BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC VĂN LANG

CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM
Độc Lập – Tự Do – Hạnh Phúc

CHƯƠNG TRÌNH GIÁO DỤC ĐẠI HỌC

(Ban hành theo Quyết định số 33d/QĐ/ĐHVL ngày 01 tháng 02 năm 2016 của Hiệu trưởng trường Đại học Văn Lang)

Tên chương trình: Thương mại

Trình độ đào tạo: Đại học

Chuyên ngành: Marketing, được áp dụng cho Khóa 22 (2016) trở đi.

Mã số: D340121

Loại hình đào tạo: Chính qui

1. Mục tiêu đào tạo

1.1 Mục tiêu chung:

- Đào tạo cử nhân Thương Mại chuyên ngành Marketing để sinh viên có thể phục vụ việc nghiên cứu, quản lý và điều hành trong các doanh nghiệp tư nhân, các doanh nghiệp hay cơ quan Nhà Nước, ngân hàng, công ty tài chính, các công ty nước ngoài và/hoặc các văn phòng đại diện;
- Đào tạo những thế hệ sinh viên có đạo đức trong kinh doanh và có khả năng về mặt tri thức để giải quyết các vấn đề thương mại quốc tế và trong nước, marketing, góp phần thực hiện các kế hoạch phát triển quốc gia; và
- Đạo tào những thế hệ sinh viên biết sử dụng Anh Ngữ (thường và chuyên ngành) và sử dụng khá thuần thục kỹ thuật vi tính nhằm hỗ trợ họ trong công việc tại nơi làm việc hay giao tiếp hàng ngày.

1.2 Mục tiêu cụ thể:

1.2.1 Kiến thức

- ***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 khoa học, Tâm lý học, Kỹ năng học tập tại đại học, Giao tiếp và thương lượng; Anh ngữ, và Tư duy phản biện (critical thinking); 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* như: Kinh tế vi mô, Kinh tế vĩ mô, Marketing căn bản, Nguyên lý kế toán và Quản trị học.

- ***Kiến thức nền tảng ngành cốt lõi:*** Sinh viên thuộc chuyên ngành Marketing phải thông hiểu và nắm vững các *kiến thức cốt lõi của chuyên ngành* của mình như: Hành vi khách hàng, Phương pháp nghiên cứu Marketing, Quản trị marketing, Marketing thương mại dịch vụ, Marketing quốc tế, Kỹ năng bán hàng và Quản trị bán hàng, Quản trị thương hiệu, Quản trị kênh phân phối, Quảng cáo sáng tạo, Tiếp thị thương mại (Trade marketing), Marketing kỹ thuật số (Digital marketing), Quan hệ công chúng (PR), Quản lý quan hệ khách hàng (CRM). Ngoài ra, sinh viên chuyên ngành 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 dự án, Phân tích và quản trị rủi ro, Tài chính doanh nghiệp, và Thương mại điện tử (E-commerce).
- ***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: Thiết kế ứng dụng trong marketing (Marketing Design), Quản trị nguồn nhân lực, Động thái (hành vi) tổ chức, Tổ chức sự kiện (Event), Thuế và Tin học ứng dụng.

1.2.2 Kỹ năng

Do đặc trưng của chuyên ngành Marketing, sinh viên theo học chuyên ngành này, khi tốt nghiệp, phải hội đủ các kỹ năng sau đây:

- ***Kỹ năng giao tiếp***: sinh viên phải có khả năng liên hệ với khách hàng, cấp trên và người đồng sự bên trong và bên ngoài cơ quan thông qua lời nói, và khả năng viết. Sinh viên được yêu cầu nói rõ ràng, trình bày ý tưởng một cách mạch lạc, khúc chiết. Đối với người nước ngoài, sinh viên phải có khả năng nói và nghe tiếng Anh cũng như hai kỹ năng đọc và viết với trình độ tương đương **TOEIC 500**; trình độ này có được trong quá trình học tiếng Anh Thương Mại tại Khoa. Nhưng nếu sinh viên chưa có sự tự tin về việc đạt được trình độ này, sinh viên có thể học ở các trung tâm bên ngoài để thi lấy chứng chỉ này (Đây là sự tự nguyện của sinh viên).

