

CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO ĐẠI HỌC

(Ban hành tại Quyết định số ngày ...tháng....năm 2018
của Hiệu trưởng trường đại học Kinh tế-Luật)

Tên chương trình: **MARKETING (CHƯƠNG TRÌNH TÀI NĂNG)**

Trình độ đào tạo: **Đại học**

Ngành đào tạo: **MARKETING**

Loại hình đào tạo: **Chính quy tập trung**

Mã ngành đào tạo: **52.34.01.05**

Trưởng Bộ môn: **PGS.TS VÕ THỊ NGỌC THÚY**

1) MỤC TIÊU ĐÀO TẠO

Mục tiêu chung

Đào tạo đội ngũ những quản trị gia, chuyên gia, nghiên cứu viên có trình độ chuyên môn Marketing vững, có năng lực làm việc trong môi trường cạnh tranh toàn cầu, áp lực; nhạy bén với thị trường, và có đạo đức nghề nghiệp, đáp ứng nhu cầu nguồn nhân lực chất lượng tốt của doanh nghiệp, từ đó góp phần phát triển kinh tế xã hội của đất nước.

Mục tiêu cụ thể

- Mục tiêu 1: Đào tạo và cung ứng cho các doanh nghiệp và tổ chức những chuyên viên, nhà quản lý Marketing chuyên nghiệp: có kiến thức về Marketing cần thiết cho những vị trí chuyên viên, chuyên viên cao cấp và các cấp quản lý bậc trung trong Marketing như quản lý thương hiệu, quản lý quan hệ khách hàng, quản lý truyền thông.
- Mục tiêu 2: Ngoài các kiến thức chuyên sâu về Marketing, đào tạo nguồn nhân lực Marketing được trang bị các kiến thức khác về quản lý như quản trị chiến lược, quản trị phân phối, quản trị bán hàng, quản trị nguồn nhân lực để hiểu được mối quan hệ chặt chẽ giữa các lĩnh vực này với quản trị Marketing và cách thức phối hợp trong công việc.
- Mục tiêu 3: Đào tạo nguồn nhân lực nắm bắt được các kỹ năng chuyên biệt dành cho một chuyên viên Marketing và các kỹ năng mềm cần thiết cho một người hoạt động trong lĩnh vực kinh doanh và cả những kỹ năng mềm cho cuộc sống.

- Mục tiêu 4: Đóng góp giải quyết nhu cầu nguồn nhân lực Marketing có đạo đức nghề nghiệp đứng đắn.

2) Chuẩn đầu ra

A. Về kiến thức chung

Sinh viên tốt nghiệp Chương trình đào tạo cử nhân chất lượng cao ngành có khả năng vận dụng các khối kiến thức chung:

A1. Có kiến thức về lý luận, phương pháp luận và nghiên cứu, tư duy logic. Biết vận dụng kiến thức cơ bản trong các lĩnh vực rộng vào Quản trị Marketing và kinh doanh.

- Thứ nhất, về Lý luận: phương pháp luận và nghiên cứu, tư duy logic để vận dụng vào các hoạt động trong lĩnh vực nghề nghiệp và cuộc sống.
- Thứ hai, về Kiến thức đại cương: khả năng vận dụng các khối kiến thức khoa học tự nhiên, xã hội và nhân văn (toán, Khoa học tự nhiên, Con người và môi trường, Khoa học Xã hội và Nhân văn, Khoa học hành vi) vào giải quyết những vấn đề lý luận và thực tiễn liên quan đến chuyên ngành đào tạo.

A2. Có kiến thức cơ bản của nhóm ngành và cơ sở ngành: Nắm vững lý khoa học quản trị, Marketing và kinh tế.

- Thứ ba, về Kiến thức cơ bản của nhóm ngành: khả năng hệ thống hóa các kiến thức trong các lĩnh vực Nghiên cứu định lượng, Pháp luật, Lịch sử, Tâm lý học kinh doanh, Logic học, Văn hóa học để hiểu rõ những công cụ, phương pháp, cơ sở nền tảng vận dụng nghiên cứu trong hoạch định Marketing và các hoạt động kinh doanh.
- Thứ tư, về Kiến thức cơ sở ngành: Nắm vững và vận dụng các kiến thức Kinh tế học, Quản trị học, Marketing căn bản trong các lĩnh vực cụ thể gắn liền với Marketing để phân tích, đánh giá tình hình thị trường; tham gia đề xuất và thực hiện các kế hoạch: Marketing và kinh doanh.

Những kiến thức cơ bản và cơ sở ngành có được nhằm giúp người học giải quyết được các mối quan hệ kinh tế-xã hội trong tổ chức, điều hành và quản lý, đặc biệt là các kiến thức liên quan đến văn hóa, tâm lý và hành vi khách hàng, chiến lược Marketing và truyền thông, lập và triển khai kế hoạch Marketing. Trên cơ sở đó, người học có thể phân tích, đánh giá và tổng hợp một vấn đề nghiên cứu cụ thể trong lĩnh vực Marketing, vận dụng kiến thức từ thực tế, thực tập để bước đầu hiểu thực tiễn hoạt động kinh doanh trong doanh nghiệp và có định hướng rõ ràng hơn về nghề nghiệp tương lai của mình.

B. Về kiến thức chuyên môn

Nắm vững và hệ thống hóa các kiến thức như Quản trị Marketing, Quản trị truyền thông, Quản trị thương hiệu, Quản trị quan hệ khách hàng... để phân tích, đánh giá và vận dụng được các kiến thức đã học vào khởi nghiệp kinh doanh và quản trị tốt

các chiến lược và hoạt động Marketing tại một doanh nghiệp trong môi trường kinh doanh mang tính toàn cầu.

B1. Khả năng hiểu và hệ thống lý thuyết Marketing và quản lý vào giải quyết các tình huống kinh doanh thực tế.

B2. Có kiến thức chuyên sâu về Marketing để có thể làm việc trong lĩnh vực Marketing, tư vấn phát triển thương hiệu, quảng cáo và phát triển kinh doanh (ở những vị trí chuyên viên, trợ lý):

- Am hiểu các nguyên lý về hành vi người tiêu dùng, các nguyên lý của Marketing, lý thuyết về thương hiệu và truyền thông.

- Hiểu biết các luật trong Marketing và các quy định về đạo đức nghề nghiệp.

B3. Khả năng ứng dụng kiến thức để xây dựng chiến lược Marketing.

B4. Khả năng ứng dụng kiến thức để tổ chức hoạt động Marketing.

B5. Có khả năng lập luận tư duy logic và giải quyết các vấn đề Marketing, kinh doanh và quản lý.

C. Kỹ năng chuyên môn

C1. Kỹ năng làm việc nhóm và khả năng hình thành, phát triển và lãnh đạo nhóm.

C2. Khả năng sử dụng công cụ kỹ thuật phân tích thị trường, phân tích dự án đầu tư, phân tích hoạt động kinh doanh.

C3. Khả năng tổ chức các hoạt động Marketing.

C4. Khả năng soạn thảo và đàm phán hợp đồng truyền thông.

D. Khả năng tư duy và lập luận

D1. Lập luận tư duy và ứng dụng trong giải quyết các vấn đề Marketing, kinh doanh và quản lý như phát hiện và hình thành vấn đề, đánh giá, phân tích, tổng hợp và đưa ra giải pháp kiến nghị.

D2. Tư duy theo hệ thống khi tiếp cận xử lý các vấn đề trong quản trị Marketing.

D3. Nghiên cứu khoa học các vấn đề có liên quan đến Marketing.

E. Khả năng giao tiếp

E1. Giao tiếp hiệu quả bằng tiếng Việt và tiếng Anh (550 TOEIC).

E2. Khả năng viết hiệu quả bằng Việt ngữ và Anh ngữ (550 TOEIC).

E3. Khả năng nghe với tư duy phản biện.

E4. Khả năng trình bày hiệu quả các vấn đề hay ý tưởng trước đám đông.

F. Khả năng hợp tác

F1. Khả năng phối hợp làm việc để đạt mục tiêu chung

F2. Khả năng hợp tác với các đối tác toàn cầu

G. Khả năng quản lý

G1. Khả năng hình thành các ý tưởng về kinh doanh trong các lĩnh vực hoạt động thuộc ngành Marketing

G2. Khả năng điều hành nhóm hoạt động trong lĩnh vực Marketing

H. Về năng lực áp dụng kiến thức vào thực tiễn

H1. Khả năng hình thành các ý tưởng về kinh doanh trong các lĩnh vực hoạt động thuộc ngành Marketing (Conceiving – C)

H2. Khả năng xây dựng các phương án, dự án trong các lĩnh vực hoạt động thuộc ngành Marketing (Design – D)

H3. Khả năng thực hiện các phương án, dự án về kinh doanh trong lĩnh vực Marketing nói riêng và các lĩnh vực khác (Implement – I)

H4. Khả năng đánh giá các phương án và các hoạt động Marketing đặt trong các bối cảnh về xã hội và ngoại cảnh, bối cảnh về doanh nghiệp và lĩnh vực kinh doanh cụ thể. (Evaluate – E)

I. Khả năng học tập suốt đời

I1. Khả năng học hỏi và áp dụng kiến thức mới.

I2. Khả năng tự học.

I3. Khả năng tư duy, lập luận, nhận định và phản biện.

I4. Khả năng vận dụng các phương pháp nghiên cứu, các phần mềm thống kê để tự nghiên cứu Marketing, nghiên cứu trong Quản trị.

J. Về thái độ cá nhân với nghề nghiệp và xã hội

J1. Có các phẩm chất cá nhân như: tự tin, linh hoạt, sẵn sàng đương đầu với rủi ro nghề nghiệp, nhiệt tình say mê, sáng tạo, có tư duy phản biện, tinh thần tự tôn, hiểu biết văn hóa, có khả năng thích ứng cao với hoàn cảnh, thích đương đầu với thử thách và khát vọng trở thành doanh nhân, nhà lãnh đạo, chuyên gia cao cấp.

J2. Phát triển các kỹ năng và phẩm chất đạo đức cá nhân tự học tập, quản lý thời gian và bản thân, hiểu được những mạo hiểm và khả năng quyết đoán trong kinh doanh; khả năng làm việc dưới áp lực cao và môi trường biến động; giữ chữ tín và cam kết, tuân thủ nội quy, quy định của doanh nghiệp trong nước và quốc tế.

J3. Khả năng sử dụng thành thạo công cụ tin học như các phần mềm văn phòng (Word, Excel, PowerPoint) và các phần mềm phục vụ công tác chuyên môn như E-View hay SPSS.

J4. Có các kỹ năng và phẩm chất nghề nghiệp gồm đạo đức nghề nghiệp, tôn trọng pháp luật, làm việc với tinh thần kỷ luật cao, có lối sống tích cực, và có tinh thần hướng về cộng đồng, tổ chức và sắp xếp công việc, tính chuyên nghiệp, khả năng lập kế hoạch, khả năng làm việc độc lập trong môi trường quốc tế, khả năng đặt mục tiêu, tự phát triển bản thân và sự nghiệp.

J5. Có khả năng làm việc độc lập; tự học hỏi và tìm tòi, làm việc có kế hoạch và khoa học; có kỹ năng quản lý thời gian, phân bổ công việc cá nhân, có khả năng làm việc nhóm và một số kỹ năng quản lý và lãnh đạo; có khả năng hình thành, phát triển và lãnh đạo nhóm thông qua khả năng giao tiếp tốt và hiệu quả (bằng Tiếng Việt và Tiếng Anh) bằng văn bản (nói và viết).

J6. Có trách nhiệm với cộng đồng: biết lựa chọn các vấn đề mang tính đạo đức để học tập và nghiên cứu, tham gia vào các hoạt động xã hội ở mọi phạm vi (nhà trường, khu phố, khu vực hay toàn cầu, nhận biết và tham gia giải quyết các vấn đề đạo đức xã hội và có đạo đức nghề nghiệp.

Các chuẩn đầu ra bổ sung cho chương trình CNTN ngành Marketing như sau:

- Tổng số tín chỉ các môn học tài năng là 25%. Điểm dành cho môn học tài năng phải từ 7,0 trở lên nhằm đảm bảo chất lượng chương trình tài năng.
- Chuẩn đầu ra tiếng Anh cao hơn so với sinh viên chính quy. Theo Quy chế đào tạo và học vụ của trường Đại học Kinh tế - Luật hiện hành, chuẩn tiếng Anh tốt nghiệp của sinh viên chương trình tài năng là IELTS 5.5 hoặc tương đương (trong khi chuẩn tiếng Anh tốt nghiệp của sinh viên chương trình thường là IELTS là 5.0 hoặc tương đương)
- Kỹ năng trình bày và thuyết trình bằng tiếng Anh tốt. Khuyến khích sinh viên tham gia chương trình tài năng bảo vệ luận văn tốt nghiệp bằng tiếng Anh trước hội đồng.
- Các kỹ năng mềm được nâng cao và được rèn luyện, trong đó chú trọng kỹ năng tự học, kỹ năng làm việc nhóm, kỹ năng thuyết trình, kỹ năng lãnh đạo, kỹ năng nghiên cứu khoa học. 100% sinh viên CNTN phải tham gia nghiên cứu khoa học (tối thiểu phải có 01 đề tài nghiên cứu khoa học cấp Trường).

Điểm khác biệt về tổ chức giảng dạy – NCKH sinh viên lớp CNTN ngành Marketing:

- Sinh viên lớp CNTN ngành Marketing sẽ học các môn tài năng với khối lượng kiến thức và yêu cầu cao hơn so với chương trình thường.
- Tổ chức các hoạt động nghiên cứu khoa học sinh viên nhằm nâng cao khả năng nghiên cứu khoa học của sinh viên cử nhân tài năng.

Để đảm bảo chuẩn đầu ra khác biệt so với đại trà

Chương trình đào tạo cử nhân tài năng tại Trường Đại học Kinh tế - Luật, ĐHQG-HCM được xây dựng thông qua việc ưu tiên đầu tư điều kiện giảng dạy, học tập tốt, đội ngũ giảng viên giỏi và áp dụng phương pháp dạy – học hiện đại để đạt chuẩn chất lượng của các đại học tiên tiến trong khu vực. Giảng viên giảng dạy trong chương trình được tuyển chọn và đánh giá theo những tiêu chí riêng.

Ngoài các hoạt động chính khóa, sinh viên có nhiều cơ hội tham gia các hoạt động ngoại khóa được tổ chức thường xuyên và các khóa đào tạo ngắn hạn về kỹ năng mềm và nghiệp vụ nhằm bồi dưỡng và phát triển các kỹ năng và phẩm chất cá nhân và nghề nghiệp, các kỹ năng xã hội và các năng lực C-D-I-O cho mình. Sinh viên cũng được tham gia vào các chương trình trao đổi sinh viên, văn hóa, các hoạt động hội nghị, hội thảo quốc tế... để đạt được các năng lực làm việc trong môi trường quốc tế. Sinh viên có cơ hội tiếp cận nhiều nguồn học bổng trong và ngoài nước trong quá trình thực hiện chương trình, sau khi tốt nghiệp, các sinh viên xuất sắc được giới thiệu với các chương trình học bổng sau đại học ở nước ngoài.

Sinh viên của chương trình CNTT sẽ được trang bị kiến thức về phương pháp nghiên cứu; cách sử dụng các công cụ hỗ trợ cho hoạt động nghiên cứu khoa học. Trong mỗi hoạt động nghiên cứu khoa học của sinh viên, Khoa phân công giảng viên có chuyên môn cao để thực hiện việc hướng dẫn. Trường phân bổ một khoản kinh phí cho hoạt động NCKH. Việc cấp kinh phí được thực hiện ngay từ giai đoạn khởi sự nghiên cứu và ưu tiên cho những sinh viên có thành tích học tập xuất sắc.

