

BẢNG TÓM TẮT ĐỀ ÁN MỞ NGÀNH

NGÀNH MARKETING - TRÌNH ĐỘ THẠC SĨ

I. CHUẨN ĐẦU VÀO, CHUẨN ĐẦU RA VÀ ĐỀ CƯƠNG CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO

1. Chuẩn đầu vào

Người tham dự xét tuyển phải là người có năng lực hành vi dân sự đầy đủ, có lý lịch bản thân rõ ràng; không trong thời gian thi hành kỷ luật từ mức cảnh cáo trở lên và không trong thời gian thi hành án hình sự; được cơ quan quản lý nhân sự nơi đang làm việc hoặc chính quyền địa phương nơi cư trú xác nhận; có đủ sức khỏe để học tập;

Người học có bằng tốt nghiệp đại học hoặc tương đương và đáp ứng các tiêu chuẩn xét tuyển hoặc thi tuyển đầu vào của Trường. Người tốt nghiệp đại học ngành đúng, ngành phù hợp được xét tuyển ngay sau khi tốt nghiệp. Người có bằng tốt nghiệp đại học ngành khác ngành dự thi/xét tuyển phải học bổ sung kiến thức trước khi dự thi/xét tuyển theo danh mục học phần bổ sung kiến thức.

2. Chuẩn đầu ra

Sau khi hoàn thành khóa học, người học có kiến thức, kỹ năng, năng lực thực hành nghề nghiệp pháp lý trong lĩnh vực pháp luật kinh tế, như sau:

2.1. Chuẩn đầu ra chương trình đào tạo trình độ thạc sĩ định hướng nghiên cứu

2.1.1. Kiến thức

Phân tích kiến thức liên ngành trong lĩnh vực kinh doanh và quản lý, vận dụng để giải quyết vấn đề nghiên cứu và thực hành marketing

Phân tích và đối chiếu kiến thức khoa học cơ bản, thống kê và công nghệ thông tin trong lĩnh vực kinh doanh và quản lý để vận dụng vào nghiên cứu marketing.

Phân tích kiến thức khoa học xã hội trong kinh doanh và quản lý để chỉ ra cơ sở lý luận cho nghiên cứu marketing

Đánh giá kiến thức chuyên ngành marketing một cách hệ thống nhằm đưa ra các nhận định phản biện đối với các vấn đề nghiên cứu marketing

Đánh giá các lý thuyết chủ đạo về marketing và quản trị marketing trên cơ sở so sánh và lập luận học thuật

Đánh giá vấn đề và tình huống nghiên cứu marketing trong bối cảnh Việt Nam và quốc tế trên cơ sở tổng hợp bằng chứng học thuật

2.1.2. Kỹ năng, phẩm chất cá nhân

Áp dụng thành thạo kỹ năng thiết kế và triển khai nghiên cứu độc lập: xác định vấn đề, xây dựng mô hình, thu thập và phân tích dữ liệu

Áp dụng thành thạo kỹ năng tìm kiếm, đánh giá và tích hợp các nguồn thông tin và bằng chứng khoa học trong lĩnh vực kinh doanh và quản lý

Thiết lập phẩm chất liên chính khoa học, tôn trọng đạo đức nghiên cứu và quyền sở hữu trí tuệ trong nghiên cứu

2.1.3. Kỹ năng tương tác

Áp dụng thành thạo kỹ năng thảo luận và trình bày các vấn đề khoa học, kết quả nghiên cứu trong kinh doanh và marketing

Phối hợp kỹ năng trình bày, lắng nghe, phản biện và thảo luận học thuật với thái độ xây dựng trong lĩnh vực kinh doanh và marketing

Áp dụng thành thạo kỹ năng ngoại ngữ trong giao tiếp học thuật, kỹ năng trình bày và trao đổi kết quả nghiên cứu ở trình độ tương đương bậc 4/6 Khung năng lực ngoại ngữ Việt Nam

2.1.4. Năng lực thực hành nghề nghiệp (Năng lực tự chủ)

Áp dụng tư duy phản biện, công nghệ và phương pháp nghiên cứu để tạo ra tri thức mới, phục vụ phát triển học thuật và giải quyết các vấn đề marketing thực tiễn

