

Số: 1072/QĐ-HV

Hà Nội, ngày 23 tháng 6 năm 2025

QUYẾT ĐỊNH

Ban hành Chương trình giáo dục đại học ngành Marketing trình độ đại học hệ chính quy

GIÁM ĐỐC HỌC VIỆN CÔNG NGHỆ BƯU CHÍNH VIỄN THÔNG

Căn cứ Quyết định số 171/QĐ-BKHCN ngày 03 tháng 3 năm 2025 ban hành Quy định chức năng, nhiệm vụ, quyền hạn và cơ cấu tổ chức của Học viện Công nghệ Bưu chính Viễn thông;

Căn cứ Nghị quyết số 22/NQ-HĐHV ngày 12 tháng 4 năm 2021 của Hội đồng học viện về việc ban hành Quy chế tổ chức và hoạt động của Học viện Công nghệ Bưu chính Viễn thông;

Căn cứ Nghị quyết 191/NQ-HĐHV ngày 24/04/2025 của Chủ tịch Hội đồng Học viện về việc Điều chỉnh Quy chế tổ chức và hoạt động của Học viện Công nghệ Bưu chính Viễn thông;

Căn cứ Thông tư số 17/2021/TT-BGDĐT ngày 22 tháng 6 năm 2021 của Bộ trưởng Bộ Giáo dục và Đào tạo ban hành Quy định về chuẩn chương trình đào tạo; xây dựng, thẩm định, ban hành chương trình đào tạo các trình độ của giáo dục đại học;

Căn cứ Quyết định số 393/QĐ-HV ngày 23 tháng 03 năm 2022 của Giám đốc Học viện Công nghệ Bưu chính Viễn thông ban hành Quy định xây dựng, cải tiến và phát triển chương trình đào tạo;

Xét đề nghị của Trưởng phòng Đào tạo và Trưởng Bộ môn Marketing,

QUYẾT ĐỊNH:

Điều 1. Ban hành kèm theo Quyết định này **Chương trình giáo dục đại học ngành Marketing** trình độ đại học hệ chính quy của Học viện Công nghệ Bưu chính Viễn thông (Chi tiết kèm theo).

Điều 2. Chương trình giáo dục đại học ngành Marketing được áp dụng từ khóa đào tạo 2025 trở đi.

Điều 3. Quyết định có hiệu lực thi hành kể từ ngày ký.

Điều 4. Phó Giám đốc Phụ trách Cơ sở Học viện tại Tp. Hồ Chí Minh, Chánh văn phòng, Trưởng các Phòng: Đào tạo, Giáo vụ, Chính trị & Công tác sinh viên, Tài chính kế toán, Quản lý Khoa học công nghệ & hợp tác quốc tế; Trưởng Trung tâm Khảo thí & Đảm bảo chất lượng giáo dục, Trưởng các Khoa đào tạo 1 và 2, Trưởng Bộ môn Marketing và Trưởng các đơn vị có liên quan chịu trách nhiệm thi hành Quyết định./.

Nơi nhận:

- Như Điều 4;
- Bộ GD&ĐT (để b/c);
- Bộ KH&CN (để b/c);
- Ban Giám đốc HV;
- Lưu VT, ĐT (03).

KT. GIÁM ĐỐC
PHÓ GIÁM ĐỐC
HỌC VIỆN
CÔNG NGHỆ
BƯU CHÍNH
VIỄN THÔNG
PGS.TS Trần Quang Anh

CHƯƠNG TRÌNH GIÁO DỤC ĐẠI HỌC

Tên chương trình:	Marketing
Ngành đào tạo (tiếng Việt):	Marketing
Ngành đào tạo (tiếng Anh):	Marketing
Trình độ đào tạo:	Đại học
Mã số:	7340115
Hình thức đào tạo:	Chính quy

(Kèm theo Quyết định số ~~1072~~ 1072/QĐ-HV ngày 23 tháng 6 năm 2025 của Giám đốc Học viện)

