

ĐẠI HỌC QUỐC GIA TP. HỒ CHÍ MINH
TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ - LUẬT

CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO
TRÌNH ĐỘ ĐẠI HỌC

TÊN CHƯƠNG TRÌNH
QUẢN TRỊ KINH DOANH CHẤT LƯỢNG CAO
BẰNG TIẾNG ANH
MÃ NGÀNH ĐÀO TẠO: 7340101

TP. Hồ Chí Minh, tháng 8 năm 2021



CHƯƠNG TRÌNH GIÁO DỤC ĐẠI HỌC

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

Tên chương trình: **QUẢN TRỊ KINH DOANH CHẤT LƯỢNG CAO BẰNG
TIẾNG ANH**

Trình độ đào tạo: **ĐẠI HỌC**

Ngành đào tạo: **QUẢN TRỊ KINH DOANH**

Mã ngành đào tạo: **7.34.01.01**

Loại hình đào tạo: **CHÍNH QUI TẬP TRUNG**

1) Mục tiêu đào tạo

Chương trình được thực hiện bởi Khoa Quản trị kinh doanh – Trường đại học Kinh tế - Luật. Chương trình được giảng dạy bằng tiếng Anh (trừ một số môn cơ bản và kỹ năng). Đội ngũ giảng viên của chương trình là những người có kinh nghiệm, chuyên môn sâu, được đào tạo từ các trường đại học tiên tiến trên thế giới và trong nước. Hệ thống giáo trình, tài liệu tham khảo và trang thiết bị học tập, phòng học, giảng đường hiện đại, đạt chuẩn quốc tế.

Trong thời gian cho phép học tại Trường, căn cứ vào kết quả học tập và yêu cầu đảm bảo tối thiểu tổng số tín chỉ chương trình Chất lượng cao, sinh viên được xét công nhận tốt nghiệp và cấp bằng theo quy chế đào tạo. Thông tin về ngành Chất lượng cao sinh viên theo học và số môn được học bằng tiếng Anh sẽ được thể hiện trong bảng điểm tốt nghiệp. Sinh viên đã đăng ký học chương trình Chất lượng cao nhưng hết thời gian cho phép học tại Trường mà chưa đủ điều kiện tốt nghiệp, được cấp giấy chứng nhận kết quả học tập của các môn đã học trong chương trình đào tạo.

Sau khi tốt nghiệp, cử nhân chất lượng cao Quản trị kinh doanh có thể làm việc trong *môi trường kinh doanh toàn cầu* với sự cạnh tranh cao, khả năng thích ứng với công việc nhanh chóng nhờ có kiến thức hiện đại về Kinh tế học, Quản trị học, Marketing và

Kinh doanh, trình độ Tiếng Anh thông thạo, kỹ năng đánh giá, xử lý các vấn đề của nền kinh tế thế giới và quan hệ kinh doanh hiện đại. Sinh viên tốt nghiệp có thể làm việc trong các công sở của Nhà nước, các trường đại học và viện nghiên cứu, doanh nghiệp, các tổ chức kinh doanh. Ngoài ra, sinh viên còn có thể tự tổ chức các hoạt động kinh doanh, lập thân, lập nghiệp hoặc tiếp tục học tập ở những bậc học cao hơn.

Bảng 1: Chuẩn đầu ra cấp độ 3, chương trình Quản Trị Kinh Doanh Chất Lượng Cao giảng dạy bằng tiếng Anh

Mức điểm đầu ra mục tiêu trên thang đo Bloom (1956) (từ 0,0 đến 5,0)

TIÊU CHÍ	NỘI DUNG CHUẨN ĐẦU RA	Chương trình đại trà	Chương trình CA
PHẦN 1	KIẾN THỨC CƠ BẢN VÀ LẬP LUẬN NGÀNH		
1.1.	Kiến thức cơ bản trong lĩnh vực khoa học Tự nhiên, Xã hội và Nhân văn		
1.1.1.	Có phương pháp luận khoa học để giải quyết các vấn đề kinh tế và kinh doanh.	4,5	5.0
1.1.2.	Có kiến thức Toán, Khoa học tự nhiên để ứng dụng nghiên cứu, giải quyết vấn đề trong tổ chức các hoạt động kinh doanh.	4,5	4.5
1.1.3.	Có kiến thức Khoa học xã hội và Nhân văn để ứng dụng giải quyết các vấn đề tổ chức và quản lý	4,5	4.5
1.2	Kiến thức cơ sở trong lĩnh vực kinh tế		
1.2.1.	Có kiến thức cơ bản về lý thuyết kinh tế cả vi mô, cả vĩ mô và quản lý	4,5	4.5
1.2.2.	Có kiến thức tài chính và kế toán để giải quyết các vấn đề kinh tế và quản lý.	4,5	4.5
1.2.3.	Có khả năng hiểu và hệ thống hóa kiến thức cơ bản trong kinh tế và kinh doanh	4,5	5.0
1.3.	Kiến thức cơ bản chuyên ngành quản trị kinh doanh		
1.3.1.	Có kiến thức và khả năng tư duy hệ thống trong giải quyết các vấn đề quản trị của tổ chức	4,5	5.0
1.3.2.	Có kiến thức cơ bản về các nguyên tắc của quản trị, lý thuyết cạnh tranh, sản xuất, đầu tư, phân phối sản phẩm và khách hàng.	4,5	5.0
1.3.3.	Có kiến thức luật pháp trong kinh doanh và các quy tắc về đạo đức nghề nghiệp.	4,5	4.5
1.3.4.	Có khả năng ứng dụng kiến thức để phân biện và xây dựng chiến lược kinh doanh.	4,5	5.0
1.3.5.	Có khả năng ứng dụng kiến thức để hoạch định và tổ chức hoạt động kinh doanh	4,0	4.5
PHẦN 2	KỸ NĂNG CHUYÊN MÔN – TỐ CHẤT CÁ NHÂN		
2.1.	Kỹ năng phân tích, thực nghiệm, phản biện và giải quyết vấn đề		
2.1.1.	Có khả năng nhận dạng và phát hiện vấn đề trong sản xuất, kinh doanh	4,0	4.5
2.1.2.	Có khả năng đánh giá, phân tích, tổng hợp và đưa ra giải pháp	4,5	5.0
2.1.3.	Có khả năng tổ chức thực hiện các phương án, dự án trong kinh doanh.	4,5	5.0
2.1.4.	Có khả năng quản lý một kế hoạch hoạt động, một công việc cụ thể như kế hoạch kinh doanh	4,5	5.0
2.2.	Kỹ năng lập kế hoạch và tư vấn chính sách kinh doanh		
2.2.1.	Có khả năng hình thành ý tưởng, lập kế hoạch tổ chức các hoạt động kinh doanh.	4,5	5.0
2.2.2.	Có khả năng đánh giá các phương án, dự án, chính sách về kinh doanh	4,5	4.5
2.2.3.	Có khả năng soạn thảo và đàm phán hợp đồng trong kinh doanh	4,5	4.5

TIÊU CHÍ	NỘI DUNG CHUẨN ĐẦU RA	Chương trình đại trà	Chương trình CA
2.2.4.	Có khả năng nghiên cứu, khám phá kiến thức đặc biệt là các vấn đề kinh doanh.	4,5	5.0
2.3.	Tư duy có hệ thống		
2.3.1.	Có khả năng tư duy theo hệ thống khi tiếp cận các vấn đề trong cuộc sống và môi trường quản trị, kinh doanh	4,5	5.0
2.3.2.	Có khả năng sắp xếp những vấn đề phát sinh và khả năng tương tác trong hệ thống	4,5	4.5
2.3.3.	Có khả năng sắp xếp và xác định các yếu tố trọng tâm trong giải quyết vấn đề	4,5	4.5
2.3.4.	Có khả năng phân tích ma trận và chọn giải pháp hợp lý trong quản trị	4,0	4.5
2.4.	Kỹ năng chuyên nghiệp		
2.4.1.	Có khả năng nhận thức về đặc điểm, tính cách và kiến thức của chính mình	4,5	4.5
2.4.2.	Chủ động lên kế hoạch cho nghề nghiệp của mình	4,5	5.0
2.4.3.	Có khả năng cập nhật thông tin thị trường và nắm bắt cơ hội kinh doanh	4,5	5.0
2.4.4.	Có khả năng quản lý các nguồn lực và thời gian	4,5	5.0
2.5.	Thái độ cá nhân		
2.5.1.	Chủ động và sẵn sàng chấp nhận rủi ro trong kinh doanh	4,5	5.0
2.5.2.	Có tính kiên trì và linh hoạt trong giải quyết vấn đề kinh doanh	4,5	5.0
2.5.3.	Thể hiện đạo đức nghề nghiệp, tính trung thực và làm việc có trách nhiệm	4,5	5.0
2.5.4.	Có thái độ hành xử công việc chuyên nghiệp và giải quyết vấn đề phát sinh	4,5	5.0
PHẦN 3	KỸ NĂNG GIAO TIẾP VÀ LÀM VIỆC THEO NHÓM		
3.1.	Kỹ năng giao tiếp		
3.1.1.	Có khả năng thiết lập chiến lược giao tiếp trong bối cảnh toàn cầu	4,5	5.0
3.1.2.	Có khả năng thiết lập một cấu trúc giao tiếp hiệu quả với đối tác	4,0	4.5
3.1.3.	Có khả năng giao tiếp bằng văn bản và giao tiếp đa phương tiện	4,5	5.0
3.1.4.	Có khả năng trình bày hiệu quả các vấn đề hay ý tưởng trước cộng đồng	4,0	4.5
3.1.5.	Có khả năng lắng nghe và tư duy phản biện vấn đề	4,0	4.5
3.2.	Kỹ năng làm việc nhóm		
3.2.1.	Có khả năng hình thành nhóm làm việc độc lập	4,5	4.5
3.2.2.	Có khả năng tổ chức hoạt động nhóm đạt được mục tiêu	4,5	4.5
3.2.3.	Có khả năng phát triển nhóm	4,5	4.5
3.2.4.	Có kỹ năng phối hợp làm việc nhóm	4,0	4.5
3.3.	Kỹ năng giao tiếp bằng ngoại ngữ		
3.3.1.	Có khả năng Giao tiếp văn bản hiệu quả bằng tiếng Anh (500 TOEIC).	4,0	5.0 (IELTS 6.0)
3.3.2.	Có khả năng giao tiếp đa phương tiện hiệu quả bằng tiếng Anh (500 TOEIC).	4,0	5.0 (IELTS 6.0)
3.3.3.*	Có khả năng giao tiếp tiếng bằng lời, trình bày các vấn đề chuyên ngành trôi chảy bằng tiếng Anh		4.5
PHẦN 4	PHẨM CHẤT CÁ NHÂN VÀ ĐẠO ĐỨC NGHỀ NGHIỆP		
4.1.	Bối cảnh xã hội		
4.1.1.	Nhận thức được vai trò và trách nhiệm của nhà quản trị trước cộng đồng	4,5	5.0
4.1.2.	Nhận thức được những kiến thức về pháp luật, lịch sử và văn hóa	4,0	4.5
4.1.3.	Nhận thức được những lợi ích trong kinh doanh mang lại cho xã hội	4,0	4.5
4.1.4.	Nhận thức được vấn đề mang tính thời sự	4,0	5.0
4.1.5.	Có khả năng phát triển viễn cảnh toàn cầu	4,5	5.0
4.1.6.*	Có khả năng thích nghi được với sự đa dạng văn hóa toàn cầu		4.0
4.2.	Bối cảnh kinh doanh và doanh nghiệp		

TIÊU CHÍ	NỘI DUNG CHUẨN ĐẦU RA	Chương trình đại trà	Chương trình CA
4.2.1.	Tôn trọng sự đa dạng văn hóa trong tổ chức	4,0	4.5
4.2.2.	Có khả năng quản trị xung đột lợi ích trong tổ chức	4,0	4.5
4.2.3.	Có khả năng thích ứng trong môi trường làm việc đa văn hóa	4,0	4.5
4.2.4.	Có khả năng quản trị những rủi ro trong kinh doanh	4,0	4.5
4.2.5.	Có khả năng quản trị sự thay đổi trong kinh doanh	4,0	4.5
4.3	Khả năng học suốt đời		
4.3.1.	Có ý thức tham gia vào các hoạt động rèn luyện sức khỏe, trí tuệ và tinh thần	4,5	5.0
4.3.2.	Có khả năng tự học hỏi và cập nhật kiến thức mới vào kinh doanh	4,5	5.0
4.3.3.	Có khả năng xây dựng mục tiêu cá nhân với sự phát triển nghề nghiệp	4,5	5.0
4.3.4.	Có khả năng vận dụng các phương pháp, các công cụ để tự nghiên cứu	4,5	5.0
4.3.5.	Có khả năng nắm bắt và vận dụng công nghệ mới đáp ứng mục tiêu nghề nghiệp	4,5	5.0

***Quy định về trình độ ngoại ngữ:** Chương trình cử nhân Quản trị kinh doanh chất lượng cao bằng tiếng Anh quy định sinh viên phải đạt điều kiện tiếng Anh đầu vào ở năm học thứ nhất tương đương IELTS 5.0, năm học thứ hai tương đương IELTS 5.5 và chuẩn đầu ra của chương trình tương đương IELTS 6.0.

