

## **CHUẨN ĐẦU RA**

(Áp dụng cho khóa 22 – niên khóa 2016 – 2020)

- 1. Tên ngành đào tạo: Kinh Doanh Thương Mại – Chuyên ngành: Marketing**
- 2. Trình độ đào tạo: Đại học**
- 3. Kiến thức**

### **3.1. Kiến thức khoa học cơ bản:**

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

### **3.2. Kiến thức nền tảng ngành cốt lõi:**

Sinh viên thuộc chuyên ngành Marketing phải thông hiểu và nắm vững các kiến thức cốt lõi của chuyên ngành của mình như: Hành vi khách hàng, Phương pháp nghiên cứu Marketing, Quản trị marketing, Marketing thương mại dịch vụ, Marketing quốc tế, Kỹ năng bán hàng và Quản trị bán hàng, Quản trị thương hiệu, Quản trị kênh phân phối, Quảng cáo sáng tạo, Tiếp thị thương mại (Trade marketing), Marketing kỹ thuật số (Digital marketing), Quan hệ công chúng (PR), Quản lý quan hệ khách hàng (CRM). Ngoài ra, sinh viên chuyên ngành còn được bổ trợ bằng một số kiến thức có liên quan và ảnh hưởng đến nghề nghiệp tương lai

của mình như: Lý thuyết về tài chính-tiền tệ, Luật kinh tế, Đạo đức kinh doanh, Quản trị chiến lược, Quản trị dự án, Phân tích và quản trị rủi ro, Tài chính doanh nghiệp, và Thương mại điện tử (E-commerce).

### **3.3. Kiến thức nền tảng chuyên ngành nâng cao:**

Ngoài ra sinh viên còn được trang bị những môn tăng cường kiến thức dưới dạng các *môn tự chọn* (electives) như: Thiết kế ứng dụng trong marketing (Marketing Design), Quản trị nguồn nhân lực, Động thái (hành vi) tổ chức, Tổ chức sự kiện (Event), Thuế và Tin học ứng dụng.

## **4. Kỹ năng**

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

### **4.1. Kỹ năng giao tiếp:**

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

### **4.2. Kỹ năng vi tính (công nghệ thông tin):**

Môn học về vi tính do Trường giảng dạy đủ để sinh viên có khả năng hoàn thành công việc của mình tại nhiệm sở. Trong quá trình học tại Khoa, sinh viên được yêu cầu nắm vững việc sử dụng phần mềm Excel và một số phần mềm khác, như SPSS, phần mềm về PowerPoint để tiện việc tính toán và trình bày trước một cử tọa. Tuy nhiên, muốn tăng cường kỹ năng vi tính để phục vụ thêm cho nhu cầu riêng biệt của từng cá nhân, sinh viên được khuyến khích học thêm ở bên ngoài về lĩnh vực này.

### **4.3. Kỹ năng làm việc độc lập:**

Trong quá trình học tại Khoa, do có sự chuyển đổi trong đề cương môn học được áp dụng từ học kỳ 1 năm học 2009-2010, sinh viên buộc phải dành thời gian cho nghiên cứu riêng (suy tầm trên Internet, sách báo, tạp chí, v.v.); do đó, khi tốt nghiệp sinh viên phải có khả năng làm việc độc lập trong cơ quan hay doanh nghiệp.

#### **4.4. Óc phân tích và phán đoán:**

Óc phân tích và phán đoán thể hiện qua việc giải quyết các bài tập và tình huống trong lớp học. Sự rèn luyện này sẽ ngày càng thăng tiến trong quá trình học tập, nhất là khi sinh viên được yêu cầu phải đạt được kỹ năng làm việc độc lập. Óc phân tích này cũng được thể hiện qua việc trình bày bằng lời và viết lách. Việc cho bài tập dưới hình thức tự luận buộc sinh viên phải dần dần kiện toàn kỹ năng này.

#### **4.5. Kỹ năng giải quyết vấn đề:**

Sinh viên khi tốt nghiệp cần phải củng cố và kiện toàn khả năng này, bởi những vấn đề thực tế trong cuộc đời đòi hỏi người sinh viên phải tự giải quyết các vấn đề của mình và của cơ quan. Để đạt được kỹ năng này, người sinh viên phải thực hiện các bài tập của môn học và các bài tập tình huống khi còn đi học, dưới hình thức cá nhân hay nhóm.