1. MỤC TIÊU

1.1. Mục tiêu chung

Chương trình đào tạo Cử nhân ngành Marketing với định hướng về marketing số của Học viện Công nghệ Bưu chính Viễn thông được thiết kế nhằm đào tạo người học có phẩm chất chính trị, đạo đức, sức khỏe; có kiến thức, kỹ năng thực hành nghề nghiệp, năng lực nghiên cứu và ứng dụng công nghệ tương xứng với trình độ đào tạo bậc cử nhân; có khả năng học tập suốt đời; có khả năng sáng tạo và thích nghi với môi trường làm việc; có trách nhiệm nghề nghiệp và ý thức phục vụ cộng đồng, đáp ứng yêu cầu phát triển kinh tế - xã hội và hội nhập quốc tế.

1.2. Mục tiêu cụ thể

Mục tiêu cụ thể của chương trình đào tạo cử nhân ngành Marketing chuyên sâu về marketing số của Học viện Công nghệ Bưu chính Viễn thông nhằm đào tạo Cử nhân Marketing có:

- PO1. Khả năng vận dụng kiến thức khoa học cơ bản, kinh tế và quản lý; kiến thức chuyên môn toàn diện về marketing và marketing số;
- PO2. Khả năng thiết kế và triển khai hoạt động marketing một cách sáng tạo và phù hợp với thực tiễn các doanh nghiệp/tổ chức trong bối cảnh môi trường số hóa
- PO3. Khả năng thích nghi với các bối cảnh kinh doanh, marketing khác nhau của các tổ chức/doanh nghiệp
- PO4. Khả năng áp dụng các nguyên tắc đạo đức nghề nghiệp cùng trách nhiệm xã hội trong thiết kế và triển khai hoạt động marketing, góp phần phục vụ cộng đồng.

2. CHUẨN ĐẦU RA CỦA CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO (PLOs)

Các chuẩn đầu ra (PLOs), mức độ năng lực và các chỉ báo (PIs) của chương trình đào tạo như sau:

Chuẩn đầu ra (PLOs)	Mức độ năng lực*	Các chỉ báo (PIs)
PLO1. Vận dụng được kiến thức khoa học cơ bản, kinh tế, quản lý và marketing để giải quyết các vấn đề marketing của tổ chức/ doanh nghiệp trong môi trường số hóa	C4/P3	<p><i>PI1.1. Nhận diện được các vấn đề marketing cần giải quyết của tổ chức/ doanh nghiệp trong môi trường số hóa và các kiến thức khoa học cơ bản, kinh tế và quản lý có liên quan</i></p> <p><i>PI1.2. Lựa chọn được các kiến thức về khoa học cơ bản, kinh tế, quản lý và marketing để áp dụng vào xây dựng phương án giải quyết các vấn đề marketing của tổ chức/ doanh nghiệp trong môi trường số hóa</i></p> <p><i>PI1.3. Giải quyết được vấn đề marketing của tổ chức/ doanh nghiệp trong môi trường số hóa nhờ việc áp dụng các kiến thức khoa học cơ bản, kinh tế và quản lý, marketing phù hợp</i></p>
PLO2. Lựa chọn được các công cụ và công nghệ số phù hợp để phân tích, giải quyết các vấn đề marketing trong môi trường số, phù hợp với nhu cầu và mục tiêu của tổ chức/doanh nghiệp	C5/P3	<p><i>PI2.1. Xác định được các chỉ số và công cụ phân tích để đánh giá thành tích các hoạt động marketing trong môi trường số, nhằm đưa ra các khuyến nghị phù hợp với mục tiêu của tổ chức/ doanh nghiệp</i></p> <p><i>PI2.2. Lựa chọn được các nền tảng và công nghệ số phù hợp để đề xuất giải pháp marketing nhằm giải quyết các vấn đề cụ thể của doanh nghiệp tổ chức.</i></p>
PLO3. Vận dụng được tư duy phản biện, hệ thống và sáng tạo trong giải quyết các vấn đề về marketing	C3/P2	<p><i>PI3.1. Sử dụng được tư duy phản biện và hệ thống để đánh giá các vấn đề marketing của tổ chức/ doanh nghiệp</i></p> <p><i>PI3.2. Đưa ra được những ý tưởng, cách tiếp cận mới trong giải quyết vấn đề marketing của tổ chức/doanh nghiệp</i></p>
PLO4. Có khả năng thích nghi hiệu quả với các lĩnh vực kinh doanh và marketing đặc thù, thông qua việc vận dụng linh hoạt kiến thức và kỹ năng marketing vào các bối cảnh khác nhau	C5/P3	<p><i>PI4.1. Có khả năng xác định và đánh giá các vấn đề trong các lĩnh vực marketing khác nhau của tổ chức/ doanh nghiệp</i></p> <p><i>PI4.2. Vận dụng linh hoạt các kiến thức và kỹ năng marketing phù hợp nhằm giải quyết các vấn đề thuộc các lĩnh vực kinh doanh và marketing khác nhau</i></p>
PLO5. Giao tiếp - truyền thông một cách phù hợp đối với lĩnh vực marketing, thể hiện sự hiểu biết về các phương pháp và kỹ thuật giao	P3/A2	<p><i>PI5.1. Có khả năng sử dụng các phương pháp và công cụ giao tiếp (bằng lời nói và viết) phù hợp với ngữ cảnh và đối tượng mục tiêu của các hoạt động marketing</i></p> <p><i>PI5.2. Áp dụng một cách phù hợp các công cụ và kênh truyền thông số để tương tác</i></p>

