

Tp. Hồ Chí Minh, ngày 20 tháng 09 năm 2021

CHUẨN ĐẦU RA

*(Ban hành tại Quyết định số 855/QĐ-ĐHKTL ngày 20 tháng 9 năm 2021
của Hiệu trưởng Trường ĐH Kinh Tế - Luật)*

- 1. Tên chương trình: MARKETING**
- 2. Trình độ đào tạo:** Đại học
- 3. Ngành đào tạo:** Marketing
- 4. Loại hình đào tạo:** Chính quy tập trung
- 5. Mã ngành đào tạo:** 7340115
- 6. Bằng tốt nghiệp:** Cử nhân Marketing
- 7. Phụ trách Bộ môn:** Marketing
- 8. Mục tiêu chương trình đào tạo**

8.1. Mục tiêu chung

Chương trình đào tạo quản trị kinh doanh nhằm đào tạo cử nhân Marketing có phẩm chất chính trị, đạo đức và sức khỏe tốt, có bản lĩnh nghề nghiệp vững vàng, khả năng làm việc độc lập và trách nhiệm với xã hội; nắm vững các kiến thức cơ bản về khoa học tự nhiên, xã hội và nhân văn, pháp luật và an ninh quốc phòng; có kiến thức nền tảng về Marketing, chuyên sâu trong ngành Marketing; có tư duy hệ thống, logic và khả năng chuyển tải kiến thức thành những kỹ năng nghề nghiệp; có các kỹ năng phân tích, phản biện, giao tiếp, thiết lập những mối quan hệ thành công trong công việc chuyên môn và khả năng giao tiếp chuyên môn bằng tiếng Anh; có năng lực nghiên cứu, tự bổ sung kiến thức và tiếp tục học tập nâng cao trình độ để đáp ứng yêu cầu của công việc.

8.2. Mục tiêu cụ thể

a) *Kiến thức*: Có khả năng trình bày được kiến thức cơ bản về khoa học tự nhiên, công nghệ, xã hội, chính trị, kinh tế, kinh doanh và pháp luật; vận dụng được kiến thức nền tảng về kinh doanh và quản lý để giải quyết các vấn đề chuyên môn; thể hiện được kiến thức chuyên sâu ngành quản trị kinh doanh để phân tích, đánh giá và giải quyết các vấn đề chuyên môn.

b) *Kỹ năng*: Thực hiện phản biện và các kỹ năng cần cần thiết để giải quyết các vấn đề phức tạp; thành thạo kỹ năng giao tiếp và làm việc nhóm hiệu quả để giải quyết các vấn đề chuyên môn; thể hiện được khả năng ngoại ngữ trong giao tiếp, giải quyết các vấn đề chuyên môn và năng lực khởi nghiệp.

c) *Năng lực tự chủ và trách nhiệm*: Hình thành khả năng tự định hướng và có thể bảo vệ được quan điểm cá nhân, năng lực quản lý, điều hành trong bối cảnh kinh doanh của doanh nghiệp; thực thi đạo đức, công bằng và trách nhiệm xã hội.

9. Chuẩn đầu ra chương trình đào tạo

	Chuẩn đầu ra	Trình độ năng lực	
		Thang đo UEL	Thang đo Bloom
1.	KIẾN THỨC VÀ LẬP LUẬN NGÀNH		
1.1	Kiến thức toán và khoa học cơ bản (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	3,5	4,5
1.1.2	Có kiến thức toán, thống kê và khoa học tự nhiên để giải quyết vấn đề kinh tế và kinh doanh	3,5	4,5
1.1.3	Có kiến thức khoa học xã hội và nhân văn để giải quyết các vấn đề kinh tế và kinh doanh	3,5	4,5
1.2	Kiến thức cơ sở trong lĩnh vực kinh tế và kinh doanh		
1.2.1	Có kiến thức về kinh tế vi mô, vĩ mô, quản trị, marketing và kinh doanh	3,5	4,5