3) MA TRẬN CHUẨN ĐẦU RA- MÔN HỌC

STT	MÔN HỌC	KIẾN THỨC CƠ BẢN, LẬP LUẬN NGÀNH			KỸ NĂNG CHUYÊN MÔN, TỐ CHẤT CÁ NHÂN					KỸ NĂNG GIAO TIẾP, LÀM VIỆC NHÓM			PHẨM CHẤT, ĐẠO ĐỨC NGHỀ NGHIỆP		
		1.1	1.2	1.3	2.1	2.2	2.3	2.4	2.5	3.1	3.2	3.3	4.1	4.2	4.3
1	Ngoại ngữ									X	X	X	X	X	X
2	Giáo dục thể chất														X
3	Giáo dục quốc phòng														X
4	Những NL của CNML	X				X	X								X
5	Đường lối CM ĐCSVN	X				X	X								X
6	Tư tưởng Hồ Chí Minh	X				X	X								X
7	Văn hóa học	X				X	X								X
8	Xã hội học	X				X	X								X
9	Địa chính trị thế giới	X				X	X								X
10	Quan hệ quốc tế	X				X	X								X
11	Phương pháp nghiên cứu KH	X	X		X	X	X	X						X	X
12	Toán cao cấp	X	X				X	X						X	
13	Lý thuyết xác suất và thống kê	X	X	X			X	X						X	
14	Thống kê ứng dụng	X	X	X			X	X						X	
15	Kinh tế lượng		X	X			X	X						X	
16	Kinh tế học vi mô		X	X		X	X	X						X	
17	Kinh tế học vĩ mô		X	X		X	X	X						X	
18	Nguyên lý kế toán		X	X		X	X	X						X	
19	Hành vi khách hàng		X	X	X	X	X	X						X	
20	Marketing căn bản			X	X	X	X	X						X	
21	Quản trị học căn bản			X	X	X	X	X						X	
22	Hành vi tổ chức			X	X	X	X	X						X	
23	Nghiên cứu Marketing			X	X	X	X	X						X	
24	Quản trị tài chính			X	X	X	X	X						X	
25	Quản trị chiến lược			X	X	X	X	X						X	
26	Quản trị nguồn nhân lực			X	X	X	X	X						X	
27	Quản trị thương hiệu			X	X	X	X	X						X	
28	Quản trị truyền thông			X	X	X	X	X						X	
29	Quản trị kinh doanh toàn cầu			X	X	X	X	X						X	
30	Quản trị bán hàng			X	X	X	X	X						X	
31	Quản trị chất lượng			X	X	X	X	X						X	
32	Quản trị hành chính văn phòng			X	X	X	X	X						X	
33	Quản trị hệ thống thông tin			X	X	X	X	X						X	

34	Quản trị rủi ro			x	x	x	x	x							x	
35	Quản trị sản xuất			x	x	x	x	x							x	
36	Quản trị dự án đầu tư			x	x	x	x	x							x	
37	Văn hóa doanh nghiệp				x	x		x	x	x	x	x			x	x
38	Kỹ năng làm việc nhóm				x	x		x	x	x	x	x			x	x
39	Nghệ thuật lãnh đạo				x	x		x	x	x	x	x			x	x
40	Phát triển kỹ năng quản trị				x	x		x	x	x	x	x			x	x
41	Kỹ năng đàm phán				x	x		x	x	x	x	x			x	x
42	Kỹ năng giao tiếp				x	x		x	x	x	x	x			x	x
43	Kỹ năng tổ chức sự kiện				x	x		x	x	x	x	x			x	x
44	Lý luận nhà nước và pháp luật	x		x			x								x	
45	Luật doanh nghiệp	x		x			x								x	
46	Luật cạnh tranh	x		x			x								x	
47	Luật sở hữu trí tuệ	x		x			x								x	
48	Luật hợp đồng	x		x			x								x	
49	Luật thương mại quốc tế	x		x			x								x	
50	Thực tập cuối khóa	x		x			x	x		x	x	x	x	x	x	x
51	Khóa luận tốt nghiệp	x	x	x			x	x		x			x	x	x	x

4) CƠ HỘI NGHỀ NGHIỆP, VỊ TRÍ VÀ KHẢ NĂNG LÀM VIỆC SAU KHI TỐT NGHIỆP

Sinh viên tốt nghiệp chương trình giáo dục đại học ngành Marketing có thể làm việc trong các doanh nghiệp thuộc mọi thành phần, các tổ chức tư vấn về Marketing, các công sở của Nhà nước, các trường đại học và viện nghiên cứu. Ngoài ra, sinh viên còn có thể tự tổ chức các hoạt động kinh doanh, lập thân, lập nghiệp hoặc tiếp tục học tập ở những bậc học cao hơn.

Cụ thể định hướng nghề nghiệp của sinh viên chương trình Marketing chia thành 3 nhóm:

Nhóm 1: Khi mới ra trường, làm chuyên viên hay trợ lý quản lý Marketing hoặc ở các bộ phận có liên quan đến hoạt động Marketing, trong các doanh nghiệp thuộc mọi thành phần, hoặc làm việc tại các doanh nghiệp hoạt động chính trong ngành Marketing, cụ thể như sau:

- Lĩnh vực quản trị thương hiệu và quản trị chiến lược (Brand Management, Strategic Marketing): Chuyên viên hay trợ lý phụ trách các hoạt động quản trị thương hiệu, quản trị chiến lược Marketing, chiến lược sản phẩm (Marketing executive, Assistant brand manager, Assistant Group brand manager, Strategic Marketing supervisor,...) trong các DN thuộc mọi thành phần kinh tế.
- Lĩnh vực quảng cáo và quan hệ công chúng (Advertising và Public Relations): Hoạt động trong các công ty truyền thông, các công ty quảng cáo, các tổ chức có liên quan đến hoạt động quảng cáo như truyền hình, báo chí (PR executive,

PR supervisor, Trade Marketing executive, Media coordinator, Account executive,...).

- Lĩnh vực dịch vụ chăm sóc khách hàng (Customer services): Hoạt động trong các bộ phận phụ trách chăm sóc khách hàng, quản lý ngân hàng khách hàng (CRM), đề ra các chiến lược để làm hài lòng khách hàng (Customer relationship executive, Assistant Customer relationship manager,...).
- Lĩnh vực nghiên cứu và phát triển thị trường (Research and Development): Hoạt động trong bộ phận nghiên cứu và phát triển thị trường, sản phẩm của doanh nghiệp hoặc trong các công ty tư vấn chuyên cung cấp dịch vụ tư vấn phát triển thị trường (Market analyst, Marketing research supervisor,...).
- Lĩnh vực quản lý kênh phân phối (Supply Chain and Distribution): Làm việc trong các bộ phận quản trị chuỗi cung ứng của các doanh nghiệp, các cơ sở sản xuất, siêu thị, các trung tâm chế xuất,...(Supply chain admin,...).
- Lĩnh vực bán hàng (Sales): Làm việc tại bộ phận bán hàng của các doanh nghiệp thuộc mọi thành phần (sale executive, sale admin,...).
- Sau 2 năm công tác, với kiến thức về Marketing được đào tạo tốt ở trường ĐH cộng với trải nghiệm thực tế, sinh viên tốt nghiệp ngành Marketing, ĐH Kinh tế - Luật sẽ nhanh chóng giữ các vị trí quan trọng như: quản lý thương hiệu sản phẩm, quản lý thương hiệu, trợ lý giám đốc Marketing, quản lý một mảng hoạt động Marketing hay quản lý nhóm thương hiệu sản phẩm.

Nhóm 2: Một số cơ hội phát triển nghề nghiệp khác

Chủ doanh nghiệp: Cử nhân tốt nghiệp chương trình giáo dục ngành Marketing hoàn toàn có khả năng tự kinh doanh từ những dự án nhỏ, đặc biệt là trong các lĩnh vực hoạt động sau: Viết bài PR, Marketing kỹ thuật số, thiết kế nhận dạng thương hiệu, nghiên cứu thị trường...

Giảng viên và nghiên cứu viên: Sau khi tốt nghiệp, cử nhân tốt nghiệp chương trình giáo dục ngành Marketing có thể làm trợ giảng, tham gia học tập nâng cao trình độ tại các cơ sở đào tạo trong và ngoài nước, hoặc tiến tới trở thành các giảng viên tại các trường đại học; chuyên viên nghiên cứu tại các trung tâm nghiên cứu.

Nhóm 3: Cơ hội phát triển cá nhân

Cử nhân ngành Marketing được trang bị những kiến thức cần thiết về Marketing và khoa học quản trị để theo học bậc cao hơn trong lĩnh vực Marketing hay các khóa chuyên sâu về một kiến thức hay kỹ năng về Marketing. Ngoài ra, với khối lượng kiến thức cơ sở ngành có được từ chương trình, sinh viên hoàn toàn có thể học chuyên sâu một môn học về quản trị kinh doanh hay kinh tế.

5. Thời gian đào tạo: 4 năm

6. Khối lượng kiến thức toàn khóa: 130 Tín chỉ (không kể phần kiến thức: ngoại ngữ - 20TC, giáo dục thể chất – 5 TC và giáo dục quốc phòng – 8TC)

Hệ đào tạo	Thời gian đào tạo (năm)	Tổng khối lượng kiến thức	Kiến thức cơ bản	Kiến thức cơ sở ngành và chuyên ngành			TTCK, KLTN hoặc các HPCĐ	Phân bố theo bắt buộc và tự chọn			Ghi chú
				Toàn bộ	Cơ sở ngành	Chuyên ngành		Bắt buộc	Tự chọn		
									Yêu cầu trong CTĐ	Được liệt kê để lựa chọn	
Đại học chính quy	4	130	36	84	32	52	4+6	95	35	61	<i>Không kê phân kiến thức: ngoại ngữ(20TC), giáo dục thể chất (5 TC), giáo dục quốc phòng(165 tiết, tương đương 8TC)</i>

7) Đối tượng tuyển sinh

- Theo Quy chế tuyển sinh đại học, cao đẳng hệ chính quy ban hành hiện hành của Bộ Giáo dục và Đào tạo.
- Đã trúng tuyển đại học chính quy của trường
- Sinh viên chương trình tài năng có thể bắt đầu được tuyển chọn từ năm thứ nhất và hoặc năm thứ hai với chỉ tiêu xác định.
- Sinh viên phải có kết quả tuyển sinh cao và/hoặc điểm trung bình tích lũy (ĐTBTLL) lớn hơn hoặc bằng 7,5; Sinh viên phải tích lũy từ 90% số tín chỉ theo chương trình đào tạo của các học kỳ trước khi xét vào lớp kỹ sư tài năng.
- Sinh viên phải đang học cùng khóa, cùng ngành tương ứng với ngành muốn ứng tuyển vào chương trình tài năng.
- Ban điều hành đề án cấp Khoa chịu trách nhiệm thực hiện công tác sàng lọc và xét tuyển bổ sung. Quyết định chuyển đổi sinh viên giữa chương trình tài năng và chương trình đại trà do Hiệu trưởng trường Đại học Kinh tế - Luật ký và báo cáo về Ban chỉ đạo đề án cấp ĐHQG-TP.HCM.

8) Quy trình đào tạo, điều kiện tốt nghiệp

Việc tổ chức đào tạo và quản lý đào tạo được thực hiện theo Quy chế đào tạo Đại học ban hành kèm theo Quyết định số 262/QĐ-ĐHQG ngày 20 tháng 4 năm 2017 của Giám đốc Đại học Quốc gia TP. Hồ Chí Minh.

8.1. Quy trình đào tạo

Học chế đào tạo: Theo Hệ thống Tín chỉ

Quy trình đào tạo được chia làm 8 học kỳ:

- Khối kiến thức giáo dục cơ bản: học kỳ 1, học kỳ 2, học kỳ 3.
- Khối kiến thức cơ sở của khối ngành: học kỳ 4.

- Khối kiến thức ngành: học kỳ 5, học kỳ 6, học kỳ 7.
- Thực tập cuối khóa và Khóa luận tốt nghiệp: học kỳ 8.

Ngoài ra, Chứng chỉ Ngoại ngữ, Chứng chỉ Giáo dục thể chất và Chứng chỉ Giáo dục quốc phòng bắt buộc sinh viên phải tích lũy trước khi nhận bằng tốt nghiệp.

8.2. Điều kiện tốt nghiệp

Sinh viên sẽ được cấp bằng tốt nghiệp ghi rõ “Chương trình Đào tạo Tài năng” nếu thỏa đủ các điều kiện sau:

- Đang là sinh viên của chương trình tài năng
- Hoàn thành chương trình đào tạo tài năng (đạt số tín chỉ tích lũy ngành và số tín chỉ tài năng tích lũy) và thỏa các điều kiện tốt nghiệp khác theo quy định
- Hoàn thành chương trình đào tạo đúng hạn theo kế hoạch giảng dạy
- Có tham gia thực hiện đề tài nghiên cứu khoa học
- Có điểm Luận văn tốt nghiệp từ 7,5 trở lên, có điểm trung bình tích lũy ngành từ 7,5 trở lên và có điểm rèn luyện từ loại Tốt trở lên
- Có trình độ Anh văn đạt chuẩn tiếng Anh tốt nghiệp chương trình tài năng được quy định trong Quy chế đào tạo và học vụ của trường.

Trường hợp sinh viên chương trình tài năng không thỏa đủ các điều kiện trên nhưng đủ điều kiện xét tốt nghiệp chương trình khác thì được xét cấp bằng tốt nghiệp chương trình khác. Đồng thời những môn học với chương trình tài năng sẽ được bảo lưu điểm và có ghi chú trên bảng điểm tốt nghiệp là môn học tài năng.

9) Thang điểm: Sử dụng thang điểm 10 và được làm tròn đến 2 chữ số thập phân

10) Nội dung chương trình

10.1. Khối kiến thức cơ bản: 36 TC (25 TC bắt buộc + 11 TC tự chọn)

10.1. Khối kiến thức cơ bản: 36 TC (25 TC bắt buộc + 11 TC tự chọn)

10.1.1. Lý luận Mác Lênin và Tư tưởng Hồ Chí Minh: 10 tín chỉ

STT	MÃ MÔN HỌC	TÊN MÔN HỌC	TÍN CHỈ			
			TỔNG CỘNG	LÝ THUYẾT	TH/TN	GHI CHÚ
		Các môn học bắt buộc	10			
1	GEN1001	Những NLCB của CN Mác – Lênin	5			
2	GEN1002	Đường lối cách mạng của ĐCSVN	3			
3	GEN1003	Tư tưởng Hồ Chí Minh	2			

10.1.2. Nhân văn- Kỹ năng: 4 tín chỉ

STT	MÃ MÔN HỌC	TÊN MÔN HỌC	TÍN CHỈ			
			TỔNG CỘNG	LÝ THUYẾT	TH/TN	KHÁC
Không có môn học bắt buộc						
Các môn tự chọn 5 (TC)			5	5		
1	GEN1101	Tâm lý học (*)	2	2		
2	GEN1102	Nhập môn khoa học giao tiếp (*)	2	2		
3	GEN1108	Phương pháp nghiên cứu khoa học (Môn học tài năng)	3	3		
4	BUS1303	Kỹ năng làm việc nhóm (**)	2	2		

10.1.3. Khoa học xã hội: 4 tín chỉ

STT	MÃ MÔN HỌC	TÊN MÔN HỌC	TÍN CHỈ			
			TỔNG CỘNG	LÝ THUYẾT	TH/TN	KHÁC
Không có môn học bắt buộc						
Các môn tự chọn (4 TC)			4	4		
1	GEN1106	Xã hội học	2	2		
2	GEN1105	Văn hóa học	2	2		
3	GEN1103	Địa chính trị thế giới	2	2		
4	GEN1104	Quan hệ quốc tế	2	2		

10.1.4. Khoa học kinh tế: 9 tín chỉ

STT	MÃ MÔN HỌC	TÊN MÔN HỌC	TÍN CHỈ			
			TỔNG CỘNG	LÝ THUYẾT	TH/TN	KHÁC
Các môn học bắt buộc (9 TC)			9	9		
1	ECO1001	Kinh tế vi mô 1	3	3		
2	ECO1002	Kinh tế vĩ mô 1	3	3		
3	BUS1100	Quản trị học căn bản (Môn học tài năng)	3	3		

10.1.5. Ngoại ngữ không chuyên: 20 tín chỉ

STT	MÃ MÔN HỌC	TÊN MÔN HỌC	TÍN CHỈ			
			TỔNG CỘNG	LÝ THUYẾT	TH/TN	GHI CHÚ
1	ENG1001	Tiếng Anh thương mại 1	5	4	1	

2	ENG1002	Tiếng Anh thương mại 2	5	4	1	
3	ENG1003	Tiếng Anh thương mại 3	5	4	1	
4	ENG1004	Tiếng Anh thương mại 4	5	4	1	

10.1.6. Toán – Tin học – Khoa học tự nhiên: 02 tín chỉ

STT	MÃ MÔN HỌC	TÊN MÔN HỌC	TÍN CHỈ			
			TỔNG CỘNG	LÝ THUYẾT	TH/TN	KHÁC
Các môn học tự chọn (03 TC)			2	3		
1	MIS1004	Tin học ứng dụng	2	2		
2	GEN1107	Logic học	2	2		
3	MAT1004	Kinh tế lượng	3	2	1	

10.1.7. Khoa học pháp lý: 6 tín chỉ

STT	MÃ MÔN HỌC	TÊN MÔN HỌC	TÍN CHỈ			
			TỔNG CỘNG	LÝ THUYẾT	TH/TN	KHÁC
Các môn học bắt buộc: 6 TC			6	6		
1	LAW1001	Lý luận nhà nước và pháp luật	3	3		
2	LAW1501	Luật doanh nghiệp	3	3		

i Giáo dục thể chất: 5 tín chỉ

ii Giáo dục quốc phòng: 165 tiết (tương ứng với 8 tín chỉ)

10.2. Kiến thức giáo dục chuyên nghiệp: 84 TC (68 TC bắt buộc + 16 TC tự chọn)

10.2.1. Khối kiến thức cơ sở của khối ngành Kinh tế- Quản lý: 20 tín chỉ

STT	MÃ MÔN HỌC	TÊN MÔN HỌC	TÍN CHỈ			
			TỔNG CỘNG	LÝ THUYẾT	TH/TN	KHÁC
Các môn học bắt buộc			20			
1	MAT1002	Lý thuyết xác suất	2			
2	MAT1001	Toán cao cấp	5			
3	ACC1013	Nguyên lý kế toán	3			
4	FIN1101	Nguyên lý thị trường tài chính	3			
5	BUS 1200	Marketing căn bản (Môn học tài năng)	3			
6	MIS1005	Hệ thống thông tin kinh doanh	2			
7	COM1001	Kinh tế quốc tế	2			

10.2.2. Khối kiến thức cơ sở của nhóm ngành Quản lý: 12 tín chỉ

STT	MÃ MÔN HỌC	TÊN MÔN HỌC	TÍN CHỈ			
			TỔNG CỘNG	LÝ THUYẾT	TH/TN	KHÁC

		Các môn học bắt buộc	20			
1	ACC1023	Thống kê ứng dụng	3	2	1	
2	BUS1111 FIN1102	Quản trị tài chính (Tài chính doanh nghiệp)	3	2	1	
3	BUS1105	Quản trị chiến lược	3	2	1	
4	ACC1013	Kế toán tài chính	3	2	1	

10.2.3. Khối kiến thức chuyên sâu ngành: 52TC (39TC bắt buộc + 13TC tự chọn)

STT	MÃ MÔN HỌC	TÊN MÔN HỌC	TÍN CHỈ			
			TỔNG CỘNG	LÝ THUYẾT	TH/TN	GHI CHÚ
		Các môn học bắt buộc				
1	BUS 1202	Hành vi khách hàng (Môn học tài năng)	3	2	1	
2	BUS 1205	Quản trị Marketing (Môn học tài năng)	3	2	1	
3	BUS 1210	Nghiên cứu Marketing (Môn học tài năng)	3	2	1	
4	BUS 1206	Quản trị thương hiệu	3	2	1	
5	BUS 1212	Marketing dịch vụ	3	2	1	
6	BUS 1213	Marketing quốc tế	3	2	1	
7	BUS 1217	Marketing điện tử (Môn học tài năng)	3	2	1	
8	BUS 1308	Kỹ năng bán hàng	3	2	1	
9	BUS 1207	Quản trị truyền thông	3	2	1	
10	BUS 1209	Quản trị quan hệ khách hàng	3	2	1	
11	BUS 1301	Văn hóa doanh nghiệp	3	2	1	
12	BUS 1103	Quản trị nguồn nhân lực	3	2	1	
		Các môn học tự chọn				
1	BUS 1116	Quản trị bán hàng	3	2	1	
2	BUS 1208	Quản trị kênh phân phối	3	2	1	
3	BUS 1313	Quan hệ công chúng	2	1	1	
4	BUS 1314	Quảng cáo và khuyến mãi	2	1	1	
5		Thương mại điện tử	2	1	1	
6	BUS 1305	Kỹ năng đàm phán trong kinh doanh	2	1	1	
7	COM1020	Quản trị đa văn hóa	3	2	1	
8	BUS1113	Quản trị kinh doanh toàn cầu	3	2	1	
9	LAW1502	Luật hợp đồng	3	2	1	
10	LAW1504	Luật sở hữu trí tuệ	3	2	1	
11	GEN1109	Tâm lý và nghệ thuật lãnh đạo (Môn học tài năng)	3			Bắt buộc SV chọn

1.2. Thực tập tốt nghiệp, khóa luận tốt nghiệp: 10 tín chỉ

STT	MÃ MÔN HỌC	TÊN MÔN HỌC	TÍN CHỈ			
			TỔNG CỘNG	LÝ THUYẾT	TH/TN	GHI CHÚ
1	BUS1000	Thực tập	4			
2	BUS1001	Khóa luận tốt nghiệp	6			

Ghi chú:

- Tất cả sinh viên đều phải đi thực tập chuyên môn cuối khóa, hoàn tất báo cáo thực tập, tương đương 4 TC.
- Sinh viên làm Khóa luận tốt nghiệp thực hiện trong học kỳ 8. Khóa luận tốt nghiệp sẽ bảo vệ trước Hội đồng.

