

CHƯƠNG TRÌNH GIÁO DỤC ĐẠI HỌC

Tên chương trình: Thương mại

Trình độ đào tạo: Đại học

Chuyên ngành: Marketing và Thương Mại Quốc Tế, được áp dụng cho Khóa 19.

Loại hình đào tạo: Chính qui

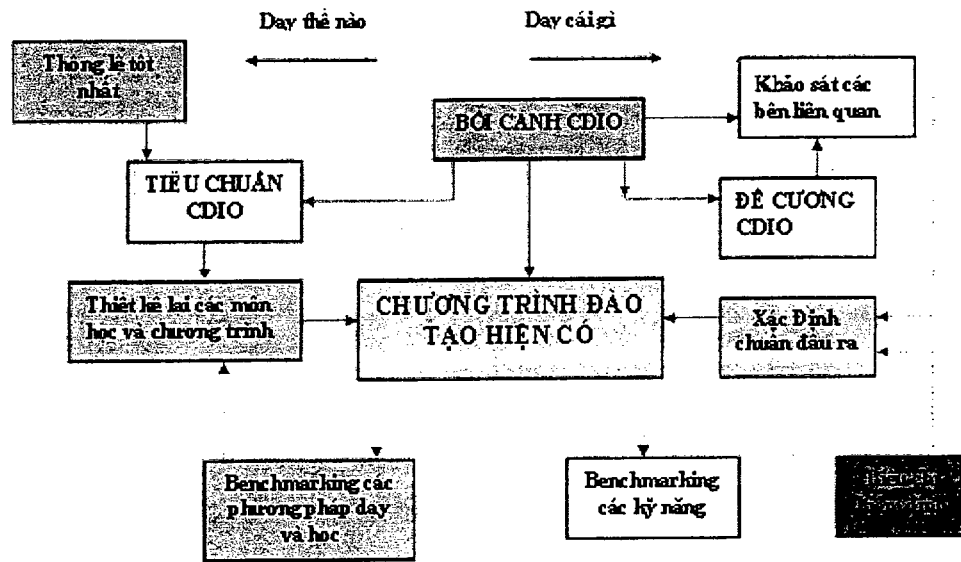
Chương trình này sử dụng cách tiếp cận CDIO (Conceive-Design-Implement-Operate, tức Hình thành ý tưởng- Thiết kế-Triển khai-Vận hành) và là bước đệm để tiến tới việc chuyển đổi từ hệ thống niên chế sang hệ thống tín chỉ.

I. PHẦN CHUNG

A. Giới Thiệu Cách Tiếp Cận CDIO

- Cách tiếp cận CDIO (Hình thành ý tưởng – Thiết kế - Triển khai – Vận hành) xuất hiện nhằm cải cách giáo dục kỹ thuật bị phê phán nặng nề vào những năm đầu của thế kỷ 21, trong đó, giới kinh doanh nêu lên những bất cập của nền giáo dục kỹ thuật của thế giới trong hai thập niên 1980 và 1990 là quá thiên về mặt lý thuyết mà bỏ quên phần thực hành làm cho người kỹ sư thiếu đi các kỹ năng như làm việc theo nhóm, giao tiếp, giải quyết vấn đề, tư duy sáng tạo, v.v.
- Cách tiếp cận CDIO thuần túy dành cho các ngành khoa học kỹ thuật; tuy nhiên nó có thể được áp dụng cho các ngành khoa học xã hội cũng như nhân văn.
- **Mục tiêu** của cách tiếp cận này là nắm vững kiến thức chuyên sâu hơn về quy tắc cơ bản của kỹ thuật hay chuyên ngành đào tạo; dẫn đầu trong việc kiến tạo và vận hành sản phẩm và hệ thống mới (từ ngữ sản phẩm ở đây là bất kỳ ý tưởng, quan niệm, biến cố, tình huống, dự án, v.v.); và hiểu được tầm quan trọng và tác động chiến lược nghiên cứu và phát triển kỹ thuật (hay chuyên ngành đào tạo) đối với xã hội.
- **Tầm nhìn** của một chương trình CDIO có các điểm nổi bật như sau:
 - Giáo dục dựa trên các mục tiêu của chương trình học và chuẩn đầu ra của sinh viên được nêu rõ ràng nhờ sự đóng góp của các bên liên quan.
 - Chuẩn đầu ra của sinh viên được đáp ứng bằng cách xây dựng một chuỗi kinh nghiệm có tính hội nhập, trong đó một số kinh nghiệm mang tính trải nghiệm, nghĩa là, tạo điều kiện cho sinh viên trải nghiệm những tình huống mà người đó, sau khi tốt nghiệp, sẽ gặp phải trong nghề nghiệp của mình.
 - Việc xây dựng một chuỗi kinh nghiệm học tập sẽ tạo ra tác dụng kép: vừa đào tạo kỹ năng vừa hỗ trợ việc lĩnh hội các nền tảng cơ bản.

TRIỂN KHAI ĐỀ CƯƠNG CDIO



- Chương trình đào tạo dựa trên cách tiếp cận CDIO được thiết kế từ các môn học chuyên ngành bổ trợ lẫn nhau, xen lẫn với các hoạt động nâng cao kỹ năng cá nhân và giao tiếp, kỹ năng kiến tạo sản phẩm (hay ý tưởng, quan niệm), và quy trình có hệ thống.
- Có đánh giá và kiểm định toàn diện.

B. Giới Thiệu Chuyên Ngành của Chương Trình Đào Tạo Thương Mại

Chương trình đào tạo này được thiết kế cho hai chuyên ngành của Khoa Thương Mại, Trường Đại Học DL Văn Lang: Chuyên ngành Marketing và chuyên ngành Thương Mại Quốc Tế. Dự kiến chương trình đào tạo này, được thiết kế theo cách tiếp cận CDIO, sẽ được áp dụng cho khóa 16 và các khóa tiếp sau, nhập học vào tháng 9 năm 2010.

1. Mục tiêu đào tạo:

1.1 Chuyên ngành Marketing:

Đào tạo cử nhân Thương Mại, **chuyên ngành Marketing**, có phẩm chất chính trị, đạo đức và sức khỏe tốt; nắm vững những kiến thức chuyên sâu của chuyên ngành; có khả năng giao tiếp bằng Anh ngữ thông thường và chuyên ngành khá tốt; dẫn đầu trong kiến tạo và vận hành sản phẩm, ý tưởng, quy trình và hệ thống của ngành; và hiểu được tầm quan trọng và

tác động của chiến lược nghiên cứu và phát triển của chuyên ngành đối với công cuộc phát triển kinh tế - xã hội của đất nước trong bối cảnh toàn cầu hóa và hội nhập quốc tế.

1.2 Chuyên ngành Thương Mại Quốc Tế:

Đào tạo cử nhân Thương Mại, **chuyên ngành Thương Mại Quốc Tế**, có phẩm chất chính trị, đạo đức và sức khỏe tốt; nắm vững những kiến thức chuyên sâu của chuyên ngành; có khả năng giao tiếp tốt bằng Anh ngữ thông thường và chuyên ngành; dẫn đầu trong kiến tạo và vận hành sản phẩm ý tưởng, quy trình và hệ thống; và hiểu được tầm quan trọng và tác động của chiến lược nghiên cứu và phát triển chuyên ngành đối với công cuộc phát triển kinh tế-xã hội của đất nước trong bối cảnh toàn cầu hóa và hội nhập quốc tế.

2. Chuẩn Đầu Ra (Learning Outcomes):

2.1 Chuyên ngành Marketing (dựa trên Đề Cương Cấp 3 CDIO)

2.1.1 Kiến thức và lập luận chuyên ngành:

2.1.1.1 Kiến thức khoa học cơ bản: Sinh viên chuyên ngành Marketing phải nắm vững các kiến thức giáo dục đại cương như: Những nguyên lý cơ bản của chủ nghĩa M-L, Tư tưởng Hồ Chí Minh, và Đường lối cách mạng của Đảng Cộng Sản Việt Nam; các kiến thức về khoa học xã hội như: Pháp luật đại cương, Phương pháp nghiên cứu, Tâm lý học, Kỹ năng học tập tại đại học, Giao tiếp và thương lượng; Anh ngữ; và các kiến thức thuộc về khoa học tự nhiên như: Toán cao cấp, Lý thuyết xác suất và thống kê toán, Tin học đại cương; và các kiến thức cơ sở thuộc chuyên ngành của mình như: Kinh tế vĩ mô, Kinh tế vi mô, Marketing căn bản, Nguyên lý kế toán và Quản trị học.

2.1.1.2 Kiến thức nền tảng ngành cốt lõi: Sinh viên chuyên ngành Marketing phải thông hiểu và nắm vững các kiến thức cốt lõi của chuyên ngành mà mình theo đuổi như: Phương pháp nghiên cứu Marketing, Quản trị Marketing, Marketing dịch vụ và thương mại, Kỹ năng bán hàng và quản lý bán hàng, Quảng cáo và khuyến mãi, Quan hệ công chúng, và Marketing quốc tế. Ngoài ra, sinh viên chuyên ngành Marketing còn được bổ trợ bằng một số kiến thức có liên quan và ảnh hưởng đến nghề nghiệp tương lai của mình như: Lý thuyết về tài chính-tiền tệ, Luật kinh tế, Đạo đức kinh doanh, Quản trị chiến lược, Quản trị tài chính, Quản trị hậu cần/Chuỗi cung ứng và Kế toán quản trị.

2.1.1.3 Kiến thức nền tảng chuyên ngành nâng cao: gồm có những môn tăng cường kiến thức cho sinh viên dưới dạng các môn tự chọn (electives) như: Quản lý quan hệ khách hàng, Xây dựng và quảng bá thương hiệu, nhãn hiệu, Động thái (hành vi) khách hàng, Phân tích và quản trị rủi ro, Quản trị chất lượng, Thị trường chứng khoán, Động thái (hành vi) tổ chức, Thuế, Tin học ứng dụng, Quản trị dự án, và Kế toán Mỹ.

2.1.2 Kỹ năng và tố chất cá nhân và chuyên nghiệp

2.1.2.1 Lập luận chuyên ngành và giải quyết vấn đề

- (a) Xác định và hình thành vấn đề:
- (b) Ước lượng và phân tích định tính

- (c) Phân tích với sự hiện diện của các yếu tố bất định
 - (d) Kết thúc vấn đề
- 2.1.2.2 *Thử nghiệm và khám phá kiến thức*
- (a) Nguyên tắc nghiên cứu và điều tra
 - (b) Điều tra theo thử nghiệm
 - (c) Khảo sát tài liệu và thông tin trên mạng
 - (d) Thử nghiệm giả thiết và bảo vệ
- 2.1.2.3 *Suy nghĩ tâm hệ thống*
- (a) Suy nghĩ tổng thể
 - (b) Sự nảy sinh và tương tác trong những hệ thống
 - (c) Sắp xếp trình tự ưu tiên
 - (d) Trao đổi và cân bằng các yếu tố khác nhau
- 2.1.2.4 *Kỹ năng và thái độ cá nhân*
- (a) Đề xuất sáng kiến và sẵn sàng chấp nhận rủi ro
 - (b) Tính kiên trì và linh hoạt
 - (c) Tư duy sáng tạo
 - (d) Tư duy suy xét
 - (e) Hiểu biết về bản thân
 - (f) Ham tìm hiểu và học tập suốt đời
 - (g) Quản lý thời gian và nguồn lực (tài nguyên)
- 2.1.2.5 *Kỹ năng và thái độ nghề nghiệp*
- (a) Đạo đức nghề nghiệp, tính trung thực, có bản phận và trách nhiệm
 - (b) Hành xử chuyên nghiệp
 - (c) Chủ động lên kế hoạch cho nghề nghiệp của mình
 - (d) Luôn luôn cập nhật thông tin về chuyên ngành của mình
- 2.1.3 Kỹ năng giao tiếp**
- 2.1.3.1 *Làm việc theo nhóm (hoặc nhóm liên ngành, thí dụ, làm việc trong đó vừa có sinh viên chuyên ngành Marketing vừa có sinh viên chuyên ngành Thương Mại Quốc Tế)*
- (a) Chiến lược giao tiếp
 - (b) Cơ cấu giao tiếp
 - (c) Giao tiếp bằng văn viết
 - (d) Giao tiếp điện tử/đa truyền thông
 - (e) Thuyết trình và giao tiếp
- 2.1.3.2 *Giao tiếp bằng ngoại ngữ*
- (a) Tiếng Anh tương đương với TOEIC 400
- 2.1.4 Hình thành ý tưởng, thiết kế, triển khai và vận hành trong bối cảnh doanh nghiệp và xã hội**

2.1.4.1 *Bối cảnh bên ngoài xã hội*

- (a) Hiểu rõ vai trò và trách nhiệm của người tốt nghiệp chuyên ngành Marketing
- (b) Hiểu rõ tác động của chuyên ngành Marketing đối với lĩnh vực kinh doanh và xã hội
- (c) Có kiến thức về bối cảnh kinh tế và xã hội
- (d) Có kiến thức về những vấn đề và giá trị đương thời
- (e) Hiểu rõ vấn đề hội nhập và toàn cầu hóa

2.1.4.2 *Bối cảnh doanh nghiệp và kinh doanh*

- (a) Hiểu rõ môi trường kinh doanh hiện nay
- (b) Nắm bắt được chiến lược, mục tiêu, và kế hoạch của doanh nghiệp
- (c) Có ý hướng tự lập nghiệp trong lĩnh vực chuyên ngành mình đã chọn

2.1.4.3 *Hình thành ý tưởng và các hệ thống chuyên ngành*

- (a) Có khả năng thiết lập những mục tiêu và yêu cầu của hệ thống
- (b) Thông hiểu những chức năng, khái niệm, và cấu trúc của hệ thống
- (c) Mô hình hóa hệ thống và có những biện pháp đạt được mục tiêu
- (d) Quản lý dự án/đề án/chương trình nghiên cứu

2.1.4.4 *Thiết kế*

- (a) Quy trình thiết kế
- (b) Phân đoạn quy trình thiết kế và phương pháp tiếp cận
- (c) Vận dụng kiến thức đã học vào thiết kế
- (d) Thiết kế chuyên ngành
- (e) Thiết kế liên ngành

2.1.4.5 *Triển khai*

- (a) Thiết kế quy trình (process) triển khai
- (b) Thiết kế phần cứng (phần cốt lõi)
- (c) Thiết kế phần mềm (phần hỗ trợ)
- (d) Hội nhập phần cốt lõi và phần hỗ trợ
- (e) Kiểm tra, kiểm chứng, phê chuẩn, và chứng nhận
- (f) Quản lý quá trình triển khai

2.1.4.6 *Vận hành*

- (a) Đào tạo và vận hành
- (b) Quản lý vận hành
- (c) Cải thiện và phát triển hệ thống

2.1.5 **Vị trí của người sinh viên khi tốt nghiệp**

Chuyên ngành Marketing hiện nay và tương lai có nhu cầu rất lớn trong xã hội. Qua khảo sát gần đây, 100% sinh viên tốt nghiệp có việc làm và đúng ngành mình học. Đối với các nam sinh viên, quảng cáo, nghiên cứu thị trường, bán hàng (theo vùng lãnh thổ) và

chiêu thị là những lĩnh vực phù hợp nhất. Đối với nữ sinh viên, quảng cáo, bán hàng (tại chỗ), phát triển sản phẩm mới là những lĩnh vực nữ giới ưa chuộng. Qua khảo sát, tùy theo khả năng của từng người sinh viên, sau khi tốt nghiệp khoảng hai năm, đa số sinh viên trong ngành Marketing có thể leo lên đến chức vụ tổ trưởng, phó phòng hay đại diện bán hàng.

