BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC THƯƠNG MẠI

CỘNG HOÀ XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM
Độc lập - Tự do - Hạnh phúc

CHUẨN ĐẦU RA CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO

(Ban hành theo Quyết định số 2268./QĐ-ĐHTM ngày 20.. tháng 12 năm 2023 của Hiệu trưởng Trường Đại học Thương mại)

Chương trình đào tạo:	**Marketing thương mại (Chương trình định hướng chuyên sâu nghề nghiệp quốc tế) Commercial Marketing (International Profession Oriented Program)**
Trình độ đào tạo:	**Đại học**
Ngành đào tạo:	**Marketing**
Mã ngành:	**7340115**
Chuyên ngành đào tạo:	**Marketing thương mại**
Ngôn ngữ đào tạo:	**Tiếng Việt và Tiếng Anh**

1. Mục tiêu của chương trình đào tạo

- Mục tiêu chung:

Chương trình đào tạo (CTĐT) Marketing thương mại định hướng chuyên sâu nghề nghiệp quốc tế (ĐHCSNNQT) của Trường Đại học Thương mại (ĐHTM) là chương trình định hướng nghề nghiệp. CTĐT này có mục tiêu là đào tạo người học có phẩm chất chính trị, đạo đức, có thái độ đúng đắn, có năng lực tự chủ và trách nhiệm, có năng lực tự học và học tập suốt đời, có sức khỏe tốt; nắm vững nguyên lý, quy luật tự nhiên - xã hội, nguyên lý và qui luật trong kinh tế và kinh doanh, hiểu biết rộng và bao quát những kiến thức cơ bản, liên ngành trong kinh tế - quản lý - kinh doanh, có kiến thức toàn diện về ngành Marketing, nắm vững các kiến thức chuyên sâu về chuyên ngành Marketing thương mại; có được các kiến thức lý luận, thực tiễn cốt lõi và có các kỹ năng nghề nghiệp thành thục của ngành marketing cần thiết đối với nhà quản trị marketing và Marketing thương mại. Những người tốt nghiệp có khả năng làm việc trong môi trường quốc tế, là cầu nối với các đối tác trong và ngoài nước, thành thạo các kỹ năng nghề nghiệp của ngành Marketing và chuyên ngành Marketing thương mại.

Người học tốt nghiệp đạt chuẩn chất lượng đầu ra của chương trình. Họ có năng lực nghiên cứu tốt, có năng lực cơ bản nhận dạng và giải quyết các vấn đề liên quan đến chức năng quản trị, điều hành các quá trình kinh doanh, marketing và Marketing thương mại chủ yếu của doanh nghiệp theo hướng bền vững, đáp ứng nhu cầu xã hội về nguồn

nhân lực có trình độ đại học giỏi về chuyên môn và giao tiếp và làm việc được bằng ngoại ngữ tiếng Anh trong môi trường kinh doanh luôn biến động và sự phát triển mạnh mẽ của môi trường số và kinh tế tri thức.

- Mục tiêu cụ thể:

Chương trình đào tạo ĐHCSNNQT Marketing thương mại nhằm mục tiêu cụ thể là đào tạo người học vận dụng được kiến thức đại cương, kiến thức kinh tế, quản lý, kinh doanh và thương mại. Người học tốt nghiệp vận dụng sáng tạo kiến thức lý thuyết và thực tiễn và các kỹ năng của ngành Marketing, vận dụng và thực hành **tốt** các kiến thức và kỹ năng căn bản, cập nhật và phát triển của nghề marketing làm việc trong môi trường quốc tế.

Người học tốt nghiệp vận dụng tốt kiến thức lý thuyết và thực tiễn của chuyên ngành Marketing, biết thực hành tốt các kỹ năng chuyên sâu của chuyên ngành Marketing thương mại, có năng lực nghiên cứu tốt, vận dụng sáng tạo các kiến thức và kỹ năng về lập kế hoạch marketing, kế hoạch chiến lược marketing, tổ chức và giám sát các quá trình marketing, marketing hỗn hợp, hoạt động nghiên cứu marketing của đơn vị/ tổ chức kinh doanh trong và ngoài nước ở các lĩnh vực khác nhau trong môi trường môi trường kinh doanh luôn biến động và sự phát triển mạnh mẽ của môi trường số và kinh tế tri thức. Người học tốt nghiệp CTĐT ĐHCSNNQT Marketing thương mại có thể sử dụng thành thạo tiếng Anh trong giao tiếp và công việc chuyên môn marketing.

