyết định marketing của các doanh nghiệp, tổ chức.

2.3. Ngoại ngữ

Sinh viên tốt nghiệp chương trình đào tạo cử nhân ngành Marketing của Học viện sẽ đạt các chuẩn đầu ra về ngoại ngữ như sau:

LO21. Đạt năng lực tiếng Anh 450 điểm TOEIC quốc tế trở lên (tương đương Bậc 3 theo khung năng lực ngoại ngữ 6 bậc dùng cho Việt Nam).

LO22. Có khả năng sử dụng tiếng Anh cơ bản trong các hoạt động liên quan đến nghề nghiệp được đào tạo.

2.4. Năng lực tự chủ và trách nhiệm

Sinh viên tốt nghiệp chương trình đào tạo cử nhân ngành Marketing của Học viện sẽ đạt các chuẩn đầu ra về năng lực tự chủ, trách nhiệm và hành vi đạo đức như sau:

LO23. Có khả năng tự học tập, nghiên cứu, tích lũy kinh nghiệm để thích nghi với môi trường làm việc năng động.

LO24. Có phẩm chất đạo đức, ý thức nghề nghiệp, trách nhiệm công dân, tôn trọng và chấp nhận pháp luật, có ý thức tổ chức kỷ luật và tinh thần hợp tác.

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

4. ĐỐI TƯỢNG TUYỂN SINH VÀ YÊU CẦU ĐẦU VÀO: Là người đã tốt nghiệp THPT hoặc tương đương, tham dự và trúng tuyển (đạt các yêu cầu đầu vào) trong kỳ tuyển sinh đại học hệ chính quy với Tổ hợp xét tuyển: Toán, Lý, Hóa (A00 – khối A); hoặc Toán, Lý, Anh văn (A01 – khối A1) hoặc các phương án xét tuyển riêng của Học viện Công nghệ Bưu chính Viễn thông.

5. QUY TRÌNH ĐÀO TẠO, ĐIỀU KIỆN TỐT NGHIỆP

5.1. Quy trình đào tạo:

Chương trình đào tạo được thực hiện trong 4 năm gồm 8 học kỳ, trong đó 7 học kỳ tích lũy kiến thức tại Học viện và 1 kỳ thực tập thực tế tại cơ sở (tổ chức, doanh nghiệp). 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.

5.2. Công nhận tốt nghiệp

Kết thúc khóa học, sinh viên được công nhận tốt nghiệp và cấp bằng **Cử nhân** trình độ đại học hệ chính quy khi đã hội tụ đủ các tiêu chuẩn theo quy chế đào tạo đại học theo hệ thống tín chỉ.

6. THANG ĐIỂM: 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 10 (điểm thành phần)	Thang điểm 4	
		Điểm chữ	Điểm số
Điểm đạt	Từ 9,0 đến 10,0	A+	4,0
	Từ 8,5 đến 8,9	A	3.7
	Từ 8,0 đến 8,4	B+	3,5
	Từ 7,0 đến 7,9	B	3,0
	Từ 6,5 đến 6,9	C+	2,5
	Từ 5,5 đến 6,4	C	2,0
	Từ 5,0 đến 5,5	D+	1,5
	Từ 4,0 đến 4,9	D	1,0
Không đạt	Dưới 4,0	F	0,0

7. NỘI DUNG CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO

7.1 Cấu trúc chương trình đào tạo

STT	Khối kiến thức	Số tín chỉ
1.	**Kiến thức giáo dục đại cương**	**47**
1.1	***Khối kiến thức chung***	***29***
1.1.1	*Lý luận chính trị*	*11*
1.1.2	*Tiếng Anh*	*14*
1.1.3	*Tin học*	*4*
1.2	***Khối kiến thức khoa học cơ bản/khoa học xã hội***	***18***
2.	**Kiến thức giáo dục chuyên nghiệp**	**81**
2.1	***Khối kiến thức cơ sở (nhóm ngành và ngành)***	***57***
2.2	***Khối kiến thức chuyên chuyên ngành***	***14***
2.3	***Thực tập và Tốt nghiệp***	***10***
Tổng cộng		**128**

7.2 Nội dung chương trình

7.2.1 Khối kiến thức chung

TT	Tên môn học	Mã số học phần	Số tín chỉ	Lên lớp (tiết)		Thí nghiệm /Thực hành (tiết)	Tự học (tiết)	Mã số môn học tiên quyết
				Lý thuyết	Chữa bài tập /Thảo luận			
1	Triết học Mác-Lênin	BAS1150	3	34	10		1	
2	Kinh tế chính trị Mác-Lênin	BAS1151	2	24	6			
3	Chủ nghĩa xã hội khoa học	BAS1152	2	24	6			
4	Lịch sử Đảng cộng sản Việt Nam	BAS1153	2	24	6			
5	Tư tưởng Hồ chí Minh	BAS1122	2	24	6			
6	Tiếng Anh Course 1 (*)	BAS1157	4					
7	Tiếng Anh Course 2	BAS1158	4					
8	Tiếng Anh Course 3	BAS1159	4					
9	Tiếng Anh Course 3 Plus	BAS1160	2					
10	Tin học cơ sở 1	INT1154	2	20	4	4	2	
11	Tin học cơ sở 3	INT1156	2	20	4	4	2	
	Tổng:		**29**					
	Giáo dục thể chất và Giáo dục quốc phòng							
1	Giáo dục thể chất 1	BAS1106	2	2		26	2	
2	Giáo dục thể chất 2	BAS1107	2	2		26	2	
3	Giáo dục Quốc phòng	BAS1105	7,5					
	Giáo dục thể chất và Giáo dục quốc phòng							
1	Kỹ năng thuyết trình	SKD1101	1	6	8		1	
2	Kỹ năng làm việc nhóm	SKD1102	1	6	8		1	
3	Kỹ năng tạo lập Văn bản	SKD1103	1	6	8		1	
4	Kỹ năng lập kế hoạch và tổ chức công việc	SKD1104	1	6	8		1	
5	Kỹ năng giao tiếp	SKD1105	1	6	8		1	
6	Kỹ năng giải quyết vấn đề	SKD1106	1	6	8		1	
7	Kỹ năng tư duy sáng tạo	SKD1107	1	6	8		1	

(*) Điều kiện để đăng ký học phần tiếng Anh Course 1 trong chương trình là sinh viên phải đạt trình độ tiếng Anh từ 225 điểm theo bài thi TOEIC Placement Test trở lên; các sinh viên chưa đạt mức điểm trên sẽ phải hoàn thành học phần tiếng Anh hỗ trợ Course 0 (mã BAS1156). Kế hoạch học tập môn học tiếng Anh thực hiện theo chương trình chi tiết riêng.

7.2.2. Kiến thức khoa học cơ bản, khoa học xã hội

TT	Tên môn học	Mã số học phần	Số tín chỉ	Lên lớp (tiết)		Thí nghiệm /Thực hành (tiết)	Tự học (tiết)	Mã số môn học tiên quyết
				Lý thuyết	Chữa bài tập /Thảo luận			
12	Toán cao cấp 1	BAS1219	2	24	6			
13	Lý thuyết xác suất và thống kê	BAS1210	3	36	8		1	
14	Toán kinh tế	BSA1241	3	36	8		1	
15	Toán cao cấp 2	BAS1220	2	24	6			
16	Pháp luật đại cương	BSA1221	2	24	6			
17	Tâm lý quản lý	BSA1236	2	24	6			
18	Lịch sử các học thuyết kinh tế	BAS1109	2	24	6			
19	Phương pháp luận nghiên cứu khoa học	SKD1108	2	18	6		6	
	Tổng:		18					

7.2.3 Khối kiến thức giáo dục chuyên nghiệp

7.2.3.1. Kiến thức cơ sở nhóm ngành và ngành

TT	Tên môn học	Mã số học phần	Số tín chỉ	Lên lớp (tiết)		Thí nghiệm /Thực hành (tiết)	Tự học (tiết)	Mã số môn học tiên quyết
				Lý thuyết	Chữa bài tập /Thảo luận			
20	Kinh tế vi mô 1	BSA1310	3	36	8		1	
21	Kinh tế vĩ mô 1	BSA1311	3	36	8		1	
22	Marketing căn bản	MAR1322	3	36	8		1	
23	Nguyên lý kế toán	FIA1321	3	36	8		1	
24	Kinh tế lượng	BSA1309	3	36	8		1	
25	Quản trị học	BSA1328	3	36	8		1	
26	Hành vi khách hàng	MAR1304	2	24	6			MAR1322
27	Các hệ thống thông tin trong doanh nghiệp	MAR1315	3	36	8		1	
28	Internet và ứng dụng trong kinh doanh	MAR1333	3	36	8		1	
29	Phát triển và ứng dụng web trong marketing	MAR1334	3	36	8		1	
30	Quản trị cơ sở dữ liệu kinh doanh	MAR1312	2	24	6			
31	Ứng dụng đa phương tiện trong kinh doanh	MAR1316	2	24	6			
32	Quản lý dự án	BSA1350	2	24	6			
33	Thương mại điện tử	MAR1323	2	24	6			
34	Quản trị marketing	MAR1424	2	24	6			MAR1322