2.2 Chuyên Ngành Thương Mại Quốc Tế (dựa trên Đề cương cấp 3 CDIO)

2.2.1 Kiến thức và lập luận chuyên ngành:

2.2.1.1 Kiến thức khoa học cơ bản: Sinh viên chuyên ngành Thương Mại Quốc Tế phải nắm vững các kiến thức giáo dục đại cương như: Những nguyên lý cơ bản của chủ nghĩa M-L, Tư tưởng Hồ Chí Minh, và Đường lối cách mạng của Đảng Cộng Sản Việt Nam; các kiến thức về khoa học xã hội như: Pháp luật đại cương, Phương pháp nghiên cứu, Tâm lý học, Kỹ năng học tập tại đại học, Giao tiếp và thương lượng; Anh ngữ; và các kiến thức thuộc về khoa học tự nhiên như: Toán cao cấp, Lý thuyết xác suất và thống kê toán, Tin học đại cương; và các kiến thức cơ sở thuộc chuyên ngành của mình như: Kinh tế vĩ mô, Kinh tế vi mô, Marketing căn bản, Nguyên lý kế toán và Quản trị học.

2.2.1.2 Kiến thức nền tảng ngành cốt lõi: Sinh viên chuyên ngành Thương Mại Quốc Tế phải thông hiểu và nắm vững các kiến thức cốt lõi của chuyên ngành mà mình theo đuổi như: Kinh doanh quốc tế, Thanh toán quốc tế, Bảo hiểm và vận tải quốc tế, Nghiệp vụ ngoại thương, Kỹ năng giao nhận hàng hóa xuất nhập khẩu, và khai báo hải quan, Marketing Quốc tế và Tài Chính quốc tế. Ngoài ra, sinh viên chuyên ngành Thương Mại Quốc Tế còn được bổ trợ bằng một số kiến thức có liên quan và ảnh hưởng đến nghề nghiệp tương lai của mình như: Lý thuyết về tài chính-tiền tệ, Luật kinh tế, Đạo đức kinh doanh, Quản trị chiến lược, Quản trị tài chính, Quản trị hậu cần/chuỗi cung ứng và Kế toán quản trị.

2.2.1.3 Kiến thức nền tảng chuyên ngành nâng cao: gồm có những môn tăng cường kiến thức cho sinh viên dưới dạng các môn tự chọn (electives) như: Nghiệp vụ ngân hàng và các định chế tài chính quốc tế, Động thái (hành vi) khách hàng, Phân tích và quản trị rủi ro, Luật thương mại quốc tế, Quản trị chất lượng, Thị trường chứng khoán, Động thái (hành vi) tổ chức, Thuế, Tin học ứng dụng, Quản trị dự án, và Kế toán Mỹ.

2.2.2 Kỹ năng và tố chất cá nhân và chuyên nghiệp

2.2.2.1 Lập luận chuyên ngành và giải quyết vấn đề

- (a) Xác định và hình thành vấn đề:
- (b) Ước lượng và phân tích định tính
- (c) Phân tích với sự hiện diện của các yếu tố bất định
- (d) Kết thúc vấn đề

2.2.2.2 Thử nghiệm và khám phá kiến thức

- (a) Nguyên tắc nghiên cứu và điều tra
- (b) Điều tra theo thử nghiệm

- (c) Khảo sát tài liệu và thông tin trên mạng
- (d) Thử nghiệm giả thiết và bảo vệ

2.2.2.3 *Suy nghĩ tầm hệ thống*

- (a) Suy nghĩ tổng thể
- (b) Sự nảy sinh và tương tác trong những hệ thống
- (c) Sắp xếp trình tự ưu tiên
- (d) Trao đổi và cân bằng các yếu tố khác nhau

2.2.2.4 *Kỹ năng và thái độ cá nhân*

- (a) Đề xuất sáng kiến và sẵn sàng chấp nhận rủi ro
- (b) Tính kiên trì và linh hoạt
- (c) Tư duy sáng tạo
- (d) Tư duy suy xét
- (e) Hiểu biết về bản thân
- (f) Ham tìm hiểu và học tập suốt đời
- (g) Quản lý thời gian và nguồn lực (tài nguyên)

2.1.2.5 *Kỹ năng và thái độ nghề nghiệp*

- (a) Đạo đức nghề nghiệp, tính trung thực, có bổn phận và trách nhiệm
- (b) Hành xử chuyên nghiệp
- (c) Chủ động lên kế hoạch cho nghề nghiệp của mình
- (d) Luôn luôn cập nhật thông tin về chuyên ngành của mình

2.2.3 **Kỹ năng giao tiếp**

2.2.3.1 *Làm việc theo nhóm (hoặc nhóm liên ngành, thí dụ, làm việc trong đó vừa có sinh viên chuyên ngành Marketing vừa có sinh viên chuyên ngành Thương Mại Quốc Tế)*

- (a) Chiến lược giao tiếp
- (b) Cơ cấu giao tiếp
- (c) Giao tiếp bằng văn viết
- (d) Giao tiếp điện tử/đa truyền thông
- (e) Thuyết trình và giao tiếp

2.2.3.2 *Giao tiếp bằng ngoại ngữ*

- (a) Tiếng Anh tương đương với TOEIC 500

2.2.4 **Hình thành ý tưởng, thiết kế, triển khai và vận hành trong bối cảnh doanh nghiệp và xã hội**

2.2.4.1 *Bối cảnh bên ngoài xã hội*

- (a) Hiểu rõ vai trò và trách nhiệm của người tốt nghiệp chuyên ngành Thương Mại Quốc Tế
- (b) Hiểu rõ tác động của chuyên ngành Thương Mại Quốc Tế đối với lĩnh vực kinh doanh và xã hội

- (c) Có kiến thức về bối cảnh kinh tế và xã hội
- (d) Có kiến thức về những vấn đề và giá trị đương thời
- (e) Hiểu rõ vấn đề hội nhập và toàn cầu hóa

2.2.4.2 *Bối cảnh doanh nghiệp và kinh doanh*

- (a) Hiểu rõ môi trường kinh doanh hiện nay
- (b) Nắm bắt được chiến lược, mục tiêu, và kế hoạch của doanh nghiệp
- (c) Có ý hướng tự lập nghiệp trong lĩnh vực chuyên ngành mình đã chọn

2.2.4.3 *Hình thành ý tưởng và các hệ thống chuyên ngành*

- (a) Có khả năng thiết lập những mục tiêu và yêu cầu của hệ thống
- (b) Thông hiểu những chức năng, khái niệm, và cấu trúc của hệ thống
- (c) Mô hình hóa hệ thống và có những biện pháp đạt được mục tiêu
- (d) Quản lý dự án/đề án/chương trình nghiên cứu

2.2.4.4 *Thiết kế*

- (a) Quy trình thiết kế
- (b) Phân đoạn quy trình thiết kế và phương pháp tiếp cận
- (c) Vận dụng kiến thức đã học vào thiết kế
- (d) Thiết kế chuyên ngành
- (e) Thiết kế liên ngành

2.2.4.5 *Triển khai*

- (a) Thiết kế quy trình (process) triển khai
- (b) Thiết kế phần cứng (phần cốt lõi)
- (c) Thiết kế phần mềm (phần hỗ trợ)
- (d) Hội nhập phần cốt lõi và phần hỗ trợ
- (e) Kiểm tra, kiểm chứng, phê chuẩn, và chứng nhận
- (f) Quản lý quá trình triển khai

2.2.4.6 *Vận hành*

- (a) Đào tạo và vận hành
- (b) Quản lý vận hành
- (c) Cải thiện và phát triển hệ thống

2.2.5 **Vị trí của người sinh viên khi tốt nghiệp**

Chuyên ngành Thương Mại Quốc Tế hiện nay và tương lai vẫn có nhu cầu lớn trong xã hội. Tuy nhiên, đặc trưng của chuyên ngành này là đa số sinh viên là nữ (2/3 tổng số sinh viên của một khóa) và hiện nay tình hình kinh tế thế giới đang lâm vào cuộc suy thoái trầm trọng. Do tình hình như trên, việc tập trung vào các công ty xuất nhập khẩu gây cho sinh viên tốt nghiệp nhiều khó khăn và mặt khác vì đa số sinh viên là nữ nên một số hoạt động của ngành như giao vận, khai báo hải quan, quản trị hậu cần bị hạn chế. Do vậy, sinh viên ngành này thường phải thay đổi mối quan tâm và sở học sang các lĩnh vực khác, thông thường là tín dụng hay thanh toán quốc tế, hay nghiên cứu thị trường. Tuy nhiên, lĩnh vực

quản trị hậu cần ngày nay là một lĩnh vực có nhu cầu rất lớn như Marketing, nên sinh viên ngành Thương Mại Quốc Tế nên mở rộng ra lĩnh vực hậu cần/chuỗi cung ứng và bằng cách học thêm để lấy một số chứng chỉ trong lĩnh vực này (trong nước hay quốc tế) thì mới có cơ hội thăng tiến trong nghề nghiệp.

3. Thời gian đào tạo : 4 năm

4. Khối lượng kiến thức toàn khóa: Cả hai chuyên ngành có tổng số đơn vị học trình khoảng 191 đvht, tương đương với 127 tín chỉ, không kể học phần Giáo dục thể chất và Giáo dục Quốc phòng.

5. Đối tượng tuyển sinh : các đối tượng đã tốt nghiệp THPT hoặc tương đương đã trúng tuyển kỳ thi tuyển sinh đại học hằng năm Khối A, D1.

6. Qui trình đào tạo, điều kiện tốt nghiệp : Chương trình đào tạo này gồm các học phần bắt buộc và học phần tự chọn. Sinh viên cần phải đạt được 131 tín chỉ cho chuyên ngành Marketing và 131 tín chỉ cho chuyên ngành Thương mại quốc tế, được phân bổ trong 8 học kỳ .

II. BỐ TRÍ CHƯƠNG TRÌNH :

1. Kiến thức giáo dục đại cương :

1.1 Lý luận Mác – Lênin và tư tưởng Hồ Chí Minh :

STT	MÔN HỌC	SỐ ĐVHT
1	Những nguyên lý cơ bản của chủ nghĩa Mác Lênin	7,5
2	Tư tưởng Hồ Chí Minh	3
3	Đường lối cách mạng của Đảng CSVN	4,5
	Tổng cộng	15

1.2 **Khoa học xã hội:** Kể từ đây, các môn học được sắp xếp theo thứ tự để tiện việc đưa vào Ma Trận Đối Ứng (Matching Matrix) các môn học.

STT	MÔN HỌC	SỐ ĐVHT
1	Pháp luật đại cương	3
2	Phương pháp nghiên cứu + thực hành	6
3	Tâm lý học	3
4	Kỹ năng học ở đại học	2
5	Giao tiếp và thương lượng	3
	Tổng cộng	17

1.3 Ngoại ngữ :

STT	MÔN HỌC	SỐ ĐVHT
6	Tiếng Anh	33
	Tổng cộng	33

1.4 Toán – Tin học – Khoa học tự nhiên

STT	MÔN HỌC	SỐ ĐVHT
7	Toán cao cấp	6
8	Lý thuyết xác suất và thống kê toán	4
9	Tin học đại cương	4
	Tổng cộng	14

1.5. Giáo dục Thể chất : 6 đvht

1.6. Giáo dục Quốc phòng: 165 tiết

2. Kiến thức giáo dục chuyên nghiệp

2.1. Kiến thức cơ sở của ngành

STT	MÔN HỌC	SỐ ĐVHT
10	Kinh tế vi mô I	4
11	Kinh tế vĩ mô I	4
12	Marketing căn bản	4
13	Nguyên lý kế toán	4
14	Quản trị học	4
	Tổng cộng	20

2.2 Kiến thức ngành:

2.2.1 Kiến thức chung của ngành chính:

STT	MÔN HỌC	SỐ ĐVHT
15	Tài chính – tiền tệ	4
16	Luật kinh tế	4
17	Đạo đức kinh doanh	2
18	Marketing quốc tế	4
19	Quản trị chiến lược	4
20	Quản trị nhân lực	3

21	Quản trị tài chính	4
22	Quản trị hậu cần & chuỗi cung ứng	3
23	Kế toán quản trị	3
	Tổng cộng	31

2.2.2 Kiến thức chuyên sâu của ngành:

Chuyên ngành Marketing:

STT	MÔN HỌC	SỐ ĐVHT
Bắt buộc		24
24	Phương pháp nghiên cứu marketing	4
25	Quản trị marketing	5
26	Marketing dịch vụ và thương mại	4
27	Kỹ năng bán hàng & quản lý bán hàng	4
28	Quảng cáo và khuyến mãi	4
29	Quan hệ công chúng	3
Tự chọn:		21
30	Quản lý quan hệ khách hàng	3
31	Xây dựng, quảng bá thương hiệu, nhãn hiệu	3
32	Động thái khách hàng	3
33	Phân tích và quản trị rủi ro	3
34	Quản trị chất lượng	3
35	Thị trường chứng khoán	3
36	Động thái tổ chức	3
37	Thuế	3
38	Tin học ứng dụng	3
39	Quản trị dự án	3
40	Kế toán Mỹ	3
	Tổng cộng	45

Chuyên ngành Thương mại quốc tế

STT	MÔN HỌC	SỐ ĐVHT
Bắt buộc		22
41	Kinh doanh quốc tế	4
42	Thanh toán quốc tế	4
43	Bảo hiểm và vận tải quốc tế	3

44	Nghiệp vụ ngoại thương	4
45	Kỹ năng giao nhận hàng hóa xuất nhập khẩu và khai báo hải quan	3
46	Tài chính quốc tế	4
Tự chọn:		24
47	Nghiệp vụ ngân hàng và các định chế tài chính quốc tế	3
	Động thái khách hàng	3
	Phân tích và quản trị rủi ro	3
48	Luật thương mại quốc tế	3
	Quản trị chất lượng	3
	Thị trường chứng khoán	3
	Động thái tổ chức	3
	Thuế	3
	Tin học ứng dụng	3
	Quản trị dự án	3
	Kế toán Mỹ	3
	Tổng cộng	46

III. KẾ HOẠCH GIẢNG DẠY (dự kiến) :

HỌC KỲ 1

Stt	Tên môn học	ĐVHT
1	Kỹ năng học ở đại học	2
2	Toán cao cấp C1	4
3	Tiếng Anh	5
4	Pháp luật đại cương	3
5	Tâm lý học	3
6	Kinh tế vi mô	4
7	Giao tiếp và thương lượng	3
8	Những nguyên lý cơ bản của chủ nghĩa M-L (1)	3
9	Giáo dục quốc phòng	
	Tổng	27

HỌC KỲ 2

Stt	Tên môn học	ĐVHT
1	Kinh tế vĩ mô	4
2	Toán cao cấp C2	2
3	Tiếng Anh	5
4	Luật kinh tế	4
5	Tin học căn bản	4
6	Marketing căn bản	4
7	Những nguyên lý cơ bản của chủ nghĩa M-L (2)	4,5
8	Giáo dục thể chất	
	Tổng	27,5

HỌC KỲ 3

Stt	Tên môn học	ĐVHT
	Môn bắt buộc	
1	Tư tưởng Hồ Chí Minh	3
2	Nguyên lý kế toán	4
3	Lý thuyết xác suất và thống kê toán	4
4	Tiếng Anh	5
5	Quản trị học	4
6	Tài chính – tiền tệ	4
7	Phương pháp nghiên cứu khoa học (bao gồm SPSS)	4
8	Giáo dục thể chất	
	Tổng	28