Trình độ năng lực	Mô tả
0.0 -> 2.0	Có biết qua/có nghe qua
2.0 ->3.0	Có hiểu biết có thể tham gia
3.0 ->3.5	Có khả năng ứng dụng
3.5 ->4.0	Có khả năng phân tích
4.0 -> 4.5	Có khả năng tổng hợp
4.5 ->5.0	Có khả năng đánh giá

2) Ma trận chuẩn đầu ra-môn học

Bảng 2: Ma trận chuẩn đầu ra môn học

STT	MÔN HỌC	KIẾN THỨC CƠ BẢN, LẬP LUẬN NGÀNH			KỸ NĂNG CHUYÊN MÔN, TỐ CHẤT CÁ NHÂN					KỸ NĂNG GIAO TIẾP, LÀM VIỆC NHÓM			PHẨM CHẤT, ĐẠO ĐỨC NGHỀ NGHIỆP		
		1.1	1.2	1.3	2.1	2.2	2.3	2.4	2.5	3.1	3.2	3.3	4.1	4.2	4.3
1	Ngoại ngữ									X	X	X	X	X	X
2	Giáo dục thể chất														X
3	Giáo dục quốc phòng														X
4	Triết học Mác – Lê nin	X				X	X								X
5	Kinh tế chính trị Mác – Lê nin	X				X	X								X
6	Lịch sử Đảng cộng sản VN	X				X	X								X
7	Chủ nghĩa xã hội khoa học	X				X	X								X
8	Tư tưởng Hồ Chí Minh	X				X	X								X
9	Kinh tế học vi mô		X	X		X	X	X						X	
10	Kinh tế học vĩ mô		X	X		X	X	X						X	
11	Lý luận nhà nước và pháp luật	X		X			X							X	
12	Luật doanh nghiệp														
13	Quản trị học căn bản			X	X	X	X	X						X	
14	Tâm lý học đại cương	X									X		X		
15	Nhập môn khoa học giao tiếp	X								X					
16	Nhân học đại cương		X	X			X	X	X						X
17	Địa chính trị thế giới	X				X	X								X
18	Quan hệ quốc tế	X				X	X								X
19	Lịch sử văn minh thế giới	X				X	X								
20	Chuyển đổi số và trí tuệ nhân tạo														
21	Logic học		X				X	X							X
22	Kinh tế số														
23	Xã hội học	X				X	X								
24	Văn hóa học	X				X	X								
25	Cơ sở văn hóa Việt Nam	X				X	X								
26	Kỹ năng làm việc nhóm				X	X		X	X	X	X			X	X
27	Nghiệp vụ hành chính văn phòng														
28	Toán cao cấp	X	X				X	X						X	
29	LTXS và thống kê ứng dụng	X	X	X			X	X						X	
30	Nguyên lý thị trường tài chính		X	X	X	X	X	X							
32	Marketing căn bản			X	X	X	X	X						X	
32	Nguyên lý kế toán		X	X		X	X	X						X	
33	Kinh tế lượng		X	X			X	X						X	
34	Hệ thống thông tin doanh nghiệp			X	X	X	X	X						X	
35	Hành vi khách hàng		X	X	X	X	X	X						X	
36	Hành vi tổ chức			X	X	X	X	X						X	
37	Nghiên cứu Marketing			X	X	X	X	X						X	
38	Quản trị tài chính			X	X	X	X	X						X	
39	Quản trị chiến lược			X	X	X	X	X						X	
40	Quản trị nguồn nhân lực			X	X	X	X	X						X	
41	Quản trị thương hiệu			X	X	X	X	X						X	
42	Quản trị truyền thông			X	X	X	X	X						X	
43	Quản trị bán hàng			X	X	X	X	X						X	

STT	MÔN HỌC	KIẾN THỨC CƠ BẢN, LẬP LUẬN NGÀNH			KỸ NĂNG CHUYÊN MÔN, TỐ CHẤT CÁ NHÂN					KỸ NĂNG GIAO TIẾP, LÀM VIỆC NHÓM			PHẨM CHẤT, ĐẠO ĐỨC NGHỀ NGHIỆP		
		1.1	1.2	1.3	2.1	2.2	2.3	2.4	2.5	3.1	3.2	3.3	4.1	4.2	4.3
44	Quản trị chất lượng			X	X	X	X	X						X	
45	Quản trị hành chính văn phòng			X	X	X	X	X						X	
46	Quản trị rủi ro			X	X	X	X	X						X	
47	Quản trị khởi nghiệp	X	X	X			X	X		X	X		X	X	X
48	Quản trị sản xuất			X	X	X	X	X						X	
49	Quản trị dự án đầu tư			X	X	X	X	X						X	
50	Văn hóa doanh nghiệp				X	X		X	X	X	X	X		X	X
51	Nghệ thuật lãnh đạo				X	X		X	X	X	X	X		X	X
52	Quản trị marketing			X	X	X	X	X		X	X	X			
53	Phương pháp NCKH	X	X		X	X	X	X						X	X
54	Luật cạnh tranh	X		X			X							X	
55	Luật sở hữu trí tuệ	X		X			X							X	
56	Luật hợp đồng	X		X			X							X	
57	Luật thương mại quốc tế	X		X			X							X	
58	Kiến tập ngành QTKD														
60	Thực tập cuối khóa	X		X			X	X		X	X	X	X	X	X
61	Khóa luận tốt nghiệp	X	X	X			X	X		X			X	X	X

3) Cơ hội nghề nghiệp, vị trí và khả năng làm việc sau khi tốt nghiệp

Định hướng nghề nghiệp của sinh viên chương trình chất lượng cao ngành Quản trị kinh doanh gồm 3 nhóm nghề nghiệp chính:

- **Nhóm 1: Chủ doanh nghiệp.** Khi tốt nghiệp hoặc ngay khi còn đang học sinh viên có thể khởi nghiệp kinh doanh, hoặc khởi nghiệp sau một thời gian làm việc tích lũy kinh nghiệm với vai trò nhân viên có trình độ cao, có năng lực kinh doanh và tổ chức quản lý một doanh nghiệp. Nhờ có đam mê và tinh thần khởi nghiệp, trong tương lai sinh viên tốt nghiệp sẽ đi theo thiên hướng trở thành những chủ doanh nghiệp có trí tuệ và bản lĩnh kinh doanh, tự lập thân, lập nghiệp ở trong và ngoài nước.

- **Nhóm 2: Chuyên viên phân tích, tư vấn hoặc chuyên gia cao cấp.** Những chuyên viên có kiến thức và đam mê kinh doanh, trong tương lai sẽ là nhà quản lý cao cấp trong các doanh nghiệp ở các vị trí có liên quan đến Quản trị và Kinh doanh như: chuyên viên hoạch định, khai thác và sử dụng con người trong Quản trị nhân sự, phân tích, thẩm định và đề xuất các phương án đầu tư, phát triển thị trường, chăm sóc khách hàng và xây dựng thương hiệu, triển vọng trong tương lai sẽ trở thành những chuyên gia phân tích, chuyên gia tư vấn, trợ lý Tổng giám đốc hoặc Hội đồng quản trị trong các doanh nghiệp

trong nước và quốc tế,... Những chuyên viên cao cấp này có khả năng thích ứng trong môi trường công việc có tính cạnh tranh cao, có đủ năng lực làm việc tại các tổ chức kinh tế, các doanh nghiệp, có khả năng hoạch định, điều hành, tổ chức thực hiện và quản lý; có đủ năng lực đảm nhận các chức vụ lãnh đạo trong các phòng, ban, tổ chức, các chương trình, dự án tại các doanh nghiệp, các tổ chức kinh tế, tổ chức của Chính phủ và phi chính phủ cả ở trong và ngoài nước.

- **Nhóm 3: Giảng viên và nghiên cứu viên.** Sau khi tốt nghiệp, sinh viên có khả năng nghiên cứu và giảng dạy, có thể làm trợ giảng và tiến tới trong tương lai trở thành giảng viên cao cấp tại các trường đại học; chuyên viên nghiên cứu, tư vấn, phân tích, hoạch định chính sách, tham gia đề xuất, xây dựng và phát triển các ý tưởng mới trong lĩnh vực Quản trị và Kinh doanh cho các doanh nghiệp trong nền kinh tế.

Khả năng học tập và nâng cao trình độ sau khi tốt nghiệp: Cử nhân ngành Quản trị kinh doanh có thể tiếp tục học sau đại học (bậc Thạc sĩ, Tiến sĩ) thuộc khối ngành quản trị kinh doanh trong nước và ngoài nước.

4) Thời gian đào tạo: 4 năm

5) Khối lượng kiến thức toàn khóa: 120 Tín chỉ

Bảng 3: Tỷ lệ các khối kiến thức

Tổng khối lượng kiến thức	Khối kiến thức chung toàn trường	Khối kiến thức cơ sở khối ngành và nhóm ngành	Khối kiến thức chuyên ngành và bổ trợ	Thực tập và khóa luận tốt nghiệp
120 tín chỉ	36	24	50	10
100%	30%	20%	41,67%	8.33%

6) Đối tượng tuyển sinh

- Theo Quy chế tuyển sinh đại học, cao đẳng hệ chính quy ban hành hiện hành của Bộ Giáo dục và Đào tạo.
- Khối tuyển sinh: Theo quy định tuyển sinh của Trường Đại học Kinh tế - Luật.

LỘ TRÌNH ĐÀO TẠO TIẾNG ANH CỦA CHƯƠNG TRÌNH CHẤT LƯỢNG CAO

BẰNG TIẾNG ANH

1. Trình độ đào tạo tiếng Anh lớp Chất lượng cao bằng tiếng Anh:
 - Tiếng Anh tăng cường: 288 giờ
 - Tiếng Anh học thuật 1, 2, 3 và 4: 16 tín chỉ (4TC/lớp).
2. Yêu cầu: SV hoàn thành tối thiểu 8tc/16tc tiếng Anh học thuật trước khi tham gia chương trình đào tạo năm thứ hai.

7) Quy trình đào tạo, điều kiện tốt nghiệp

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

7.1. Quy trình đào tạo

Học chế đào tạo: Theo Hệ thống Tín chỉ

Quy trình đào tạo được chia làm 8 học kỳ:

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

7.2. Điều kiện tốt nghiệp

Sinh viên được công nhận tốt nghiệp, nếu hội đủ các điều kiện sau đây:

- Được công nhận là sinh viên Hệ chính quy của trường Đại học Kinh tế-Luật theo đúng ngành cấp bằng tốt nghiệp;
- Hoàn tất các môn học theo đúng Chương trình giáo dục quy định và tích lũy đủ số tín chỉ quy định của ngành đào tạo (gồm Khóa luận tốt nghiệp, thi các môn chuyên đề thêm tương đương với số Tín chỉ của Khóa luận tốt nghiệp), không có môn học nào đạt điểm dưới 5 và có Điểm trung bình chung tích lũy không dưới 5; không giới hạn thời gian tối thiểu, nhưng tối đa không quá 6 năm học.
- Đạt chuẩn trình độ ngoại ngữ theo quy định của ĐHQG-HCM và của trường (trừ trường hợp các lưu học sinh nước ngoài tuân theo Quy chế Công tác người nước ngoài học tại Việt Nam được ban hành kèm theo Quyết định số 33/1999/QĐ-BGD&ĐT ngày 25 tháng 8 năm 1999 của Bộ Trưởng Bộ GD&ĐT);
- Đạt chứng chỉ giáo dục quốc phòng và giáo dục thể chất;

- Tại thời điểm xét tốt nghiệp, sinh viên không bị truy cứu trách nhiệm hình sự hoặc không bị kỷ luật từ mức đình chỉ học tập.

8) Thang điểm

Sử dụng thang điểm 10 và được làm tròn đến 2 chữ số thập phân

9) Nội dung chương trình

Bảng 4: Nội dung chương trình đào tạo

Stt	Mã MH	Tên môn học (MH)	Loại MH (bắt buộc/tự chọn)	Tín chỉ			Phòng TN (**)
		Tiếng việt (Tiếng Anh)		Tổng cộng	Lý thuyết	Thực hành / Thí nghiệm	
I. Khối kiến thức chung toàn trường: 36 tín chỉ							
1	GEN1007	Triết học Mác-Lênin	BB	3			
2	GEN1003	Tư tưởng Hồ Chí Minh	BB	2			
3	ECO1051	Kinh tế chính trị Mác – Lê nin	BB	2			
4	GEN1009	Lịch sử Đảng cộng sản Việt Nam	BB	2			
5	GEN1010	Chủ nghĩa xã hội khoa học	BB	2			
6	ECO1001	Kinh tế học vi mô 1	BB	3			
7	ECO1002	Kinh tế vĩ mô 1	BB	3			
8	LAW1001	Lý luận nhà nước và pháp luật	BB	3			
9	LAW1501	Luật doanh nghiệp	BB	3			
10	BUS 1100	Quản trị học căn bản	BB	3			
11	GEN1101	Tâm lý học đại cương	TC	2			
	GEN1102	Nhập môn khoa học giao tiếp	TC	2			
	GEN1108	Nhân học đại cương	TC	2			
12	GEN1104	Quan hệ quốc tế	TC	2			
	GEN1103	Địa chính trị thế giới	TC	2			
	GEN1109	Lịch sử văn minh thế giới	TC	2			
13	MIS1105	Chuyển đổi số và trí tuệ nhân tạo	TC	2			
	GEN1107	Logic học	TC	2			
	GEN	Kinh tế số	TC	2			
14	GEN1106	Xã hội học	TC	2			

