

BỘ CÔNG THƯƠNG
TRƯỜNG ĐẠI HỌC CÔNG NGHIỆP THỰC PHẨM TP. HỒ CHÍ MINH



CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO
NGÀNH MARKETING

Tên chương trình (tiếng Việt): **MARKETING**

Tên chương trình (tiếng Anh): **Marketing**

Trình độ đào tạo: Đại học

Mã ngành: 7340115

Loại hình đào tạo: Chính quy; vừa làm vừa học

Khoa quản lý: Quản trị kinh doanh

TP. HỒ CHÍ MINH, NĂM 2022

BỘ CÔNG THƯƠNG
TRƯỜNG ĐẠI HỌC CÔNG NGHIỆP THỰC PHẨM TP. HỒ CHÍ MINH



CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO
NGÀNH MARKETING

Tên chương trình (tiếng Việt): **MARKETING**

Tên chương trình (tiếng Anh): **Marketing**

Trình độ đào tạo: Đại học

Mã ngành: 7340115

Loại hình đào tạo: Chính quy; vừa làm vừa học

Khoa quản lý: Quản trị kinh doanh

TP. HỒ CHÍ MINH, NĂM 2022

CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO

(Ban hành theo Quyết định số: *1235* /QĐ-DCT ngày *05* tháng *9* năm 2022
của Hiệu trưởng Trường Đại học Công nghiệp Thực phẩm thành phố Hồ Chí Minh)

Tên chương trình đào tạo (tiếng Việt): MARKETING

Tên chương trình đào tạo (tiếng Anh): Marketing

Trình độ đào tạo: Đại học

Ngành đào tạo: Marketing

Mã ngành đào tạo: 7340115

Lĩnh vực: Kinh doanh và quản lý

Loại hình đào tạo: Chính quy; vừa làm vừa học

Thông tin về kiểm định chất lượng chương trình đào tạo

Chương trình đào tạo này được xây dựng theo định hướng đăng ký đánh giá ngoài cấp chương trình đào tạo theo tiêu chuẩn chất lượng giáo dục do Bộ trưởng Bộ Giáo dục và Đào tạo ban hành (MOET).

1. Mục tiêu đào tạo

1.1. Mục tiêu tổng quát

Đào tạo cử nhân Marketing có kiến thức cơ bản và chuyên sâu về chuyên ngành marketing đáp ứng nhu cầu xã hội trong thời đại số; có khả năng lập kế hoạch, tổ chức, lãnh đạo và kiểm soát các vấn đề liên quan đến hoạt động marketing của doanh nghiệp; thành thạo các kỹ năng, có tư cách đạo đức nghề nghiệp, có năng lực tự chủ và trách nhiệm, có khả năng thích ứng phát triển nghề nghiệp bản thân trong môi trường cạnh tranh và bối cảnh hội nhập toàn cầu.

1.2. Mục tiêu cụ thể

Người học tốt nghiệp có kiến thức, kỹ năng, mức độ tự chủ và trách nhiệm:

a. Kiến thức

Cử nhân Marketing có kiến thức nền tảng cơ bản về khối ngành kinh tế, quản lý, kinh doanh, thương mại và chuyên sâu về lĩnh vực marketing. Sinh viên có năng lực vận dụng kiến thức để giải quyết các vấn đề marketing, cung cấp thông tin và ra quyết định đối với các hoạt động liên quan đến chức năng marketing và vai trò nhà quản trị marketing.

b. Kỹ năng

Kỹ năng cơ bản và chuyên sâu về lập kế hoạch, tổ chức, lãnh đạo và kiểm soát các vấn đề liên quan đến hoạt động marketing của doanh nghiệp; có khả năng thích ứng phát triển nghề nghiệp bản thân trong môi trường cạnh tranh và bối cảnh hội nhập toàn cầu.

c. Mức độ tự chủ và trách nhiệm

Tác phong làm việc chuyên nghiệp; tự tin giao tiếp, đàm phán; có kỹ năng tư duy hệ thống, tư duy phân tích một cách độc lập; Có khả năng làm việc độc lập và làm việc nhóm; có năng lực sáng tạo khởi nghiệp và truyền cảm hứng kinh doanh với đồng nghiệp và cộng đồng.

2. Chuẩn đầu ra chương trình đào tạo

Sau khi hoàn thành khóa học, người học có kiến thức, kỹ năng, mức độ tự chủ và trách nhiệm:

2.1. Chuẩn đầu ra

Ký hiệu	Chủ đề chuẩn đầu ra	Trình độ năng lực (TĐNL)
a	Kiến thức	
PLO1	Vận dụng kiến thức thực tế vững chắc, kiến thức lý thuyết sâu, rộng trong phạm vi của ngành marketing.	5
PLO1.1	Tư duy toán học, xây dựng mô hình hóa và áp dụng bài toán xác suất thống kê vào giải các bài toán kinh tế.	3
PLO1.2	Vận dụng kiến thức lý thuyết cũng như thực tiễn chuyên sâu về ngành Marketing trong kinh doanh truyền thống và thời đại số.	4
PLO1.3	Xây dựng các bộ phận liên quan đến hoạt động marketing, thị trường, khách hàng, thương hiệu, ... của doanh nghiệp.	5
PLO2	Áp dụng kiến thức cơ bản về khoa học tự nhiên, xã hội, khoa học chính trị và pháp luật.	3
PLO2.1	Rèn luyện và bảo vệ sức khỏe, hiểu biết về quốc phòng trong xây dựng và bảo vệ Tổ quốc.	3

Ký hiệu	Chủ đề chuẩn đầu ra	Trình độ năng lực (TĐNL)
PLO2.2	Áp dụng các kiến thức khoa học chính trị và pháp luật để phân tích các thể chế, chính sách đầu tư và marketing.	3
PLO2.3	Áp dụng các kiến thức khoa học xã hội như tâm lý học, văn hóa, và giao tiếp vào thực tiễn hoạt động marketing trong doanh nghiệp.	3
PLO3	Sử dụng công nghệ thông tin vào tìm kiếm, xử lý số liệu phục vụ cho việc nghiên cứu thị trường, khách hàng, thương hiệu và các hoạt động liên quan đến marketing.	3
PLO3.1	Sử dụng các phần mềm văn phòng vào soạn thảo văn bản và thao tác công việc.	3
PLO3.2	Sử dụng các phần mềm chuyên dụng vào nghiên cứu marketing, phân tích dữ liệu, tương tác với khách hàng và quản trị rủi ro như: SPSS, Excel, Microsoft office...	3
PLO4	Nghiên cứu marketing, xây dựng kế hoạch marketing, tổ chức thực hiện và giám sát quá trình hoạt động marketing trong doanh nghiệp.	4
PLO4.1	Áp dụng các nguyên lý cơ bản trong kinh tế vào phân tích môi trường tác nghiệp của doanh nghiệp tầm vi mô và vĩ mô.	3
PLO4.2	Vận dụng các phương pháp thống kê, nghiên cứu marketing vào chuyên ngành marketing.	4
PLO4.3	Phân tích và vận dụng các quy luật tự nhiên - xã hội, luật kinh tế, kế toán, tài chính để đánh giá và lựa chọn các hoạt động marketing.	4
PLO5	Quản trị và điều hành các hoạt động marketing trong doanh nghiệp.	4
PLO5.1	Quản trị các hoạt động marketing, thị trường, khách hàng, thương hiệu và hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp.	4

Ký hiệu	Chủ đề chuẩn đầu ra	Trình độ năng lực (TĐNL)
PLO5.2	Điều hành các hoạt động nghiên cứu marketing, truyền thông, xúc tiến thương mại, quảng cáo... trong doanh nghiệp.	4
PLO5.3	Điều hành các mối quan hệ với khách hàng, quan hệ công chúng và quản trị marketing trong doanh nghiệp.	4
b	Kỹ năng	
PLO6	Kỹ năng cần thiết để phân tích, dự báo và ra quyết định các vấn đề liên quan đến hoạt động marketing trong môi trường đầy biến động.	4
PLO6.1	Thực hiện các nghiệp vụ marketing, quản trị marketing, quản trị phát triển thị trường và khách hàng.	4
PLO6.2	Xây dựng, thực hiện, kiểm soát và hoạch định chiến lược marketing, quản trị quan hệ khách hàng, XNK, logistic...	4
PLO6.3	Vận dụng pháp luật trong hoạt động marketing, xúc tiến thương mại, quảng cáo, quan hệ công chúng và đàm phán ký kết hợp đồng.	4
PLO7	Lãnh đạo, sáng tạo tinh thần khởi nghiệp và truyền cảm hứng kinh doanh từ các nguồn lực của cộng đồng.	4
PLO7.1	Thành lập, lãnh đạo, tổ chức hoạt động và phát triển nhóm công việc.	4
PLO7.2	Khởi nghiệp sáng tạo từ các vấn đề xã hội và môi trường từ các nguồn lực cộng đồng.	4
PLO8	Phản biện, nhận diện, kiểm soát, cảnh báo các rủi ro marketing phát sinh và đề xuất các giải pháp ứng phó phù hợp.	4
PLO8.1	Thu thập, phân tích và xử lý thông tin, sử dụng được các phần mềm nghiên cứu thị trường, nghiên cứu marketing để đề xuất các giải pháp và chính sách marketing trong doanh	4

Ký hiệu	Chủ đề chuẩn đầu ra	Trình độ năng lực (TĐNL)
	nghiệp.	
PLO8.2	Vận dụng kiến thức khoa học tự nhiên, xã hội vào nghiên cứu, khám phá và nhận diện các vấn đề rủi ro liên quan đến hoạt động marketing.	4
PLO9	Đánh giá chất lượng công việc và kết quả thực hiện của các thành viên trong nhóm.	4
PLO9.1	Kiểm tra, đánh giá mức độ hoàn thành công việc với mục tiêu đặt ra của từng thành viên và của nhóm.	4
PLO9.2	Xây dựng các tiêu chí kiểm tra, đề xuất chế độ khen thưởng phù hợp.	4
PLO10	Thích ứng và đề xuất các giải pháp tại nơi làm việc; chuyển tải, phổ biến kiến thức, kỹ năng quản lý điều hành hoạt động marketing cụ thể hoặc phức tạp.	4
PLO10.1	Vận dụng chiến lược, chính sách, kế hoạch marketing và truyền đạt hiệu quả.	4
PLO10.2	Phối hợp các kỹ năng trình bày, thuyết trình, giao tiếp bằng văn bản, đa truyền thông và hệ thống mạng xã hội.	4
PLO11	Áp dụng thành thạo các kỹ năng, đạt chuẩn ngoại ngữ bậc 3/6 Khung năng lực ngoại ngữ của Việt Nam.	4
PLO11.1	Giao tiếp bằng tiếng Anh tương đương trình độ từ B1.	3
PLO11.2	Đọc hiểu, soạn thảo, giao tiếp chuyên môn được bằng tiếng Anh với các đối tác nước ngoài.	4
c	Mức độ tự chủ và trách nhiệm	
PLO12	Độc lập trong công việc; phát triển nhóm công việc, chịu trách nhiệm cá nhân và trách nhiệm đối với nhóm.	4
PLO12.1	Tự chủ, tự chịu trách nhiệm trong công việc được phân công hay đảm nhận.	4

Ký hiệu	Chủ đề chuẩn đầu ra	Trình độ năng lực (TĐNL)
PLO12.2	Phát huy vai trò của cá nhân, của tập thể trong phối hợp triển khai và thực hiện công việc của tổ chức.	4
PLO13	Hướng dẫn, giám sát và đôn đốc cấp dưới thực hiện nhiệm vụ trong tầm hạn quản trị	4
PLO13.1	Phân tách công việc, chia nhóm thực hiện và giám sát hoạt động các thành viên trong nhóm.	4
PLO13.2	Tương tác, truyền cảm hứng và tạo động lực làm việc đến đồng nghiệp.	4
PLO14	Tự định hướng, đưa ra kết luận chuyên môn và bảo vệ quan điểm cá nhân.	4
PLO14.1	Phán xét, tư duy sáng tạo trong quản và điều hành.	4
PLO14.2	Nghiên cứu, khám phá kiến thức và kỹ năng mới.	4
PLO15	Lập kế hoạch, điều phối, quản lý các nguồn lực, đánh giá và cải thiện hiệu quả các hoạt động marketing trong doanh nghiệp.	4
PLO15.1	Áp dụng tư duy hệ thống: lập luận vấn đề logic, có hệ thống, nhận diện vấn đề ở phạm vi toàn cục, phân loại sắp xếp được các vấn đề theo thứ tự ưu tiên cần giải quyết/xử lý.	4
PLO15.2	Điều phối các nguồn lực theo yêu cầu công việc, xử lý linh hoạt các vấn đề phát sinh trong tầm hạn quản trị.	4

2.2. Bảng ma trận các học phần và chuẩn đầu ra

TT	Mã tự quản	Mã học phần	Tên học phần	Số TC	HK	HP Bất buộc	Nhóm Kiến thức	KIẾN THỨC								KỸ NĂNG								NĂNG LỰC TỰ CHỨC- TRÁCH NHIỆM				
								PLO 1	PLO 2	PLO 3	PLO 4	PLO 5	PLO 6	PLO 7	PLO 8	PLO 9	PLO 10	PLO 11	PLO 12	PLO 13	PLO 14	PLO 15						
1	11200001	0101100651	Triết học Mác-Lênin	3	1	x	Đại cương	0	2	0	0	0	3	0	0	0	0	0	0	0	0	3	0	0	0	0	0	
2	11200002	0101002298	Kinh tế chính trị Mác - Lênin	2	1	x	Đại cương	0	3	0	0	0	3	0	0	0	0	0	0	0	0	3	0	0	0	0	0	
3	11200003	0101000476	Chủ nghĩa xã hội khoa học	2	2	x	Đại cương	0	2	0	0	0	3	0	0	0	0	0	0	0	0	3	0	0	0	0	0	
4	11200004	0101001625	Lịch sử Đảng Cộng sản Việt Nam	2	4	x	Đại cương	0	2	0	0	0	3	0	0	0	0	0	0	0	0	3	0	0	0	0	0	
5	11200005	0101006322	Tư tưởng Hồ Chí Minh	2	5	x	Đại cương	0	2	0	0	0	3	0	0	0	0	0	0	0	0	3	0	0	0	0	0	
6	14200201	0101100822	Anh văn 1	3	2	x	Đại cương	0	0	0	0	0	3	0	0	0	0	0	0	0	0	3	0	0	0	0	0	
7	14200202	0101100823	Anh văn 2	3	3	x	Đại cương	0	0	0	0	0	4	0	0	0	0	0	0	0	0	4	0	0	0	0	0	
8	14200203	0101100824	Anh văn 3	3	4	x	Đại cương	0	0	0	0	0	5	0	0	0	0	0	0	0	0	5	0	0	0	0	0	
9	01201010	0101101922	Kỹ năng ứng dụng CNTT	3	1	x	Đại cương	2	0	3	0	0	0	0	3	0	0	0	0	0	0	0	3	0	0	0	0	
10	16201001	0101001706	Giáo dục thể chất 1	2	2	x	Đại cương	0	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3	0	0	0	0	
11	16201002	0101001709	Giáo dục thể chất 2	2	3	x	Đại cương	0	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3	0	0	0	0	
12	16201003	0101001715	Giáo dục thể chất 3	1	4	x	Đại cương	0	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3	0	0	0	0	
13	16200004	0101001657	Giáo dục quốc phòng an ninh 1	3	1	x	Đại cương	0	3	0	0	0	3	0	0	0	0	0	0	0	0	3	0	0	0	0	0	
14	16200005	0101001662	Giáo dục quốc phòng - an ninh 2	2	1	x	Đại cương	0	3	0	0	0	3	0	0	0	0	0	0	0	0	3	0	0	0	0	0	
15	16200006	0101001669	Giáo dục quốc phòng - an ninh 3	1	3	x	Đại cương	0	3	0	0	0	3	0	0	0	0	0	0	0	0	3	0	0	0	0	0	
16	16200007	0101001677	Giáo dục quốc phòng - an ninh 4	2	4	x	Đại cương	0	3	0	0	0	3	0	0	0	0	0	0	0	0	3	0	0	0	0	0	
17	11200006	0101003671	Pháp luật đại cương	2	2	x	Đại cương	0	3	0	0	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3	0	0	0	0	0	
18	13200010	0101100417	Tâm lý học kinh doanh	2	3		Đại cương	0	3	0	-	-	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3	0	0	0	0	0	
19	07200444	0101002400	Kỹ năng giao tiếp	2	3		Đại cương	0	3	3	3	-	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3	0	0	3	0	0	
20	15200022	0101003015	Logic học	2	3		Đại cương	3	-	3	-	-	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3	0	0	0	0	0	
21	15200005	0101006622	Xác suất và thống kê trong kinh tế, dịch vụ	2	2		Đại cương	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3	0	0	0	0	3	

TT	Mã tự quản	Mã học phần	Tên học phần	Số TC	HK	HP Bất buộc	Nhóm Kiến thức	KIẾN THỨC								KỸ NĂNG								NĂNG LỰC TỰ CHỦ- TRÁCH NHIỆM				
								PLO 1	PLO 2	PLO 3	PLO 4	PLO 5	PLO 6	PLO 7	PLO 8	PLO 9	PLO 10	PLO 11	PLO 12	PLO 13	PLO 14	PLO 15						
45	13200061	0101003210	Marketing thương mại	2	5	x	Ngành	0	0	0	0	3	0	0	0	0	3	0	0	0	0	4	0	0	0	0	0	
46	13202041	0101003961	Quản trị nguồn nhân lực	3	4	x	Ngành	5	0	0	0	0	0	0	0	4	0	4	0	0	0	0	0	4	0	0	4	
47	13202037	0101006834	Quản trị chuỗi cung ứng	3	5	x	Ngành	5	0	0	0	0	0	0	0	0	4	0	0	0	0	0	4	0	0	-	0	
48	13202066	0101101756	Sáng tạo nội dung số	3	6	x	Ngành	0	0	0	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4	3	0	0	0	4	0	
49	13202067	0101101757	Marketing kỹ thuật số	3	5	x	Ngành	5	0	0	0	0	0	4	0	0	0	0	0	4	3	0	0	0	0	4	0	
50	13202068	0101101758	Marketing truyền thông mang xã hội và di động	3	6	x	Ngành	0	0	3	0	0	0	0	0	0	3	0	0	0	0	0	4	0	0	-	4	
51	13202069	0101101759	Marketing công cụ tìm kiếm	3	5	x	Ngành	5	0	3	0	0	0	0	4	0	0	0	0	0	0	0	4	0	0	4	-	
52	13200062	0101101763	Truyền thông trong kinh doanh	2	5		Cơ sở	5	0	0	0	0	0	4	0	0	4	0	0	0	0	0	4	0	0	-	4	
53	13202070	0101101760	Marketing trực tiếp	3	6	x	Ngành	0	0	0	0	0	4	4	0	0	0	0	0	4	0	0	4	0	0	4	0	
54	13202071	0101102112	B2B Marketing	3	6	x	Ngành	0	0	0	0	0	4	4	0	0	0	0	0	-	4	0	4	0	0	0	0	
55	13202049	0101100041	Truyền thông marketing tích hợp	3	5	x	Ngành	0	0	0	4	0	0	4	0	0	0	0	0	0	0	0	4	0	0	0	0	
56	13202073	0101101761	Xây dựng kế hoạch marketing	3	6	x	Ngành	0	0	3	4	4	4	4	0	0	4	0	0	0	0	4	0	0	0	0	4	
57	13202032	0101003207	Marketing quốc tế	2	7		Cơ sở	0	0	0	0	4	4	4	0	0	4	0	0	4	0	0	4	0	0	0	4	
58	13202063	0101101762	Thực hành quảng cáo	2	4	x	Cơ sở	0	0	3	0	0	4	0	0	0	4	0	0	0	0	4	0	0	0	0	0	
59	13202034	0101003878	Quản trị bán hàng	3	6	x	Ngành	5	0	0	0	0	0	0	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4	4	0	
60	13200017	0101002398	Kỹ năng đàm phán	2	5		Cơ sở	0	0	0	0	4	0	0	-	0	0	0	0	4	4	0	0	0	0	4	0	
61	13205074	0101102115	Kiến tập	2	7	x	Chuyên ngành	5	0	0	0	0	0	4	0	0	0	0	0	0	0	4	0	0	0	4	4	
62	13205054	0101102114	Thực tập nghề nghiệp	5	7	x	Chuyên ngành	5	0	0	0	0	0	4	0	0	0	0	4	4	0	0	4	0	0	0	4	
63	13206076	0101102113	Khóa luận tốt nghiệp	8	7	x	Chuyên ngành	0	0	4	4	0	0	4	0	0	4	0	0	0	0	0	4	0	0	0	0	
Tổng số học phần đáp ứng chuẩn đầu ra								22	20	10	21	9	33	3	22	2	10	8	45	10	18	16						

3. Khối lượng học tập

TT	Kiến thức	Khối lượng học tập	Tỷ lệ %
1	Kiến thức giáo dục đại cương	32 tín chỉ	26,4 %
2	Kiến thức cơ sở ngành	36 tín chỉ	29,8 %
3	Ngành	38 tín chỉ	31,4 %
4	Chuyên ngành (<i>bao gồm kiến thức học kỳ doanh nghiệp được bố trí giảng dạy vào học kỳ 7</i>)	15 tín chỉ	12,4 %
Tổng		121 tín chỉ	100%

Khối lượng học tập trên không bao gồm Giáo dục thể chất, Giáo dục quốc phòng - an ninh.

4. Thời gian đào tạo

Thời gian thiết kế chương trình đào tạo chính quy: 3,5 năm.

Thời gian thiết kế chương trình đào tạo vừa làm vừa học: 4,5 năm.

Thời gian hoàn thành chương trình đào tạo tối đa bao gồm thời gian thiết kế và thời gian được phép kéo dài quy định trong Quy chế đào tạo đại học theo hệ thống tín chỉ (Ban hành theo Quyết định số 1846/QĐ-DCT ngày 01 tháng 9 năm 2021 của Hiệu trưởng Trường Đại học Công nghiệp Thực phẩm Thành phố Hồ Chí Minh).

5. Văn bằng tốt nghiệp

Cấp bằng Cử nhân khi sinh viên đáp ứng đủ các điều kiện tốt nghiệp của trường.

6. Chuẩn đầu vào

Người học có bằng tốt nghiệp Trung học phổ thông hoặc tương đương và đáp ứng các tiêu chuẩn xét tuyển hoặc thi tuyển đầu vào của Trường.

Người học có bằng tốt nghiệp cao đẳng cùng ngành hoặc ngành gần: Xét công nhận kết quả học tập và khối lượng kiến thức, kỹ năng để miễn trừ các học phần khi học chương trình đào tạo này.

Người học đang học đại học ngành khác tại Trường thỏa mãn các điều kiện trong Quy chế đào tạo đại học theo hệ thống tín chỉ của Trường: Xét công nhận các học phần đã tích lũy trong chương trình đào tạo ngành thứ nhất để xem xét miễn học các học phần trong chương trình đào tạo của ngành này khi học ngành thứ hai theo chương trình đào tạo này.

Người học có bằng tốt nghiệp đại học thứ nhất ngành khác: Xét công nhận kết quả học tập và khối lượng kiến thức, kỹ năng để miễn trừ các học phần khi học văn bằng đại học thứ hai theo chương trình đào tạo này.