HỌC KỲ 4

Chuyên ngành Marketing			Chuyên ngành TMQT	
Stt	Tên môn học	ĐVHT	Tên môn học	ĐVHT
	Môn học bắt buộc :	12,5	Môn học bắt buộc:	19,5
1	Anh Văn	5	Kinh doanh quốc tế	4
2	Đường lối cách mạng của Đảng CSVN	4,5	Anh văn	5
3	Quản trị nhân lực	3	Đường lối cách mạng của Đảng CSVN	4,5
			Bảo hiểm & Vận tải quốc tế	3
			Quản trị nhân lực	3
	Môn tự chọn	6	Môn tự chọn	6
1	Động thái tổ chức	3	Động thái tổ chức	3
2	Thị trường chứng khoán	3	Thị trường chứng khoán	3
3	Kế toán Mỹ	3	Kế toán Mỹ	3
	Tổng	18,5		25,5

HỌC KỲ 5

Chuyên ngành Marketing			Chuyên ngành Thương mại quốc tế	
Stt	Tên môn học	ĐVHT	Tên môn học	ĐVHT
	Môn học bắt buộc	20	Môn bắt buộc	15
1	Phương pháp nghiên cứu marketing	4	Nghiệp vụ ngoại thương	4
2	Anh văn	4	Anh văn	4
3	Quản trị marketing	5	Thanh toán quốc tế	4
4	Quảng cáo và khuyến mãi	4		
5	Kế toán quản trị	3	Kế toán quản trị	3
	Môn tự chọn :	6	Môn tự chọn :	6
1	Quản lý quan hệ khách hàng	3	Nghiệp vụ ngân hàng và các định chế tài chính quốc tế	3
2	Động thái khách hàng	3	Động thái khách hàng	3
3	Xây dựng, quảng bá thương hiệu, nhãn hiệu	3	Luật thương mại quốc tế	3
	Tổng	26		21

HỌC KỲ 6

Chuyên ngành Marketing			Chuyên ngành Thương mại quốc tế	
Stt	Tên môn học	ĐVHT	Tên môn học	ĐVHT
	Môn bắt buộc	19	Môn bắt buộc	18
1	Anh văn	4	Anh văn	4
2	Kỹ năng bán hàng & Quản lý bán hàng	4	Kỹ năng giao nhận hàng hóa xuất nhập khẩu và khai báo hải quan	3
3	Marketing quốc tế	4	Marketing quốc tế	4
4	Quản trị tài chính	4	Quản trị tài chính	4
5	Quản trị hậu cần	3	Quản trị hậu cần	3
	Môn tự chọn	6	Môn tự chọn	6
1	Quản trị chất lượng	3	Quản trị chất lượng	3
2	Phân tích và quản trị rủi ro	3	Phân tích và quản trị rủi ro	3
3	Quản trị dự án	3	Quản trị dự án	3
	Tổng	25	Tổng	24

HỌC KỲ 7

Chuyên ngành Marketing			Chuyên ngành Thương mại quốc tế	
Stt	Tên môn học	ĐVHT	Tên môn học	ĐVHT
	Môn bắt buộc	20	Môn bắt buộc	18
1	Marketing dịch vụ và thương mại	4	Đạo đức kinh doanh	2
2	Anh văn	5	Anh văn	5
3	Quản trị chiến lược	4	Quản trị chiến lược	4
4	Đạo đức kinh doanh	2	Tài chính quốc tế	4
5	Quan hệ công chúng	3	Quan hệ công chúng	3
	Môn tự chọn	3	Môn tự chọn	3
1	Thuế	3	Thuế	3
2	Tin học ứng dụng	3	Tin học ứng dụng	3
	Tổng	23	Tổng	21

HỌC KỲ 8

Stt	Tên môn học	Tin chi
1	Thi môn chính trị	
2	Thi tốt nghiệp	15
3	Nghiên cứu khoa học	6

Tổng số đơn vị học trình:

Marketing : $175 + 15 + 6 = 196$
 TM Quốc Tế: $174 + 15 + 6 = 195$

Quy đổi sang tín chỉ

131
130

Đề Tài Nghiên Cứu Khoa Học

Kể từ Khóa 16 trở đi, nghiên cứu khoa học của sinh viên sẽ bắt đầu vào đầu tháng 10 của học kỳ 7 và kết thúc vào cuối tháng 5 của học kỳ 8 thay vì tháng 12 của học kỳ 5 và kết thúc vào tháng 6 của học kỳ 6 như các khóa 15 trở về trước.

Cũng khác với các khóa trước, việc nghiên cứu khoa học của sinh viên kể từ Khóa 16 trở đi phải kết hợp với việc thực tập tại một đơn vị nào đó (kinh doanh hay cơ quan nhà nước). Mặc dù việc thực hiện công trình nghiên cứu khoa học này vẫn theo nhóm như trước, nhưng số thành viên của nhóm bây giờ được hạn chế trong vòng tối đa là 3 người.

Việc nghiên cứu khoa học có kết hợp với thực tập này sẽ tương đương với 6 đơn vị học trình và được tính vào học kỳ 8, thay vì chỉ có 2 và được tính vào học kỳ 7 như các khóa trước đây.

Mặt khác, nghiên cứu khoa học của sinh viên của Khóa 16 có kết hợp với thực tập sẽ không phải báo cáo trước hội đồng xét duyệt đề tài nghiên cứu khoa học mà chỉ cần điểm trung bình cộng của giảng viên hướng dẫn và người phản biện.

Các đề tài nghiên cứu khoa học của sinh viên sẽ gồm 2 loại sau đây:

- (1) Đề tài do các giảng viên chuyên ngành đề ra (sinh viên thuộc chuyên ngành nào thì chọn đề tài của chuyên ngành đó, không được chọn đề tài của chuyên ngành khác);
- (2) Đề tài do các nhóm sinh viên đề xuất, cũng phân theo chuyên ngành của mình.

Đối với cả hai nhóm đề tài này, nếu đơn vị hay cơ quan nơi nhóm sinh viên thực tập yêu cầu thay đổi theo ý muốn của họ, nhóm sinh viên thực tập phải báo cáo về Khoa và xin chuyển đề tài ngay (nội trong 2 ngày). Các đề tài có thể trùng lặp vì các nhóm sinh viên thực tập các đơn vị hay cơ quan khác nhau nên điều này cũng được chấp nhận.

Các giảng viên của Khoa nên lưu ý một điều là qua quá trình nghiên cứu của sinh viên trong gần 5 năm nay, các đề tài bắt đầu có dấu hiệu đi vào "lối mòn" và nên chấm dứt ra các đề tài này (chẳng hạn, hành vi người tiêu dùng, ứng xử của khách hàng, xây dựng thương hiệu, đánh giá sự thỏa mãn của khách hàng về một sản phẩm nào đó, v.v.) Những đề tài như vậy sẽ tạo dịp cho sinh viên sao chép lại các công trình nghiên cứu trước đây. Do vậy, Khoa yêu cầu các giảng viên và nhóm sinh viên phải ra các đề tài mang tính "đột phá" trong chuyên ngành của mình để giúp sinh viên học hỏi và đạt kinh nghiệm thêm và đồng thời tạo ra sự đổi mới trong công trình nghiên cứu của mình.

Nội dung và hình thức của một báo cáo nghiên cứu khoa học có thực tập sẽ được trình bày ở phần Phụ Lục của chương trình này.

Trước khi giao nộp báo cáo nghiên cứu khoa học của nhóm sinh viên về Khoa để được giảng viên hướng dẫn và phản biện, nhóm sinh viên thực hiện đề tài phải đưa bản báo nghiên cứu cho người thủ trưởng trực tiếp của đơn vị nhận xét, ký tên, và đóng dấu vào trang dành sẵn.

Nghiên cứu khoa học của sinh viên sẽ nhận được sự tài trợ từ Nhà Trường.

Trong trường hợp nhóm sinh viên không thể tìm được nơi thực tập, sinh viên có quyền thay đổi đề tài nghiên cứu tại bàn, nhưng họ sẽ phải thực hiện các đề tài nghiên cứu rộng hơn và khó hơn.

Sau đây là **Lịch trình** nghiên cứu khoa học có thực tập của sinh viên.

Học kỳ	Tháng	Công việc	
7	10	Tuần 1	Các giảng viên đưa ra đề tài
		Tuần 2	Sinh viên đề xuất đề tài
		Tuần 3	Xét duyệt các đề tài
		Tuần 4	Thông báo danh mục các đề tài cho sinh viên
	11	Tuần 2	Sinh viên chọn đề tài và đăng ký
	12	Tuần 2	Chính thức giao đề tài và đề cử giảng viên hướng dẫn
8	1		Sinh viên tìm nơi thực tập, đăng ký với Văn Phòng Khoa, và bắt đầu thực tập
	2		
	3		Thực tập và viết báo cáo nghiên cứu khoa học. Nộp về khoa vào cuối tháng 5 có nhận xét của nơi thực tập
	4		
	5		
	6	Tuần 1	Giảng viên hướng dẫn chấm báo cáo
		Tuần 2	Phản biện
		Tuần 3	Tổng hợp điểm và gửi lên Phòng Đào tạo nhập điểm

IV. CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO CÓ TÍNH HỘI NHẬP

1. Những nét chung

Chương trình này có tính hội nhập (tích hợp) bởi thời lượng giảng dạy của giảng viên phải bảo đảm hai nhiệm vụ: (1) sinh viên vừa phát triển kiến thức sâu về nền tảng chuyên ngành và (2) đồng thời họ cũng học các kỹ năng và giao tiếp cũng như kiến tạo sản phẩm, quy trình và hệ thống.

Để đạt được điều này, các giảng viên phải khai thác những cơ hội học tập ngoại khóa, song song với chương trình đào tạo kết hợp với thực hành bên ngoài và phát triển phương pháp giảng dạy mới.

Chương trình này được thiết kế theo Đề Cương CDIO, trong đó các môn chuyên ngành đều có tính bổ trợ lẫn nhau và giáo dục các kỹ năng cá nhân và giao tiếp, kỹ năng kiến tạo sản phẩm, quy trình và hệ thống đã được đan xen vào giáo dục chuyên ngành thông qua Ma Trận Đối Ứng các Môn Học (từ trang 14 đến trang 21).

Chương trình đào tạo này có tính hội nhập bởi nó đã đưa vào ba kết cấu cụ thể là : (1) *kinh nghiệm chuyên ngành ở mức độ giới thiệu* (như Marketing cơ bản) nhằm tạo khung sườn cho quá trình học tập về sau và tạo động lực thôi thúc sinh viên muốn trở thành chuyên viên của ngành mình học; (2) *các môn chuyên ngành được phối hợp và gắn kết với nhau*, thí dụ, trong chuyên ngành Marketing các môn học như Nghiên cứu Marketing, Quản Trị Marketing đều gắn kết với các môn Bán Hàng và Quản Lý Bán Hàng, Quảng cáo và Khuyến Mãi, v.v. Trong chuyên ngành Thương Mại Quốc Tế, các môn học như Kinh Doanh Quốc Tế, Nghiệp Vụ Ngoại Thương, Thanh Toán Quốc Tế, Bảo hiểm và vận tải quốc tế, v.v., đều gắn kết với nhau và bổ trợ lẫn nhau; và (3) *đề tài nghiên cứu khoa học cho sinh viên*, là những đề tài nghiên cứu mà chúng phải kết hợp cho được thành phần hình thành ý tưởng-thiết kế-triển khai-vận hành.

2. Các trải nghiệm từ thấp tới cao

Chương trình này được thiết kế để cung cấp cho sinh viên *những trải nghiệm từ thấp đến cao* trong những môn học đề ra trong chương trình này. Trải nghiệm thấp thường ở dưới dạng một nghiên cứu sơ khởi nhằm giúp sinh viên nắm bắt những kiến thức chủ yếu khi mới bắt đầu một môn học vài tuần.

Đến những tuần chót, các trải nghiệm cao hơn sẽ là việc thực hiện một bài tập lớn, trong đó sinh viên sẽ phải vận dụng mọi kiến thức được lĩnh hội trong toàn khóa học. Thí dụ, trong môn học Quản Trị Hậu Cần/Chuỗi Cung Ứng, trải nghiệm sơ khởi của sinh viên sẽ thông qua một bài tập nhỏ có nhan đề: "Tìm hiểu hậu cần trong các hoạt động hàng ngày". Đến gần cuối khóa học, sinh viên sẽ phải thực hiện một đề tài lớn có nhan đề: "Nếu các bạn dự kiến thành lập một công ty sản xuất ra mặt hàng X, hệ thống hậu cần của các bạn sẽ bao gồm những gì?"

Hiển nhiên, mọi môn học trong một học kỳ không thể nào yêu cầu sinh viên đều phải qua các trải nghiệm như thế. Tuy nhiên, trong *tám* học kỳ mà sinh viên trải qua dưới mái trường này, tùy từng môn và từng lúc, sinh viên được yêu cầu phải trải qua các trải nghiệm có tính lặp đi lặp lại như thế để đỉnh cao của chương trình đào tạo này là **Đề tài Nghiên cứu Khoa Học của sinh viên**, được thực hiện trong khoảng học kỳ 4 cho đến học kỳ 7 của chương trình đào tạo này.

3. Cải cách giảng dạy và học tập

Các giảng viên nên nhớ mục tiêu của chương trình này là tạo một mục tiêu kép, nghĩa là sinh viên vừa học chuyên ngành mà lại vừa học kỹ năng một cách tốt hơn. Để thực hiện điều này, chương trình đào tạo này chủ trương hai điều quan trọng sau đây: (1) *tăng cường học tập chủ động và trải nghiệm* và (2) *thiết lập kinh nghiệm học tập có tính hội nhập dẫn đến việc nắm vững các kiến thức chuyên môn, kỹ năng cá nhân và giao tiếp, cũng như kỹ năng kiến tạo sản phẩm, quy trình và hệ thống*.

Kinh nghiệm cho thấy rằng *việc học tập có tính chủ động* xảy ra khi sinh viên được tham gia vào việc thảo luận, vận dụng và đánh giá ý tưởng. Việc học tập chủ động trong các môn học thiên về lý thuyết có thể bao gồm những khoảng thời gian dành cho sinh viên suy xét, thảo luận theo nhóm, và phản hồi tức khắc về những gì mà họ đang học. Việc học tập chủ động trở thành kinh nghiệm thực tế khi sinh viên đảm nhiệm vai trò mô phỏng thực hành nghề nghiệp: đó là *các đề tài nghiên cứu khoa học có tính chất thiết kế-triển khai, mô phỏng và nghiên cứu tình huống*.

Để cho việc học tập chủ động của sinh viên có hiệu quả và hiệu năng hơn, sinh viên phải có khả năng học tập có tính hội nhập, tức bao gồm kinh nghiệm học dẫn đến việc nắm giữ kiến thức chuyên môn kết hợp với kỹ năng cá nhân và giao tiếp, kỹ năng kiến tạo. Khoa Thương Mại đã cung cấp cho các giảng viên thỉnh giảng và cơ hữu những tài liệu giảng dạy quý báu như quyển *Kỹ Yếu về Giảng Dạy (Handbook for Teaching)* của Đại Học Stanford (Hoa Kỳ) và bài nghiên cứu "Giảng Dạy ở Đại Học", một bài đúc kết kinh nghiệm giảng dạy đại học của các đại học Hồng Kông của TS. Phạm Đình Phương, Khoa Trường. Tuy nhiên, phương pháp học tập có tính hội nhập là người thầy **phải nêu gương**, tức phô diễn những kỹ năng mà người đó muốn sinh viên của mình phải đạt. Do vậy, các giảng viên cần nắm bắt và thực hành các kỹ năng mà **Chuẩn Đầu Ra trong chương trình này đã đề ra**.