#### **4.6. Kỹ năng sáng tạo:**

Đối với chuyên ngành Marketing, tính sáng tạo là một nhu cầu không thể thiếu ở người sinh viên, nhất là trong các lĩnh vực như quảng cáo và chiêu thị, bán hàng.

#### **4.7. Kỹ năng tổ chức công việc:**

Đây là một kỹ năng quan trọng sau khi tốt nghiệp. Có đến 13% cựu sinh viên bị các doanh nghiệp sử dụng đánh giá là không có kỹ năng tổ chức công việc. Điều này xuất phát từ việc không có kỷ luật trong học tập khi còn dưới mái nhà trường: không có kế hoạch học tập, không có thời khóa biểu học tập, không biết cách xếp thứ tự ưu tiên các môn học và không đặt mục tiêu học tập. Môn “Kỹ Năng

Học Tập tại Đại Học” của Khoa Thương Mại có thể cải tiến kỹ năng tổ chức của sinh viên sau khi tốt nghiệp.

#### **4.8. Kỹ năng lãnh đạo:**

Kỹ năng này không thể được dạy dỗ mà phải tùy năng khiếu của từng sinh viên, dù cho họ có học môn quản trị học. Thông thường, những sinh viên tham gia đoàn thể (ban cán sự lớp, Đoàn thanh niên, hội sinh viên) có cơ hội thể hiện kỹ năng lãnh đạo nhiều hơn những sinh viên không tham gia hội đoàn gì cả. Tuy nhiên, kỹ năng này có thể phát triển trong chừng mực ở dưới mái trường bằng cách xoay vòng chức vụ nhóm trưởng trong một lớp.

#### **4.9. Kỹ năng làm việc theo nhóm:**

Một trong những tiêu chuẩn tốt nghiệp là phải có kỹ năng làm việc theo nhóm. Điều này được thể hiện qua việc mổ xẻ tình huống hay thực hiện một công trình nghiên cứu của sinh viên. Đề tài nghiên cứu của sinh viên được thực hiện theo nhóm và bắt đầu từ học kỳ 4 trở đi; điểm của các công trình nghiên cứu của sinh viên sẽ được đưa vào học kỳ 7. Trong năm học 2012-2013, sinh viên còn được yêu cầu thực tập tại một xí nghiệp để viết đề tài nghiên cứu khoa học của mình theo nhóm.

#### **4.10. Kỹ năng thương lượng:**

Một yêu cầu về đầu ra nữa là kỹ năng thương lượng. Kỹ năng này được học qua môn học “Nghệ thuật giao tiếp và thương lượng”. Tuy nhiên, điều kiện thực hành kỹ năng này chủ yếu thông qua việc thảo luận nhóm khi mổ xẻ tình huống hay giải quyết vấn đề.

### **5. Thái độ**

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

**5.1. Tinh thần trách nhiệm và cam kết:** Sinh viên tốt nghiệp phải có tinh thần trách nhiệm trong bất kỳ công việc nào được giao và luôn luôn cam kết thực hiện tốt công việc đó; không được tiến thân bằng những hành động phi đạo đức.

**5.2. Sự kiên trì:** Luôn luôn hoàn thành nhiệm vụ được giao dù ở trong tình thế và điều kiện nào cũng vậy.

**5.3. Sáng kiến và động lực:** Dù trong hoàn cảnh nào, với óc sáng tạo và khả năng phân tích, người sinh viên phải phát huy sáng kiến trong công việc và duy trì động lực, đừng sa đà vào những việc vô ích. Trong hoàn cảnh nào cũng phải tăng tiến về kiến thức và kỹ năng. Tuy không có tính bắt buộc, sinh viên chuyên ngành Marketing được khuyến khích trau dồi thêm kiến thức bằng cách học thêm để lấy các chứng chỉ về Marketing do tổ chức trong nước hay nước ngoài cấp (như LCCI) để làm bàn đạp thăng tiến trong tổ chức.

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

## **6. Năng lực tự chủ và chịu trách nhiệm:**

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