7. Phương pháp đánh giá kết quả học tập

Theo Quy chế đào tạo trình độ đại học theo hệ thống tín chỉ (Ban hành kèm theo Quyết định số 1846/QĐ-DCT ngày 01 tháng 9 năm 2021 của Hiệu trưởng trường Đại học Công nghiệp Thực phẩm Thành phố Hồ Chí Minh).

8. Quy chế đào tạo và điều kiện tốt nghiệp

Quy chế đào tạo: Theo Quy chế đào tạo trình độ đại học theo hệ thống tín chỉ (Ban hành kèm theo Quyết định số 1846/QĐ-DCT ngày 01 tháng 9 năm 2021 của Hiệu trưởng trường Đại học Công nghiệp Thực phẩm Thành phố Hồ Chí Minh).

Đạt chuẩn kỹ năng về ngoại ngữ: Có năng lực ngoại ngữ bậc 3/6 Khung năng lực ngoại ngữ của Việt Nam (Ban hành kèm theo Quyết định số 2212/QĐ-DCT ngày 19/10/2021 của Hiệu trưởng Trường Đại học Công nghiệp Thực phẩm Thành phố Hồ Chí Minh về việc Quy định Chuẩn đầu ra ngoại ngữ đối với sinh viên đại học của Trường Đại học Công nghiệp Thực phẩm Thành phố Hồ Chí Minh).

Đạt chuẩn kiến thức về công nghệ thông tin: Có chứng chỉ Ứng dụng công nghệ thông tin nâng cao (Ban hành kèm theo Quyết định số 1201/QĐ-DCT ngày 17/5/2022 của Hiệu trưởng Trường Đại học Công nghiệp Thực phẩm Thành phố Hồ Chí Minh về việc ban hành Quy định chuẩn kỹ năng sử dụng Công nghệ thông tin đối với sinh viên, học viên không chuyên ngành CNTT của Trường Đại học Công nghiệp Thực phẩm Thành phố Hồ Chí Minh).

9. Vị trí làm việc sau khi tốt nghiệp

Chuyên viên nghiên cứu thị trường, chăm sóc khách hàng, phát triển sản phẩm hoặc cán bộ nghiên cứu hoạch định chiến lược marketing, tổ chức sự kiện, nhân viên marketing, nhân viên content marketing, nhân viên marketing online, nhân viên digital marketing, ...

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

Có thể học tiếp các chương trình sau đại học (Thạc sỹ, Tiến sỹ) ngành marketing, Quản trị kinh doanh, kinh doanh thương mại, quản lý kinh tế.

Có điều kiện liên thông sang các ngành đào tạo khác thuộc khối ngành kinh tế, quản trị và kinh doanh.

Tự nghiên cứu, học tập, bổ sung các tri thức và kỹ năng còn thiếu nhằm đáp ứng nhu cầu của vị trí và môi trường công tác cụ thể.

11. Nội dung chương trình đào tạo

TT	Mã học phần	Mã tự quản	Tên học phần	Số tín chỉ	Điều kiện (học trước (a); tiên quyết (b); song hành (c))
I. Kiến thức đại cương, khoa học cơ bản				45 (34,11) <i>(Không tính khối lượng kiến thức các học phần GDTC, GDQP-AN)</i>	
Kiến thức đại cương, khoa học cơ bản bắt buộc				38 (27,11)	
1	0101100651	11200001	Triết học Mác- Lênin	3 (3,0)	
2	0101002298	11200002	Kinh tế chính trị Mác - Lênin	2 (2,0)	(a) 0101100651
3	0101000476	11200003	Chủ nghĩa xã hội khoa học	2 (2,0)	(a) 0101100651
4	0101001625	11200004	Lịch sử Đảng Cộng sản Việt Nam	2 (2,0)	
5	0101006322	11200005	Tư tưởng Hồ Chí Minh	2 (2,0)	
6	0101001657	16200004	Giáo dục quốc phòng - an ninh 1	3 (3,0)	Không tính tín chỉ tích lũy
7	0101001662	16200005	Giáo dục quốc phòng - an ninh 2	2 (2,0)	Không tính tín chỉ tích lũy (a) 0101001657
8	0101001669	16200006	Giáo dục quốc phòng - an ninh 3	1 (0,1)	Không tính tín chỉ tích lũy (a) 0101001657, (a) 0101001662
9	0101001677	16201001	Giáo dục quốc phòng - an ninh 4	2 (0,2)	Không tính tín chỉ tích lũy (a) 0101001657, (a) 0101001662, (a) 0101001669
10	0101001703 0101001704 0101001705 0101001706 0101001707 0101001697	16201001	Giáo dục thể chất 1	2 (0,2)	Không tính tín chỉ tích lũy
11	0101001709 0101001710 0101001711 0101001712 0101001713 0101001698	16201002	Giáo dục thể chất 2	2 (0,2)	Không tính tín chỉ tích lũy (a) 0101001703, (a) 0101001704, (a) 0101001705, (a) 0101001706, (a) 0101001707,

TT	Mã học phần	Mã tự quản	Tên học phần	Số tín chỉ	Điều kiện (học trước (a); tiên quyết (b); song hành (c))
					(a) 0101001697
12	0101001714 0101001715 0101001716 0101001717 0101001699 0101001700	16201003	Giáo dục thể chất 3	1 (0,1)	Không tính tín chỉ tích lũy (a) 0101001703, (a) 0101001704, (a) 0101001705, (a) 0101001706, (a) 0101001707, (a) 0101001697, (a) 0101001709, (a) 0101001710, (a) 0101001711, (a) 0101001712, (a) 0101001713, (a) 0101001698
13	0101003671	11000006	Pháp luật đại cương	2 (2,0)	
14	0101101922	01201010	Kỹ năng ứng dụng CNTT	3 (0,3)	
15	0101100822	14200201	Anh văn 1	3 (3,0)	
16	0101100823	14200202	Anh văn 2	3 (3,0)	(a) 0101100823
17	0101100824	14200203	Anh văn 3	3 (3,0)	(a) 0101100823, (a) 0101100824
Kiến thức đại cương, khoa học cơ bản tự chọn (Chọn tối thiểu 2 học phần nhóm A và 1 học phần nhóm B)				7 (7,0)	
Nhóm A (Chọn tối thiểu 2 học phần)				5 (5,0)	
18	0101006162	15200003	Toán cao cấp C1	3 (3,0)	(c) 0101006167
19	0101002310	13200053	Kinh tế lượng	3 (3,0)	
20	0101006167	15200004	Toán cao cấp C2	2 (2,0)	(c) 0101006162
21	0101006622	15200005	Xác suất và thống kê trong kinh tế, dịch vụ	2 (2,0)	(c) 0101006162
Nhóm B (Chọn tối thiểu 1 học phần)				2 (2,0)	
22	0101100417	13200010	Tâm lý học kinh doanh	2 (2,0)	
23	0101002400	07200444	Kỹ năng giao tiếp	2 (2,0)	
24	0101003015	15200022	Logic học	2 (2,0)	
II. Kiến thức cơ sở ngành				36 (30,6)	
Kiến thức cơ sở ngành bắt buộc				27 (22,5)	
25	0101002341	13200004	Kinh tế vi mô	3 (3,0)	
26	0101002349	13200005	Kinh tế vĩ mô	3 (3,0)	(a) 0101002341
27	0101003931	13200001	Quản trị học	2 (2,0)	

TT	Mã học phần	Mã tự quản	Tên học phần	Số tín chỉ	Điều kiện (học trước (a); tiên quyết (b); song hành (c))
28	0101007909	13202046	Thống kê ứng dụng	3 (2,1)	(b) 0101006162, (b) 0101006167, (b) 0101006622
29	0101003185	13200018	Marketing căn bản	2 (2,0)	
30	0101101752	13202031	Marketing dịch vụ	3 (2,1)	
31	0101003428	12200005	Nguyên lý kế toán	3 (3,0)	
32	0101101123	13202084	Nghiên cứu thị trường	3 (2,1)	
33	0101003898	13202036	Quản trị chiến lược	3 (2,1)	(a) 0101003931
34	0101101762	13202063	Thực hành quảng cáo	2 (1,1)	
Kiến thức cơ sở ngành tự chọn (Chọn tối thiểu 1 học phần nhóm A, 1 học phần nhóm B, 1 học phần nhóm C và 1 học phần 1 nhóm D)				9 (8,1)	
Nhóm A (Chọn tối thiểu 1 học phần)				3 (3,0)	
35	0101004175	12200064	Tài chính doanh nghiệp 1	3 (3,0)	(a) 0101003104
36	0101003104	12200052	Lý thuyết tài chính tiền tệ	3 (3,0)	
37	0101003575	13200020	Phân tích hoạt động kinh doanh	3 (3,0)	(a) 0101002341, (a) 0101007909
Nhóm B (Chọn tối thiểu 1 học phần)				2 (2,0)	
38	0101003039	13200046	Luật kinh tế	2 (2,0)	(b) 0101100651, (a) 0101003671
39	0101100711	11200065	Luật thương mại quốc tế	2 (2,0)	
Nhóm C (Chọn tối thiểu 1 học phần)				2 (2,0)	
40	0101006962	13202059	Quản trị kênh phân phối	2 (2,0)	
41	0101006996	13200023	Quản trị quan hệ khách hàng	2 (2,0)	(a) 0101003185
42	0101003793	13200022	Quan hệ công chúng	2 (2,0)	
Nhóm D (Chọn tối thiểu 1 học phần)				2 (2,0)	
43	0101004004	13202043	Quản trị thương hiệu	2 (1,1)	(a) 0101003185
44	0101100038	13200012	Đạo đức kinh doanh và văn hoá doanh nghiệp	2 (2,0)	
45	0101003207	13202032	Marketing quốc tế	2 (1,1)	(a) 0101003185
46	0101101763	13200062	Truyền thông trong kinh doanh	2 (2,0)	
47	0101002398	13200017	Kỹ năng đàm phán	2 (2,0)	(a) 0101002400
III. Kiến thức ngành				53 (27,26)	
Kiến thức ngành bắt buộc				38 (27,11)	
48	0101003878	13202034	Quản trị bán hàng	3 (3,1)	(a) 0101003185, (a) 0101101026

TT	Mã học phần	Mã tự quản	Tên học phần	Số tín chỉ	Điều kiện (học trước (a); tiên quyết (b); song hành (c))
49	0101003210	13200038	Marketing thương mại	2 (2,0)	(a) 0101003185
50	0101003961	13202041	Quản trị nguồn nhân lực	3 (2,1)	(a) 0101003931
51	0101006834	13202037	Quản trị chuỗi cung ứng	3 (2,1)	
52	0101101756	13202066	Sáng tạo nội dung số	3 (2,1)	(a) 0101003185, (a) 0101101026
53	0101101757	13202067	Marketing kỹ thuật số	3 (2,1)	
54	0101101758	13202068	Marketing truyền thông mạng xã hội và di động	3 (2,1)	
55	0101101759	13202069	Marketing công cụ tìm kiếm	3 (2,1)	
56	0101101760	13202070	Marketing trực tiếp	3 (2,1)	(a) 0101003185
57	0101102112	13202071	B2B marketing	3 (2,1)	(a) 0101003185
58	0101100041	13202049	Truyền thông marketing tích hợp	3 (2,1)	
59	0101101761	13202073	Xây dựng kế hoạch Marketing	3 (2,1)	
60	0101101026	13200014	Hành vi người tiêu dùng	3 (3,0)	(a) 0101003185
IV. Kiến thức chuyên ngành (học kỳ doanh nghiệp)				15 (0,15)	
61	0101102115	13205074	Kiến tập	2 (0,2)	(a) Các học phần cơ sở ngành và các học phần ngành (c) 0101102114, (c) 0101102113
62	0101102114	13205054	Thực tập nghề nghiệp	5 (0,5)	(a) Các học phần cơ sở ngành và các học phần ngành (c) 0101102113
63	0101102113	13206076	Khóa luận	8 (0,8)	(a) Các học phần cơ sở ngành và các học phần ngành (c) 0101102115, (c) 0101102114
Tổng số tín chỉ lý thuyết (Không tính các học phần GDTC, GDQP-AN)				87	
Tổng số tín chỉ thực hành, thực tập (Không tính các học phần GDTC, GDQP-AN)				34	
Tổng số tín chỉ toàn khóa (Không tính các học phần GDTC, GDQP-AN)				121	

12. Kế hoạch đào tạo

12.1. Kế hoạch đào tạo chính quy

TT	Mã học phần	Mã tự quản	Tên học phần	Số tín chỉ	Ghi chú
Học kỳ 1: 16 tín chỉ tích lũy + 3 tín chỉ không tích lũy					
Học phần bắt buộc				13 (10,3)	
1	0101001657	14200201	Giáo dục quốc phòng an ninh 1	3 (3,0)	Không tích lũy
2	0101101922	01201010	Kỹ năng ứng dụng Công nghệ thông tin	3 (0,3)	
3	0101100651	11200001	Triết học Mác- Lênin	3 (3,0)	
4	0101002341	13200004	Kinh tế vi mô	3 (3,0)	
5	0101003931	13200001	Quản trị học	2 (2,0)	
6	0101002298	11200002	Kinh tế chính trị Mác – Lênin	2 (2,0)	
Học phần tự chọn (Chọn tối thiểu 1 học phần)				3 (3,0)	
7	0101006162	15200003	Toán cao cấp C1	3 (3,0)	
8	0101002310	13200053	Kinh tế lượng	3 (3,0)	
Học kỳ 2: 16 tín chỉ tích lũy + 4 tín chỉ không tích lũy					
Học phần bắt buộc				14 (12,0)	
1	0101000476	11200003	Chủ nghĩa xã hội khoa học	2 (2,0)	
2	0101001662	16200005	Giáo dục quốc phòng - an ninh 2	2 (2,0)	Không tích lũy
3	0101001706	16201001	Giáo dục thể chất 1	2 (0,2)	Không tích lũy
4	0101100822	14200201	Anh văn 1	3 (3,0)	
5	0101003671	11200006	Pháp luật đại cương	2 (2,0)	
6	0101002349	13200005	Kinh tế vĩ mô	3 (3,0)	
7	0101003185	13200018	Marketing căn bản	2 (2,0)	
8	0101001625	11200004	Lịch sử Đảng Cộng sản Việt Nam	2 (2,0)	
Học phần tự chọn (Chọn tối thiểu 1 học phần)				2 (2,0)	
9	0101006167	15200004	Toán cao cấp C2	2 (2,0)	
10	0101006622	15200005	Xác suất và thống kê trong kinh tế, dịch vụ	2 (2,0)	
Học kỳ 3: 17 tín chỉ tích lũy + 3 tín chỉ không tích lũy					
Học phần bắt buộc				12 (10,2)	
1	0101001669	16200006	Giáo dục quốc phòng - an ninh 3	1 (0,1)	Không tích lũy
2	0101001709	16201002	Giáo dục thể chất 2	2 (0,2)	Không tích lũy

TT	Mã học phần	Mã tự quản	Tên học phần	Số tín chỉ	Ghi chú
3	0101100823	14200202	Anh văn 2	3 (3,0)	
4	0101102123	13202084	Nghiên cứu thị trường	3 (2,1)	
5	0101101752	13202065	Marketing dịch vụ	3 (2,1)	
6	0101003428	12200005	Nguyên lý kế toán	3 (3,0)	
Học phần tự chọn (Chọn tối thiểu 1 học phần nhóm A và 1 học phần nhóm B)				5 (5,0)	
Nhóm A (Chọn tối thiểu 1 học phần)				3 (3,0)	
7	0101004175	12200064	Tài chính doanh nghiệp 1	3 (3,0)	
8	0101003104	12200052	Lý thuyết tài chính tiền tệ	3 (3,0)	
9	0101003575	13200020	Phân tích hoạt động kinh doanh	3 (3,0)	
Nhóm B (Chọn tối thiểu 1 học phần)				2 (2,0)	
10	0101100417	13200010	Tâm lý học kinh doanh	2 (2,0)	
11	0101002400	07200444	Kỹ năng giao tiếp	2 (2,0)	
12	0101003015	15200022	Logic học	2 (2,0)	
Học kỳ 4: 18 tín chỉ tích lũy + 3 tín chỉ không tích lũy					
Học phần bắt buộc				14 (10,4)	
1	0101001677	16200007	Giáo dục quốc phòng - an ninh 4	2 (0,2)	Không tích lũy
2	0101001715	16201003	Giáo dục thể chất 3	1 (0,1)	Không tích lũy
3	0101100824	14200203	Anh văn 3	3 (3,0)	
4	0101003961	13202041	Quản trị nguồn nhân lực	3 (2,1)	
5	0101003898	13202036	Quản trị chiến lược	3 (2,1)	
6	0101007909	13202046	Thống kê ứng dụng	3 (2,1)	
7	0101101762	13202063	Thực hành quảng cáo	2 (1,1)	
Học phần tự chọn (Chọn tối thiểu 1 học phần nhóm A và 1 học phần nhóm B)				4 (4,0)	
Nhóm A (Chọn tối thiểu 1 học phần)				2 (2,0)	
8	0101003039	11200009	Luật kinh tế	2 (2,0)	
9	0101100654	13204059	Luật thương mại quốc tế	2 (2,0)	
Nhóm B (Chọn tối thiểu 1 học phần)				2 (2,0)	
10	0101006962	13200059	Quản trị kênh phân phối	2 (2,0)	
	0101006996	13200023	Quản trị quan hệ khách hàng	2 (2,0)	
11	0101003793	13200022	Quan hệ công chúng	2 (2,0)	
Học kỳ 5: 21 tín chỉ tích lũy + 0 tín chỉ không tích lũy					
Học phần bắt buộc				19 (15,4)	
1	0101006322	11200005	Tư tưởng Hồ Chí Minh	2 (2,0)	

TT	Mã học phần	Mã tự quản	Tên học phần	Số tín chỉ	Ghi chú
2	0101003210	13200061	Marketing thương mại	2 (2,0)	
3	0101101757	13202067	Marketing kỹ thuật số	3 (2,1)	
4	0101101026	13200014	Hành vi người tiêu dùng	3 (3,0)	
5	0101101759	13202069	Marketing công cụ tìm kiếm	3 (2,1)	
6	0101100041	13202049	Truyền thông marketing tích hợp	3 (2,1)	
7	0101006834	13202037	Quản trị chuỗi cung ứng	3 (2,1)	
Học phần tự chọn (Chọn tối thiểu 1 học phần)				2 (1,1)	
8	0101004004	13202043	Quản trị thương hiệu	2 (1,1)	
9	0101100038	13200012	Đạo đức kinh doanh và văn hoá doanh nghiệp	2 (2,0)	
10	0101003207	13202032	Marketing quốc tế	2 (1,1)	
11	0101101763	13200062	Truyền thông trong kinh doanh	2 (2,0)	
12	0101002398	13200017	Kỹ năng đàm phán	2 (2,0)	
Học kỳ 6: 18 tín chỉ tích lũy + 0 tín chỉ không tích lũy					
Học phần bắt buộc				18 (12,6)	
1	0101003878	13202034	Quản trị bán hàng	3 (2,1)	
2	0101101758	13202068	Marketing truyền thông mạng xã hội và di động	3 (2,1)	
3	0101101760	13202070	Marketing trực tiếp	3 (2,1)	
4	0101101756	13202066	Sáng tạo nội dung số	3 (2,1)	
5	0101102112	13202071	B2B marketing	3 (2,1)	
6	0101101761	13202073	Xây dựng kế hoạch marketing	3 (2,1)	
Học kỳ 7: 15 tín chỉ tích lũy + 0 tín chỉ không tích lũy					
7	0101102115	13205074	Kiến tập	2 (0,2)	
8	0101102114	13205054	Thực nghề nghiệp	5 (0,5)	
9	0101102113	13206076	Khóa luận	8 (0,8)	

12.2. Kế hoạch đào tạo vừa làm vừa học

TT	Mã học phần	Mã tự quản	Tên học phần	Số tín chỉ	Ghi chú
Học kỳ 1: 12 tín chỉ tích lũy + 5 tín chỉ không tích lũy					
Học phần bắt buộc				9 (6,3)	
1	0101001706	16201001	Giáo dục thể chất 1	2 (0,2)	Không tích lũy
2	0101001657	16200004	Giáo dục quốc phòng an ninh 1	3 (3,0)	Không tích lũy
3	0101101922	01201010	Kỹ năng ứng dụng Công nghệ	3 (0,3)	

TT	Mã học phần	Mã tự quản	Tên học phần	Số tín chỉ	Ghi chú
			thông tin		
4	0101100651	11200001	Triết học Mác- Lênin	3 (3,0)	
5	0101002341	13200004	Kinh tế vi mô	3 (3,0)	
Học phần tự chọn (Chọn tối thiểu 1 học phần)				3 (3,0)	
6	0101006162	15200003	Toán cao cấp C1	3 (3,0)	
7	0101002310	13200053	Kinh tế lượng	3 (3,0)	
Học kỳ 2: 12 tín chỉ tích lũy + 4 tín chỉ không tích lũy					
Học phần bắt buộc				10 (10,0)	
1	0101002298	11200002	Kinh tế chính trị Mác – Lênin	2 (2,0)	
2	0101001662	16200005	Giáo dục quốc phòng - an ninh 2	2 (2,0)	Không tích lũy
3	0101001709	16201002	Giáo dục thể chất 2	2 (0,2)	Không tích lũy
4	0101100822	14200201	Anh văn 1	3 (3,0)	
5	0101003931	13200001	Quản trị học	2 (2,0)	
6	0101002349	13200005	Kinh tế vĩ mô	3 (3,0)	
Học phần tự chọn (Chọn tối thiểu 1 học phần)				2 (2,0)	
7	0101006167	15200004	Toán cao cấp C2	2 (2,0)	
8	0101006622	15200005	Xác suất và thống kê trong kinh tế, dịch vụ	2 (2,0)	
Học kỳ 3: 12 tín chỉ tích lũy + 2 tín chỉ không tích lũy					
Học phần bắt buộc				10 (9,1)	
1	0101001669	16200006	Giáo dục quốc phòng - an ninh 3	1 (0,1)	Không tích lũy
2	0101001715	16201003	Giáo dục thể chất 3	1 (0,1)	Không tích lũy
3	0101000476	11200003	Chủ nghĩa xã hội khoa học	2 (2,0)	
4	0101100823	14200202	Anh văn 2	3 (3,0)	
5	0101102123	13202084	Nghiên cứu thị trường	3 (2,1)	
6	0101003185	13200018	Marketing căn bản	2 (2,0)	
Học phần tự chọn (Chọn tối thiểu 1 học phần)				2 (2,0)	
7	0101100417	13200010	Tâm lý học kinh doanh	2 (2,0)	
8	0101002400	07200444	Kỹ năng giao tiếp	2 (2,0)	
9	0101003015	15200022	Logic học	2 (2,0)	
Học kỳ 4: 13 tín chỉ tích lũy + 2 tín chỉ không tích lũy					
Học phần bắt buộc				10 (9,1)	
1	0101101752	13202065	Marketing dịch vụ	3 (2,1)	
2	0101003428	12200005	Nguyên lý kế toán	3 (3,0)	