TT	Tên môn học	Mã số học phần	Số tín chỉ	Lên lớp (tiết)		Thí nghiệm /Thực hành (tiết)	Tự học (tiết)	Mã số môn học tiên quyết
				Lý thuyết	Chữa bài tập /Thảo luận			
35	Phương pháp nghiên cứu marketing	MAR1309	3	36	8		1	
36	Truyền thông marketing tích hợp	MAR1314	3	36	8		1	MAR1322
37	Marketing dịch vụ	MAR1425	2	24	6			MAR1322
38	Marketing công nghiệp	MAR1426	2	24	6			MAR1322
39	E- Marketing	MAR1427	2	24	6			MAR1322
	Các môn học tự chọn (3/5, tổng số TC:6)							
40	Kế toán quản trị	FIA1334	2	24	6			
41	Quản trị thương hiệu	MAR1328	2	24	6			
42	Quản trị bán hàng	MAR1329	2	24	6			
43	Phân tích hoạt động kinh doanh	BSA1320	2	24	6			
44	Luật kinh doanh	BSA1314	2	24	6			
	Tổng :		57					

7.2.3.2. Kiến thức chuyên ngành

Chuyên ngành Internet Markerting

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

Chuyên ngành Phân tích dữ liệu marketing số

TT	Tên môn học	Mã số học phần	Số tín chỉ	Lên lớp (tiết)		Thí nghiệm /Thực hành (tiết)	Tự học (tiết)	Mã số môn học tiên quyết
				Lý thuyết	Chữa bài tập /Thảo luận			
45	Phân tích Marketing	MAR1437	3	36	8		1	MAR1304, MAR1309
46	Khai phá dữ liệu trong Marketing	MAR1438	3	36	8		1	MAR1309
47	Phân tích web	MAR1408	3	36	8		1	BAS1210
48	Marketing qua phương tiện truyền thông xã hội	MAR1406	3	36	8		1	MAR1322
49	Trí tuệ Marketing	MAR1439	2	6	24			MAR1312, MAR1309
	Tổng:		14					

Chuyên ngành Truyền thông Marketing

TT	Tên môn học	Mã số học phần	Số tín chỉ	Lên lớp (tiết)		Thí nghiệm /Thực hành (tiết)	Tự học (tiết)	Mã số môn học tiên quyết
				Lý thuyết	Chữa bài tập /Thảo luận			
45	Chiến lược phương tiện truyền thông	MAR1401	3	36	8		1	MAR1322
46	Quan hệ công chúng	MAR1411	3	36	8		1	MAR1322
47	Marketing trực tiếp	MAR1407	3	36	8		1	MAR1322
48	Quản trị quảng cáo	MAR1410	3	36	8		1	MAR1322
49	Đề án: Kế hoạch Truyền thông marketing	MAR1403	2	6	24			MAR1322
	Tổng:		14					

7.2.3.3. Thực tập và tốt nghiệp:

***Thực tập tốt nghiệp – mã MAR1445 (4TC) và Luận văn tốt nghiệp – mã MAR1446 (6TC) hoặc học phần thay thế tốt nghiệp** (chọn 02 trong 03 môn dưới đây).*

TT	Tên môn học	Mã số học phần	Số tín chỉ	Lên lớp (tiết)		Thí nghiệm /Thực hành (tiết)	Tự học (tiết)	Mã số môn học tiên quyết
				Lý thuyết	Chữa bài tập /Thảo luận			
1	Truyền thông nội bộ trong tổ chức	MAR1418	3	36	8		1	
2.	Marketing dựa trên giá trị	MAR1421	3	36	8		1	
3	Quản trị quan hệ khách hàng	MAR1440	3	36	8		1	

8. HƯỚNG DẪN THỰC HIỆN CHƯƠNG TRÌNH

8.1. Kế hoạch học tập chuẩn *(Chi tiết kèm theo)*

8.2. Tiến trình học tập chuẩn *(Chi tiết kèm theo)*

8.3 Danh sách các môn học tiên quyết, trước sau hoặc song hành *(Chi tiết kèm theo)*

9. MÔ TẢ TÓM TẮT CÁC MÔN HỌC CHÍNH

9.1 Kinh tế vi mô

Mã môn học: **BSA1310**

Số tín chỉ: **03**

Môn học tiên quyết:

Tóm tắt nội dung:

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.

9.2 Kinh tế vĩ mô

Mã môn học: **BSA1311**

Số tín chỉ: **03**

Môn học tiên quyết:

Tóm tắt nội dung:

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.

9.3 Marketing căn bản

Mã môn học: **MAR1322**

Số tín chỉ: 03

Môn học tiên quyết:

Tóm tắt nội dung:

Môn học Marketing căn bản nhằm cung cấp cho sinh viên những kiến thức về những phát triển mới nhất trong các khái niệm và thực hành marketing cơ bản. Môn học này giới thiệu cho sinh viên một cách đầy đủ từ khi lý thuyết về marketing ra đời cho đến hoạt động marketing ngày nay với các vấn đề thực tế, hấp dẫn và mới mẻ. Sau khi học xong môn học này, người học sẽ hiểu được các nội dung chính về khái niệm và quy trình marketing, môi trường marketing và khách hàng. Người học cũng có thể hiểu cách thiết kế chiến lược marketing định hướng giá trị khách hàng dựa trên các công cụ marketing hỗn hợp, marketing dịch vụ cũng như hiểu được một số quan điểm về marketing mở rộng như marketing toàn cầu, marketing bền vững.

9.4 Nguyên lý kế toán

Mã môn học: **FIA1321**

Số tín chỉ: 03

Môn học tiên quyết:

Tóm tắt nội dung:

Môn học được xây dựng thành 8 chương, nhằm cung cấp những kiến thức về hạch toán kế toán, bao gồm: phần giới thiệu tổng quan về kế toán (khái niệm, đối tượng, các nguyên tắc kế toán...), những phương pháp kế toán sử dụng trong công tác kế toán (chứng từ, tính giá, tài khoản, tổng hợp cân đối), hệ thống sổ kế toán và cách thức phản ánh ghi chép trong sổ kế toán, nội dung tổ chức công tác kế toán tại mỗi đơn vị.

Mục tiêu của môn học là trang bị cho người học nắm vững những kiến thức gồm: phần giới thiệu tổng quan về kế toán (khái niệm, đối tượng, các nguyên tắc kế toán..), những phương pháp kế toán sử dụng trong công tác kế toán (chứng từ, tính giá, tài khoản, tổng hợp cân đối), hệ thống sổ kế toán và cách thức phản ánh ghi chép trong sổ kế toán, nội dung tổ chức công tác kế toán tại mỗi đơn vị, giúp người học vận dụng linh hoạt kiến thức này trong thực tiễn.

9.5 Kinh tế lượng

Mã môn học: **BSA1309**

Số tín chỉ: 03

Môn học tiên quyết:

Tóm tắt nội dung:

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

cây 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.

9.6 Quản trị học

Mã môn học: **BSA1328**

Số tín chỉ: **03**

Môn học tiên quyết:

Tóm tắt nội dung:

Quản trị học bao gồm các kiến thức cơ bản về quá trình hoạch định, tổ chức, lãnh đạo và kiểm tra hoạt động của các cá nhân, bộ phận trong tổ chức nhằm đạt đến mục tiêu chung trong điều kiện biến động của môi trường. Nội dung học phần gồm các vấn đề như: Nhập môn quản trị: khái niệm quản trị, nhà quản trị, khoa học quản trị. Cơ sở khoa học của quản trị: các tư tưởng quản trị, các nguyên tắc và phương pháp quản trị, thông tin và quyết định quản trị. Các chức năng quản trị như hoạch định, tổ chức, lãnh đạo, kiểm tra, điều chỉnh và một số vấn đề khác như quản trị sự thay đổi, quản trị xung đột, quản trị học trong nền kinh tế tri thức.

Về kỹ năng, học phần trang bị những kỹ năng cần thiết mà những người quản trị sẽ thực hiện, gồm có hoạch định và ra quyết định, tổ chức, lãnh đạo hoặc điều hành và kiểm tra hoạt động của tổ chức.

9.7 Hành vi khách hàng

Mã môn học: MAR1304

Số tín chỉ: 2

Môn học tiên quyết: *Marketing căn bản*

Tóm tắt nội dung:

Môn học hành vi khách hàng hướng đến cung cấp cho sinh viên những kiến thức và hiểu biết cơ bản về hành vi khách hàng (mô hình hành vi khách hàng, quá trình quyết định mua, đặc thù của hành vi của các nhóm khách hàng khác nhau) và những nhân tố tác động đến hành vi khách hàng. Đây là những nền tảng quan trọng để có thể trở thành một nhà quản trị marketing hiệu quả. Hay nói cách khác, những kiến thức và hiểu biết này sẽ giúp cho những nhà quản trị marketing có được những quyết định Marketing tốt hơn.

Qua môn học này, sinh viên sẽ được giới thiệu những kiến thức và hiểu biết sâu sắc về khoa học về hành vi khách hàng. Cụ thể, sinh viên được giới thiệu tổng quan về khách hàng và nghiên cứu hành vi khách hàng, quá trình hình thành và phát triển của khoa học hành vi người tiêu dùng, mối liên hệ giữa chiến lược marketing và hành vi người tiêu dùng. Sinh viên cũng sẽ được giới thiệu về các khái niệm trọng tâm liên quan đến hành vi

khách hàng là người tiêu dùng mô hình và quá trình quyết định mua của nhóm khách hàng này cũng như các nhân tố ảnh hưởng tới hành vi của họ. Sinh viên sẽ hiểu quá trình sau mua sắm, sự thỏa mãn của người tiêu dùng và sự gắn bó của người tiêu dùng. Bên cạnh những kiến thức về hành vi khách hàng người tiêu dùng, môn học cũng giới thiệu tới sinh viên những kiến thức cơ bản về hành vi khách hàng là tổ chức.

9.8 Các hệ thống thông tin trong doanh nghiệp

Mã môn học: MAR1315

Số tín chỉ: 03

Môn học tiên quyết:

Tóm tắt nội dung:

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.