11) Danh mục các môn học tài năng:

STT	MÃ MÔN HỌC	TÊN MÔN HỌC	PHÂN MỞ RỘNG			
			ĐỒ ÁN/ĐỀ TÀI (ĐÁNH DẤU X VÀO MỘT TRONG HAI HÌNH THỨC SAU)		LÝ THUYẾT BỔ SUNG	THÍ NGHIỆM/ THỰC HÀNH BỔ SUNG
			LỚP RIÊNG	KHÔNG CÓ LỚP RIÊNG		
1	BUS 1100	Quản trị học (Management)		X		
2	BUS1217	Marketing điện tử (Electronic Marketing)		X		
3	BUS 1103	Quản trị nguồn nhân lực (Human Resource Management)		X		
4	BUS1210	Nghiên cứu marketing (Marketing Research)		X		
5	BUS 1200	Marketing căn bản (Fundamental Marketing)		X		
6	BUS 1205	Quản trị Marketing (Marketing Management)		X		
7	BUS1202	Hành vi khách hàng (Consumer Behavior)		X		
8	GEN1108	Phương pháp nghiên cứu khoa học	X			
9	GEN1109	Tâm lý và nghệ thuật lãnh đạo	X			

12) Kế hoạch giảng dạy: Theo từng học kỳ
HỌC KỲ I – 18TC

Stt	Mã MH	MÔN HỌC	Tín chỉ			Điều kiện tiên quyết	
			Tổng cộng	Lý thuyết	Thực hành	Tích lũy	Đã học và thi

		Môn học bắt buộc	16	16			
1	GEN1001	Những nguyên lý cơ bản của Mác-Lênin	5	5			
2	ECO1001	Kinh tế vi mô 1	3	3			
3	LAW1001	Lý luận nhà nước và pháp luật	3	3			
4	MAT1001	Toán cao cấp (5TC)	5	5			
		Môn học tự chọn	2	2			
5	GEN1101	Tâm lý học	2 môn chọn 1	2	2		
6	GEN1102	Nhập môn giao tiếp		2	2		
7	GEN1004	Giáo dục thể chất 1	3	3			

HỌC KỲ II – 18 TC

Stt	Mã MH	MÔN HỌC	Tín chỉ			Điều kiện tiên quyết	
			Tổng cộng	Lý thuyết	Thực hành	Tích lũy	Đã học và thi
		Môn học bắt buộc	14	14			
1	LAW1501	Luật doanh nghiệp	3	3			
2	ECO1002	Kinh tế vĩ mô 1	3	3			
3	ACC1013	Nguyên lý kế toán	3	3			
4	BUS 1100	Quản trị học căn bản (Môn học tìa năng)	3	3			
5	MAT1002	Lý thuyết xác suất	2	2			MAT1001
		Môn học tự chọn	4	4			
6	GEN1105	Văn hóa học	2 môn chọn 1	2	2		
7	GEN1106	Xã hội học		2	2		
8	GEN1103	Địa chính trị thế giới	2 môn chọn 1	2	2		
9	GEN1104	Quan hệ quốc tế		2	2		
10	GEN1005	Giáo dục thể chất 2	2	2			
11	GEN1006	Giáo dục QP (4 tuần)	165t				

HỌC KỲ III - 20TC

Stt	Mã MH	MÔN HỌC	Tín chỉ			Điều kiện tiên quyết	
			Tổng cộng	Lý thuyết	Thực hành	Tích lũy	Đã học và thi
		Môn học bắt buộc	15	15			
1	GEN1002	Đường lối cách mạng của ĐCSVN	3	3			
2	ACC1023	Kế toán tài chính	3	3			ACC1013
3	BUS 1200	Marketing căn bản (Môn học tài năng)	3	3			
4	FIN1101	Nguyên lý thị trường tài chính	3	3			ECO1001 ECO1002

5	MAT1003	Thống kê ứng dụng		3	3			MAT1001 MAT1002
		Môn học tự chọn		5				
6	GEN1108	Phương pháp nghiên cứu khoa học (Môn học tài năng)		3	3			Bắt buộc SV chọn
7	MIS1004	Tin học ứng dụng	3 môn chọn 1	2	2	1		
8	GEN1107	Logic học		2	3			
9	BUS 1303	Kỹ năng làm việc theo nhóm		2				
10	MAT1004	Kinh tế lượng (lich học sẽ được bố trí vào học kỳ 4)		3	2	1		MAT1001 MAT1002 MAT1003

HỌC KỲ IV (NĂM 2) – 15 TC

Stt	Mã MH	MÔN HỌC	Tín chỉ			Điều kiện tiên quyết	
			Tổng cộng	Lý thuyết	Thực hành	Tích lũy	Đã học và thi
		Môn học bắt buộc	12				
1	GEN1003	Tư tưởng Hồ Chí Minh	2	2			
2	COM1001	Kinh tế quốc tế	2	2			
3	BUS 1111 FIN1102	Quản trị tài chính (Tài chính doanh nghiệp)	3	3			FIN1101
4	MIS1005	Hệ thống thông tin kinh doanh	2	1	1		
5	BUS 1105	Quản trị chiến lược	3	3			BUS 1100 BUS 1200 BUS 1202 BUS 1210
		Môn học tự chọn chuyên sâu (nếu có)	3				
7	COM1020	Quản trị đa văn hóa	3	Chọn 1 trong 2			
8	BUS 1113	Quản trị kinh doanh toàn cầu	3				

HỌC KỲ V (NĂM 3) – 21 TC

Stt	Mã MH	MÔN HỌC	Tín chỉ			Điều kiện tiên quyết	
			Tổng cộng	Lý thuyết	Thực hành	Tích lũy	Đã học và thi
		Môn học bắt buộc	15				
1	BUS 1205	Quản trị Marketing (Môn tài năng)	3				BUS 1200 BUS 1202
2	BUS 1202	Hành vi khách hàng (Môn tài năng)	3				BUS 1100 BUS 1200
3	BUS 1103	Quản trị nguồn nhân lực (Môn tài năng)	3				BUS 1100

4	BUS 1210	Nghiên cứu Marketing (Môn tài năng)	3				BUS 1200 BUS 1202
5	BUS 1301	Văn hóa doanh nghiệp	3				BUS 1100 BUS 1105
		Môn học tự chọn chuyên sâu (nếu có)	6				
6	LAW1502	Luật hợp đồng	3	Chọn 1 trong 2			
7	LAW1504	Luật sở hữu trí tuệ	3				
9	GEN1109	Tâm lý và nghệ thuật lãnh đạo (Môn học tài năng)	3				Bắt buộc SV chọn

HỌC KỲ VI (NĂM 3) – 18 TC

Stt	Mã MH	MÔN HỌC	Tín chỉ			Điều kiện tiên quyết	
			Tổng cộng	Lý thuyết	Thực hành	Tích lũy	Đã học và thi
		Môn học bắt buộc	15				
1	BUS 1206	Quản trị thương hiệu	3	2	1		BUS 1205 BUS 1202
2	BUS 1212	Marketing dịch vụ	3	2	1		BUS 1200
3	BUS 1213	Marketing quốc tế	3	2	1		BUS 1200 BUS 1202
4	BUS 1217	Marketing điện tử (Môn học tài năng)	3	2	1		BUS 1200 BUS 1202
5	BUS 1308	Kỹ năng bán hàng	3	2	1		BUS 1200 BUS 1202
		Môn học tự chọn chuyên sâu (nếu có)	3				
6	BUS 1116	Quản trị bán hàng	3	Chọn 1 trong 2			BUS 1100 BUS 1200 BUS 1111
7	BUS 1208	Quản trị kênh phân phối	3				BUS 1100

HỌC KỲ VII (NĂM 4) - 10 TC

Stt	Mã MH	MÔN HỌC	Tín chỉ			Điều kiện tiên quyết	
			Tổng cộng	Lý thuyết	Thực hành	Tích lũy	Đã học và thi
		Môn học bắt buộc	6				
1	BUS 1207	Quản trị truyền thông	3	2	1		BUS 1205 BUS 1202
2	BUS 1215	Marketing công nghiệp	3	2	1		BUS 1200 BUS 1202
		Môn học tự chọn chuyên sâu (nếu có)	4				

3	BUS 1313	Quan hệ công chúng	2	Chọn 1 trong 2		BUS 1200 BUS 1202
4	BUS 1305	Kỹ năng đàm phán trong kinh doanh	2			BUS 1100 BUS 1200
5	BUS 1314	Quảng cáo & Khuyến mãi	2	Chọn 1 trong 2		BUS 1200 BUS 1202
6		Thương mại điện tử	2			

HỌC KỲ VIII (NĂM 4): 10 TC

Stt	Mã MH	MÔN HỌC	Tín chỉ			Điều kiện tiên quyết	
			Tổng cộng	Lý thuyết	Thực hành	Tích lũy	Đã học và thi
1	BUS 1000	Thực tập tốt nghiệp	4		4		
2	BUS 1001	Khóa luận tốt nghiệp	6		6		

KHỐI KIẾN THỨC NGOẠI NGỮ: 20 TC

Stt	Mã MH	MÔN HỌC	Tín chỉ			Điều kiện tiên quyết	
			Tổng cộng	Lý thuyết	Thực hành	Tích lũy	Đã học và thi
1	ENG1001	Tiếng Anh thương mại 1	5	4	1		Đầu vào A2
2	ENG1002	Tiếng Anh thương mại 2	5	4	1		ENG1001
3	ENG1003	Tiếng Anh thương mại 3	5	4	1		ENG1002
4	ENG1004	Tiếng Anh thương mại 4	5	4	1		ENG1003

13) KHỐI TỰ CHỌN MỞ RỘNG (chọn 12 tín chỉ theo khối tự chọn mở rộng)

Chương trình giáo dục: Quản trị kinh doanh, Marketing (chọn 12 TC)

Stt	Mã MH	MÔN HỌC	Tín chỉ			Điều kiện tiên quyết	
			Tổng cộng	Lý thuyết	Thực hành	Tích lũy	Đã học và thi
1	BUS 1103	Quản trị nguồn nhân lực	3	Chọn 3 trong 5 môn			
2	BUS 1105	Quản trị chiến lược	3				
3	BUS 1205	Quản trị marketing	3				
4	BUS 1207	Quản trị truyền thông	3				
5	BUS 1210	Nghiên cứu marketing	3				
6	BUS 1300	Nghệ thuật lãnh đạo	3	Chọn 1			

7	BUS 1308	Kỹ năng bán hàng	3	trong 2 môn		
---	----------	------------------	---	-------------	--	--

Chương trình giáo dục: Kinh tế học(chọn 12 TC)

Stt	MÃ MH	MÔN HỌC	Tín chỉ			Điều kiện tiên quyết	
			Tổng cộng	Lý thuyết	Thực hành	Tích lũy	Đã học và thi
1	ECO1011	Kinh tế vi mô 2	4	4			
2	ECO1012	Kinh tế vĩ mô 2	4	4			
3	ECO1014	Kinh tế phát triển	4	4			
4	ECO1008	Kinh tế công	3	3			
5	ECO1013	Kinh tế lao động	3	3			

Chương trình giáo dục: Kinh tế và quản lý công (chọn 12 TC)

Stt	MÃ MH	MÔN HỌC	Tín chỉ			Điều kiện tiên quyết	
			Tổng cộng	Lý thuyết	Thực hành	Tích lũy	Đã học và thi
1	ECO1022	Kinh tế công 2	2	2			
2	ECO1023	Chính sách công	4	4			
3	ECO1025	Quản lý công	3	3			
4	ECO1014	Kinh tế phát triển	3	3			
5	ECO1009	Kinh tế tài nguyên và môi trường	3	3			
6	ECO1008	Kinh tế lao động	3	3			

Chương trình giáo dục: Kinh tế đối ngoại (chọn 12 TC)

Stt	MÃ MH	MÔN HỌC	Tín chỉ			Điều kiện tiên quyết	
			Tổng cộng	Lý thuyết	Thực hành	Tích lũy	Đã học và thi
1	LAW1510	Luật thương mại quốc tế	3	3			
2	COM1011	Logistics	3	3			
3	COM1002	Kinh tế đối ngoại	3	3			
4	COM1009	Vận tải và bảo hiểm quốc tế	3	3			

5	COM1006	Kỹ thuật nghiệp vụ ngoại thương	3	3			
---	---------	---------------------------------	---	---	--	--	--

Chương trình giáo dục: Kinh doanh quốc tế (chọn 12 TC)

Stt	MÃ MH	MÔN HỌC	Tín chỉ			Điều kiện tiên quyết	
			Tổng cộng	Lý thuyết	Thực hành	Tích lũy	Đã học và thi
1	COM1020	Quản trị đa văn hoá	3	3			
2	COM1005	Kinh doanh quốc tế	3	3			
3	COM1004	Đàm phán kinh doanh quốc tế	3	3			
4	COM1007	Tài chính quốc tế	3	3			
5	COM1015	Đầu tư quốc tế	3	3			

Chương trình giáo dục: Ngân hàng (chọn 12 TC)

ST T	MÃ MH	MÔN HỌC	Tín chỉ			Điều kiện tiên quyết	
			Tổng cộng	Lý thuyết	Thực hành	Tích lũy	Đã học và thi
1	FIN1201	Tiền tệ ngân hàng	3	3			
2	FIN1207	Quản trị ngân hàng	3	3			
3	FIN1203	Ngân hàng thương mại	3	3			
4	FIN1206	Ngân hàng thương mại nâng cao	3	3			
5	FIN1106	Quản trị tài chính nâng cao	3	3			
6	FIN1105	Đầu tư tài chính	3	3			

Chương trình giáo dục: Tài chính doanh nghiệp (chọn 12 TC)

ST T	MÃ MH	MÔN HỌC	Tín chỉ			Điều kiện tiên quyết	
			Tổng cộng	Lý thuyết	Thực hành	Tích lũy	Đã học và thi
1	FIN1106	Quản trị tài chính nâng cao	3	3			

2	FIN1105	Đầu tư tài chính	3	3			
3	FIN1109	Phân tích chứng khoán	3	3			
4	FIN1104	Thuế	3	3			
5	FIN1207	Quản trị ngân hàng	3	3			
6	FIN1203	Ngân hàng thương mại	3	3			

Chương trình giáo dục: Kế toán (chọn 12 TC)

Stt	MÃ MH	MÔN HỌC	Tín chỉ			Điều kiện tiên quyết	
			Tổng cộng	Lý thuyết	Thực hành	Tích lũy	Đã học và thi
1	ACC1023	Kế toán tài chính	4	4		ACC1013	
2	ACC1502	Lý thuyết kiểm toán	3	3			
3	ACC1063	Kế toán phần hành 1	3	3		ACC1013	
4	ACC1153	Thuế - thực hành và khai báo	3	3			
5	ACC1582	Phân tích báo cáo tài chính	2	2		ACC1034	

Chương trình giáo dục: Kiểm toán (chọn 12 TC)

Stt	MÃ MH	MÔN HỌC	Tín chỉ			Điều kiện tiên quyết	
			Tổng cộng	Lý thuyết	Thực hành	Tích lũy	Đã học và thi
1	ACC1033	Kế toán tài chính 1	3	3		ACC1013	
2	ACC1043	Kế toán tài chính 2	3	3		ACC1013	
3	ACC1503	Lý thuyết kiểm toán	3	3			
4	ACC1083	Kế toán quốc tế	3	3		ACC1013	
5	ACC1583	Phân tích báo cáo tài chính	3	3		ACC1034	