Chuẩn đầu ra (PLOs)	Mức độ năng lực*	Các chỉ báo (PIs)
tiếp phù hợp với đối tượng và ngữ cảnh		với các nhóm đối tượng mục tiêu của các hoạt động marketing
PLO6. Làm việc nhóm hiệu quả nhằm giải quyết các vấn đề thuộc lĩnh vực marketing của tổ chức/doanh nghiệp	P3/A2	<p>PI6.1. Đóng góp tích cực vào nhóm, thực hiện đầy đủ các nhiệm vụ được giao để giải quyết vấn đề marketing của tổ chức/doanh nghiệp</p> <p>PI6.2. Hợp tác hiệu quả với các thành viên trong nhóm, bao gồm cả lắng nghe và sử dụng ý kiến của các thành viên trong nhóm, để giải quyết các vấn đề marketing</p> <p>PI6.3. Có khả năng xử lý quan điểm đa dạng và giải quyết xung đột nhằm giải quyết các vấn đề marketing của các tổ chức/ doanh nghiệp</p>
PLO7. Đưa được những đánh giá về chuyên môn trên cơ sở xem xét vấn đề đạo đức, trách nhiệm nghề nghiệp và bối cảnh kinh doanh thực tiễn trong môi trường số hóa	C5/P3	<p>PI7.1. Đánh giá được các khía cạnh đạo đức và trách nhiệm nghề nghiệp trong các hoạt động marketing của các tổ chức/doanh nghiệp</p> <p>PI7.2. Lựa chọn được các giải pháp marketing phù hợp với bối cảnh kinh doanh thực tiễn trong môi trường số hóa, trong đó có xem xét các yếu tố đạo đức và trách nhiệm nghề nghiệp</p>

* C: miễn kiến thức; P: miễn kỹ năng; A: miễn thái độ.

Các mức độ năng lực được xác định trên cơ sở tham chiếu Thang cấp độ tư duy Bloom

3. KHỐI LƯỢNG KIẾN THỨC TOÀN KHÓA: 129 tín chỉ (không bao gồm Giáo dục thể chất, Giáo dục quốc phòng và các môn Kỹ năng mềm)

4. ĐỐI TƯỢNG TUYỂN SINH VÀ YÊU CẦU ĐẦU VÀO: Là người đã tốt nghiệp THPT hoặc tương đương, tham dự và trúng tuyển (đạt các yêu cầu đầu vào) trong kỳ tuyển sinh đại học hệ chính quy với Tổ hợp xét tuyển: Toán, Lý, Hóa (A00 – khối A); hoặc Toán, Lý, Anh, Văn (A01 – khối A1) hoặc Toán, Lý, Tin (X06) hoặc Toán, Tin, Anh (X26) hoặc các phương án xét tuyển riêng của Học viện Công nghệ Bưu chính Viễn thông.