- ***Kỹ năng vi tính (công nghệ thông tin):*** Môn học về vi tính do Trường giảng dạy đủ để sinh viên có khả năng hoàn thành công việc của mình tại nhiệm sở. Trong quá trình học tại Khoa, sinh viên được yêu cầu nắm vững việc sử dụng phần mềm Excel và một số phần mềm khác, như SPSS, phần mềm về PowerPoint để tiện việc tính toán và trình bày trước một cử tọa. Tuy nhiên, muốn tăng cường kỹ năng vi tính để phục vụ thêm cho nhu cầu riêng biệt của từng cá nhân, sinh viên được khuyến khích học thêm ở bên ngoài về lĩnh vực này.
- ***Kỹ năng làm việc độc lập:*** Trong quá trình học tại Khoa, do có sự chuyển đổi trong đề cương môn học được áp dụng từ học kỳ 1 năm học 2009-2010, sinh viên buộc phải dành thời gian cho nghiên cứu riêng (suy tầm trên Internet, sách báo, tạp chí, v.v.); do đó, khi tốt nghiệp sinh viên phải có khả năng làm việc độc lập trong cơ quan hay doanh nghiệp.
- ***Óc phân tích và phán đoán:*** Óc phân tích và phán đoán thể hiện qua việc giải quyết các bài tập và tình huống trong lớp học. Sự rèn luyện này sẽ ngày càng thăng tiến trong quá trình học tập, nhất là khi sinh viên được yêu cầu phải đạt được kỹ năng làm việc độc lập. Óc phân tích này cũng được thể hiện qua việc trình bày bằng lời và viết lách. Việc cho bài tập dưới hình thức tự luận buộc sinh viên phải dần dần kiện toàn kỹ năng này.
- ***Kỹ năng giải quyết vấn đề:*** Sinh viên khi tốt nghiệp cần phải củng cố và kiện toàn khả năng này, bởi những vấn đề thực tế trong cuộc đời đòi hỏi người sinh viên phải tự giải quyết các vấn đề của mình và của cơ quan. Để đạt được kỹ năng này, người sinh viên phải thực hiện các bài tập của môn học và các bài tập tình huống khi còn đi học, dưới hình thức cá nhân hay nhóm.
- ***Kỹ năng sáng tạo:*** Đối với chuyên ngành Marketing, tính sáng tạo là một nhu cầu không thể thiếu ở người sinh viên, nhất là trong các lĩnh vực như quảng cáo và chiêu thị, bán hàng.
- ***Kỹ năng tổ chức công việc:*** Đây là một kỹ năng quan trọng sau khi tốt nghiệp. Có đến 13% cựu sinh viên bị các doanh nghiệp sử dụng đánh giá là không có kỹ năng tổ chức công việc. Điều này xuất phát từ việc không có kỷ luật trong học tập khi còn dưới mái nhà trường: không có kế hoạch học tập, không có thời khóa biểu học tập, không biết cách xếp thứ tự ưu tiên các môn học và

không đặt mục tiêu học tập. Môn "Kỹ Năng Học Tập tại Đại Học" của Khoa Thương Mại có thể cải tiến kỹ năng tổ chức của sinh viên sau khi tốt nghiệp.

- ***Kỹ năng lãnh đạo:*** Kỹ năng này không thể được dạy dỗ mà phải tùy năng khiếu của từng sinh viên, dù cho họ có học môn quản trị học. Thông thường, những sinh viên tham gia đoàn thể (ban cán sự lớp, Đoàn thanh niên, hội sinh viên) có cơ hội thể hiện kỹ năng lãnh đạo nhiều hơn những sinh viên không tham gia hội đoàn gì cả. Tuy nhiên, kỹ năng này có thể phát triển trong chừng mực ở dưới mái trường bằng cách xoay vòng chức vụ nhóm trưởng trong một lớp.
- ***Kỹ năng làm việc theo nhóm:*** Một trong những tiêu chuẩn tốt nghiệp là phải có kỹ năng làm việc theo nhóm. Điều này được thể hiện qua việc mổ xẻ tình huống hay thực hiện một công trình nghiên cứu của sinh viên. Đề tài nghiên cứu của sinh viên được thực hiện theo nhóm và bắt đầu từ học kỳ 4 trở đi; điểm của các công trình nghiên cứu của sinh viên sẽ được đưa vào học kỳ 7. Trong năm học 2012-2013, sinh viên còn được yêu cầu thực tập tại một xí nghiệp để viết đề tài nghiên cứu khoa học của mình theo nhóm.
- ***Kỹ năng thương lượng:*** Một yêu cầu về đầu ra nữa là kỹ năng thương lượng. Kỹ năng này được học qua môn học "Nghệ thuật giao tiếp và thương lượng". Tuy nhiên, điều kiện thực hành kỹ năng này chủ yếu thông qua việc thảo luận nhóm khi mổ xẻ tình huống hay giải quyết vấn đề.