Chương trình giáo dục: Hệ thống thông tin quản lý (chọn 12 TC)
(sinh viên chọn 1 trong 2 nhóm)

Stt	MÃ MH	MÔN HỌC	Tín chỉ			Điều kiện tiên quyết	
			Tổng cộng	Lý thuyết	Thực hành	Tích lũy	Đã học và thi
Nhóm 1							

1	MIS1016	Tích hợp quy trình KD với các hệ thống ERP - P2	3	2	1	MIS1015	
2	MIS1022	Hệ thống thông tin kế toán	3	2	1		
3	ACC1503	Lý thuyết kiểm toán	3	2	1		
4	MIS1023	Kế toán tin học	3	2	1		
Nhóm 2							
1	MIS1024	Lập trình CSDL	3	2	1	MIS1011, MIS1007	
2	MIS1025	Thiết kế Web 2	3	2	1	MIS1012	
3	MIS1026	Phát triển ứng dụng mã nguồn mở	3	2	1	MIS1011, MIS1012	
4	MIS1016	Tích hợp quy trình KD với các hệ thống ERP - P2	3	2	1	MIS1015	

Chương trình giáo dục: Thương mại điện tử (chọn 12 TC)
(sinh viên chọn 1 trong 2 nhóm)

Stt	MÃ MH	MÔN HỌC	Tín chỉ			Điều kiện tiên quyết	
			Tổng cộng	Lý thuyết	Thực hành	Tích lũy	Đã học và thi
Nhóm 1							
1	MIS1021	Phân tích & Thiết kế quy trình nghiệp vụ	3	3			
2	MIS1015	Tích hợp quy trình KD với các hệ thống ERP	3	3			
3	MIS1016	Tích hợp quy trình KD với các hệ thống ERP - P2	3	3		MIS1015	
4	MIS1011	Cơ sở dữ liệu	3	3		MIS1006	MIS1007
Nhóm 2							
1	MIS1021	Phân tích & Thiết kế quy trình nghiệp vụ	3	3			
2	MIS1015	Tích hợp quy trình KD với các hệ thống ERP	3	3			
3	MIS1011	Cơ sở dữ liệu	3	3		MIS1006	MIS1007
4	MIS1033	Phân tích dữ liệu trong kinh doanh	3	3			MIS1011

Chương trình giáo dục: Luật kinh doanh; Luật thương mại quốc tế (chọn 12 TC)

Stt	MÃ MH	MÔN HỌC	Tín chỉ			Điều kiện tiên quyết	
			Tổng	Lý	Thực	Tích lũy	Đã

			cộng	thuyết	hành		học và thi
1	LAW1502	Luật hợp đồng	3	3			
2	LAW1504	Luật sở hữu trí tuệ	3	3			
3	LAW1503	Luật Thương mại	3	3			
4	LAW1505	Luật Đất đai	3	3			
5	LAW1508	Luật cạnh tranh	3	3			
6	LAW1518	Luật Kinh doanh quốc tế	3	3			

Chương trình giáo dục: Luật dân sự (chọn 12 TC)

Stt	MÃ MH	MÔN HỌC	Tín chỉ			Điều kiện tiên quyết	
			Tổng cộng	Lý thuyết	Thực hành	Tích lũy	Đã học và thi
1	LAW1101	Những vấn đề chung về luật dân sự	3	3			LAW1001
2	LAW1103	Nghĩa vụ ngoài hợp đồng	2	2			LAW1001 LAW1101 LAW1102
3	LAW1108	Pháp luật về tài sản trong gia đình	2	2			LAW1001 LAW1101 LAW1102 LAW1103 LAW1107
4	LAW1109	Tố tụng dân sự	3	3			LAW1001 LAW1101 LAW1102 LAW1103
5	LAW1114	Hợp đồng lao động và giải quyết tranh chấp	3	3			LAW1001 LAW1101 LAW1102 LAW1103 LAW1109 LAW1113

Chương trình giáo dục: Luật Tài chính – Ngân hàng (chọn 12 TC)

Stt	MÃ MH	MÔN HỌC	Tín chỉ			Điều kiện tiên quyết	
			Tổng cộng	Lý thuyết	Thực hành	Tích lũy	Đã học và thi
1	LAW1101	Những vấn đề chung về luật dân sự	3	3			LAW1001
2	LAW1201	Luật ngân hàng	3	3			LAW1001 LAW1101 LAW1102 LAW1103

3	LAW1206	Luật chứng khoán	3	3			LAW1001 LAW1101 LAW1102 LAW1103
4	LAW1212	Luật thuế	3	3			LAW1001 LAW1101 LAW1102 LAW1103 LAW1207

14) Mô tả vắn tắt nội dung và khối lượng các học phần:

1) Môn học: NHỮNG NGUYÊN LÝ CĂN BẢN CỦA CN MÁC-LÊNIN (FUNDAMENTAL PRINCIPLES OF MARXISM – LENINISM)

Thời lượng: 5 tín chỉ

Điều kiện tiên quyết: Không

Mô tả nội dung môn học:

Theo chương trình được ban hành theo Quyết định số 52/2008/QĐ-BGDĐT ngày 18 tháng 9 năm 2008 của Bộ Giáo dục và đào tạo.

2) Môn học: ĐƯỜNG LỐI CÁCH MẠNG CỦA ĐẢNG CỘNG SẢN VIỆT NAM (REVOLUTIONARY LINES OF THE VIETNAM COMMUNIST PARTY)

Thời lượng: 3 tín chỉ

Điều kiện tiên quyết: Những nguyên lý cơ bản của CN Mác Lê nin

Mô tả nội dung môn học:

Môn học nhằm trang bị cho sinh viên những nhận thức về: Vai trò của Đảng cộng sản Việt Nam trong quá trình xây dựng và bảo vệ đất nước, kinh nghiệm trong quá trình lãnh đạo cách mạng Việt Nam qua các thời kỳ. Đồng thời còn cung cấp toàn cảnh những đổi mới quan trọng về nhận thức và chính sách của Đảng từ năm 1986 trở lại đây qua các kì đại hội đảng.

Những bài học kinh nghiệm này là cơ sở để người học củng cố lòng yêu nước, lòng tự hào dân tộc và ý thức trách nhiệm của người học trong xây dựng niềm tin về sự lãnh đạo của Đảng trong bối cảnh hội nhập hiện nay.

3) Môn học: TƯ TƯỞNG HỒ CHÍ MINH (HO CHI MINH'S IDEOLOGY)

Thời lượng: 2 tín chỉ

Điều kiện tiên quyết: Những nguyên lý căn bản của CN Mác - Lê nin

Mô tả nội dung môn học:

Tư tưởng Hồ Chí Minh về dân tộc và cách mạng giải phóng dân tộc; chủ nghĩa xã hội và con đường quá độ lên CNXH ở Việt Nam; đại đoàn kết dân tộc, kết hợp sức mạnh dân tộc với sức mạnh của thời đại; Đảng Cộng sản Việt Nam; về-xây dựng nhà nước của dân, do dân, vì dân; đạo đức, nhân văn và văn hoá.

4) Môn học: LÝ LUẬN NHÀ NƯỚC VÀ PHÁP LUẬT (DOCTRINES OF STATE AND LAW)

Điều kiện tiên quyết: Không

Mô tả nội dung môn học:

Cung cấp cho sinh viên những kiến thức cơ bản về Nhà nước và pháp luật, hệ thống pháp luật của Việt Nam, các loại văn bản quy phạm pháp luật của nhà nước ta hiện nay cũng như vấn đề trách nhiệm thực hiện pháp luật của công dân và xử lý vi phạm. Qua đó giáo dục cho sinh viên ý thức trách nhiệm về chấp hành pháp luật của Đảng và nhà nước.

5) Môn học: ĐỊA CHÍNH TRỊ THẾ GIỚI (POLITIC POLICIES IN THE WORD)

Thời lượng kiến thức : 2 tín chỉ

Điều kiện tiên quyết: Không

Mô tả nội dung môn học:

Học phần cung cấp cho sinh viên những kiến thức cơ bản về những lý thuyết về Địa chính trị trên thế giới, qua đó phân tích, lý giải và nắm vững các sự kiện chính trị, diễn biến chính trị theo các khu vực địa lý từ không gian hẹp của một vùng, quốc gia, một khu vực (nhóm quốc gia) đến các châu lục và toàn cầu.

6) Môn học: QUAN HỆ QUỐC TẾ (INTERNATIONAL RELATIONS)

Thời lượng: 2 tín chỉ

Điều kiện tiên quyết: Không

Mô tả nội dung môn học:

Môn học này nhằm cung cấp cho sinh viên những kiến thức cơ sở về quan hệ quốc tế như đối tượng nghiên cứu, phương pháp nghiên cứu, các loại hình chủ thể quan hệ quốc tế và động lực tham gia quan hệ quốc tế của chúng, các công cụ được sử dụng trong quan hệ quốc tế, hệ thống quốc tế, những yếu tố bên trong và bên ngoài tác động tới quan hệ quốc tế, các hình thức và tính chất chủ yếu của quan hệ quốc tế như xung đột và chiến tranh hay hợp tác và hội nhập,...

Môn học cũng giới thiệu quá trình hình thành và phát triển môn học, các lý thuyết quan hệ quốc tế chủ yếu, những vấn đề lý luận và các quan niệm khác nhau về từng vấn đề trong nghiên cứu quan hệ quốc tế. Qua đó, môn học trang bị cơ sở lý luận và những phương pháp nghiên cứu quan hệ quốc tế, giúp sinh viên có khả năng phân tích các hiện tượng và vấn đề khác nhau trong thực tiễn quan hệ quốc tế.

7) Môn học: XÃ HỘI HỌC (SOCIOLOGY)

Thời lượng: 2 tín chỉ

Điều kiện tiên quyết: Không

Mô tả nội dung môn học:

Ngoài việc giới thiệu một số kiến thức lý luận, phương pháp luận, phương pháp nghiên cứu xã hội học..., môn học còn giúp sinh viên hiểu rằng xã hội là một hệ thống phong phú bởi nó bao gồm nhiều vấn đề phức tạp của xã hội hiện đại. Nội dung môn học gồm 14 chương, trình bày sơ lược về những điều kiện, tiền đề của sự ra đời ngành xã hội học, lịch sử hình thành và phát triển của khoa học này (từ chương 1 đến chương 3), những vấn đề cơ bản của xã hội học (từ chương 4 đến chương 12), các chuyên ngành xã hội học (chương 13) và phương pháp nghiên cứu xã hội học (chương 14).

8) Môn học: TÂM LÝ HỌC ĐẠI CƯƠNG (PSYCHOLOGY)

Thời lượng: 2 tín chỉ

Điều kiện tiên quyết: không

Mô tả nội dung môn học:

Môn học cung cấp kiến thức về các khái niệm hoạt động nhận thức, trí nhớ, đời sống tình cảm, hành động ý chí, nhân cách, giúp sinh viên hiểu rõ các yếu tố ảnh hưởng đến nhân cách con người.

9) Môn học: NHẬP MÔN GIAO TIẾP (BUSINESS COMMUNICATION INTRODUCTION)

Thời lượng: 03 tín chỉ

Điều kiện tiên quyết: Không

Nội dung môn học:

Trang bị cho sinh viên những kiến thức căn bản về các hình thức, phương tiện giao trong kinh doanh.

10) Môn học: VĂN HÓA HỌC (CULTURISM)

Thời lượng: 2 tín chỉ

Điều kiện tiên quyết: Không

Mô tả nội dung môn học:

Cùng với sự phát triển không ngừng của các ngành khoa học, kỹ thuật hiện đại, văn hoá trở thành nhịp cầu cho sự giao lưu, hợp tác trên tất cả các lĩnh vực. Môn học văn hoá học, trang bị cho người học những kiến thức và phương pháp tiếp cận sự hiểu biết văn hoá nói chung, cũng như cách thức tiếp cận các lĩnh vực chuyên sâu của văn hoá học nói riêng.

Môn học trang bị cho sinh viên các kiến thức, phương pháp học tập, nghiên cứu sau:

- Phương pháp, đối tượng nghiên cứu văn hoá học.
- Khái niệm văn hoá, văn minh, các trào lưu, trường phái văn hoá học.
- Phương pháp ứng dụng văn hoá học trong kinh tế, du lịch.

- Chủ trương, chính sách văn hoá, văn hoá học trong bối cảnh mới.

11) Môn học: ANH VĂN (ENGLISH)

Thời lượng: 24 tín chỉ

Điều kiện tiên quyết: Không

Mô tả nội dung môn học:

Trang bị cho người học các kỹ năng và ngôn ngữ (language skills) gồm có các kỹ năng nghe, nói, đọc, viết để khi ra trường sinh viên có khả năng giao tiếp bằng tiếng Anh trong môi trường làm việc. Thông qua các kỹ năng về ngôn ngữ và các hoạt động đa dạng trong lớp, trang bị cho người học các kỹ năng giao tiếp trong kinh doanh (business communication skills) là phần thuộc về các kỹ năng mềm (soft skills) rất cần để có thể làm việc có hiệu quả trong môi trường thương mại

Mục tiêu môn học:

Khối kiến thức cơ bản 1: Trang bị các kỹ năng nghe, nói, đọc, viết cơ bản để có thể giao tiếp đơn giản ở môi trường làm việc. Trình độ sơ cấp, hướng đến tương ứng với mức trình độ CEFR A2.

Khối kiến thức cơ bản 2: Phát triển các kỹ năng nghe, nói, đọc, viết lên mức có thể giao tiếp một cách độc lập trong một số tình huống hạn chế. Trình độ sơ trung cấp, hướng đến tương ứng với mức trình độ CEFR B1+.

Khối kiến thức anh văn thương mại: Phát triển các kỹ năng nghe, nói, đọc, viết lên mức có thể giao tiếp một cách độc lập trong một số tình huống thương mại. Trình độ trung cấp, hướng đến tương ứng với TOEIC 500, IELTS 6.5 – 7.0.

12) Môn học: TOÁN CAO CẤP (ADVANCED MATHEMATICS)

Thời lượng: 5 tín chỉ

Điều kiện tiên quyết: không

Mô tả nội dung môn học:

Trang bị cho sinh viên các công cụ toán học về vi phân, tích phân, ma trận, định thức làm cơ sở để ứng dụng trong tính toán và phân tích các mô hình toán kinh tế.

13) Môn học: LÝ THUYẾT XÁC SUẤT (PROBABILITY AND STATISTICS)

Thời lượng: 2 tín chỉ

Điều kiện tiên quyết: Toán cao cấp

Mô tả nội dung môn học:

Kết thúc môn học, sinh viên nắm được các phương pháp thống kê cơ bản, phân tích được các chỉ số thống kê được áp dụng trong một số môn học định lượng, đồng thời, sinh viên có thể vận dụng được các phương pháp thống kê và phân tích này vào các nghiên cứu về kinh tế - xã hội.

14) Môn học: THỐNG KÊ ỨNG DỤNG (APPLIED STATISTICS)

Thời lượng: 3 tín chỉ

Điều kiện tiên quyết: Toán cao cấp, Lý thuyết xác suất

Mô tả nội dung môn học:

Cung cấp một cách có hệ thống về lý thuyết và áp dụng thực tế các phương pháp điều tra thống kê bao gồm việc thu thập thông tin ban đầu về các hiện tượng kinh tế – xã hội và việc xử lý các thông tin đã thu thập; áp dụng các phương pháp phân tích kinh tế – xã hội làm cơ sở cho dự đoán các mức độ của hiện tượng trong tương lai nhằm giúp cho các quyết định trong quản lý kinh tế

14) Môn học: PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU KHOA HỌC

Thời lượng: 2 tín chỉ

Điều kiện tiên quyết: Toán cao cấp, Lý thuyết xác suất

Nội dung môn học:

Môn “Phương pháp nghiên cứu khoa học” được giảng dạy với các nội dung chính: nghiên cứu, các bước tiến hành một nghiên cứu, các phương pháp nghiên cứu định lượng và nghiên cứu định tính, các phương pháp thu thập thông tin, dữ liệu và các phương pháp phân tích số liệu phục vụ nghiên cứu, các nội dung và trình tự nội dung của một báo cáo nghiên cứu như luận văn, và giới thiệu những vấn đề nghiên cứu kinh tế trên các khía cạnh vĩ mô và vi mô. Trong các nội dung trình bày sẽ có các thảo luận về bài tập tình huống có liên quan, đồng thời gợi ý các chuyên đề (tiểu luận) có thể vận dụng phương pháp được học như thế nào.

16) Môn học: TIN HỌC ỨNG DỤNG (GENERAL INFORMATICS)

Thời lượng: 3 tín chỉ

Điều kiện tiên quyết: Toán cao cấp

Mô tả nội dung môn học:

Cung cấp cho sinh viên những kiến thức tin học căn bản về thông tin – quản lý thông tin, hệ điều hành và phần mềm hỗ trợ, internet, và một số ứng dụng cơ bản để sinh viên có thể sử dụng trong học tập như tra cứu thông tin, soạn thảo văn bản...

17) Môn học: LOGIC HỌC (SCIENCE OF LOGIC)

Thời lượng: 3 tín chỉ

Điều kiện tiên quyết: Không

Mô tả nội dung môn học:

Môn học trang bị cho sinh viên những hiểu biết cơ bản về vai trò của logic học trong cuộc sống cũng như tìm hiểu các hình thức, nguyên tắc, quy luật cơ bản của tư duy như phán đoán, suy luận, luật nhân quả, luật triệt tam. Những kiến thức về logic học sẽ

tạo điều kiện cho người học vận dụng liên kết trong đánh giá các hiện tượng và quá trình kinh tế.