5. QUY TRÌNH ĐÀO TẠO, ĐIỀU KIỆN TỐT NGHIỆP

5.1. Quy trình đào tạo

Chương trình đào tạo được thực hiện trong 4 năm gồm 8 học kỳ, trong đó 7 học kỳ tích lũy kiến thức tại Học viện và 1 kỳ tốt nghiệp, bao gồm thực tập tốt nghiệp tại cơ sở (tổ chức, doanh nghiệp) và làm đề án tốt nghiệp.

Sinh viên được đào tạo theo phương thức đào tạo tín chỉ, áp dụng Quy chế đào tạo tín chỉ hiện hành của Bộ Giáo dục & Đào tạo và của Học viện.

5.2. Công nhận tốt nghiệp

Sinh viên phải đạt trình độ tiếng Anh 450 điểm TOEIC quốc tế trở lên hoặc tương đương.

Kết thúc khóa học, sinh viên được công nhận tốt nghiệp và cấp bằng **Cử nhân ngành Marketing** trình độ đại học hệ chính quy khi đã hội tụ đủ các tiêu chuẩn theo quy chế đào tạo đại học theo hệ thống tín chỉ.

6. THANG ĐIỂM: Theo thang điểm tín chỉ

Điểm chữ (A, B, C, D, F) và thang điểm 4 quy đổi tương ứng được sử dụng để đánh giá kết quả học tập chính thức. Thang điểm 10 được sử dụng để đánh giá điểm thành phần của các Học phần/học phần.

	Thang điểm 10 (điểm thành phần)	Thang điểm 4	
		Điểm chữ	Điểm số
Điểm đạt	Từ 9,0 đến 10,0	A+	4,0
	Từ 8,5 đến 8,9	A	3,7
	Từ 8,0 đến 8,4	B+	3,5
	Từ 7,0 đến 7,9	B	3,0
	Từ 6,5 đến 6,9	C+	2,5
	Từ 5,5 đến 6,4	C	2,0
	Từ 5,0 đến 5,4	D+	1,5
	Từ 4,0 đến 4,9	D	1,0
Không đạt	Dưới 4,0	F	0,0

Loại đạt không ghi mức (áp dụng cho các học phần đạt, không tính vào điểm trung bình học tập): Từ 5,0 điểm trở lên, điểm chữ là P

7. NỘI DUNG CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO

7.1 Cấu trúc chương trình đào tạo

STT	Khối kiến thức	Số tín chỉ
1.	Kiến thức giáo dục đại cương	38
1.1	Khối kiến thức chung	27
1.1.1	Lý luận chính trị	11
1.1.2	Tiếng Anh	14
1.1.3	Tin học	2
1.2	Khối kiến thức khoa học cơ bản	11
2.	Kiến thức giáo dục chuyên nghiệp	91
2.1	Khối kiến thức cơ sở (nhóm ngành và ngành)	48
2.2	Khối kiến thức chuyên chuyên ngành	33

STT	Khối kiến thức	Số tín chỉ
2.3	<i>Thực tập và Tốt nghiệp</i>	10
Tổng cộng		129