4. Đánh giá kết quả học tập của sinh viên và kiểm định chương trình

Đánh giá và kiểm định chặt chẽ là hai thành phần cần thiết để thực hiện chương trình đào tạo theo cách tiếp cận CDIO này.

Đánh giá học tập bao gồm *đánh giá quá trình* (formative) tức thu thập chứng cứ về thành quả của sinh viên khi sinh viên đang trong quá trình học tập. Kết quả của việc đánh giá quá trình cho sinh viên biết về tiến bộ của họ, giúp theo dõi tiến độ của công tác giảng dạy, và chỉ ra các lĩnh vực giảng dạy cần thay đổi.

Đánh giá học tập cũng bao gồm *đánh giá tổng kết* (summative), tức thu thập chứng cứ lúc kết thúc một hoạt động giảng dạy, chẳng hạn một đề án, một môn học (thi cuối học kỳ) hay toàn bộ một chương trình. Các kết quả của đánh giá tổng kết nói lên mức độ của các chuẩn đầu ra dự định mà sinh viên đạt được trong đề án, môn học hay chương trình.

Đánh giá kết quả học tập của sinh viên một cách hiệu quả đòi hỏi việc đánh giá tập trung vào **những chuẩn đầu ra** đã được xác định cho sinh viên, nghĩa là, kiến thức, kỹ năng và thái độ mà sinh viên cần nắm vững qua trải nghiệm học tập. Phương pháp đánh giá kết quả học tập bao gồm kiểm tra viết và vấn đáp, quan sát và đánh giá thuyết trình và các quy trình khác, đánh giá của người đồng cấp (sinh viên), tự đánh giá và hồ sơ ghi lại các thành quả sinh viên đạt được.

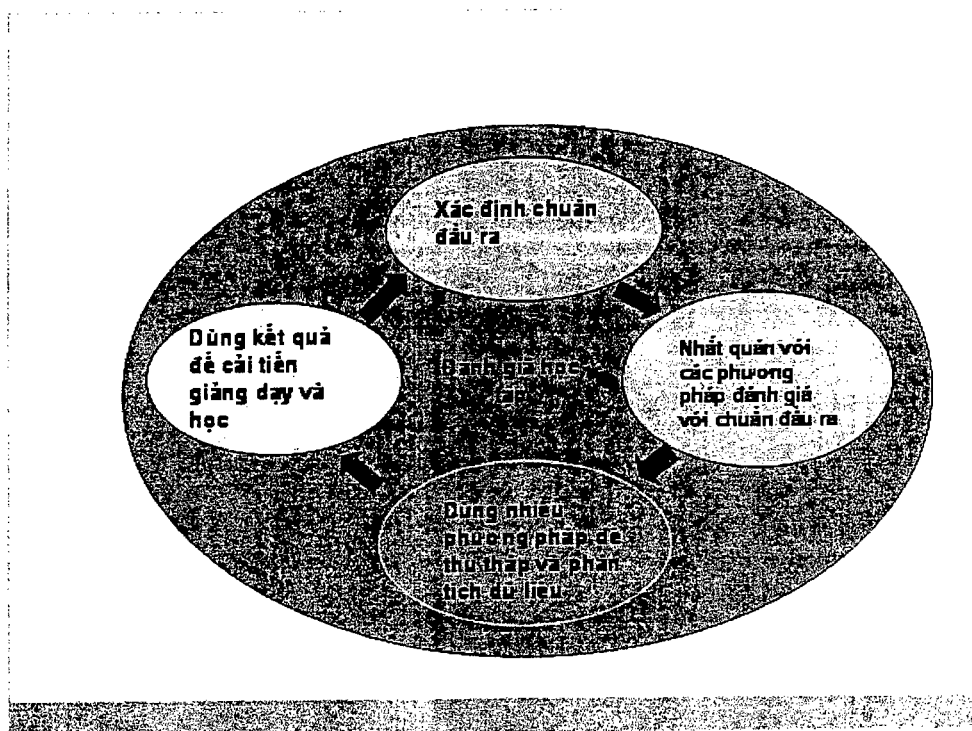
Kiểm định chương trình bao gồm xem xét lại tính hiệu quả của chương trình và sử dụng một số các phương pháp như sau:

(1) *Xem xét tài liệu:* ghi nhận lại các kế hoạch và các hành động tại mỗi bước trong quá trình. Thí dụ, các văn bản về sứ mạng chương trình và các chuẩn đầu ra, các thiết kế chương trình đào tạo, các đề cương chi tiết của các môn học được lưu trữ để ghi nhận lại sự phát triển của chương trình. Việc ghi nhận lại các phân tích về cơ sở vật chất hiện tại, các phương pháp giảng dạy-học tập, và các kỹ thuật đánh giá sẽ giúp xác định các thực tiễn tốt nhất và các lĩnh vực có thể cần được cải tiến. Các báo cáo về đánh giá các chuẩn đầu ra của sinh viên và kiểm định các thành phần cụ thể của chương trình sẽ cung cấp dữ liệu cho việc phán xét mức độ thành công của chương trình trong việc đạt được mục tiêu của nó.

(2) *Phỏng vấn cá nhân và nhóm tập trung:* nhằm thu thập các dữ liệu từ cá nhân và nhóm tập trung về tác động của chương trình đối với sinh viên và các bên liên quan khác.

(3) *Các bảng questionnaire và khảo sát:* các questionnaire và bảng khảo sát sẽ có những câu hỏi tương tự. Những người tham gia vào các bảng câu hỏi và khảo sát có thể là sinh viên đang học học kỳ cuối chương trình, cựu sinh viên, các nhà sử dụng lao động là cựu sinh viên và các giảng viên tham gia vào chương trình này.

(4) *Xem xét chương trình bởi chuyên gia bên ngoài:* Chương trình này sẽ được kiểm định bởi một số chuyên gia từ các trường đại học trong nước hay ngoài nước có cùng một chương trình tương tự.



ĐẠI HỌC DL VĂN LANG
KHOA THƯƠNG MẠI

MẪU 1: ĐÁNH GIÁ TRÌNH BÀY (THUYẾT TRÌNH, MÔ XẼ TÌNH HUỐNG) CỦA NGƯỜI ĐỒNG CẤP (PEER EVALUATION)

Tên đề tài:

Ngày:

Nhóm trình bày:

Đề Mục	Kém	Đạt	Tốt	Rất tốt	Bình luận
I. CHẤT LƯỢNG TRÌNH BÀY					
▪ Mục tiêu chính của sự trình bày được phát biểu rõ ràng					
▪ Người trình bày duy trì quan sát tốt với khán giả					
▪ Người trình bày dùng giọng nói hiệu quả (âm lượng, sự rõ ràng, chuyển điệu)					
▪ Người trình bày đĩnh đạc và chuyên nghiệp (về bề ngoài, tư thế, cử chỉ)					
▪ Sự chuyển tiếp sang người thứ hai trơn tru và có hiệu quả					
II. NỘI DUNG KỸ THUẬT (CHUYÊN MÔN)					
▪ Nội dung chuyên môn chính xác và có ý nghĩa					
▪ Nội dung chuyên môn đã phát triển đủ					
▪ Những điểm chính được nhấn mạnh và mối quan hệ giữa các ý tưởng đều rõ ràng					
▪ Các ý tưởng được hỗ trợ với đầy đủ chi tiết và rõ ràng					
▪ Các đồ thị và thuyết minh được thiết kế và sử dụng có hiệu quả					
▪ Các phương án khác nhau được trình bày và cơ sở hợp lý cho các phương án được lựa chọn					
▪ Các vấn đề chính được nêu ra và giải quyết					
▪ Các câu hỏi được trả lời chính xác và súc tích					

Điểm:...../10

Tên người đánh giá:

Nhóm:

Người đánh giá ký tên:

MẪU 2: CÁC PHƯƠNG PHÁP ĐÁNH GIÁ NHẤT QUÁN VỚI CHUẨN ĐẦU RA TRONG CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO NÀY

	Các câu hỏi vấn đáp và viết	Xếp hạng năng lực	Xét duyệt sản phẩm	Nhật ký kỹ thuật và hồ sơ thành tích	Các công cụ tự báo cáo
Hiểu khái niệm	X				
Giải quyết vấn đề và hiểu biết về quy trình	X			X	
Sáng tạo và tổng hợp kiến thức		X	X	X	
Các kỹ năng và các quy trình		X	X	X	X
Thái độ			X	X	X

Chương trình đào tạo này khuyến khích các nhóm sinh viên lưu giữ các nhật ký kỹ thuật (**technical diary**), tức những quyển sổ tay ghi chép lại những lần họp nhóm của từng nhóm sinh viên. Mỗi nhóm sinh viên phải đề cử một thư ký, người có nhiệm vụ ghi biên bản của từng lần họp nhóm. Các giảng viên nên dạy các nhóm viết một biên bản: cách viết và cách trình bày. Nên lưu ý sinh viên rằng nhật ký kỹ thuật ghi lại biên bản của từng lần họp, chứ không phải báo cáo những lần họp, theo một format cho sẵn nhằm giúp giảng viên theo dõi hoạt động nhóm của sinh viên và để tối thiểu hóa thái độ “ăn theo” của sinh viên. Cứ hai hay ba tuần trong một học kỳ, giảng viên nên kiểm tra các nhật ký kỹ thuật này để theo dõi nhóm học tập có hiệu quả hay không và góp ý kiến cho từng nhóm. Các nhật ký kỹ thuật của một nhóm có thể được dùng chung cho nhiều môn học trong học kỳ. Cứ sau ba tuần của học kỳ, các nhóm có thể đổi thư ký để việc viết biên bản của mỗi buổi học được nhiều người trong nhóm thực tập.

Kiểm định chương trình là đánh giá toàn bộ chất lượng của một chương trình với các chứng cứ về tiến trình đạt mục tiêu đề ra của chương trình. Kỹ thuật thu thập dữ liệu bao gồm phỏng vấn đầu vào, khảo sát mức độ hài lòng của sinh viên. Khi các chứng cứ và kết quả thường xuyên báo cáo đến các giảng viên, sinh viên, cán bộ quản lý chương trình, cựu sinh viên, lúc đó phản hồi trở thành cơ sở để ra quyết định về chương trình và cải tiến chương trình liên tục.

5. Đánh giá giảng dạy

Mặc dù vào cuối mỗi học kỳ, giảng viên sẽ được đánh giá bởi sinh viên thông qua một questionnaire do Nhà Trường cung cấp, nhưng để giúp các giảng viên điều chỉnh phương pháp giảng dạy của mình cho có hiệu quả hơn, vào đầu mỗi học kỳ, sau ba tuần lễ giảng dạy, mỗi giảng viên nên trưng cầu ý kiến của sinh viên trong lớp thông qua một phiếu trưng cầu ý kiến gồm có một số câu hỏi, được trích từ questionnaire. Việc lấy ý kiến này không nhất thiết cần phải có mặt đầy đủ sinh viên trong lớp và chỉ cần 5 phút là có thể hoàn thành lấy ý kiến này. Giảng viên nên xem trọng các phiếu đánh giá này, bởi trong một chừng mực nhất định, nó phản ánh một phần nào đó thái độ của sinh viên đối với môn học cũng như giảng viên phụ trách.

Mẫu 3. MẪU TRƯNG CẦU Ý KIẾN CỦA SINH VIÊN

Lớp:

Môn học:

Tên giảng viên:

STT	Phân câu hỏi	Không ý kiến	Hoàn toàn không đồng ý	Không đồng ý	Đồng ý	Hoàn toàn đồng ý
1	GV dạy rõ ràng, dễ hiểu					
2	GV sử dụng nhiều thí dụ giúp sinh viên dễ tiếp thu					
3	GV tạo điều kiện khuyến khích sinh viên tham gia vào bài giảng: gọi SV trả lời các câu hỏi, tạo điều kiện cho sinh viên đặt câu hỏi					
4	GV thể hiện nhiệt tình khi giảng					
5	GV sử dụng công cụ giảng dạy có hiệu quả: - Slides rõ ràng - Âm lượng tốt					
6	GV có nhiều biện pháp giúp sinh viên tự học thêm: yêu cầu tìm thông tin, yêu cầu đọc ở nhà trước, cho bài tập cần sinh viên tra cứu thêm					

Ghi chú: Sinh viên chỉ cần đánh chữ X vào ô thích hợp

V. MÔ TẢ NỘI DUNG CHỦ YẾU VÀ KHỐI LƯỢNG CÁC HỌC PHẦN

Những nguyên lý căn bản của chủ nghĩa Mác – Lênin 7,5 đvht

Nội dung ban hành tại Quyết định số 52/2008/QĐ-BGDĐT ngày 18/9/2008 của Bộ trưởng Bộ Giáo dục và Đào tạo.

Tư tưởng Hồ Chí Minh. 3 đvht

Nội dung ban hành tại Quyết định số 52/2008/QĐ-BGDĐT ngày 18/9/2008 của Bộ trưởng Bộ Giáo dục và Đào tạo.

Đường lối cách mạng của Đảng cộng sản Việt Nam 4,5 đvht

Nội dung ban hành tại Quyết định số 52/2008/QĐ-BGDĐT ngày 18/9/2008 của Bộ trưởng Bộ Giáo dục và Đào tạo.

1. Pháp luật đại cương.

3 đvht

Điều kiện tiên quyết: không

Học phần giới thiệu các khái niệm, các phạm trù chung cơ bản nhất về Nhà nước và Pháp luật dưới góc độ của khoa học quản lý. Trên cơ sở đó, đi vào phân tích : Cấu trúc của bộ máy Nhà nước cũng như chức năng, thẩm quyền và địa vị pháp lý của các cơ quan trong bộ máy Nhà nước CHXHCN Việt Nam; Tính chất pháp lý và cơ cấu của hệ thống các văn bản qui phạm pháp luật; Một số nội dung cơ bản của Luật Hành Chính, Luật Dân sự, Luật Hình sự.

2. Phương pháp nghiên cứu

4 đvht

Điều kiện tiên quyết: Các môn học về thống kê, tâm lý học, và các môn kinh tế cơ sở..

Môn học này nhằm cung cấp cho sinh viên hệ cử nhân các kiến thức cơ bản cũng như các công cụ cần thiết để sinh viên có thể thấu hiểu được quy trình nghiên cứu; chuẩn bị cho họ tổ chức một công trình nghiên cứu riêng; học cách phán đoán chất lượng của cuộc nghiên cứu; học cách đọc, tìm ra, và tóm tắt các công trình nghiên cứu của người khác; nắm vững một số kiến thức cơ bản về thống kê và cách thức sử dụng chúng; thu thập dữ liệu có liên quan đến lĩnh vực mà sinh viên quan tâm; sử dụng phần mềm SPSS để phân tích các dữ liệu; thiết kế một công trình nghiên cứu để giải quyết vấn đề mà sinh viên cần giải đáp và cách viết một đề nghị nghiên cứu (research proposal). Nội dung bao gồm: Vai trò và tầm quan trọng của nghiên cứu; Quy trình nghiên cứu, các biến số, các giả thiết, mẫu và dân số, quan niệm về tầm quan trọng (significance); Chọn vấn đề và truy tìm lịch sử của các cuộc nghiên cứu trước đây (literature review), các loại thông tin cần có (thông tin sơ cấp và thứ cấp), đọc và đánh giá các công trình nghiên cứu trước đây; Lấy mẫu (sampling) và tổng quát hóa (generalizability); Đo lường, tính tin cậy được (reliability) và tính hiệu lực (validity); Phương pháp đo lường tác phong (hành vi); Thu thập dữ liệu và Thống kê mô tả (descriptive statistics); Giới thiệu thống kê suy diễn (inferential statistics); Nghiên cứu phi thí nghiệm (nonexperimental research): các phương pháp mô tả và tương quan; Các phương pháp Tiền thí nghiệm và Thí nghiệm (pre-experimental and experimental research); và Cách viết một đề nghị nghiên cứu (Research Proposal). Môn học này sẽ dạy kèm theo cách sử dụng phần mềm SPSS để phân tích dữ liệu. Sinh viên có thể thực tập phần mềm này ở các điểm cho thuê Internet.