Người học tốt nghiệp có thể làm được vị trí nghề nhân viên marketing, truyền thông marketing, nghiên cứu và phân tích marketing. Cụ thể làm được các công việc marketing, bán hàng, truyền thông marketing, quảng cáo, nghiên cứu và phân tích thị trường và khách hàng, quản trị tuyến sản phẩm, quản trị kênh phân phối hoặc thị trường, quản trị bán hàng/dịch vụ khách hàng/ chăm sóc khách hàng, quản lý Marketing thương mại bán buôn, quản lý Marketing thương mại bán lẻ, quản trị bán hàng trong bán buôn, quản trị bán hàng trong bán lẻ của các doanh nghiệp trong và ngoài nước.

Người học tốt nghiệp có thể học ở các bậc học cao hơn về marketing và kinh doanh và thương mại trong và ngoài nước.

2. Yêu cầu về kiến thức

Người học tốt nghiệp biết vận dụng các kiến thức sau:

(PLO1): Vận dụng các kiến thức cơ bản về khoa học xã hội, khoa học chính trị và pháp luật, kiến thức liên ngành trong xu thế chuyển đổi số và ứng dụng trí tuệ nhân tạo

(PLO2): Vận dụng sáng tạo các kiến thức nguyên lý, quy luật, lý luận và thực tiễn của tự nhiên, xã hội, kinh tế, chính trị Việt Nam và thế giới vào hoạt động kinh doanh và marketing của doanh nghiệp/ tổ chức trong và ngoài nước; Vận dụng sáng

tạo các kiến thức lập kế hoạch marketing và marketing hỗn hợp của doanh nghiệp trong môi trường có yếu tố nước ngoài.

3. Yêu cầu về kỹ năng

Người học tốt nghiệp đạt chuẩn biết thực hiện tốt các kỹ năng của ngành marketing và chuyên ngành Marketing thương mại ĐHCSNNQT:

(PLO3): Biết thực hiện tốt các kỹ năng quản trị nghiên cứu marketing, phân tích marketing và giải quyết các vấn đề của marketing và Marketing thương mại trong môi trường có yếu tố nước ngoài;

(PLO4): Biết thực hiện tốt các kỹ năng lập và kiểm soát chiến lược marketing và chiến lược Marketing thương mại trong nước và quốc tế;

(PLO5): Biết thực hiện tốt các kỹ năng quản trị từng thành tố marketing mix trong hoạt động marketing, quản trị truyền thông marketing và Marketing thương mại của doanh nghiệp/ tổ chức trong môi trường có yếu tố nước ngoài;

(PLO6): Biết thực hiện tốt các kỹ năng quản trị các hoạt động Marketing thương mại bán buôn, Marketing thương mại bán lẻ của doanh nghiệp/ tổ chức, quản trị công nghệ marketing bán buôn và công nghệ marketing bán lẻ của doanh nghiệp/ tổ chức;

(PLO7): Biết thực hiện tốt các kỹ năng tổ chức và quản lý, thực hiện theo nhiệm vụ được phân công; làm việc nhóm; lập báo cáo, trình diễn vấn đề; kỹ năng giao tiếp và truyền thông.

4. Mức độ tự chủ và trách nhiệm

Người học tốt nghiệp làm chủ được năng lực và hình thành được trách nhiệm và các thái độ sau:

(PLO8): Có năng lực phân tích, lập kế hoạch, đánh giá và dẫn dắt, điều phối về nghiệp vụ, các hoạt động chuyên môn của cá nhân, nhóm, của doanh nghiệp;

(PLO9): Có năng lực tự học tập suốt đời, năng lực cập nhật kiến thức và kỹ năng nghề nghiệp, năng lực thích ứng, cải tiến, sáng tạo trong quá trình thực hiện nhiệm vụ được giao;

(PLO10): Có ý thức vượt khó, phấn đấu vươn lên trong học tập, trong thực hiện các nhiệm vụ, có tinh thần khởi nghiệp;

(PLO11): Có ý thức và thực hiện nghiêm chỉnh chấp hành nội quy, quy chế, và các qui định, Có ý thức tích cực tham gia các hoạt động tập thể, ngoại khóa.