TT	Mã học phần	Mã tự quản	Tên học phần	Số tín chỉ	Ghi chú
3	0101001677	16200007	Giáo dục quốc phòng - an ninh 4	2 (0,2)	Không tích lũy
4	0101001625	11200004	Lịch sử Đảng Cộng sản Việt Nam	2 (2,0)	
5	0101003671	11200006	Pháp luật đại cương	2 (2,0)	
Học phần tự chọn (Chọn tối thiểu 1 học phần)				3 (3,0)	
6	0101004175	12200064	Tài chính doanh nghiệp 1	3 (3,0)	
7	0101003104	12200052	Lý thuyết tài chính tiền tệ	3 (3,0)	
8	0101003575	13200020	Phân tích hoạt động kinh doanh	3 (3,0)	
Học kỳ 5: 14 tín chỉ tích lũy + 0 tín chỉ không tích lũy					
Học phần bắt buộc				12 (9,3)	
1	0101100824	14200203	Anh văn 3	3 (3,0)	
2	0101003961	13202041	Quản trị nguồn nhân lực	3 (2,1)	
3	0101003898	13202036	Quản trị chiến lược	3 (2,1)	
4	0101007909	13202046	Thống kê ứng dụng	3 (2,1)	
Học phần tự chọn (Chọn tối thiểu 1 học phần)				2 (2,0)	
5	0101003039	11200009	Luật kinh tế	2 (2,0)	
6	0101100654	11200010	Luật thương mại quốc tế	2 (2,0)	
Học kỳ 6: 15 tín chỉ tích lũy + 0 tín chỉ không tích lũy					
Học phần bắt buộc				13 (11,2)	
1	0101006322	11200005	Tư tưởng Hồ Chí Minh	2 (2,0)	
2	0101003210	13200038	Marketing thương mại	2 (2,0)	
3	0101101757	13202067	Marketing kỹ thuật số	3 (2,1)	
4	0101101026	13200014	Hành vi người tiêu dùng	3 (3,0)	
5	0101101759	13202069	Marketing công cụ tìm kiếm	3 (2,1)	
Học phần tự chọn (Chọn tối thiểu 1 học phần)				2 (2,0)	
6	0101006962	13202059	Quản trị kênh phân phối	2 (2,0)	
7	0101006996	13200023	Quản trị quan hệ khách hàng	2 (2,0)	
8	0101003793	13200022	Quan hệ công chúng	2 (2,0)	
Học kỳ 7: 16 tín chỉ tích lũy + 0 tín chỉ không tích lũy					
Học phần bắt buộc				14 (9,5)	
1	0101100041	13202049	Truyền thông marketing tích hợp	3 (2,1)	
2	0101006834	13202037	Quản trị chuỗi cung ứng	3 (2,1)	
3	0101003878	13202034	Quản trị bán hàng	3 (2,1)	
4	0101101758	13202068	Marketing truyền thông mạng xã hội và di động	3 (2,1)	
5	0101101762	13202063	Thực hành quảng cáo	2 (1,1)	
Học phần tự chọn (Chọn tối thiểu 1 học phần)				2 (2,0)	

TT	Mã học phần	Mã tự quản	Tên học phần	Số tín chỉ	Ghi chú
6	0101101763	13200062	Truyền thông trong kinh doanh	2 (2,0)	
7	0101002398	13200017	Kỹ năng đàm phán	2 (2,0)	
8	0101004040	13202043	Quản trị thương hiệu	2 (1,1)	
9	0101100038	13200012	Đạo đức kinh doanh và văn hoá doanh nghiệp	2 (2,0)	
10	0101003207	13202032	Marketing quốc tế	2 (1,1)	
Học kỳ 8: 12 tín chỉ tích lũy + 0 tín chỉ không tích lũy					
1	0101101760	13202070	Marketing trực tiếp	3 (2,1)	
2	0101101756	13202066	Sáng tạo nội dung số	3 (2,1)	
3	0101102112	13202071	B2B marketing	3 (2,1)	
4	0101101761	13202073	Xây dựng kế hoạch marketing	3 (2,1)	
Học kỳ 9: 15 tín chỉ tích lũy + 0 tín chỉ không tích lũy					
5	0101102115	13205074	Kiến tập	2 (0,2)	
6	0101102114	13205054	Thực nghề nghiệp	5 (0,5)	
7	0101102113	13206076	Khóa luận	8 (0,8)	

13. Kiểm soát và đảm bảo chất lượng đào tạo

Các đơn vị có trách nhiệm thực hiện đúng, đủ theo Kế hoạch kiểm soát và đảm bảo chất lượng đào tạo đã được phê duyệt phù hợp với Quy định về công tác giảng dạy hiện hành.

14. Hướng dẫn thực hiện

14.1. Đối với các Khoa đào tạo, Bộ môn

- Phải nghiên cứu chương trình đào tạo để tổ chức thực hiện đúng yêu cầu về nội dung của chương trình.

- Phân công giảng viên phụ trách từng học phần và cung cấp đề cương học phần cho giảng viên để triển khai kế hoạch giảng dạy.

- Chuẩn bị thật kỹ đội ngũ cố vấn học tập, yêu cầu cố vấn học tập phải hiểu cặn kẽ toàn bộ chương trình đào tạo theo học chế tín chỉ để hướng dẫn người học đăng ký các học phần.

- Chuẩn bị đầy đủ giáo trình, tài liệu tham khảo, cơ sở vật chất, để đảm bảo thực hiện tốt chương trình.

- Cần chú ý đến tính logic của việc truyền đạt và tiếp thu các mảng kiến thức, quy định các học phần tiên quyết của các học phần bắt buộc và chuẩn bị giảng viên để đáp ứng yêu cầu giảng dạy các học phần tự chọn.

- Kiểm tra, giám sát công tác giảng dạy của giảng viên theo Quy định về công tác giảng dạy hiện hành và đảm bảo các hoạt động đổi mới phương pháp giảng dạy và kiểm tra đánh giá.

14.2. Đối với giảng viên

- Khi giảng viên được phân công giảng dạy một hoặc nhiều đơn vị học phần cần phải nghiên cứu kỹ nội dung đề cương của học phần để chuẩn bị bài giảng, phương pháp giảng dạy và các phương tiện đồ dùng dạy học phù hợp.

- Giảng viên phải chuẩn bị đầy đủ giáo trình, tài liệu học tập và cung cấp cho người học để người học chuẩn bị trước khi lên lớp.

- Sử dụng đa dạng các phương pháp giảng dạy và học theo triết lý giáo dục ‘Học tập chủ động, làm việc sáng tạo’, thực hiện đúng các phương pháp kiểm tra, đánh giá quy định trong đề cương học phần.

- Rút kinh nghiệm đối với hoạt động giảng dạy của bản thân và tích cực tham gia vào hoạt động đổi mới phương pháp dạy học theo Quy định về công tác giảng dạy hiện hành.

14.3. Đối với người học

- Phải tham khảo ý kiến tư vấn của cố vấn học tập/giáo viên chủ nhiệm để lựa chọn học phần cho phù hợp với tiến độ.

- Phải nghiên cứu đề cương học phần, giáo trình và tài liệu tham khảo trước khi đến lớp để tiếp thu bài giảng được tốt nhất.

- Phải đảm bảo đầy đủ thời gian lên lớp để nghe hướng dẫn hoặc bài giảng của giảng viên.

- Phát huy tính tự chủ, tinh thần tự học, tự nghiên cứu, đồng thời tích cực tham gia học tập theo nhóm, tham dự đầy đủ các hoạt động thảo luận, seminar, thực hành.

- Tích cực khai thác các tài nguyên trên mạng và trong thư viện của trường để phục vụ cho việc tự học, tự nghiên cứu và làm khóa luận tốt nghiệp.

- Thực hiện nghiêm túc Quy chế thi, kiểm tra, đánh giá.

15. Phê duyệt chương trình đào tạo

TP. HCM, ngày 22 tháng 8 năm 2022

P. CHỦ TỊCH HỘI ĐỒNG KH&ĐT



PGS.TS Lê Thị Hồng Ánh

TP. HCM, ngày 15 tháng 8 năm 2022

TRƯỞNG KHOA



Trương Khoa

TP. HCM, ngày 04 tháng 9 năm 2022

HIỆU TRƯỞNG



Nguyễn Xuân Hoàn

MỤC LỤC

1. Mục tiêu đào tạo	1
2. Chuẩn đầu ra chương trình đào tạo	2
3. Khối lượng học tập	10
4. Thời gian đào tạo	10
5. Văn bằng tốt nghiệp:	10
6. Chuẩn đầu vào	10
7. Phương pháp đánh giá kết quả học tập	11
8. Quy chế đào tạo và điều kiện tốt nghiệp	11
9. Vị trí làm việc sau khi tốt nghiệp	11
10. Khả năng học tập, nâng cao trình độ sau khi tốt nghiệp	11
11. Nội dung chương trình đào tạo	11
12. Kế hoạch đào tạo	16
13. Kiểm soát và đảm bảo chất lượng đào tạo.....	21
14. Hướng dẫn thực hiện	21
15. Phê duyệt chương trình đào tạo	23

BỘ CÔNG THƯƠNG
TRƯỜNG ĐẠI HỌC CÔNG NGHIỆP THỰC PHẨM TP. HỒ CHÍ MINH



PHỤ LỤC 1 CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO
NGÀNH MARKETING
TRÌNH ĐỘ ĐẠI HỌC

*(Ban hành kèm theo Quyết định số: 1235/QĐ-DCT ngày 05 tháng 9 năm 2022
của Hiệu trưởng Trường Đại học Công nghiệp Thực phẩm thành phố Hồ Chí Minh)*

TP. HỒ CHÍ MINH, NĂM 2022

BỘ CÔNG THƯƠNG
TRƯỜNG ĐẠI HỌC CÔNG NGHIỆP THỰC PHẨM TP. HỒ CHÍ MINH



PHỤ LỤC 1 CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO
NGÀNH MARKETING
TRÌNH ĐỘ ĐẠI HỌC

*(Ban hành kèm theo Quyết định số 1235/QĐ-DCT ngày 05 tháng 9 năm 2022
của Hiệu trưởng Trường Đại học Công nghiệp Thực phẩm thành phố Hồ Chí Minh)*

TP. HỒ CHÍ MINH, NĂM 2022

PHỤ LỤC 1.1. CĂN CỨ XÂY DỰNG, ĐIỀU CHỈNH CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO

1. Căn cứ pháp lý

- Căn cứ Nghị định số 99/2019/NĐ-CP ngày 30/12/2019 của Thủ tướng Chính phủ về việc Quy định chi tiết và hướng dẫn thi hành một số điều của Luật sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật Giáo dục đại học;

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

- Căn cứ Thông tư số 17/2021/TT-BGDĐT, ngày 22/06/2021 của Bộ Giáo dục và Đào tạo về việc ban hành Quy định về chuẩn chương trình đào tạo; xây dựng, thẩm định và ban hành chương trình đào tạo các trình độ của giáo dục đại học;

- Căn cứ Thông tư 02/2022/TT-BGDĐT, ngày 18/01/2022 của Bộ Giáo dục và Đào tạo về việc ban hành Quy định điều kiện, trình tự, thủ tục mở ngành đào tạo, đình chỉ hoạt động Quy định điều kiện, trình tự, thủ tục mở ngành đào tạo, đình chỉ hoạt động;

- Căn cứ Thông tư 25/2015/TT-BGDĐT, ngày 14/10/2015 của Bộ Giáo dục và Đào tạo quy định về chương trình giáo dục môn học Giáo dục thể chất thuộc các chương trình đào tạo trình độ đại học;

- Căn cứ Thông tư 05/2020/TT-BGDĐT, ngày 18/03/2020 của Bộ Giáo dục và Đào tạo về việc ban hành Chương trình giáo dục quốc phòng và an ninh trong trường trung cấp sư phạm, cao đẳng sư phạm và cơ sở giáo dục đại học;

- Căn cứ Thông tư số 08/2021/TT-BGDĐT ngày 18 tháng 3 năm 2021 của Bộ trưởng Bộ Giáo dục và Đào tạo về việc ban hành Quy chế đào tạo trình độ đại học;

- Căn cứ Quyết định số 1846/QĐ-DCT ngày 01/9/2021 của Hiệu trưởng Trường Đại học Công nghiệp Thực phẩm Thành phố Hồ Chí Minh về việc ban hành Quy chế đào tạo Đại học theo hệ thống tín chỉ;

- Căn cứ Quyết định số 161/QĐ-DCT ngày 22/01/2022 của Hiệu trưởng Trường Đại học Công nghiệp Thực phẩm Thành phố Hồ Chí Minh về việc ban hành Về xây dựng, thẩm định, ban hành, rà soát, đánh giá, cập nhật chuẩn đầu ra và chương trình đào tạo các trình độ của giáo dục đại học;

- Căn cứ Quyết định 2212/QĐ-DCT ngày 19/10/2021 của Hiệu trưởng Trường Đại học Công nghiệp Thực phẩm Thành phố Hồ Chí Minh về việc Ban hành Quy định Chuẩn đầu ra ngoại ngữ đối với sinh viên đại học;

- Căn cứ Quyết định 1201/QĐ-DCT ngày 17/05/2022 của Hiệu trưởng Trường Đại học Công nghiệp Thực phẩm Thành phố Hồ Chí Minh về việc Ban hành Quy định Chuẩn kỹ năng sử dụng công nghệ thông tin (CNTT) đối với sinh viên, học viên không chuyên ngành CNTT;

- Căn cứ Quyết định số 3468/QĐ-DCT ngày 05/12/2017 của Hiệu trưởng Trường Đại học Công nghiệp Thực phẩm Thành phố Hồ Chí Minh về việc ban hành Quy định về điều kiện, quy trình, hồ sơ mở ngành đào tạo trình độ đại học và đình chỉ tuyển sinh, thu hồi quyết định mở ngành trình độ đại học;

2. Căn cứ thực tiễn

- *Nhu cầu của xã hội về nhân lực ngành Marketing*
- *Số liệu, giải thích, phân tích số liệu khảo sát chuẩn đầu ra và các ý kiến đóng góp của doanh nghiệp có sử dụng lao động cùng ngành và các bên liên quan,*
- *Số liệu, giải thích, phân tích số liệu khảo sát chương trình khung đào tạo và các ý kiến đóng góp của doanh nghiệp có sử dụng lao động cùng ngành và các bên liên quan,*
- *Đã tham khảo, đối sánh (có bảng đối sánh kèm theo) chương trình đào tạo cùng ngành của các trường: Đại học Kinh tế Thành phố Hồ Chí Minh, Đại học Tài chính Marketing, Đại học Quốc gia Singapo, trường Wharton Hoa Kỳ*
- *Các ý kiến đóng góp của doanh nghiệp có sử dụng lao động cùng ngành.*
- *Năng lực đào tạo của Khoa Quản trị kinh doanh Trường Đại học Công nghiệp Thực phẩm thành phố Hồ Chí Minh*

...

PHỤ LỤC 1.2. THANG TRÌNH ĐỘ NĂNG LỰC

1. Thang đánh giá chuẩn kiến thức (PLO₁₋₅)

Mức độ đáp ứng		Diễn giải	Từ dùng để mô tả mức độ
1	Nhớ/Biết	Có thể nhắc lại các thông tin đã được tiếp nhận trước đó	Ghi nhớ, liệt kê, gọi tên, nhận biết, nhận dạng, nhớ lại, xác định, phân loại, mô tả, định vị, phác thảo, nêu ví dụ, trình bày, nêu, giới thiệu, chỉ ra,...
2	Hiểu	Nắm được ý nghĩa của thông tin, thể hiện qua khả năng diễn giải, suy diễn, liên hệ, khái quát	Tóm tắt, giải thích, diễn dịch, mô tả, so sánh, chuyển đổi, ước lượng, diễn giải, phân biệt, chứng tỏ, hình dung, trình bày lại, viết lại, lấy/cho ví dụ,...
3	Áp dụng	Áp dụng thông tin đã biết vào một tình huống, điều kiện mới	Giải quyết, minh họa, tính toán, diễn dịch, thao tác, dự đoán, bày tỏ, áp dụng, phân loại, sửa đổi, đưa vào thực tế, chứng minh, ước tính, vận hành,...
4	Phân tích	Chia thông tin thành những phần nhỏ và chỉ ra mối liên hệ của chúng tới tổng thể	Phân tích, tổ chức, suy luận, lựa chọn, vẽ biểu đồ, phân biệt, đối chiếu, so sánh, chỉ ra sự khác biệt, phân loại, phác thảo, liên hệ,...
5	Đánh giá, Sáng tạo	Đưa ra nhận định, phán quyết của bản thân đối với thông tin dựa trên các chuẩn mực, tiêu chí; Xác lập thông tin, sự vật mới trên cơ sở những thông tin, sự vật đã có.	Đánh giá, cho ý kiến, bình luận, tổng hợp, so sánh, ...; Thiết lập, tổng hợp, xây dựng, thiết kế, đề xuất, sáng tác,...

2. Thang đánh giá kỹ năng cảm xúc (PLO₆₋₁₁)

Mức độ đáp ứng		Diễn giải	Từ dùng để mô tả mức độ
1	Tiếp nhận	Tiếp thu hoặc chú tâm vào giá trị	Được tiếp xúc với, lắng nghe ý kiến, nhận thức được
2	Phản hồi	Làm việc, tham gia vào việc hình thành giá trị	Chấp nhận, hình thành thói quen, tham gia, đóng góp
3	Hình thành giá trị	Cam kết thực hiện giá trị	Cam kết, tuân thủ, nhận xét, thảo luận, chia sẻ ý kiến, có khả năng hình thành giá trị
4	Tổ chức	Có nhận thức/tổ chức hệ thống giá trị	Thiết lập, thể hiện niềm tin, thích ứng, tổ chức thành hệ thống, đáp ứng
5	Đặc trưng hóa	Tích hợp, xây dựng thành hệ thống giá trị của bản thân	Thiết lập, tổng hợp, xây dựng, thiết kế, sáng tác, đề xuất

3. Thang đánh giá kỹ năng hành vi (PLO₆₋₁₁)

Mức độ đáp ứng		Diễn giải	Từ dùng để mô tả mức độ
1	Nhận thức, thiết lập	Quan sát và làm rập khuôn được.	Nhận thức được, tạo thành thói quen (kỹ năng mềm)...; Làm theo được, lặp lại được, thực hành (kỹ năng hành vi)...
2	Làm theo hướng dẫn	Biết cách làm và tự làm được.	Thực hiện được, thể hiện được, làm được...; tuân thủ các yêu cầu...
3	Làm thuần thực	Thực hiện một cách chính xác	Áp dụng chính xác, thực hiện chính xác, thể hiện đúng, làm đúng... các kỹ năng
4	Làm thành thạo kỹ năng phức tạp; Thích ứng	Thực hiện một cách chính xác công việc, có thể phối hợp các kỹ năng.	Áp dụng thành thạo, phối hợp được, kết hợp được các kỹ năng đơn giản để thực hiện kỹ năng phức tạp, thể hiện thuần thực... các kỹ năng đã học vào thực tế; thích ứng được các kỹ năng mới...
5	Sáng chế	Thực hiện công việc chính xác với tốc độ cao, thuần thực; có phần sáng tạo	Tạo ra được, thiết kế được... sản phẩm/quá trình/quy trình/hệ thống... phù hợp yêu cầu, kết hợp được các kỹ năng đã học... để giải quyết một vấn đề thực tiễn...

4. Thang đánh giá trình độ năng lực (PLO₁₂₋₁₅)

Mức độ đáp ứng		Diễn giải	Từ dùng để mô tả mức độ
1	Trải nghiệm	Đã trải nghiệm hoặc gặp qua tình huống/ý tưởng/vấn đề tương tự...	Được tiếp xúc với tình huống/ý tưởng...
2	Tham gia	Có thể tham gia/đóng góp ý kiến để giải quyết vấn đề/ý tưởng... trong thực tiễn dựa trên những tình huống/kiến thức đã học	Mô tả được/xác định được vấn đề/ý tưởng/quá trình/quy trình/hệ thống...; liệt kê được/nhận biết được tình huống/sự cố/...; thực hiện được quá trình/quy trình/yêu cầu theo yêu cầu...
3	Giải thích	Có thể hiểu và giải thích được vấn đề/ý tưởng có liên quan dựa trên những kiến thức/kỹ năng/vấn đề/ý tưởng... đã học qua/trải qua	Thảo luận/giải thích được sự cố trong quá trình sản xuất...; /phân loại/ nhận dạng được thiết bị, quá trình, quy trình...; xác định được vấn đề tương ứng với trường hợp cụ thể; phân loại/xác định được...
4	Triển khai	Có thể thực hành được và triển khai được vấn đề trong thực tiễn	Áp dụng được kỹ năng đã học; lựa chọn được thiết bị, quá trình, quy trình, hệ thống... phù hợp với thực tiễn; thực hiện, sử dụng được...; chuẩn bị được, lên kế hoạch được để thực hiện... Phân tích được, minh họa được, so sánh được; đặt câu hỏi được; thí nghiệm/kiểm tra được...
5	Lãnh đạo/phát minh	Có thể lãnh đạo để thực hiện; xây dựng được công cụ để giải quyết vấn đề trong thực tiễn...	Xây dựng được công thức, quá trình, quy trình, hệ thống...; tổng hợp được thông tin; lập kế hoạch để sản xuất...; đánh giá được, ước tính được hiệu quả quá trình, quy trình...

5. Bộ rubric

BỘ RUBRIC ĐÁNH GIÁ HỌC TẬP

Giảng viên tùy chọn các loại rubric đánh giá học tập cho phù hợp với học phần được phân công giảng dạy.

Trong một học phần sử dụng nhiều Rubric thì Bộ môn quyết định trọng số điểm của từng rubric sử dụng trong đánh giá kết quả học tập

I. HỌC PHẦN LÝ THUYẾT

I.1. Rubric 'Đánh giá chuyên cần' (Tham dự lớp): I.1_07

Tiêu chí	Trọng số (%)	Tốt (8,5-10)	Khá (7,0-8,4)	Trung bình (4,0-6,9)	Kém (0-3,9)
Thái độ tham dự tích cực	50	Tích cực tham gia các hoạt động	Có tham gia các hoạt động	Ít tham gia các hoạt động	Không tham gia hoặc rất ít tham gia các hoạt động
Thời gian tham dự đầy đủ	50	Tham gia >95% số tiết học	Tham gia 81-95% số tiết học	Tham gia 75-80% số tiết học	Tham gia < 75% số tiết học

I.2. Rubric 'Bài tập cá nhân': I.2_07

Tiêu chí	Trọng số (%)	Tốt (8,5-10)	Khá (7,0-8,4)	Trung bình (4,0-6,9)	Kém (0-3,9)
Thái độ tham gia	10	Nộp bài đúng hạn. Nghiêm túc chấp hành yêu cầu của giảng viên	Nộp bài đúng hạn. Chấp hành khá đầy đủ yêu cầu của giảng viên	Nộp bài chưa đúng hạn. Chưa nghiêm túc chấp hành yêu cầu của giảng viên	Không nộp bài đúng hạn. Không chấp hành yêu cầu của giảng viên
Kết quả	90	Trả lời đúng 90-100% tổng câu hỏi	Trả lời đúng 70-89% tổng câu hỏi	Trả lời đúng 40-69% tổng câu hỏi	Trả lời đúng dưới 40% tổng câu hỏi

I.3. Rubric "Đánh giá thực hiện làm báo cáo tiểu luận" (kết thúc học phần) : I.3_07

Tiêu chí	Trọng số (%)	Tốt (8,5-10)	Khá (7,0-8,4)	Trung bình (4,0-6,9)	Kém (0-3,9)
Nội dung báo cáo/ tiểu luận	30	Đầy đủ nội dung yêu cầu. Có trích dẫn nguồn đáng tin cậy	Tương đối đầy đủ nội dung yêu cầu. Có trích dẫn nguồn đáng tin cậy.	Không đầy đủ nội dung yêu cầu. Có trích dẫn nguồn.	Sai nội dung yêu cầu. Không trích dẫn nguồn.
	20	Lập luận hoàn toàn chặt chẽ, Logic	Lập luận khá chặt chẽ, Logic; còn sai sót nhỏ	Lập luận tương đối chặt chẽ, Logic; có sai sót quan trọng	Lập luận không chặt chẽ, Logic
Hình thức trình bày báo cáo – Format (font chữ, canh lề,	20	Format nhất quán, không lỗi chính tả	Vài sai sót nhỏ về format, ít lỗi chính tả	Vài chỗ không nhất quán về format, nhiều lỗi chính tả	Thể hiện sự cầu thả về format và đánh máy, lỗi chính tả rất nhiều

Tiêu chí	Trọng số (%)	Tốt (8,5-10)	Khá (7,0-8,4)	Trung bình (4,0-6,9)	Kém (0-3,9)
đánh số), lỗi chính tả					
Cấu trúc báo cáo/ tiểu luận	15	Cân đối, hợp lý	Khá cân đối, hợp lý	Tương đối cân đối, hợp lý	Không cân đối, thiếu hợp lý
Trích dẫn và tài liệu tham khảo	15	Tài liệu tham khảo rất phong phú. Có trích dẫn đầy đủ các lý thuyết (khái niệm) được nêu ra trong đề tài. Các bảng biểu được đặt tên, đánh số đầy đủ, được ghi nguồn đầy đủ (trừ những bảng biểu do tác giả tự phân tích, tính toán)	Tài liệu tham khảo khá phong phú. Có một số lý thuyết (khái niệm) chưa được trích dẫn. Có một số bảng biểu chưa được đặt tên, đánh số và ghi nguồn đầy đủ.	Tài liệu tham khảo không phong phú. Không có trích dẫn các lý thuyết (khái niệm) được nêu ra trong đề tài. Có nhiều bảng biểu chưa được đặt tên, đánh số và ghi nguồn.	Có rất ít tài liệu tham khảo. Không có trích dẫn các lý thuyết (khái niệm) được nêu ra trong đề tài. Có rất nhiều bảng biểu chưa được đặt tên, đánh số và ghi nguồn.