Tài liệu giảng dạy: giáo trình của giảng viên.

Tài liệu tham khảo:

- Salkind, N.J. (2009). *Exploring research*. Pearson- Prentice Hall (Seventh Edition).
- Cooper, D.R.& Emory, C.W. (2006). *Business research methods*. McGraw Hill.

3. Tâm lý học

3đvht

Điều kiện tiên quyết: Không

Học phần này nhằm cung cấp cho sinh viên những kiến thức căn bản về tâm lý con người, rất cần thiết cho một số môn học có liên quan đến cách hành xử, tác phong của con người nói chung và khách hàng nói riêng. Nội dung chủ yếu bao gồm các quan điểm, đối tượng, bản chất và chức năng của tâm lý học; Các cơ sở tự nhiên và xã hội của tâm lý học; Sự hình thành và phát triển tâm lý – Ý thức; Cảm giác và tri giác; Tư duy và tưởng tượng; và Trí nhớ.

Tài liệu giảng dạy: giáo trình của giảng viên.

Tài liệu tham khảo:

- Nguyễn Quang Uẩn, et al. (1999). *Tâm lý học đại cương*. Hà nội: NXB Đại học quốc gia Hà nội.
- Bùi Ngọc Oánh. (1992). *Tâm lý học trong xã hội và quản lý*. Viện Đào tạo mở rộng TP. Hồ Chí Minh.

4. Kỹ năng học tập tại đại học

2đvht

Điều kiện tiên quyết: Không

Môn học này cung cấp những kiến thức căn bản cho một sinh viên mới bước chân vào đại học nhằm giúp cho người sinh viên học tập có hiệu quả hơn trong suốt bốn năm sắp tới. Nội dung bao gồm các vấn đề: đặt mục tiêu học tập; quản trị thời gian bằng cách soạn thảo một thời khóa biểu phù hợp; các phương pháp nhớ và học; phương pháp ghi chép có hiệu quả; phương pháp đọc có hiệu quả; phương pháp tổ chức và làm việc theo nhóm; phương pháp sử dụng multimedia để thuyết trình và trình bày; phương pháp soạn thảo các bức thư quan hệ; cách viết một biên bản và lưu giữ một nhật ký kỹ thuật; phương pháp mổ xẻ tình huống; và phương pháp giao tiếp (phần thương lượng học ở môn giao tiếp và thương lượng).

Tài liệu giảng dạy: giáo trình của giảng viên

Tài liệu tham khảo:

- Van Blerkom, D.L. (2007). *Orientation to college learning*. Thomson/Wadsworth.

5. Giao tiếp và thương lượng.

3 đvht

Điều kiện tiên quyết: Tâm lý học, xã hội học

Môn học cung cấp cho sinh viên những kiến thức và kỹ năng giao tiếp cơ bản, đồng thời ứng dụng của chúng trong giao tiếp quản trị và đàm phán kinh doanh ở các nơi có nền văn hóa khác nhau. Nội dung chính gồm: Khái quát về giao tiếp thương thảo; Một số yếu tố tâm lý trong giao tiếp; Những kỹ năng giao tiếp cơ bản; Thương lượng và các kiểu thương lượng; Tiến trình thương lượng; Đột phá thế găng; Thương lượng đa văn hóa.

Tài liệu học tập: giáo trình của giảng viên

Tài liệu tham khảo:

- Thái Trí Dũng. (2003). *Kỹ năng giao tiếp và thương lượng trong kinh doanh*. Hà nội: NXB Thống kê.
- Nguyễn Văn Lê. (1994). *Tâm lý học kinh doanh và quản trị*. TPHCM: NXN Tré.
- Vương Trung Hiếu. (2002). *Nghệ thuật chinh phục lòng người*. Đà Nẵng: NXB Đà Nẵng.

6. Ngoại ngữ (tiếng Anh)

33 đvht

Phần này có chương trình riêng.

7. Toán cao cấp.

6 đvht

Điều kiện tiên quyết: Không

Học phần cung cấp kiến thức đại cương về tập hợp, quan hệ và logic suy luận, cũng như các kiến thức cơ bản về Đại số tuyến tính và Giải tích toán học thực sự cần thiết cho việc tiếp cận với các mô hình phân tích quá trình ra quyết định trong kinh tế và quản lý: Không gian vectơ số học n chiều; Ma trận và định thức; Hệ phương trình tuyến tính; Dạng toàn phương; Hàm số và giới hạn; Phép tính vi phân đối với hàm số một biến số; Hàm nhiều biến và hàm ẩn; Các bài toán cực trị; Phép tính tích phân; Phương trình vi phân; Phương trình sai phân.

Tài liệu giảng dạy: giáo trình của giảng viên.

Tài liệu tham khảo:

- Nguyễn Đình Trí, et al. (2007). *Toán cao cấp (Tập I)*. Hà nội: NXB Giáo Dục.
- Lê Đình Thúc. (2005). *Toán cao cấp cho các nhà kinh tế*. Hà nội: NXB Thống Kê.
- Wisniewski, M. (1997). *Intoductory mathematical methods in economics*. McGrawHill.
- Chiang, A. (1984). *Fundamental methods of mathematical economics*. McGrawHill.

8. Lý thuyết xác suất và thống kê toán.

4 đvht

Điều kiện tiên quyết: Toán cao cấp, Tin học đại cương, Kinh tế chính trị Mác Lênin, Kinh tế vi mô I, Kinh tế vĩ mô I.

Học phần được kết cấu thành hai phần tương đối độc lập về cấu trúc nhưng có liên quan chặt chẽ về nội dung:

Phần lý thuyết xác suất giới thiệu tính qui luật của các hiện tượng ngẫu nhiên.

Phần thống kê toán bao gồm các nội dung: Cơ sở lý thuyết về điều tra chọn mẫu, một phương pháp được dùng khá phổ biến trong điều tra, khảo sát các dữ liệu kinh tế và điều tra xã hội học; Các phương pháp ước lượng và kiểm định giả thuyết thống kê trong nghiên cứu các vấn đề thực tế nói chung và các vấn đề kinh tế nói riêng.

Tài liệu giảng dạy: giáo trình của giảng viên.

Tài liệu tham khảo:

- Lê Sĩ Đồng. (2009). *Xác suất thống kê và ứng dụng*. Hà nội: NXB Giáo Dục.
- Đặng Hấn. (1996). *Xác suất và thống kê toán*. Hà nội: NXB Thống Kê.

9. Tin học Đại cương.

4 đvht

Điều kiện tiên quyết: Toán cao cấp

Học phần trang bị cho sinh viên khối ngành Kinh tế-Quản trị kinh doanh những kiến thức cơ bản về tin học xét trên quan điểm của người ứng dụng. Học phần đề cập đến 5 khối kiến thức: 1/ Một số vấn đề cơ bản về tin học và máy tính. 2/ Các hệ điều hành MS DOS và WINDOWS. 3/ Soạn thảo văn bản trên máy tính. 4/ Sử dụng bảng tính Excel. 5/ Sử dụng các dịch vụ cơ bản của INTERNET. Học phần giúp sinh viên nâng cao kỹ năng sử dụng máy vi tính và các phần mềm thông dụng nhất.

Tài liệu giảng dạy:

- Tổ Nộ Môn Tin học Đại cương, ĐHV. (2010). *Tài liệu hướng dẫn thực hành tin học đại cương*. Lưu hành nội bộ.

Giáo dục thể chất.

5 đvht

Nội dung ban hành tại Quyết định số 3244/GD-ĐT ngày 12/9/1995 và Quyết định số 1262/GDĐT ngày 12/4/1997 của Bộ trưởng Bộ Giáo dục và Đào tạo.

Giáo dục Quốc phòng.

165 tiết

Nội dung ban hành tại Quyết định số 12/2000/QĐ-BGD&ĐT ngày 9/5/2000 của Bộ trưởng Bộ Giáo dục và Đào tạo.

10. Kinh tế vi mô

4 đvht

Điều kiện tiên quyết : Toán cao cấp

Giới thiệu một số khái niệm cơ bản và cơ sở về hoạt động của nền kinh tế thị trường thông qua việc phân tích các qui luật kinh tế cơ bản như qui luật cung cầu, qui luật cạnh tranh. Học phần còn đề cập đến hành vi của các thành viên trong một nền kinh tế : người tiêu dùng, doanh nghiệp và chính phủ. Qua đó sinh viên sẽ được trang bị công cụ phân tích để hiểu và có thể áp dụng khi học các học phần tiếp theo.

Tài liệu giảng dạy: giáo trình của giảng viên.

Tài liệu tham khảo:

- Đại học Kinh Tế. (2007). *Tóm tắt lý thuyết- bài tập – trắc nghiệm Kinh tế vi mô*. Hà nội: NXB Thống Kê.
- Đại học Kinh Tế. (2007). *Kinh tế vi mô*. Hà nội: NXB Thống Kê.

11. Kinh tế vĩ mô

4 đvht

Điều kiện tiên quyết : Toán cao cấp, Kinh tế vi mô I.

Giới thiệu một số khái niệm cơ bản của kinh tế vĩ mô, bao gồm : Đo lường tổng sản lượng và mức giá cả của nền kinh tế; Mô tả hành vi của nền kinh tế trong dài hạn: các nhân tố qui định tăng trưởng kinh tế, thất nghiệp và lạm phát trong dài hạn; Giới thiệu những tư tưởng chính về tổng cung, tổng cầu và cân bằng kinh tế vĩ mô; Lạm phát và thất nghiệp trong ngắn hạn; Giới thiệu các vấn đề kinh tế vĩ mô của một nền kinh tế mở bao gồm cán cân thanh toán, tỷ giá hối đoái và các chính sách thương mại..

Tài liệu giảng dạy: giáo trình của giảng viên.

Tài liệu tham khảo:

- Dương Tấn Diệp. (2007). *Kinh tế vĩ mô*. Hà nội: NXB Thống Kê.
- Đại học Kinh Tế. (2007). *Tóm tắt lý thuyết- bài tập – trắc nghiệm Kinh tế vĩ mô*. Hà nội: NXB Thống Kê.

12. Marketing căn bản.

4 đvht

Điều kiện tiên quyết : Kiến thức kinh tế vi mô và kinh tế vĩ mô

Học phần cung cấp những hiểu biết và kiến thức căn bản về những nguyên lý Marketing được minh họa bằng những ví dụ cụ thể từ các hoạt động tiếp thị của các doanh nghiệp nổi tiếng trên thế giới và Việt Nam. Nội dung gồm có những chủ điểm như sau : Các ý niệm cốt lõi về marketing , môi trường Marketing , mô hình 3C và 4P, phân khúc thị trường, xác định thị trường mục tiêu, định vị doanh nghiệp và sản phẩm, động thái của khách hàng, các ý niệm và nguyên lý cơ bản về sản phẩm, giá, phân phối và chiêu thị.

Tài liệu giảng dạy: giáo trình của giảng viên.

Tài liệu tham khảo:

- Trần Minh Đạo. (2008). *Marketing căn bản*. Hà nội: NXB Đại học Kinh tế Quốc dân.

13. Nguyên lý kế toán.

4 đvht

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

Học phần này trang bị những kiến thức cơ bản về lý thuyết kế toán : Các khái niệm, bản chất, đối tượng, mục đích, chức năng, nhiệm vụ và yêu cầu của kế toán; các phương pháp kế

toán; quá trình thu thập, ghi chép số liệu kế toán, trình tự kế toán các quá trình kinh doanh chủ yếu; các hình thức kế toán; nội dung và các hình thức tổ chức công tác kế toán.

14. Quản trị học .

4 đvht

Điều kiện tiên quyết : Học xong kinh tế vi mô I, kinh tế vĩ mô I

Môn học này cung cấp các kiến thức cơ bản về quản trị và sự vận dụng thực tiễn vào doanh nghiệp. Nội dung bao gồm: Khái niệm và bản chất của quản trị; Nhà quản trị họ là ai; Sự tiến hóa của các học thuyết quản trị; Môi trường quản trị và văn hóa công ty; Các quyết định quản trị; Các chức năng của quản trị: hoạch định (các loại hình kế hoạch, các yếu tố ngẫu nhiên trong hoạch định, các mục tiêu của hoạch định, quản trị theo mục tiêu, hoạch định chiến lược); tổ chức (xác định tổ chức, dây chuyền mệnh lệnh, tập trung và phân quyền, tầm hạn kiểm soát, các cách tiếp cận có tính ngẫu nhiên về thiết kế tổ chức, chiến lược và cơ cấu, kích cỡ và cơ cấu, công nghệ và cơ cấu, độ bất trắc của môi trường và cơ cấu, các loại hình cơ cấu: chức năng, phân ngành, nhóm làm việc, ma trận, mạng); lãnh đạo (động viên: các lý thuyết động viên cổ điển và các quan niệm hiện đại về động viên; các lý thuyết về lãnh đạo); và kiểm soát (khái niệm, tầm quan trọng của kiểm soát, quy trình kiểm soát).

Tài liệu giảng dạy: giáo trình của giảng viên.

Tài liệu tham khảo:

- Robbins, S.P. & Coulter, M. (1996). *Management*. Prentice Hall.
- Phạm Đình Phương. (1997). *Quản trị học nhập môn*. TP Hồ Chí Minh: NXB Thành Phố HCM.
- Nguyễn Thị Liên Diệp. (2006). *Quản trị học*. Hà nội: NXB Thống Kê.
- Lê Thế Giới. (2007). *Quản trị học*. Hà nội: NXB Tài Chính.

15. Tài chính – tiền tệ

4 đvht

Điều kiện tiên quyết: Kinh tế vi mô I, Kinh tế vĩ mô I

Trang bị cho sinh viên những kiến thức cơ bản như : Chức năng tài chính – tiền tệ và cấu trúc hệ thống tài chính trong nền kinh tế; Hoạt động của thị trường tài chính; Các tổ chức tài chính trung gian; Hoạt động khu vực tài chính doanh nghiệp : vốn, nguồn vốn, quản lý vốn; Hoạt động của hệ thống ngân hàng (Ngân hàng thương mại, ngân hàng trung ương) nhằm ổn định tiền tệ, cung ứng vốn, dịch vụ thanh toán cho nền kinh tế.

Tài liệu giảng dạy: giáo trình của giảng viên.

Tài liệu tham khảo:

- Phan Thị Cú, et al. (2006). *Lý thuyết tài chính và tiền tệ*. Hà nội: NXB Thống Kê.
- Lê Thị Mận, et al. (2010). *Lý thuyết tài chính và tiền tệ*. Hà nội: NXB Lao động-Xã hội.

16. Luật kinh tế .

4 đvht

Điều kiện tiên quyết : Kiến thức giáo dục đại cương, kinh tế vi mô, kinh tế vĩ mô.

Học phần Luật kinh tế nhằm trang bị những kiến thức cơ bản về pháp luật điều chỉnh lĩnh vực kinh doanh, làm cơ sở cho việc nghiên cứu các luật chuyên ngành tài chính, ngân hàng, luật thương mại cũng như các chế độ pháp lý điều chỉnh cơ cấu tổ chức, hoạt động và quản lý các loại hình doanh nghiệp.