Stt	Mã MH	Tên môn học (MH)	Loại MH (bắt buộc/tự chọn)	Tín chỉ			Phòng TN (**)
		Tiếng việt (Tiếng Anh)		Tổng cộng	Lý thuyết	Thực hành / Thí nghiệm	
15	GEN1105	Văn hóa học	TC	2			
	GEN1110	Cơ sở văn hóa Việt Nam	TC	2			
	BUS1303	Kỹ năng làm việc nhóm	TC	2			
	GEN1112	Nghiệp vụ hành chính văn phòng	TC	2			
II	Khối kiến thức cơ sở khối ngành và nhóm ngành: 24 TC						
15	MAT1001	Toán cao cấp	BB	4			
16	MAT1002	Lý thuyết xác suất và thống kê ứng dụng	BB	4			
17	FIN1101	Nguyên lý thị trường tài chính	BB	4			
18	BUS 1200	Marketing căn bản	BB	4			
19	ACC1013	Nguyên lý kế toán	BB	4			
20	MAT1003	Kinh tế lượng	TC	4			
	MIS1005	Hệ thống thông tin doanh nghiệp	TC	4			
III	Khối kiến thức chuyên ngành và bổ trợ: 50 tín chỉ						
	Kiến thức chuyên ngành: 45 TC						
21	BUS1105	Quản trị chiến lược	BB	3			
22	BUS 1103	Quản trị nguồn nhân lực	BB	3			
23	BUS 1205	Quản trị Marketing	BB	3			
24	BUS 1111	Quản trị tài chính	BB	3			
25	BUS1300	Nghệ thuật lãnh đạo	BB	3			
26	BUS 1301	Văn hóa doanh nghiệp	BB	3			
27	BUS1210	Nghiên cứu marketing	BB	3			
28	BUS1108	Quản trị rủi ro	BB	3			
29	BUS1109	Quản trị dự án đầu tư	BB	3			
30	BUS1106	Quản trị sản xuất	BB	3			
31	BUS1116	Quản trị bán hàng	BB	3			
32	BUS 1102	Hành vi tổ chức	BB	3			
33	BUS1202	Hành vi khách hàng	BB	3			
34	BUS1206	Quản trị thương hiệu	TC	3			
	BUS1207	Truyền thông Marketing tích hợp	TC	3			

Stt	Mã MH	Tên môn học (MH)	Loại MH (bắt buộc/tự chọn)	Tín chỉ			Phòng TN (**)
		Tiếng việt (Tiếng Anh)		Tổng cộng	Lý thuyết	Thực hành / Thí nghiệm	
35	BUS1119	Quản trị chất lượng	TC	3			
	BUS1120	Quản trị hành chính văn phòng	TC	3			
	BUS1121	Quản trị khởi nghiệp	TC	3			
Khởi kiến thức bổ trợ (5 TC)							
36	BUS1318	Phương pháp nghiên cứu khoa học	BB	2			
37	LAW1510	Luật thương mại quốc tế	TC	3			
	LAW1502	Luật hợp đồng	TC	3			
	LAW1504	Luật sở hữu trí tuệ	TC	3			
	LAW1508	Luật cạnh tranh	TC	3			
IV	Thực tập tốt nghiệp và làm khóa luận: 10 tín chỉ						
38	BUS 1124	Kiến tập ngành QTKD	BB	2			
39	BUS1000	Thực tập	BB	4			
40	BUS1001	Khóa luận tốt nghiệp	TC	4			
	BUS1310	Phát triển kỹ năng quản trị	TC	2			
	BUS1122	Lập kế hoạch kinh doanh		2			

10) Kế hoạch giảng dạy: Theo từng học kỳ

Năm thứ I: chủ yếu học tiếng Anh.

(1) Sinh viên có trình độ tiếng Anh < 5.0 IELTS học 288 giờ trong 24 tuần trong học kỳ 1 và học kỳ 2.

Đồng thời, học kỳ hè học thêm tiếng Anh học thuật 3 và tiếng Anh học thuật 4.

(2) Sinh viên có trình độ tiếng Anh $\geq$ 5.0 IELTS học tiếng Anh học thuật:

Học kỳ 1: Tiếng Anh học thuật 1 - 4 TC; Tiếng Anh học thuật 2 - 4 TC.

Học kỳ 2: Tiếng Anh học thuật 3 - 4 TC; Tiếng Anh học thuật 4 - 4 TC.

Bảng 5: Kế hoạch giảng dạy

HK	STT	Mã môn học	Tên môn học	Số Tín chỉ	Ngôn ngữ giảng dạy	Ghi chú
Học kỳ 1 (6 TC CTC, 8 THAT, 3 GDTC)	1	MAT1001	Toán cao cấp (Advanced Mathematics)	4	Song ngữ	
	2	ENG1001	Tiếng Anh học thuật 1 (Academic English 1)	4	Tiếng Anh	SV có IELTS $\geq$ 5.0
	3	ENG1002	Tiếng Anh học thuật 2 (Academic English 2)	4	Tiếng Anh	SV có IELTS $\geq$ 5.0
	4	GEN1004	Giáo dục thể chất 1 (Physical Education 1)	3	Tiếng Việt	
	5	GEN1101	Tâm lý học đại cương (Introduction to Psychology)	2	Song ngữ	3 môn chọn 1
		GEN1102	Nhập môn khoa học giao tiếp (Introduction to Business Communication)	2	Song ngữ	
		GEN1108	Nhân học đại cương (Fundamentals of Anthropology)	2	Song ngữ	
Học kỳ 2 (7 TC CTC, 8 TIẾNG ANHHT, 3 GDTC và GDQP)	1	LAW1001	Lý luận nhà nước và pháp luật (Theory of State and Law)	3	Song ngữ	
	2	ENG1003	Tiếng Anh học thuật 3 (Academic English 3)	4	Tiếng Anh	SV có IELTS $\geq$ 5.0
	3	ENG1004	Tiếng Anh học thuật 4 (Academic English 4)	4	Tiếng Anh	SV có IELTS $\geq$ 5.0
	4	GEN1005	Giáo dục thể chất 2 (Physical Education 2)	3	Tiếng Việt	
	5	GEN1006	Giáo dục quốc phòng (National defence and security education)	165t	Tiếng Việt	
	6	GEN1104	Quan hệ quốc tế (International Relations)	2	Song ngữ	3 môn chọn 1
		GEN1103	Địa chính trị thế giới (World Geopolitics)	2	Song ngữ	
		GEN1109	Lịch sử văn minh Thế giới (The History of Civilizations)	2	Song ngữ	
	7	GEN1106	Xã hội học (Fundamentals of Sociology)	2	Song ngữ	3 môn chọn 1
		GEN1105	Văn hóa học (Culture Study)	2	Song ngữ	
		GEN1110	Cơ sở văn hóa Việt Nam (Foundation of Vietnamese Culture)	2	Song ngữ	
Học kỳ 3 (19 TC)	1	ECO1001	Kinh tế vi mô 1 (Microeconomics)	3	Tiếng Anh	
	2	LAW1501	Luật doanh nghiệp (Enterprise Law)	3	Tiếng Anh	

HK	STT	Mã môn học	Tên môn học	Số Tín chỉ	Ngôn ngữ giảng dạy	Ghi chú
	3	MAT1002	Lý thuyết xác suất và thống kê ứng dụng (Statistics and Probability Theory and Applied Statistics)	4	Tiếng Anh	
	4	BUS 1100	Quản trị học căn bản (Introduction to Management)	3	Tiếng Anh	
	5	ACC1013	Nguyên lý kế toán (Accounting Principles)	4	Tiếng Anh	
	6	BUS1318	Phương pháp nghiên cứu khoa học (Scientific Research Methodology)	2	Tiếng Anh	
	7	BUS1303	Kỹ năng làm việc nhóm (Teamwork Skills)	2	Tiếng Anh	2 môn chọn 1
		GEN1112	Nghị quyết hành chính văn phòng	2	Tiếng Anh	
Học kỳ 4 (22 TC)	1	GEN1007	Triết học Mác – Lênin (Principles of Marxist-Leninist)	3	Tiếng Việt	
	2	GEN1003	Tư tưởng HCM (Ho Chi Minh's Ideology)	2	Tiếng Việt	
	3	ECO1002	Kinh tế vĩ mô 1 (Macroeconomics)	3	Tiếng Anh	
	4	FIN1101	Những nguyên lý của thị trường tài chính (Financial and Monetary Theory)	4	Tiếng Anh	
	5	BUS 1200	Marketing căn bản (Principles of Marketing)	4	Tiếng Anh	
	6	MAT1003	Kinh tế lượng (Econometrics)	4	Tiếng Anh	2 môn chọn 1
		MIS1005	Hệ thống thông tin doanh nghiệp (Business Information Systems)	4	Tiếng Anh	
	7	MIS1105	Chuyển đổi số và trí tuệ nhân tạo (Digital Transformation and Artificial Intelligence)	2	Tiếng Anh	3 môn chọn 1
		GEN1107	Logic học (Science of Logic)	2	Tiếng Anh	
		ECO1060	Kinh tế số (Fundamentals of Digital Economy)	2	Tiếng Anh	
Học kỳ 5: 19 TC	1	ECO1051	Kinh tế chính trị Mác – Lênin (Marxist-Leninist Political Economy)	2	Tiếng Việt	
	2	GEN1009	Lịch sử Đảng cộng sản Việt Nam (History of Communist Party of Vietnam)	2	Tiếng Việt	
	3	BUS 1102	Hành vi tổ chức (Organizational Behavior)	3	Tiếng Anh	

HK	STT	Mã môn học	Tên môn học	Số Tín chỉ	Ngôn ngữ giảng dạy	Ghi chú
	4	BUS 1111	Quản trị tài chính (Financial Management)	3	Tiếng Anh	
	5	BUS 1205	Quản trị Marketing (Marketing Management)	3	Tiếng Anh	
	6	BUS1202	Hành vi khách hàng (Consumer Behavior)	3	Tiếng Anh	
	7	LAW1510	Luật thương mại quốc tế (Laws on International Trades)	3	Tiếng Anh	4 chọn 1
		LAW1502	Luật hợp đồng (Laws on Contracts)	3	Tiếng Anh	
		LAW1504	Luật sở hữu trí tuệ (Intellectual Properties Laws)	3	Tiếng Anh	
		LAW1508	Luật cạnh tranh (Laws on Competition)	3	Tiếng Anh	
Học kỳ 6: 19 TC	1	GEN1010	Chủ nghĩa xã hội khoa học (Science Socialism)	2	Tiếng Việt	
	2	BUS 1103	Quản trị nguồn nhân lực (Human Resource Management)	3	Tiếng Anh	
	3	BUS1210	Nghiên cứu marketing (Marketing Research)	3	Tiếng Anh	
	4	BUS1106	Quản trị sản xuất (Production and Operation Management)	3	Tiếng Anh	
	5	BUS1109	Quản trị dự án đầu tư (Project Management)	3	Tiếng Anh	
	6	BUS1300	Nghệ thuật lãnh đạo (Psychology of Leadership)	3	Tiếng Anh	
	7	BUS 1124	Kiến tập (Field Trip)	2	Tiếng Anh	
Học kỳ 7: 18 TC	1	BUS 1301	Văn hóa doanh nghiệp (Corporate Culture)	3	Tiếng Anh	
	2	BUS1105	Quản trị chiến lược (Strategic Management)	3	Tiếng Anh	
	3	BUS1108	Quản trị rủi ro (Risk Management)	3	Tiếng Anh	
	4	BUS1116	Quản trị bán hàng (Sales Management)	3	Tiếng Anh	
	5	BUS1206	Quản trị thương hiệu (Brand Management)	3	Tiếng Anh	2 chọn 1
		BUS1224	Truyền thông Marketing tích hợp (Integrated Marketing Communications)	3	Tiếng Anh	

HK	STT	Mã môn học	Tên môn học	Số Tín chỉ	Ngôn ngữ giảng dạy	Ghi chú
Học kỳ 8: 8 TC	6	BUS1119	Quản trị chất lượng (Quality Management)	3	Tiếng Anh	3 chọn 1
		BUS1120	Quản trị hành chính văn phòng (Administrative Office Management)	3	Tiếng Anh	
		BUS1121	Quản trị khởi nghiệp (Entrepreneurial Management)	3	Tiếng Anh	
	1	BUS1000	Thực tập (Internship)	4	Tiếng Anh	SV được chọn làm khoá luận tốt nghiệp hoặc học 2 môn chuyên đề
	2	BUS1001	Khóa luận tốt nghiệp (Dissertation)	4	Tiếng Anh	
	3	BUS1310	Phát triển kỹ năng quản trị	2	Tiếng Anh	
	4	BUS1123	Lập kế hoạch kinh doanh	2	Tiếng Anh	

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

Bảng 6: Mô tả vắn tắt nội dung và khối lượng các học phần

	Môn học	TC	LT	TH	Mô tả/Description
1	Toán cao cấp (Mathematics for Business)	4	3	1	To equip the students with the concepts and techniques in Linear Algebra, Calculus and Fundamental Linear Programming as well as and their applications; especially in Economics.
2	Tâm lý học đại cương (Principles of Psychology)	2	1	1	The content of the course provides knowledge about the concepts of cognitive activities, memory, emotional life, willpower and personality. The course helps students understand the factors that affect human personality
3	Nhập môn khoa học giao tiếp (Business Communications)	2	1	1	The basic concepts of communication theory and communication The role and significance of communication in social life in general and in social work in particular. Communication and communication skills in order to support individuals, groups and communities in social activities.