18) Môn học: KINH TẾ LƯỢNG (ECOMOMETRIC)

Thời lượng: 3 tín chỉ

Điều kiện tiên quyết: TCC, LTXS, TKUD

Mô tả nội dung môn học:

Môn học này giới thiệu phương pháp sử dụng các mô hình, dữ liệu và các phép phân tích để giúp sinh viên có khả năng hiểu và mô tả được các hiện tượng của kinh tế xã hội nhằm hoạch định các chính sách / chiến lược có cơ sở khoa học rõ ràng. Cụ thể hơn, môn học sẽ giới thiệu những phương pháp chuẩn để ước lượng các quan hệ giữa những yếu tố kinh tế được quan sát và kiểm định các giả thiết về các quan hệ đó.

19) Môn học: KINH TẾ VI MÔ (MICROECONOMICS)

Thời lượng: 3 tín chỉ

Điều kiện tiên quyết: Toán cao cấp

Mô tả nội dung môn học:

Trang bị cho sinh viên những lý thuyết, nguyên lý cơ bản về kinh tế vi mô trong nền kinh tế thị trường có sự điều tiết của nhà nước. Giúp sinh viên hiểu được hành vi của các doanh nghiệp, các cá nhân trong hoạt động sản xuất kinh doanh và tiêu dùng. Tạo cho sinh viên cách thức phân tích và mô tả các hoạt động kinh tế, ứng dụng các kỹ thuật thống kê và toán kinh tế, các lý thuyết để xây dựng các mô hình kinh tế.

20) Môn học: KINH TẾ VĨ MÔ (MACROECONOMICS)

Thời lượng: 4 tín chỉ

Điều kiện tiên quyết: Toán cao cấp và Kinh tế học vi mô

Mô tả nội dung môn học:

Trang bị cho sinh viên những lý thuyết, nguyên lý cơ bản về kinh tế vĩ mô trong nền kinh tế thị trường có sự điều tiết của chính phủ. Giúp sinh viên nắm được những công cụ chính sách kinh tế vĩ mô để điều tiết và ổn định hoá nền kinh tế.

21) Môn học: KINH TẾ HOẶC QUỐC TẾ

Thời lượng: 3 tín chỉ

Điều kiện tiên quyết: Kinh tế học vi mô, Kinh tế học vĩ mô.

Nội dung môn học:

Cung cấp những kiến thức nâng cao cho sinh viên về kinh tế học quốc tế. Trên cơ sở đó, cung cấp những kiến thức làm cơ sở lý luận cho việc nghiên cứu các môn học thuộc lĩnh vực kinh tế đối ngoại và để hoạch định chính sách phát triển quan hệ kinh tế quốc tế của VN.

22) Môn học: GIÁO DỤC THỂ CHẤT (PHYSICAL EDUCATION)

Thời lượng: 5 tín chỉ

Mô tả nội dung môn học:

Sinh viên nắm được các nguyên tắc và phương pháp luyện tập thể dục thể thao và tác dụng của việc luyện tập này đối với sự phát triển của cơ thể; các kỹ thuật và các luật qui định đối với một số môn thể thao như chạy cự ly trung bình, bóng chuyền,...

23) Môn học: GIÁO DỤC QUỐC PHÒNG (NATIONAL DEFENCE AND SECURITY EDUCATION)

Thời lượng: 8 tín chỉ (165 tiết)

Điều kiện tiên quyết: Không

Mô tả nội dung môn học:

Cung cấp cho sinh viên một số kiến thức cơ bản về đường lối quân sự của một quốc gia, các kỹ thuật và chiến thuật cơ bản trong quân sự, và vai trò của chính trị quân sự trong quá trình phát triển kinh tế xã hội của một quốc gia. Kết thúc môn học, sinh viên nâng cao nhận thức về vấn đề an ninh quốc phòng và có ý thức trong việc bảo vệ an ninh quốc gia.

24) Môn học: MARKETING CĂN BẢN (FUNDAMENTALS OF MARKETING)

Thời lượng: 3 tín chỉ

Điều kiện tiên quyết: Kinh tế học vi mô, Quản trị học

Mô tả nội dung môn học:

Trang bị cho sinh viên kiến thức cơ bản về thị trường, sản phẩm và hành vi của người tiêu dùng.

Cung cấp cho sinh viên phương pháp nghiên cứu thị trường; phương pháp định giá thương hiệu, chiến lược xây dựng và quảng bá thương hiệu; cách thức tổ chức kênh phân phối và dịch vụ khách hàng; cách thức tổ chức xây dựng kế hoạch, thực hiện và kiểm soát Marketing hàng năm.

25) Môn học: QUẢN TRỊ HỌC CĂN BẢN (PRINCIPLES OF MANAGEMENT)

Thời lượng: 3 tín chỉ

Điều kiện tiên quyết: Sinh viên nắm kiến thức cơ bản về xã hội, kinh tế

Mô tả nội dung môn học:

Kết thúc môn học, sinh viên hiểu được chức năng và vai trò của một nhà quản trị, phân tích được ảnh hưởng của các yếu tố trong môi trường nội sinh và môi trường ngoại sinh đến việc ra quyết định của nhà quản trị, cách thức hoạch định, tổ chức và ra quyết định của nhà quản trị. Sinh viên có thể vận dụng các kiến thức cơ bản này vào một số lĩnh vực quản trị cơ bản như quản trị nguồn nhân lực, quản trị thông tin.

26) Môn học: QUẢN TRỊ TÀI CHÍNH (FINANCE MANAGEMENT)

Thời lượng: 4 tín chỉ

Điều kiện tiên quyết: Kinh tế vi mô, Kinh tế vĩ mô, Kế toán đại cương, Lý thuyết tài chính tiền tệ; Quản trị học.

Mô tả nội dung môn học:

Môn học quản trị tài chính cung cấp các nội dung cơ bản về quản trị tài chính trong doanh nghiệp và lý thuyết định giá tài sản tài chính, trong đó tập trung vào quyết định đầu tư và quản lý vốn lưu động. Môn học đặt trọng tâm vào việc đảm bảo cho sinh viên vừa hiểu một cách trực quan, vừa nắm bắt một cách chặt chẽ những lý thuyết nền tảng về quản trị tài chính và cách thức ứng dụng các nội dung đó vào trong thực tiễn. Các nội dung chính gồm: tổng quan về tài chính doanh nghiệp; phân tích và hoạch định tài chính; quan hệ giữa rủi ro và tỷ suất lợi nhuận; ước lượng dòng tiền đánh giá hiệu quả tài chính dự án đầu tư; chính sách vốn lưu động, quản trị tài sản lưu động và nguồn tài trợ ngắn hạn.

27) Môn học: NGUYÊN LÝ KẾ TOÁN (KẾ TOÁN ĐẠI CƯƠNG) (PRINCIPLES OF ACCOUNTING)

Thời lượng: 3 tín chỉ

Điều kiện tiên quyết: Sinh viên có kiến thức cơ bản về Tin học

Mô tả nội dung môn học:

Sinh viên nắm được nguyên tắc kế toán căn bản, các vấn đề liên quan đến sổ sách và chứng từ kế toán, phương pháp kế toán quá trình sản xuất kinh doanh. Trên cơ sở đó, sinh viên có thể vận dụng các nguyên tắc cơ bản này để lập các bảng báo cáo kế toán như bảng cân đối kế toán, báo cáo kết quả sản xuất kinh doanh.

28) Môn học: VĂN HÓA DOANH NGHIỆP (BUSINESS CULTURE)

Thời lượng: 3 tín chỉ

Điều kiện tiên quyết: Triết học, Quản trị học; Quản trị chiến lược.

Mô tả nội dung môn học:

Người học sẽ được trang bị những kiến thức tổng quan về văn hóa, văn hóa doanh nghiệp; văn hóa kinh doanh, chức năng của văn hóa trong kinh doanh của doanh nghiệp; các phương diện hay nội dung cơ bản của văn hóa doanh nghiệp

Người học sẽ được học những kiến thức về những đặc điểm văn hóa của các dân tộc trên thế giới dựa trên các chiều kích văn hóa là cội rễ của các hành xử của doanh nghiệp (dimensions) được nghiên cứu bởi các nhà nghiên cứu lớn về văn hóa chủ yếu là của 2 cây đại thụ người Hà Lan là Geert Hofstede và Fons Trompenaars và một học giả Mỹ là Edgar Schein mà hầu như trường đại học nào cũng sử dụng trong chương trình quản trị kinh doanh của mình

29) Môn học: KỸ NĂNG BÁN HÀNG (SELLING SKILLS)

Thời lượng: 3 tín chỉ

Điều kiện tiên quyết: Không

Mô tả nội dung môn học: Môn học kỹ năng bán hàng bao gồm các nội dung kiến thức cốt lõi mà sinh viên cần nắm vững là: xác định rõ mục tiêu nghề nghiệp của một nhân viên bán hàng chuyên nghiệp; cách thức xây dựng mục tiêu bán hàng; các bước tiếp cận khách hàng; kỹ năng trình bày và bán hàng; kỹ năng thuyết phục khách hàng; kỹ năng bán hàng theo chuỗi giá trị; kỹ năng bán hàng theo phương pháp Bommerang; kỹ năng đối phó với các khước từ của khách hàng; kỹ năng trưng bày hàng hóa; kỹ năng giao tiếp, kỹ năng viết thư và trả lời điện thoại trong bán hàng v.v.

30) Môn học: KỸ NĂNG LÀM VIỆC NHÓM (TEAMWORK SKILLS)

Thời lượng: 2 tín chỉ

Điều kiện tiên quyết: Quản trị học, Marketing căn bản,

Mô tả nội dung môn học:

Kỹ năng làm việc nhóm là một trong những kỹ năng mềm rất cần thiết trong cuộc sống hàng ngày cũng như trong công việc. Muốn có kỹ năng làm việc nhóm tốt, các sinh viên phải hiểu rõ các lý thuyết cơ bản và bản chất quá trình nhóm làm việc, đồng thời các sinh viên phải áp dụng, phải quan sát và trải nghiệm thực tế để tự rút ra các bài học. Sinh viên sẽ có thể áp dụng được các kỹ năng làm việc nhóm vào quá trình học tập; thành lập, xây dựng nhóm, phân công công việc hợp lý; xây dựng được quy tắc làm việc chung trong nhóm; biết cách áp dụng các nguyên tắc và các kỹ năng cơ bản trong làm việc nhóm; thực hành được một số kỹ năng làm việc nhóm như: Kỹ năng giải quyết vấn đề, kỹ năng xử lý mâu thuẫn, kỹ năng tổ chức cuộc họp, kỹ năng lãnh đạo, kỹ năng trình bày; và duy trì được tinh thần làm việc đồng đội hiệu quả. Môn học này phục vụ cho rất nhiều đối tượng như làm việc trong lĩnh vực kinh doanh, hành chính, trong nhóm công tác xã hội, làm việc với cộng đồng, ... Đặc biệt đối với sinh viên, kỹ năng làm việc nhóm sẽ giúp sinh viên hòa nhập nhanh chóng với môi trường làm việc sau khi tốt nghiệp và thăng tiến sự nghiệp.

31) Môn học: HÀNH VI KHÁCH HÀNG (CONSUMER BEHAVIOR)

Thời lượng: 3 tín chỉ

Điều kiện tiên quyết: Marketing căn bản, Quản trị học.

Mô tả nội dung môn học:

Hiểu biết sâu sắc và khoa học về hành vi khách hàng, giúp cho các nhà quản trị đưa ra những quyết định Marketing tốt hơn, nhằm trở thành nhà quản trị Marketing hiệu quả. Nâng cao sự hiểu biết về một khía cạnh quan trọng của hành vi con người. Tìm hiểu những nhân tố tác động đến hành vi mua sắm của khách hàng. Phân tích tác động của hành vi khách hàng đối với chiến lược marketing

32) Môn học: NGHIÊN CỨU MARKETING (MARKETING RESEARCH)

Thời lượng: 3 tín chỉ

Điều kiện tiên quyết: Marketing căn bản

Mục tiêu môn học:

Nội dung mô tả môn học:

Nghề Marketing đòi hỏi người tham gia phải có khả năng đánh giá thông tin được thu thập thông qua nghiên cứu thị trường để đưa ra quyết định.

Học phần Nghiên cứu Marketing phân tích các phương pháp chính trong thực hiện hoạt động nghiên cứu marketing. Bao gồm: tiến trình nghiên cứu marketing, số liệu thứ cấp và sơ cấp, mục đích nghiên cứu, thu thập số liệu, phân tích số liệu và các phương pháp thống kê và ứng dụng vào chuỗi marketing mix. Chương trình thống kê SPSS statistical và ứng dụng trong marketing. Đến cuối khóa học sinh viên có thể: thiết kế được một chương trình nghiên cứu để đạt được mục tiêu nghiên cứu cụ thể, xác định được kỹ thuật nghiên cứu Marketing phù hợp cho mục tiêu nghiên cứu cụ thể, phân tích kết quả nghiên cứu, giải thích kết quả nghiên cứu và đưa ra các kiến nghị giải pháp Marketing phù hợp.

33) Môn học: QUẢN TRỊ CHIẾN LƯỢC (STRATEGIC MANAGEMENT)

Thời lượng: 3 TC

Điều kiện tiên quyết: Quản trị nguồn nhân lực, Quản trị sản xuất, Quản trị rủi ro

Mô tả nội dung môn học

Giới thiệu nguồn gốc chiến lược, các khái niệm về chiến lược và quản trị chiến lược cũng như vai trò vị trí và mối quan hệ của quản trị chiến lược với các lĩnh vực khác trong hoạt động kinh doanh của mỗi tổ chức. Ý nghĩa, vai trò và ứng dụng được tầm nhìn, sứ mạng và mục tiêu doanh nghiệp.

Phân tích về môi trường kinh doanh, phân tích nội bộ doanh nghiệp, lợi thế cạnh tranh để từ đó xây dựng chiến lược kinh doanh tối ưu cho doanh nghiệp. Tổ chức triển khai thực hiện chiến lược nhằm đạt hiệu quả cao trong quản trị. Hoạt động kiểm tra trong quản trị, những nội dung cần được kiểm tra và các hoạt động điều chỉnh sau kiểm tra. Khám phá năng lực bản thân để sẵn sàng cho việc trở thành nhà quản trị chiến lược thành công trong tương lai.

34) Môn học: QUẢN TRỊ NGUỒN NHÂN LỰC (HUMAN RESOURCES MANAGEMENT)

Thời lượng: 3 tín chỉ

Điều kiện tiên quyết: Quản trị học.

Mô tả nội dung môn học:

Nguồn nhân lực là nguồn lực quan trọng nhất của bất kỳ tổ chức nào, do đó quản trị nguồn nhân lực đóng vai trò quan trọng hàng đầu đối với thành công của tổ chức. Làm

thể nào để quản lý những con người trong một doanh nghiệp? Môn học Quản trị Nguồn nhân lực sẽ giúp sinh viên nhiều được những kiến thức cơ bản và những kỹ năng để thực hành quản trị nguồn nhân lực. Sinh viên sẽ có thể tuyển dụng nhân viên mới; đào tạo, phát triển, đánh giá kết quả làm việc và trả công cho người lao động; và duy trì một môi trường làm việc tốt cho cả đời sống người lao động và việc tăng năng suất lao động của công ty.

Môn học này không chỉ dành cho những sinh viên mong muốn làm chuyên sâu về quản trị nguồn nhân lực, mà dành cho tất cả những ai đang và sẽ làm quản lý từ cấp thấp tới cấp cao trong mọi doanh nghiệp và các tổ chức khác. Với hiểu biết đầy đủ về quản trị nguồn nhân lực, các nhà quản lý sẽ khai thác hiệu quả tất cả các nguồn lực còn lại trong một tổ chức.

35) Môn học: KỸ NĂNG ĐÀM PHÁN KINH DOANH (BUSINESS NEGOCIATION)

Thời lượng: 3 tín chỉ

Môn học tiên quyết: Quản trị nguồn nhân lực, Nghệ thuật lãnh đạo

Mô tả nội dung môn học:

Môn học đàm phán kinh doanh doanh trang bị cho sinh viên chuyên ngành kinh tế đối ngoại những kiến thức cơ bản về lý luận và phương pháp luận, kỹ năng về đàm phán kinh doanh với các nội dung: các kỹ thuật và kỹ năng đàm phán kinh doanh, nhận thức và hiểu biết sâu sắc về nghệ thuật đàm phán.

36) Môn học: LUẬT HỢP ĐỒNG (CONTRACT LAW)

Thời lượng: 3 tín chỉ

Điều kiện tiên quyết: Pháp luật đại cương, Luật thương mại

Mô tả nội dung môn học:

Môn học “Lý luận về hợp đồng” bao gồm các nội dung cơ bản liên quan đến tất cả các loại hợp đồng như khái niệm, đặc điểm, hiệu lực, trình tự ký kết, thực hiện, thay đổi và trách nhiệm do vi phạm hợp đồng. Các nội dung này sẽ được phân tích kỹ trên cơ sở so sánh các quy định của pháp luật Việt Nam với pháp luật các nước, đối chiếu với thực tiễn thông qua các ví dụ cụ thể. Môn học cung cấp cho sinh viên những kiến thức cơ bản về lý luận và thực tiễn về hợp đồng và pháp luật hợp đồng; khả năng lập luận, lắng nghe với tư duy phản biện.