9.9 Internet và ứng dụng trong kinh doanh

Mã môn học: MAR1333

Số tín chỉ: 3

Môn học tiên quyết:

Tóm tắt nội dung:

Môn học nhằm cung cấp cho sinh viên cho sinh viên ngành Marketing những kiến thức cơ bản về mạng máy tính và Internet như: các khái niệm, thuật ngữ cơ bản liên quan đến máy tính, mạng máy tính, các giao thức mạng, các hệ điều hành, các công cụ truy nhập mạng Internet. Môn học cũng cung cấp kiến thức cho sinh viên về việc sử dụng các ứng dụng như website, email, blog, facebook trên Internet và các kiến thức liên quan đến an toàn thông tin cá nhân. Kết thúc môn học, sinh viên có thể ứng dụng triển khai một số hoạt động như quảng cáo, tiếp thị khách hàng kinh doanh trên nền Internet.

9.10 Phát triển và ứng dụng web trong marketing

Mã môn học: MAR1334

Số tín chỉ: 3

Môn học tiên quyết:

Tóm tắt nội dung:

Môn học này cung cấp cho sinh viên các kiến thức cơ bản về website, xu hướng và lịch sử phát triển các thế hệweb, các ứng dụng Web trong kinh tế xã hội, vai trò và các yêu cầu cần thiết đối với webstie trong kinh doanh và marketing. Kết thúc môn học sinh viên có thể nắm được vai trò và lợi thế của website trong marketing của doanh nghiệp, hiểu các nguyên tắc về thiết kế giao diện web, các chức năng cơ bản của website để ứng dụng cho truyền thông, PR, tiếp thị, quảng cáo, phân tích, quản trị thông tin, ...trên website.

9.11 Quản trị cơ sở dữ liệu kinh doanh

Mã môn học: MAR1312

Số tín chỉ: 2

Môn học tiên quyết:

Tóm tắt nội dung:

Môn học sẽ cung cấp cho sinh viên những kiến thức cơ bản về khoa học dữ liệu, quản trị CSDL kinh doanh, CSDL Marketing. Cụ thể, môn học sẽ trang bị cho sinh viên những kiến thức căn bản để hiểu về công việc thiết kế và quản lý cơ sở dữ liệu kinh doanh, về chiến lược dữ liệu trong kinh doanh, về áp dụng CSDL Marketing trong kinh doanh. Đặc biệt, môn học sẽ nhấn mạnh hơn vào kiến thức về quản lý và sử dụng cơ sở dữ liệu kinh doanh cũng như kiến thức nền về chiến lược dữ liệu trong doanh nghiệp.

9.12 Ứng dụng đa phương tiện trong kinh doanh

Mã môn học: **MAR1318**

Số tín chỉ: **2**

Môn học tiên quyết:

Tóm tắt nội dung:

Môn học nhằm cung cấp cho sinh viên những khái niệm tổng quát về đa phương tiện (ĐPT) và ứng dụng của nó trong hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp. Đây là cơ sở để sinh viên có thể triển khai các hoạt động Internet marketing sau này. Sau khi hoàn thành môn học, sinh viên nắm được những kiến thức cơ bản về ĐPT, các loại sản phẩm ĐPT, các thành phần cơ bản của sản phẩm ĐPT,quy trình sản xuất sản phẩm ĐPT. Sinh viên cũng hiểu được những ứng dụng thực tế của Đa phương tiện trong lĩnh vực kinh doanh, sử dụng được những công cụ để triển khai các hoạt động marketing trên mạng Internet.

9.13 Quản lý dự án

Mã môn học: BSA1350

Số tín chỉ: 2

Môn học tiên quyết:

Tóm tắt nội dung:

Học phần cung cấp những kiến thức cơ bản về dự án và quản trị dự án trong doanh nghiệp. Tiến hành lập dự án khi được phê duyệt và tiến hành tổ chức thực hiện dự án bao

gồm các hoạt động như tổ chức bộ máy quản lý dự án, lập kế hoạch thực hiện dự án, quản lý tiến độ, phân phối nguồn lực, quản trị rủi ro của dự án và một số hoạt động khác có liên quan.

Về kiến thức, môn học giúp sinh viên hiểu và giải thích được những vấn đề cơ bản về dự án và quản trị dự án trong doanh nghiệp, tiến hành lập dự án khi được phê duyệt và tiến hành tổ chức thực hiện dự án bao gồm các hoạt động như tổ chức bộ máy quản lý dự án, lập kế hoạch thực hiện dự án, quản lý tiến độ, phân phối nguồn lực, quản trị rủi ro của dự án và một số hoạt động khác có liên quan

Về kỹ năng, sau khi học xong học phần này sinh viên có thể triển khai được các bước đầu tiên của dự án và quản lý dự án.

9.14 Thương mại điện tử

Mã môn học: **MAR1323**

Số tín chỉ: **2**

Môn học tiên quyết:

Tóm tắt nội dung:

Môn học này được biên soạn để phục vụ cho việc nghiên cứu, học tập của sinh viên các ngành kinh tế. Mục tiêu của môn học nhằm giúp cho sinh viên hiểu và phân tích được các khái niệm cơ bản và quan trọng nhất liên quan đến thương mại điện tử, cơ sở hạ tầng cho sự phát triển của thương mại điện tử, nội dung, bản chất, hoạt động của các loại hình giao dịch thương mại điện tử. Nội dung môn học cũng giúp sinh viên cũng có thể đánh giá các công cụ thanh toán trực tuyến, lợi ích, vai trò của dịch vụ cũng như của các bên tham gia cung cấp dịch vụ thanh toán, nắm được quy trình xây dựng giải pháp thương mại điện tử. Sinh viên có thể vận dụng những kiến thức của môn học để xác định phạm vi triển khai, xác định nguồn lực và cuối cùng là biết đến bức tranh toàn cảnh của thương mại điện tử.

9.15 Quản trị marketing

Mã môn học: **MAR1424**

Số tín chỉ: **2**

Môn học tiên quyết: *Marketing căn bản*

Tóm tắt nội dung:

Môn học nhằm cung cấp cho người học những kiến thức chuyên sâu về quản trị marketing liên quan đến các hoạt động hoạch định chiến lược, tạo lập giá trị, phân phối và truyền thông giá trị cho khách hàng, quản trị mối quan hệ với khách hàng và các hoạt động marketing nhằm đạt được sự tăng trưởng lâu dài của doanh nghiệp.

Về kỹ năng, môn học cung cấp cho sinh viên những kỹ năng tổng hợp và phân tích các vấn đề liên quan đến quản trị marketing cũng như kỹ năng giao tiếp, kỹ năng giải quyết vấn đề thông qua thảo luận, làm việc nhóm và báo cáo chuyên đề.

9.16 Phương pháp nghiên cứu marketing

Mã môn học: **MAR1309**

Số tín chỉ: **3**

Môn học tiên quyết:

Tóm tắt nội dung:

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.

9.17 Truyền thông marketing tích hợp

Mã môn học: **MAR1314**

Số tín chỉ: **3**

Môn học tiên quyết: *Marketing căn bản*

Tóm tắt nội dung:

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

9.18 Marketing dịch vụ

Mã môn học: **MAR1425**

Số tín chỉ: **2**

Môn học tiên quyết: *Marketing căn bản*

Tóm tắt nội dung:

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…

Môn học cũng rèn luyện cho sinh viên các kỹ năng ra quyết định marketing trong kinh doanh dịch vụ, kỹ năng làm việc theo nhóm.

9.19 Marketing công nghiệp

Mã môn học: **MAR1426**

Số tín chỉ: **2**

Môn học tiên quyết: *Marketing căn bản*

Tóm tắt nội dung:

Môn học này nhằm cung cấp những kiến thức về marketing đối với khách hàng công nghiệp. Sau khi hoàn thành môn học, sinh viên có thể hiểu được những kiến thức tổng quan về marketing công nghiệp, phân biệt được marketing cho người tiêu dùng và cho các tổ chức, phân đoạn thị trường công nghiệp và lựa chọn thị trường mục tiêu, chiến lược marketing công nghiệp, quản trị mối quan hệ với khách hàng công nghiệp. Sinh viên cũng sẽ hiểu hành vi mua của khách hàng là tổ chức và có thể giải thích được cách thức xây dựng chiến lược marketing công nghiệp và phát triển các chiến thuật marketing công nghiệp.

9.20 E-Marketing

Mã môn học: **MAR1427**

Số tín chỉ: **2**

Môn học tiên quyết: *Marketing căn bản*

Tóm tắt nội dung:

Môn học này nhằm cung cấp cho sinh viên kiến thức về các khái niệm căn bản về E-marketing, kiến thức về chiến lược và kế hoạch E-marketing. Biết được thực trạng và xu hướng phát triển của thị trường e-marketing, các vấn đề về Pháp luật và đạo đức trong e-marketing. Các kiến thức về nghiên cứu marketing và hành vi khách hàng trong môi trường điện tử, các khái niệm căn bản về phân đoạn thị trường, lựa chọn thị trường mục tiêu và định vị thị trường trong môi trường kinh doanh trực tuyến, chiến lược định vị và khác biệt hóa, các chính xác marketing hỗn hợp và CRM.