Nội dung cơ bản của môn học là địa vị pháp lý của các doanh nghiệp, những nghĩa vụ kinh doanh, quan hệ lao động trong doanh nghiệp, chế độ hợp đồng kinh tế, cách thức giao dịch, ký kết và thực hiện các hợp đồng kinh tế, pháp luật về giải quyết tranh chấp kinh tế và phá sản doanh nghiệp.

Tài liệu giảng dạy: giáo trình của giảng viên.

Tài liệu tham khảo:

- Phạm Duy Nghĩa. (2006). *Giáo trình Luật kinh tế: Tập I, Luật doanh nghiệp: tình huống, phân tích, bình luận*. Hà nội: NXB Đại học Quốc gia Hà Nội.

17. Đạo đức kinh doanh.

2 đvht

Điều kiện tiên quyết: không

Chủ đích của môn học này là gây một ý thức về đạo đức trong quy trình làm quyết định kinh doanh để sinh viên nhận thức được vấn đề đạo đức trong các hoạt động kinh doanh. Nội dung bao gồm các vấn đề: **Nền tảng của đạo đức kinh doanh**: các lý thuyết về đạo đức đương đại: Chủ nghĩa tự do; Công Bằng trong phân phối; Đức hạnh; Thuyết Vị Lợi; Thuyết Đạo Nghĩa - Sự phát triển của ngành đạo đức kinh doanh (chủ yếu ở Hoa Kỳ). **Đạo Đức và Quản Trị Nhân Sự**: Nguồn nhân lực thay đổi – Các giá trị thay đổi – Các nghĩa vụ của người chủ – Các nghĩa vụ của nhân viên. **Đạo Đức trong Thương Mại Tiếp Thị và Tình Báo Cạnh Tranh**: Định nghĩa tiếp thị – Marketing Quan Hệ – Luật lệ đạo đức trong marketing – Đạo đức học và kinh tế học Marketing – Mua đứt tồn kho (Stocklifting) – Tình báo cạnh tranh: Thu thập và sử dụng thông tin cạnh tranh, nguồn của thông tin cạnh tranh, những hành xử nào thích hợp với đạo đức, bảo vệ thông tin cạnh tranh. **Đạo Đức trong Hoạt Động Kế toán Tài Chính**: - Những vấn đề về đạo đức trong kế toán – Các phương thức lừa đảo trong kế toán – Đạo đức kinh doanh trong tài chính. **Đạo Đức và Thương Mại Quốc Tế** – Các tiêu chuẩn mực của Thomas Donalson (Wharton Business School) – Các nguyên tắc kinh doanh điển hình: Bộ Thương Mại Hoa Kỳ và các nguyên tắc Hội Nghị Bàn Tròn CAUX. Các vấn đề nan giải trong kinh doanh quốc tế. **Đạo Đức Kinh Doanh và Trách Nhiệm Xã Hội**: Nghĩa vụ xã hội và Đáp ứng xã hội – Trách nhiệm xã hội và thành quả kinh tế. **Đạo Đức Kinh Doanh và Môi Trường**: Ảnh hưởng của các quyết định về môi trường – Vấn đề thanh toán chi phí phát sinh về môi trường – Luật lệ của chính phủ về môi trường. **Đạo Đức Kinh Doanh và Quyền Sở Hữu Trí Tuệ** – Quyền Sở Hữu Trí Tuệ – Các vấn đề về chính sách nhà nước – Bảo vệ ý tưởng và quan niệm – Loại hình bảo vệ: Bằng sáng chế, Tác quyền – Vấn đề bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ.

Tài liệu giảng dạy: giáo trình của giảng viên

Tài liệu tham khảo:

- McAdams, T. & Pincus, L. (1997). *Legal environment of business: Ethical and policy contexts (Chapter 1)*. Irwin-McGraw-Hill.
- U.S. Department of Commerce. (2007). *Đạo đức kinh doanh: Cẩm nang quản lý doanh nghiệp có trách nhiệm trong các nền kinh tế thị trường mới nổi. (Bản dịch)*. TP Hồ Chí Minh: NXB Trẻ.

18. Marketing quốc tế

4 đvht

Điều kiện tiên quyết: Marketing căn bản, Quản trị marketing 1+2.

Môn học này cung cấp cho sinh viên những kiến thức và kỹ năng cần thiết để đảm nhiệm các hoạt động marketing của một tổ chức xuất khẩu hoặc hoạt động trên qui mô toàn cầu. Nội dung gồm có: Tổng quan về phạm vi và thách thức của marketing trong môi trường kinh doanh toàn cầu hoặc hướng về xuất khẩu, nghiên cứu môi trường marketing toàn cầu, các chiến lược marketing xuất khẩu và marketing toàn cầu, tổ chức thực hiện và kiểm soát các hoạt động marketing ở nước ngoài.

Tài liệu giảng dạy: giáo trình của giảng viên.

Tài liệu tham khảo:

- Nguyễn Đông Phong et al. (2007). *Marketing quốc tế*. Hà nội: NXB Lao động – Xã hội.
- Trần Minh Đạo & Vũ Trí Dũng. (2007). *Marketing quốc tế*. Hà nội: NXB Đại học kinh tế quốc dân.
- Hà Nam Khánh Giao. (1996). *Quản trị tiếp thị toàn cầu*. Hà nội: NXB Thống kê.

- Cateora, P.R. & Graham, J.L. (2007). *International marketing*.

19. Quản trị chiến lược.

4 đvht

Điều kiện tiên quyết : Kinh tế vi mô I, kinh tế vĩ mô I, các học phần bắt buộc kiến thức cơ sở ngành.

Học phần cung cấp những kiến thức căn bản về những nguyên lý quản trị chiến lược và sự vận dụng thực những nguyên lý này trong doanh nghiệp như: Những khái niệm cơ bản về chiến lược và quản trị chiến lược; Các giai đoạn phát triển của quản trị chiến lược; mô hình nguyên lý quản trị chiến lược của doanh nghiệp có mục tiêu dài hạn, bao gồm: Bản chất của quản trị chiến lược; Sứ mạng của doanh nghiệp; Thảm định môi trường ngoại giới, Ma trận EFE; Thảm định môi trường nội tại, Ma trận IFE; Các loại chiến lược; Phân tích và lựa chọn chiến lược; Thực hiện chiến lược: các vấn đề Marketing, tài chính, kế toán, R & D, và MIS; và Tái duyệt, đánh giá và kiểm soát chiến lược.

Tài liệu giảng dạy: giáo trình của giảng viên

Tài liệu tham khảo:

- David, F.R. (2003). *Strategic management: Concepts & Cases*. Prentice Hall (Ninth Edition).
- Wheelen, T.L. & Hunger, J.D. (2006). *Strategic management and business policy*. Pearson- Prentice Hall (10th Edition).

20. Quản trị nhân lực.

3 đvht

Học phần tiên quyết : Quản trị học căn bản

Học phần cung cấp những kiến thức cơ bản về vai trò của quản trị nhân sự trong tổ chức, chiến lược của tổ chức và quản lý nhân sự; cơ sở luật pháp về nhân sự, tuyển chọn và bố trí lao động, đánh giá thực hiện công việc, đào tạo và phát triển nhân lực, thù lao và các phúc lợi dịch vụ cho người lao động, các quan hệ lao động và những vấn đề có liên quan.

Tài liệu giảng dạy: giáo trình của giảng viên

Tài liệu tham khảo:

- Trần Kim Dung. (2006). *Quản trị nguồn nhân lực*. Hà nội: NXB Thống Kê.
- Ivancevich, J.M. (2007). *Human resource management*. McGraw-Hill (Tenth Edition).

21. Quản trị tài chính.

3 đvht

Điều kiện tiên quyết: Nguyên lý kế toán, Kế toán quản trị, Kinh tế vi mô I, kinh tế vĩ mô I.

Học phần cung cấp những khái niệm cơ bản, các kỹ năng phân tích trong quá trình ra quyết định về tài chính. Các chủ đề chính bao gồm: Môi trường kinh doanh, thuế, và tài chính; Xem xét các báo cáo tài chính và các tỷ số tài chính; Báo cáo luân chuyển tiền; Quản trị vốn lưu động; Quản trị tiền mặt và chứng khoán ngắn hạn; Quản trị khoản phải thu và hàng tồn kho; Giá trị thời gian của đồng tiền; Dự toán ngân sách đầu tư, ước tính luồng tiền, và kỹ thuật dự toán ngân sách đầu tư; và Cơ cấu vốn.

Tài liệu giảng dạy: giáo trình của giảng viên.

Tài liệu tham khảo:

- Brealey, R.A., Myers, S.C., Marcus.A.J. (2007). *Fundamentals of corporate finance*. McGraw-Hill (Fifth Edition).
- Nguyễn Văn Thuận. (2011). *Quản trị tài chính*. Hà nội: NXB Thống Kê.
- Bùi Hữu Phước, et al. (2012). *Tài chính doanh nghiệp*. Hà nội: NXB Lao động – Xã hội.
- Nguyễn Minh Kiều. (2012). *Tài chính doanh nghiệp*. Hà nội: NXB Thống Kê.

22. Quản trị hậu cần/ Chuỗi cung ứng.

3đvht

Điều kiện tiên quyết: Marketing, Kinh doanh quốc tế, Quản trị tài chính.

Khi hoàn thành môn học này, sinh viên có khả năng giải thích và áp dụng các quan niệm lý thuyết về quản trị hậu cần vào một doanh nghiệp, nắm vững các kỹ thuật phân tích và phát triển các giải pháp cho những vấn đề hậu cần sẽ gặp trong môi trường kinh doanh. Nội dung: Khái niệm về Hậu cần/Chuỗi cung ứng; Sự Hội nhập hoạt động của hậu cần: công việc của hậu cần, thiết kế mạng lưới, thông tin, vận tải, tồn kho,, lưu kho, bốc xếp và bao bì đóng gói, hậu cần hội nhập, dòng lưu tồn kho, phân phối hàng hóa, hỗ trợ chế biến, thu mua; Dịch vụ cho khách hàng; Mối quan hệ về chuỗi cung ứng: cấu trúc kênh, kinh tế học về phân phối, chuyên môn hóa, pha trộn, các mối quan hệ kênh, tinh cạnh tranh của chuỗi cung ứng; Chiến lược về hậu cần/chuỗi cung ứng; Chiến lược và quản trị tồn kho; Chiến lược vận tải; và Quản trị nhà kho và sử dụng các thiết bị bốc xếp.

Tài liệu giảng dạy: Giáo trình của giảng viên.

Tài liệu tham khảo:

- Baily, R.H. (2004). *Business logistics/supply chain management*. Pearson-Prentice- Hall, International Edition.
- Bowersox, D.J. & Closs, D. (1996). *Logistical management: The integrated supply chain process*. New York: McGraw-Hill.
- Murphy, P.R, Jr. & Wood, D.F. (2008). *Contemporary logistics*. Upper Saddle River, New Jersey: Pearson Education, Inc. (Ninth Edition).

23. Kế toán quản trị.

3 đvht

Học phần tiên quyết : Nguyên lý kế toán. Quản trị học căn bản

Học phần này cung cấp những thông tin cơ bản về bản chất, chức năng, nội dung và các phương pháp của kế toán quản trị; sự khác biệt và mối quan hệ giữa kế toán tài chính và kế toán quản trị; các kiến thức cơ bản về phân loại chi phí và giá thành trong kế toán quản trị. Trên cơ sở đó xây dựng các phương pháp tính giá, phương pháp lập dự toán, kiểm soát chi phí, phân tích chi phí trong mối quan hệ chi phí – khối lượng – lợi nhuận cũng như tạo lập và cung cấp thông tin thích hợp cho quá trình ra quyết định ngắn hạn và dài hạn của nhà quản trị.

Tài liệu giảng dạy: giáo trình của giảng viên.

Tài liệu tham khảo:

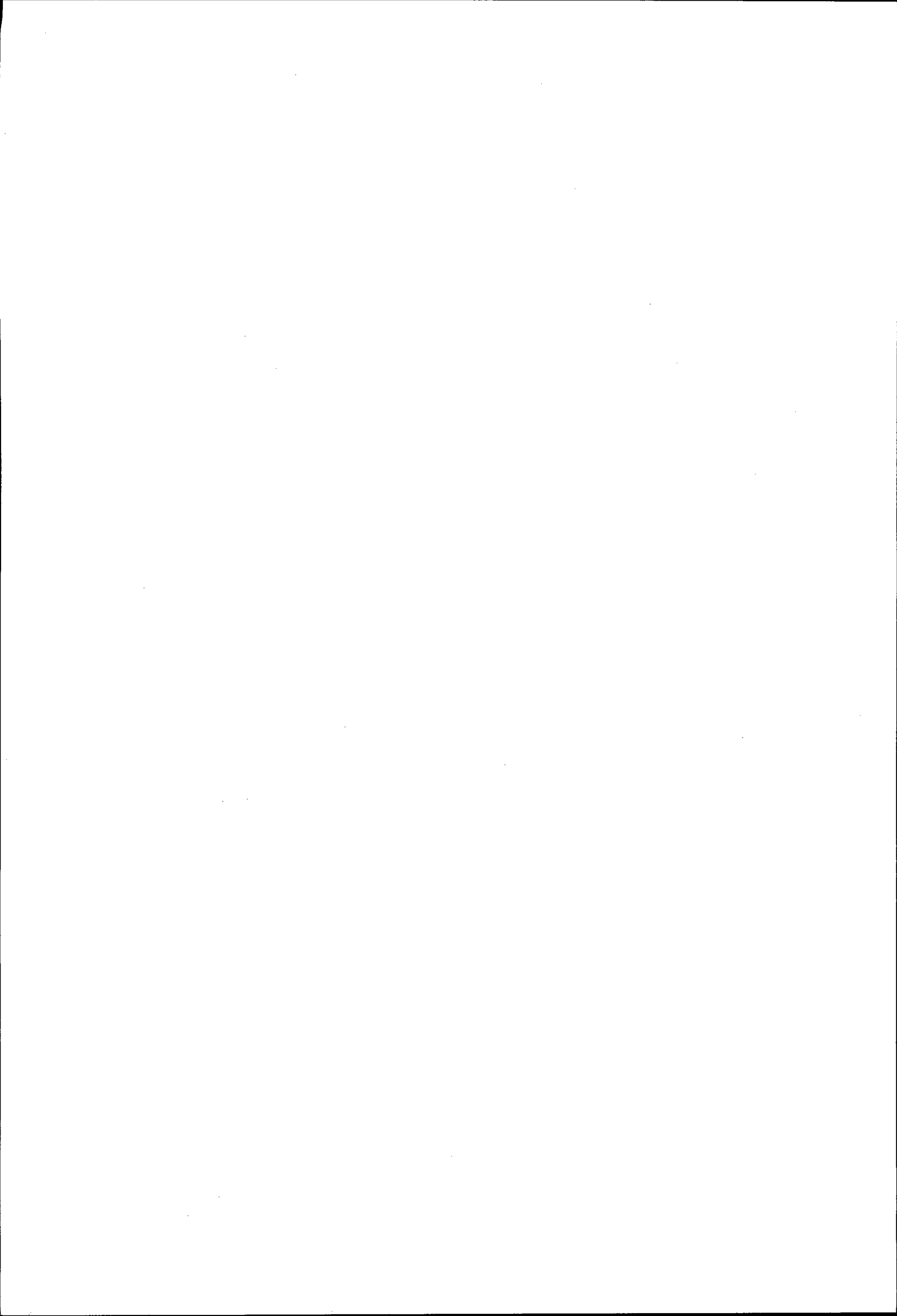
- Hilton, R.W. (1994). *Managerial accounting*. McGrawHill.
- Huỳnh Lợi. (2010). *Kế toán quản trị*. TP Hồ Chí Minh: Đại học Kinh tế.
- Bùi Văn Trường. (2011). *Kế toán quản trị*. TP Hồ Chí Minh: Đại học Kinh tế.
- Phạm Văn Dược & Đặng Kim Cương. (2010). *Kế toán quản trị*. Hà nội: NXB Thống Kê.
- Nguyễn Khắc Hùng, et al. (2010). *Kế toán quản trị*. TP Hồ Chí Minh: Đại học Kinh Tế.
- Trần Đình Phụng. (2010). *Kế toán quản trị*. TP Hồ Chí Minh: NXB Trẻ.