I.4. Rubric “Đánh giá điểm thuyết trình tiểu luận” (kết thúc học phần): I.4_07

Tiêu chí	Trọng số (%)	Tốt (8,5-10)	Khá (7,0-8,4)	Trung bình (4,0-6,9)	Kém (0-3,9)
Nội dung thuyết trình	40	Phong phú hơn yêu cầu Chính xác, khoa học	Đầy đủ theo yêu cầu Khá chính xác, khoa học, còn vài sai sót nhỏ	Khá đầy đủ, còn thiếu 1 nội dung quan trọng Tương đối chính xác, khoa học, còn 1 sai sót quan trọng	Thiếu nhiều nội dung quan trọng Thiếu chính xác, khoa học, nhiều sai sót quan trọng
Kỹ năng thiết kế slides	15	Cấu trúc bài và slides rất hợp lý Rất trực quan và thẩm mỹ	Cấu trúc bài và slides khá hợp lý Khá trực quan và thẩm mỹ	Cấu trúc bài và slides tương đối hợp lý Tương đối trực quan và thẩm mỹ	Cấu trúc bài và slides chưa hợp lý Ít/ Không trực quan và thẩm mỹ
Kỹ năng thuyết trình và tương tác cử chỉ	20	Dẫn dắt vấn đề và lập luận lôi cuốn, thuyết phục. Tương tác	Trình bày rõ ràng, lập luận khá tốt nhưng chưa lôi cuốn. Tương tác	Khó theo dõi nhưng vẫn có thể hiểu được các nội dung quan trọng. Có	Trình bày không rõ ràng, khó hiểu được các nội dung quan trọng.

Tiêu chí	Trọng số (%)	Tốt (8,5-10)	Khá (7,0-8,4)	Trung bình (4,0-6,9)	Kém (0-3,9)
		bằng mắt và cử chỉ tốt	bằng mắt và cử chỉ khá tốt	tương tác bằng mắt, cử chỉ chưa tốt	Không tương tác bằng mắt.
Quản lý thời gian và phối hợp trong nhóm	10	Làm chủ thời gian và hoàn toàn linh hoạt điều chỉnh theo tình huống. Nhóm phối hợp tốt và hỗ trợ nhau khi báo cáo và trả lời	Đúng thời gian, có linh hoạt điều chỉnh theo tình huống. Nhóm có phối hợp khi báo cáo và trả lời nhưng còn vài chỗ chưa đồng bộ	Hoàn thành đúng thời gian, không linh hoạt theo tình huống. Nhóm ít phối hợp trong khi báo cáo và trả lời	Quá giờ. Không thể hiện sự kết nối trong nhóm
Trả lời câu hỏi sau thuyết trình	10	Các câu hỏi đặt đúng đều được trả lời đầy đủ, rõ ràng và thỏa đáng.	Trả lời đúng đa số câu hỏi đặt ra và nêu được định hướng phù hợp đối với những câu hỏi chưa trả lời	Trả lời đúng đa số câu hỏi nhưng chưa nêu được định hướng phù hợp đối với những câu hỏi chưa trả lời được	Không trả lời được đa số câu hỏi đặt đúng

I.5. Rubric 'Đánh giá cá nhân trong làm việc nhóm' (Sinh viên đánh giá sinh viên): I.5_07

Tiêu chí	Trọng số (%)	Tốt (8,5-10)	Khá (7,0-8,4)	Trung bình (4,0-6,9)	Kém (0-3,9)
Thời gian tham gia họp nhóm đầy đủ	15	Tham gia 100% số buổi làm việc nhóm	Tham gia 80-99% số buổi làm việc nhóm	Tham gia 75-79% số buổi làm việc nhóm	Tham gia dưới 75% số buổi làm việc nhóm
Thái độ tham gia tích cực	15	Kết nối tốt	Kết nối khá tốt	Có kết nối nhưng đôi khi còn lơ là, phải nhắc nhở	Không kết nối
Ý kiến đóng góp hữu ích	20	Sáng tạo/ Rất hữu ích	Hữu ích	Tương đối hữu ích	Không hữu ích
Thời gian giao nộp sản phẩm đúng hạn	20	Đúng hạn	Trễ ít, không ảnh hưởng	Trễ nhiều, có gây ảnh hưởng quan trọng nhưng đã khắc phục	Không nộp/Trễ gây ảnh hưởng không thể khắc phục
Chất lượng sản phẩm giao nộp tốt	30	Đáp ứng tốt/ Sáng tạo	Đáp ứng khá tốt yêu cầu	Đáp ứng một phần yêu cầu, còn sai sót nghiêm trọng	Không sử dụng được

I.6. Rubric. "Bài tập nhóm/Thảo luận nhóm": I.6_07

Tiêu chí	Trọng số (%)	Tốt (8,5-10)	Khá (7,0-8,4)	Trung bình (4,0-6,9)	Kém (0-3,9)
Thời gian nộp bài tập	10	Đúng hạn	Trễ hạn ít, không ảnh hưởng	Trễ hạn nhiều, gây ảnh hưởng quan trọng nhưng đã khắc phục	Không nộp/ trễ gây ảnh hưởng không thể khắc phục
Nội dung bài tập	40	Đầy đủ nội dung/ lý thuyết yêu cầu.	Tương đối đầy đủ nội dung/ lý thuyết yêu cầu.	Không đầy đủ nội dung/ lý thuyết yêu cầu.	Sai nội dung/ lý thuyết yêu cầu.
	30	Lập luận hoàn toàn chặt chẽ, phân tích đánh giá tốt.	Lập luận chặt chẽ, logic, phân tích đánh giá khá tốt.	Lập luận tương đối chặt chẽ, logic, phân tích đánh giá chưa tốt ở vài luận điểm.	Lập luận không chặt chẽ, phân tích đánh giá chưa tốt.
Hình thức bài tập – Format (font chữ, canh lề, đánh số trang, lỗi chính tả)	20	Format nhất quán, đúng yêu cầu	Format nhất còn vài sai sót nhỏ, ít lỗi chính tả	Format nhất không nhất quán, sai sót nhiều lỗi chính tả.	Format câu thả, không đúng yêu cầu, sai sót nhiều lỗi chính tả.
Thái độ tham gia	20	Khơi gợi vấn đề và dẫn dắt cuộc thảo luận	Tham gia thảo luận	Ít tham gia thảo luận	Không tham gia thảo luận
Kỹ năng thảo luận	40	Phân tích đánh giá tốt	Phân tích, đánh giá khá tốt	Phân tích, đánh giá khi tốt, khi chưa tốt	Phân tích, đánh giá chưa tốt
Chất lượng đóng góp ý kiến	40	Sáng tạo, phù hợp	Phù hợp	Có khi phù hợp, có khi chưa phù hợp	Không phù hợp

II. HỌC PHẦN THỰC HÀNH

II.7. Rubric. “Đánh giá học phần thực hành”: II.7_07

Tiêu chí	Trọng số (%)	Tốt (8,5-10)	Khá (7,0-8,4)	Trung bình (4,0-6,9)	Kém (0-3,9)
Tuân thủ quy định của môn học	20	Chuẩn bị đầy đủ, đúng yêu cầu về dụng cụ, nguyên liệu, hóa chất, thiết bị, tài liệu, nội quy phòng thực hành	Chuẩn bị đầy đủ nhưng chưa đạt yêu cầu về dụng cụ, nguyên liệu, hóa chất, thiết bị, tài liệu tuân thủ nội quy phòng thực hành	Chưa chuẩn bị đầy đủ, chưa đạt yêu cầu	Không chuẩn bị

<i>Tiêu chí</i>	<i>Trọng số (%)</i>	<i>Tốt (8,5-10)</i>	<i>Khá (7,0-8,4)</i>	<i>Trung bình (4,0-6,9)</i>	<i>Kém (0-3,9)</i>
Thực hiện hoạt động thực hành	30	Thực hiện đúng các nguyên tắc, thao tác, quy trình thực hành, đảm bảo an toàn trong thực hành theo hướng dẫn của giảng viên	Thực hiện còn sai sót các nguyên tắc, thao tác, quy trình thực hành, đảm bảo an toàn trong thực hành nhưng tự sửa chữa được	Thực hiện còn sai sót các nguyên tắc, thao tác, quy trình thực hành, đảm bảo an toàn trong thực hành nhưng giảng viên phải hướng dẫn sửa chữa	Thực hiện không đúng các nguyên tắc, thao tác, quy trình thực hành, đảm bảo an toàn trong thực hành nhưng tự sửa chữa
Kết quả thực hành	30	Hoàn thành đúng thời gian, sản phẩm đạt yêu cầu, nộp báo cáo theo đúng yêu cầu	Hoàn thành đúng thời gian, sản phẩm còn một số sai sót nhưng được chỉnh sửa trong báo cáo hoặc tự nhận thấy những sai sót và có hướng khắc phục	Hoàn thành không đúng thời gian, sản phẩm còn một số sai sót nhưng được chỉnh sửa trong báo cáo hoặc tự nhận thấy những sai sót và có hướng khắc phục	Không hoàn thành
Thái độ	20	Tham gia, phối hợp các hoạt động nhóm và cá nhân tích cực, có ý thức tổ chức kỷ luật tốt	Tham gia, phối hợp các hoạt động nhóm và cá nhân tương đối tích cực, có ý thức tổ chức kỷ luật tốt	Tham gia, phối hợp các hoạt động nhóm và cá nhân chưa tích cực, ý thức tổ chức kỷ luật chưa cao	Không tham gia, phối hợp các hoạt động nhóm chưa tích cực, không có ý thức tổ chức kỷ luật

III. HỌC PHẦN KIẾN TẬP/ HỌC PHẦN THỰC TẬP/ HỌC PHẦN ĐỒ ÁN CHU NGÀNH/CHUYÊN ĐỀ/ ĐỒ ÁN TỐT NGHIỆP/ KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

III.8. Rubric “Rubric đánh giá học phần kiến tập”: III.8_07

III.2. HỌC PHẦN THỰC TẬP

III.9. Rubric 'Đánh giá thực tập của giảng viên hướng dẫn': III.9_07

Tiêu chí	Trọng số (%)	Tốt (8,5-10)	Khá (7,0-8,4)	Trung bình (4,0-6,9)	Kém (0-3,9)
Chuyên cần	20	Tham dự đầy đủ các buổi gặp mặt theo yêu cầu	Vắng không quá 20% số thời gian quy định	Vắng không quá 40% số thời gian quy định	Không tham dự
Tuân thủ quy định	20	Tuân thủ nghiêm túc quy định	Tuân thủ khá nghiêm túc quy định, tự điều chỉnh sai sót	Tuân thủ tương đối nghiêm túc quy định, điều chỉnh khi có nhắc nhở	Không tuân thủ
Thực hiện hoạt động kiến tập	40	Tự giác, tích cực, đầy đủ	Đầy đủ, khá tích cực	Đầy đủ nhưng không tích cực	Không đầy đủ
Báo cáo kiến tập	20	Nội dung đầy đủ, cấu trúc hợp lí, hình thức đúng quy định	Nội dung đầy đủ, cấu trúc hợp lí, hình thức có sai sót về lỗi trình bày, chính tả	Nội dung khá đầy đủ, cấu trúc chưa hợp lí, hình thức có nhiều sai sót về lỗi trình bày, chính tả	Không có báo cáo

Tiêu chí	Trọng số (%)	Tốt (8,5-10)	Khá (7,0-8,4)	Trung bình (4,0-6,9)	Kém (0-3,9)
Chuyên cần	20	Tham dự 90 – 100% các buổi gặp mặt giảng viên hướng dẫn theo yêu cầu	Tham dự 80 – 89% các buổi gặp mặt giảng viên hướng dẫn theo yêu cầu	Tham dự 79 - 75% các buổi gặp mặt giảng viên hướng dẫn theo yêu cầu	Tham dự < 75% thời gian thực tập
Thực hiện hoạt động thực tập tốt nghiệp	20	Báo cáo đầy đủ các hoạt động hàng ngày tại doanh nghiệp	Báo cáo khá đầy đủ các hoạt động hàng ngày tại doanh nghiệp	Báo cáo sơ sài các hoạt động hàng ngày tại doanh nghiệp	Không báo cáo
Báo cáo thực tập	30	Nội dung đầy đủ, cấu trúc hợp lí, hình thức đúng quy định	Nội dung đầy đủ, cấu trúc hợp lí, hình thức có sai sót về lỗi trình bày, chính tả	Nội dung khá đầy đủ, cấu trúc chưa hợp lí, hình thức có nhiều sai sót về lỗi	Không có báo cáo

				trình bày, chính tả	
Vấn đáp	30	Trả lời đúng 100% số câu hỏi có tính sáng tạo	Trả lời đúng 70% số câu hỏi	Trả lời đúng 50% số câu hỏi	Chỉ trả lời đúng 30% số câu hỏi

III.10. Rubric 'Đánh giá thực tập của doanh nghiệp': III.10_07

Tiêu chí	Trọng số (%)	Tốt (8,5-10)	Khá (7,0-8,4)	Trung bình (4,0-6,9)	Kém (0-3,9)
Chuyên cần	5	Tham dự 90 – 100% các buổi thực tập	Tham dự 80 – 89% các buổi thực tập	Tham dự 79 - 75% các buổi thực tập	Tham dự < 75% thời gian thực tập
Tuân thủ quy định công ty	10	Tuân thủ nghiêm túc quy định về giờ giấc, trang phục, nội quy làm việc...	Tuân thủ khá nghiêm túc quy định về giờ giấc, trang phục, nội quy làm việc, tự sửa chữa sai sót	Tuân thủ tương đối nghiêm túc quy định về giờ giấc, trang phục, nội quy làm việc, sửa chữa sai sót khi được nhắc nhở	Không tuân thủ
Thái độ giao tiếp ứng xử với cán bộ nhân viên công ty	5	Thân thiện, hòa đồng, mạnh dạn giao tiếp	Thân thiện, hòa đồng, nhưng còn rụt rè giao tiếp	Thân thiện, chưa hòa đồng, còn rụt rè giao tiếp	Chưa thân thiện, chưa hòa đồng, thụ động trong giao tiếp
Ý thức an toàn lao động (cháy nổ, điện)	5	Ý thức cao trong đảm bảo an toàn lao động	Có ý thức trong đảm bảo an toàn lao động, tự sửa chữa sai sót	Có ý thức trong đảm bảo an toàn lao động, sửa chữa sai sót khi được nhắc nhở	Không có ý thức an toàn lao động
Bảo vệ tài sản của công ty	10	Ý thức cao trong bảo vệ tài sản công ty	Có ý thức trong vệ tài sản công ty, tự sửa chữa sai sót	Có ý thức trong bảo vệ tài sản công ty, sửa chữa sai sót khi được nhắc nhở	Không có ý thức bảo vệ tài sản công ty
Kỹ năng làm việc độc lập	10	Kỹ năng làm việc độc lập cao, sáng tạo, tích cực hoàn thành đúng tiến độ	Tích cực, hoàn thành đúng tiến độ	Hoàn thành đúng tiến độ	Không hoàn thành nhiệm vụ
Kỹ năng làm việc theo nhóm	10	Tích cực đóng góp ý tưởng mới trong, phối	Phối hợp tốt với các thành viên, hoàn	Hoàn thành tốt nhiệm vụ nhóm	Không hoàn thành nhiệm vụ

Tiêu chí	Trọng số (%)	Tốt (8,5-10)	Khá (7,0-8,4)	Trung bình (4,0-6,9)	Kém (0-3,9)
		hợp tốt với các thành viên, hoàn thành tốt nhiệm vụ trong nhóm	thành tốt nhiệm vụ trong nhóm		
Mức độ tìm hiểu, học hỏi kiến thức chuyên môn	10	Chủ động đặt vấn đề, tìm hiểu, trao đổi học hỏi từ nhân viên công ty	Tương đối chủ động quan sát, ghi nhận ít trao đổi	Ít chủ động quan sát ghi nhận	Thụ động, không tìm hiểu và học hỏi
Mức độ cập nhật hiểu biết những vấn đề cấp thiết của công ty	10	Chủ động cập nhật hiểu biết những vấn đề mới của công ty	Tương đối chủ động cập nhật hiểu biết những vấn đề mới của công ty	Ít chủ động cập nhật hiểu biết những vấn đề mới của công ty	Không cập nhật cập nhật thông tin về công ty
Mức độ hoàn thành công việc được giao	15	Hoàn thành xuất sắc công việc được giao	Hoàn thành tốt công việc được giao	Hoàn thành công việc được giao có một số sai sót nhỏ	Không hoàn thành
Khả năng nhận thức vấn đề, thu thập thông tin và xử lý các vấn đề trong quá trình thực tập	10	Nhận thức vấn đề, thu thập thông tin và xử lý các vấn đề một cách nhanh chóng, hiệu quả	Nhận thức vấn đề, thu thập thông tin và xử lý các vấn đề một cách nhanh chóng, nhưng chưa hiệu quả khi xử lý	Nhận thức được vấn đề, thu thập thông tin và xử lý các vấn đề	Không nhận thức được vấn đề, không có khả năng thu thập thông tin và xử lý vấn đề

III.3. HỌC PHẦN ĐỒ ÁN HỌC PHẦN/CHUYÊN ĐỀ

III.11. Rubic “Đánh giá đồ án học phần/chuyên đề”: III.11_07

Tiêu chí	Trọng số (%)	Tốt (8,5-10)	Khá (7,0-8,4)	Trung bình (4,0-6,9)	Kém (0-3,9)
Nội dung	40	Nội dung giữa các chương có sự liên kết. Những vấn đề chính cần nghiên cứu, mục tiêu nghiên cứu, phương pháp	Nội dung giữa các chương có sự liên kết. Những vấn đề chính cần nghiên cứu, mục tiêu nghiên cứu, phương pháp nghiên cứu và	Nội dung giữa các chương thiếu sự liên kết. Những vấn đề chính cần nghiên cứu, mục tiêu nghiên cứu, phương pháp nghiên cứu và	Nội dung giữa các chương không có sự liên kết. Những vấn đề chính cần nghiên cứu, mục tiêu nghiên cứu, phương pháp

Tiêu chí	Trọng số (%)	Tốt (8,5-10)	Khá (7,0-8,4)	Trung bình (4,0-6,9)	Kém (0-3,9)
		<p>ngiên cứu, nội dung nghiên cứu phù hợp với tên đề tài. Phân tích chi tiết, và tập trung giải quyết được các vấn đề nghiên cứu. Các phân tích nhận định có cơ sở.</p>	<p>nội dung phù hợp với tên đề tài, nhưng phân tích sơ sài, chưa chi tiết, và chưa tập trung giải quyết toàn bộ được các vấn đề nghiên cứu. Một số phân tích, nhận định thiếu cơ sở.</p>	<p>nội dung chưa phù hợp hoàn toàn vào tên đề tài. Các phân tích còn lan man, chưa chi tiết. Có nhiều phân tích nhận định không có cơ sở.</p>	<p>ngiên cứu và nội dung không phù hợp với tên đề tài. Các phân tích còn lan man, chưa chi tiết. Tất cả các phân tích nhận định không có cơ sở. Nhiều ý phân tích thiếu mạch lạc, mâu thuẫn nhau.</p>
Trích dẫn và tài liệu tham khảo	15	<p>Tài liệu tham khảo rất phong phú. Có trích dẫn đầy đủ các lý thuyết (khái niệm) được nêu ra trong đề tài. Các bảng biểu được đặt tên, đánh số đầy đủ, được ghi nguồn đầy đủ (trừ những bảng biểu do tác giả tự phân tích, tính toán)</p>	<p>Tài liệu tham khảo khá phong phú. Có một số lý thuyết (khái niệm) chưa được trích dẫn. Có một số bảng biểu chưa được đặt tên, đánh số và ghi nguồn đầy đủ.</p>	<p>Tài liệu tham khảo không phong phú. Không có trích dẫn các lý thuyết (khái niệm) được nêu ra trong đề tài. Có nhiều bảng biểu chưa được đặt tên, đánh số và ghi nguồn.</p>	<p>Có rất ít tài liệu tham khảo. Không có trích dẫn các lý thuyết (khái niệm) được nêu ra trong đề tài. Có rất nhiều bảng biểu chưa được đặt tên, đánh số và ghi nguồn.</p>
Bố cục - Hình thức	10	<p>Bố cục rõ ràng đầy đủ các nội dung theo qui định Triển khai các ý rõ ràng, liền mạch. Sử dụng các từ ngữ phù hợp với hoàn cảnh. Câu văn mạch lạc, không có lỗi chính tả.</p>	<p>Bố cục tương đối rõ ràng đầy đủ các nội dung theo qui định Triển khai các ý thiếu rõ ràng. Có một số lỗi trong sử dụng từ ngữ (chưa phù hợp với hoàn cảnh). Câu văn thiếu mạch lạc, có một số lỗi chính tả.</p>	<p>Bố cục chưa rõ ràng, chưa đầy đủ các nội dung theo qui định Triển khai các ý thiếu rõ ràng và lộn xộn. Nhiều lỗi trong sử dụng từ ngữ (chưa phù hợp với hoàn cảnh). Câu văn thiếu mạch lạc, nhiều lỗi chính tả.</p>	<p>Bố cục không theo qui định Triển khai các ý thiếu rõ ràng, mâu thuẫn nhau và lộn xộn. Rất nhiều lỗi trong sử dụng từ ngữ (chưa phù hợp với hoàn cảnh). Câu văn thiếu mạch lạc, rất</p>