9.21 Kế toán quản trị

Mã môn học: **FIA1334**

Số tín chỉ: *2*

Môn học tiên quyết:

Tóm tắt nội dung:

Môn học Kế toán quản trị cung cấp những kiến thức cơ bản của kế toán quản trị áp dụng trong các đơn vị kế toán (cụ thể là doanh nghiệp). Nội dung cụ thể của học phần này bao gồm các khái niệm cơ bản, khái quát chung về kế toán quản trị; các cách phân loại chi phí phục vụ cho việc ra quyết định trong kế toán quản trị; thiết lập và cung cấp thông tin kế toán quản trị về chi phí và giá thành sản phẩm; lập dự toán sản xuất kinh doanh; định giá bán sản phẩm; phân tích thông tin thích hợp cho việc ra quyết định ngắn hạn và dài hạn.

Về kiến thức, môn học trang bị cho sinh viên những kiến thức cơ bản có hệ thống về kế toán quản trị; vận dụng các kiến thức của môn học để thiết lập và cung cấp thông tin cho nhà quản trị về chi phí và và giá thành sản phẩm, định giá bán sản phẩm; phân tích các tình huống trong sản xuất kinh doanh và tư vấn cho lãnh đạo doanh nghiệp ra quyết định; sinh viên có khả năng thích ứng và nắm bắt được xu hướng phát triển của các nội dung môn học trong tương lai.

Về kỹ năng, môn học giúp sinh viên hiểu và vận dụng được các kỹ năng về: soạn thảo báo cáo chi phí, báo cáo sản xuất, báo cáo bộ phận ....; thiết kế thông tin dưới dạng bảng so sánh, trình bày thông tin dưới dạng phương trình đồ thị. Các kỹ năng phân tích các tình huống sản xuất kinh doanh cụ thể phục vụ cho việc ra quyết định.

9.22 Quản trị thương hiệu (Brand management)

***Mã môn học:* MAR1328**

Số tín chỉ: 2

Môn học tiên quyết:

Tóm tắt nội dung:

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.

9.23 Quản trị bán hàng

Mã môn học: MAR1329

Số tín chỉ: 2

Môn học tiên quyết:

Tóm tắt nội dung:

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.

Bên cạnh đó môn học cũng rèn luyện cho sinh viên một số kỹ năng liên quan đến: Lập kế hoạch bán hàng, thiết kế địa phận bán hàng, tổ chức lực lượng bán hàng, quản trị lực lượng bán hàng của doanh nghiệp, một số kỹ thuật cơ bản trong bán hàng. Sinh viên sẽ biết cách áp dụng các phương pháp, công cụ hỗ trợ nghiệp vụ bán hàng và quản trị bán hàng.

9.24 Phân tích hoạt động kinh doanh

***Mã môn học:* BSA1320**

***Số tín chỉ:* 2**

Môn học tiên quyết:

Tóm tắt nội dung:

Học phần cung cấp một số kiến thức chung về phân tích hoạt động kinh doanh. Vận dụng tiến hành phân tích hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp bao gồm phân tích kết quả hoạt động kinh doanh, phân tích điều kiện hoạt động kinh doanh, phân tích chi phí kinh doanh và giá thành sản phẩm, phân tích tài chính doanh nghiệp và phân tích hiệu quả hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp.

Mục tiêu của môn học là giúp sinh viên nắm vững được các phương pháp phân tích, các chỉ tiêu phân tích, các nhân tố ảnh hưởng đến các chỉ tiêu phân tích từ đó nắm được cách thức phân tích hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp.

9.25 Luật kinh doanh

***Mã môn học:* BSA1314**

***Số tín chỉ:* 2**

Môn học tiên quyết:

Tóm tắt nội dung:

Học phần này trang bị cho người học những kiến thức về pháp luật trong lĩnh vực kinh tế như Luật doanh nghiệp, Luật đầu tư, Luật phá sản, Luật cạnh tranh, các quy định của Bộ luật dân sự về hợp đồng ...; tìm hiểu các hình thức giải quyết tranh chấp trong kinh doanh.

Về mặt kiến thức, môn học này nhằm giới thiệu những kiến thức cơ bản về pháp luật kinh doanh, pháp luật về các loại hình doanh nghiệp, pháp luật về đầu tư, pháp luật về phá sản doanh nghiệp, pháp luật về giải quyết tranh chấp trong kinh doanh.

Về kỹ năng, môn học nhằm cung cấp cho sinh viên những hiểu biết cơ bản về pháp luật kinh doanh, từ đó, sinh viên có thể quản lý và điều hành doanh nghiệp, xây dựng và soạn thảo hợp đồng, giải quyết tranh chấp trong kinh doanh.

9.26 Phân tích web

Mã môn học: **MAR1408**

Số tín chỉ: **3**

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

Tóm tắt nội dung:

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

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

9.27 Marketing qua phương tiện truyền thông xã hội

Mã môn học: **MAR1406**

Số tín chỉ: **3**

Môn học tiên quyết: *Marketing căn bản*

Tóm tắt nội dung:

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

Mặt khác, sau khi kết thúc học phần sinh viên có thể nắm được các kỹ năng cần thiết để hoạch định, tổ chức triển khai và kiểm soát các hoạt động marketing trong đó sử dụng

phương tiện chủ yếu là truyền thông xã hội; các kỹ năng giải quyết vấn đề trong truyền thông qua phương tiện truyền thông xã hội.

9.28 Tổng quan về biên tập web

Mã môn học: **MAR1413**

Số tín chỉ: 3

Môn học tiên quyết:

Tóm tắt nội dung:

Học phần "Tổng quan về biên tập web" nhằm trang bị cho sinh viên những kiến thức cơ bản cần thiết về quy trình thiết kế, xây dựng và duy trì một website, cung cấp thông tin phục vụ cho hoạt động phân tích, đánh giá và triển khai biên tập web phục vụ cho Marketing của doanh nghiệp; cũng như cách thức vận dụng các kiến thức đã học vào thực tế. Ngoài việc cung cấp những kiến thức, môn học cũng hướng tới việc hình thành cho sinh viên một số kỹ năng cần thiết như sau: đánh giá website và xây dựng kế hoạch biên tập Website.

9.29 Marketing bằng công cụ tìm kiếm

Mã môn học: MAR1405

Số tín chỉ: 3

Môn học tiên quyết: *Marketing căn bản*

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

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

9.30 Đề án Kế hoạch Internet marketing

Mã môn học: **MAR1402**

Số tín chỉ: 2

Môn học tiên quyết: Hành vi khách hàng, Quản trị marketing, Thương mại điện tử, E-marketing

Tóm tắt nội dung:

Học phần "Đề án Kế hoạch Internet Marketing" là một môn học trong chuyên ngành Internet Marketing được thiết kế nhằm giúp sinh viên áp dụng một cách tổng hợp kiến

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

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

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

9.31 Phân tích Marketing

Mã môn học: **MAR1437**

Số tín chỉ: **3**

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

Tóm tắt nội dung:

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

Ngoài ra, học phần còn hướng tới trang bị cho sinh viên kỹ năng tư duy hệ thống và phân tích để ra quyết định và giải quyết vấn đề kinh doanh và marketing; kỹ năng cơ bản về đọc, giải thích và truyền đạt kết quả phân tích dữ liệu phục vụ cho hoạt động kinh doanh

của doanh nghiệp và kỹ năng nhận thức và nắm bắt các xu thế/xu hướng trong lĩnh vực này.

9.32 Khai phá dữ liệu trong Marketing

Mã môn học: **MAR1438**

Số tín chỉ: **3**

Môn học tiên quyết: *Phương pháp nghiên cứu marketing*

Tóm tắt nội dung:

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

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

9.33 Trí tuệ Marketing

Mã môn học: **MAR1439**

Số tín chỉ: **2**

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

Tóm tắt nội dung:

Sau khi kết thúc học phần "Trí tuệ marketing" sinh viên có thể hiểu cách diễn đạt dữ liệu và trí tuệ kinh doanh vào các quyết định Marketing trong tổ chức/doanh nghiệp; hiểu được các thao tác xử lý dữ liệu và xây dựng quan điểm khác nhau dựa trên dữ liệu để hỗ trợ các quyết định Marketing; hiểu và áp dụng quy trình nghiên cứu marketing. Ngoài ra, qua học phần này, sinh viên có thể hiểu cách dùng các trải nghiệm kinh doanh với cách tiếp cận nghiên cứu marketing để đưa ra các khuyến nghị kinh doanh có hiệu quả; Khám phá, ở các mức sâu hơn, các chiến lược dùng dữ liệu lớn thành những hiểu biết sâu sắc về

người tiêu dùng, các công ty và thị trường; hiểu cách thiết kế các chương trình định hướng dữ liệu, công nghệ và quy trình để hỗ trợ việc phân tích dữ liệu lớn. Đặc biệt, học phần sẽ giúp sinh viên hiểu các thuật ngữ cơ bản về trí tuệ kinh doanh và trí tuệ marketing cũng như các tình huống trí tuệ kinh doanh và trí tuệ marketing trong các ngành khác nhau của thế giới thực tiễn.

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

9.34 Chiến lược phương tiện truyền thông

Mã môn học: **MAR1401**

Số tín chỉ: 03

Môn học tiên quyết: *Marketing căn bản*

Tóm tắt nội dung:

Môn học này nhằm trang bị cho sinh viên những kiến thức, kỹ năng cơ bản về hoạt động truyền thông marketing cũng như việc xây dựng chiến lược phương tiện truyền thông. Các kiến thức bao gồm việc xây dựng kế hoạch truyền thông marketing, xác định các phương tiện truyền thông phù hợp với tập khán giả mục tiêu, lập kế hoạch phương tiện truyền thông hỗn hợp và các đơn vị cung cấp phù hợp. Sau khi hoàn thành môn học này, sinh viên có thể xây dựng kế hoạch phương tiện truyền thông hỗn hợp, mua phương tiện và đánh giá kết quả hoạt động các phương tiện truyền thông.