	Môn học	TC	LT	TH	Mô tả/Description
4	Nhân học đại cương (Fundamentals of Anthropology)	2	2		The module belongs to the general knowledge block, equipping students with knowledge to understand the science of human research, in terms of biology, culture and society; understand the relationship between anthropology and other sciences such as history, philosophy, religion, psychology...; Understand the methods, theories and research approaches of anthropology. The module also equips students with skills in anthropological research, understanding how to use methods and theories when researching issues related to anthropology. The module helps students to respect the cultural diversity of ethnic groups in Vietnam and around the world.
5	Lý luận nhà nước và pháp luật (Theory of State and Law)	3	2	1	Cung cấp cho sinh viên những kiến thức cơ bản về lý luận và thực tiễn về pháp luật và hệ thống pháp luật Việt Nam
6	Quan hệ quốc tế (International Relations)	2	1	1	The course has been designed to serve as a foundation on the objects, power, international systems, tools, cooperation and intergration in international relations. Moreover, the course also facilitates students in research and study their major disciplines.
7	Địa chính trị thế giới (International Political Geography)	2	1	1	Học phần cung cấp cho sinh viên những kiến thức cơ bản về những lý thuyết về Địa chính trị trên thế giới, qua đó phân tích, lý giải và nắm vững các sự kiện chính trị, diễn biến chính trị theo các khu vực địa lý từ không gian hẹp của một vùng, quốc gia, một khu vực (nhóm quốc gia) đến các châu lục và toàn cầu. Học phần giúp sinh viên bước đầu tiếp cận và đánh giá tầm quan trọng của các khu vực chiến lược trên thế giới, qua đó giúp trang bị những kiến thức giúp người học hiểu biết nhiều hơn về đời sống quốc tế trong thời kỳ toàn cầu hóa ngày càng phát triển hiện nay. Liên hệ chặt chẽ với thực tiễn của đất nước, chọn lọc được những kinh nghiệm phù hợp, chấp nhận những ảnh hưởng tích cực, đề ra những chủ trương, giải pháp để ngăn chặn các 8 tác động tiêu cực là đảm bảo nguyên tắc ưu tiên toàn diện cho lợi ích quốc gia
8	Lịch sử văn minh thế giới				Học phần tìm hiểu khái niệm lịch sử, văn hóa, văn minh, văn hiến, Phương Đông, Phương Tây, phân kỳ lịch sử, đối tượng nghiên cứu,

	Môn học	TC	LT	TH	Mô tả/Description
					phương pháp nghiên cứu và tiếp cận, ý nghĩa môn học...Lịch sử Văn minh Phương Đông: Văn minh Ai Cập cổ đại; Văn minh Ấn Độ; Văn minh Trung Hoa; Văn minh Ả-rập, Lịch sử Văn minh Phương Tây: Văn minh Phương Tây cổ đại: Hy Lạp và La Mã; Văn minh Phương Tây Âu trung đại. Khái lược sự tiếp xúc, giao lưu văn minh Phương Đông và Phương tây thời cổ - trung đại. Phần văn minh Luỡng Hà cổ đại, Văn minh công hiệp và Văn minh thế kỷ XX người học tự nghiên cứu và trao đổi với giảng viên.
9	Xã hội học (Fundamentals of Sociology)	2	2		The course belongs to the knowledge block of Social Sciences. The course content consists of 14 chapters, briefly presenting the conditions and premise of the birth of sociology, the history of the formation and development of this science (from chapters 1 to 3), issues related to sociology and sociology. basic topics of sociology (chapters 4 to 12), majors of sociology (chapter 13) and methods of sociological research (chapter 14). Subject objectives: To help students have some theoretical knowledge, methodology, and research methods of sociology, and at the same time to help students understand that society is a rich system because it includes many problems. complexities of modern society.
10	Văn hóa học (Culture Study)	2	2		The module belongs to the knowledge block of Social Sciences. The content of the course includes the following contents: Methods and objects of cultural studies; concepts of culture, civilization, trends, and schools of culture; methods of applying culture in economics and tourism; undertakings and policies on culture and culture in the new context. Course objectives: Equip learners with knowledge and approaches to cultural understanding in general, as well as how to approach specialized fields of cultural studies in particular.



	Môn học	TC	LT	TH	Mô tả/Description
11	Cơ sở văn hóa Việt Nam (Foundation of Vietnamese Culture)	2	2		In addition to the basic theories on culture, culturology and locating the subject, space, and cultural process in Vietnam, the module includes knowledge of basic cultural elements: cognitive culture, organizational culture, behavioral culture of Vietnam. Module objectives: the course aims to provide learners of the social sciences - humanities with background knowledge about Vietnamese culture and culture, and at the same time guide learners towards cultological approach when studying literature. culture in Vietnam, creating a basis for self-study and research or supporting learners to study their major.
12	Kinh tế học vi mô 1 (Principles of Microeconomics)	4	3	1	Microeconomics is a branch of economics. This course provides students with basic knowledge of economics, including: theory of demand, supply and market equilibrium, theory of consumer behaviors, theory of production and costs, firms' behaviors in perfect competitive and imperfect competitive markets, theory of factors of production market. Besides verbal explanation, this course also applies models with assumptions as tools to analyze market equilibrium formation, consuming decision, input combination or output choice that maximizes surplus, profit, revenue or minimizes costs. Overall, the contents of this course focus on analyzing and interpreting economic phenomena in micro scope; also equip students with useful tools for studying and implementing researches in economics thoroughly
13	Luật doanh nghiệp (Enterprise Law)	2	1		The subject belongs to the block of legal science knowledge. The content of the course presents the basic theories of business law and business in the market economy from the perspective of legal science as well as the requirements of the business environment in practice today in Vietnam. The course content includes general issues of corporate law; general regulations on enterprises; types of enterprises such as limited liability companies, joint stock companies, partnerships and private enterprises, individual business households -

	Môn học	TC	LT	TH	Mô tả/Description
					cooperatives; bankruptcy of enterprises and cooperatives, etc. Subject objectives: To help students grasp the most basic knowledge of the Law in the field of economics; have a certain understanding of the types of businesses in the economy, the business establishment process; legal issues in the contract; How to resolve business disputes.
14	Lý thuyết xác suất và thống kê ứng dụng (Probability and Applied Statistics)	4	3	1	This course will introduce students to the fundamentals of probability theory that are necessary for statistics and econometrics.
15	Quản trị học (Management)	3	2	1	Management provides learners the management functions and skills to carry out all organizational activities by grouping all individuals' activities toward the achievement of mutual goals. The course includes the definitions of management; the roles and functions of managers; Values of management research; Impacts of internal and external organizational environment on effective decision making in organizations; Information regarded as input data to support decision making in organizations. The course also includes a detailed investigation of the four basic functions of management: planning and decision making, organizing, leading and motivating, and controlling. Studying Management requires active studying activities, including discovering a student's own interpretation of management related research activity, listening in class, and interacting with teachers and classmates. Students are required to actively participate in all aspects of the assignment, such as group discussion of real business cases. Equal contribution from each group member in presentation and interaction to find a solution for a business problem is expected. Management is a comprehensive course which suits all career pathways, not only for the business world but also non-business fields, not only for organizations but also for individuals,



	Môn học	TC	LT	TH	Mô tả/Description
					as the course objective is to aim for a successful result.
16	Nguyên lý kế toán (Principles of Accounting)	4	3	1	This subject introduces participants to the fundamental accounting information, fundamentals of financial analysis and using information accounting for users purpose, the general accounting accepted principle.
17	Phương pháp nghiên cứu khoa học (Scientific Research Methodology)	4	31	1	The subject belongs to the Humanities - Skills block. The course content includes contents about the steps of conducting a research, methods of quantitative research and qualitative research, methods of collecting information, data and methods of data analysis for service. research, the contents and order of content of a research report such as a thesis, and at the same time introduce economic research issues on macro and micro aspects. In the content presented, there will be discussions on related case exercises, and suggestions for topics (essays) that can apply the method learned. Subject objectives: Equip students with knowledge and skills to carry out a specific scientific research such as identifying research problems, knowing how to conduct general research and building research models. research, know how to collect and analyze data, as well as write scientific research reports.
18	Kỹ năng làm việc nhóm (Teamwork Skills)	2	1	1	The module belongs to the Humanities - Skills block and is one of the soft skills that are essential in daily life as well as in work. Course objectives: Equip students with the most basic knowledge and skills on teamwork to maintain effective teamwork. At the end of the course, students will have the ability to apply basic theories in teamwork to reason and solve problems arising in groups and in business. Besides, students will know how to form, build and develop teams. In addition, students are trained and promoted teamwork skills such as: skills to form effective working groups, operate groups, develop groups, lead groups, skills to work in different groups. In addition, students also practice some skills such as interpersonal communication skills, presentation skills, conflict handling skills, meeting organization skills, etc.

	Môn học	TC	LT	TH	Mô tả/Description
19	Nghệp vụ hành chính văn phòng	2	1	1	The course equips students with knowledge and skills to plan, organize meetings, conferences and business trips; practice time management, information management, classification of documents, record keeping; Know how to handle the reception of guests and make phone calls.
20	Triết học Mác-Lênin (Principles of Marxist-Leninist)	3	1	1	The subject consists of its three constituent theoretical parts. Principles of Marxist-Leninist includes: Dialectical materialism; Materialistic Dialectics and Historical Materialism; Marxist-Leninist political economy includes: The theory of values; Theory of surplus value and the doctrine of monopolistic capitalism and state monopoly; Scientific socialism includes: the mission of the working class and the process of socialist revolution and the economic, political and social laws of socialism.
21	Tư tưởng Hồ Chí Minh (Ho Chi Minh Ideology) (*)	2	1	1	Giúp người học nắm vững nội dung và bản chất cách mạng, khoa học của hệ thống tư tưởng Hồ Chí Minh. Nắm vững phương pháp luận và tư duy đổi mới, sáng tạo của lãnh tụ Hồ Chí Minh. Hiểu rõ hơn về con người và sự nghiệp cách mạng vĩ đại của lãnh tụ Hồ Chí Minh và quá trình phát triển của cách mạng Việt Nam từ đầu thế kỷ XX về sau.
22	Kinh tế vĩ mô 1 (Principles of Macroeconomics)	4	3	1	Understand the tools of macro-economic policy of the Government to regulate and stabilize the economy. Apply the macroeconomics principles to solve economicse problems and social fields of macroeconomics Students gain skills and consolidate: Presentation, Foreseeing problems and contemporary values; Issues's Conclusion.
23	Nguyên lý thị trường tài chính (Introductory Principles of Finance)	4	3	1	This course is intended to help students understand issues on national financial systems, operational principles of financial intermediaries. This is a compulsory course providing core knowledge to further study other subjects such as: Money – Banking, Stock Market, Commercial Bank, International Finance.

	Môn học	TC	LT	TH	Mô tả/Description
					<i>Microeconomics</i> <i>Macroeconomics</i>
24	Marketing căn bản (Fundamentals of Marketing)	3	2	1	In order to be successful in business operations, the primary factor which determines success that manufacturers cannot ignore is the customer. The customer is the key factor, dominating all business activities and competition. Hence, capturing the needs of customers and finding ways to transfer the value of the product or service to best satisfy the needs of the customer becomes the key to the success of business. Because of this, marketing is increasingly asserting its role in business operations as well as in every organization. This course provides learners with basic knowledge of marketing including knowledge of needs, customer purchasing decisions, competitors, the role of intermediaries, brand equity, and the role of communication activities.
25	Kinh tế lượng (Econometric)	4	3	1	This course will introduce you the theory and applications of econometrics analysis. You will learn to estimate economic relations. The course will train you to perform statistic tests on economic hypothesis. You will learn forecasting techniques We will use Eviews, SPSS for data analysis. The course will provide you with the opportunity to improve your competence and acquire new skills in Eviews, SPSS.
26	Hệ thống thông tin doanh nghiệp (Business information systems)	4	3	1	The course is designed for the second-year student of Economics and Management. The course introduces how organization use information technology to manage business processes in the real world. The course content focuses on how to help learners practice on the largest Enterprise Resource Planning, SAP Business Suite ERP và SAP Business One ERP. The content is designed for students to do play role and learn from case study; therefore, student can act as an employee, work at multinational organization, play with different roles and join the business processes in variety scenarios. The whole of materials, including practice test, case studies, slides and system,

	Môn học	TC	LT	TH	Mô tả/Description
					used in the course is provided by SAP through SAP UAP program (SAP University Alliances Program) which University of Economics and Law is the member of.
27	Chuyển đổi số và trí tuệ nhân tạo (Digital Transformation and Artificial Intelligence)	2	1	1	This module provides theoretical and practical knowledge from the fields of Digital Transformation and Artificial Intelligence. This is a subject that helps students' approach and build a solid academic foundation for the study of digital transformation and artificial intelligence in the future of Industry 4.0. The module provides relevant background knowledge as well as real-life situations from businesses that have been applying digital transformation as well as applying Artificial Intelligence to solve professional problems in economics, business and management, idea generation and planning to apply digital transformation, artificial intelligence in the fields of economics, business and management.
28	Logic học (Science of Logic)	2	1	1	The subject belongs to the block of informatics knowledge - natural science. The course deals with problems related to the science of forms and laws of thought. The subject content consists of three major problems: propositional logic; predicate logic and inference. Subject objectives: Equip students with basic understanding of the role of logic in life as well as learn basic forms, principles and laws of thinking such as judgment, inference, law cause and effect, the law of trilogy. Knowledge of logic will facilitate learners to apply associations in the evaluation of economic phenomena and processes.
29	Kinh tế số (Fundamentals of Digital Economy)	2	1	1	The module equips learners with basic theoretical issues, forms and measures of the digital economy. Current status of applications in certain sectors of the economy and the role of government in the digital economy. At the end of the module, learners need to understand and apply basic issues of digital economy, such as concepts, forms and manifestations of digital economy in certain fields. Analyze and evaluate the digital economy through economic measurement indicators. Apply knowledge of digital