Áp dụng thành thạo khả năng quản lý, điều phối và dẫn dắt nhóm nghiên cứu hoặc dự án phát triển trong lĩnh vực marketing

2.2. Chuẩn đầu ra chương trình đào tạo trình độ thạc sĩ định hướng ứng dụng

2.2.1. Kiến thức

Phân tích kiến thức liên ngành trong kinh doanh và quản lý để vận dụng vào thực hành marketing trong doanh nghiệp

Phân tích và đối chiếu kiến thức khoa học cơ bản, công nghệ thông tin và thống kê trong kinh doanh, quản lý để ứng dụng trong marketing

Phân tích kiến thức khoa học xã hội trong kinh doanh và quản lý để phục vụ nghiên cứu thị trường và triển khai marketing

Đánh giá các lý thuyết marketing chủ đạo trên cơ sở so sánh và lập luận học thuật nhằm phục vụ hoạch định chiến lược

Đánh giá các tình huống và giải pháp marketing trong bối cảnh Việt Nam và quốc tế trên cơ sở tổng hợp bằng chứng thực tiễn và học thuật

2.2.2. Kỹ năng, phẩm chất cá nhân

Áp dụng thành thạo kỹ năng thiết kế và triển khai dự án marketing, bao gồm: xác định vấn đề, lập kế hoạch, thu thập và phân tích dữ liệu

Áp dụng thành thạo kỹ năng tìm kiếm, phân tích, hệ thống hóa và tích hợp thông tin để hỗ trợ ra quyết định marketing

Thiết lập phẩm chất liên chính học thuật, đạo đức nghề nghiệp và tôn trọng quyền sở hữu trí tuệ trong hoạt động marketing

2.2.3. Kỹ năng tương tác

Áp dụng thành thạo kỹ năng thảo luận, trình bày và bảo vệ giải pháp marketing trước các đối tượng khác nhau trong thực tiễn.

Phối hợp kỹ năng trình bày, lắng nghe, phản biện và thảo luận học thuật – nghề nghiệp với thái độ xây dựng trong kinh doanh và marketing

Áp dụng thành thạo kỹ năng ngoại ngữ trong giao tiếp chuyên môn, kỹ năng trình bày và trao đổi giải pháp marketing trong môi trường quốc tế, đạt trình độ tương đương bậc 4/6 Khung năng lực ngoại ngữ Việt Nam

2.2.4. Năng lực thực hành nghề nghiệp (Năng lực tự chủ)

Áp dụng tư duy phản biện, công nghệ và phương pháp phân tích nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động marketing trong doanh nghiệp

Áp dụng thành thạo kỹ năng quản lý, điều phối và dẫn dắt dự án marketing nhằm đạt mục tiêu kinh doanh trong môi trường cạnh tranh.

3. Đề cương chương trình đào tạo

3.1. Chương trình đào tạo định hướng nghiên cứu

TT	Mã học phần	Mã tự quản	Tên học phần	Số tín chỉ	Ghi chú
Học kỳ 1: 19 tín chỉ					
Học phần bắt buộc				19(19,0)	
1	100409	11100012	Triết học Philosophy	4(4,0)	
2	102901	13100023	Phương pháp nghiên cứu khoa học trong kinh doanh Research Methodology in Business	3(3,0)	
3	103319	19100115	Lý thuyết marketing hiện đại Modern Marketing Theory	3(3,0)	
4	103320	19100116	Marketing chiến lược Marketing Strategy	3(3,0)	
5	103321	19100117	Hành vi khách hàng Customer behavior	3(3,0)	
6	103322	19100118	Quản trị thương hiệu chiến lược Strategic Brand Management	3(3,0)	
Học kỳ 2: 20 tín chỉ					
Học phần bắt buộc				6(1,4)	
1	103323	19102129	Chuyên đề nghiên cứu 1 Research topic 1	3(1,2)	
2	103324	19102130	Chuyên đề nghiên cứu 2 Research topic 2	3(1,2)	
Học phần tự chọn				14(14,0)	
Nhóm 1 (<i>Chọn tối thiểu 04 HP = 12 TC</i>)					
1	103342	19100119	Nghiên cứu marketing Marketing Research	3(3,0)	
2	102899	19100120	Quản trị marketing hiện đại Modern marketing management	3(3,0)	