37) Môn học: LUẬT SỞ HỮU TRÍ TUỆ (INTELLECTUAL PROPOERTY LAW)

Thời lượng: 3 tín chỉ

Điều kiện tiên quyết: Pháp luật đại cương

Mô tả nội dung môn học:

Giúp sinh viên biết và hiểu được vai trò của tài sản trí tuệ trong nền kinh tế và biết cách vận dụng quy định của pháp luật để làm tăng giá trị của tài sản trí tuệ; Giúp sinh viên có thể sử dụng đúng các thuật ngữ pháp lý; Giúp sinh viên áp dụng kiến thức vào việc giải quyết tình huống; Hỗ trợ sinh viên phân tích, đánh giá quy định của pháp luật; Giúp sinh viên có ý thức và biết cách chấp hành pháp luật và hướng dẫn cho những người khác.

Môn học giới thiệu những vấn đề lý luận chung về sở hữu trí tuệ, tài sản trí tuệ; các khuôn khổ pháp luật Việt Nam và quốc tế về sở hữu trí tuệ như, những chế định cụ thể về quyền tác giả và quyền liên quan, quyền sở hữu công nghiệp, quyền đối với giống cây trồng; vấn đề chuyển giao quyền sở hữu trí tuệ, vấn đề bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ, vấn đề bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ và việc giải quyết tranh chấp về quyền sở hữu trí tuệ.

38) Môn học: QUẢN TRỊ THƯƠNG HIỆU (BRAND MANAGEMENT)

Thời lượng: 3 tín chỉ

Điều kiện tiên quyết: Nghiên cứu Marketing, Hành vi Khách hàng (KH), Quản trị học

Mô tả nội dung môn học:

Giúp sinh viên nắm vững các kiến thức, kỹ năng hoạch định xây dựng thương hiệu trong thực tiễn và có thể bắt tay ngay trong việc triển khai các hoạt động xây dựng & phát triển thương hiệu tại doanh nghiệp.

Nội dung môn học trình bày toàn diện quy trình từ khi hoạch định, đến tổ chức, điều khiển, kiểm soát các chiến lược và kế hoạch xây dựng thương hiệu. Cung cấp cho người học những kiến thức về những vấn đề chính của thương hiệu và quản trị thương hiệu, bao gồm quan điểm về một số vấn đề cơ bản của thương hiệu, xây dựng thương hiệu mạnh và các công cụ quảng bá thương hiệu. Trình bày những vấn đề về quản trị quá trình xây dựng thương hiệu như chức năng quản trị thương hiệu, nhiệm vụ của một quản trị viên thương hiệu, các hoạt động phát triển thương hiệu, vai trò của quản trị thương hiệu với khách hàng, công ty.

39) Môn học: QUẢN TRỊ TRUYỀN THÔNG (COMMUNICATION MANAGEMENT)

Thời lượng: 3 tín chỉ

Điều kiện tiên quyết: Marketing căn bản, Nghiên cứu Marketing, Quản trị học

Mô tả nội dung môn học:

Đây là môn học trang bị cho sinh viên có được kiến thức và kỹ năng chuyên sâu và thực tế về các hoạt động truyền thông tiếp thị triển khai trong thực tiễn; Cấu trúc môn học bao gồm các nội dung chính: Hiểu rõ các kênh truyền thông & vận dụng trong thực tiễn tại doanh nghiệp: Truyền thông đại chúng (Mass Media); Quan hệ công chúng (PR/ Publicity); Tổ chức sự kiện & tài trợ (Events & Sponsorships); Tiếp thị Truyền miệng (Word-Of-Mouth Marketing); Tiếp thị trực tiếp (Direct Marketing);

Tiếp thị số (Digital Marketing); Tiếp thị Thương mại (Trade Marketing); Khuyến mại người tiêu dùng (Consumer Promotion); Lập kế hoạch truyền thông; Kiểm soát & Đánh giá hiệu quả kế hoạch triển khai.

40) Môn học: QUẢN TRỊ ĐA VĂN HÓA

Thời lượng: 3 tín chỉ

Điều kiện tiên quyết: Quản trị học

Nội dung môn học:

Những vấn đề cơ bản về quản trị đa văn hóa: văn hóa kinh doanh, văn hóa dân tộc trong kinh doanh, các loại hình văn hóa kinh doanh, giao tiếp xuyên văn hóa, quản trị đa văn hóa trong các công ty đa quốc gia, đặc tính văn hóa kinh doanh của một số nước,....

41) Môn học: MARKETING DỊCH VỤ (SERVICES MARKETING)

Thời lượng: 3 tín chỉ

Điều kiện tiên quyết: Nghiên cứu Marketing, Hành vi KH, Quản trị học

Mô tả nội dung môn học:

Nội dung của môn học này sẽ giới thiệu marketing dịch vụ và thảo luận chi tiết các khái niệm và chiến lược cơ bản nhằm nêu lên sự khác biệt giữa tiếp thị dịch vụ vô hình và tiếp thị sản phẩm hữu hình. Nội dung chủ yếu của môn học bao gồm: Nâng cao sự hiểu biết của những thách thức liên quan đến việc tiếp thị và quản trị dịch vụ; Nhận dạng và phân tích những thành phần trong hỗn hợp tiếp thị dịch vụ bao gồm 4Ps truyền thống (sản phẩm, giá cả, phân phối, chiêu thị) và 3Ps (cơ sở vật chất, quá trình và con người liên quan đến trong quá trình thực hiện dịch vụ; Nắm được những vấn đề chính trong việc đo lường chất lượng dịch vụ và sự thỏa mãn khách hàng; Nắm bắt được vai trò của nhân viên dịch vụ và khách hàng về việc thực hiện dịch vụ, thất bại trong dịch vụ, và những vấn đề về hồi phục dịch vụ; Phát triển vai trò của nhân viên trong việc phục vụ khách hàng cũng như nắm bắt được những vai trò quan trọng của khách hàng trong quá trình thực hiện dịch vụ.

42) Môn học: QUẢN TRỊ MARKETING (MARKETING MANAGEMENT)

Thời lượng: 3 tín chỉ

Điều kiện tiên quyết: Nghiên cứu Marketing, Hành vi KH, Quản trị học,

Mô tả nội dung môn học:

Giúp sinh viên: Nắm bắt được vai trò của mạng lưới phân phối; Phương thức tổ chức mạng lưới phân phối; Các xu hướng quản trị kênh phân phối trên thế giới; Các giải pháp giải quyết các xung đột trong mạng lưới phân phối. Toàn bộ môn học Quản trị Marketing gồm 07 chương. Chương 1 cung cấp những lý thuyết, quan điểm cơ bản về hoạt động quản trị marketing. Chương 2 cung cấp những kiến thức về phân tích cơ hội marketing. Chương 3 trình bày lý thuyết phân khúc thị trường và lựa chọn thị trường

mục tiêu. Chương 4 đề cập đến vấn đề hoạch định các chiến lược marketing. Chương 5 cung cấp những kiến thức và kỹ năng hoạch định các kế hoạch hành động. Chương 6 trình bày những lý thuyết về chức năng tổ chức và điều khiển triển khai các hoạt động marketing. Chương 7 trình bày các vấn đề liên quan đến chức năng kiểm soát công tác marketing.

43) Môn học: QUẢN TRỊ KÊNH PHÂN PHỐI (MARKETING CHANNELS MANAGEMENT)

Thời lượng: 3 tín chỉ

Điều kiện tiên quyết: Nghiên cứu Marketing, Hành vi KH, Quản trị học

Mô tả nội dung môn học:

Giúp sinh viên nắm bắt được vai trò của mạng lưới phân phối; phương thức tổ chức mạng lưới phân phối; các xu hướng quản trị kênh phân phối trên thế giới; Các giải pháp giải quyết các xung đột trong mạng lưới phân phối, vai trò của kênh phân phối trong hoạt động Marketing, hoạt động bán hàng, các hoạt động Marketing tại điểm phân phối. Kết thúc môn học sinh viên nắm được việc thiết kế, điều hành hoạt động, kiểm tra kiểm soát mạng lưới phân phối trong hoạt động sản xuất kinh doanh các công ty nội địa và quốc tế.

44) Môn học: MARKETING CÔNG NGHIỆP (B2B MARKETING)

Thời lượng: 3 tín chỉ

Điều kiện tiên quyết: Nghiên cứu Marketing, Hành vi KH, Quản trị học

Mô tả nội dung môn học:

Sau khi hoàn thành khóa học sinh viên sẽ có thể: miêu tả những ứng dụng, thách thức và môi trường năng động của Marketing công nghiệp, thiết kế những chiến lược và cấu trúc để phục vụ hiệu quả thị trường B2B, áp dụng một cách tiếp cận có hệ thống vào việc giải quyết các vấn đề và quá trình đưa ra quyết định trong các tổ chức kinh doanh thông qua việc nghiên cứu các case study, phát triển một chiến lược marketing kinh doanh cho một công ty thực tế tại địa phương có khách hàng là doanh nghiệp tổ chức.

Môn học sẽ tìm hiểu và thị trường công nghiệp (giữa doanh nghiệp với doanh nghiệp), bao gồm hiểu biết về bản chất đặc trưng của nhu cầu khách hàng doanh nghiệp, những điểm phức tạp trong việc phát triển một chiến lược Marketing B2B hiệu quả. Sinh viên sẽ có cơ hội tìm hiểu về hành vi mua hàng của tổ chức và những đặc trưng đặc biệt của riêng khách hàng B2B và sẽ biết cách thiết kế ra những chiến lược và bài thuyết trình để quảng bá có hiệu quả đến đối tượng khách hàng này.

45) Môn học: MARKETING QUỐC TẾ (INTERNATIONAL MARKETING)

Thời lượng: 3 tín chỉ

Điều kiện tiên quyết: Nghiên cứu Marketing, Hành vi KH, Quản trị học

Mô tả nội dung môn học:

Môn học trình bày về khái niệm, bản chất, mục tiêu của marketing quốc tế. Các nội dung cốt lõi bao gồm: Môi trường marketing: Nhận dạng và phân tích môi trường marketing quốc tế; Nghiên cứu thị trường: Nắm bắt nhu cầu khách hàng quốc tế bao gồm nhu cầu hiện tại và xu hướng biến động của nhu cầu; Kế hoạch hóa chiến lược marketing: Thiết lập kế hoạch thâm nhập thị trường quốc tế; marketing xuất nhập khẩu; Chiến lược thâm nhập thị trường quốc tế; Chiến lược sản phẩm; chiến lược giá; chiến lược phân phối; truyền thông tích hợp; và marketing quốc tế trong dịch vụ. Sau khi học xong, sinh viên có thể phân tích được các cơ hội thị trường, khám phá nhu cầu của khách hàng quốc tế, xây dựng được chiến lược và triển khai các kế hoạch marketing nhằm thâm nhập thị trường quốc tế.

46) Môn học: QUẢNG CÁO VÀ KHUYẾN MÃI (COMMERCIAL AND PROMOTION)

Thời lượng: 3 tín chỉ

Điều kiện tiên quyết: Hành vi KH, Nghiên cứu Marketing

Mô tả nội dung môn học:

Quảng cáo và khuyến mãi là 2 trong số 5 công cụ của tuyên truyền marketing tích hợp. Môn học sẽ cung cấp cho người học các kiến thức và kỹ năng thực hành về QC & KM trong mối tương quan trực tiếp đến việc thực hiện các chiến lược marketing của doanh nghiệp. Môn học sẽ giới thiệu vai trò của quảng cáo – khuyến mãi đối với IMC cũng như đối với các chiến lược Marketing. Người học sẽ được tiếp cận việc phân tích các cơ hội để chiêu thị, thiết lập mục tiêu và ngân sách cho QC & KM, phân tích thành công và thất bại một kế hoạch QC & KM. Nội dung chính của môn học sẽ tập trung vào việc cung cấp cho người học kiến thức và kỹ năng để thực hiện một kế hoạch QC & KM phù hợp với mục tiêu đặt ra, khả năng đánh giá hiệu quả của một chương trình QC & KM.

47) Môn học: TÂM LÝ VÀ NGHỆ THUẬT LÃNH ĐẠO (PSYCHOLOGY OF LEADERSHIP)

Thời lượng: 03 tín chỉ

Điều kiện tiên quyết: Quản trị học

Mô tả môn học:

Trên nền tảng hiểu được bản chất của con người, các yếu tố ảnh hưởng đến tâm lý của con người, các qui luật tâm lý, người học có thể vận dụng kiến thức về các kỹ năng của nhà lãnh đạo (Phong cách, Quyền hạn, Động viên, Tâm lý) vào trong việc xử lý các tình huống thực tế, nhằm đạt được hiệu quả trong quản lý.

Sinh viên có thể vận dụng linh hoạt từng kỹ năng của nhà lãnh đạo vào ứng xử các tình huống cụ thể. *Kỹ năng Phong cách* với Mô hình 3 phong cách: Độc đoán, Dân chủ, Tự do. *Kỹ năng Quyền hạn*, quyền lực với cơ sở 3 quyền lực: Vị trí, Cá nhân, chính trị. *Kỹ năng Động viên*, thuyết phục với ứng dụng thuyết Maslow 5 bậc nhu cầu: Căn bản, An

toàn, Xã hội, tôn trọng, Thể hiện. Kỹ năng Tâm lý với 3 thuộc tính của Tâm lý: Tính khí, Tính cách, Năng lực.

Mục tiêu môn học:

Giúp sinh viên nắm vững kiến thức về bản chất con người, cách thức vận dụng các kỹ năng lãnh đạo (*Phong cách, Quyền hạn, Động viên, Tâm lý*) làm phương tiện để đạt được mục tiêu trong quản lý.

Kết thúc môn này, kiến thức của sinh viên được đánh giá theo các chuẩn đầu ra của môn Tâm lý và Nghệ thuật lãnh đạo, nằm trong chuẩn đầu ra của ngành Quản trị kinh doanh. Mức độ đáp ứng được phân loại trên cơ sở bộ thang đo 6 mức độ nhận biết của Benjamin S. Bloom (1956).

48) Môn học: QUẢN TRỊ BÁN HÀNG (SALES MANAGEMENT)

Thời lượng: 3 tín chỉ

Điều kiện tiên quyết: Nghiên cứu Marketing, Quản trị tài chính, Hành vi KH.

Mô tả nội dung môn học:

Đây là môn học giúp cho học viên hiểu được kiến thức và vận dụng tốt các kỹ năng cơ bản về quản trị bán hàng, nhận thức về người quản lý bán hàng và nhân viên bán hàng trong công ty, nắm được cách thức xây dựng và quản trị đội ngũ bán hàng, hiểu được quy trình mua hàng và các mối quan hệ với khách hàng, nắm vững các kỹ năng lãnh đạo, tuyển dụng, huấn luyện, và đánh giá thành tích lực lượng bán hàng, nhận thức được tương lai phát triển của quản trị bán hàng. Môn học còn rèn luyện các kỹ năng phân tích, đánh giá và xây dựng mô hình lực lượng bán hàng, kỹ năng tổ chức hệ thống bán hàng, kỹ năng lãnh đạo, quản lý lực lượng bán hàng, kỹ năng kiểm soát hoạt động bán hàng.

49) Môn học: QUAN HỆ CÔNG CHÚNG (PUBLIC RELATION)

Thời lượng: 3 tín chỉ

Điều kiện tiên quyết: Quản trị truyền thông, Hành vi KH.

Mô tả nội dung môn học:

Quan hệ công chúng là môn học nghiên cứu về việc quản lý truyền thông, danh tiếng hình ảnh và các mối quan hệ của một doanh nghiệp. Môn học liên quan đến cách thức thu hút và duy trì sự ủng hộ của khách hàng, nhân viên, các nhà đầu tư, cộng đồng và các đối tượng khác có liên quan mật thiết đến sự thành công của một doanh nghiệp. Môn học sẽ trang bị cho sinh viên cách lập kế hoạch và phát triển những chiến lược quan hệ công chúng, và cách đưa các chiến lược đó vào kế hoạch hành động và đo lường hiệu quả của chúng. Môn học còn giúp sinh viên rèn luyện kỹ năng viết thông cáo báo chí về sản phẩm, về hoạt động truyền thông của doanh nghiệp. Ngoài ra môn học còn giúp sinh viên quản trị các mối quan hệ với các cổ đông và những người ra quyết định quan trọng nhất.

50) Môn học: MARKETING ĐIỆN TỬ (E MARKETING)

Thời lượng: 3 tín chỉ

Điều kiện tiên quyết: Hành vi KH, Nghiên cứu Marketing

Mô tả nội dung môn học:

Marketing kỹ thuật số là phương pháp kinh doanh, quảng bá thương hiệu hữu hiệu mà bất cứ doanh nghiệp nào cũng phải hướng tới trong tương lai. E-Marketing là một môn học thuộc lĩnh vực nghiên cứu thị trường và nghệ thuật kinh doanh. Marketing kỹ thuật số sẽ trang bị cho sinh viên những kiến thức, phương pháp, nghệ thuật trong Marketing kỹ thuật số và thương mại điện tử trong sản xuất, du lịch, dịch vụ.

Sau khi hoàn thành môn học sinh viên được cập nhật những kiến thức và kỹ năng mới nhất trong lĩnh vực Marketing kỹ thuật số, phân biệt Marketing kỹ thuật số và marketing truyền thống, các chức năng của Marketing kỹ thuật số đối với doanh nghiệp sản xuất, du lịch, dịch vụ, các chiến lược Marketing kỹ thuật số: thiết kế sản phẩm, phương pháp định giá, phân phối, học cách xây dựng một kế hoạch marketing kỹ thuật số.

51) Môn học: THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ (E-COMMERCE)

Thời lượng: 3 tín chỉ

Điều kiện tiên quyết: Tin học đại cương, Marketing căn bản, Hành vi KH, Quản trị học.

Mô tả nội dung môn học:

Trang bị cho sinh viên những kiến thức cơ bản và tổng quan về TMĐT, ví dụ như hiểu được TMĐT là gì, các mô hình TMĐT, cơ hội và nguy cơ, rủi ro khi ứng dụng TMĐT. Kỹ thuật lập bộ chứng từ trong kinh doanh xuất nhập khẩu. Cách tổ chức thực hiện hợp đồng kinh doanh xuất, nhập khẩu. Cách thức khai báo và thông quan cho hàng xuất nhập khẩu.