Tiêu chí	Trọng số (%)	Tốt (8,5-10)	Khá (7,0-8,4)	Trung bình (4,0-6,9)	Kém (0-3,9)
					nhiều lỗi chính tả.
Thái độ-chuyên cần	20	Có kế hoạch làm việc rõ ràng; Rất thường xuyên liên lạc với GV để báo cáo tiến độ và duyệt bài.	Có kế hoạch làm việc không rõ ràng. Thường xuyên liên lạc với GV báo cáo tiến độ và để duyệt bài.	Kế hoạch làm việc không rõ ràng. Thỉnh thoảng liên lạc với GV để duyệt bài.	Không có kế hoạch làm việc. Rất ít khi liên lạc với GV để duyệt bài.
Khả năng trình bày và trả lời câu hỏi	15	Trình bày đồ án đầy đủ, mạch lạc, tác phong tự tin, trả lời đúng trên 80% câu hỏi	Trình bày đồ án đầy đủ, đáp ứng được các yêu cầu cơ bản, còn thiếu sót một vài lỗi không quan trọng, trả lời đúng 60 - 79% câu hỏi	Trình bày đồ án tương đối đầy đủ, còn thiếu sót 1 đến 3 lỗi quan trọng, trả lời đúng 40 - 59% câu hỏi	Không trình bày được đồ án, hoặc có trình bày nhưng không đầy đủ, không trả lời hoặc trả lời được dưới 40% câu hỏi

III. 4. ĐỒ ÁN TỐT NGHIỆP/ KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

III.12. Rubric. “Đánh giá đồ án tốt nghiệp/khoá luận tốt nghiệp của giáo viên hướng dẫn”:
III.12_07

Tiêu chí	Trọng số (%)	Tốt (8,5-10)	Khá (7,0-8,4)	Trung bình (4,0-6,9)	Kém (0-3,9)
Nội dung	40	Nội dung giữa các chương có sự liên kết. Những vấn đề chính cần nghiên cứu, mục tiêu nghiên cứu, phương pháp nghiên cứu, nội dung nghiên cứu phù hợp với tên đề tài. Phân tích chi tiết, và tập trung giải	Nội dung giữa các chương có sự liên kết. Những vấn đề chính cần nghiên cứu, mục tiêu nghiên cứu, phương pháp nghiên cứu và nội dung phù hợp với tên đề tài, nhưng phân tích sơ sài, chưa chi tiết, và chưa tập trung giải quyết toàn bộ	Nội dung giữa các chương thiếu sự liên kết. Những vấn đề chính cần nghiên cứu, mục tiêu nghiên cứu, phương pháp nghiên cứu và nội dung chưa phù hợp hoàn toàn vào tên đề tài. Các phân tích còn lan man, chưa chi tiết. Có nhiều phân tích nhận	Nội dung giữa các chương không có sự liên kết. Những vấn đề chính cần nghiên cứu, mục tiêu nghiên cứu, phương pháp nghiên cứu và nội dung không phù hợp với tên đề tài. Các phân tích còn lan man, chưa chi tiết. Tất cả các phân tích nhận định

Tiêu chí	Trọng số (%)	Tốt (8,5-10)	Khá (7,0-8,4)	Trung bình (4,0-6,9)	Kém (0-3,9)
		quyết được các vấn đề nghiên cứu. Các phân tích nhận định có cơ sở.	được các vấn đề nghiên cứu. Một số phân tích, nhận định thiếu cơ sở.	định không có cơ sở.	không có cơ sở. Nhiều ý phân tích thiếu mạch lạc, mâu thuẫn nhau.
Trích dẫn và tài liệu tham khảo	15	Tài liệu tham khảo rất phong phú. Có trích dẫn đầy đủ các lý thuyết (khái niệm) được nêu ra trong đề tài. Các bảng biểu được đặt tên, đánh số đầy đủ, được ghi nguồn đầy đủ (trừ những bảng biểu do tác giả tự phân tích, tính toán)	Tài liệu tham khảo khá phong phú. Có một số lý thuyết (khái niệm) chưa được trích dẫn. Có một số bảng biểu chưa được đặt tên, đánh số và ghi nguồn đầy đủ.	Tài liệu tham khảo không phong phú. Không có trích dẫn các lý thuyết (khái niệm) được nêu ra trong đề tài. Có nhiều bảng biểu chưa được đặt tên, đánh số và ghi nguồn.	Có rất ít tài liệu tham khảo. Không có trích dẫn các lý thuyết (khái niệm) được nêu ra trong đề tài. Có rất nhiều bảng biểu chưa được đặt tên, đánh số và ghi nguồn.
Bố cục - Hình thức	20	Bố cục rõ ràng đầy đủ các nội dung theo qui định Triển khai các ý rõ ràng, liền mạch. Sử dụng các từ ngữ phù hợp với hoàn cảnh. Câu văn mạch lạc, không có lỗi chính tả.	Bố cục tương đối rõ ràng đầy đủ các nội dung theo qui định Triển khai các ý thiếu rõ ràng. Có một số lỗi trong sử dụng từ ngữ (chưa phù hợp với hoàn cảnh). Câu văn thiếu mạch lạc, có một số lỗi chính tả.	Bố cục chưa rõ ràng, chưa đầy đủ các nội dung theo qui định Triển khai các ý thiếu rõ ràng và lộn xộn. Nhiều lỗi trong sử dụng từ ngữ (chưa phù hợp với hoàn cảnh). Câu văn thiếu mạch lạc, nhiều lỗi chính tả.	Bố cục không theo qui định Triển khai các ý thiếu rõ ràng, mâu thuẫn nhau và lộn xộn. Rất nhiều lỗi trong sử dụng từ ngữ (chưa phù hợp với hoàn cảnh). Câu văn thiếu mạch lạc, rất nhiều lỗi chính tả.

Tiêu chí	Trọng số (%)	Tốt (8,5-10)	Khá (7,0-8,4)	Trung bình (4,0-6,9)	Kém (0-3,9)
Thái độ-chuyên cần	10	Có kế hoạch làm việc rõ ràng; Rất thường xuyên liên lạc với GV để báo cáo tiến độ và duyệt bài.	Có kế hoạch làm việc không rõ ràng. Thường xuyên liên lạc với GV báo cáo tiến độ và để duyệt bài.	Kế hoạch làm việc không rõ ràng. Thỉnh thoảng liên lạc với GV để duyệt bài.	Không có kế hoạch làm việc. Rất ít khi liên lạc với GV để duyệt bài.
Có bài báo gửi đăng tạp chí hoặc hội nghị khoa học	15	Đã được đăng hoặc được chấp nhận đăng	Bố cục phù hợp với định dạng bài báo NCKH; Nêu được kết quả của vấn đề nghiên cứu rõ ràng; Có so sánh với các nghiên cứu khoa học liên quan; tài liệu tham khảo và trích dẫn rõ ràng, có cập nhật các nghiên cứu mới nhất	Bố cục tương đối phù hợp với định dạng bài báo NCKH; Nêu được kết quả của vấn đề nghiên cứu nhưng chưa rõ ràng; Chưa có hoặc ít có so sánh với các nghiên cứu khoa học liên quan; tài liệu tham khảo và trích dẫn còn ít, chưa cập nhật các nghiên cứu mới nhất	Không có

III.13. Rubric "Đánh giá đồ án tốt nghiệp/khoá luận tốt nghiệp của giáo viên phản biện":
III.13_07

Tiêu chí	Trọng số (%)	Tốt (8,5-10)	Khá (7,0-8,4)	Trung bình (4,0-6,9)	Kém (0-3,9)
Nội dung	50	Xác định rõ ràng mục tiêu nghiên cứu, vấn đề nghiên cứu. Các đề mục được tổ chức rất hợp lý. Có sự liên kết chặt chẽ giữa các chương. Những vấn đề chính cần nghiên cứu,	Xác định được mục tiêu nghiên cứu, vấn đề nghiên cứu. Các đề mục được tổ chức hợp lý. Có sự liên kết giữa các chương. Những vấn đề chính cần nghiên cứu,	Chưa xác định rõ mục tiêu nghiên cứu, vấn đề nghiên cứu. Các đề mục chưa hợp lý. Thiếu sự liên kết giữa các chương Những vấn đề chính cần nghiên cứu,	Xác định không đúng mục tiêu nghiên cứu, vấn đề nghiên cứu. Các đề mục được tổ chức không hợp lý. Không có sự liên kết giữa các chương.

Tiêu chí	Trọng số (%)	Tốt (8,5-10)	Khá (7,0-8,4)	Trung bình (4,0-6,9)	Kém (0-3,9)
		mục tiêu nghiên cứu, phương pháp nghiên cứu và nội dung phù hợp với tên đề tài. Phân tích chi tiết, và tập trung giải quyết được các vấn đề nghiên cứu. Các phân tích nhận định có cơ sở.	mục tiêu nghiên cứu, phương pháp nghiên cứu và nội dung phù hợp với tên đề tài, nhưng phân tích sơ sài, chưa chi tiết, và chưa tập trung giải quyết toàn bộ được các vấn đề nghiên cứu. Một số phân tích, nhận định thiếu cơ sở.	mục tiêu nghiên cứu, phương pháp nghiên cứu và nội dung chưa phù hợp hoàn toàn vào tên đề tài. Các phân tích còn lan man, chưa chi tiết. Có nhiều phân tích nhận định không có cơ sở.	Những vấn đề chính cần nghiên cứu, mục tiêu nghiên cứu, phương pháp nghiên cứu và nội dung không phù hợp với tên đề tài. Các phân tích còn lan man, chưa chi tiết. Tất cả các phân tích nhận định không có cơ sở. Nhiều ý phân tích thiếu mạch lạc, mâu thuẫn nhau.
Trích dẫn và tài liệu tham khảo	15	Tài liệu tham khảo rất phong phú. Có trích dẫn đầy đủ các lý thuyết (khái niệm) được nêu ra trong đề tài. Các bảng biểu được đặt tên, đánh số đầy đủ, được ghi nguồn đầy đủ (trừ những bảng biểu do tác giả tự phân tích, tính toán)	Tài liệu tham khảo khá phong phú. Có một số lý thuyết (khái niệm) chưa được trích dẫn. Có một số bảng biểu chưa được đặt tên, đánh số và ghi nguồn đầy đủ.	Tài liệu tham khảo không phong phú. Không có trích dẫn các lý thuyết (khái niệm) được nêu ra trong đề tài. Có nhiều bảng biểu chưa được đặt tên, đánh số và ghi nguồn.	Có rất ít tài liệu tham khảo. Không có trích dẫn các lý thuyết (khái niệm) được nêu ra trong đề tài. Có rất nhiều bảng biểu chưa được đặt tên, đánh số và ghi nguồn.
Bố cục – Hình thức	20	Bố cục rõ ràng đầy đủ các nội dung theo qui định. Triển khai các ý rõ ràng, liên mạch. Sử dụng các từ ngữ phù hợp với hoàn cảnh. Câu văn mạch lạc,	Bố cục tương đối rõ ràng đầy đủ các nội dung theo qui định. Triển khai các ý thiếu rõ ràng. Có một số lỗi trong sử dụng từ ngữ (chưa phù hợp với hoàn	Bố cục chưa rõ ràng, chưa đầy đủ các nội dung theo qui định. Triển khai các ý thiếu rõ ràng và lộn xộn. Nhiều lỗi trong sử dụng từ ngữ (chưa phù hợp với hoàn cảnh). Câu văn thiếu	Bố cục không theo qui định. Triển khai các ý thiếu rõ ràng, mâu thuẫn nhau và lộn xộn. Rất nhiều lỗi trong sử dụng từ ngữ (chưa phù hợp với hoàn cảnh). Câu văn thiếu

Tiêu chí	Trọng số (%)	Tốt (8,5-10)	Khá (7,0-8,4)	Trung bình (4,0-6,9)	Kém (0-3,9)
		không có lỗi chính tả.	cảnh). Câu văn thiếu mạch lạc, có một số lỗi chính tả.	mạch lạc, nhiều lỗi chính tả.	mạch lạc, rất nhiều lỗi chính tả.
Có bài báo gửi đăng tạp chí hoặc hội nghị khoa học	15	Đã được đăng hoặc chấp nhận đăng	Bố cục phù hợp với định dạng bài báo NCKH; Nêu được kết quả của vấn đề nghiên cứu rõ ràng; Có so sánh với các nghiên cứu khoa học liên quan; tài liệu tham khảo và trích dẫn rõ ràng, có cập nhật các nghiên cứu mới nhất.	Bố cục tương đối phù hợp với định dạng bài báo NCKH; Nêu được kết quả của vấn đề nghiên cứu nhưng chưa rõ ràng; Chưa có hoặc ít có so sánh với các nghiên cứu khoa học liên quan; tài liệu tham khảo và trích dẫn còn ít, chưa cập nhật các nghiên cứu mới nhất	Không có

III.14. Rubric “Đánh giá đề án tốt nghiệp/khoá luận tốt nghiệp của hội đồng” III.14_07

Tiêu chí	Trọng số (%)	Tốt (8,5-10)	Khá (7,0-8,4)	Trung bình (4,0-6,9)	Kém (0-3,9)
Slide	10	Chuyển tải được nội dung của khoá luận, đẹp, thu hút.	Chuyển tải được nội dung của khoá luận, đẹp nhưng chưa thu hút.	Chuyển tải chưa đầy đủ nội dung của khoá luận, tương đối đẹp nhưng chưa thu hút.	Không chuyển tải đầy đủ nội dung của khoá luận, không đẹp, không thu hút.
Thuyết trình	15	Giọng nói to, rõ ràng; trình bày logic, lôi cuốn; phong thái tự tin.	Giọng nói to, rõ ràng; trình bày logic, phong thái tự tin.	Giọng nói to, rõ ràng; nhưng trình bày thiếu logic, phong thái thiếu tự tin.	Giọng nói nhỏ, không rõ ràng; trình bày không logic, phong thái không tự tin.
Thời gian	5	Đúng thời gian quy định (≤ 10 phút).	Trễ ≤ 2 phút so với thời gian quy định.	Trễ ≤ 4 phút so với thời gian quy định.	Trễ > 4 phút so với thời gian quy định.
Nội dung	40	Nội dung có sự liên kết giữa	Nội dung có sự liên kết	Nội dung các chương thiếu	Nội dung các chương không

Tiêu chí	Trọng số (%)	Tốt (8,5-10)	Khá (7,0-8,4)	Trung bình (4,0-6,9)	Kém (0-3,9)
		các chương. Phân tích chi tiết, và tập trung giải quyết được các vấn đề nghiên cứu. Các phân tích nhận định có cơ sở.	giữa các chương, nhưng phân tích sơ sài, chưa chi tiết, và chưa tập trung giải quyết toàn bộ được các vấn đề nghiên cứu. Một số phân tích, nhận định thiếu cơ sở.	sự liên kết. Các phân tích còn lan man, chưa chi tiết, chưa giải quyết được vấn đề nghiên cứu. Có nhiều phân tích nhận định không có cơ sở.	có sự liên kết. Các phân tích còn lan man, chưa chi tiết, chưa giải quyết được vấn đề nghiên cứu. Có nhiều phân tích nhận định không có cơ sở.
Trả lời câu hỏi	20	Trả lời đúng các câu hỏi với sự giải thích hợp lý, chính xác.	Trả lời gần đúng các câu hỏi với sự giải thích tương đối hợp lý và chính xác.	Trả lời đúng một phần các câu hỏi, các giải thích chưa thực sự hợp lý.	Trả lời không đúng, không chính xác hoặc không trả lời được các câu hỏi.
Có bài báo gửi đăng tạp chí hoặc hội nghị khoa học	10	Đã được đăng hoặc được chấp nhận đăng	Bố cục phù hợp với định dạng bài báo NCKH. Nêu được kết quả của vấn đề nghiên cứu rõ ràng. Có so sánh với các nghiên cứu khoa học liên quan tài liệu tham khảo và trích dẫn rõ ràng, có cập nhật các nghiên cứu mới nhất	Bố cục tương đối phù hợp với định dạng bài báo NCKH. Nêu được kết quả của vấn đề nghiên cứu nhưng chưa rõ ràng. Chưa có hoặc ít có so sánh với các nghiên cứu khoa học liên quan tài liệu tham khảo và trích dẫn còn ít, chưa cập nhật các nghiên cứu mới nhất	Không có

PHỤ LỤC 1.3. ĐỐI SÁNH CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO

1. Chương trình chuẩn tham khảo: *(liệt kê các chương trình đào tạo được tham chiếu, đối sánh)*

Ngành Marketing, Trường Đại Học Kinh Tế TPHCM (UEH)

Link: <https://kqm.ueh.edu.vn/chuyen-nganh-marketing/>

Ngành Marketing, Trường Đại Học Tài Chính – Marketing (UFM)

Link: <https://khoamarketing.ufm.edu.vn/>

Ngành Marketing, Trường Đại học Quốc Gia Singapore (NUS)

Link: <https://bschool.nus.edu.sg/marketing/bba/tentative-curriculum/>

Ngành Marketing, Trường Wharton, Hoa Kỳ

Link: <https://marketing.wharton.upenn.edu/programs/undergraduate/program-requirements/>

Link có đề cương môn học: <https://marketing.wharton.upenn.edu/programs/undergraduate/undergradcourse/>

2. Bảng đối sánh chương trình đào tạo của Trường (HUFU) với các chương trình đào tạo đang lưu hành của trường khác (trong và ngoài nước)

TT	CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO (DỰ KIẾN) HUFU										Tỷ lệ % nội dung trùng khớp		
	Học phần	Số TC	Năm thứ I		Năm thứ II		Năm thứ III		Năm thứ IV			CHƯƠNG TRÌNH MKT CỦA ĐH KINH TẾ - TÀI CHÍNH	Tỷ lệ % nội dung trùng khớp
			I	II	III	IV	V	VI	VII	Tên học phần			
	I. KIẾN THỨC GIÁO DỤC ĐẠI CƯƠNG	45	14	13	9	4	4	5	0	0	Khối kiến thức giáo dục đại cương	65	
	Kiến thức đại cương bắt buộc	38	11	11	7	4	4	5	0	0	Học phần bắt buộc	59	45
1	Triết học Mác- Lênin	3	3								Triết học Mác- Lênin	3	41
											Triết học Mác- Lênin	3	100

3	Quản trị học	2	2	2							Quản trị học	3	100		3	100
4	Thống kê ứng dụng	3				3					Quản trị học	3	100		3	100
5	Marketing căn bản	2	2								Marketing căn bản	3	100		3	100
6	Marketing dịch vụ	3	3			3					Marketing dịch vụ	3				
7	Nguyên lý kế toán	3	3			3					Nguyên lý kế toán	3			3	100
8	Nghiên cứu thị trường	3	3			3					Nghiên cứu marketing	3			3	100
9	Quản trị chiến lược	3	3			4	3				Quản trị chiến lược	3			3	100
10	Thực hành quảng cáo	2				4		2			Quản trị bán hàng	3	100		3	100
											Quản trị sản phẩm	3			3	0
											Quản trị marketing	3			3	0
											Quản trị kinh doanh quốc tế I	3			3	0
											Kế toán quản trị	3			3	0
											Không có tự chọn	3			3	
1	Tài chính doanh nghiệp 1	3				3					Phân tích báo cáo tài chính	2			2	100
2	Lý thuyết tài chính tiền tệ	3				3					Lý thuyết tài chính tiền tệ	3	80		3	80
3	Phân tích hoạt động kinh doanh	3				2										
1	Luật kinh tế	2				2										
2	Luật thương mại quốc tế	2				2										

11	Truyền thông marketing tích hợp	3										Truyền thông tích hợp	3	100					
12	Xây dựng kế hoạch marketing	3						3											
13	Hành vi người tiêu dùng	3										Hành vi người tiêu dùng	3	100				100	
												Kế toán quản trị	3	100				100	
												Tư duy sáng tạo	3	0				0	
												Marketing công nghiệp	2	0				0	
												Quản trị bán lẻ	3	0					
																		0	
												Chiến lược định giá	2	0				0	
												Quản trị và phát triển sản phẩm mới	2	0				0	
D	Học kỳ doanh nghiệp	15	0	0	0	0	0	0	0	0	15	Học kỳ doanh nghiệp	15				12		
1	Kiến tập	2									2						3	100	
2	Thực tập nghề nghiệp	5									5	Thực tập tốt nghiệp	3	100			3	100	
3	Khoá luận tốt nghiệp/ Đồ án tốt nghiệp	8									8	Khoá luận tốt nghiệp	12				6	100	
E	TỔNG CỘNG I + II+III	121	0	0	0	0	0	0	0	0	114	TỔNG CỘNG I + II+III	114				113		
CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO (DỰ KIẾN) HUFU																			
TT	Học phần	Số TC	Năm thứ I							Năm thứ II			Năm thứ III			Năm thứ IV		Tỷ lệ % nội dung trùng khớp	Số TC
	Học kỳ		I	II	III	IV	V	VI	VII	IV	V	VI	VII	Tên học phần	Tên học phần				
	I. KIẾN THỨC GIÁO DỤC ĐẠI CƯƠNG	45	14	13	9	4	4	5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	48
	Kiến thức đại cương bắt buộc	38	11	11	7	4	4	5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	48

	Kiến thức ngành bắt buộc	38	0	0	0	0	3	17	18	0	Bắt buộc	15				
1	Quản trị bán hàng	3							3		Personal Selling & Sales Management	3	100	Sales Force Management	3	100
2	Marketing thương mại	2					2									
3	Quản trị nguồn nhân lực	3				3										
4	Quản trị chuỗi cung ứng	3					3									
5	Sáng tạo nội dung số	3						3								
6	Marketing kỹ thuật số	3					3				Digital Marketing	3	100	Digital Marketing, Social Media and E-Commerce	3	100
7	Marketing truyền thông xã hội và di động	3						3								
8	Marketing công cụ tìm kiếm	3						3								
9	Marketing trực tiếp	3						3								
10	B2B Marketing	3						3			Business-to-Business Marketing	3	100	Business-to-Business Marketing	3	100
11	Truyền thông marketing tích hợp	3						3								
12	Xây dựng kế hoạch marketing	3						3								
13	Hành vi người tiêu dùng	3					3				Consumer Behaviour	3	100	Consumer Behaviour	3	100
											Disruption and Marketing	3	0			
											Entrepreneurial Marketing	3	0	Entrepreneurial Marketing	3	0
														Marketing Strategy Technologies Platforms	3	0
														Pricing Policy	3	0
														Multinational Marketing	3	0
														Law of Marketing and Antitrust	3	0
														Forecasting Methods for Marketing	3	0

D	Học kỳ doanh nghiệp	15	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	Kiến thức bổ trợ	0	
1	Kiểm tập	2																					
2	Thực tập nghề nghiệp	5																					
3	Khoá luận tốt nghiệp/ Đồ án tốt nghiệp	8																					
E	TỔNG CỘNG I + II+III	138	0	20	21	22	27	17	17	17	17	17	17	17	17	17	17	17	17	17	TỔNG CỘNG I + II+III	117	

PHỤ LỤC 1.4.1
BÁO CÁO KẾT QUẢ

Về việc thu thập thông tin, minh chứng liên quan đến sự cần thiết phải sửa đổi, cập nhật, chuẩn đầu ra của chương trình đào tạo
(Trường hợp cập nhật CDR)