	Môn học	TC	LT	TH	Mô tả/Description
					economy in certain fields to equip yourself with knowledge, trends and practical awareness.
30	Kinh tế chính trị Mác – Lê nin (Marxist-Leninist Political Economy)	2	1	1	Kinh tế chính trị học Mác – Lênin là một trong ba bộ phận cấu thành của Chủ nghĩa Mác - Lênin, môn học cung cấp kiến thức cơ bản về quy luật hình thành và phát triển của sản xuất hàng hoá, quy luật vận động phát triển của chủ nghĩa tư bản trong giai đoạn tự do cạnh tranh và giai đoạn độc quyền. Từ đó, môn học còn giúp người học hiểu được cơ sở khách quan của các chính sách phát triển kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa ở Việt Nam và các quan hệ lợi ích trong nền kinh tế; vấn đề công nghiệp hóa – hiện đại hóa và hội nhập kinh tế quốc tế của Việt Nam hiện nay. Môn học còn góp phần củng cố lập trường cách mạng, nâng cao năng lực tư duy khoa học, phát triển nhân cách của người học đáp ứng yêu cầu của đất nước.
31	Lịch sử Đảng cộng sản Việt Nam (History of Communist Party of Vietnam)	2	1	1	The module aims to provide and equip students with basic systematic insights into the Party's policies, especially those in the Doi Moi era, on some basic areas of social life.
32	Hành vi tổ chức (Organizational Behavior)	3	2	1	Based on the foundations of management, psychology and sociology, Organizational Behavior provides basic knowledge which is necessary for managers. The course helps future managers understand the internal and external causes and effects that lead to the behavior of individuals and groups within the organization. They can also learn methods to solve some management issues related to human resources in the organization. All managers need these skills in order to manage subordinates, communicate with higher managers, and successfully manage organizational change. These methods and skills are very practical in Vietnam when enterprises and organizations are forced to innovate.
33	Quản trị tài chính (Financial Management)	3	2	1	The course examines the financial performance of an organization through the knowledge of time value of money, financial performance indicators, working capital management and long-term capital management, thereby maximizing operations, optimizing value and

	Môn học	TC	LT	TH	Mô tả/Description
					managing cash flow to achieve business objectives. The course ensures that students understand intuitively and firmly the underlying theories of financial management and how to apply it in practice. <i>Microeconomics</i> <i>Macroeconomics</i> <i>Principles of Accounting</i> <i>Principles of Financial Market</i>
34	Quản trị Marketing (Marketing Management)	3	2	1	The Marketing Management Course presents theory, the basic view of marketing management activities. Provides learners with knowledge about analyzing marketing opportunities, how to segment markets and select a target market. Student learn about the problems of planning marketing strategies, the knowledge and planning skills in an action plan, and organizing and controlling how to do marketing activities and evaluate their effectiveness. The most appropriate learning method is intuitive, which means that student listen directly to the lecturer who transmits some knowledge and experience of the course and how to practice. Student read real cases of Vietnamese companies, using theoretical knowledge and offering an optimal solution. The course helps students gain the ability to analyze the capabilities of business and competition on marketing. <i>Management</i> <i>Fundamentals of Marketing</i>
35	Hành vi khách hàng (Consumer Behavior)	3	2	1	Customer behavior research is the decisive stage in determining the consumer's needs to help the businesses select the right target audience and position the product/brand in the market and select effective strategies and plans in Marketing as well as production and business. Studying customer behavior after the purchase process determines the effectiveness of customer retention strategies, customer loyalty, and return business. The best approach for students to gain knowledge and practice in this subject is the method of reasoning, that is,

	Môn học	TC	LT	TH	Mô tả/Description
					students listen to the topic presentation from the lecturer and then infer the problem to capture, and know how to re-ask the questions to clarify or develop the problem the lecturer presents and practice in a real situation. This course will help the learner to identify and assess client psychology and behavior, learn how to learn and research the psychology and behavior of clients for a particular brand or product or service; then locate the right brand, product / service in the market, identify the right target and potential customers. Accordingly, the learner will apply to practical work such as developing strategies and marketing plans in accordance with the target psychology and consumer behavior, as well as potential customer segments. With the above content, this course is not only for those who want to study and practice in depth customer behavior research and/or market research, but also for everyone who is and will be a low-level manager in business such as label management assistant or label leader, and reinforces background knowledge for senior marketing managers who have not yet seen previous versions. <i>Fundamentals of Marketing</i>
36	Luật thương mại quốc tế (Laws on International Trades)	3	2	1	This course provides a basic knowledge of the law of the WTO.
37	Luật hợp đồng (Laws on Contracts)	3	2	1	Những vấn đề lý luận và pháp lý về hoạt động giao kết và thực hiện hợp đồng; các quy định pháp luật liên quan đến các loại hợp đồng khác nhau làm cơ sở cho việc phân tích, giải thích pháp luật, và giải quyết tranh chấp hợp đồng.
38	Luật sở hữu trí tuệ (Intellectual Properties Laws)	3	2	1	Giúp sinh viên biết và hiểu được vai trò của tài sản trí tuệ trong nền kinh tế và biết cách vận dụng quy định của pháp luật để làm tăng giá trị của tài sản trí tuệ; Giúp sinh viên có thể sử dụng đúng các thuật ngữ pháp lý; Giúp sinh viên áp dụng kiến thức vào việc giải quyết tình huống; Hỗ trợ sinh viên phân tích, đánh giá quy định của pháp luật; Giúp sinh viên có ý thức và biết cách chấp hành pháp luật và hướng dẫn cho những người khác.

	Môn học	TC	LT	TH	Mô tả/Description
					Môn học giới thiệu những vấn đề lý luận chung về sở hữu trí tuệ, tài sản trí tuệ; các khuôn khổ pháp luật Việt Nam và quốc tế về sở hữu trí tuệ như, những chế định cụ thể về quyền tác giả và quyền liên quan, quyền sở hữu công nghiệp, quyền đối với giống cây trồng; vấn đề chuyển giao quyền sở hữu trí tuệ, vấn đề bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ, vấn đề bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ và việc giải quyết tranh chấp về quyền sở hữu trí tuệ
39	Luật cạnh tranh (Laws on Competition)	3	2	1	Những vấn đề chung về pháp luật cạnh tranh nghiên cứu cơ sở kinh tế định hình pháp luật cạnh tranh và các nội dung cơ bản của pháp luật cạnh tranh như đối tượng áp dụng, phạm vi điều chỉnh, tương quan giữa pháp luật cạnh tranh và những lĩnh vực pháp luật khác; Pháp luật về hành vi cạnh tranh không lành mạnh nghiên cứu những phương thức tiếp cận của pháp luật về việc xử lý hành vi cạnh tranh không lành mạnh, các quy định về hành vi này trong pháp luật và nguyên tắc xử lý; Pháp luật về hành vi hạn chế cạnh tranh tập trung nghiên cứu về các nguyên lý kinh tế được áp dụng trong pháp luật để xây dựng khung pháp luật nhận diện và kiểm soát quyền lực thị trường; nghiên cứu các dạng hành vi hạn chế cạnh tranh cơ bản bao gồm thỏa thuận hạn chế cạnh tranh, lạm dụng vị trí thống lĩnh, vị trí độc quyền để hạn chế cạnh tranh và tập trung kinh tế. Tổ tụng cạnh tranh nghiên cứu cơ cấu tổ chức bộ máy thực thi pháp luật cạnh tranh và trình tự tổ tụng cạnh tranh.
40	Chủ nghĩa xã hội khoa học (Scientific Socialism)	2	1	1	Môn học trang bị cho sinh viên những nội dung cơ bản của chủ nghĩa xã hội khoa học (một trong ba bộ phận cấu thành chủ nghĩa Mác Lênin). Môn học cũng giúp cho sinh viên vận dụng những tri thức cơ bản về chủ nghĩa xã hội khoa học một cách sáng tạo nhằm giải quyết những vấn đề mà đời sống xã hội của đất nước
41	Quản trị nguồn nhân lực (Human Resource Management)	3	2	1	The human resource is the most important resource of any organization. This course also helps learners understand and distinguish clearly the difference between Human

	Môn học	TC	LT	TH	Mô tả/Description
					Management and Human Resource Management in the enterprises. Human resource management cannot be understood as administrative rules or an imposed policy of human management, rather it is finding a relationship between the nature of work and the ability to perform personal tasks, also for improvement and achieving maximum efficiency, optimized for both organization and employees. More specifically, human resource management in organizations is generally all that the organization does in order to apply legal principles for the recruitment, training and development, evaluation and performance management of employees, and keeps a workforce consistent with the organization's work requirements both qualitatively and quantitatively (in terms of capacity and motivation). This course is not only for students who desire to specialize in human resource management, but for all who are and will manage from low level to high level in all enterprises and other organizations. With the knowledge of Human Resource Management, the managers will operate effectively all human resources in an organization. <i>Management</i>
42	Nghiên cứu marketing (Marketing Research)	3	2	1	Managing of information is needed for company management. Therefore, most managers have to find objective and timely information to help them make right decisions about situations that they will encounter throughout their careers. As such, marketing research holds an important key to the success of any organization's marketing. This course is a great opportunity for students to learn about the planning process and to gather relevant, objective, accurate and timely information. Hence, students can understand the expectations and real demands of the target market. Then, it helps to make important decisions in marketing management such as customer segmentation, brand positioning, and building and development marketing strategies. Finally, for students, the marketing research

	Môn học	TC	LT	TH	Mô tả/Description
					course will be an introductory step to helping them decide their choice of career. This course is not only for students who want to study and practice in marketing research, but for everyone who will be a marketing manager in every organization who needs to know how to evaluate the effectiveness of a marketing research project. With a full view of marketing research, managers will exploit effectively the information sources in business. <i>Fundamentals of Marketing</i> <i>Statistics</i> <i>Management</i> <i>Communications Skills in Business</i>
43	Quản trị sản xuất (Production and Operation Management)	3	2	1	Production and Operation Management is a field of management related to design, and control production process and design activities in the production of goods or service. It involves ensuring that activities are effective in lowest cost and highest efficiency to meet the requirements of customers. It involves managing the input conversion process (materials, labor and resources) on the outputs (goods and/ or service). The most appropriate method of learning is the visual method and the method of practice. Course helps learners anticipate needs, plan resources, and schedule production. <i>Management</i>
44	Quản trị dự án đầu tư (Project Management)	3	2	1	The course examines issues relating to the method of a particular project implemented, thereby students should be able to understand and apply in setting a complete project portfolio for investment decisions and financing attraction, as well as stakeholders support for the project. It also approaches the principles and important pieces of administrative content needed for a project. Students will apply knowledge of management, marketing, finance, and cost-benefit analysis to the setting, evaluation and management of an investment project. In addition, students can also apply knowledge of the course to management of

	Môn học	TC	LT	TH	Mô tả/Description
					programs and plans of project management in order to achieve optimal effect. <i>Management</i> <i>Financial Management</i>
45	Nghệ thuật lãnh đạo (Psychology of Leadership)	3	2	1	On the basis of understanding human nature, the factors that affect human psychology, and psychological rules, learners can apply knowledge of the skills of the leader (Style, Power Motivation, Psychology) to the handling of real situations in order to achieve effective management. Students can apply flexibly each of their leadership skills to resolve specific situations. Style Skills with 3 Modeling Styles: Domineering, Democracy, and Freedom. Power Skills with a model consisting of 3 powers: Position, Individual, and Political. Encouraging and motivating skills with the application of the Five-needs Theory of Maslow: Basic, Safe, Social, Respectful, and Expressive. <i>Management</i>
46	Văn hóa doanh nghiệp (Corporate Culture)	3	2	1	Learners will be equipped with general knowledge of business culture, functions of culture in business, basic elements and aspects of corporate culture; 3 levels of corporate culture. Learners will gain insights into cultural characteristics of various countries via Great Divide: Oriental and Western cultures based on dimensions written by three research Gurus : Geert Hofstede; Fons Trompenaars and Edgar H Schein in these respective works: Organizational Culture – Software of the Mind, Riding the Wave of Culture and Corporate Culture - Survival Guide . Such dimensions are as follows: - Power distance Uncertainty avoidance; Individualism-collectivism; Masculinity vs femininity - Universalism- particularism; specific vs diffuse culture; status through achievement and ascription (doing/ being); deal focus vs relationship focus; how we relate to nature; how we manage time...

	Môn học	TC	LT	TH	Mô tả/Description
					- The lecturer will analyse these dimensions and point out their effects on business management. - Especially, the lecturer will relate these issues to the business management in Viet Nam on each dimension. <i>Management</i>
47	Quản trị chiến lược (Strategic Management)	3	2	1	Strategic management is the process of strategic environment analysis to identify business opportunities that are increasingly scarce in the current time as well as to discover actively and avoid effectively todirect and potential threats. In addition, internal environmental analysis helps business take advantage of the opportunities as well as avoid the threats to constructing the appropriate strategy within each stage of development of the organization, within the current phase of globalization today. This really is the decisive stage of the existence and development of the business organization. How to build values and the core competitiveness for business to develop, implement and control strategies effectively in a competitive global stage like today? This course will help students understand and apply the knowledge and skills in strategic management in the field of research and practice after school. Course content is summarized in the following sections: • Introduction to the origin of the strategy, the concepts of strategy and strategic management as well as the role, position and relationship of strategic management to other areas of business activities in organization. • Meaning, role and application of vision, mission and business objectives. • Analysis of business environment, internal business, and competitive advantage to build an optimal business strategy for businesses. • Organizing and implementing strategies to achieve high efficiency in management.