52) Môn học: QUẢN TRỊ QUAN HỆ KHÁCH HÀNG (CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT)

Thời lượng: 3 tín chỉ

Điều kiện tiên quyết: Hành vi khách hàng, Marketing căn bản

Mô tả nội dung môn học:

Môn học sẽ trang bị cho sinh viên những kiến thức và một số kỹ năng cơ bản như sau: Nhận diện các loại khách hàng; Hiểu rõ tầm quan trọng của việc chăm sóc khách hàng và hoạt động quản trị quan hệ khách hàng; Thực hiện các nguyên tắc ứng xử trong các tình huống tiếp xúc với khách hàng; Nắm vững cách thức và phương pháp để xác định nhu cầu, mong muốn và phản hồi từ khách hàng; Hiểu và vận dụng tốt quy trình quản trị quan hệ khách hàng; Hiểu được những khiếm khuyết trong việc chăm sóc khách hàng để cải thiện công tác chăm sóc khách hàng; Kỹ năng: Rèn luyện các kỹ năng

phân tích, đánh giá và xây dựng mô hình tổ chức dữ liệu khách hàng, kỹ năng xây dựng chiến lược quan hệ khách hàng, kỹ năng lãnh đạo, quản lý nhân viên chăm sóc khách hàng, kỹ năng kiểm soát hoạt động chăm sóc khách hàng.

53) Môn học: QUẢN TRỊ KINH DOANH TOÀN CẦU (GLOBAL BUSINESS MANAGEMENT)

Thời lượng: 4 tín chỉ

Điều kiện tiên quyết: Kinh tế quốc tế, Quản trị học, Marketing căn bản.

Nội dung môn học:

Cung cấp cho người học những kiến thức, hiểu biết cơ bản về kinh doanh quốc tế một cách đầy đủ, khoa học, có hệ thống và cập nhật ở mức độ có thể được với những thay đổi diễn ra từng ngày trong môi trường và hoạt động kinh doanh quốc tế toàn cầu.

54) Môn học: LẬP KẾ HOẠCH MARKETING (MARKETING PLANNING)

Thời lượng: 2 tín chỉ (không tính vào tổng số TC tích lũy)

Điều kiện tiên quyết: QT chiến lược, QT thương hiệu, QT truyền thông, Hành vi khách hàng.

Mô tả nội dung môn học:

Đề án lập kế hoạch marketing là một đề án tổng hợp dành cho sinh viên năm cuối của ngành Marketing. Dưới sự hướng dẫn của GV, các nhóm SV (3-4 SV) xây dựng đề án có tính chất như một kế hoạch marketing hàng năm hoặc marketing cho một sản phẩm, dịch vụ trong một thời kỳ với một mục tiêu cụ thể. Các nhóm lựa chọn cho mình một doanh nghiệp có thực hoặc một doanh nghiệp ảo với các ý tưởng kinh doanh cụ thể, sau đó sử dụng các kiến thức marketing đã học để lập kế hoạch marketing. Các ý tưởng phải mới, chưa từng thực hiện trên thị trường. Yếu tố khả thi và hiệu quả của đề án sẽ được nhấn mạnh.

15) Danh sách đội ngũ giảng viên thực hiện chương trình:

15.1 Danh sách giảng viên cơ hữu

STT	Họ và tên, năm sinh, chức vụ hiện tại	Chức danh khoa học, năm phong	Học vị, nước, năm tốt nghiệp	Ngành, chuyên ngành	Học phần dự kiến đảm nhiệm
1	Lê Anh Vũ, 1958	PGS, 2007	TS, VN, 1990	Toán học	Toán cao cấp (Mathematics for Business)
2	Nguyễn Ánh Tuyết		Ths	Tâm lý học,	Tâm lý học

STT	Họ và tên, năm sinh, chức vụ hiện tại	Chức danh khoa học, năm phong	Học vị, nước, năm tốt nghiệp	Ngành, chuyên ngành	Học phần dự kiến đảm nhiệm
				Khoa học giao tiếp	(Psychology)
3	Nguyễn Thị Bích Ngoan		TS	Ngoại ngữ	Nhập môn khoa học giao tiếp
4	Dương Anh Sơn	PGS	PhD	Luật	Lý luận nhà nước và pháp luật
5	Lê Hoàn Sử		TS	Hệ thống Thông tin	Tin học ứng dụng (Applied Computing)
6	Nguyễn Thị Nguyệt Quế		TS, Úc	Kinh tế Đối ngoại	Quan hệ quốc tế (International Relations)
7	Đỗ Phú Trần Tình, 1979	PGS, 2015	TS, VN, 2010	Kinh tế chính trị	Những NLCB của chủ nghĩa Mác-Lênin (Principles of Marxist-Leninist)
8	Hà Thanh Minh, 1962		ThS, VN, 1994	Kinh tế chính trị	Đường lối cách mạng của ĐCSVN (History of Communist Party of Vietnam)
9	Phạm Hoàng Uyên, 1976		TS, Mỹ, 2010	Lý thuyết xác suất và thống kê toán học	Lý thuyết xác suất (Probability & Statistics)
10	Trần Thị Hồng Liên		Ths, VN, 2009 NCS	Quản trị	Quản trị học căn bản (Management)
11	Nguyễn Thị Lan Anh, 1969		TS, Úc, 2013	Tài chính kế toán	Nguyên lý kế toán (Accounting Information for Managers)
12	Trần Quang Văn, 1978		TS, Đức, 2013	Kinh tế học	Kinh tế học vĩ mô (Principles of Macroeconomics)
13	Nguyễn Hoàng Anh,		TS, Nhật,	Tài chính	Nguyên lý thị trường

STT	Họ và tên, năm sinh, chức vụ hiện tại	Chức danh khoa học, năm phong	Học vị, nước, năm tốt nghiệp	Ngành, chuyên ngành	Học phần dự kiến đảm nhiệm
	1986		2015		tài chính (Introductory Principles of Finance)
14	Ngô Thị Dung		Ths, VN	Quản Trị Kinh Doanh	Marketing căn bản (Marketing Fundamentals)
15	Lê Hồng Nhật, 1959		TS, Mỹ, 2000	Kinh tế	Kinh tế lượng (Econometrics)
16	Hoàng Đoàn Phương Thảo		ThS, Úc, 2012	Quản trị Kinh doanh	Quản trị tài chính (Corporate Finance)
17	Nguyễn Hải Quang	PGS	TS	Quản Trị Kinh Doanh	Quản trị chiến lược (Administration Strategy)
18	Nguyễn Thu Thủy Tiên, 1983		TS, Úc, 2017	Quản Trị Kinh Doanh	Hành vi tổ chức
19	Trịnh Thực Hiền, 1980		ThS, Bỉ, 2007	Luật thương mại quốc tế	Luật thương mại quốc tế, luật hợp đồng.
20	Nguyễn Phan Phương Tần, 1987		ThS, VN, 2013	Luật Kinh tế	Luật sở hữu trí tuệ, luật cạnh tranh
21	Phan Đình Quyền		TS, VN, 1999	Quản trị kinh doanh	Văn hóa doanh nghiệp (Corporate Culture)
22	Mai Thu Phương		Ths, VN, 2012	Quản trị kinh doanh	Kỹ năng giao tiếp trong kinh doanh
23	Phạm Đức Chính	PGS	TSKH	Kinh tế học	Quản trị nguồn nhân lực (Human Resource Management)
24	Trần Thị Ý Nhi		Ths, VN	Quản trị kinh doanh	Quản trị Marketing (Marketing Management)
25	Huỳnh Thanh Tú		TS, VN,	Quản trị	Nghệ thuật lãnh đạo (Leadership)

STT	Họ và tên, năm sinh, chức vụ hiện tại	Chức danh khoa học, năm phong	Học vị, nước, năm tốt nghiệp	Ngành, chuyên ngành	Học phần dự kiến đảm nhiệm
			206	kinh doanh	
26	Nguyễn Thị Yên		Ths, UK, 2016	Quản trị kinh doanh quốc tế	Quản trị dự án đầu tư (Project Management)
27	Võ Thị Ngọc Trinh		Ths, VN,	Quản trị kinh doanh	Nghiên cứu marketing (Marketing Research)
28	Võ Thị Ngọc Thúy	PGS.	TS	Quản trị kinh doanh	Hành vi khách hàng (Customer Behavior)
29	Phan Đình Quyền		TS, VN, 1999	Quản trị kinh doanh	Quản trị thương hiệu (Brand Management)
30	Nguyễn Thị Huyền Trang		Ths, UK, 2014	Quản trị kinh doanh	Marketing điện tử (Marketing Electronic)
31	Hồ Trung Thành		Ths, VN	Hệ thống Thông tin	Quản trị hệ thống thông tin (Information System Management)
32	Nguyễn Duy Nhất, 1980		ThS, VN, 2006	Hệ thống Thông tin	Thương mại điện tử (E-Commerce)
33	Trần Thị Hồng Liên		Ths, VN, 2009 NCS	Quản trị kinh doanh	Quản trị rủi ro (Risk Management)
34	Phùng Thanh Bình		TS, Taiwan, 2017	Quản trị kinh doanh	Quản trị sản xuất (Operations Management)
35	Nguyễn Khánh Trung		TS, VN, 2013	Quản trị kinh doanh	Quản trị bán hàng (Sales Management)
36	Nguyễn Thị Phương Thủy		Ths, VN, 2013 NCS	Quản trị kinh doanh	Quản trị chất lượng (Quality Management)
37	Hoàng Đoàn Phương Thảo		Ths, Úc, 2012	Quản trị kinh doanh	Quản trị hành chính văn phòng

STT	Họ và tên, năm sinh, chức vụ hiện tại	Chức danh khoa học, năm phong	Học vị, nước, năm tốt nghiệp	Ngành, chuyên ngành	Học phần dự kiến đảm nhiệm
					(Administrative Office Management)
38	Mai Thu Phương		Ths, VN, 2012	Quản trị kinh doanh	Kỹ năng đàm phán trong kinh doanh (Business Negotiation Skills)
39	Nguyễn Hoàng Diễm Hương		Ths, VN, 2014	Quản trị kinh doanh	Kỹ năng làm việc theo nhóm (Teamwork Skills)
40	Phạm Đức Chính, Trần Thị Hồng Liên Trần Thị Ý Nhi	PGS	TS TS ThS	Quản trị kinh doanh	Khởi Nghiệp Sáng tạo

15.2 Danh sách giảng viên thỉnh giảng

Số TT	Họ và tên, năm sinh, chức vụ hiện tại	Chức danh khoa học, năm phong	Học vị, nước, năm tốt nghiệp	Ngành, chuyên ngành	Học phần dự kiến đảm nhiệm	Cơ quan công tác hiện tại
1	Lê Tuyết Ánh		GVC.Ths		- Tâm lý học - Nhập môn khoa học giao tiếp	ĐH Khoa học XH & NV
2	Đào Minh Hồng		TS		Quan hệ quốc tế	ĐH Khoa học XH & NV
3	Chu Duy Ly		ThS		Quan hệ quốc tế	ĐH Khoa học XH & NV
4	Trần Nam Tiến	PGS	.TS		Địa chính trị thế giới	ĐH Khoa học XH & NV

5	Phạm Đình Nghiệm	PGS	.TS		- Logic học - Phương pháp nghiên cứu khoa học	ĐH Sài Gòn
6	Nguyễn Anh Thường		TS			ĐH Khoa học XH & NV
7	Nguyễn Ngọc Thơ		TS		Văn hóa học	ĐH Khoa học XH & NV
8	Lê Thị Ngọc Diệp		TS			ĐH Khoa học XH & NV
9	Phạm Khánh Bằng		GVC.ThS		- Đường lối CM ĐCSVN - Tư tưởng HCM	Học viện hành chính khu vực II
10	Đinh Thị Điều	GVC.ThS				Học viện hành chính khu vực II
11	Nguyễn Thị Hoa Phượng	GVC.ThS				Học viện hành chính khu vực II

16) Danh sách cố vấn học tập

- ThS. Trần Thị Ý Nhi
- ThS. Võ Thị Ngọc Trinh
- ThS. Nguyễn Thị Kim Oanh
- ThS. Nguyễn Minh Châu
- ThS. Mai Thu Phương
- TS. Trần Thị Hồng Liên
- ThS. Nguyễn Hoàng Diễm Hương
- ThS. Nguyễn Minh Thoại
- ThS. Nguyễn Thị Bình Minh

- ThS. Nguyễn Thị Hồng Gấm
- ThS. Hoàng Đoàn Phương Thảo
- ThS. Đỗ Đức Khả

17) Giáo trình, tập bài giảng:

KIẾN THỨC GIÁO DỤC ĐẠI CƯƠNG:

STT	TÊN MÔN HỌC	GIÁO TRÌNH CHÍNH	TÀI LIỆU THAM KHẢO	TÁC GIẢ	NXB	NĂM XB
1	Những NLCB của CN Mác – Lênin	<i>Những nguyên lý cơ bản của Chủ nghĩa Mác Lênin</i>		PGS.TS Nguyễn Viết Thông	NXB Chính trị Quốc gia	2009
2	Đường lối cách mạng của ĐCSVN	<i>Chương trình môn học Đường lối cách mạng của Đảng Cộng sản Việt Nam</i>		Bộ Giáo dục và đào tạo		2007
			<i>Giáo trình Đường lối Cách mạng của Đảng Cộng sản Việt Nam,</i>	Bộ Giáo dục và đào tạo	NXB Chính trị quốc gia, Hà Nội	2009
			<i>Tư tưởng Hồ Chí Minh và con đường cách mạng Việt Nam</i>	Đại tướng Võ Nguyên Giáp	NXB Chính trị Quốc gia, Hà Nội	1997
3	Tư tưởng Hồ Chí Minh	<i>Giáo trình tư tưởng Hồ Chí Minh</i>		Bộ Giáo dục và đào tạo	NXB Chính trị Quốc gia, Hà Nội	2006
4	Pháp luật đại cương	<i>Giáo trình Pháp luật đại cương</i>		Nguyễn Hợp Toàn	Đại học Kinh tế Quốc dân, Hà Nội	2006
5	Địa chính trị thế giới	<i>Bài giảng Địa Chính trị thế giới</i>		Học Viện Chính trị Quốc Gia		2000

				Hà Nội		
6	Quan hệ quốc tế	<i>Bài giảng Nhập môn Quan hệ Quốc tế</i>		Hoàng Khắc Nam	Đại học Khoa học xã hội nhân văn Hà Nội	2006
			<i>Quan hệ quốc tế: Những khía cạnh lý thuyết và vấn đề</i>	Nguyễn Quốc Hùng & Hoàng Khắc Nam	NXB Chính trị quốc gia Hà Nội	2006
7	Lịch sử kinh tế VN và các nước	<i>Giáo trình Lịch sử kinh tế</i>		PGS.TS Nguyễn Trí Dĩnh, PGS.TS Phạm Thị Quý	NXB Thống kê	2005
8	Lịch sử các học thuyết kinh tế	<i>Lịch sử các học thuyết kinh tế</i>		Nguyễn Văn Trình, Nguyễn Tiến Dũng	NXB Thế giới	2004
			<i>Giáo trình Lịch sử các học thuyết kinh tế</i>	PGS.TS Trần Bình Trọng	NXB Đại học Kinh tế quốc dân, Hà Nội	2009
9	Tâm lý học đại cương	<i>Giáo trình tâm lý học đại cương</i>		Nguyễn Quang Uẩn	NXB Đại học Sư phạm Hà Nội.	2012
10	Văn hóa học	<i>Giáo trình cơ sở văn hóa Việt Nam</i>		GS. Trần Ngọc Thêm	NXB Giáo dục đào tạo Hà Nội	1997
11	Toán cao cấp	<i>Toán cao cấp C1</i>		Nguyễn Thành Long	NXB ĐHQG HCM	2004
			<i>Toán cao cấp C2</i>	Nguyễn Đình Như	NXB ĐHQG HCM	2005
12	Lý thuyết xác suất	<i>Giáo trình xác suất thống kê</i>		Tổng Đình Quỳnh	NXB ĐHQG HCM	2003
13	Thống kê	<i>Giáo trình Lý</i>		Hà Văn Sơn	NXB	2004

	ứng dụng	<i>thuyết thống kê</i>			Thống kê	
			<i>Giáo trình xác suất - thống kê và ứng dụng</i>	Nguyễn Phú Vinh	NXB Thống kê	2007
14	Tin học ứng dụng	<i>Giáo trình Tin học đại cương</i>		KS. Nguyễn Thanh Hải	NXB Văn hóa thông tin	2007
15	Logic học	<i>Giáo trình Logic học/HV Chính trị quốc gia HCM/Phân viện Hà Nội</i>		PGS.TS.Lê Doãn Tá, GS.TS. Tô Duy Hợp, PGS.TS. Vũ Trọng Dung đồng chủ biên	NXB Chính trị Quốc gia	2004
16	Kinh tế học vi mô	<i>Kinh tế vi mô</i>		TS. Lê Bảo Lâm chủ biên	NXB Thống Kê	2008
			<i>Kinh tế học vi mô</i>	PGS. TS Nguyễn Văn Luân	NXB Thống kê	2004
17	Kinh tế học vĩ mô	<i>Kinh tế học vĩ mô</i>		PGS. TS Nguyễn Văn Luân	NXB Thống kê	2004
18	Kinh tế lượng	<i>Kinh tế lượng</i>		Nguyễn Quang Đông	NXB Thống kê	2007