5. Yêu cầu về ngoại ngữ và tin học

Người học tốt nghiệp đạt chuẩn biết thực hiện các kỹ năng:

(PLO12): Đạt chuẩn tiếng Anh trình độ bậc 4 theo Khung năng lực ngoại ngữ 6 bậc dùng cho Việt Nam theo Quy định chuẩn đầu ra Tiếng Anh đối với sinh viên trình độ đại học của Trường Đại học Thương mại;

(PLO13): Đạt chuẩn kỹ năng sử dụng công nghệ thông tin cơ bản theo Quy định về yêu cầu chuẩn kỹ năng sử dụng công nghệ thông tin đối với người học trình độ đại học hệ chính quy không thuộc ngành Hệ thống thông tin của Trường Đại học Thương mại.

6. Vị trí làm việc của người học sau khi tốt nghiệp

Người học tốt nghiệp CTĐT ĐHCSNNQT Marketing thương mại có khả năng làm việc tốt ở các vị trí công việc là nhân viên, chuyên viên hay nhà quản trị marketing hoặc ở các bộ phận có liên quan đến hoạt động marketing, thị trường, khách hàng, thương hiệu và hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp trong và ngoài nước và trong môi trường có yếu tố nước ngoài, cụ thể lộ trình nghề nghiệp sẽ phát triển từ nhân viên, chuyên viên, đến chuyên gia hoặc nhà quản trị marketing cấp thấp, cấp trung và cấp cao.

Người học sau khi tốt nghiệp CTĐT ĐHCSNNQT Marketing thương mại có khả năng làm việc ở các đơn vị trong và ngoài nước kinh doanh hoặc cung ứng dịch vụ và tư vấn về marketing, Marketing thương mại, truyền thông marketing và nghiên cứu marketing hoặc các đơn vị nhà nước hoặc phi chính phủ có các đối tác và khách hàng bên ngoài. Cụ thể như:

- Các loại hình doanh nghiệp trong và ngoài nước kinh doanh hàng hoá, dịch vụ, đặc biệt là các doanh nghiệp có kinh doanh thương mại như: các đơn vị có kinh doanh bán hàng bán buôn hoặc/và bán lẻ truyền thống và hiện đại, ngân hàng và các tổ chức tài chính, bệnh viện và các cơ sở chăm sóc sức khỏe và y tế, các công ty dược, các sở công thương, các đơn vị xúc tiến thương mại, các đơn vị nghiên cứu thị trường, các đơn vị đầu tư và sở hữu trí tuệ trong nước, và quốc tế;

- Các loại hình doanh nghiệp sản xuất – kinh doanh ở bộ phận quản trị và thương mại, thị trường, khách hàng, marketing, thương hiệu;

- Các đơn vị và doanh nghiệp cung ứng các dịch vụ liên quan đến marketing và Marketing thương mại, thương hiệu, nghiên cứu marketing, truyền thông marketing....;

- Các tổ chức kinh tế, tổ chức phi lợi nhuận, các viện nghiên cứu, các trường trung học nghề, cao đẳng, đại học, các đơn vị đào tạo ở các bộ phận giảng dạy, nghiên cứu và phát triển, dịch vụ về marketing... của các tổ chức và đơn vị này;

- Các tổ chức và đơn vị quản lý thị trường và thương mại ở các cơ quan quản lý nhà nước các cấp.

Các vị trí việc làm của người học sau khi tốt nghiệp: gồm nhân viên, chuyên viên, và nhà quản lý marketing và truyền thông marketing trong môi trường làm việc có yếu tố nước ngoài của các doanh nghiệp trong và ngoài nước;

- Hơn nữa, người học tốt nghiệp sau khi học tập và hoàn thành bậc học thạc sĩ hoặc tiến sĩ hoặc bổ sung đáp ứng các yêu cầu cần thiết của từng của tổ chức thì có thể làm việc ở các bộ phận giảng dạy và nghiên cứu của các tổ chức như các trường đại học, viện nghiên cứu và tổ chức và đơn vị nghiên cứu thị trường và các tổ chức của chính phủ và phi chính phủ... có liên quan đến về thị trường, khách hàng, thương hiệu, marketing;

- Ngoài ra, người học tốt nghiệp có thể có khả năng tự nghiên cứu chuyển đổi nhanh để làm việc được ở các bộ phận thuộc chức năng, quá trình quản trị kinh doanh khác (quản trị nhân lực, quản trị tác nghiệp, quản trị tài chính kinh doanh, quản trị kinh doanh XNK, logistics.....) ở các doanh nghiệp.