	Môn học	TC	LT	TH	Mô tả/Description
					• Inspection activities in management, which content should be checked and adjustment activities after inspection. • Exploring abilities to become successful strategic managers in the future. <i>Management</i> <i>Consumer Behavior</i> <i>Marketing Research</i>
48	Quản trị rủi ro (Risk Management)	3	2	1	Risks are present around us, in our lives as well as in our production and business activities. Any business, big or small scale, faces risks because they appear everywhere, in all production-business operations. Therefore, risk management is an indispensable activity of an enterprise. Good risk management helps enterprises minimize unexpected losses, prevent possible accidents or minimize occupational accidents, reduce risk management costs, and improve efficiency. The result of production - business of enterprises minimizes the negative impact of risk on the stream of income in the enterprise, thereby contributing to raising the value of enterprises. More specifically, business risk management helps businesses identify, analyze and measure risk in two probability categories, and Business risk management also provides the basics of control - risk prevention, loss prevention and disaster funding planning. <i>Management</i> <i>Microeconomics</i> <i>Macroeconomics</i> <i>Financial Management</i>
49	Quản trị bán hàng (Sales Management)	3	2	1	Sales are the stage that determines the performance of the business. How to move goods from the place of production or distribution to consumers efficiently and optimally for business? How to provide knowledge, skills and motivate a sales force to complete business goals and maintain the stability of this force more in a competitive business environment like today? The sales management course will help students understand and apply the knowledge and skills

	Môn học	TC	LT	TH	Mô tả/Description
					in the field of sales after graduation. Course content is summarized in the following sections: - History of sales, the concept of sales and sales management as well as the role, position and relationship of sales management with other business activities in organization. - Analysis of the sales environment, internal sales analysis, business products, current and future customers, the forces involved in the sales process, distribution channels to establish optimal sales strategies for business. - Implement sales plans including sales planning, organizing and implementing this plan into practice now. - Motivate the sales force, improve sales skills and set distribution channels for the organization. - Inspection activities in sales, the content should be checked and adjustments after operation checks. <i>Management</i> <i>Fundamentals of Marketing</i>
50	Quản trị thương hiệu (Brand Management)	3	2	1	This is a course that provides students in-depth and practical knowledge and skills about brand building and developing activities. In order to complete this course with good results, besides class time, students need to self-study and attend conferences on brands to acquire information on the latest trends and communication technology. This course helps students pursue professional marketing and branding careers after graduation. Marketing Research Marketing Management
51	Truyền thông Marketing tích hợp (Integrated Marketing Communications)	3	2	1	This module aims to equip student with the knowledge of integrated marketing communication. On successful completion of this module students will: Be able to demonstrate a good knowledge and

	Môn học	TC	LT	TH	Mô tả/Description
					understanding of a range of marketing communications issues in an integrated, consumer, services, and international context as well as basic theories related to integrated marketing communications; Have an understanding of the role and relative strengths possessed by each of the variety of media classes, types, and vehicles available to marketers. Through this, students are able to analyse the creative environment and formulate a full and reasoned media plan that contains the identification of target markets, a set of communications objectives, a creative strategy and a proposed method of tracking and evaluation.
52	Quản trị chất lượng (Quality Management)	3	2	1	The quality of products and services plays a pivotal role in the growth and success of a business; as a result, continuously assuring and improving quality to meet the pressing demands of customers is imperative. Many companies now realize that in order to be more competitive in the market, they need to take a comprehensive and proactive approach that encompass a wide range of measures. One of these is the adoption of state-of-the-art management methods and internationally-recognized standards to be more effective and efficient in providing higher-quality products and services for customers. Together with this trend, the need for managers and non-managerial employees who have knowledge in quality management becomes more evident. The course covers critical aspects of quality management (ie. Principles of quality management, popular philosophy and methods in quality management, international standards in quality, TQM, improving quality and statistical quality control tools), which will be helpful not only for students wishing to obtain more specialized management knowledge but also for people who are holding managerial positions in businesses. <i>Management</i>

	Môn học	TC	LT	TH	Mô tả/Description
53	Quản trị hành chính văn phòng (Administrative Office Management)	3	2	1	The course covers the administrative work and office administrative management functions in the organization. Course content focuses on planning and organizing performance, monitoring the delivery of office administrative services, organizing office and staff, etc. Students will participate in the expected role of an office manager and will be provided with the knowledge and skills to engage in interactive practice. After completing this course, students should be able to apply the knowledge they have learned to carry out administrative work at the units in the organizations; to engage in leadership, and to manage administrative activities to effectively assist completion of your professional career in the future. <i>Management</i>
54	Quản trị khởi nghiệp (Entrepreneurial Management)	3	2	1	This course integrated of theory, guest lecturers, practice and field visits will help learners understand the nature, and initially practice, of how to use important models, tools, and methods for the creation of startups and the development of innovative deals in large organizations. In addition to understanding the context of the contemporary innovation and entrepreneurship world, the startup ecosystem, design thinking and technology trends, learners will grasp the basic skills for entrepreneurship including: Ideation and problem solving, idea marketing and networking, business model building, fundraising and divestment, marketing and client development, company and culture building, management manage uncertainty and opportunity.
55	Thực tập tốt nghiệp (Internship)	4		4	The course is organized to provide internship at organizations to help students have the opportunities to experience the reality of the business and management system, observe and record

	Môn học	TC	LT	TH	Mô tả/Description
					changes in practice, compare and apply the knowledge acquired from the University, especially provide more chances to access to business conditions that have not been mentioned in theories or have not been fully updated. During the internship, students will be guided by teachers to learn, analyze and evaluate theoretical problems that are being applied in practice. At the internship organisation, students are also managed and guided by grassroots staff. At the end of the internship, students are responsible for completing the internship graduation report under the certification and evaluation of the internship establishment and line manager
56	Khóa luận tốt nghiệp (Graduation Thesis)	4	2	2	Graduation thesis reflects knowledge, skills and attitudes of learners through specialized knowledge and is transformed into academic application skills, professional skills that are written with strict ethical adherence. In order to write a graduation thesis, students will be given time to contact the actual base for data or survey. Then, students will work under the guidance of their instructors to complete the thesis. Students must undergo a thesis defence before the Thesis judging panel, established by the decision of the Rector of the University of Economics and Law

12) Danh sách đội ngũ giảng viên thực hiện chương trình

12.1 Danh sách giảng viên cơ hữu

Bảng 7: Danh sách giảng viên cơ hữu đảm nhận các học phần chuyên ngành

STT	Họ và tên, năm sinh, chức vụ hiện tại	Chức danh khoa học, năm phong	Học vị, nước, năm tốt nghiệp	Ngành, chuyên ngành	Học phần dự kiến đảm nhiệm
1	Lê Anh Vũ, 1958	PGS, 2007	TS, VN, 1990	Toán học	Toán cao cấp (Mathematics for Business)
2	Nguyễn Ánh Tuyết		Ths	Tâm lý học, Khoa học giao tiếp	Tâm lý học (Psychology)
3	Nguyễn Thị Bích Ngoan		TS	Ngoại ngữ	Nhập môn khoa học giao tiếp
4	Dương Anh Sơn	PGS	PhD	Luật	Lý luận nhà nước và pháp luật
5	Lê Hoàn Sử		TS	Hệ thống Thông tin	Tin học ứng dụng (Applied Computing)
6	Nguyễn Thị Nguyệt Quế		TS, Úc	Kinh tế Đối ngoại	Quan hệ quốc tế (International Relations)
7	Đỗ Phú Trần Tình, 1979	PGS, 2015	TS, VN, 2010	Kinh tế chính trị	Những NLCB của chủ nghĩa Mác-Lênin (Principles of Marxist-Leninist)
8	Hà Thanh Minh, 1962		ThS, VN, 1994	Kinh tế chính trị	Đường lối cách mạng của ĐCSVN (History of Communist Party of Vietnam)
9	Phạm Hoàng Uyên, 1976		TS, Mỹ, 2010	Lý thuyết xác suất và thống kê toán học	Lý thuyết xác suất (Probability & Statistics)
10	Trần Thị Hồng Liên		TS, Úc, 2018	Quản trị	Quản trị học căn bản (Management) Quản trị rủi ro (Risk Management)
11	Nguyễn Thị Lan Anh, 1969		TS, Úc, 2013	Tài chính kế toán	Nguyên lý kế toán (Accounting Information for Managers)
12	Trần Lục Thanh Tuyền		TS, Đức, 2013	Kinh tế học	Kinh tế học vĩ mô (Principles of Macroeconomics)

STT	Họ và tên, năm sinh, chức vụ hiện tại	Chức danh khoa học, năm phong	Học vị, nước, năm tốt nghiệp	Ngành, chuyên ngành	Học phần dự kiến đảm nhiệm
	Huỳnh Thị Ly Na		ThS, VN, 2014	Kinh tế học	Kinh tế vi mô, Kinh tế học vĩ mô
13	Nguyễn Hoàng Anh, 1986		TS, Nhật, 2015	Tài chính	Nguyên lý thị trường tài chính (Introductory Principles of Finance)
14	Cung Thục Linh		Ths, VN 2016 & Cử nhân Tiếng Anh	Quản Trị Kinh Doanh	Marketing căn bản (Marketing Fundamentals)
15	Nguyễn Thị Bình Minh		ThS, VN, 2011 và Cử nhân Tiếng Anh	Quản trị Kinh doanh	Quản trị tài chính (Corporate Finance)
16	Lê Hồng Nhật, 1959		TS, Mỹ, 2000	Kinh tế	Kinh tế lượng (Econometrics)
17	Hoàng Đoàn Phương Thảo		ThS, Úc, 2012	Quản trị Kinh doanh	Quản trị tài chính (Corporate Finance) Quản trị hành chính văn phòng (Administrative Office Management)
18	Phùng Thanh Bình		TS, Đài Loan, 2017	Quản Trị Kinh Doanh	Quản trị chiến lược (Administration Strategy) Quản trị sản xuất (Operations Management)
19	Nguyễn Thu Thủy Tiên, 1983		TS, Úc, 2017	Quản Trị Kinh Doanh	Hành vi tổ chức
20	Trịnh Thục Hiền, 1980		ThS, Bỉ, 2007	Luật thương mại quốc tế	Luật thương mại quốc tế, luật hợp đồng, Luật doanh nghiệp
21	Nguyễn Phan Phương Tân, 1987		ThS, VN, 2013	Luật Kinh tế	Luật sở hữu trí tuệ, luật cạnh tranh
22	Phan Đình Quyền		TS, VN, 1999	Quản trị kinh doanh	Văn hóa doanh nghiệp (Corporate Culture) Quản trị thương hiệu (Brand Management)
23	Nguyễn Thị Yến		Ths, UK, 2016	Quản trị kinh doanh quốc tế	Quản trị nguồn nhân lực (Human Resource Management)
24	Nguyễn Thị Phương Thủy		Ths, VN, 2013 NCS	Quản trị kinh doanh	Quản trị chất lượng (Quality Management)

STT	Họ và tên, năm sinh, chức vụ hiện tại	Chức danh khoa học, năm phong	Học vị, nước, năm tốt nghiệp	Ngành, chuyên ngành	Học phần dự kiến đảm nhiệm
25	Huỳnh Thanh Tú		TS, VN, 2016	Quản trị kinh doanh	Nghệ thuật lãnh đạo (Leadership)
26	Nguyễn Thị Yến		Ths, UK, 2016	Quản trị kinh doanh quốc tế	Quản trị dự án đầu tư (Project Management)
27	Cung Thục Linh		Ths, VN,	Quản trị kinh doanh	Nghiên cứu marketing (Marketing Research)
28	Nguyễn Khánh Trung		Ths, NCS, VN	Quản trị kinh doanh	Hành vi khách hàng (Customer Behavior) Quản trị bán hàng (Sales Management)
29	Hồ Trung Thành		TS, VN	Hệ thống Thông tin	Hệ thống thông tin doanh nghiệp (Business Information System)
30	Lê Thị Hà My		ThS, Úc, 2016	Quản trị kinh doanh	Hành vi tổ chức, Quản trị học
31	Nguyễn Hồng Uyên		Ths, UK, 2017	Quản trị kinh doanh	Truyền thông Marketing tích hợp (Integrated Marketing Communications)

12.2 Danh sách giảng viên thỉnh giảng

Bảng 8: Danh sách giảng viên thỉnh giảng

Số TT	Họ và tên, năm sinh, chức vụ hiện tại	Chức danh khoa học, năm phong	Học vị, nước, năm tốt nghiệp	Ngành, chuyên ngành	Học phần dự kiến đảm nhiệm	Cơ quan công tác hiện tại
1	Trần Nam Tiến	PGS, 2013	TS, VN, 2009	Lịch sử	Địa chính trị thế giới	Đại học Khoa học Xã hội & Nhân văn
2	Đinh Thị Điều		ThS, VN, 1996	Khoa học xã hội	Tư tưởng Hồ Chí Minh (Ho Chi Minh Ideology)	Học viện chính trị Khu vực II

Số TT	Họ và tên, năm sinh, chức vụ hiện tại	Chức danh khoa học, năm phong	Học vị, nước, năm tốt nghiệp	Ngành, chuyên ngành	Học phần dự kiến đảm nhiệm	Cơ quan công tác hiện tại
3	Lê Tuyết Ánh		GVC.ThS	Tâm lý học	Tâm lý học Nhập môn khoa học giao tiếp	ĐH Khoa học XH & NV
4	Đào Minh Hồng		TS	Quan hệ quốc tế	Quan hệ quốc tế	ĐH Khoa học XH & NV
5	Phạm Đình Nghiệm		TS		Logic học Phương pháp nghiên cứu khoa học	ĐH Sài Gòn
6	Phạm Khánh Bằng		GVC.ThS		Đường lối CM ĐCSVN Tư tưởng HCM	Học viện hành chính khu vực II

Ngoài những giảng viên trong nước, trong thời gian tới Khoa QTKD sẽ tiến hành đàm phán để mời các giảng viên nước ngoài ở những trường đại học lớn trên thế giới giảng dạy một số học phần chuyên ngành, cũng như chia sẻ các vấn đề kinh doanh toàn cầu hiện nay, nhằm giúp sinh viên tìm hiểu sâu và bao quát các vấn đề kinh doanh.