KIẾN THỨC CƠ SỞ KHỎI NGÀNH

1	Marketing căn bản	<i>Marketing (1st edition) (Bộ môn Marketing chuẩn bị dịch sang tiếng Việt)</i>		C. Shane Hunt, John E. Mello	McGrawHill Eds.	2015
		<i>Marketing essentials</i>		Philip Kotler	Prentice-Hall	2009
			<i>Nguyên lý Marketing</i>	Nguyễn Đình Thọ &	NXB ĐHQG	2008

				Nguyễn Thị Mai Trang	TP.HCM	
			<i>Marketing căn bản (Sách của tập thể Bộ môn Marketing)</i>	Phan Đình Quyền; Trần Thị Ý Nhi; Võ Thị Ngọc Trinh	NXB ĐHQG TP.HCM	2013
2	Quản trị học căn bản	<i>Quản trị học</i>		TS. Phạm Thế Tri	NXB ĐHQG TP.HCM	2007
			<i>Những vấn đề cốt yếu của quản lý</i>	Harold Koontz, Cyril Odonnell, Heinz Weihrich	NXB Khoa học & Kỹ thuật, Hà Nội	1992
3	Quản trị tài chính	<i>Quản trị tài chính – Bản dịch tiếng Việt</i>		Brigham và Houston	NXB Cengage	2013
			<i>Fundamentals of Corporate Finance</i>	Ross, Westerfield, Jordan	NXB mcgraw-Hill	2006
4	Luật kinh tế	<i>Luật Kinh tế</i>		Phạm Duy Nghĩa	ĐHQG Hà Nội	2003
5	Kế toán đại cương	<i>Kế toán đại cương: Nguyên lý kế toán</i>		Phạm Gặp	NXB Thống kê	2005
6	Văn hóa doanh nghiệp	<i>Văn hóa tổ chức và lãnh đạo</i>		Phan Đình Quyền, Nguyễn Văn Dung, Lê Việt Hưng	NXB Giao Thông vận Tải, Tp.HCM	2010
			<i>Corporate culture – The ultimate strategic asset</i>	Eric G. Flamholtz and Yvonne Randle	Standfort business books Standfort California	2011
7	Quản trị dự án đầu tư	<i>Phân tích kinh tế dự án</i>		Vũ Công Tuấn	NXB Tài chính	2007

		<i>đầu tư</i>				
			<i>Quản lý dự án đầu tư</i>	Từ Quang Phương	NXB Lao Động – Xã Hội	2011
			<i>Lập- Thẩm định hiệu quả tài chính</i>	Đình Thế Hiền	NXB Thống Kê	2004
8	Phân tích hoạt động kinh doanh	<i>Phân tích và dự báo kinh doanh</i>		Phan Đức Dũng	Nhà xuất bản Thống kê	2012
			<i>Phân tích báo cáo tài chính</i>	Phan Đức Dũng	Nhà xuất bản Thống kê	2009
9	Kỹ năng làm việc nhóm	<i>Teamwork 101: What Every Leader Needs to Know</i>		John C. Maxwell	Thomas Nelson	2004
			<i>Giáo trình Kỹ năng làm việc nhóm</i>	Huỳnh Văn Sơn Nguyễn Hoàng Khắc Hiếu	NXB Trẻ	2008
			<i>Teamwork Makes The Dreamwork</i>	John C. Maxwell	W Publishing Group	2002

KIẾN THỨC CHUNG CỦA NGÀNH

1	Hành vi khách hàng	<i>Consumer Behavior, 11th edition</i>		Leon G. Schiffman	NXB Pearson	2014
			<i>Giáo trình hành vi người tiêu dùng</i>	TS. Vũ Huy Thông	NXB Đại học Kinh tế Quốc dân	2010
			<i>Consumer Behavior</i>	Leon G. Schiffman & Leslie Lazar Kanuk	Pearson	2007
2	Nghiên cứu marketing	<i>Giáo trình Nghiên cứu Thị trường</i>		PGS.TS.Nguyễn Đình Thọ, TS.Nguyễn	Nhà xuất bản ĐHQG TP.HCM	2007

				Thị Mai Trang		
			<i>Giáo trình Phương pháp và Phương pháp luận nghiên cứu khoa học Kinh tế và Quản trị</i>	GS, TS. Nguyễn Thị Cành (Chủ biên) TS. Võ Thị Ngọc Thúy	NXB ĐHQG TP.HCM (tái bản lần 2)	2014
			<i>Marketing Research , 7th edition</i>	Alvin C Burns	NXB Pearson	2013
3	Quản trị chiến lược		<i>Concepts in Strategic Management and Business policy</i>	Thomas L. Wheelen and J. David Hunger	PEARSON	2010
			<i>Giáo trình Quản trị chiến lược</i>	PGS.TS Ngô Kim Thanh	NXB Đại học Kinh tế Quốc dân	2011
4	Quản trị nguồn nhân lực		<i>Quản trị nguồn nhân lực</i>	Trần Kim Dung	NXB Tổng hợp TP.HCM	2011
			<i>Bài tập Quản trị nguồn nhân lực</i>	Trần Kim Dung	NXB Thống kê, Hà Nội	2009
			<i>Bộ luật lao động, Chế độ tiền lương và bảo hiểm xã hội 2006</i>	Bộ lao động - thương binh và xã hội	NXB Lao động – Xã hội, Hà Nội	2006
			<i>Glocal Management of Human Resources (Personal und Organisation)</i>	Martin Hilb	LIT Verlag	2009

5	Quản trị sản xuất	<i>Operations Management , 10th edition</i>		William Steveson	McGraw-Hill/Irwin 2008	2008
			<i>Giáo trình Quản trị Sản xuất và Tác nghiệp</i>	Trương Đức Lược	NXB Kinh tế Quốc dân	2010
			<i>Quản trị Sản xuất và Dịch vụ</i>	Đông Thị Thanh Phương	NXB Lao động – Xã hội	2010
6	Quản trị chất lượng	<i>Giáo trình quản trị chất lượng</i>		Nguyễn Kim Định	NXB Đại học Quốc Gia TP HCM	2008
			<i>Quản lý chất lượng trong các tổ chức</i>	Nguyễn Đình Phan	NXB Lao Động – Xã Hội	2005
			<i>Quản lý chất lượng trong các tổ chức</i>	Tạ Thi Kiều An, Ngô Thị Ánh, Nguyễn Văn Hoá, Nguyễn Hoàng Kiệt, Đinh Phương Vương	NXB Thống kê	2004
7	Quản trị sự thay đổi	<i>Quản lý sự thay đổi</i>		Rober Heller	Nxb Tổng hợp TP. HCM	2008
			<i>Quản lý sự thay đổi và chuyển tiếp</i>	Harvard Business essenness	Nxb Tổng hợp TP. HCM	2006
			<i>Change Management : the people side of change</i>	Jeffrey Hiatt & Timonthy Creasey	Prosci Learning Center	2012
8	Quản trị rủi ro	<i>Giáo trình Quản trị rủi ro</i>		Nguyễn Quang Thu, Ngô Quang Huân, Võ Thị Quý, Trần Quang	NXB Giáo dục	1998

				Trung		
			<i>Quản trị rủi ro và khủng hoảng</i>	Đoàn Thị Hồng Vân	NXB Lao động – Xã hội	2009
			<i>The Essentials of Risk Management</i>	Michel Crouhy, Dan Galai, Robert Mark	Mcgraw Hill	2006
9	Kỹ năng đàm phán trong kinh doanh		<i>Kỹ thuật đàm phán thương mại quốc tế</i>	Nguyễn Xuân Thơm, Nguyễn Văn Hồng	NXB ĐHQG Hà Nội	2001
			<i>Đàm phán trong kinh doanh quốc tế</i>	Đoàn Thị Hồng Vân	NXB Thống kê	2004
			<i>The Fine Art of Small Talk: How To Start a Conversation , Keep It Going, Build Networking Skills -- and Leave a Positive Impression</i>	Debra Fine	Hyperion	2005
10	Luật hợp đồng		<i>Đại cương về pháp luật hợp đồng</i>	Corinne Renault-Brahinsky	NXB Văn hoá - Thông tin, Hà Nội	2002
11	Luật sở hữu trí tuệ	<i>Giáo trình Luật Sở hữu trí tuệ</i>		TS. Lê Đình Nghi, TS. Vũ Thị Hải Yến	NXB Giáo dục Việt Nam	2009

KIẾN THỨC CHUYÊN SÂU CỦA NGÀNH

1	Quản trị thương hiệu	<i>Strategic Brand Management, 4th</i>		Kevin Lane Keller	NXB Pearson	2012
---	-----------------------------	--	--	-------------------	-------------	------

		<i>edition</i>				
			<i>The New Strategic Brand Management: Advanced Insights and Strategic Thinking (New Strategic Brand Management: Creating & Sustaining Brand Equity)</i>	Jean-Noel Kapferer	Kogan Page	2012
			<i>Quản trị thương hiệu</i>	Lê Đăng Lãng	NXB Thống kê	2010
2	Quản trị truyền thông	<i>Integrated Marketing Communications</i>		David Pickton & Amanda Broderick	Prentice Hall	2007
			<i>Các kỹ năng tiếp thị hiệu quả</i>	Harvard Business Essentials	First News và NXB Tổng hợp TPHCM	2007
			<i>Advertising and Promotion – An integrated communications perspective</i>	George E. Belch, Michael A. Belch	McGraw-Hill	2007
3	Marketing dịch vụ	<i>Integrating Customer Focus across the Firm, 5th edition</i>		Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D.	McGraw-Hill Irwin. New York.	2009
			<i>Services Marketing: A</i>	Bennett, R. & McColl-	Wiley. Queensla	2003

			<i>Managerial Approach,</i>	Kennedy, J.R.	nd	
			<i>Giáo trình Marketing dịch vụ</i>	TS. Nguyễn Thượng Thái	Bưu điện	2006
4	Quản trị Marketing		<i>Marketing, 1st edition</i>	C. Shane Hunt, John E. Mello	McGraw Hill Eds.	2015
			<i>Marketing Management</i>	P. Kotler & K.L.Keller	Prentice Hall	2009
			<i>Marketing Management: An Asian Perspective</i>	P.Kotler, Swee Hoon Ang, Siew Meng Leong, Chin Tiong Tan	NJ: Prentice Hall	1996
5	Quản trị kênh phân phối		<i>Quản trị kênh phân phối và bán hàng</i>	James M.Comer	NXB Tổng hợp TP. Hồ Chí Minh	2005
			<i>Selling and Sales Management, 8th edition</i>	David Jobber and Geoffrey Lancaster	Financial Times Prentice Hall, Pearson Education	2009
			<i>Quản trị bán hàng</i>	Nguyễn Khánh Trung & Võ Thị Ngọc Thúy	NXB Đại học quốc gia	2015
			<i>Quản trị bán hàng</i>	Lê Đăng Lãng	NXB Thống kê	2007
			<i>How to become a rainmaker</i>	Jeffrey J.Fox	NXB Trẻ	2011
6	Marketing công nghiệp		<i>Business Marketing. 4th</i>	Dwyer, R and J Tanner	New York: McGraw-	2009

		<i>edition</i>			Hill Irwin	
		<i>Marketing Công nghiệp</i>		Hồ Thanh lan	Giao thông vận tải	2008
7	Marketing quốc tế	<i>Global Marketing, 6th edition</i>		Warren, J.K & Mark, C.G	Pearson Education, Inc., Prentice Hall.	2011
			<i>International Marketing</i>	Philip R. Cateora & John Graham	Mc Graw – Hill	2006
			<i>Giáo trình Marketing quốc tế</i>	Nguyễn Trung Văn, Nguyễn Thanh Bình & Phạm Thu Hương	Đại học Ngoại thương	2008
8	Quản trị quan hệ khách hàng (CRM)	<i>The CRM handbook : A business guide to customer relationships management (Huỳnh Minh Em dịch: cẩm nang quản lý mối quan hệ khách hàng</i>		Dyché, J.	NXB Tổng hợp Tp.HCM	2002
			<i>Giáo trình quản lý Quan hệ khách hàng</i>	Nguyễn Văn Dung	NXB Giao thông	2007

					vận tải	
9	Quảng cáo và khuyến mãi	<i>Contemporary Advertising, 12th Edition</i>		William F. Arens	McGraw-Hill/Irwin, Boston – USA	2009
			<i>Quản trị chiêu thị</i>	Hoàng Trọng & Hoàng Thị Phương Thảo	NXB Thống kê	2007
			<i>Creative Strategy in Advertising, 10th International Edition</i>	Bonnie L. Drewniany, A. Jerome Jewler	Thomson Southwestern/Cengage Learning	2011
10	Tâm lý và nghệ thuật lãnh đạo	<i>Tâm lý và nghệ thuật lãnh đạo</i>		TS. Huỳnh Thanh Tú	NXB ĐHQG TP.HCM	2013
			<i>Nghệ thuật và phương pháp lãnh đạo doanh nghiệp</i>	Lê Anh Cường, Nguyễn Thị Lệ Huyền	Nhà xuất bản Lao động Xã hội	2004
			<i>The Psychology of Leadership : New Perspectives and Research (series in Organisation and Management)</i>	David M. Messick & Roderick M. Crammer	Psychology Press	2004
11	Quản trị bán hàng	<i>Quản trị bán hàng (sách dịch)</i>		Jamers M.Comer	NXB Tp. Hồ Chí Minh	2005
			<i>Quản trị bán hàng</i>	Nguyễn Khánh Trung &	NXB Đại học Quốc gia TP.	2015

				Võ Thị Ngọc Thúy	HCM	
			<i>Kỹ năng và Quản trị bán hàng</i>	Lê Đăng Lãng	NXB Thống kê	2009
			<i>Bán hàng và Quản trị bán hàng</i>	Trần Đình Hải	NXB Thống kê	2005
			<i>Selling and Sales Management</i>	David Jobber and Geoffrey Lancaster	Financial Times Prentice Hall, Pearson Education	2009
		<i>Festival and special event management (The Wiley Event Management Series)</i>		Johnny Allen, William O'Toole, Robert Harris, Ian McDonnell	Wiley Eds.	2004
12	Kỹ năng tổ chức và quản lý sự kiện	<i>Giáo trình Kỹ năng tổ chức sự kiện</i>		Lưu Kiếm Thanh	Học viện hành chính quốc gia	2010
			<i>Tổ chức sự kiện (chuyên khảo)</i>	Lưu Văn Nghiêm	Đại học Kinh tế quốc dân	2012 (tái bản lần 2)
13	Quan hệ công chúng	<i>Public Relations : Strategies and Tactics, 11th edition</i>		<i>Dennis L. Wilcox et al</i>	NXB Pearson	2015

		<i>(Bộ môn Marketing chuẩn bị dịch sang tiếng Việt)</i>				
			<i>Cẩm nang quản lý – PR hiệu quả (Effective public relations)</i>	Ali, M. (Hoàng Ngọc Tuyên dịch)	Nhà xuất bản tổng hợp thành phố Hồ Chí Minh	2001
			<i>Cẩm nang quản lý – Khách hàng là trên hết (Putting customers first)</i>	Bruce, A. và Langdon, K. (Lê Ngọc Phương Anh dịch)	Nhà xuất bản tổng hợp thành phố Hồ Chí Minh	2006
14	Thương mại điện tử	<i>Electronic Commerce: A Managerial Perspective</i>		Turban, E. et al	USA: Pearson Prentice Hall	2006
			<i>E-Marketing, 2nd edition</i>	Strauss, J. and Frost, R.	USA: Prentice Hall	2001
			<i>E-Business and E-Commerce Management, 2nd edition</i>	Chaffey, D.	England: Pearson Education Limited	2004
15	Marketing kỹ thuật số	<i>Social Media Marketing (Bộ môn Marketing)</i>		Tracy Tuten Michael R. Solomon	Pearson Eds.	2015

		<i>g chuẩn bị dịch sang tiếng Việt)</i>			
			<i>Marketing thương mại điện tử</i>	Nguyễn Bách Khoa	NXB thống kê 2009
			<i>Hướng dẫn thiết yếu cho truyền thông mới & Digial Marketing</i>	Kent Wertime, Ian Fenwick	Tri thức 2009

18) Hướng dẫn thực hiện chương trình:

Trên cơ sở những Quy định chung Bộ Giáo dục và Đào tạo, của Đại học quốc gia TP.Hồ Chí Minh, Chương trình đào tạo cử nhân Quản trị kinh doanh theo Hệ đào tạo Tín chỉ của Trường Đại học Kinh tế - Luật được xây dựng căn cứ vào mục tiêu cụ thể, điều kiện thực tế của Trường, các học phần thuộc khối kiến thức giáo dục đại cương và khối kiến thức chuyên nghiệp được thực hiện trong 8 học kỳ (bốn năm).

Chương trình được xây dựng trên các nguyên tắc nhất định để đảm bảo tính liên thông, khoa học, đáp ứng nhu cầu xã hội.

Các giảng viên phải tuân thủ theo đúng yêu cầu của chương trình.

Các môn phải được thực hiện giảng dạy đúng theo thứ tự đã ghi theo từng học kỳ, theo đúng yêu cầu môn tiên quyết, môn trước, môn sau, môn song hành. Không đơn vị nào được tự ý thay đổi nếu không thông qua Hội đồng khoa học.

Việc thực hiện đào tạo theo chương trình này phải tuân thủ Quy chế về đào tạo theo học chế tín chỉ của Đại học Quốc gia TP.HCM. Sau khi kết thúc khóa học, nếu hoàn thành đủ số lượng tín chỉ và được công nhận tốt nghiệp, người học được cấp bằng tốt nghiệp đại học bậc Cử nhân.

Chương trình đào tạo sẽ được điều chỉnh cho phù hợp với sự phát triển của ngành và thực tiễn.

TRƯỞNG KHOA

HIỆU TRƯỞNG

Phạm Đức Chính

Nguyễn Tiến Dũng