TT	Mã học phần	Mã tự quản	Tên học phần	Số tín chỉ	Ghi chú
3	103326	19100121	Quản trị marketing dịch vụ Services Marketing Management	3(3,0)	
4	103082	19100122	Marketing kỹ thuật số Digital Marketing	3(3,0)	
5	103327	19100123	Quản trị marketing trong thời đại số Marketing Management in the digital age	3(3,0)	
6	103328	19100124	Quản trị truyền thông marketing tích hợp Integrated Marketing Communications Management	3(3,0)	
7	103329	19100125	Lập kế hoạch marketing Marketing planning	3(3,0)	
8	102905	13100026	Đạo đức kinh doanh và trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp Business Ethics and Corporate Social Responsibility	3(3,0)	
Nhóm 2 (Chọn tối thiểu 01 HP = 02 TC)					
9	103331	19100127	Trí tuệ nhân tạo trong marketing Artificial Intelligence in marketing	2(2,0)	
10	103332	19100128	Quản trị nội dung số Digital Content Management	2(2,0)	
Học kỳ 3: 21 tín chỉ					
1	103333	19102131	Chuyên đề nghiên cứu 3 Research topic 3	3(1,2)	
2	103334	19104132	Thực tập Internship	3(0,3)	
3	103335	19106133	Luận văn Master's Thesis	15(0,15)	

3.2. Chương trình đào tạo định hướng ứng dụng

TT	Mã học phần	Mã tự quản	Tên học phần	Số tín chỉ	Ghi chú
Học kỳ 1: 19 tín chỉ					
Học phần bắt buộc				19(19,0)	
1	100409	11100012	Triết học Philosophy	4(4,0)	
2	102901	13100023	Phương pháp nghiên cứu khoa học trong kinh doanh Research Methodology in Business	3(3,0)	
3	103319	19100115	Lý thuyết marketing hiện đại Modern Marketing Theory	3(3,0)	
4	103320	19100116	Marketing chiến lược Marketing Strategy	3(3,0)	
5	103321	19100117	Hành vi khách hàng Customer behavior	3(3,0)	
6	103322	19100118	Quản trị thương hiệu chiến lược Strategic Brand Management	3(3,0)	
Học kỳ 2: 21 tín chỉ					
Học phần bắt buộc				0(0,0)	
Học phần tự chọn (chọn tối thiểu 07 HP = 21 TC)				21(21,0)	
1	103342	19100119	Nghiên cứu marketing Marketing Research	3(3,0)	
2	102899	19100120	Quản trị marketing hiện đại Modern marketing management	3(3,0)	
3	103326	19100121	Quản trị marketing dịch vụ Services Marketing Management	3(3,0)	
4	103082	19100122	Marketing kỹ thuật số Digital Marketing	3(3,0)	
5	103327	19100123	Quản trị marketing trong thời đại số Marketing Management in the digital age	3(3,0)	
6	103328	19100124	Quản trị truyền thông marketing tích hợp Integrated Marketing Communications Management	3(3,0)	

TT	Mã học phần	Mã tự quản	Tên học phần	Số tín chỉ	Ghi chú
7	103329	19100125	Lập kế hoạch marketing Marketing planning	3(3,0)	
8	102905	13100026	Đạo đức kinh doanh và trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp Business Ethics and Corporate Social Responsibility	3(3,0)	
9	103336	19100134	Quản trị đổi mới và phát triển sản phẩm Innovation Management and Product Development	3(3,0)	
10	103337	19100135	Chính sách giá và quản lý doanh thu Price policy and revenue management	3(3,0)	
11	102907	20100001	Quản trị chuỗi cung ứng toàn cầu Global supply chain management	3(3,0)	
Học kỳ 3: 20 tín chỉ					
Học phần bắt buộc				18(2,16)	
1	103338	19100137	Chuyên đề thực tế marketing Marketing Practicum	2(2,0)	
2	103339	19104138	Thực tập Internship	8(0,8)	
3	103340	19106139	Đề án Master's Project	8(0,8)	
Học phần tự chọn (Chọn tối thiểu 01 học phần)				2(2,0)	
4	103331	103331	Trí tuệ nhân tạo trong marketing Artificial Intelligence in marketing	2(2,0)	
5	103332	103332	Quản trị nội dung số Digital Content Management	2(2,0)	
6	101550	18101046	Luật thương mại quốc tế International trade law	2(2,0)	
7	101551	18101047	Luật kinh doanh Việt Nam Vietnam Business Law	2(2,0)	