1.2.2	Có kiến thức tài chính và kế toán để giải quyết các vấn đề kinh tế và kinh doanh	3,5	4,5
1.2.3	Có kiến thức về phương pháp nghiên cứu và phân tích, xử lý dữ liệu để giải quyết các vấn đề kinh tế và kinh doanh	3,5	4,5
1.3	Kiến thức chuyên ngành marketing		
1.3.1	Có kiến thức và khả năng tư duy hệ thống trong giải quyết các vấn đề quản trị và marketing trong tổ chức	4,0	4,5
1.3.2	Có kiến thức cơ bản về hoạch định, quản trị, cạnh tranh, sản xuất, đầu tư, phân phối và khách hàng về marketing	4,0	4,5
1.3.3	Có kiến thức luật pháp trong kinh doanh và các quy tắc về đạo đức nghề nghiệp	4,0	4,5
1.3.4	Có kiến thức để xây dựng chiến lược, chính sách và tổ chức hoạt động marketing	4,0	4,5
2.	KỸ NĂNG, PHẨM CHẤT CÁ NHÂN VÀ NGHỀ NGHIỆP		
2.1	Kỹ năng lập luận, phân tích và giải quyết vấn đề		
2.1.1	Có kỹ năng nhận dạng và phát hiện vấn đề trong sản xuất, kinh doanh và marketing	3,5	4,0
2.1.2	Có kỹ năng phân tích, đánh giá, tổng hợp các vấn đề trong sản xuất, kinh doanh và marketing	4,0	4,5
2.1.3	Có kỹ năng lập kế hoạch và đưa ra giải pháp, kiến nghị để hiện các phương án, dự án trong sản xuất, kinh doanh và marketing	4,0	4,5
2.2	Kỹ năng lập kế hoạch và thực hiện chính sách marketing		
2.2.1	Có kỹ năng hình thành ý tưởng, lập kế hoạch tổ chức các hoạt động marketing	4,0	4,5
2.2.2	Có kỹ năng đánh giá các phương án, dự án, chính sách về marketing	4,0	4,5
2.2.3	Có kỹ năng soạn thảo và đàm phán hợp đồng trong marketing	4,0	4,5
2.3	Tư duy tầm hệ thống		

2.3.1	Có tư duy hệ thống và toàn diện khi tiếp cận các vấn đề cuộc sống, nghề nghiệp	4,0	4,5
2.3.2	Có khả năng sắp xếp những vấn đề phát sinh, xác định yếu tố trọng tâm và khả năng tương tác trong hệ thống	4,0	4,5
2.3.3	Có khả năng phân tích, đánh giá và chọn giải pháp hợp lý trong marketing	4,0	4,5
2.4	Thái độ, tư tưởng và học tập		
2.4.1	Có thái độ và tư tưởng sẵn sàng quyết định chấp nhận rủi ro, kiên trì và linh hoạt	4,0	4,5
2.4.2	Có tư duy sáng tạo	4,0	4,5
2.4.3	Có thái độ và khả năng học tập và rèn luyện suốt đời	4,0	4,5
2.4.4	Có khả năng quản lý thời gian và nguồn lực có hiệu quả	4,0	4,5
2.5	Đạo đức, công bằng và các trách nhiệm xã hội		
2.5.1	Có đạo đức, liêm chính và trách nhiệm xã hội	4,0	4,0
2.5.2	Có hành vi ứng xử chuyên nghiệp	4,0	4,0
2.5.3	Biết chủ động cho tương lai và dự kiến cho cuộc đời	4,0	4,0
2.5.4	Có thể tin tưởng và trung thành với tổ chức	4,0	4,0
3	KỸ NĂNG LÀM VIỆC THEO NHÓM VÀ GIAO TIẾP		
3.1	Kỹ năng làm việc nhóm		
3.1.1	Có kỹ năng hình thành và tổ chức nhóm hiệu quả	4,0	4,5
3.1.2	Có kỹ năng hoạt động nhóm đạt được mục tiêu	4,0	4,5
3.1.3	Có kỹ năng lãnh đạo và phát triển nhóm	4,0	4,5
3.1.4	Có kỹ năng hợp tác đa ngành và liên ngành	4,0	4,5
3.2	Kỹ năng giao tiếp		
3.2.1	Có kỹ năng thiết lập chiến lược giao tiếp	4,0	4,5
3.2.2	Có kỹ năng thiết lập một cấu trúc giao tiếp hiệu quả với đối tác, khách hàng	4,0	4,5
3.2.3	Có kỹ năng giao tiếp bằng văn bản và các phương thức giao tiếp khác một cách hiệu quả	4,0	4,5
3.2.4	Có kỹ năng lắng nghe, đối thoại và trình bày trước cộng đồng và khách hàng	4,0	4,5
3.2.5	Có kỹ năng đàm phán, thỏa hiệp và giải quyết xung đột	4,0	4,5