9.35 Quan hệ công chúng

Mã môn học: **MAR1411**

Số tín chỉ: 03

Môn học tiên quyết: *Marketing căn bản*

Tóm tắt nội dung:

Học phần này giới thiệu những nội dung cơ bản của Quan hệ công chúng (Public Relations - PR), giúp cho sinh viên những hiểu biết nền tảng về PR, tạo các kỹ năng mà từ đó có thể áp dụng vào thực tiễn. Mục tiêu tổng quát của môn học nhằm cung cấp cho người học những kiến thức cơ bản của Quan hệ công chúng, tầm quan trọng của PR trong tổ chức; xác định các đối tượng trong PR, nhận thức và phân biệt được vai trò của Quan hệ công chúng với các hoạt động khác trong doanh nghiệp; xây dựng, duy trì mối quan hệ với các nhóm công chúng; hệ thống các kênh thông tin của PR; lập kế hoạch PR, quản lý khủng hoảng của doanh nghiệp.

9.36 Marketing trực tiếp

Mã môn học: **MAR1407**

Số tín chỉ: 03

Môn học tiên quyết: Marketing căn bản

Tóm tắt nội dung:

Marketing trực tiếp là một môn học chuyên ngành của sinh viên trong ngành marketing. Môn học cung cấp cho sinh viên kiến thức marketing trực tiếp đây là một phần quan trọng trong toàn bộ chiến lược marketing của doanh nghiệp. Môn học sẽ kết hợp lý thuyết của marketing trực tiếp và marketing tương tác kèm theo những kiến thức thực tế và ví dụ từ thực tiễn. Marketing trực tiếp và tương tác yêu cầu một sự tập trung vào các kỹ năng nhằm tối đa hiệu quả hoạt động trong một doanh nghiệp như: Lập cơ sở dữ liệu khách hàng, Nghiên cứu và phân loại sau đó tiến tới phân khúc khách hàng mục tiêu, Lập kế hoạch và xác định các phương tiện truyền thông tương tác. Sinh viên sẽ học cách sử dụng các nguyên lý cơ bản của marketing trực tiếp để sáng tạo các chiến dịch tương tác với khách hàng bằng cách sử dụng những phương tiện truyền thông hiện đại. Sinh viên vừa học lý thuyết vừa học thực hành thông qua tìm hiểu và quan sát một số hoạt động marketing trực tiếp thực tế tại một số doanh nghiệp cũng như tiến hành thảo luận nhóm, giải quyết vấn đề và giải quyết tình huống.

9.37 Quản trị quảng cáo

***Mã môn học:* MAR1410**

Số tín chỉ: 03

Môn học tiên quyết: Marketing căn bản

Tóm tắt nội dung:

Môn học này nhằm trang bị cho sinh viên những kiến thức, kỹ năng cơ bản về quản trị hoạt động quảng cáo của doanh nghiệp. Các kiến thức bao gồm việc xây dựng mục tiêu quảng cáo phù hợp, xác định ngân sách cho hoạt động quảng cáo, lên kế hoạch quảng cáo, quyết định nội dung quảng cáo cũng như lựa chọn các phương tiện thực hiện thích hợp để đạt mục tiêu đã đề ra. Sau khi hoàn thành môn học này, sinh viên có thể xây dựng kế hoạch quảng cáo, vận dụng kiến thức và sự sáng tạo để xây dựng thông điệp quảng cáo hay, đồng thời phối hợp những phương tiện truyền thông linh hoạt để truyền tải tốt nội dung quảng cáo.

9.38 Đề án: Kế hoạch Truyền thông marketing

***Mã môn học:* MAR1403**

Số tín chỉ: 02

Môn học tiên quyết: Marketing căn bản

Tóm tắt nội dung:

Môn học nhằm cung cấp cho sinh viên những kiến thức về việc lập đề án kế hoạch truyền thông marketing, bao gồm: tổng quan về đề án kế hoạch truyền thông marketing, phân tích bối cảnh truyền thông marketing, thiết lập mục tiêu truyền thông marketing, xây dựng chiến lược truyền thông marketing tích hợp, phát triển chiến lược sáng tạo, xây dựng chiến lược và chiến thuật phương tiện truyền thông marketing.

10. MA TRẬN LIÊN KẾT CÁC HỌC PHẦN/MÔN HỌC VỚI CHUẨN ĐẦU RA

(Chi tiết kèm theo)

KT. GIÁM ĐỐC
PHÓ GIÁM ĐỐC

HỌC VIỆN CÔNG NGHỆ BƯU CHÍNH VIỄN THÔNG

TS. Vũ Tuấn Lâm

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

NĂM HỌC THỨ NHẤT

TT	Tên môn học/học phần	Số TC	Học kỳ
1	Triết học Mác-Lênin	3	HK1
2	Toán cao cấp 1	2	HK1
3	Tâm lý quản lý	2	HK1
4	Pháp luật đại cương	2	HK1
5	Tin học cơ sở 1	2	HK1
	Giáo dục thể chất 1		HK1
	Giáo dục quốc phòng		HK1
		11	
6	Kinh tế chính trị Mác- Lênin	2	HK2
7	Tiếng Anh Course 1	4	HK2
8	Toán cao cấp 2	2	HK2
9	Lý thuyết và xác suất thống kê	3	HK2
10	Kinh tế vi mô 1	3	HK2
11	Tin học cơ sở 3	2	HK2
	Giáo dục thể chất 2		HK2
		16	

NĂM HỌC THỨ HAI

TT	Tên môn học/học phần	Số TC	Học kỳ
1	Chủ nghĩa xác hội khoa học	2	HK3
2	Tiếng Anh Course 2	4	HK3
3	Toán kinh tế	3	HK3
4	Lịch sử các học thuyết kinh tế	2	HK3
5	Kinh tế vi mô 1	3	HK3
6	Marketing căn bản	3	HK3
		17	
7	Nguyên lý kế toán	3	HK4
8	Tư tưởng Hồ Chí Minh	2	HK4
9	Tiếng Anh Course 3	4	HK4
10	Quản trị học	3	HK4
11	Hành vi khách hàng	2	HK4
12	Quản trị Marketing	2	HK4
13	Internet và ứng dụng trong kinh doanh	3	HK4
		19	

NĂM HỌC THỨ BA

TT	Tên môn học/học phần	Số TC	Học kỳ
1	Lịch sử Đảng cộng sản Việt Nam	2	HK5
2	Kinh tế lượng	3	HK5
3	Các hệ thống thông tin trong doanh nghiệp	3	HK5
4	Tiếng Anh Course 3 Plus	2	HK5
5	Quản lý dự án	2	HK5
6	Marketing dịch vụ	2	HK5
7	Thương mại điện tử	2	HK5
8	Phát triển và ứng dụng web trong marketing	3	HK5
		19	
9	Ứng dụng đa phương tiện trong kinh doanh	2	HK6
10	Phương pháp nghiên cứu marketing	3	HK6
11	Marketing công nghiệp	2	HK6
12	Truyền thông marketing tích hợp	3	HK6
13	Quản trị cơ sở dữ liệu kinh doanh	2	HK6
14	E-Marketing	2	HK6
15	3 học phần tự chọn (*)	6	HK6
		20	

NĂM HỌC THỨ TƯ

TT	Tên môn học/học phần	Số TC	Học kỳ
1	Phân tích web	3	HK7
2	Marketing qua phương tiện truyền thông XH	3	HK7
3	Tổng quan về biên tập web	3	HK7
4	Marketing bằng công cụ tìm kiếm	3	HK7
5	Phương pháp luận NCKH	2	HK7
6	Đề án: Kế hoạch Internet Marketing	2	HK7
		16	
	Thực tập và tốt nghiệp hoặc học phần thay thế tốt nghiệp	10	HK8
		10	

TỔNG CỘNG: 128

(*): Các học phần tự chọn

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

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

NĂM HỌC THỨ NHẤT

TT	Tên môn học/học phần	Số TC	Học kỳ
1	Triết học Mác-Lênin	3	HK1
2	Toán cao cấp 1	2	HK1
3	Tâm lý quản lý	2	HK1
4	Pháp luật đại cương	2	HK1
5	Tin học cơ sở 1	2	HK1
	Giáo dục thể chất 1		HK1
	Giáo dục quốc phòng		HK1
		11	
6	Kinh tế chính trị Mác- Lênin	2	HK2
7	Tiếng Anh Course 1	4	HK2
8	Toán cao cấp 2	2	HK2
9	Lý thuyết và xác suất thống kê	3	HK2
10	Kinh tế vi mô 1	3	HK2
11	Tin học cơ sở 3	2	HK2
	Giáo dục thể chất 2		HK2
		16	

NĂM HỌC THỨ HAI

TT	Tên môn học/học phần	Số TC	Học kỳ
1	Chủ nghĩa xã hội khoa học	2	HK3
2	Tiếng Anh Course 2	4	HK3
3	Toán kinh tế	3	HK3
4	Lịch sử các học thuyết kinh tế	2	HK3
5	Kinh tế vĩ mô 1	3	HK3
6	Marketing căn bản	3	HK3
		17	
7	Nguyên lý kế toán	3	HK4
8	Tư tưởng Hồ Chí Minh	2	HK4
9	Tiếng Anh Course 3	4	HK4
10	Quản lí học	3	HK4
11	Hành vi khách hàng	2	HK4
12	Quản trị Marketing	2	HK4
13	Internet và ứng dụng trong kinh doanh	3	HK4
		19	