II. ĐỘI NGŨ GIẢNG VIÊN THỰC HIỆN CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO

Đội ngũ giảng viên cơ hữu tham gia mở ngành và giảng dạy các học phần thuộc khối kiến thức ngành, chuyên ngành, các chuyên đề nghiên cứu, thực tập, luận văn, đề án học phần, chuyên đề, đề án là 14 giảng viên (gồm 03 phó giáo sư, 11 tiến sĩ). Trong đó có 1 phó giáo sư chủ trì xây dựng, thực hiện chương trình đào tạo, 05 tiến sĩ đứng ngành hoặc có chuyên môn phù hợp chủ trì giảng dạy các khối kiến thức trong chương trình đào tạo.

III. DANH MỤC CƠ SỞ VẬT CHẤT, TRANG THIẾT BỊ PHỤC VỤ ĐÀO TẠO, NGHIÊN CỨU KHOA HỌC

1. Danh mục cơ sở vật chất, trang thiết bị phục vụ đào tạo

STT	Hạng mục	Số lượng	Diện tích sàn xây dựng (m2)	Học phần / môn học	Thời gian sử dụng (học kỳ, năm học)	Ghi chú
1	Hội trường, giảng đường, phòng học các loại, phòng đa năng, phòng làm việc của giáo sư, phó giáo sư, giảng viên cơ hữu	145	17643			
1.1	Hội trường, phòng học lớn trên 200 chỗ	1	504	Các học phần lý thuyết	Tất cả các học kỳ	
1.2	Phòng học từ 100 - 200 chỗ	2	460	Các học phần lý thuyết	Tất cả các học kỳ	
1.3	Phòng học từ 50 - 100 chỗ	7	980	Các học phần lý thuyết	Tất cả các học kỳ	
1.4	Số phòng học dưới 50 chỗ	7	1200	Các học phần lý thuyết	Tất cả các học kỳ	
1.5	Số phòng học đa phương tiện	7	199	Các học phần học trực tuyến, ngoại ngữ	Tất cả các học kỳ	
1.6	Phòng làm việc của giáo sư, phó giáo sư, giảng viên toàn thời gian	4	280	-	Tất cả các học kỳ	
2	Thư viện, trung tâm học liệu	1	1731	-	Tất cả các học kỳ	
3	Phòng thí nghiệm, cơ sở thực hành, thực tập, luyện tập			Các học phần thực hành	Tất cả các học kỳ	

2. Nghiên cứu khoa học

Hoạt động nghiên cứu khoa học chú trọng từng bước nâng cao chất lượng, 47 bài báo đăng trên tạp chí uy tín trong nước và quốc tế, 05 đề tài cấp Bộ, cấp cơ sở và các công trình nghiên cứu khoa học cấp Trường khác được thực hiện. Nhiều giáo trình, sách chuyên khảo được tập thể giảng viên của Khoa biên soạn và xuất bản phục vụ công tác giảng dạy.

IV. DỰ KIẾN KẾ HOẠCH TUYỂN SINH VÀ ĐÀO TẠO TRONG 05 NĂM ĐẦU TUYỂN SINH

Quy mô tuyển sinh dự kiến trong 5 năm đầu tiên: 250 học viên/5 năm; 50 học viên/năm.

V. ĐỊA ĐIỂM ĐÀO TẠO VÀ DANH SÁCH CÁC ĐỊA ĐIỂM THỰC HÀNH, THỰC TẬP

- Cơ sở 1: 140 Lê Trọng Tấn, phường Tây Thạnh, quận Tân Phú, Thành phố Hồ Chí Minh.
- Cơ sở 02: 93 Tân kỳ, Tân Quý, phường Tân Sơn Nhì, quận Tân Phú, Thành phố Hồ Chí Minh.
- Cơ sở 03: 31 Chế Lan Viên, phường 15, quận Tân Phú, Thành phố Hồ Chí Minh.
- Cơ sở 04: 73/1 Nguyễn Đỗ Cung, phường Tây Thạnh, quận Tân Phú, Thành phố Hồ Chí Minh.