3.2.6	Có kỹ năng thiết lập các mối quan hệ có hiệu quả	4,0	4,5
3.3	Kỹ năng và khả năng giao tiếp bằng ngoại ngữ		
3.3.1	Có khả năng giao tiếp hiệu quả bằng tiếng Anh (500 TOEIC)	3,5	4,0
3.3.2	Có khả năng giao tiếp bằng một ngôn ngữ khác	3,5	4,0
4	NĂNG LỰC THỰC HÀNH NGHỀ NGHIỆP		
4.1	Năng lực nhận thức trong bối cảnh xã hội		
4.1.1	Có năng lực nhận thức được vai trò và trách nhiệm của nhà marketing trước cộng đồng	4,0	4,5
4.1.2	Có khả năng nhận thức được bối cảnh lịch sử và văn hóa	3,5	4,0
4.1.3	Có khả năng nhận thức được các vấn đề và giá trị đương đại	3,5	4,0
4.1.4	Có khả năng phát triển một quan điểm toàn cầu	4,0	4,5
4.1.5	Có khả năng nhận thức được tính bền vững và nhu cầu phát triển bền vững	4,0	4,5
4.2	Năng lực thực hành trong bối cảnh doanh nghiệp, kinh doanh và marketing		
4.2.1	Tôn trọng sự đa dạng văn hóa trong tổ chức, văn hóa địa phương và cộng đồng	3,5	4,0
4.2.2	Có khả năng quản trị xung đột lợi ích trong tổ chức	3,5	4,0
4.2.3	Có khả năng thích ứng trong môi trường làm việc đa văn hóa	3,5	4,0
4.2.4	Có khả năng quản trị sự thay đổi trong kinh doanh và marketing	3,5	4,0
4.3	Năng lực khởi nghiệp		
4.3.1	Có năng lực sáng lập và điều hành các doanh nghiệp	4,0	4,5
4.3.2	Có năng lực hoạch định vốn và tài chính cho các doanh nghiệp	4,0	4,5
4.3.3	Có năng lực nghiên cứu thị trường, thiết kế các sản phẩm marketing cho doanh nghiệp	4,0	4,5
4.3.4	Có năng lực marketing sản phẩm một cách sáng tạo	4,0	4,5

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

10. Vị trí việc làm của người học sau tốt nghiệp

Nhóm 1: Nhà quản lý các lĩnh vực chuyên môn quản trị kinh doanh như quản lý bán hàng, quản lý nhân sự, quản lý sự kiện, quản lý dự án, quản lý dịch vụ du lịch và lữ hành. Trong tương lai họ sẽ là nhà quản lý cao cấp có khả năng thích ứng trong bối cảnh công việc có tính cạnh tranh cao, có đủ năng lực làm việc tại các tổ chức, 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 từ cấp phòng, ban trong tổ chức, cũng như các chương trình, dự án thuộc các doanh nghiệp, các tổ chức kinh tế, tổ chức của Chính phủ và phi chính phủ cả ở trong và ngoài nước.

Nhóm 2: Chủ doanh nghiệp. Người học tốt nghiệp có thể kế thừa và điều hành doanh nghiệp của gia đình, hoặc sáng lập doanh nghiệp mới. Họ sẽ trở thành những chủ doanh nghiệp có trí tuệ và bản lĩnh kinh doanh, tự lập thân, lập nghiệp.

Nhóm 3: Giảng viên, nhà nghiên cứu và chuyên gia tư vấn về quản trị kinh doanh. Sau khi tốt nghiệp, sinh viên có khả năng nghiên cứu và công bố kết quả để có thể làm trợ giảng và tiến tới trong tương lai trở thành giảng viên có học vị cao 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 sáng tạo, mô hình kinh doanh mới trong lĩnh vực Quản trị và Kinh doanh cho mọi tổ chức thuộc chính phủ, phi chính phủ và các loại hình doanh nghiệp trong nền kinh tế.

11. Khả năng học tập nâng cao trình độ sau khi ra trường

Sau khi ra trường, sinh viên có thể tiếp tục học thạc sĩ, tiến sĩ cùng ngành hoặc các ngành khác sau khi bổ sung kiến thức chuyên ngành của ngành đào tạo cao hơn.

PHÓ TRƯỞNG KHOA PHỤ TRÁCH



Huỳnh Thanh Tú