NĂM HỌC THỨ BA

TT	Tên môn học/học phần	Số TC	Học kỳ
1	Lịch sử Đảng cộng sản Việt Nam	2	HK5
2	Kinh tế lượng	3	HK5
3	Các hệ thống thông tin trong doanh nghiệp	3	HK5
4	Tiếng Anh Course 3 Plus	2	HK5
5	Quản lý dự án	2	HK5
6	Marketing dịch vụ	2	HK5
7	Thương mại điện tử	2	HK5
8	Phát triển và ứng dụng web trong marketing	3	HK5
		19	
9	Ứng dụng đa phương tiện trong kinh doanh	2	HK6
10	Phương pháp nghiên cứu marketing	3	HK6
11	Marketing công nghiệp	2	HK6
12	Truyền thông marketing tích hợp	3	HK6
13	Quản trị cơ sở dữ liệu kinh doanh	2	HK6
14	E-Marketing	2	HK6
15	3 học phần tự chọn (*)	6	HK6
		20	

NĂM HỌC THỨ TƯ

TT	Tên môn học/học phần	Số TC	Học kỳ
1	Phân tích Marketing	3	HK7
2	Khai phá dữ liệu trong Marketing	3	HK7
3	Phân tích web	3	HK7
4	Marketing qua phương tiện truyền thông XH	3	HK7
5	Phương pháp luận NCKH	2	HK7
6	Trí tuệ Marketing	2	HK7
		16	
	Thực tập và tốt nghiệp hoặc học phần thay thế tốt nghiệp	10	HK8
		10	

TỔNG CỘNG: **128**

(*): Các học phần tự chọn

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

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

NĂM HỌC THỨ NHẤT

TT	Tên môn học/học phần	Số TC	Học kỳ
1	Triết học Mác-Lênin	3	HK1
2	Toán cao cấp 1	2	HK1
3	Tâm lý quản lý	2	HK1
4	Pháp luật đại cương	2	HK1
5	Tin học cơ sở 1	2	HK1
	Giáo dục thể chất 1		HK1
	Giáo dục quốc phòng		HK1
		11	
6	Kinh tế chính trị Mác- Lênin	2	HK2
7	Tiếng Anh Course 1	4	HK2
8	Toán cao cấp 2	2	HK2
9	Lý thuyết và xác suất thống kê	3	HK2
10	Kinh tế vi mô 1	3	HK2
11	Tin học cơ sở 3	2	HK2
	Giáo dục thể chất 2		HK2
		16	

NĂM HỌC THỨ HAI

TT	Tên môn học/học phần	Số TC	Học kỳ
1	Chủ nghĩa xã hội khoa học	2	HK3
2	Tiếng Anh Course 2	4	HK3
3	Toán kinh tế	3	HK3
4	Lịch sử các học thuyết kinh tế	2	HK3
5	Kinh tế vĩ mô 1	3	HK3
6	Marketing căn bản	3	HK3
		17	
7	Nguyên lý kế toán	3	HK4
8	Tư tưởng Hồ Chí Minh	2	HK4
9	Tiếng Anh Course 3	4	HK4
10	Quản trị học	3	HK4
11	Hành vi khách hàng	2	HK4
12	Quản trị Marketing	2	HK4
13	Internet và ứng dụng trong kinh doanh	3	HK4
		19	

NĂM HỌC THỨ BA

TT	Tên môn học/học phần	Số TC	Học kỳ
1	Lịch sử Đảng cộng sản Việt Nam	2	HK5
2	Kinh tế lượng	3	HK5
3	Các hệ thống thông tin trong doanh nghiệp	3	HK5
4	Tiếng Anh Course 3 Plus	2	HK5
5	Quản lý dự án	2	HK5
6	Marketing dịch vụ	2	HK5
7	Thương mại điện tử	2	HK5
8	Phát triển và ứng dụng web trong marketing	3	HK5
		19	
9	Ứng dụng đa phương tiện trong kinh doanh	2	HK6
10	Phương pháp nghiên cứu marketing	3	HK6
11	Marketing công nghiệp	2	HK6
12	Truyền thông marketing tích hợp	3	HK6
13	Quản trị cơ sở dữ liệu kinh doanh	2	HK6
14	E-Marketing	2	HK6
15	3 học phần tự chọn (*)	6	HK6
		20	

NĂM HỌC THỨ TƯ

TT	Tên môn học/học phần	Số TC	Học kỳ
1	Chiến lược phương tiện truyền thông	3	HK7
2	Quan hệ công chúng	3	HK7
3	Marketing trực tiếp	3	HK7
4	Quản trị quảng cáo	3	HK7
5	Phương pháp luận NCKH	2	HK7
6	Đề án: Kế hoạch truyền thông Marketing	2	HK7
		16	
	Thực tập và tốt nghiệp hoặc học phần thay thế tốt nghiệp	10	HK8
		10	