Khoa QTKD sẽ hợp tác với các đối tác trong nước như Trường Đại học Kinh tế Thành phố Hồ Chí Minh, Trường Đại học Cần Thơ, Trường Đại học Nha Trang để cùng chia sẻ giảng viên quốc tế, đảm bảo chất lượng và chi phí hợp lý. Các đối tác nước ngoài có tiềm năng trao đổi giảng viên đến từ Hoa Kỳ, Australia, Đài Loan.

12.3. Danh sách cố vấn học tập

Bảng 9: Danh sách cố vấn học tập

STT	Tên	Chức danh KH, học vị	Chuyên ngành	Vị trí công tác	Ghi chú
1	Phan Đình Quyền	TS	Quản trị Kinh doanh	Giảng viên	
2	Đỗ Đức Khả	Ths, PhD Student	Quản trị Kinh doanh	Giảng viên	

STT	Tên	Chức danh KH, học vị	Chuyên ngành	Vị trí công tác	Ghi chú
3	Trần Thị Ý Nhi	Ths, NCS	Quản trị Kinh doanh	Giảng viên	
4	Võ Thị Ngọc Trinh	Ths, NCS	Quản trị Kinh doanh	Giảng viên	
5	Nguyễn Khánh Trung	Ths, NCS	Quản trị Kinh doanh	Giảng viên	
6	Trần Thị Hồng Liên	PhD	Quản trị Kinh doanh	Giảng viên	
7	Nguyễn Thị Minh Châu	Ths, NCS	Quản trị Kinh doanh	Giảng viên	
8	Nguyễn Thị Kim Oanh	Ths, NCS	Quản trị Kinh doanh	Giảng viên	
9	Nguyễn Thị Bình Minh	Ths	Tài chính Ngân hàng	Giảng viên	
10	Nguyễn Thị Hồng Gấm	Ths	Quản trị Kinh doanh	Giảng viên	
11	Mai Thu Phương	Ths, NCS	Quản trị Kinh doanh	Giảng viên	
12	Hoàng Đoàn Phương Thảo	Ths	Tài chính Ngân hàng	Giảng viên	
13	Nguyễn Minh Thoại	Ths	Quản trị Kinh doanh	Giảng viên	
14	Nguyễn Hoàng Diễm Hương	Ths	Quản trị Kinh doanh	Giảng viên	
15	Đặng Ngọc Bích	Ths, NCS	Quản trị Kinh doanh	Giảng viên	PhD student in France, 15/9/2016
16	Cung Thục Linh	Ths	Quản trị Kinh doanh	Giảng viên	
17	Phùng Thanh Bình	TS	Quản trị Kinh doanh	Giảng viên	
18	Nguyễn Thị Yên	Ths	Quản trị Kinh doanh Quốc tế	Giảng viên	
19	Vũ Thị Hồng Ngọc	Ths	Quản trị Kinh doanh	Giảng viên	
20	Lê Thị Hà My	ThS	Quản trị Kinh doanh	Giảng viên	
21	Nguyễn Hồng Uyên	Ths	Quản trị Kinh doanh	Giảng viên	

13) Cơ sở vật chất phục vụ học tập

13.1 Phòng học, phòng thí nghiệm, trang thiết bị

Trường Đại học Kinh tế-Luật nằm trong khuôn viên rộng 17,3 ha, thuộc một Quận ngoại thành phía Đông Bắc TP.HCM. Hoạt động dạy và học, cũng như bộ máy quản lý, hỗ trợ học tập được bố trí trong tòa nhà 9 tầng. Nhà trường UEL có một hệ thống thư viện riêng và dùng chung trong một hệ thống lớn hơn là Thư viện Trung tâm VNU-HCM, một khu thể thao, một khu trung tâm sinh viên, quán ăn tự phục vụ và phòng khám chữa bệnh.

Trong tòa nhà chung, có một giảng đường chung hiện đại diện tích 923 m² và sức chứa 540 chỗ ngồi. Hệ thống phòng học được thiết kế với các qui mô khác nhau gồm: 30, 45, 60, 70 và 120 chỗ ngồi. Giảng đường và phòng học đáp ứng đầy đủ tất cả nhu cầu học và dạy; đủ các loại qui mô lớp và phù hợp cho các môn học tự chọn và bắt buộc (Bảng 19). Tất cả phòng học được trang bị projector, micro không dây, hệ thống âm thanh, bảng viết và bút lông, hệ thống chiếu sáng, quạt trần và những thiết bị hỗ trợ khác

Ngoài ra, để phục vụ giảng dạy ngoại ngữ, trường có còn được trang bị các thiết bị chuyên dụng như 46 máy vi tính kết nối mạng LAN, 92 tai nghe, 2 máy chiếu. Toàn bộ công tác bảo trì và phát triển cơ sở hạ tầng thuộc quản lý của phòng Quản trị thiết bị.

Bảng 10: Phòng học, giảng đường, trang thiết bị hỗ trợ giảng dạy

STT	Mô tả phòng học	Số lượng	Tên của phòng học
1	Giảng đường (có máy điều hòa) có sức chứa 500 chỗ	1	Giảng đường A
2	Phòng học (gắn quạt), chia ra:	27	
	Có sức chứa 130 chỗ	15	209, 310, 312, 407, 410, 512, 515, 604, 608, 611, 7-1, 704, 708, 710, 8-1.
	Có sức chứa 70 chỗ	12	208, 309, 311, 408, 409, 513, 514, 609, 610, 709, 711, 810.
3	Phòng học (có máy điều hòa), chia ra:	11	
	Có sức chứa 60 chỗ	04	401, 402, 501, 511.
	Có sức chứa 30 chỗ	07	801, 802, 806, 807, 811, 812, 813.

STT	Mô tả phòng học	Số lượng	Tên của phòng học
4	Phòng Lab của Trung tâm Nghiên cứu Kinh tế Tài chính	1	
5	Phòng Bi Lab	1	

Nguồn: Phòng Quản trị cơ sở vật chất (2017).

Trong giai đoạn 2017-2022, Trường sẽ tiếp tục đầu tư xây dựng 2 tòa nhà cho khu nhà học thuật và một khu thể thao đa chức năng, riêng vào tháng 9 năm 2017, UEL sẽ khánh thành thêm một tòa nhà học tập 6 tầng. Điều này sẽ tạo những điều kiện tốt hơn cho quá trình học và cho những hoạt động ngoại khóa của sinh viên.

Tổng số phòng học chất lượng cao gồm 24 phòng: A401, A402, A501, A604, A701, A702, A704, A801, A802, A803, A804, A806, A807, A811, A812, A813, A901, A902, B501, B502, B503, B504, B505, B506 được kết nối internet tốc độ cao với đầy đủ các thiết bị hiện đại như máy lạnh trung tâm Mitsubishi, máy chiếu có độ nét cao, bảng từ, Flipchart, hệ thống âm thanh chuẩn cho giảng dạy và học tập, đáp ứng đầy đủ nhu cầu cho chương trình chất lượng cao hiện nay.

Năm 2017, trường Đại học Kinh tế - Luật đưa vào hoạt động tòa nhà KTL.B1 với kết cấu phòng học dạng không gian mở, tuy nhiên nhà trường đã chủ động cải tạo khu vực tầng 5 của tòa nhà thành phòng học trang bị máy lạnh với các phương tiện học tập giảng dạy hiện đại đáp ứng yêu cầu về cơ sở vật chất đối với chương trình chất lượng cao, nâng tổng số phòng học chất lượng cao lên 24 phòng, tăng 05 phòng so với trước đây.

Trường còn đầu tư hoàn thiện toàn bộ Wifi miễn phí với đường truyền Fiber, hệ thống thư viện khoảng 120 chỗ ở phòng học Hoa Sen và thư viện lầu 2 với tổng diện tích 740 m2 sàn...cùng các trang thiết bị phần cứng như máy chủ, hệ thống lưu trữ, sao lưu dữ liệu... Sinh viên của Chương trình chất lượng cao được ưu tiên sử dụng phòng máy tính, các phòng thực hành mô phỏng và được trang bị phòng tự học. Sinh viên của Chương trình chất lượng cao cũng được hỗ trợ chỗ ở trong ký túc xá của ĐHQG-HCM.

Ngoài ra, chương trình chất lượng cao có thể sử dụng chung hệ thống cơ sở vật chất của ĐH Kinh tế - Luật như các phòng học còn lại, các hội trường lớn, các phòng thực hành, phòng mô phỏng, phòng học đa phương tiện, sân bóng chuyền, cầu lông, bóng rổ của Trường.

Như vậy, cơ sở vật chất của Trường hoàn toàn đáp ứng được nhu cầu ngày càng tăng của chương trình chất lượng cao.

Bảng 11. Phòng thí nghiệm, cơ sở thực hành và trang thiết bị phục vụ thí nghiệm, thực hành

Số TT	Tên phòng thí nghiệm, xưởng, trạm trại, cơ sở thực hành	Diện tích (m2)	Danh mục trang thiết bị chính hỗ trợ thí nghiệm, thực hành		
			Tên thiết bị	Số lượng	Phục vụ học phần
1	Phòng thực hành ngoại ngữ	200m2	Máy tính	90	Trang bị cơ sở vật chất nhằm nâng cao chất lượng dạy và học ngoại ngữ.
			Máy chiếu	02	
			Màn chiếu	02	
			Máy lạnh	04	
			Bàn	90	
			Ghế	90	
			Micro	04	
			Headphone	90	
			Phần mềm Lab ngoại ngữ và giáo trình tích hợp Sanako	02	
2	Phòng thực hành tin học	200m2	Máy tính	90	Nâng cao tin học văn phòng, tin học chuyên ngành Quản trị kinh doanh
			Máy chiếu	02	
			Màn chiếu	02	
			Máy lạnh	04	
			Bàn	90	
			Ghế	90	
			Micro	04	
			Headphone	90	
			Phần mềm tin học	04	
3	Phòng BI Lab	100m2	Máy tính	51	Hỗ trợ sinh viên các môn học về hệ thống thông tin quản lý cho chuyên ngành quản trị kinh doanh.
			Máy chiếu	02	
			Màn chiếu	02	
			Máy lạnh	03	
			Bàn	45	
			Ghế	45	
			Micro	02	
			Tai nghe có Micro	55	
			Máy in	01	
			Máy scan	01	
			Hệ thống hội nghị truyền hình	01	
4		200m2	Máy tính	40	

Số TT	Tên phòng thí nghiệm, xưởng, trạm trại, cơ sở thực hành	Diện tích (m ²)	Danh mục trang thiết bị chính hỗ trợ thí nghiệm, thực hành		Phục vụ học phần
			Tên thiết bị	Số lượng	
	Phòng mô phỏng thị trường tài chính		Máy chiếu	03	Thực hành, mô phỏng thực tế các hoạt động tài chính liên quan đến chuyên ngành Quản trị kinh doanh, thu thập dữ liệu phục vụ nghiên cứu kinh doanh, thực hiện các hoạt động hội thảo và giảng dạy từ xa.
			Màn chiếu	01	
			Máy lạnh	02	
			Bàn	45	
			Ghế	45	
			Headphone	45	
			Hệ thống hội nghị truyền hình	01	
			Tivi	01	

Khoa QTKD có dự kiến đề xuất UEL và/hoặc các đối tác đầu tư một Phòng mô phỏng kinh doanh (Business Simulation Lab) để sinh viên có cơ hội thực hành kinh doanh trên các hệ thống phần mềm và mạng kết nối, đồng thời thực tập những kỹ năng quản trị thiết thực như trong môi trường doanh nghiệp (quản trị văn phòng, hội họp...)

13.2 Thư viện, giáo trình, sách, tài liệu tham khảo

13.2.1 Thư viện

Thư viện trường với cơ sở chính tọa lạc tại nhà điều hành và học tập của Trường (lầu 2 và lầu 8) và cơ sở hai tại số 45 Đinh Tiên Hoàng, phường Bến Nghé, Quận 1.

- Tổng diện tích thư viện: 940 m² trong đó diện tích phòng đọc: 466 m²
- Số chỗ ngồi: 550
- Số lượng máy tính có kết nối internet: 30 (19 máy cho SV tra cứu, 11 máy cho cán bộ thư viện).
- Phần mềm quản lý thư viện: Aleph
- Thư viện điện tử (có/không; đã kết nối được với CSĐT nào trong nước, ngoài nước; Số lượng sách, giáo trình điện tử):

+ Thư viện trường ĐH Kinh tế - Luật: có thư viện điện tử, đã kết nối được với 01 CSDL điện tử ngoài nước (OECD); Số lượng sách, giáo trình điện tử: 54 ebook.

+ Kết nối: Thư viện ĐH Kinh tế - Luật đã kết nối và chia sẻ nguồn lực thông tin với 04 trường Đại học: Đại học Luật Hà Nội, Đại học Luật TP.HCM, Đại học Ngân hàng, Đại học kiểm sát; kết nối với mạng lưới thư viện các trường Đại học ASEAN (AUNILo, link: <https://aunilosec.blog/>).