24. Phương pháp nghiên cứu marketing

4 đvht

Điều kiện tiên quyết: Marketing căn bản

Học phần cung cấp những hiểu biết và kiến thức căn bản về những phương pháp nghiên cứu marketing và ứng dụng thực hành đối với những dự án nghiên cứu nghiên cứu thị trường đơn giản. Nội dung gồm có: Các khái niệm cơ bản về thông tin tiếp thị và nghiên cứu marketing, cách hoạch định một cuộc nghiên cứu marketing, các mô hình nghiên cứu, các phương pháp thu thập thông tin, cách sử dụng các thang đo lường, phương pháp chọn mẫu, cách thiết kế bản câu hỏi, thực hành việc phỏng vấn và thu thập số liệu; phương pháp xử lý và phân tích dữ liệu nghiên cứu, cách lập báo cáo và trình bày kết quả nghiên cứu marketing,



nghiên cứu những ví dụ điển hình về mô hình nghiên cứu và những đề tài chuyên sâu về thị hiếu khách hàng, sức khỏe nhân hiệu, phát hiện và đề nghị giải quyết cho các vấn đề tiếp thị. Thực hành một cuộc nghiên cứu tiếp thị marketing thật sự.

Tài liệu giảng dạy: giáo trình của giảng viên.

Tài liệu tham khảo:

- Huỳnh Bá Tuệ Dương. (2009). *Phương pháp nghiên cứu Marketing 2*. Tài liệu lưu hành nội bộ.
- Nguyễn Đình Thọ & Nguyễn Thị Mai Trang. (2009). *Nghiên cứu thị trường*. Hà Nội: NXB Lao động.
- Salkind, N.J. (2006). *Exploring research*. Pearson Education Inc.

25. Quản trị marketing

5 đvht

Điều kiện tiên quyết: Marketing căn bản

Học phần cung cấp những kiến thức và kỹ năng thực hành cần thiết để có thể đảm nhận trách nhiệm quản trị các hoạt động marketing của một tổ chức. Nội dung gồm có: Hiểu biết về những quan điểm mới về marketing và tiến trình quản trị marketing, phân tích thị trường cạnh tranh và các cơ hội tiếp thị, hoạch định các chiến lược tiếp thị nền tảng của doanh nghiệp, hoạch định các chiến lược sản phẩm và định giá; hoạch định các chiến lược phân phối và chiêu thị, cách xây dựng kế hoạch và ngân sách marketing hằng năm, xây dựng các chương trình hay chiến dịch marketing đặc biệt, phương thức triển khai, kiểm soát và giám định các hoạt động marketing, định hướng về các ngành nghề chuyên môn trong lĩnh vực marketing. Thực hành việc nghiên cứu và đề xuất giải pháp cho một vấn đề thực tiễn của thị trường hiện tại.

Tài liệu giảng dạy: giáo trình của giảng viên.

Tài liệu tham khảo:

- Lê Thế Giới. (2007). *Quản trị marketing*. Hà Nội: NXB Giáo dục.
- Kotler, P. *Marketing management*. Prentice-Hall International (7th Edition).

26. Marketing dịch vụ và thương mại

4 đvht

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

Môn học này nhằm mục đích cung cấp cho sinh viên những kiến thức và kỹ năng ứng dụng chuyên biệt đối với các hoạt động marketing trong các lĩnh vực dịch vụ và thương mại. Nội dung chính gồm có: Những đặc điểm của các hoạt động marketing chuyên nghiệp trong các lĩnh vực dịch vụ và thương mại, 12 điểm then chốt để tạo dựng và chuyển tải tính cách chuyên nghiệp của một tổ chức dịch vụ /thương mại, thu thập và sử dụng các thông tin marketing của ngành, hoạch định chiến lược và tổ chức, phân khúc và chọn lọc thị trường, hiểu rõ khách hàng, sự phối hợp các dịch vụ, định giá, cách làm cho các dịch vụ dễ được tiếp cận và cảm nhận hơn, truyền thông tiếp thị tích hợp, các chiến lược tăng cường quan hệ khách hàng của các tổ chức thương mại.

Tài liệu giảng dạy: giáo trình của giảng viên.

Tài liệu tham khảo:

- Lưu Văn Nghiêm. (). *Marketing trong kinh doanh dịch vụ*.
- Zeithaml, V.A. (). *Services marketing*.

27. Kỹ năng bán hàng và quản lý bán hàng

4 đvht

Điều kiện tiên quyết: Marketing căn bản, Quản trị marketing 1+2.

Môn học này nhằm cung cấp kiến thức và rèn luyện những kỹ năng cơ bản của một người bán hàng chuyên nghiệp, kêu gọi cho người học niềm khát vọng nắm bắt được nghệ thuật bán hàng trong những môi trường thực tiễn của thế kỷ 21. Nội dung gồm có: đổi mới tư

duy về nghề bán hàng chuyên nghiệp và nghệ thuật bán hàng, chuẩn bị những điều kiện để trở thành người bán hàng giỏi, các kỹ năng thực hành trong từng giai đoạn của tiến trình bán hàng căn bản, kỹ năng bán hàng tại các quầy hàng và cửa hàng bán lẻ, kỹ năng bán hàng của các đại diện thương mại, kỹ năng bán hàng qua điện thoại và internet, phương pháp duy trì và phát triển nghề nghiệp; hoạch định chiến lược bán hàng, thiết kế các chính sách, chỉ tiêu và các quy định dành cho lực lượng bán hàng, cách phối hợp nỗ lực của lực lượng bán hàng cơ hữu của công ty và các thành viên trong hệ thống phân phối, cách tuyển mộ, tuyển chọn và huấn luyện nhân viên bán hàng, cách quản lý công tác bán hàng và công nợ của khách hàng, cách tự quản lý công việc của cá nhân người bán hàng, cách động viên-kèm cặp và phát triển đội ngũ bán hàng. Nghiên cứu tình huống quản lý bán hàng áp dụng trong một số ngành hàng.

Tài liệu giảng dạy: giáo trình của giảng viên.

Tài liệu tham khảo:

- Comer, J.M. (2005). *Quản trị bán hàng*. TPHCM: NXB Tổng hợp.
- Lê Đăng Lăng. (2007). *Kỹ năng bán hàng & quản trị bán hàng*. Hà nội: NXB Thống Kê.

28. Quảng cáo - khuyến mãi

4 đvht

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

Môn học này nhằm mục đích cung cấp những kiến thức ở trình độ chuyên sâu hơn về quảng cáo và các công cụ khuyến mãi-khuyến mại và một số kỹ năng trong việc thiết kế các chương trình quảng cáo và khuyến mãi cụ thể. Nội dung gồm có: Vai trò của quảng cáo và khuyến mại-khuyến mại trong tổng thể các công cụ chiêu thị khác, tổng quan về công nghiệp quảng cáo, nghiên cứu và hoạch định các chiến lược tác động đến khán thính giả mục tiêu, chọn lựa các quyết định trong quảng cáo và khuyến mãi-khuyến mại, thiết kế và tiến hành các chiến dịch, đo lường hiệu quả của quảng cáo và khuyến mãi-khuyến mại. Nghiên cứu tình huống.

Tài liệu giảng dạy: giáo trình của giảng viên.

Tài liệu tham khảo:

- Belch, G. & Belch, M. (2008). *Advertising and promotion: An integrated marketing communication*. New York: McGraw-Hill (8th Edition).
- Chris, F. (1999). *How to pass advertising – third level*. London Chamber of Commerce and Industry Examination Board.

29. Quan hệ công chúng

3 đvht

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

Môn học này nhằm mục đích giúp sinh viên nắm bắt và vận dụng những kiến thức hiện đại về quan hệ công chúng và những kỹ năng thực hiện nhiệm vụ của một chuyên viên phụ trách các hoạt động P.R của doanh nghiệp. Nội dung chính gồm có: Những hiểu biết cơ bản về các hoạt động quan hệ công chúng của các doanh nghiệp hiện đại, các yếu tố về ý kiến của công chúng, quan hệ và sự truyền thông 2 chiều giữa doanh nghiệp và công chúng, hoạch định chiến lược P.R, thiết kế các chương trình hoạt động quan hệ công chúng như tham gia triển lãm thương mại, tổ chức sự kiện và hoạt động tài trợ, phương pháp tiếp xúc với báo đài và viết các tài liệu thông tin.

Tài liệu giảng dạy: giáo trình của giảng viên.

Tài liệu tham khảo:

- Hoàng Trọng và Hoàng Thị Phương Thảo. (2007). *Quản trị chiêu thị*. Hà nội: NXB Thống Kê.
- Ries, A. & Ries, L. (2005). *Quảng cáo thoái vị PR lên ngôi*. TPHCM: NXB Trẻ (bản dịch).

30. Quản lý quan hệ khách hàng

3 đvht

Điều kiện tiên quyết: Quản trị marketing

Môn học này giúp sinh viên nắm bắt một cách sâu sắc các quan điểm về giá trị khách hàng và cách thức tăng cường những giá trị này thông qua việc tổ chức các hoạt động quản lý quan hệ khách hàng có hiệu quả. Nội dung gồm có: những khái niệm căn bản về ý nghĩa và vai trò của giá trị khách hàng và việc quản lý quan hệ khách hàng, những phương pháp thực dụng để đo lường sự thoả mãn của khách hàng, phương thức tăng cường chăm sóc khách hàng và đổi mới sự quản lý quan hệ khách hàng. Thực tập nghiên cứu và báo cáo về một số tình huống cụ thể.

Tài liệu giảng dạy: giáo trình của giảng viên.

Tài liệu tham khảo:

- Nguyễn Văn Dung. (2008). *Quản lý quan hệ khách hàng*. Hà nội: NXB Giao thông Vận tải.
- Hồ Nhan. (2006). *Nghệ thuật quản lý khách hàng*. Hà nội: NXB Lao động – Xã hội.

31. Xây dựng và quảng bá thương hiệu, nhãn hiệu

3 đvht

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

Môn học này nhằm mục đích giúp sinh viên nắm bắt và vận dụng những kiến thức hiện đại về thương hiệu/nhãn hiệu và những kỹ năng thực hành của một giám đốc nhãn hiệu trong doanh nghiệp. Nội dung gồm có Tổng quan về thương hiệu công ty và nhãn hiệu sản phẩm, nhận dạng đặc tính thương hiệu, tài sản thương hiệu, cách thiết kế thương hiệu, các chiến lược phát triển thương hiệu, chiến lược tiếp thị hỗn hợp nhằm xây dựng và quảng bá thương hiệu, cách xây dựng một chương trình quảng bá thương hiệu và nhãn hiệu của một sản phẩm mới, nhãn hiệu dành cho xuất khẩu, các vấn đề về pháp lý về bảo vệ thương hiệu/nhãn hiệu.

Tài liệu giảng dạy: giáo trình của giảng viên.

Tài liệu tham khảo:

- Lê Đăng Lãng. (2010). *Quản trị thương hiệu*. TPHCM: NXB Đại học Quốc gia TPHCM.
- Nicolino, P.F. (2009). *Quản trị thương hiệu*. Hà nội: NXB Lao Động – Xã hội (bản dịch).
- Lý Quý Trung. (2007). *Xây dựng thương hiệu*. TPHCM: NXB Trẻ.

32. Động thái khách hàng

3 đvht

Điều kiện tiên quyết: Quản trị marketing

Môn học này giúp sinh viên hiểu biết sâu hơn về động thái khách hàng và những phương thức nghiên cứu và ứng dụng các kết quả nghiên cứu về động thái trong việc hình thành các chiến lược và chiến thuật kinh doanh. Nội dung gồm có: Những ý niệm căn bản về động thái khách hàng nói chung và động thái người tiêu dùng nói riêng, Sự nhận biết và kiến thức sản phẩm, Thái độ và Ý định mua hàng, Quyết định mua hàng, Các yếu tố về môi trường và các chiến lược marketing ảnh hưởng đến động thái khách hàng, Thiết kế các chiến lược tiếp thị thích ứng với động thái của khách hàng.

Tài liệu giảng dạy: giáo trình của giảng viên.

Tài liệu tham khảo:

- Nguyễn Xuân Lãn et al. (2011). *Hành vi người tiêu dùng*. Hà nội: NXB Tài Chính.
- Schiffman, L.G. & Kanuk, L.L. (2008). *Consumer behavior*. Pearson.

33. Phân tích và quản trị rủi ro

3đvht

Điều kiện tiên quyết: Quản trị tài chính, Kinh doanh quốc tế, Nghiệp vụ ngoại thương, Thanh toán quốc tế.

Học phần giúp sinh viên nắm rõ và thông hiểu các loại hình rủi ro mà doanh nghiệp gặp phải khi kinh doanh trong nước cũng như ngoài nước. Nội dung chủ yếu bao gồm: Một số khái niệm và mô hình phân loại và phân tích rủi ro; Các quy trình, tiêu chuẩn, nguyên tắc quản trị rủi ro và tiêu chuẩn của nhà quản trị rủi ro (các nguyên tắc vàng, 12 cách tiếp cận giải quyết vấn đề, các phương pháp đo lường và đánh giá rủi ro); Rủi ro tài chính; Rủi ro kinh doanh/hợp đồng thương mại; Rủi ro về thông tin, công nghệ, và sản xuất; Rủi ro về văn hóa; Rủi ro chính trị, luật pháp và các rủi ro khác; Quản trị khủng hoảng và một số chiến thuật phòng tránh và quản trị rủi ro.

Tài liệu giảng dạy: giáo trình của giảng viên.

Tài liệu tham khảo:

- Đoàn Thị Hồng Vân, et al. (2009). *Quản trị rủi ro và khủng hoảng*. Hà nội: NXB Lao động – Xã hội.
- Ngô thị Ngọc Huyền, et al. (2007). *Rủi ro kinh doanh*. Hà nội: NXB Thống Kê.
- Nguyễn Quang Thu. (2008). *Quản trị rủi ro và bảo hiểm trong doanh nghiệp*. Hà nội: NXB THỐNG KÊ.

34. Quản trị chất lượng.

3 đvht

Môn học tiên quyết : Kinh tế vi mô I, kinh tế vĩ mô I

Môn học làm cho sinh viên nắm được: Ý nghĩa của chất lượng đối với nền kinh tế nói chung và các doanh nghiệp sản xuất sản phẩm hàng hóa, dịch vụ thương mại nói riêng trong xu thế cạnh tranh và hội nhập khu vực và thế giới; sự phát triển của quản trị chất lượng trên thế giới và trong khu vực; các phương pháp tiên tiến trong quản trị chất lượng sản phẩm hàng hóa, dịch vụ và việc áp dụng ở các doanh nghiệp Việt Nam hiện nay; những kiến thức cơ bản, cần thiết về quản trị chất lượng khi ra làm việc. Nội dung: Các lý thuyết về quản trị chất lượng; Thực hành áp dụng quản trị chất lượng toàn diện (TQM); Thực hành áp dụng hệ thống quản lý chất lượng theo tiêu chuẩn quốc tế ISO 9000; Quản trị chất lượng trong dịch vụ; Tình hình áp dụng ISO 9000, TQM ở Việt Nam hiện nay và xu hướng phát triển trong những năm tới.