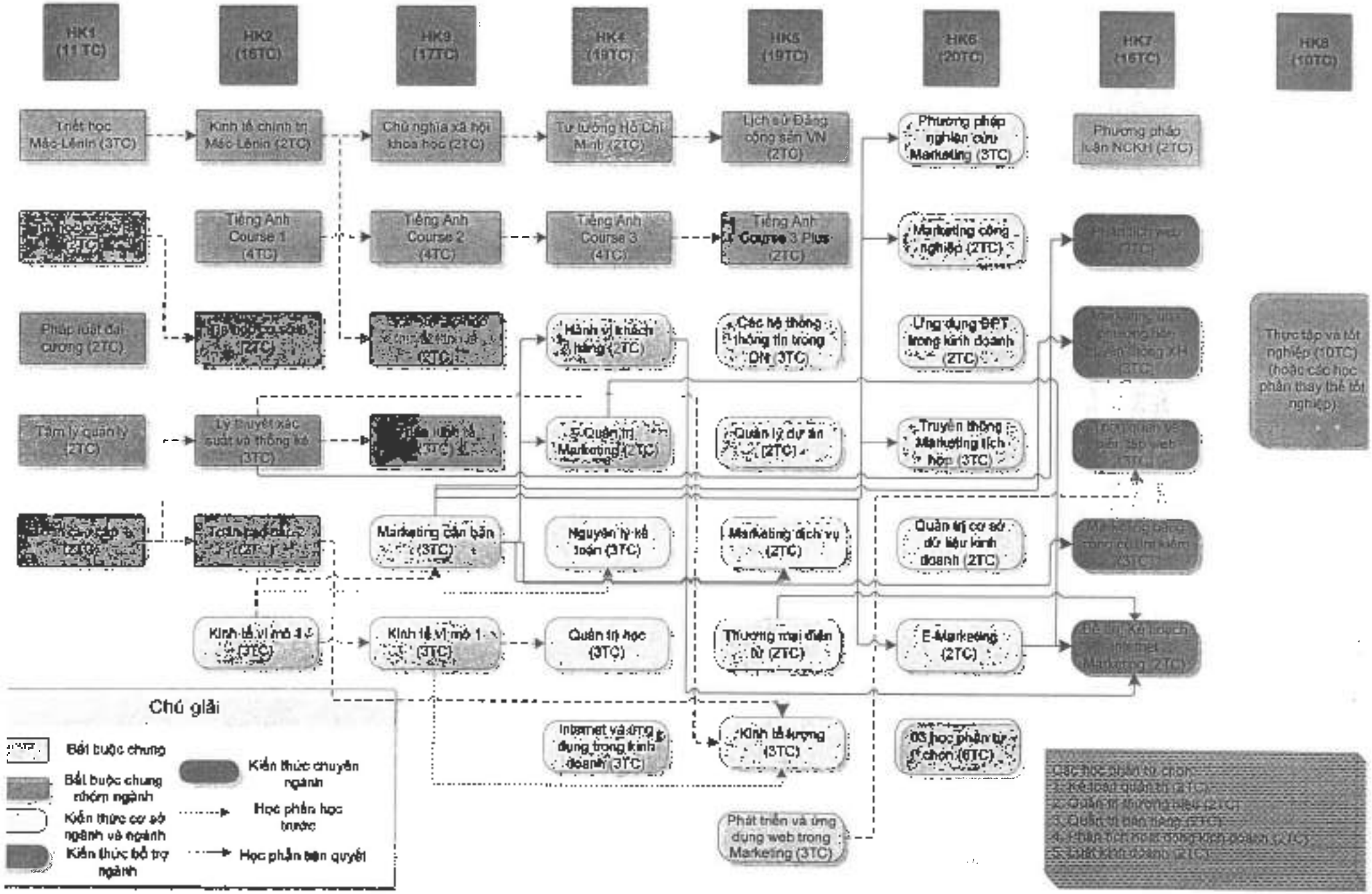
TỔNG CỘNG: **128**

(*): Các học phần tự chọn

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

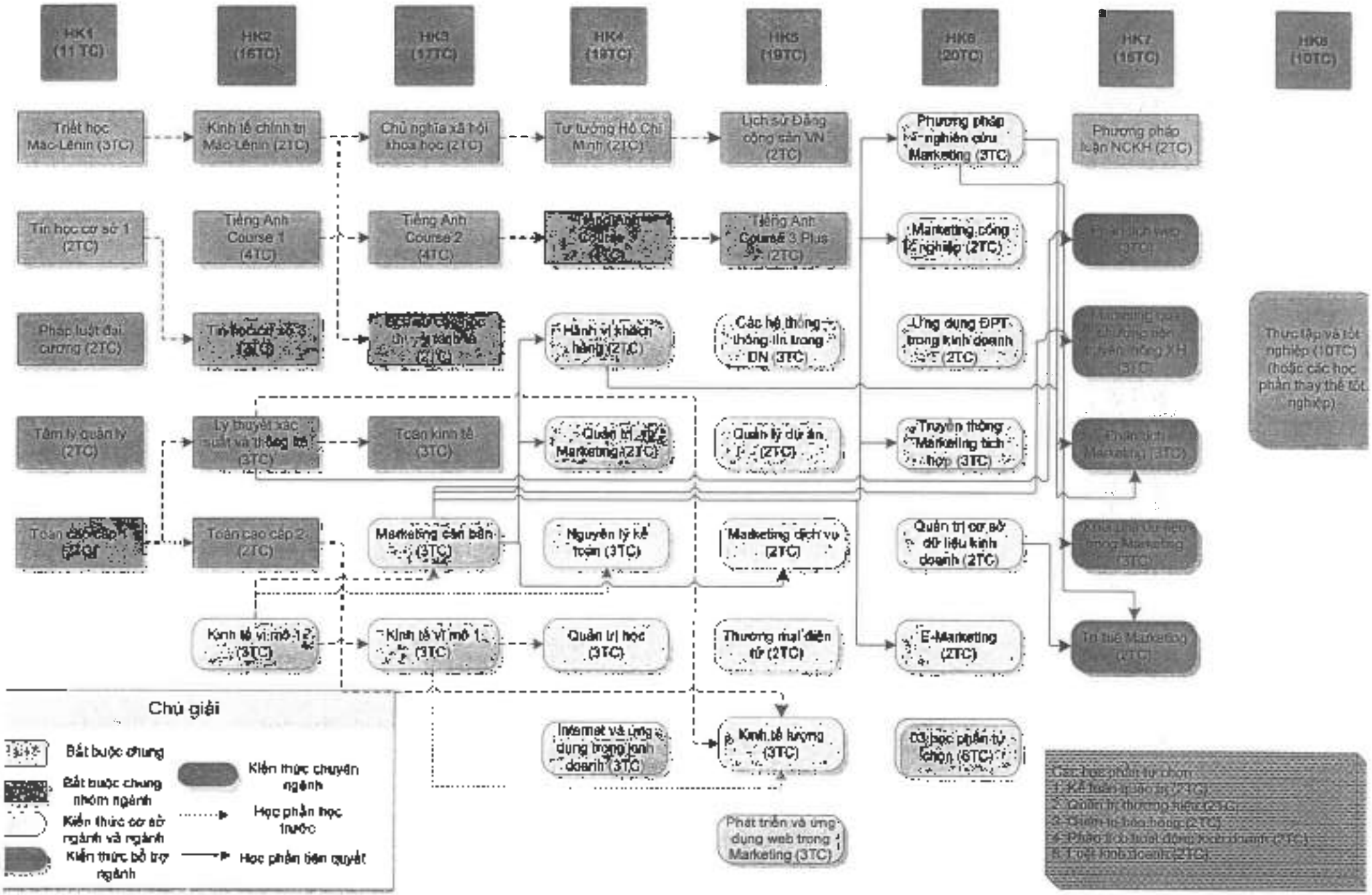
TIẾN TRÌNH HỌC TẬP THEO HỌC CHẾ TÍN CHỈ

Ngành: Marketing - Chuyên ngành Internet Marketing



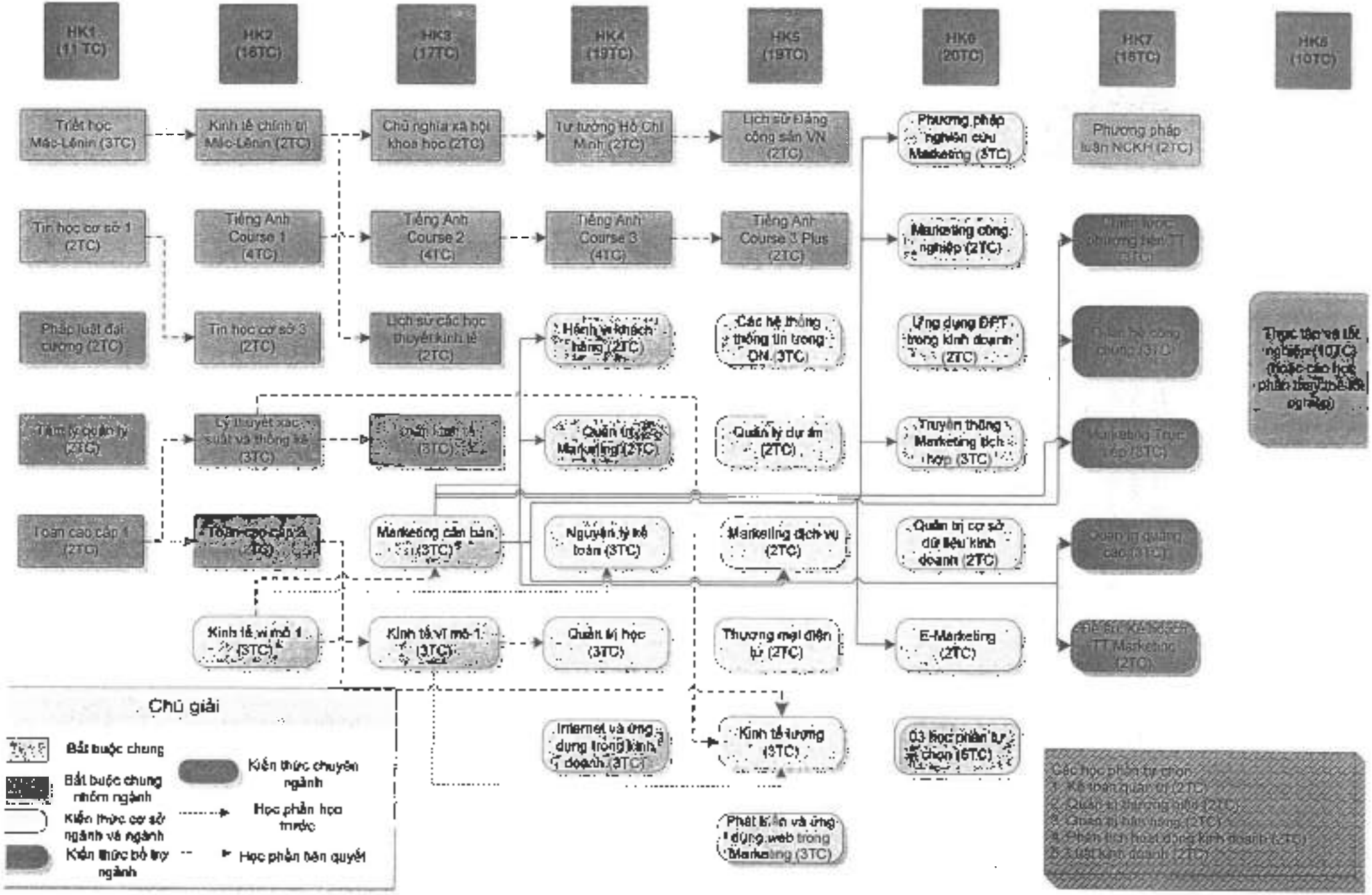
TIẾN TRÌNH HỌC TẬP THEO HỌC CHẾ TÍN CHỈ

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



TIẾN TRÌNH HỌC TẬP THEO HỌC CHẾ TÍN CHỈ

Ngành: Marketing - Chuyên ngành Truyền thông Marketing



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

TT	Tên môn học/học phần	Mã số môn học	Số TC	Năm học: Năm thứ nhất	Năm thứ hai	Năm thứ ba	Năm thứ tư	Môn tiên quyết	Môn học trước	Môn song hành
1	Triết học Mác-Lênin	BAS1150	3	HK1						
2	Toán cao cấp 1	BAS1219	2	HK1						
3	Tâm lý quản lý	BAS1236	2	HK1						
4	Pháp luật đại cương	BAS1221	2	HK1						
5	Tin học cơ sở 1	INT1154	2	HK1						
6	Kinh tế chính trị Mác- Lênin	BAS1151	2		HK2					
7	Tiếng Anh Course 1	BAS1157	4		HK2					
8	Toán cao cấp 2	BAS1220	2		HK2				Toán cao cấp 1	
9	Lý thuyết xác suất thống kê	BAS1210	3		HK2				Toán cao cấp 1	
10	Kinh tế vi mô 1	BSA1310	3		HK2					
11	Tin học cơ sở 3	INT1156	2		HK2				Tin học cơ sở 1	
12	Chủ nghĩa xã hội khoa học	BAS1152	2			HK3				
13	Tiếng Anh Course 2	BAS1158	4			HK3			Tiếng Anh Course 1	
14	Toán kinh tế	BSA1241	3			HK3			Toán cao cấp 2, Lý thuyết XS&TK	
15	Lịch sử các học thuyết kinh tế	BAS1109	2			HK3			Kinh tế chính trị Mác-Lênin	
16	Kinh tế vĩ mô 1	BSA1311	3			HK3			Kinh tế vi mô	
17	Marketing căn bản	MAR1322	3			HK3			Kinh tế vi mô	
18	Tư tưởng Hồ Chí Minh	BAS1122	2			HK4				
19	Nguyên lý kế toán	FIA1321	3			HK4			Kinh tế vi mô 1	
20	Tiếng Anh Course 3	BAS1159	4			HK4			Tiếng Anh Course 2	
21	Quản trị học	BSA1328	3			HK4			Kinh tế vi mô 1, Kinh tế vi mô 1	
22	Hành vi khách hàng	MAR1304	2			HK4		Marketing căn bản		
23	Quản trị Marketing	MAR1424	2			HK4		Marketing căn bản		
24	Internet và ứng dụng trong kinh doanh	MAR1333	3			HK4				
25	Lịch sử Đảng cộng sản Việt Nam	BAS1153	2				HK5			
26	Kinh tế lượng	BSA1309	3				HK5		Toán cao cấp 1,2, Lý thuyết XS&TK, Kinh tế vi mô 1, Kinh tế vi mô 1	
27	Các hệ thống thông tin trong doanh nghiệp	MAR1315	3				HK5			
28	Tiếng Anh Course 3 Plus	BAS1160	2				HK5		Tiếng Anh Course 3	
29	Quản lý dự án	BSA1350	2				HK5			