Chương trình đào tạo ngành: Marketing

Trình độ: Đại học

Thực hiện Thông báo số 68 ngày 25 tháng 1 năm 2022 của Trường Đại học Công nghiệp Thực phẩm TP. Hồ Chí Minh về việc đánh giá, cập nhật chuẩn đầu ra chương trình đào tạo trình độ đại học năm học 2021 - 2022 và kế hoạch chi tiết của Khoa Quản trị kinh doanh, Hội đồng xây dựng chương trình đào tạo ngành Quản trị kinh doanh trình độ Đại học đã thu thập thông tin, minh chứng liên quan đến sự cần thiết phải sửa đổi, cập nhật chuẩn đầu ra chương trình đào tạo như sau:

I. Thông tin, minh chứng

TT	Thông tin minh chứng	Nguồn gốc	Ghi chú
1	Phiếu khảo sát giảng viên	Link khảo sát và phiếu khảo sát	
2	Bảng đối sánh các chương trình đào tạo giữa các trường đại học	Phụ lục chương trình đào tạo ngành Kinh doanh quốc tế	
3	Phiếu khảo sát doanh nghiệp	Link khảo sát và phiếu khảo sát	
4	Phiếu khảo sát sinh viên đang theo học	Link khảo sát và phiếu khảo sát	
5	Phiếu khảo sát chuyên gia	Link khảo sát và phiếu khảo sát	
6	Căn cứ pháp lý	- Căn cứ Nghị định số 99/2019/NĐ-CP ngày 30/12/2019 của Thủ tướng Chính phủ về việc Quy định chi tiết và hướng dẫn thi hành một số điều của Luật sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật Giáo dục đại học; - Căn cứ Quyết định số 1982/QĐ-TTg ngày 18/10/2016 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Khung	

		<p>trình độ quốc gia Việt Nam;</p> <p>- Căn cứ Thông tư số 17/2021/TT-BGDĐT, ngày 22/06/2021 của Bộ Giáo dục và Đào tạo về việc ban hành Quy định về chuẩn chương trình đào tạo; xây dựng, thẩm định và ban hành chương trình đào tạo các trình độ của giáo dục đại học;</p> <p>- Căn cứ Thông tư 02/2022/TT-BGDĐT, ngày 18/01/2022 của Bộ Giáo dục và Đào tạo về việc ban hành Quy định điều kiện, trình tự, thủ tục mở ngành đào tạo, đình chỉ hoạt động Quy định điều kiện, trình tự, thủ tục mở ngành đào tạo, đình chỉ hoạt động;</p> <p>- Căn cứ Thông tư 25/2015/TT-BGDĐT, ngày 14/10/2015 của Bộ Giáo dục và Đào tạo quy định về chương trình giáo dục môn học Giáo dục thể chất thuộc các chương trình đào tạo trình độ đại học;</p> <p>- Căn cứ Thông tư 05/2020/TT-BGDĐT, ngày 18/03/2020 của Bộ Giáo dục và Đào tạo về việc ban hành</p>	
--	--	--	--

		<p>Chương trình giáo dục quốc phòng và an ninh trong trường trung cấp sư phạm, cao đẳng sư phạm và cơ sở giáo dục đại học;</p> <p>- Căn cứ Thông tư số 08/2021/TT-BGDĐT ngày 18 tháng 3 năm 2021 của Bộ trưởng Bộ Giáo dục và Đào tạo về việc ban hành Quy chế đào tạo trình độ đại học;</p> <p>- Căn cứ Quyết định số 1846/QĐ-DCT ngày 01/9/2021 của Hiệu trưởng Trường Đại học Công nghiệp Thực phẩm Thành phố Hồ Chí Minh về việc ban hành Quy chế đào tạo Đại học theo hệ thống tín chỉ;</p> <p>- Căn cứ Quyết định số 161/QĐ-DCT ngày 22/01/2022 của Hiệu trưởng Trường Đại học Công nghiệp Thực phẩm Thành phố Hồ Chí Minh về việc ban hành Về xây dựng, thẩm định, ban hành, rà soát, đánh giá, cập nhật chuẩn đầu ra và chương trình đào tạo các trình độ của giáo dục đại học;</p> <p>- Căn cứ Quyết định 2212/QĐ-DCT ngày 19/10/2021 của Hiệu trưởng Trường Đại học Công nghiệp</p>	
--	--	---	--

		<p>Thực phẩm Thành phố Hồ Chí Minh về việc Ban hành Quy định Chuẩn đầu ra ngoại ngữ đối với sinh viên đại học;</p> <p>- Căn cứ Quyết định 1201/QĐ-DCT ngày 17/05/2022 của Hiệu trưởng Trường Đại học Công nghiệp Thực phẩm Thành phố Hồ Chí Minh về việc Ban hành Quy định Chuẩn kỹ năng sử dụng công nghệ thông tin (CNTT) đối với sinh viên, học viên không chuyên ngành CNTT;</p> <p>- Căn cứ Quyết định số 3468/QĐ-DCT ngày 05/12/2017 của Hiệu trưởng Trường Đại học Công nghiệp Thực phẩm Thành phố Hồ Chí Minh về việc ban hành Quy định về điều kiện, quy trình, hồ sơ mở ngành đào tạo trình độ đại học và đình chỉ tuyển sinh, thu hồi quyết định mở ngành trình độ đại học; ...</p>	
--	--	--	--

II. Kết quả cụ thể

Kết quả khảo sát các bên liên quan về việc sửa đổi, cập nhật chuẩn đầu ra chương đào tạo ngành Quản trị kinh doanh cho thấy hầu hết các bên liên quan đều đồng ý 80,9% (89/110) với chuẩn đầu ra hiện tại của chương trình ngành Kinh doanh quốc tế đang áp dụng. Tuy nhiên còn 19,1% (21/110) các bên liên quan chưa đồng ý và có ý kiến khác như sau:

Bảng 1: Tỷ lệ đánh giá mức độ đáp ứng của chuẩn đầu ra

Ý kiến	Sinh viên đang theo học		Nhà tuyển dụng		Giảng viên		Chuyên gia	
	SL	%	SL	%	SL	%	SL	%
Đồng ý	72	84,71	4	80	12	80	3	60
Không đồng ý	-		-	-	1	6,7	1	20
Ý kiến khác	13	15,29	1	20	2	13,3	1	20

Về kiến thức: Cần cập nhật theo hướng lấy các học phần khoa học xã hội làm kiến thức đại cương; kiến thức Marketing, truyền thông quảng cáo, bán hàng, chăm sóc khách hàng... làm cơ sở ngành, nghiên cứu thị trường, xây dựng và phát triển các mối quan hệ khách hàng, thiết kế chương trình phân phối sản phẩm, tổ chức phân phối sản phẩm, định giá sản phẩm, quảng bá thương hiệu, tổ chức sự kiện,....

❖ Về kỹ năng: Đòi hỏi việc đào tạo và cấp văn bằng đáp ứng vị trí việc làm ở lĩnh vực Marketing phải đạt các đơn vị năng lực cụ thể. Các đơn vị năng lực thuộc những nhóm như: năng lực cơ bản, năng lực chuyên môn và năng lực chung. Vì vậy, cần xây dựng, bổ sung chương trình đào tạo mới với các môn học cụ thể, nhằm đáp ứng các đơn vị năng lực của những tiêu chuẩn này thông qua việc cập nhật những học phần mà khung chương trình cũ đáp ứng chưa đủ như:

+ Bổ sung các học phần rèn luyện và phát triển các kỹ năng hỗ trợ nhằm đáp ứng các trình độ năng lực cho vị trí quản lý: điều phối nhóm, giao tiếp đàm phán trong hoạt động quản trị chiến lược, quản trị bán hàng, lập kế hoạch Marketing, thiết lập quy trình, kỹ năng quản lý...(Phát triển kỹ năng lập kế hoạch Marketing, quản trị nguồn nhân lực, thực hành quảng cáo, sáng tạo nội dung số...)

+ Xây dựng các học phần nhằm áp dụng thu thập, phân tích và xử lý thông tin, sử dụng được các phần mềm trong lĩnh vực, nghiên cứu thị trường; hành vi khách hàng,

hành vi tổ chức... đề xuất các giải pháp và chính sách để nâng cao hiệu quả hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp.

+ Xây dựng học phần đáp ứng việc phân tích, trình bày, thuyết trình, giao tiếp bằng văn bản, đa truyền thông, và hệ thống mạng xã hội, internetmarketing.

+ Xây dựng các học phần nhằm trang bị kiến thức phân tích và vận dụng các Kỹ năng với các công cụ marketing online

Thông qua việc cập nhật thông tin tuyển dụng về vị trí việc làm ngành Marketing như: nhân viên kinh doanh, nhân viên Marketing, nhân viên chăm sóc khách hàng, nhân viên PR, tại các website chuyên về tuyển dụng nhân sự: <https://vn.joboko.com>; <https://timviecnhanh.com>, <https://123job.vn>, <https://www.vietnamworks.com/> ... tổ soạn thảo thống kê mô tả và yêu cầu công việc của các thương hiệu lớn trong lĩnh vực Marketing tại TP. Hồ Chí Minh như: Công ty marketing ISEM Agency, Kiến Vua Branding – Công ty marketing, SEOngon, Vinalink... thì theo mô tả và yêu cầu công việc luôn tập trung vào từng nghiệp vụ cụ thể như:

1. Lên kế hoạch và trực tiếp thực hiện các chiến lược Digital Marketing của Công ty. Bao gồm SEO, Display Ads, Social Media Marketing (Facebook, Instagram, Zalo,...), Email, SMS, ...

2. Xây dựng chương trình chăm sóc khách hàng, triển khai và giám sát các bộ phận liên quan thực hiện.

3. Xây dựng và cập nhật nội dung, hình ảnh của Công ty lên Website, Facebook Công ty.

4. Thiết lập ngân sách Marketing, chịu trách nhiệm phân bổ & kiểm soát ngân sách được duyệt.

5. Thường xuyên cập nhật các xu hướng Digital Marketing mới, tham mưu cho Showroom Manager và áp dụng.

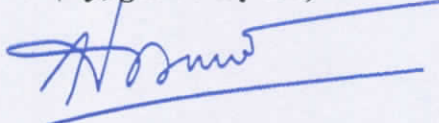
6. Thực hiện các công việc liên quan theo chỉ đạo của Showroom Manager.

7. Thành thạo sử dụng phần mềm thiết kế ứng dụng cho in ấn bảng biển quảng cáo...

Vì vậy, cần cập nhật, bổ sung các kiến thức chuyên ngành sâu hơn về Quảng cáo, tiếp thị truyền thông, các công cụ marketing hiện đại vận hành các công việc chuyên môn nghiệp vụ vào khung chương trình.

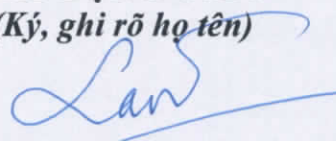
Thực hiện phỏng vấn trực tiếp lãnh đạo doanh nghiệp, quản lý bộ phận tại các doanh nghiệp có bộ phận Marketing như: Công ty Công nghệ giáo dục The Enest, Công ty TNHH Minh Vân Nha Trang, Công ty Cổ phần MISA, Công ty Cổ phần Bất động sản Emmarland... thì đại diện các doanh nghiệp sử dụng nhân lực trong ngành đều góp ý về việc cần nâng cao khả năng sử dụng tiếng Anh, đặc biệt tiếng Anh chuyên ngành Marketing. Đồng thời, các doanh nghiệp cũng nêu ý kiến về vai trò của hoạt động học tập thực tế tại doanh nghiệp, tăng cường học thực hành, tổ chức thực tập tại doanh nghiệp. Vì vậy, theo các doanh nghiệp khuyến nghị nên xây dựng các học phần mới như Tiếng Anh chuyên ngành; tổ chức các hoạt động kiến tập, học tập thực tế, thực hành tại doanh nghiệp, thực tập nghiệp vụ, thực tập tốt nghiệp tại doanh nghiệp theo hướng xen kẽ trong các năm học, ngay sau khi sinh viên được học các môn nghiệp vụ, tổ chức học kỳ doanh nghiệp.

TRƯỞNG KHOA
(Ký, ghi rõ họ tên)



TS Bùi Hồng Đăng

CHỦ TỊCH HỘI ĐỒNG
XÂY DỰNG CTĐT
(Ký, ghi rõ họ tên)



TS Trần Thị Ngọc Lan

PHỤ LỤC 1.4.2
BÁO CÁO KẾT QUẢ

**Về việc thu thập thông tin, minh chứng liên quan đến sự cần thiết
phải sửa đổi, cập nhật chương trình đào tạo**
(Trường hợp cập nhật CTĐT)

Chương trình đào tạo ngành: Marketing

Trình độ: Đại học

Thực hiện Thông báo số 68 ngày 25 tháng 1 năm 2022 của Trường Đại học Công nghiệp Thực phẩm TP. Hồ Chí Minh về việc đánh giá, cập nhật chuẩn đầu ra chương trình đào tạo trình độ đại học năm học 2021 - 2022 và kế hoạch chi tiết của Khoa Quản trị kinh doanh, Hội đồng xây dựng chương trình đào tạo ngành Quản trị kinh doanh trình độ Đại học đã thu thập thông tin, minh chứng liên quan đến sự cần thiết phải cập nhật chương trình đào tạo như sau:

I. Thông tin, minh chứng

TT	Thông tin minh chứng	Nguồn gốc	Ghi chú
TT	Thông tin minh chứng	Nguồn gốc	
1	Phiếu khảo sát giảng viên	Link khảo sát và phiếu khảo sát	
2	Bảng đối sánh các chương trình đào tạo giữa các trường đại học	Phụ lục chương trình đào tạo ngành Kinh doanh quốc tế	
3	Phiếu khảo sát doanh nghiệp	Link khảo sát và phiếu khảo sát	
4	Phiếu khảo sát sinh viên đang theo học	Link khảo sát và phiếu khảo sát	
5	Phiếu khảo sát chuyên gia	Link khảo sát và phiếu khảo sát	
6	Căn cứ pháp lý	1. Căn cứ pháp lý - Căn cứ Nghị định số 99/2019/NĐ-CP ngày 30/12/2019 của Thủ tướng Chính	

		<p>phủ về việc Quy định chi tiết và hướng dẫn thi hành một số điều của Luật sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật Giáo dục đại học;</p> <p>- Căn cứ Quyết định số 1982/QĐ-TTg ngày 18/10/2016 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Khung trình độ quốc gia Việt Nam;</p> <p>- Căn cứ Thông tư số 17/2021/TT-BGDĐT, ngày 22/06/2021 của Bộ Giáo dục và Đào tạo về việc ban hành Quy định về chuẩn chương trình đào tạo; xây dựng, thẩm định và ban hành chương trình đào tạo các trình độ của giáo dục đại học;</p> <p>- Căn cứ Thông tư 02/2022/TT-BGDĐT, ngày 18/01/2022 của Bộ Giáo dục và Đào tạo về việc ban hành Quy định điều kiện, trình</p>	
--	--	--	--

		<p>tự, thủ tục mở ngành đào tạo, định chi hoạt Quy định điều kiện, trình tự, thủ tục mở ngành đào tạo, định chi hoạt;</p> <p>- Căn cứ Thông tư 25/2015/TT-BGDĐT, ngày 14/10/2015 của Bộ Giáo dục và Đào tạo quy định về chương trình giáo dục môn học Giáo dục thể chất thuộc các chương trình đào tạo trình độ đại học;</p> <p>- Căn cứ Thông tư 05/2020/TT-BGDĐT, ngày 18/03/2020 của Bộ Giáo dục và Đào tạo về việc ban hành Chương trình giáo dục quốc phòng và an ninh trong trường trung cấp sư phạm, cao đẳng sư phạm và cơ sở giáo dục đại học;</p> <p>- Căn cứ Thông tư số 08/2021/TT-BGDĐT ngày 18 tháng 3 năm 2021 của</p>	
--	--	---	--

		<p>Bộ trưởng Bộ Giáo dục và Đào tạo về việc ban hành Quy chế đào tạo trình độ đại học;</p> <p>- Căn cứ Quyết định số 1846/QĐ-DCT ngày 01/9/2021 của Hiệu trưởng Trường Đại học Công nghiệp Thực phẩm Thành phố Hồ Chí Minh về việc ban hành Quy chế đào tạo Đại học theo hệ thống tín chỉ;</p> <p>- Căn cứ Quyết định số 161/QĐ-DCT ngày 22/01/2022 của Hiệu trưởng Trường Đại học Công nghiệp Thực phẩm Thành phố Hồ Chí Minh về việc ban hành Về xây dựng, thẩm định, ban hành, rà soát, đánh giá, cập nhật chuẩn đầu ra và chương trình đào tạo các trình độ của giáo dục đại học;</p> <p>- Căn cứ Quyết định 2212/QĐ-DCT ngày 19/10/2021 của</p>	
--	--	--	--

		<p>Hiệu trưởng Trường Đại học Công nghiệp Thực phẩm Thành phố Hồ Chí Minh về việc Ban hành Quy định Chuẩn đầu ra ngoại ngữ đối với sinh viên đại học;</p> <p>- Căn cứ Quyết định 1201/QĐ-DCT ngày 17/05/2022 của Hiệu trưởng Trường Đại học Công nghiệp Thực phẩm Thành phố Hồ Chí Minh về việc Ban hành Quy định Chuẩn kỹ năng sử dụng công nghệ thông tin (CNTT) đối với sinh viên, học viên không chuyên ngành CNTT;</p> <p>- Căn cứ Quyết định số 3468/QĐ-DCT ngày 05/12/2017 của Hiệu trưởng Trường Đại học Công nghiệp Thực phẩm Thành phố Hồ Chí Minh về việc ban hành Quy định về điều kiện, quy trình, hồ sơ mở ngành đào tạo trình</p>	
--	--	--	--

		độ đại học và đình chỉ tuyển sinh, thu hồi quyết định mở ngành trình độ đại học...	
--	--	--	--

II. Kết quả cụ thể

Kết quả khảo sát các bên liên quan về việc sửa đổi, cập nhật chương đào tạo ngành Marketing cho thấy hầu hết các bên liên quan đều đồng ý 80,9% (89/110) với chuẩn đầu ra hiện tại của chương trình ngành Kinh doanh quốc tế đang áp dụng. Tuy nhiên còn 19,1% (21/110) các bên liên quan chưa đồng ý và có ý kiến khác như sau: nên bổ sung môn Kinh tế lượng vào trong chương trình đào tạo; thay môn video Marketing; Thiết kế website thương mại điện tử (vì các môn học này thiên về kỹ thuật khá khó và phức tạp đối với sinh viên) bằng 2 môn khác là: Quản trị bán hàng và Đạo đức kinh doanh và văn hóa doanh.

Về cấu trúc kiến thức của chương trình đào tạo:

Kiến thức đại cương: 32 tín chỉ chiếm 26%

Kiến thức cơ sở ngành 36 tín chỉ chiếm 30%

Kiến thức ngành chính 53 tín chỉ chiếm 44%

Đánh giá về tính hợp lí của cấu trúc này, đa số (từ khoảng 80% trở lên) các bên liên quan đều đồng ý về việc phân bổ số tín chỉ như trên. Tuy nhiên, hầu hết các ý kiến đều góp ý nên giảm số lượng tín chỉ khối kiến thức đại cương và tăng lên ở số tín chỉ thực tập, thực tế vì SV tốt nghiệp cần nhiều kinh nghiệm để đáp ứng yêu cầu xã hội.

Bảng 1: Đánh giá cấu trúc của chương trình đào tạo

Ý kiến	Sinh viên đang theo học		Nhà tuyển dụng		Giảng viên		Chuyên gia	
	SL	%	SL	%	SL	%	SL	%
Đồng ý	76	89,41	4	80	13	86,7	4	80
Không đồng ý	3	3,52	-	-	1	6,7	-	-
Ý kiến khác	6	7,07	1	20	1	6,6	1	20

Bảng 2: Đánh giá tính hợp lý của chương trình đào tạo

Tiêu chí	Chuyên gia			Sinh viên đang theo học			Nhà tuyển dụng			Giảng viên		
	Rất đồng ý	Đồng ý	Phân vân, không chắc chắn	Không đồng ý	Rất đồng ý	Đồng ý	Phân vân, không chắc chắn	Không đồng ý	Rất đồng ý	Đồng ý	Phân vân, không chắc chắn	Không đồng ý
Mục tiêu đào tạo của ngành học rõ ràng, phù hợp với trình độ đào tạo?	3	1	1	-	75	5	5	-	3	1	1	-
Chương trình đào tạo phù hợp, linh hoạt với sinh viên đại học?	4	1	-	-	75	5	5	-	4	1	-	-
Thời lượng của chương trình đào tạo đủ để phát triển kiến thức kỹ năng theo mục tiêu đào tạo?	4	1	-	-	75	5	5	-	4	1	-	-
Tỉ lệ giữa các học phần lý thuyết và thực hành là cân đối, hợp lý?	4	-	1	-	75	5	5	-	4	-	1	-
Thời lượng các học phần thực hành đủ để hình thành các kỹ năng nghề nghiệp chuyên môn của người học?	4	1	-	-	75	5	5	-	3	1	1	-
Các học phần đào tạo kỹ năng mềm như giao tiếp, làm việc nhóm, nghiên cứu khoa học trong chương trình đào tạo là hữu ích?	4	1	-	-	75	5	5	-	4	1	-	-

**Bảng 3: Tổng hợp một số ý kiến của các bên liên quan về chương trình đào tạo
(lấy ý kiến thông qua phỏng vấn)**

STT	Sinh viên đang theo học	Nhà tuyển dụng	Giảng viên	Chuyên gia
1	Các môn đại cương nên cắt giảm và tập trung vào các môn có liên quan tới chuyên ngành về sau, có những môn học sau khi học xong sinh viên không biết áp dụng vào việc gì.	Nên yêu cầu bắt buộc sinh viên phải thực tập tối thiểu là 4-6 tháng trước khi tốt nghiệp	Giảm tải khối kiến thức đại cương	Giảm bớt phần kiến thức đại cương, để tập trung vào kiến thức cơ sở ngành và chuyên ngành
	Giảm bớt các môn chính trị càng ít càng tốt. Hiện tại các môn này học để đối phó cho qua, không có hữu ích gì, còn lại đồng ý	Thực tập tốt nghiệp nên có nhiều tín chỉ hơn	Giảm bớt phần kiến thức đại cương, để tập trung vào kiến thức cơ sở ngành và chuyên ngành	Kiến thức đại cương chỉ nên chiếm khoảng từ 20 - 25% số TC của CTĐT
	Giảm bớt giáo dục đại cương để tăng cường môn chuyên ngành (trong đó có các môn tự chọn)	Giáo dục đại cương chỉ nên chiếm khoảng 25% số TC của CTĐT		
	Thực tập tốt nghiệp nên được tăng cường, giúp sinh viên ra trường có kinh nghiệm thực tế nhiều hơn, điều này vô cùng cần thiết cho các bạn khi bắt đầu công việc tại các công ty.			
	Nên bổ sung thêm môn tự			

	chọn, để sinh viên có thể lựa chọn được hướng đi, bổ sung kiến thức cho nghề nghiệp tương lai.			
	Nên đưa môn thương mại điện tử, trách nhiệm xã hội vào chương trình đào tạo			

TRƯỞNG KHOA

(Ký, ghi rõ họ tên)

TS Bùi Hồng Đăng

CHỦ TỊCH HỘI ĐỒNG

XÂY DỰNG CTĐT

(Ký, ghi rõ họ tên)

TS Trần Thị Ngọc Lan

PHỤ LỤC 1.5.1 BÁO CÁO ĐÁNH GIÁ

Về tính hiệu quả chuẩn đầu ra của chương trình đào tạo đang thực hiện

(Trường hợp cập nhật CDR)

Chương trình đào tạo ngành: Marketing

Trình độ: Đại học

Thực hiện Thông báo số 68 ngày 25 tháng 1 năm 2022 của Trường Đại học Công nghiệp Thực phẩm TP. Hồ Chí Minh về việc đánh giá, cập nhật chuẩn đầu ra chương trình đào tạo trình độ đại học năm học 2021 - 2022 và kế hoạch chi tiết của Khoa Quản trị kinh doanh, Hội đồng xây dựng chương trình đào tạo ngành Quản trị kinh doanh trình độ Đại học đã thu thập thông tin, minh chứng liên quan đến sự cần thiết phải sửa đổi, cập nhật chuẩn đầu ra chương trình đào tạo như sau:

1. Đánh giá mức độ đáp ứng yêu cầu của chuẩn đầu ra CTĐT

Hệ thống CDR của ngành Marketing có cơ sở lý luận vững chắc, có định hướng và hướng dẫn minh bạch, tạo nền tảng đáng tin cậy cho kết quả hoàn thành được, làm tiền đề cho các CTĐT được xây dựng ở giai đoạn sắp tới. CDR được hình thành trên tinh thần căn cứ sát với mục tiêu và khung chương trình dành cho cử nhân ngành Marketing, đồng thời đáp ứng về kiến thức, kỹ năng, thái độ dành cho người học.