7. Khả năng học tập, nâng cao trình độ sau khi ra tốt nghiệp

Trên nền tảng các kiến thức và kỹ năng đã được trang bị, người học sau khi tốt nghiệp có khả năng:

- Người học có khả năng tiếp tục học tập ở bậc cao hơn (thạc sĩ, tiến sĩ) ngành Marketing, Kinh doanh thương mại và Quản trị kinh doanh ở các đơn vị đào tạo trong và ngoài nước. Họ cũng có điều kiện liên thông sang các ngành đào tạo khác thuộc khối ngành kinh tế, quản lý và kinh doanh;

- Người học có khả năng chuyển đổi và liên thông sang các ngành đào tạo khác, đặc biệt các ngành thuộc khối ngành kinh tế, quản lý và kinh doanh;

- Người học có khả năng tự nghiên cứu, học tập, bổ sung các tri thức và kỹ năng còn thiếu nhằm đáp ứng với yêu cầu của vị trí công việc và môi trường công tác cụ thể.

8. Các chương trình, chuẩn đầu ra quốc tế đã tham khảo

8.1. Trong nước

- Quyết định số 1982/QĐ-TTg ngày 18 tháng 10 năm 2016 của Thủ tướng Chính phủ quyết định phê duyệt Khung trình độ quốc gia Việt Nam;

https://vanban.chinhphu.vn/default.aspx?pageid=27160&docid=186972

- Học viện Ngân hàng (2021,2022), Chương trình đào tạo chuyên ngành Quản trị Marketing – Ngành Quản trị Kinh doanh, Khung CT, CĐR,

https://hvnh.edu.vn/biz/vi/chuong-trinh-dao-tao/chuong-trinh-dao-tao-dai-hoc-he-chinh-quy-cua-khoa-quan-tri-kinh-doanh-351.html và
https://hvnh.edu.vn/medias/biz/vi/01.2022/system/archivedate/a8fa303b_2186.QD.H

VNH.21.09.2021.Quyet%20dinh%20Ban%20hanh%20muc%20tieu,%20CDQ%20va%20Dieu%20kien%20tot%20ngh9iep%20CTDT%20DH%20nganh%20QTKD.pdf

- Học viện Ngân hàng (2022), Chương trình đào tạo CLC Ngành Quản trị Kinh doanh, Khung CT, CĐR, mục tiêu, vị trí việc làm

https://hvnh.edu.vn/biz/vi/chuan-dau-ra/khoa-qtkd-thong-bao-ve-mo-ta-chuong-trinh-dao-tao-he-chat-luong-cao-nam-2022-475.html

- Trường Đại học Kinh tế - Đại học Đà nẵng (2021), Chương trình đào tạo chuyên ngành Quản trị Marketing – Ngành Marketing, Mục tiêu, Chuẩn đầu ra,

https://due.udn.vn/vi-vn/khoa/marketing/gioi-thieu/cid/4545

- Trường Đại học Kinh tế - Đại học Đà nẵng (2021), Chương trình đào tạo chuyên ngành Digital Marketing – Ngành Marketing, Mục tiêu, Chuẩn đầu ra, Khung CT, vị trí việc làm

https://due.udn.vn/Portals/0/Editor/Khoa_Marketing/%C4%90%C3%A0o%20t%E1%BA%A1o/2021-chuong%20trinh%20dao%20tao%20Digital%20Marketing-%20finalfinal.pdf

- Trường Đại học Kinh tế quốc dân (2020), Chương trình đào tạo chuyên ngành Quản trị Marketing– Ngành Marketing, Khung CT,

https://daotao.neu.edu.vn/vi/ctdt-he-chinh-quy/chuong-trinh-dao-tao-he-dai-hoc-chinh-quy-cho-khoa-62-4057

- Trường Đại học Kinh tế quốc dân (2021) Chương trình đào tạo CLC – Ngành Marketing, https://www.studocu.com/vn/document/dai-hoc-kinh-te-quoc-dan/marketing-essential/marketing-clc-aep-marketing20212110/18991032

- Trường Đại học Tài chính- Marketing, Bộ Tài chính (2017), Chương trình đào tạo chuyên ngành Quản trị Marketing – Ngành Marketing, (Mục tiêu, CĐR, Khung CT, mô tả các HF) https://ufm.edu.vn/vi/dao-tao-dai-hoc-965/chuong-trinh-dao-tao-bac-dai-hoc-khoa-20d-he-chinh-quy ...