TT	Tên môn học/học phần	Mã số môn học	Số TC	Năm học: Năm thứ nhất	Năm thứ hai	Năm thứ ba	Năm thứ tư	Môn tiên quyết	Môn học trước	Môn song hành
30	Marketing dịch vụ	MAR1425	2			HK5		Marketing căn bản		
31	Thương mại điện tử	MAR1323	2			HK5				
32	Phát triển và ứng dụng web trong marketing	MAR1334	3			HK5				
33	Ứng dụng đa phương tiện trong kinh doanh	MAR1318	2			HK6				
34	Phương pháp nghiên cứu marketing	MAR1309	3			HK6		Marketing căn bản		
35	Marketing công nghiệp	MAR1426	2			HK6		Marketing căn bản		
36	Truyền thông marketing tích hợp	MAR1314	3			HK6		Marketing căn bản		
37	Quản trị cơ sở dữ liệu kinh doanh	MAR1312	2			HK6				
38	E-Marketing	MAR1427	2			HK6		Marketing căn bản		
39	*03 học phần tự chọn (*)*		6			HK6				
Chuyên ngành Internet Marketing										
40	Phân tích web	MAR1408	3				HK7	Lý thuyết xác suất và thống kê		
41	Marketing qua phương tiện truyền thông XH	MAR1406	3				HK7	Marketing căn bản		
42	Tổng quan về biên tập web	MAR1413	3				HK7		Phát triển và ứng dụng web trong marketing	
43	Marketing bằng công cụ tìm kiếm	MAR1405	3				HK7	Marketing căn bản	Hành vi khách hàng	
44	Đề án: Kế hoạch Internet marketing	MAR1402	2				HK7	Hành vi khách hàng, Quản trị Marketing, Thương mại điện tử, E-marketing		
45	Phương pháp luận nghiên cứu khoa học	SKD1108	2				HK7			
Chuyên ngành Phân tích dữ liệu marketing số										
40	Phân tích Marketing	MAR1437	3				HK7	Hành vi khách hàng, Phương pháp nghiên cứu marketing		
41	Khai phá dữ liệu trong Marketing	MAR1438	3				HK7	Phương pháp nghiên cứu marketing		
42	Phân tích web	MAR1408	3				HK7	Lý thuyết xác suất và thống kê	Marketing căn bản, Quản trị CSDL kinh doanh	
43	Marketing qua phương tiện truyền thông XH	MAR1406	3				HK7	Marketing căn bản		
44	Trí tuệ marketing	MAR1439	2				HK7	Quản trị cơ sở dữ liệu kinh doanh, Phương pháp nghiên cứu marketing		
45	Phương pháp luận NCKH	SKD1108	2				HK7			
Chuyên ngành Truyền thông Marketing										
40	Chiến lược phương tiện truyền thông	MAR1401	3				HK7	Marketing căn bản		

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	Năm thứ tư			
41	Quan hệ công chúng	MAR1411	3				HK7	Marketing căn bản		
42	Marketing trực tiếp	MAR1407	3				HK7	Marketing căn bản		
43	Quản trị quảng cáo	MAR1410	3				HK7	Marketing căn bản		
44	Đề án: Kế hoạch truyền thông marketing	MAR1403	2				HK7	Marketing căn bản		
45	Phương pháp luận NCKH	SKD1108	2				HK7			
46	Thực tập và tốt nghiệp		10				HK8			
	TỔNG CỘNG:		**128**	**11**	**16**	**17**	**19**	**19**	**20**	**16**	**10**

(*): Các học phần tự chọn

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

MA TRẬN LIÊN KẾT CHUẨN ĐẦU RA VỚI CÁC HỌC PHẦN/MÔN HỌC

TT	TÊN HỌC PHẦN	CHUẨN ĐẦU RA																							
		LO1	LO2	LO3	LO4	LO5	LO6	LO7	LO8	LO9	LO10	LO11	LO12	LO13	LO14	LO15	LO16	LO17	LO18	LO19	LO20	LO21	LO22	LO23	LO24
Kiến thức giáo dục đại cương																									
1	Triết học Mác-Lênin	2																							
2	Kinh tế chính trị Mác- Lênin	2																							
3	Chủ nghĩa xã hội khoa học	2																							
4	Lịch sử Đảng cộng sản Việt Nam	2																							
5	Tư tưởng Hồ chí Minh	2																							
6	Toán cao cấp 1		3																						
7	Lý thuyết xác suất và thống kê		3																						
8	Toán kinh tế		3																						
9	Toán cao cấp 2		3																						
10	Pháp luật đại cương		3																						3
11	Tâm lý quản lý		3																						
12	Lịch sử các học thuyết kinh tế		3																						
13	Phương pháp luận nghiên cứu khoa học																								
14	Tiếng Anh Course 1																					3	3		
15	Tiếng Anh Course 2																					3	3		
16	Tiếng Anh Course 3																					3	3		
17	Tiếng Anh Course 3 Plus																					3	3		
18	Tin học cơ sở 1																				3				
19	Tin học cơ sở 3																				3				
Kiến thức giáo dục chuyên nghiệp																									
19	Kinh tế vi mô 1			3									3												
20	Kinh tế vĩ mô 1			3									3												
21	Marketing căn bản			3.5	3.5								3.5											3.5	
22	Nguyên lý kế toán		3																						
23	Kinh tế lượng		3																						
24	Quản trị học		3	3																					
25	Hành vi khách hàng			3.5									3.5	3.5											
26	Các hệ thống thông tin trong doanh nghiệp					3.5			2.5																
27	Internet và ứng dụng trong kinh doanh					3.5	3.5																		

TT	TÊN HỌC PHẦN	CHUẨN ĐẦU RA																							
		LO1	LO2	LO3	LO4	LO5	LO6	LO7	LO8	LO9	LO10	LO11	LO12	LO13	LO14	LO15	LO16	LO17	LO18	LO19	LO20	LO21	LO22	LO23	LO24
28	Phát triển và ứng dụng web trong marketing					3.5	3.5																		
29	Quản trị cơ sở dữ liệu kinh doanh					3.5			3.5					3.5							3.5				
30	Ứng dụng đa phương tiện trong kinh doanh					3.5																			
31	Quản lý dự án					3.5		3.5																	
32	Thương mại điện tử					3.5	3.5																		
33	Quản trị marketing				4	4		4							4										
34	Phương pháp nghiên cứu marketing					4			4				4	4	4						4			4	
35	Truyền thông marketing tích hợp					4	4	4					4											4	
36	Marketing dịch vụ					3.5							3.5											3.5	
37	Marketing công nghiệp					3.5							3.5											3.5	
38	E- Marketing						3.5	3.5					3.5	3.5	3.5									3.5	
39	Kế toán quản trị *(học phần lựa chọn)*		3					3																	
40	Quản trị thương hiệu *(học phần lựa chọn)*				3	3							3												
41	Quản trị bán hàng *(học phần lựa chọn)*				3	3																			
42	Phân tích hoạt động kinh doanh *(học phần lựa chọn)*		3					3																	
43	Luật kinh doanh *(học phần lựa chọn)*	3						3																	3
Chuyên ngành Internet marketing																									
44	Phân tích web									4						4			4					4	
45	Marketing qua phương tiện truyền thông xã hội									4						4			4					4	
46	Tổng quan về biên tập web									4						4			4					4	
47	Marketing bằng công cụ tìm kiếm									4						4			4					4	
48	Đề án: Kế hoạch Internet marketing									4						4			4					4	
Chuyên ngành Phân tích Dữ liệu Marketing số																									
49	Phân tích Marketing										4						4		4					4	
50	Khai phá dữ liệu trong Marketing										4						4		4					4	
51	Phân tích web										4						4		4					4	
52	Marketing qua phương tiện truyền thông xã hội										4						4		4					4	

TT	TÊN HỌC PHẦN	CHUẨN ĐẦU RA																							
		LO1	LO2	LO3	LO4	LO5	LO6	LO7	LO8	LO9	LO10	LO11	LO12	LO13	LO14	LO15	LO16	LO17	LO18	LO19	LO20	LO21	LO22	LO23	LO24
53	Trí tuệ Marketing										4						4		4					4	
Chuyên ngành Truyền thông Marketing																									
54	Chiến lược phương tiện truyền thông											4						4	4					4	
55	Quan hệ công chúng											4						4	4					4	
56	Marketing trực tiếp											4						4	4					4	
57	Quản trị quảng cáo											4						4	4					4	
58	Đề án: Kế hoạch Truyền thông marketing											4						4	4					4	
Kỹ năng mềm																									
59	Kỹ năng thuyết trình																			3					
60	Kỹ năng làm việc nhóm																			3					
61	Kỹ năng tạo lập Văn bản																			3					
62	Kỹ năng lập kế hoạch và tổ chức công việc																			3					
63	Kỹ năng giao tiếp																			3					
64	Kỹ năng giải quyết vấn đề																		3						
65	Kỹ năng tư duy sáng tạo																		3						
Thực tập tốt nghiệp																			3						3
Luận văn tốt nghiệp																									3