CDR của CTĐT được thiết kế phát huy năng lực chủ động, sáng tạo của SV, đồng thời tạo môi trường thuận lợi cho SV giao lưu, hợp tác trong học tập, tìm hiểu thông tin và nhận hỗ trợ từ phía giảng viên hoặc cố vấn học tập

2. Đánh giá về mức độ cải tiến, phát triển của chuẩn đầu ra CTĐT

Chuẩn đầu ra CTĐT được cải tiến, phát triển đảm bảo thực hiện được mục tiêu chung và các mục tiêu cụ thể của chương trình đào tạo. Cụ thể đáp ứng mục tiêu chung là đào tạo cử nhân Marketing theo hướng ứng dụng phù hợp với tầm nhìn, sứ mạng của trường; có phẩm chất chính trị, đạo đức và sức khỏe tốt, có tinh thần trách nhiệm với xã hội; nắm vững những kiến thức cơ bản về kinh tế, quản lý, xã hội và có tính nhân văn; có kiến thức và kỹ năng quản trị, tương lai có thể điều hành các loại hình doanh nghiệp trong và ngoài nước; có tư duy nghiên cứu độc lập; có năng lực tự nghiên cứu bổ sung kiến thức theo yêu cầu công việc. Đồng thời đáp ứng mục tiêu cụ thể là sau khi tốt nghiệp có kiến thức, kỹ năng, mức độ tự chủ và chịu trách nhiệm

3. Đánh giá chuẩn đầu ra CTĐT hiện có theo bộ tiêu chuẩn đánh giá chất lượng CTĐT <MOET>

Đáp ứng được Tiêu chuẩn 1: Mục tiêu và chuẩn đầu ra của CTĐT

- Mục tiêu của CTĐT được xác định rõ ràng.
- Mục tiêu của CTĐT hướng đến đạt được sứ mạng và tầm nhìn của trường ĐH CNTP TP.HCM
- CTĐT có mục tiêu phù hợp với mục tiêu của giáo dục đại học quy định tại Luật Giáo dục đại học.

- Mục tiêu của CTĐT phản ánh nhu cầu của thị trường lao động

4. So sánh giữa kết quả nghiên cứu về yêu cầu phát triển chuẩn đầu ra CTĐT và mức độ đáp ứng yêu cầu của chuẩn đầu ra CTĐT đang thực hiện

So sánh kết quả nghiên cứu về yêu cầu phát triển chuẩn đầu ra CTĐT và mức độ đáp ứng yêu cầu của chuẩn đầu ra CTĐT đang thực hiện cho thấy:

- CĐR và CTĐT được gắn kết chặt chẽ. Triết lý giáo dục, tầm nhìn, sứ mạng của trường được thể hiện trong quá trình xây dựng CĐR, thể hiện được sự phát triển năng lực và tính ứng dụng nghề nghiệp cho người học

- CĐR được xây dựng trên cơ sở nghiên cứu thị trường lao động, phát huy được nội lực của trường và đáp ứng được yêu cầu cấp thiết của xã hội trên các phương diện: kiến thức, kỹ năng, thái độ của nhân lực ngành Marketing. Khắc phục tính chung chung của CĐR, phân biệt được sự khác nhau giữa CĐR của các ngành nghề và giữa các bậc học (đại học, sau đại học).

- Xây dựng CĐR được xây dựng dựa trên cơ sở của những lý thuyết giáo dục tiên tiến nhằm đảm bảo nâng cao chất lượng CĐR và tính ứng dụng phục vụ quá trình phát triển CTĐT.

5. Dự kiến tác động của việc thay đổi, cập nhật chuẩn đầu ra CTĐT

- CĐR và CTĐT có sự gắn bó chặt chẽ với nhau. CĐR thể hiện được đầy đủ và sâu sắc những triết lý giáo dục phù hợp hơn với xu hướng vận động của xã hội là phát triển năng lực người học và tăng tính ứng dụng nghề nghiệp

- Chất lượng CĐR được nâng cao, nội dung CĐR cụ thể, rõ ràng.

- Thể hiện rõ tính đặc thù nghề nghiệp và sự khác nhau giữa các bậc học, hệ đào tạo.

TRƯỞNG KHOA

(Ký, ghi rõ họ tên)

TS Bùi Hồng Đăng

CHỦ TỊCH HỘI ĐỒNG

XÂY DỰNG CTĐT

(Ký, ghi rõ họ tên)

TS Trần Thị Ngọc Lan

PHỤ LỤC 1.5.2
BÁO CÁO ĐÁNH GIÁ
Về tính hiệu quả chương trình đào tạo đang thực hiện
(Trường hợp cập nhật CTĐT)

Chương trình đào tạo ngành: Marketing

Trình độ: Đại học

Thực hiện Thông báo số 68 ngày 25 tháng 1 năm 2022 của Trường Đại học Công nghiệp Thực phẩm TP. Hồ Chí Minh về việc đánh giá, cập nhật chuẩn đầu ra chương trình đào tạo trình độ đại học năm học 2021 - 2022 và kế hoạch chi tiết của Khoa Quản trị kinh doanh, Hội đồng xây dựng chương trình đào tạo ngành Kinh doanh quốc tế trình độ Đại học đã thu thập thông tin, minh chứng liên quan đến sự cần thiết phải sửa đổi, cập nhật chuẩn đầu ra chương trình đào tạo như sau:

1. Đánh giá mức độ đáp ứng so với chuẩn đầu ra và mục tiêu đã xác định

CTĐT là một yếu tố quan trọng trong việc nâng cao chất lượng đào tạo, đồng thời là cơ sở để hội nhập phát triển trong đào tạo. Các thông tin trong CTĐT và đề cương chi tiết từng học phần ngành Marketing được xây dựng tuân thủ các quy định của Bộ GD & ĐT, các quyết định của Trường, năng lực của Khoa QTKD. Quá trình bổ sung, điều chỉnh và cập nhật CTĐT, CDR và đề cương chi tiết từng học phần của khoa đều dựa trên nhiều nguồn thông tin khác nhau như từ đóng góp, xây dựng của Hội đồng khoa học Khoa, giảng viên, các đơn vị tuyển dụng, các nhà chuyên môn thông qua các buổi thảo luận và hội thảo khoa học.

2. Sự phù hợp để đánh giá CTĐT hiện có theo bộ tiêu chuẩn đánh giá chất lượng CTĐT của Bộ GD&ĐT (hoặc bộ tiêu chí khác).

CTĐT đáp ứng tiêu chuẩn đánh giá chất lượng CTĐT của Bộ GD&ĐT và tiêu chuẩn MOET.

- CTĐT có đủ các nội dung, bao gồm: mục tiêu đào tạo; CDR; cấu trúc khoá học; nội dung, phương pháp và hoạt động đào tạo; ma trận thể hiện sự đóng góp của các học phần vào việc đạt được CDR của chương trình.

- CTĐT được xây dựng có sự đối sánh và tham chiếu với chương trình đào tạo của các cơ sở giáo dục trong và ngoài nước.

- Đề cương các học phần đầy đủ thông tin và cập nhật: tên môn học/học phần; số tín chỉ; mục tiêu, CDR của học phần, ma trận liên kết nội dung chương mục với CDR; các yêu cầu của học phần; cấu trúc học phần; phương pháp dạy-học; phương thức kiểm tra/đánh giá; tài liệu chính và tài liệu tham khảo;...

3. Sự thống nhất và gắn kết giữa nội dung chương trình, phương pháp kiểm tra đánh giá, nguồn tài liệu phục vụ học tập và giảng dạy, ...

CTĐT có sự thống nhất và gắn kết giữa nội dung chương trình, phương pháp kiểm tra đánh giá, nguồn tài liệu phục vụ học tập và giảng dạy.

4. So sánh giữa kết quả nghiên cứu về yêu cầu phát triển chương trình đào tạo và mức độ đáp ứng yêu cầu của chương trình đào tạo đang thực hiện

- Chương trình dạy học được thiết kế dựa trên chuẩn đầu ra.
- Đóng góp của mỗi học phần trong việc đạt được chuẩn đầu ra là rõ ràng.
- Chương trình dạy học có cấu trúc, trình tự logic; nội dung cập nhật và có tính tích hợp.
- Các hoạt động dạy và học được thiết kế phù hợp để đạt được chuẩn đầu ra.
- Các hoạt động dạy và học thúc đẩy việc rèn luyện các kỹ năng, nâng cao khả năng học tập suốt đời của người học.
- Việc đánh giá kết quả học tập của người học được thiết kế phù hợp với mức độ đạt được chuẩn đầu ra.
- Các quy định về đánh giá kết quả học tập của người học (bao gồm thời gian, phương pháp, tiêu chí, trọng số, cơ chế phản hồi và các nội dung liên quan) rõ ràng và được thông báo công khai tới người học.
- Phương pháp đánh giá kết quả học tập đa dạng, đảm bảo độ giá trị, độ tin cậy và sự công bằng.

5. Dự kiến tác động của việc thay đổi, cập nhật chương trình đào tạo

- CTĐT và CDR có sự gắn bó chặt chẽ với nhau. CTĐT thể hiện được đầy đủ và sâu sắc những triết lý giáo dục phù hợp hơn với xu hướng vận động của xã hội là phát triển năng lực người học và tăng tính ứng dụng nghề nghiệp
- Chất lượng CTĐT được nâng cao, nội dung CTĐT cụ thể, rõ ràng.
- Thể hiện rõ tính đặc thù nghề nghiệp và sự khác nhau giữa các bậc học, hệ đào tạo.

TRƯỞNG KHOA
(Ký, ghi rõ họ tên)

TS Bùi Hồng Đăng

CHỦ TỊCH HỘI ĐỒNG
XÂY DỰNG CTĐT
(Ký, ghi rõ họ tên)

TS Trần Thị Ngọc Lan

PHỤ LỤC 1.6.1

BÁO CÁO CHI TIẾT VỀ NHỮNG NỘI DUNG SỬA ĐỔI, CẬP NHẬT CHUẨN

ĐẦU RA CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO

(Trường hợp cập nhật Chuẩn đầu ra)

Chương trình đào tạo ngành: Marketing

Trình độ: Đại học

Thực hiện Thông báo số 68 ngày 25 tháng 1 năm 2022 của Trường Đại học Công nghiệp Thực phẩm TP. Hồ Chí Minh về việc đánh giá, cập nhật chuẩn đầu ra chương trình đào tạo trình độ đại học năm học 2021 - 2022 và kế hoạch chi tiết của Khoa Quản trị kinh doanh, Hội đồng xây dựng chương trình đào tạo ngành Marketing trình độ Đại học đã thu thập thông tin, minh chứng liên quan đến sự cần thiết phải sửa đổi, cập nhật chuẩn đầu ra chương trình đào tạo như sau:

1. Về số lượng chuẩn đầu ra

Số lượng chuẩn đầu ra không thay đổi. Chương trình đào tạo có 15 chuẩn đầu ra (PLO), được chia thành ba nhóm kiến thức, kỹ năng, mức độ tự chủ và trách nhiệm.

Chuẩn đầu ra kiến thức từ PLO1 đến PLO5, chuẩn đầu ra kỹ năng từ PLO6 đến PLO11 và chuẩn đầu ra về mức độ tự chủ và trách nhiệm là từ PLO12 đến PLO15

2. Về nội dung chuẩn đầu ra

Nội dung chuẩn đầu ra hầu hết được giữ nguyên, vì ngành Marketing là ngành mới được xây dựng vào năm 2021 của khoa QTKD mới được và mới bắt đầu giảng dạy cho sinh viên khóa 12

Ký hiệu	Nội dung thay đổi
a	Kiến thức
PLO1	Không thay đổi
PLO1.1	Không thay đổi
PLO1.2	Không thay đổi
PLO2	Không thay đổi
PLO2.1	Không thay đổi
PLO2.2	Không thay đổi
PLO2.3	Không thay đổi
PLO3	Không thay đổi
PLO3.1	Không thay đổi
PLO3.2	Không thay đổi
PLO4	Không thay đổi
PLO4.1	Không thay đổi
PLO4.2	Không thay đổi
PLO5	Không thay đổi
PLO5.1	Không thay đổi
b	Kỹ năng

Ký hiệu	Nội dung thay đổi
PLO6	Không thay đổi
PLO6.1	Không thay đổi
PLO6.2	Không thay đổi
PLO6.3	Không thay đổi
PLO7	Không thay đổi
PLO7.1	Không thay đổi
PLO7.2	Không thay đổi
PLO8	Không thay đổi
PLO8.1	Không thay đổi
PLO8.2	Không thay đổi
PLO9	Không thay đổi
PLO9.1	Không thay đổi
PLO9.2	Không thay đổi
PLO10	Không thay đổi
PLO10.1	Không thay đổi
PLO11	Không thay đổi
PLO11.1	Không thay đổi
PLO11.2	Không thay đổi
c	Mức độ tự chủ và trách nhiệm
PLO12	Không thay đổi
PLO12.1	Không thay đổi
PLO12.2	Không thay đổi
PLO13	Không thay đổi
PLO13.1	Không thay đổi
PLO14	Không thay đổi
PLO14.1	Không thay đổi
PLO15	Không thay đổi
PLO15.1	Không thay đổi
PLO15.2	Không thay đổi
PLO15.3	Không thay đổi

TRƯỞNG KHOA
(Ký, ghi rõ họ tên)

TS Bùi Hồng Đăng

CHỦ TỊCH HỘI ĐỒNG
XÂY DỰNG CTĐT
(Ký, ghi rõ họ tên)

TS Trần Thị Ngọc Lan

PHỤ LỤC 1.6.2. BÁO CÁO CHI TIẾT VỀ NHỮNG NỘI DUNG SỬA ĐỔI, CẬP NHẬT CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO

Chương trình đào tạo ngành: Marketing

Hệ đào tạo: **Đại học chính qui**

Thực hiện theo Quyết định số 161/QĐ-DCT ngày 22/01/2022 của Hiệu trưởng Trường Đại học Công nghiệp Thực phẩm TP. Hồ Chí Minh của Hiệu trưởng Trường Đại học Công nghiệp Thực phẩm TP. Hồ Chí Minh về việc ban hành Quy định xây dựng, thẩm định, ban hành, rà soát, đánh giá, cập nhật chuẩn đầu ra và chương trình đào tạo các trình độ của giáo dục đại học, Hội đồng xây dựng chương trình đào tạo báo cáo chi tiết về những nội dung cần sửa đổi, cập nhật chương trình đào tạo, như sau:

1. Về chương trình đào tạo tổng thể

1.1. Mục tiêu đào tạo

TT	Chương trình cũ	Chương trình mới	Những cập nhật, thay đổi
Mục tiêu chung			
	Đào tạo cử nhân Marketing có kiến thức cơ bản và chuyên sâu về chuyên ngành marketing đáp ứng nhu cầu xã hội trong thời đại số; có khả năng lập kế hoạch, tổ chức, lãnh đạo và kiểm soát các vấn đề liên quan đến hoạt động marketing của doanh nghiệp; thành thạo các kỹ năng, có tư cách đạo đức nghề nghiệp, có năng lực tự chủ và trách nhiệm, có khả năng thích ứng phát triển nghề nghiệp bản thân trong môi trường cạnh tranh và bối cảnh hội nhập toàn cầu.	Đào tạo cử nhân Marketing có kiến thức cơ bản và chuyên sâu về chuyên ngành marketing đáp ứng nhu cầu xã hội trong thời đại số; có khả năng lập kế hoạch, tổ chức, lãnh đạo và kiểm soát các vấn đề liên quan đến hoạt động marketing của doanh nghiệp; thành thạo các kỹ năng, có tư cách đạo đức nghề nghiệp, có năng lực tự chủ và trách nhiệm, có khả năng thích ứng phát triển nghề nghiệp bản thân trong môi trường cạnh tranh và bối cảnh hội nhập toàn cầu.	Không thay đổi.
Mục tiêu cụ thể			
	• Về kiến thức	• Về kiến thức	Không thay đổi.

<p>Cử nhân Marketing có kiến thức nền tảng cơ bản về khối ngành kinh tế, quản lý, kinh doanh, thương mại và chuyên sâu về lĩnh vực marketing. Sinh viên có năng lực vận dụng kiến thức để giải quyết các vấn đề marketing, cung cấp thông tin và ra quyết định đối với các hoạt động liên quan đến chức năng marketing và vai trò nhà quản trị marketing.</p>	<p>Cử nhân Marketing có kiến thức nền tảng cơ bản về khối ngành kinh tế, quản lý, kinh doanh, thương mại và chuyên sâu về lĩnh vực marketing. Sinh viên có năng lực vận dụng kiến thức để giải quyết các vấn đề marketing, cung cấp thông tin và ra quyết định đối với các hoạt động liên quan đến chức năng marketing và vai trò nhà quản trị marketing.</p>	
<ul style="list-style-type: none"> • Về kỹ năng <p>Kỹ năng cơ bản và chuyên sâu về lập kế hoạch, tổ chức, lãnh đạo và kiểm soát các vấn đề liên quan đến hoạt động marketing của doanh nghiệp; có khả năng thích ứng phát triển nghề nghiệp bản thân trong môi trường cạnh tranh và bối cảnh hội nhập toàn cầu.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Về kỹ năng <p>Kỹ năng cơ bản và chuyên sâu về lập kế hoạch, tổ chức, lãnh đạo và kiểm soát các vấn đề liên quan đến hoạt động marketing của doanh nghiệp; có khả năng thích ứng phát triển nghề nghiệp bản thân trong môi trường cạnh tranh và bối cảnh hội nhập toàn cầu.</p>	
<ul style="list-style-type: none"> • Về thái độ <p>Tác phong làm việc chuyên nghiệp; tự tin giao tiếp, đàm phán; có kỹ năng tư duy hệ thống, tư duy phân tích một cách độc lập; Có</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Về thái độ <p>Tác phong làm việc chuyên nghiệp; tự tin giao tiếp, đàm phán; có kỹ năng tư duy hệ thống, tư duy phân tích một cách độc lập; Có khả</p>	

khả năng làm việc độc lập và làm việc nhóm; có năng lực sáng tạo khởi nghiệp và truyền cảm hứng kinh doanh với đồng nghiệp và cộng đồng.	năng làm việc độc lập và làm việc nhóm; có năng lực sáng tạo khởi nghiệp và truyền cảm hứng kinh doanh với đồng nghiệp và cộng đồng.	
--	--	--

Bảng 1.1. Những cập nhật thay đổi trong mục tiêu

1.2 Chuẩn đầu ra

TT	Chương trình cũ		Chương trình mới		Những cập nhật, thay đổi
a. KIẾN THỨC					
Ký hiệu	Chủ đề chuẩn đầu ra	TĐNL	Chủ đề chuẩn đầu ra	TĐNL	
PLO1	Vận dụng kiến thức thực tế vững chắc, kiến thức lý thuyết sâu, rộng trong phạm vi của ngành marketing.	5	Vận dụng kiến thức thực tế vững chắc, kiến thức lý thuyết sâu, rộng trong phạm vi của ngành marketing.	5	không thay đổi
PLO1.1	Tư duy toán học, xây dựng mô hình hóa và áp dụng bài toán xác xuất thống kê vào giải các bài toán kinh tế.	3	Tư duy toán học, xây dựng mô hình hóa và áp dụng bài toán xác xuất thống kê vào giải các bài toán kinh tế.	3	không thay đổi
PLO1.2	Vận dụng kiến thức lý thuyết cũng	4	Vận dụng kiến thức lý thuyết cũng	4	không thay đổi

	như thực tiễn chuyên sâu về ngành Marketing trong kinh doanh truyền thông và thời đại số.		như thực tiễn chuyên sâu về ngành Marketing trong kinh doanh truyền thông và thời đại số.		
PLO1.3	Xây dựng các bộ phận liên quan đến hoạt động marketing, thị trường, khách hàng, thương hiệu... của doanh nghiệp.	5	Xây dựng các bộ phận liên quan đến hoạt động marketing, thị trường, khách hàng, thương hiệu... của doanh nghiệp.	5	
PLO2	Áp dụng kiến thức cơ bản về khoa học tự nhiên, xã hội, khoa học chính trị và pháp luật.	3	Áp dụng kiến thức cơ bản về khoa học tự nhiên, xã hội, khoa học chính trị và pháp luật.	3	không thay đổi
PLO2.1	Rèn luyện và bảo vệ sức khỏe, hiểu biết về quốc phòng trong xây dựng và bảo vệ Tổ quốc.	3	Rèn luyện và bảo vệ sức khỏe, hiểu biết về quốc phòng trong xây dựng và bảo vệ Tổ quốc.	3	không thay đổi
PLO2.2	Áp dụng các kiến thức khoa học chính trị và	3	Áp dụng các kiến thức khoa học chính trị và	3	không thay đổi

	pháp luật để phân tích các thể chế, chính sách đầu tư và marketing.		pháp luật để phân tích các thể chế, chính sách đầu tư và marketing.		
PLO2.3	Áp dụng các kiến thức khoa học xã hội như tâm lý học, văn hóa, và giao tiếp vào thực tiễn hoạt động marketing trong doanh nghiệp.	3	Áp dụng các kiến thức khoa học xã hội như tâm lý học, văn hóa, và giao tiếp vào thực tiễn hoạt động marketing trong doanh nghiệp.	3	không thay đổi
PLO3	Sử dụng công nghệ thông tin vào tìm kiếm, xử lý số liệu phục vụ cho việc nghiên cứu thị trường, khách hàng, thương hiệu và các hoạt động liên quan đến marketing.	3	Sử dụng công nghệ thông tin vào tìm kiếm, xử lý số liệu phục vụ cho việc nghiên cứu thị trường, khách hàng, thương hiệu và các hoạt động liên quan đến marketing.	3	không thay đổi
PLO3.1	Sử dụng các phần mềm văn phòng vào soạn thảo văn bản và thao tác công việc.	3	Sử dụng các phần mềm văn phòng vào soạn thảo văn bản và thao tác công việc.	3	không thay đổi
PLO3.2	Sử dụng các phần mềm	3	Sử dụng các phần mềm	3	không thay đổi

	chuyên dụng vào nghiên cứu marketing, phân tích dữ liệu, tương tác với khách hàng và quản trị rủi ro như: SPSS, Excel, Microsoft office...		chuyên dụng vào nghiên cứu marketing, phân tích dữ liệu, tương tác với khách hàng và quản trị rủi ro như: SPSS, Excel, Microsoft office...		
PLO4	Nghiên cứu marketing, xây dựng kế hoạch marketing, tổ chức thực hiện và giám sát quá trình hoạt động marketing trong doanh nghiệp.	4	Nghiên cứu marketing, xây dựng kế hoạch marketing, tổ chức thực hiện và giám sát quá trình hoạt động marketing trong doanh nghiệp.	4	không thay đổi
PLO4.1	Áp dụng các nguyên lý cơ bản trong kinh tế vào phân tích môi trường tác nghiệp của doanh nghiệp tầm vi mô và vĩ mô.	3	Áp dụng các nguyên lý cơ bản trong kinh tế vào phân tích môi trường tác nghiệp của doanh nghiệp tầm vi mô và vĩ mô.	3	không thay đổi
PLO4.2	Vận dụng các phương pháp thống kê, nghiên cứu marketing vào chuyên	4	Vận dụng các phương pháp thống kê, nghiên cứu marketing vào chuyên	4	không thay đổi

	ngành marketing.		ngành marketing.		
PLO4.3	Phân tích và vận dụng các quy luật tự nhiên - xã hội, luật kinh tế, kế toán, tài chính để đánh giá và lựa chọn các hoạt động marketing.	4	Phân tích và vận dụng các quy luật tự nhiên - xã hội, luật kinh tế, kế toán, tài chính để đánh giá và lựa chọn các hoạt động marketing.	4	không thay đổi
PLO5	Quản trị và điều hành các hoạt động marketing trong doanh nghiệp	4	Quản trị và điều hành các hoạt động marketing trong doanh nghiệp	4	không thay đổi
PLO5.1	Quản trị các hoạt động marketing, thị trường, khách hàng, thương hiệu và hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp.	4	Quản trị các hoạt động marketing, thị trường, khách hàng, thương hiệu và hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp.	4	không thay đổi
PLO5.2	Điều hành các hoạt động nghiên cứu marketing, truyền thông, xúc tiến thương mại, quảng cáo... trong doanh nghiệp.	4	Điều hành các hoạt động nghiên cứu marketing, truyền thông, xúc tiến thương mại, quảng cáo... trong doanh nghiệp.	4	không thay đổi