Tài liệu giảng dạy: giáo trình của giảng viên.

Tài liệu tham khảo:

- Tạ Thị Kiều Anh, et al. (200). *Quản trị chất lượng trong tổ chức*. Hà nội: NXB Thống Kê.

35. Thị trường chứng khoán.

3 đvht

Điều kiện tiên quyết: Học xong môn Tài chính – Tiền tệ

Môn học giúp cho sinh viên thông hiểu về một hoạt động quan trọng của thị trường tài chính, tiền tệ trong nền kinh tế hiện đại, để chuẩn bị và có khả năng tham gia vào thị trường này trong xu thế phát triển của một doanh nghiệp, nội dung bao gồm: Đại cương về thị trường tài chính; Thị trường tiền tệ; Những vấn đề cơ bản về thị trường chứng khoán; Cơ cấu tổ chức thị trường chứng khoán; Trung tâm giao dịch chứng khoán; Phương thức phát hành chứng khoán công ty; Đầu tư chứng khoán; Thực trạng thị trường chứng khoán ở Việt Nam.

Tài liệu giảng dạy: giáo trình của giảng viên.

Tài liệu tham khảo:

- Bùi Thị Kim Yến. (2009). *Thị trường chứng khoán*. Hà nội: NXB Thống Kê.

36. Động thái tổ chức.

3 đvht

Điều kiện tiên quyết : học xong học phần quản trị học căn bản

Môn học cung cấp cho sinh viên kiến thức về lý thuyết tác phong tổ chức và quản trị cũng như những ứng dụng cụ thể của nó vào hoạt động của doanh nghiệp như : Tổng quan về sự phát triển của lý thuyết tổ chức/quản trị; phân tích quản trị khoa học, lý thuyết quan hệ con người; tác phong , giải quyết xung đột và lãnh đạo.

Tài liệu giảng dạy: giáo trình của giảng viên

Tài liệu tham khảo:

- Schermerborn, et al. (2010). *Organizational behavior*. John Wiley & Sons.
- Nguyễn Hữu Lam. (2011). *Hành vi tổ chức*. Hà nội: NXB Lao động – Xã hội.
- Bùi Anh Tuấn & Phạm Thúy Hương. (2011). *Hành vi tổ chức*. Hà nội: NXB Đại học Kinh tế Quốc dân.
- Welton, N. & Quick, J.C. (2006). *Organizational behavior*. Thomson Corporation.
- Robbins, S.P. & Judge, T.A.(2009). *Organizational behavior*. Pearson-Prentice Hall (13th Edition).

37. Thuế.

3 đvht

Điều kiện tiên quyết: Kinh tế vi mô I, Kinh tế vĩ mô I

Cung cấp cho sinh viên những kiến thức cơ bản về vai trò của thuế trong nền kinh tế quốc dân, hiểu biết về một số loại thuế cơ bản hiện hành tại Việt Nam. Nắm chắc các phương pháp tính thuế, hiểu biết về trách nhiệm và quyền hạn của cơ quan thuế, nội dung bao gồm : Đại cương về thuế; Sơ lược về hệ thống thuế hiện hành của Việt Nam; Thuế doanh thu; Thuế giá trị gia tăng; Thuế tiêu thụ đặc biệt; Thuế xuất nhập khẩu; Thuế thu nhập cá nhân; Thuế tài nguyên; Tiền thu về sử dụng vốn; Thuế lợi tức; Thuế thu vào các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài; Tổ chức hệ thống thu thuế hiện hành tại Việt Nam.

Tài liệu giảng dạy: giáo trình của giảng viên

38. Tin học ứng dụng: Có chương trình đào tạo riêng

39. Quản trị dự án.

3 đvht

Điều kiện tiên quyết :Kinh tế vi mô I, kinh tế vĩ mô I, quản trị học

Môn học cung cấp cho sinh viên những kiến thức và kỹ năng cần thiết cho việc lập và phân tích và triển khai một dự án đầu tư, cụ thể gồm các kiến thức sau :

Vị trí vai trò của dự án đầu tư trong phát triển doanh nghiệp và phát triển nền kinh tế. Qui trình và đặc điểm lập dự án đầu tư . Các qui định về triển khai và quản lý dự án đầu tư . Hướng dẫn kỹ thuật xây dựng và tính toán hiệu quả dự án đầu tư về sản xuất và thương mại. Phân tích rủi ro hiệu quả dự án đầu tư. Giới thiệu một số dự án đầu tư tại Việt Nam và xu thế đầu tư tại Việt Nam và khu vực.

Tài liệu giảng dạy: giáo trình của giảng viên.

Tài liệu tham khảo:

- Đinh Thế Hiển. (2009). *Lập và thẩm định hiệu quả tài chính dự án đầu tư*. Hà nội: NXB Thống Kê.
- Phước Minh Hiệp và Lê Thị Vân Đan. (2007). *Thiết lập và thẩm định dự án đầu tư*. Hà nội: NXB Thống Kê.

40. Kế toán Mỹ.

3 đvht

Điều kiện tiên quyết : Nguyên lý kế toán

Nội dung nhằm cung cấp cho sinh viên những kiến thức căn bản về phương pháp kế toán áp dụng trong các doanh nghiệp sử dụng hệ thống kế toán quốc tế : Các khái niệm cơ bản

về kế toán và bảng cân đối kế toán; Hệ thống và quá trình kế toán; Doanh thu và chi phí; Tồn kho và giá vốn hàng bán; Tài sản cố định; Vốn doanh nghiệp.

Tài liệu giảng dạy: giáo trình của giảng viên.

41. Kinh doanh quốc tế

4 đvht

Điều kiện tiên quyết : Học xong phần kinh tế quốc tế

Môn học giúp sinh viên nắm bắt các vấn đề môi trường cùng chiến lược kinh doanh và quản trị của các doanh nghiệp muốn hoặc đang tham gia vào thị trường thế giới trong bối cảnh toàn cầu hóa, đặc biệt là các công ty đa quốc gia. Nội dung của học phần này gồm : Tổng quan về kinh doanh quốc tế; Môi trường chính trị, kinh tế, luật pháp; Môi trường văn hóa. Thị trường ngoại hối và thị trường tài chính quốc tế. Chiến lược kinh doanh quốc tế; tổ chức, quản trị, kiểm soát hoạt động kinh doanh quốc tế.

Tài liệu giảng dạy: giáo trình của giảng viên.

Tài liệu tham khảo:

- Daniels, J.D., Radebaugh, L.H., & Sullivan, D.P. (2009). *International business: Environments and operations*. Pearson Education International (12th Edition).

42. Thanh toán quốc tế.

4 đvht

Điều kiện tiên quyết: Kinh doanh quốc tế, Nghiệp vụ ngoại thương

Môn học này nhằm trang bị cho sinh viên các kiến thức cơ bản về thanh toán quốc tế như: các trình tự tiến hành, điều kiện và phương thức thanh toán, thủ tục, nguồn luật và các chứng từ liên quan đến các giao dịch trong ngoại thương. Nội dung bao gồm: Tỷ giá hối đoái: khái niệm, phương pháp yết giá, cách xác định tỷ giá, các loại tỷ giá. Phân biệt hai lĩnh vực thanh toán quốc tế: thanh toán phi mậu dịch và thanh toán mậu dịch. Các phương tiện thanh toán quốc tế. Các phương thức thanh toán quốc tế. Tín dụng quốc tế. Bộ chứng từ thanh toán. Nguồn lực điều chỉnh.

Tài liệu giảng dạy: giáo trình của giảng viên.

Tài liệu tham khảo:

- Trầm Thị Xuân Hương. (2008). *Thanh toán quốc tế*. Hà nội: NXB Lao động – Xã hội.
- Lê Văn Tề. (2009). *Thanh toán quốc tế trong ngoại thương*. Hà nội: NXB Lao động – Xã hội.

43. Bảo hiểm và vận tải quốc tế.

3 đvht

Học phần tiên quyết : Học xong học phần Kinh doanh quốc tế

Môn học nhằm giúp sinh viên nắm bắt các nguyên tắc chủ yếu trong vận hành bảo hiểm hàng hải, bảo hiểm hàng hóa, các nguyên tắc chủ yếu trong vận tải hàng hóa, nhất là vận tải hàng hải. Nội dung môn học gồm : Đại cương về vận tải quốc tế; Vận đơn hàng hải; Nghiệp vụ thuê tàu chợ và tàu chuyển; Nghiệp vụ thuê tàu vận chuyển container; Tổn thất chung và các chứng từ liên quan đến vận chuyển hàng hải; Không vận; Vận chuyển đường sắt, đường bộ và đường sông; Hợp đồng bảo hiểm hàng hải; Nguyên tắc vào hiểm hàng hải.

Tài liệu giảng dạy: giáo trình của giảng viên.

Tài liệu tham khảo:

- Huỳnh Văn Duyên. (2000). *Vận tải và bảo hiểm trong ngoại thương*. Tài liệu lưu hành nội bộ.
-

44. Nghiệp vụ ngoại thương

4 đvht

Điều kiện tiên quyết : kinh tế vi mô , kinh tế vĩ mô, kinh doanh quốc tế.

Môn học có các mục đích cung cấp cho sinh viên một cách hệ thống những kiến thức cơ bản về kỹ thuật ngoại thương như : kỹ thuật đàm phán hợp đồng ngoại thương, kỹ thuật soạn thảo hợp đồng ngoại thương, cách tổ chức thực hiện các hợp đồng ngoại thương. Sinh viên biết vận dụng những kiến thức đã học để xử lý tốt các tình huống thực tế đặt ra. Nội dung cơ bản gồm các phần : Những kiến thức cơ bản để đàm phán, ký kết và tổ chức thực hiện hợp đồng ngoại thương. Kỹ thuật đàm phán hợp đồng ngoại thương. Hợp đồng ngoại thương. Tổ chức thực hiện hợp đồng ngoại thương. Nghiệp vụ hải quan xuất nhập khẩu.

Tài liệu giảng dạy: giáo trình của giảng viên.

- Đoàn Thị Hồng Vân. (2011). *Quản trị xuất nhập khẩu*. TP. HCM: NXB tổng Hợp.
- Võ Thị Thanh Thu. (2011). *Kỹ thuật kinh doanh xuất nhập khẩu*. Hà nội: NXB Lao Động – Xã Hội.
- Võ Thanh Thu. (2007). *Hướng dẫn đọc để hiểu UCP-DC 600*. Hà nội: NXB Thống Kê.
- Võ Thanh Thu. (2011). *Hỏi và đáp về Incoterms 2010*. Hà nội: NXB Lao Động.

45. Kỹ năng giao nhận hàng hóa xuất nhập khẩu và khai báo hải quan 3đvht

Điều kiện tiên quyết: Thanh toán quốc tế, Vận tải và bảo hiểm quốc tế, Hợp đồng ngoại thương

Học phần này nhằm giúp sinh viên thấu hiểu ứng dụng của từng phương thức thanh toán; từng điều kiện thương mại quốc tế trong hợp đồng ngoại thương; nghĩa vụ và trách nhiệm các bên tham gia hợp đồng ngoại thương; thấu hiểu và luyện tập giao nhận hàng hóa xuất nhập khẩu; thấu hiểu các hạn chế của các tập quán thương mại quốc tế. Nội dung chủ yếu bao gồm: quá trình đàm phán và ký kết hợp đồng ngoại thương; các quy trình thực hiện hợp đồng xuất khẩu và nhập khẩu. Các thủ tục khai báo hải quan và cách tính áp thuế các mặt hàng xuất nhập khẩu.

Tài liệu giảng dạy: giáo trình của giảng viên.

Tài liệu tham khảo:

- Dương Hữu Hạnh. (2004). *Vận tải – giao nhận quốc tế - bảo hiểm hàng hóa*. Hà nội: NXB Thống kê.
- Huỳnh Tấn Phát & Bùi Quang Hùng. (1993). *Sổ tay nghiệp vụ vận chuyển container*. Hà nội: NXB Giao Thông Vận tải.
- Dunlop, J.W. (2006). *LLC-UCP 600 Revision*. International Chamber of Commerce.

46. Tài chính quốc tế

3đvht

Học phần tiên quyết: Kinh tế vĩ mô, Kinh doanh quốc tế, Quản trị tài chính, Tiền tệ - Ngân hàng

Khi hoàn thành học phần này, sinh viên được yêu cầu thể hiện sự am hiểu về các kỹ thuật tài trợ; cơ cấu của thị trường tài chính quốc tế; cách thức hoạt động của thị trường ngoại hối; kỹ thuật và thống kê; các đặc tính của nghiệp vụ ngân hàng quốc tế và thấu hiểu các vấn đề đương đại về ngân hàng và tài chính quốc tế. Nội dung bao gồm: Tổng quan về tài chính quốc tế; Thị trường ngoại hối; cân thanh toán quốc tế; Hệ thống tiền tệ quốc tế; Mô hình cung cầu ngoại tệ và cơ chế xác định tỷ giá; Các lý thuyết về tỷ giá; Thị trường Eurocurrency; và Thị trường trái phiếu quốc tế.

Tài liệu giảng dạy: giáo trình của giảng viên.

Tài liệu tham khảo:

- Moosa, I.A. (2004). *International finance*. NSW: McGraw Hill Australia.

47. Nghiệp vụ ngân hàng và các định chế tài chính quốc tế. 3 đvht

Học phần tiên quyết : Kinh tế vi mô I, kinh tế vĩ mô I

Sau khi học xong phần này, sinh viên sẽ có khả năng am hiểu các khía cạnh khác nhau về hoạt động của ngân hàng; thông qua các nội dung : Tổng quan về ngân hàng thương mại; cơ cấu hệ thống ngân hàng thương mại; sự bành trướng của hoạt động ngân hàng thương mại; quản trị, thực hiện quyết định; quản lý tài sản; khả năng sinh lợi của các ngân hàng; phân tích tín dụng; nghiệp vụ ngân hàng quốc tế; thị trường ngoại hối; các rủi ro trong việc cho vay quốc tế, các vấn đề hiện nay trong việc tài trợ quốc tế.

Tài liệu giảng dạy: giáo trình của giảng viên.

Tài liệu tham khảo:

- Thomas, L.B. (2006). *Money, banking and financial markets*. Thomson South-Western

48. Luật thương mại quốc tế.

3 đvht

Học phần tiên quyết : Pháp luật đại cương, Luật kinh tế

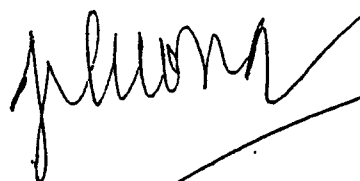
Khi hoàn thành học phần này, sinh viên sẽ thông hiểu khuôn khổ pháp lý mà nền ngoại thương của một quốc gia vận hành. Nội dung: Các qui ước quốc tế; xuất khẩu. Vận chuyển hàng hóa bằng đường hàng không và hàng hải, vận đơn hàng hóa và luật Hague-Visby; Thanh toán bằng thư tín dụng; các công cụ trao đổi; Trọng tài quốc tế; Vai trò của ngân hàng xác nhận và ngân hàng bảo lãnh. Bảo hiểm hàng hải và sự bảo vệ nhãn hiệu và bằng sáng chế.

Tài liệu giảng dạy: giáo trình của giảng viên.

Ghi Chú:

Hệ thống tài liệu tham khảo đề ra ở trên là hệ thống tham khảo APA (American Psychology Association), không phải hệ thống Harvard System of Referencing.

TRƯỞNG KHOA



Phạm Đình Phương