- Trường Đại học Thương mại (2016, 2017, 2018a, 2018b, 2019, 2021, 2022), Chương trình đào tạo ngành Marketing - chuyên ngành Marketing thương mại và chuyên ngành Quản trị thương hiệu

- RMIT Việt Nam (2023), Digital Marketing, Mục tiêu, CĐR, Khung CT, vị trí việc làm, https://www.rmit.edu.vn/vi/hoc-tap-tai-rmit/chuong-trinh-cu-nhan/cu-nhan-digital-marketing#learning

8.2. Ngoài nước

- University of Westminste (2022-2023), UK, "BA honour Marketing Managment" (Xếp hạng: UK: 54, Toàn cầu: 601-650), (Topuniversities.com), Chương trình áp dụng cho năm học 2019-2020 Mục tiêu, CĐR, Khung CT,

https://www.westminster.ac.uk/business-and-management-marketing-courses/2023-24/september/full-time/marketing-management-ba-honours

- University of Birmingham University (2023-2024), BA (Hons) Marketing with Digital Communication, https://www.bcu.ac.uk/courses/marketing-digital-ba-hons-2023-24#course_in_depth

- University of Leading the Way Wesminste, England , BA Marketing Management Programme Specification, https://drive.google.com/drive/folders/1y6zyxFDyaRet2WXpn6dLn0_EVa2QSy7X

- University of Kent, UK, (2022-2023), "BS honour: Marketing" Xếp hạng: UK: 72, Toàn cầu: 801-850) (Topuniversities.com) Mục tiêu, CĐR, Khung CT, https://www.kent.ac.uk/courses/undergraduate/868/marketing-bsc

- Easern Illinois University, US (2021) "Bachlor of Art: Marketing" , (Xếp hạng: US: 318, Toàn cầu: 1010) (4icu.org), Mục tiêu, Khung CT, https://catalog.eiu.edu/content.php?catoid=33&navoid=1423

- University of Lousiana – Lafayette (2018) " BA Marketing" , Xếp hạng (US: 418, Toàn cầu: 1316) (4icu.org), Mục tiêu, Khung CT, https://marketing.louisiana.edu/programs/undergraduate/marketing

- Dublin Business School – Ireland (2023), Curiculum BA (Hons) in Marketing (Digital Media and Cloud Computing and Curiculum BA (Hons) in Marketing in General, https://www.dbs.ie/course/evening-degree/part-time-business---ba-(hons)-in-marketing

Dublin Business School – Ireland (2020/2021) Bachelor of Arts (Hons) in Marketing https://students.dbs.ie/docs/default-source/default-document-library/programme-handbook_ba-(hons)-in-marketing.pdf?sfvrsn=8f843d3_0

- Edith Cowan University, Au (2023), Bachelor of Marketing, Advertising and Public relations (Xếp hạng: AU: 31, Toàn cầu: 601-650), (Topuniversities.com), Mục tiêu, CĐR, Khung CT, ECU | Bachelor of Marketing, Advertising and Public Relations

- University of South Australia (2023), Bachelor of Marketing and communication, (Xếp hạng: Au: 21, toàn cầu 362), (Topuniversities.com), Mục tiêu, CĐR, Khung CT, Study Bachelor of Marketing and Communication at the University of South Australia (UniSA). Information for International students.

- Swinburne University of Technology (2023), Bachelor of business, majoring in Marketing (Xếp hạng: AU: 18, Toàn cầu: 296), (Topuniversities.com), Mục tiêu, CĐR, Khung CT, Bachelor of Business, Major in Marketing | Swinburne

- University of Tasmania (2023), Bachelor of business, majoring in Marketing, (Xếp hạng: AU: 17, Toàn cầu: 293), (Topuniversities.com), Mục tiêu, CĐR, Khung CT, B3A Bachelor of Business - Courses & Units - University of Tasmania, Australia (utas.edu.au)

- Monash University (2023), Bachelor of Marketing, (Xếp hạng: AU: 6, Toàn cầu: 57), (Topuniversities.com), Mục tiêu, CĐR, Khung CT, B2036 - Bachelor of Marketing - Monash University

- The University of Western Australia (2023), Bachelor of Commerce majoring in Marketing, (Xếp hạng: AU: 7, Toàn cầu: 90), (Topuniversities.com), Mục tiêu, CĐR, Khung CT, Marketing : The University of Western Australia (uwa.edu.au)

HIỆU TRƯỞNG	**TRƯỞNG KHOA**
PGS,TS Nguyễn Hoàng	**PGS,TS Phan Thị Thu Hoài**