PL05.3	Điều hành các mối quan hệ với khách hàng, quan hệ công chúng và quản trị marketing trong doanh nghiệp.	4	Điều hành các mối quan hệ với khách hàng, quan hệ công chúng và quản trị marketing trong doanh nghiệp.	4	không thay đổi
--------	--	---	--	---	----------------

B. KỸ NĂNG

Ký hiệu	Chủ đề chuẩn đầu ra	TĐNL	Chủ đề chuẩn đầu ra	TĐNL	
PLO6	Phân tích, dự báo và ra quyết định các vấn đề liên quan đến hoạt động marketing trong môi trường đầy biến động.	4	Phân tích, dự báo và ra quyết định các vấn đề liên quan đến hoạt động marketing trong môi trường đầy biến động.	4	không thay đổi
PLO6.1	Thực hiện các nghiệp vụ marketing, quản trị marketing, quản trị phát triển thị trường và khách hàng.	4	Thực hiện các nghiệp vụ marketing, quản trị marketing, quản trị phát triển thị trường và khách hàng.	4	không thay đổi
PLO6.2	Xây dựng, thực hiện, kiểm soát và hoạch định chiến lược marketing, quản trị quan hệ khách	4	Xây dựng, thực hiện, kiểm soát và hoạch định chiến lược marketing, quản trị quan hệ khách	4	không thay đổi

	hàng, XNK, logistic...		hàng, XNK, logistic...		
PLO6.3	Vận dụng pháp luật trong hoạt động marketing, xúc tiến thương mại, quảng cáo, quan hệ công chúng và đàm phán ký kết hợp đồng.	4	Vận dụng pháp luật trong hoạt động marketing, xúc tiến thương mại, quảng cáo, quan hệ công chúng và đàm phán ký kết hợp đồng.	4	không thay đổi
PLO7	Lãnh đạo, sáng tạo tinh thần khởi nghiệp và truyền cảm hứng kinh doanh từ các nguồn lực của cộng đồng.	4	Lãnh đạo, sáng tạo tinh thần khởi nghiệp và truyền cảm hứng kinh doanh từ các nguồn lực của cộng đồng.	4	không thay đổi
PLO7.1	Thành lập, lãnh đạo, tổ chức hoạt động và phát triển nhóm công việc.	4	Thành lập, lãnh đạo, tổ chức hoạt động và phát triển nhóm công việc.	4	không thay đổi
PLO7.2	Khởi nghiệp sáng tạo từ các vấn đề xã hội và môi trường từ các nguồn lực cộng đồng.	4	Khởi nghiệp sáng tạo từ các vấn đề xã hội và môi trường từ các nguồn lực cộng đồng.	4	không thay đổi
PLO8	Phản biện, nhận diện, kiểm soát, cảnh báo các	4	Phản biện, nhận diện, kiểm soát, cảnh báo các	4	không thay đổi

	rủi ro marketing phát sinh và đề xuất các giải pháp ứng phó phù hợp.		rủi ro marketing phát sinh và đề xuất các giải pháp ứng phó phù hợp.		
PLO8.1	Thu thập, phân tích và xử lý thông tin, sử dụng được các phần mềm nghiên cứu thị trường, nghiên cứu marketing để đề xuất các giải pháp và chính sách marketing trong doanh nghiệp.	4	Thu thập, phân tích và xử lý thông tin, sử dụng được các phần mềm nghiên cứu thị trường, nghiên cứu marketing để đề xuất các giải pháp và chính sách marketing trong doanh nghiệp.	4	không thay đổi
PLO8.2	Vận dụng kiến thức khoa học tự nhiên, xã hội vào nghiên cứu, khám phá và nhận diện các vấn đề rủi ro liên quan đến hoạt động marketing.	4	Vận dụng kiến thức khoa học tự nhiên, xã hội vào nghiên cứu, khám phá và nhận diện các vấn đề rủi ro liên quan đến hoạt động marketing.	4	không thay đổi
PLO9	Đánh giá chất lượng công việc và kết quả thực hiện của các	4	Đánh giá chất lượng công việc và kết quả thực hiện của các	4	không thay đổi

	thành viên trong nhóm		thành viên trong nhóm		
PLO9.1	Kiểm tra, đánh giá mức độ hoàn thành công việc với mục tiêu đặt ra của từng thành viên và của nhóm.	4	Kiểm tra, đánh giá mức độ hoàn thành công việc với mục tiêu đặt ra của từng thành viên và của nhóm.	4	không thay đổi
PLO9.2	Xây dựng các tiêu chí kiểm tra, đề xuất chế độ khen thưởng phù hợp.	4	Xây dựng các tiêu chí kiểm tra, đề xuất chế độ khen thưởng phù hợp.	4	không thay đổi
PLO10	Thích ứng và đề xuất các giải pháp tại nơi làm việc; chuyển tải, phổ biến kiến thức, kỹ năng quản lý điều hành hoạt động marketing cụ thể hoặc phức tạp.	4	Thích ứng và đề xuất các giải pháp tại nơi làm việc; chuyển tải, phổ biến kiến thức, kỹ năng quản lý điều hành hoạt động marketing cụ thể hoặc phức tạp.	4	không thay đổi
PLO10.1	Vận dụng chiến lược, chính sách, kế hoạch marketing và truyền đạt hiệu quả.	4	Vận dụng chiến lược, chính sách, kế hoạch marketing và truyền đạt hiệu quả.	4	không thay đổi
PLO10.2	Phối hợp các kỹ năng trình bày, thuyết	4	Phối hợp các kỹ năng trình bày, thuyết	4	không thay đổi

	trình, giao tiếp bằng văn bản, đa truyền thông và hệ thống mạng xã hội.		trình, giao tiếp bằng văn bản, đa truyền thông và hệ thống mạng xã hội.		
PLO11	Áp dụng thành thạo các kỹ năng, đạt chuẩn ngoại ngữ bậc 3/6 Khung năng lực ngoại ngữ của Việt Nam	4	Áp dụng thành thạo các kỹ năng, đạt chuẩn ngoại ngữ bậc 3/6 Khung năng lực ngoại ngữ của Việt Nam	4	không thay đổi
PLO11.1	Giao tiếp bằng tiếng Anh tương đương trình độ từ B1	3	Giao tiếp bằng tiếng Anh tương đương trình độ từ B1	3	không thay đổi
PLO11.2	Đọc hiểu, soạn thảo, giao tiếp chuyên môn được bằng tiếng Anh với các đối tác nước ngoài	4	Đọc hiểu, soạn thảo, giao tiếp chuyên môn được bằng tiếng Anh với các đối tác nước ngoài	4	
C. MỨC ĐỘ TỰ CHỦ VÀ TRÁCH NHIỆM					
Ký hiệu	Chủ đề chuẩn đầu ra	TĐNL	Chủ đề chuẩn đầu ra	TĐNL	
PLO12	Độc lập trong công việc; phát triển nhóm công việc, chịu trách nhiệm cá nhân và	4	Độc lập trong công việc; phát triển nhóm công việc, chịu trách nhiệm cá nhân và	4	không thay đổi

	trách nhiệm đối với nhóm.		trách nhiệm đối với nhóm.		
PLO12.1	Tự chủ, tự chịu trách nhiệm trong công việc được phân công hay đảm nhận.	4	Tự chủ, tự chịu trách nhiệm trong công việc được phân công hay đảm nhận.	4	không thay đổi
PLO12.2	Phát huy vai trò của cá nhân, của tập thể trong phối hợp triển khai và thực hiện công việc của tổ chức.	4	Phát huy vai trò của cá nhân, của tập thể trong phối hợp triển khai và thực hiện công việc của tổ chức.	4	không thay đổi
PLO13	Hướng dẫn, giám sát và đôn đốc cấp dưới thực hiện nhiệm vụ trong tầm hạn quản trị	4	Hướng dẫn, giám sát và đôn đốc cấp dưới thực hiện nhiệm vụ trong tầm hạn quản trị	4	không thay đổi
PLO13.1	Phân tách công việc, chia nhóm thực hiện và giám sát hoạt động các thành viên trong nhóm.	4	Phân tách công việc, chia nhóm thực hiện và giám sát hoạt động các thành viên trong nhóm.	4	không thay đổi
PLO13.2	Tương tác, truyền cảm hứng và tạo động lực làm việc đến đồng nghiệp.	4	Tương tác, truyền cảm hứng và tạo động lực làm việc đến đồng nghiệp.	4	không thay đổi

PLO14	Tự định hướng, đưa ra kết luận chuyên môn và bảo vệ quan điểm cá nhân.	4	Tự định hướng, đưa ra kết luận chuyên môn và bảo vệ quan điểm cá nhân.	4	không thay đổi
PLO14.1	Phán xét, tư duy sáng tạo trong quản và điều hành.	4	Phán xét, tư duy sáng tạo trong quản và điều hành.	4	không thay đổi
PLO14.2	Nghiên cứu, khám phá kiến thức và kỹ năng mới.	4	Nghiên cứu, khám phá kiến thức và kỹ năng mới.	4	không thay đổi
PLO15	Lập kế hoạch, điều phối, quản lý các nguồn lực, đánh giá và cải thiện hiệu quả các hoạt động marketing trong doanh nghiệp.	4	Lập kế hoạch, điều phối, quản lý các nguồn lực, đánh giá và cải thiện hiệu quả các hoạt động marketing trong doanh nghiệp.	4	không thay đổi
PLO15.1	Áp dụng tư duy hệ thống: lập luận vấn đề logic, có hệ thống, nhận diện vấn đề ở phạm vi toàn cục, phân loại sắp xếp được các vấn đề theo thứ tự ưu tiên cần giải quyết/xử lý.	4	Áp dụng tư duy hệ thống: lập luận vấn đề logic, có hệ thống, nhận diện vấn đề ở phạm vi toàn cục, phân loại sắp xếp được các vấn đề theo thứ tự ưu tiên cần giải quyết/xử lý.	4	không thay đổi

PLO15.2	Điều phối các nguồn lực theo yêu cầu công việc, xử lý linh hoạt các vấn đề phát sinh trong tầm hạn quản trị.	4	Điều phối các nguồn lực theo yêu cầu công việc, xử lý linh hoạt các vấn đề phát sinh trong tầm hạn quản trị.	4	không thay đổi
---------	--	---	--	---	----------------

Bảng 1.2. Những cập nhật thay đổi trong chuẩn đầu ra

1.3 Khung chương trình

1.3.1 Những thay đổi chung

Những thay đổi chung trong khung chương trình đào tạo được trình bày trong bảng 1.3 sau:

Những thay đổi chung trong khung chương trình đào tạo được trình bày trong bảng 1.3 sau:

STT	Đề mục	Chương trình cũ	Chương trình mới	Những cập nhật, thay đổi
1	Tên chương trình	Marketing	Marketing	Không thay đổi
2	Thời gian đào tạo	Chương trình được đào tạo 3.5 năm, chia thành 7 học kỳ	Chương trình được đào tạo 3,5 năm, chia thành 7 học kỳ.	Điều chỉnh chính tả
3	Tổng số tín chỉ	121 tín chỉ	121 tín chỉ	không thay đổi
4	Số tín chỉ Khối kiến thức đại cương	45 tín chỉ	45 tín chỉ	không thay đổi
5	Số tín chỉ Khối kiến thức cơ sở ngành	36 tín chỉ	36 tín chỉ	không thay đổi
6	Số tín chỉ Khối kiến thức chuyên ngành	53 tín chỉ	55 tín chỉ	Tăng 2 tín chỉ môn Kinh tế lượng
7	Số tín chỉ thực tập nghề nghiệp	5 tín chỉ	5 tín chỉ	không thay đổi
8	Số tín chỉ đồ án tốt nghiệp/ khóa luận tốt nghiệp	8 tín chỉ	8 tín chỉ	không thay đổi
9	Số lượng các môn học bắt buộc Khối kiến thức đại cương	17	17	không thay đổi

10	Số lượng các môn học tự chọn Khối kiến thức đại cương	6	7	Bổ sung thêm một môn tự chọn là Kinh tế lượng để SV có nhiều sự lựa chọn hơn. Tổng số tín chỉ phần tự chọn vẫn giữ nguyên (7 tín chỉ)
11	Số lượng các môn học bắt buộc Khối kiến thức cơ sở ngành	10	10	không thay đổi
12	Số lượng các môn học tự chọn Khối kiến thức cơ sở ngành	4	4	không thay đổi
13	Số lượng các môn học bắt buộc Khối kiến thức ngành chính	13	13	không thay đổi
14	Số lượng các môn học tự chọn Khối kiến thức chuyên ngành	1	0	Chuyển 2 môn tự chọn Truyền thông trong kinh doanh và Kỹ năng đàm phán sang Kiến thức cơ sở ngành tự chọn, nhóm D.
15	Số lượng tín chỉ ngành Marketing (Học kỳ doanh nghiệp)	15	15	không thay đổi

Bảng 1.3 Những thay đổi chung trong khung chương trình đào tạo

Nhận xét:

So với chương trình cũ, chương trình mới có những điểm thay đổi nổi bật sau:

- Bổ sung thêm một môn tự chọn là Kinh tế lượng để SV có nhiều sự lựa chọn hơn. Nhưng tổng số tín chỉ vẫn giữ nguyên (7 tín chỉ).
- Môn hành vi người tiêu dùng từ 2 tín chỉ thành 3 tín chỉ
- Môn Quản trị bán hàng từ 2 tín chỉ thành 3 tín chỉ
- Đổi tên môn Nghiên cứu Marketing thành môn Nghiên cứu thị trường

1.3.2 Những thay đổi cụ thể

Điều chỉnh chương trình đào tạo đại học cụ thể như sau:

Khối lượng kiến thức toàn khóa 121 tín chỉ (không bao gồm giáo dục thể chất và giáo dục quốc phòng), trong đó:

- Khối kiến thức cơ bản (đại cương): 32
- Khối kiến thức cơ sở ngành: 36
- Khối kiến thức ngành: 53
- Chương trình được đào tạo 3.5 năm, chia thành 7 học kỳ

Quá trình đào tạo được chia làm 7 HK;

- Khối kiến thức giáo dục cơ bản: HK 1,2;
- Khối kiến thức cơ sở của khối ngành: HK 3,4;
- Khối kiến thức ngành: HK 5,6;
- Học kỳ doanh nghiệp: HK 7

Nội dung điều chỉnh chương trình mới so với chương trình cũ

Nội dung	Chương trình cũ	Chương trình mới
Khối lượng toàn khóa	121 TC (không tính GDQP và AN, GDTC)	121 TC (không tính GDQP và AN, GDTC)
Kiến thức giáo dục đại cương	32	32
Kiến thức cơ sở ngành	36	36
Kiến thức chuyên ngành	36	36
Thực tập tốt nghiệp	7	7
Khóa luận tốt nghiệp	8	8
Thời lượng thực hành tính theo tổng chương trình đào tạo	28,1% (34/121)	28,1% (34/121)
Thời gian đào tạo (năm)	3,5	3,5

Qui định về khóa luận tốt nghiệp	Bắt buộc sinh viên làm khóa luận/đồ án tốt nghiệp	Bắt buộc sinh viên làm khóa luận/đồ án tốt nghiệp
----------------------------------	---	---

Các học phần bổ sung mới (tự chọn):

Nội dung điều chỉnh chương trình mới so với chương trình cũ

Nội dung	Chương trình cũ	Chương trình mới
Khối lượng toàn khóa		
Kiến thức giáo dục đại cương	Không có môn Kinh tế lượng	Bổ sung thêm một môn tự chọn là Kinh tế lượng để SV có nhiều sự lựa chọn hơn. Tổng số tín chỉ phần tự chọn vẫn giữ nguyên (7 tín chỉ)
	Tinh giảm 2 môn Video marketing và Thiết kế Web thương mại điện tử	Trùng lặp nội dung với các môn khác.
	1. Môn hành vi người tiêu dùng 2 tín chỉ 2(2,0) 2. Môn Quản trị bán hàng 2 tín chỉ 2(2,0)	1. Môn hành vi người tiêu dùng 3 tín chỉ 3(3,0) 2. Môn Quản trị bán hàng 3 tín chỉ 3(2,1)
	Nghiên cứu Marketing 3(2,1)	Nghiên cứu thị trường 3(2,1)

2. Về đề cương chi tiết các học phần

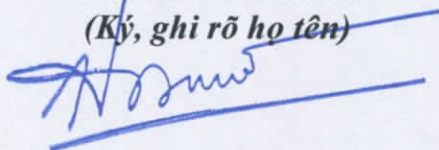
- Chỉnh sửa tất cả các đề cương tổng quát theo mẫu mới, bổ sung đề cương chi tiết của tất cả các học phần trong chương trình đào tạo.

- Bổ sung đề cương tổng quát, đề cương chi tiết của học phần Kinh.tế.lượng.

3. Dự kiến tác động của việc thay đổi, cập nhật chuẩn đầu ra và chương trình đào tạo

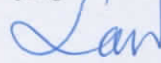
Chương trình đào tạo được chỉnh sửa, bổ sung làm rõ các nội dung, đảm bảo đáp ứng mục tiêu đào tạo và chuẩn đầu ra.

TRƯỞNG KHOA
(Ký, ghi rõ họ tên)



TS. Bùi Hồng Đăng

CHỦ TỊCH HỘI ĐỒNG
XÂY DỰNG CTĐT
(Ký, ghi rõ họ tên)



TS. Trần Thị Ngọc Lan

PHỤ LỤC 1.7- MA TRẬN KỸ NĂNG

STT	Mã học phần	Mã tự quản	Tên học phần	Chuẩn đầu ra (PLO)															
				1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	
1	0101100651	11200001	Triết học Mác- Lênin	-	2	-	-	-	-	3	-	-	-	-	-	3	-	-	-
2	0101002298	11200002	Kinh tế chính trị Mác – Lênin	-	3	-	-	-	-	3	-	-	-	-	-	3	-	-	-
3	0101000476	11200003	Chủ nghĩa xã hội khoa học	-	2	-	-	-	-	3	-	-	-	-	-	3	-	-	-
4	0101001625	11200004	Lịch sử Đảng Cộng sản Việt Nam	-	2	-	-	-	-	3	-	-	-	-	-	3	-	-	-
5	0101006322	11200005	Tư tưởng Hồ Chí Minh	-	2	-	-	-	-	3	-	-	-	-	-	3	-	-	-
6	0101100822	14200201	Anh văn 1	-	-	-	-	-	-	3	-	-	-	-	3	3	3	3	3
7	0101100823	14200202	Anh văn 2	-	-	-	-	-	-	4	-	-	-	-	4	4	4	4	4
8	0101100824	14200203	Anh văn 3	-	-	-	-	-	-	5	-	-	-	-	5	5	5	5	5
9	0101101922	01201010	Kỹ năng ứng dụng CNTT	2	-	3	-	-	-	-	3	-	-	-	-	3	-	-	-
10	0101001706	16201001	Giáo dục thể chất 1	-	3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3	-	-	-
11	0101001709	16201002	Giáo dục thể chất 2	-	3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3	-	-	-
12	0101001715	16201003	Giáo dục thể chất 3	-	3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3	-	-	-
13	0101001657	16200004	Giáo dục quốc phòng an ninh 1	-	3	-	-	-	-	3	-	-	-	-	-	3	-	-	-
14	0101001662	16200005	Giáo dục quốc phòng - an ninh 2	-	3	-	-	-	-	3	-	-	-	-	-	3	-	-	-
15	0101001669	16200006	Giáo dục quốc phòng - an ninh 3	-	3	-	-	-	-	3	-	-	-	-	-	3	-	-	-
16	0101001677	16200007	Giáo dục quốc phòng - an ninh 4	-	3	-	-	-	-	3	-	-	-	-	-	3	-	-	-
17	0101003671	11200006	Pháp luật đại cương	-	3	-	3	-	-	-	-	-	-	-	-	3	-	-	-
18	0101100417	13200010	Tâm lý học kinh doanh	-	3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3	-	-	-
19	0101002400	07200444	Kỹ năng giao tiếp	-	3	3	-	-	-	-	-	-	-	-	3	3	3	3	3
20	0101003015	15200022	Logic học	3	-	3	-	-	-	-	-	-	-	-	3	-	-	-	-
21	0101006622	15200005	Xác suất thống kê trong kinh tế, dịch vụ	3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3	-	-	-	3

MỤC LỤC

Phụ lục 1. Các căn cứ thực hiện	1
Phụ lục 2. Thang đánh giá	3
Phụ lục 1.3. Đối sánh chương trình đào tạo	21
Phụ lục 1.4.1. Báo Cáo Kết Quả	33
Phụ lục 1.4.2. Báo cáo kết quả	40
Phụ lục 1.5.1. Báo cáo đánh giá	50
Phụ lục 1.5.2. Báo cáo đánh giá	52
Phụ lục 1.6.1. Báo cáo chi tiết về những nội dung sửa đổi, cập nhật chuẩn đầu ra chương trình đào tạo	54
Phụ lục 1.6.2. Báo cáo chi tiết về những nội dung sửa đổi, cập nhật chương trình đào tạo	56
Phụ lục 1.7. Ma trận kỹ năng	75