1.2.3 Thái độ

Đối với sinh viên thuộc chuyên ngành Marketing, do phải tiếp xúc với nhiều người bên ngoài, cho nên thái độ của người sinh viên trong khi học và sau khi tốt nghiệp như sau:

- ***Tinh thần trách nhiệm và cam kết***: Sinh viên tốt nghiệp phải có tinh thần trách nhiệm trong bất kỳ công việc nào được giao và luôn luôn cam kết thực hiện tốt công việc đó; không được tiến thân bằng những hành động phi đạo đức.
- ***Sự kiên trì***: Luôn luôn hoàn thành nhiệm vụ được giao dù ở trong tình thế và điều kiện nào cũng vậy.
- ***Sáng kiến và động lực***: Dù trong hoàn cảnh nào, với óc sáng tạo và khả năng phân tích, người sinh viên phải phát huy sáng kiến trong công việc và duy trì

động lực, đừng sa đà vào những việc vô ích. Trong hoàn cảnh nào cũng phải tăng tiến về kiến thức và kỹ năng. Tuy không có tính bắt buộc, sinh viên chuyên ngành Marketing được khuyến khích trau dồi thêm kiến thức bằng cách học thêm để lấy các chứng chỉ về Marketing do tổ chức trong nước hay nước ngoài cấp (như LCCI) để làm bàn đạp thăng tiến trong tổ chức.

- ***Đạo Đức kinh doanh nghề nghiệp***: Chuyên ngành Marketing có nhiều lĩnh vực cần đến đạo đức nghề nghiệp hay kinh doanh: bán hàng, quảng cáo, khuyến mãi, v.v. Sinh viên tốt nghiệp chuyên ngành này phải tận dụng kiến thức đã được dạy trong môn "Đạo đức kinh doanh" mà hành xử cho đúng với một người trí thức có đạo đức.

1.2.4 Về khả năng công tác:

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.

Sau khi tốt nghiệp, sinh viên chuyên ngành marketing có thể làm việc tại phòng Marketing hoặc phòng kinh doanh cho các doanh nghiệp trong và ngoài nước (DN sản xuất, thương mại, dịch vụ, ngân hàng, bất động sản,...). Họ có thể đảm nhận từ vị trí nhân viên đến chuyên viên phụ trách các mảng về quảng cáo, khuyến mãi, tổ chức sự kiện, quan hệ công chúng, trợ lý thương hiệu, nghiên cứu thị trường hoặc phụ trách bán hàng, phát triển thị trường, đại diện bán hàng khu vực hoặc chuyên viên chăm sóc khách hàng. Hoặc cũng có thể làm việc cho các công ty dịch vụ marketing (Agency) chuyên về truyền thông, quảng cáo, tổ chức sự kiện, nghiên cứu thị trường,...

Qua khảo sát, tùy theo khả năng của từng người sinh viên, sau khi tốt nghiệp khoảng hai, ba năm đa số sinh viên trong ngành Marketing có việc làm ổn định và nhiều người trong số đó có thể đảm nhận các vị trí trưởng, phó bộ phận phụ trách một mảng nhỏ thuộc marketing hoặc trưởng, phó phòng marketing hoặc giám đốc thương hiệu và cũng có nhiều người đảm nhận vị trí giám sát bán hàng hoặc giám đốc bán hàng khu vực.