Thư viện trung tâm ĐHQG TP.HCM: có thư viện điện tử, đã kết nối được với 04 CSDL điện tử trong nước (Bộ sưu tập số toàn văn: Sách/Bài giảng/Luận án tất cả các chủ đề; Toàn văn 13 tạp chí khoa học trong nước từ năm 2007 đến nay; Toàn bộ tài liệu Khoa học & Công nghệ của Cục KH&CN Quốc gia Việt Nam; CSDL Ebook tiếng Việt của Nhà xuất bản Tổng hợp TP.HCM bao gồm: sách giáo khoa, giáo trình, từ điển thuộc tất cả các lĩnh vực), đã kết nối được với 18 CSDL điện tử ngoài nước (ACS, ScienceDirect, Springer, JL, MathSciNet, OECD, ProQuest, SpringerOpen, Emerald, IOP science, IGPublishing, IEEE, MIT OCW, Nature, EEWW, GALE Cengage Learning, Access Engineering, Access Science); Số lượng sách, giáo trình điện tử: 218 ebook.

13.2.2 Danh mục giáo trình, sách chuyên khảo, tạp chí của ngành đào tạo

Bảng 12: Danh mục giáo trình của ngành đào tạo
(Các môn chuyên ngành)

STT	Tên giáo trình	Tên tác giả	Nhà xuất bản	Năm xuất bản	Sử dụng cho học phần
1	Fundamentals of Financial Management	E. F. Brigham's, J. F. Houston's	Mason, OH: Cengage Learning	14 th edition, 2016	Quản trị tài chính (Corporate Finance)
2	Concepts in Strategic Management and Business policy	Thomas L. Wheelen and J. David Hunger	Pearson	14 th edition, 2015	Quản trị chiến lược (Administration Strategy)
3	Organizational Behavior Management	Organizational behavior: Pearson.	Robbins, S. P., & Judge, T. A.	17 th edition, 2016	Hành vi tổ chức
4	The Corporate culture - survival	Edgar. H. Shein	Jossey – Bass	2009	Văn hóa doanh nghiệp

STT	Tên giáo trình	Tên tác giả	Nhà xuất bản	Năm xuất bản	Sử dụng cho học phần
	guide new and revised edition				
5	Human Resource Management	G.Milkovich, J.	Statistical Publisher	2016	Quản trị nguồn nhân lực
6	Marketing Management, 3rd Ed,	O.C. Ferrell & M.D. Hartline	USA: Thomson.	6 th edition, 2014	Quản trị Marketing
7	Introduction to Leadership: Concepts and Practice Edition 4.	Northouse, P. G.	Thousand Oaks: Sage Publications.	2015	Nghệ thuật lãnh đạo
8	Project Management: Processes methodologies and Economics, 2 nd .	Shtub, A., Bard, J. and Globerson, S.,	Edinburgh Gate: Pearson Education Limited	2013	Quản trị dự án đầu tư
9	Marketing Research, 8 th Edition.	Tom J. Brown, Tracy A. Suter; Gilbert A. Churchill	Cengage Learning.	2014	Nghiên cứu marketing
10	Consumer Behavior: Buying, Having and Being, 12 th Ed	Michael R. Solomon	Pearson Eds,	2016	Hành vi khách hàng
11	Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity	Keller, K. L.	Pearson.	2012	Quản trị thương hiệu
12	Integrated Marketing Communications	David Pickton & Amanda Broderick	Prentice Hall.	2007	Quản trị truyền thông
13	Management Information System: Managing the Digital firm, 15 th Ed.	Jane P. Laudon, Kenneth C. Laudon	PrenticeHall	2016	Hệ thống thông tin doanh nghiệp



STT	Tên giáo trình	Tên tác giả	Nhà xuất bản	Năm xuất bản	Sử dụng cho học phần
14	Principles of Risk Management and Insurance,	Rejda, G. E. and M. McNamara	Pearson Education.	2016	Quản trị rủi ro
15	Operations Management	Greasley, A	Wiley	2013	Quản trị sản xuất
16	Sales Management: Concepts and Cases	Cron, W. L. and T. E. DeCarlo	Wiley.	2010	Quản trị bán hàng
17	The Handbook for Quality Management,	<u>Pyz</u> MC GrawHill Inc., 2nd Edition. <u>dek</u> , T. and <u>Keller</u> ,		2015	Quản trị chất lượng
18	Administrative Office Management	Mike Harvey	Statistics Publishing House	2005	Quản trị hành chính văn phòng

Bảng 13: Danh mục sách chuyên khảo, tạp chí của ngành đào tạo

TT	Tên sách chuyên khảo/tạp chí	Tên tác giả	Nhà xuất bản số, tập, năm xuất bản	Số bản	Sử dụng cho học phần
1	Journal of Economics and Business Journal of Economics and Business	Cơ sở dữ liệu trực tuyến của trường: ScienceDirect	2017	Hàng quý	Quản trị Nguồn nhân lực, Quản trị Chiến lược, Quản trị Marketing, Hành vi tiêu dùng.
2	European Economic Review		Hàng năm	Các số xuất bản	Tài chính quốc tế
3	International Journal of Forecasting		Hàng năm	Các số xuất bản	Quản trị Rủi ro
4	International Economics		Hàng năm	Các số xuất bản	Quản trị Tài chính, Quản trị dự án đầu tư

TT	Tên sách chuyên khảo/tạp chí	Tên tác giả	Nhà xuất bản số, tập, năm xuất bản	Số bản	Sử dụng cho học phần
5	International Review of Economics & Finance		Hàng năm	Các số xuất bản	Kinh tế vi mô/Kinh tế vĩ mô
6	International Review of Financial Analysis		Hàng năm	Các số xuất bản	Quản trị tài chính / Đầu tư tài chính
7	International Strategic Management Review		Hàng năm	Các số xuất bản	Quản trị Chiến lược
8	Journal of Banking & Finance		Hàng năm	Các số xuất bản	Quản trị Tài Chính
9	Journal of Behavioral and Experimental Economics		Hàng năm	Các số xuất bản	Hành vi Khách hàng
10	Journal of Economics and Business		Hàng năm	Các số xuất bản	Kinh tế vi mô/Kinh tế vĩ mô
11	Journal of Empirical Finance		Hàng năm	Các số xuất bản	Quản trị tài chính
12	Journal of Financial Economics		Hàng năm	Các số xuất bản	Kinh tế vi mô/Kinh tế vĩ mô
13	Mối quan hệ giữa động lực làm việc và sự hài lòng công việc của cán bộ, công chức ở Việt Nam.	Phạm Đức Chính	2016, Nxb Đại học quốc gia TP.Hồ Chí Minh.		Quản trị Nguồn nhân lực
14	Journal of economic development	UEH	Hàng năm	Các số xuất bản	Kinh tế vi mô/Kinh tế vĩ mô
15	Contemporary Management (4 th edition).	Jones, G., George, J., Barrett, M. & Honig, B.	North Ryde, NSW. McGraw-Hill Australia.	2016	Quản trị học căn bản

TT	Tên sách chuyên khảo/tạp chí	Tên tác giả	Nhà xuất bản số, tập, năm xuất bản	Số bản	Sử dụng cho học phần
16	Organizational Behavior	McShane, S., & Von Glinow, M. A.	McGraw-Hill Education.	2014	Hành vi tổ chức
17	Organizational behavior: integrating individuals, groups, and organizations (4 th)	Joseph E. Champoux	New York: Routledge	2011	
18	The Psychology of People in Organisation	Ashleigh M and Mansi A	Pearson	2012	Quản trị nguồn nhân lực
19	International Human Resource Management 3 rd edition	Briscoe D.R, Schuler R.S and Claus L	Routledge	2009	
20	Strategic Management and Business Policy, 12 th ed.	Wheelen, TL & Hunger, JD	Wiley	2010	Quản trị chiến lược
21	Competitive advantage	NSW, Porter	Free press	ME 1985	
22	Operations Management	Slack, N., et al.	Pearson	2013	Quản trị sản xuất
23	Service Operations Management: The Total Experience	Parker, D.	Edward Elgar Publishing.	2012	
24	Fundamentals of Enterprise Risk Management: How Top Companies Assess Risk, Manage Exposure, and Seize Opportunity,	Hampton, J. J.	AMACOM.	2014	Quản trị rủi ro
25	The Essentials of Risk Management, Second Edition,	Crouhy, M., et al.	McGraw-Hill Education.	2013	
26	Risk management: foundations for a changing financial world	Walter V. "Bud" Haslett, Jr., editor	Hoboken, N.J.: Wiley	2010	

TT	Tên sách chuyên khảo/tạp chí	Tên tác giả	Nhà xuất bản số, tập, năm xuất bản	Số bản	Sử dụng cho học phần
27	Risk management: value at risk and beyond	M. A. H. Dempster and H. K. Moffatt	Cambridge University Press	2002	
28	Project Management: A Managerial Approach.	Meredith J.R. and Mantel, S.J.,	Asia: John Wiley & Sons.	2008	Quản trị dự án đầu tư
29	The management of projects.	Morris, P.,	UK: Thomas Telford Publishing.	1997	
30	Project management: achieving competitive advantage 3 rd	Jeffrey K. Pinto	Harlow: Pearson	2013	
31	Project management: a systems approach to planning, scheduling, and controlling	Harold Kerzner	Hoboken, N.J.: John Wiley & Sons, Inc	2013	
32	Fundamentals of Corporate Finance 10 th	Ross, Westerfield and Jordan	Mc Graw-Hill		Quản trị tài chính
33	Corporate Finance	Brealey, Myers, Allen	Mc Graw-Hill	2006	
34	Fundamentals of corporate finance, 3 rd	Jonathan Berk, Peter DeMarzo, Jarrad Harford	Harlow: Pearson Education	2015	
35	Financial management: text cum suggested answers	Ca. C. Rama Gopal	New Delhi: New Age International (P) Ltd., Publishers	2008	
36	Selling and Sales Management,	Jobber, D. and G. Lancaster	Prentice Hall	2009	Quản trị bán hàng

TT	Tên sách chuyên khảo/tạp chí	Tên tác giả	Nhà xuất bản số, tập, năm xuất bản	Số bản	Sử dụng cho học phần
			Financial Times.		
37	The Journal of Personal Selling & Sales Management.	New York Taylor & Francis			
38	Sales Management with Personal Selling - Salesmanship	Mumbai [India]: Himalaya Pub. House	S.A. Chunawalla	2009	
39	Principles of Information Systems, A Managerial Approach, 9 th	Ralph M. Stair, George W. Reynolds,		2010.	Hệ thống thông tin doanh nghiệp
40	Principles of business information systems	Ralph Stair, George Reynolds and Thomas Chesney	London: Cengage Learning	2008	
41	Principles of information systems: a managerial approach (3 rd)	Ralph M. Stair, George W. Reynolds	Cambridge, Mass: London	1998	
42	Document of ISO 9000, 9001, HACCP.				Quản trị chất lượng
43	Introduction to Statistical Quality Control (6 th edition),	Douglas C. Montgomery,	NXB John Wiley & Sons, Inc.		
44	Basic Marketing: A global managerial approach 15 th	Perreault, WD & McCarthy, EJ		2005	Marketing căn bản
45	Marketing: A strategic approach	McColl-Kennedy, J, Kiel, G	Nelson	2000	

TT	Tên sách chuyên khảo/tạp chí	Tên tác giả	Nhà xuất bản số, tập, năm xuất bản	Số bản	Sử dụng cho học phần
46	Why we buy, The Science of Shopping – Updated and Revised for the Internet, the Global Consumer, and Beyond,	Paco Underhill	Pearson Eds	2008	Hành vi người tiêu dùng
47	Consumer behavior	Leon G. Schiffman, Joseph Wisenblit	Harlow; Boston: Pearson	2015	
48	Consumer behavior: buying, having, and being, 11 th	olomon, Michael R.	Harlow: Pearson	2015	
49	How to prepare a Marketing Plan, 5th Edition	J. Stapleton & M. Thomas	Gower.	1998	Quản trị Marketing
50	Marketing management	Sheehan, Brian	Lausanne, Switzerland: AVA Pub	2011	
51	Marketing management: a decision-making approach	Pingali Venugopal	London: SAGE	2010	
52	Brand Management: Research, Theory and Practice	Heding, T., et al.	Routledge.	2016	Quản trị thương hiệu
53	Brand management: lessons from real-world marketing.	Mainak D.	Hoboken, N.J.: John Wiley & Sons	2007	
54	Advertising and Promotion – An integrated communications perspective	George E. Belch, Michael A. Belch	McGraw-Hill	2007	Quản trị truyền thông
55	Integrated Marketing	Robyn Blakeman		2007	



TT	Tên sách chuyên khảo/tạp chí	Tên tác giả	Nhà xuất bản số, tập, năm xuất bản	Số bản	Sử dụng cho học phần
	Communication: Creative Strategy from Idea to Implementation				
56	Exploring Marketing Research, 10 th Edition. Cengage Learning.	William G. Zikmund, Oklahoma State University; Barry J. Babin, Louisiana Tech University	Donald S. Tull and Del I. Hawkins. Marketing	2010	Nghiên cứu marketing
57	Research Measurement and Method, Fourth Edition. Macmillan		Publishing Company & Collier Macmillan Publishers.		
58	Leadership: <u>Theory and Practice.</u>	Northouse, P. G	Sage Publications	2013	Tâm lý nghệ thuật lãnh đạo
59	Leadership Communication: Fourth Edition,	Barrett, D.	McGraw-Hill Higher Education.	2013	
60	Culture and organization- software of the mind.	Geert Hofstede	McGraw-Hill.	1991	Văn hóa doanh nghiệp

14) Hướng dẫn thực hiện chương trình:

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

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

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

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

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

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

**KHOA QUẢN TRỊ KINH DOANH
PHÓ TRƯỞNG KHOA PHỤ TRÁCH**



TS. Huỳnh Thanh Tú

HIỆU TRƯỞNG



PGS.TS Nguyễn Tiến Dũng