1.2.5 Năng lực tự chủ và chịu trách nhiệm:

Sau khi tốt nghiệp, sinh viên chuyên ngành Marketing có năng lực dẫn dắt chuyên môn, nắm vững kiến thức và kỹ năng chuyên ngành được đào tạo; có khả năng vận dụng những kiến thức đã học một cách linh hoạt và sáng tạo trong từng tình huống thực tiễn tại đơn vị, có khả năng cải tiến và cập nhật kiến thức mới trong quá trình thực hiện nhiệm vụ được giao; có khả năng nắm bắt kịp thời các xu hướng của thị trường, ngành và nền kinh tế nói chung; có khả năng tự học, tích lũy kiến thức, kinh nghiệm để nâng cao trình độ chuyên môn, đáp ứng nhu cầu ngày càng cao trong công việc; có năng lực tự chủ, tự chịu trách nhiệm, khả năng hoạch định, điều phối và tổ chức thực hiện; có năng lực đánh giá hiệu quả công việc và cải tiến các hoạt động chuyên môn trong phạm vi lĩnh vực phụ trách.

2. Thời gian đào tạo: 4 năm

3. Khối lượng kiến thức toàn khóa: Chuyên ngành Marketing có tổng số **137 tín chỉ**, không kể học phần Giáo dục thể chất và Giáo dục Quốc phòng.

4. 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, A1, D1.

5. Quy 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 137 tín chỉ của chuyên ngành Marketing, được phân bổ trong 8 học kỳ .

6. Thang điểm: 10

7. Nội dung chương trình (tên và khối lượng các học phần):

7.1 Kiến thức giáo dục đại cương

7.1.1 Lý luận chính trị

STT	MÔN HỌC	SỐ TÍN CHỈ
1	Những nguyên lý cơ bản của chủ nghĩa Mác Lênin	5
2	Tư tưởng Hồ Chí Minh	2
3	Đường lối cách mạng của Đảng CSVN	3
	Tổng cộng	**10**

7.1.2 Khoa học xã hội

STT	MÔN HỌC	SỐ TÍN CHỈ
1	Pháp luật đại cương	2

2	Phương pháp nghiên cứu + thực hành (sử dụng phần mềm SPSS)	3
3	Tâm lý học	2
4	Kỹ năng học ở đại học	2
5	Giao tiếp và thương lượng	2
6	Tư duy phản biện (critical thinking)	2
	Tổng cộng	**13**

7.1.3 Ngoại ngữ

STT	MÔN HỌC	SỐ TÍN CHỈ
7	Tiếng Anh	22
	Tổng cộng	**22**

7.1.4 Toán-Tin học-Khoa học tự nhiên-Công nghệ-Môi trường

STT	MÔN HỌC	SỐ TÍN CHỈ
8	Đại số tuyến tính C và Giải tích C	5
9	Lý thuyết xác suất và thống kê toán	3
10	Tin học đại cương	3
	Tổng cộng	**11**

7.1.5 Giáo dục thể chất: 4tc

7.1.6 Giáo dục Quốc Phòng - An ninh: 165 giờ

7.2 Kiến thức giáo dục chuyên nghiệp

7.2.1 Kiến thức cơ sở ngành

STT	MÔN HỌC	SỐ TÍN CHỈ
11	Kinh tế vi mô	3
12	Kinh tế vĩ mô	3
13	Marketing căn bản	3
14	Nguyên lý kế toán	3
15	Quản trị học	3
	Tổng cộng	**15**

7.2.2 Kiến thức chung của ngành chính

STT	MÔN HỌC	SỐ TÍN CHỈ
16	Tài chính – tiền tệ	3
17	Luật kinh tế	3
18	Đạo đức kinh doanh	2
19	Quản trị chiến lược	3
20	Quản trị dự án	2
21	Tài chính doanh nghiệp	3
	Tổng cộng	**16**

7.2.3 Kiến thức chuyên sâu của ngành

STT	MÔN HỌC	SỐ TÍN CHỈ
Bắt buộc		**33**
22	Hành vi khách hàng	2
23	Phương pháp nghiên cứu marketing	3
24	Quản trị marketing	3
25	Marketing thương mại & Dịch vụ	3
26	Kỹ năng bán hàng và quản trị bán hàng	3
27	Marketing quốc tế	3
28	Xây dựng & quảng bá thương hiệu	2
29	Quan hệ công chúng (PR)	2
30	Marketing kỹ thuật số (Digital marketing)	2
31	Tiếp thị thương mại (Trade Marketing)	2
32	Quảng cáo sáng tạo	2
33	Phân tích và quản trị rủi ro	2
34	Quản lý quan hệ khách hàng (CRM)	2
35	Thương mại điện tử (E-commerce)	2
Tự chọn:		**12**
36	Động thái tổ chức	2
37	Thiết kế ứng dụng trong marketing (Marketing design)	2

38	Quản trị nguồn nhân lực	2
39	Tổ chức sự kiện (Event)	2
40	Thuế	2
41	Tin học ứng dụng	2
	Tổng cộng	**45**

8. Kế hoạch giảng dạy (*dự kiến*)

HỌC KỲ 1

Stt	Tên môn học	SỐ TÍN CHỈ
1	Kỹ năng học ở đại học	2
2	Đại số tuyến tính C	2
3	Tiếng Anh	3
4	Pháp luật đại cương	2
5	Tâm lý học	2
6	Kinh tế vi mô	3
7	Giao tiếp và thương lượng	2
8	Những nguyên lý cơ bản của chủ nghĩa M-L (1)	2
9	Giáo dục quốc phòng	
Tổng cộng		**18**

HỌC KỲ 2

Stt	Tên môn học	SỐ TÍN CHỈ
1	Kinh tế vĩ mô	3
2	Giải tích C	3
3	Tiếng Anh	3
4	Luật kinh tế	3
5	Tin học căn bản	3
6	Marketing căn bản	3
7	Những nguyên lý cơ bản của chủ nghĩa M-L (2)	3
8	Giáo dục thể chất	
Tổng cộng		**21**

HỌC KỲ 3

Stt	Tên môn học	SỐ TÍN CHỈ
1	Tư tưởng Hồ Chí Minh	2
2	Nguyên lý kế toán	3
3	Lý thuyết xác suất và thống kê toán	3
4	Anh Văn	3
5	Quản trị học	3
6	Tài chính – Tiền tệ	3
7	Phương pháp nghiên cứu khoa học (bao gồm SPSS)	3
8	Giáo dục thể chất	
Tổng cộng		**20**

HỌC KỲ 4

Stt	Tên môn học	SỐ TÍN CHỈ
1	Anh văn	3
2	Đường lối cách mạng của Đảng Cộng Sản Việt Nam	3
3	Phương pháp nghiên cứu Marketing	3
4	Quản trị marketing	3
5	Marketing thương mại & dịch vụ	3
6	Tư duy phản biện (Critical thinking)	2
Tổng cộng		**17**

HỌC KỲ 5

Stt	Tên môn học	SỐ TÍN CHỈ
	Môn học bắt buộc	**13**
1	Anh văn	3
2	Xây dựng & quảng bá thương hiệu	2
3	Quan hệ công chúng (PR)	2
4	Marketing kỹ thuật số (Digital marketing)	2

5	Quản trị dự án	2
6	Quảng cáo sáng tạo	2
	Môn tự chọn (chọn 1 trong 2)	**2**
1	Tin học ứng dụng	2
2	Quản trị nguồn nhân lực	2
Tổng cộng		**15**

HỌC KỲ 6

Stt	Tên môn học	SỐ TÍN CHỈ
	Môn học bắt buộc	**16**
1	Anh văn	3
2	Kỹ năng bán hàng & Quản trị bán hàng	3
3	Marketing quốc tế	3
4	Động thái khách hàng	2
6	Phân tích và quản trị rủi ro	2
7	Tài chính doanh nghiệp	3
	Môn tự chọn (chọn 1 trong 2)	**2**
1	Động thái tổ chức	2
2	Thuế	2
Tổng cộng		**18**

HỌC KỲ 7

Stt	Tên môn học	SỐ TÍN CHỈ
	Môn học bắt buộc	**15**
1	Anh văn	4
2	Quản trị chiến lược	3
3	Đạo đức kinh doanh	2
4	Tiếp thị thương mại (Trade Marketing)	2
5	Thương mại điện tử (E-commerce)	2
6	Quản lý quan hệ khách hàng (CRM)	2
	Môn tự chọn (chọn 1 trong 2)	**2**

1	Tổ chức sự kiện (Event)	2
2	Thiết kế ứng dụng trong marketing (Marketing Design)	2
Tổng cộng		**17**

HỌC KỲ 8

Stt	Tên môn học	SỐ TÍN CHỈ
1	Thi môn chính trị	
2	Điểm thực tập nghiên cứu khoa học	4
3	Thi tốt nghiệp	7
		11