7.2 Nội dung chương trình

7.2.1 Khối kiến thức chung

TT	Tên Học phần	Mã số học phần	Số tín chỉ	Loại học phần		Học kỳ	Mã số Học phần tiên quyết
				Bắt buộc	Tự chọn		
1	Triết học Mác-Lênin	BAS1150	3	x		2	
2	Kinh tế chính trị Mác- Lênin	BAS1151	2	x		3	
3	Chủ nghĩa xã hội khoa học	BAS1152	2	x		4	
4	Lịch sử Đảng cộng sản Việt Nam	BAS1153	2	x		6	
5	Tư tưởng Hồ chí Minh	BAS1122	2	x		5	
6	Tiếng Anh Course 1 (*)	BAS1157	4	x		2	
7	Tiếng Anh Course 2	BAS1158	4	x		3	
8	Tiếng Anh Course 3	BAS1159	4	x		4	
9	Tiếng Anh Course 3 Plus	BAS1160	2	x		5	
10	Nhập môn công nghệ số và ứng dụng AI	INT11205	2	x		1	
Tổng:			27				
<i>Giáo dục thể chất và Giáo dục quốc phòng</i>							
1	Giáo dục thể chất 1	BAS1106	2	x		1	
2	Giáo dục thể chất 2	BAS1107	2	x		2	
3	Giáo dục Quốc phòng	BAS1105	7,5	x		1	
<i>Kỹ năng mềm</i>							
1	Kỹ năng thuyết trình	SKD1101	1		x		
2	Kỹ năng làm việc nhóm	SKD1102	1		x		
3	Kỹ năng tạo lập văn bản tiếng Việt	SKD1103	1		x		
4	Kỹ năng lập kế hoạch và tổ chức thực hiện công việc	SKD1104	1		x		
5	Kỹ năng giao tiếp	SKD1105	1		x		
6	Kỹ năng tư duy sáng tạo	SKD1107	1		x		
7	Kỹ năng đổi mới sáng tạo	SKD1111	1		x		

(*) Điều kiện để đăng ký học phần tiếng Anh Course 1 trong chương trình là sinh viên phải đạt trình độ tiếng Anh từ 225 điểm theo bài thi TOEIC Placement Test trở lên; các sinh viên chưa

đạt mức điểm trên sẽ phải hoàn thành học phần tiếng Anh hỗ trợ Course 0 (mã BAS1156). Kế hoạch học tập Học phần tiếng Anh thực hiện theo chương trình chi tiết riêng.

7.2.2. Kiến thức khoa học tự nhiên và xã hội

TT	Tên Học phần	Mã số học phần	Số tín chỉ	Loại học phần		Học kỳ	Mã số học phần tiên quyết
				Bắt buộc	Tự chọn		
11	Toán cao cấp cho kinh tế	BAS1267	4	x		1	
12	Lý thuyết xác suất và thống kê	BAS1210	3	x		2	
13	Pháp luật và Sở hữu trí tuệ	BSA12117	2	x		1	
14	Phương pháp luận nghiên cứu khoa học	SKD1108	2	x		4	
Tổng:			11				

7.2.3 Khối kiến thức giáo dục chuyên nghiệp

7.2.3.1. Kiến thức cơ sở

TT	Tên Học phần	Mã số học phần	Số tín chỉ	Loại học phần		Học kỳ	Mã số học phần tiên quyết
				Bắt buộc	Tự chọn		
15	Kinh tế vi mô 1	BSA1310	3	x		1	
16	Kinh tế vĩ mô 1	BSA1311	3	x		2	
17	Marketing căn bản	MAR1322	3	x		1	
18	Kế toán cho kinh doanh	FIA1389	3	x		3	
19	Kinh tế lượng	BSA1309	3	x		3	
20	Quản trị học	BSA1328	3	x		3	
21	Hành vi người tiêu dùng	MAR1354	3	x		2	MAR1322
22	Các hệ thống thông tin trong doanh nghiệp	MAR1315	3	x		4	
23	Internet và ứng dụng trong kinh doanh	MAR1333	3	x		5	
24	Quản trị marketing	MAR1424	2	x		3	MAR1322
25	Phương pháp nghiên cứu marketing	MAR1309	3	x		5	
26	Phân tích kinh doanh	BSA1395	3	x		4	BSA1328
27	Truyền thông marketing tích hợp	MAR1314	3	x		5	MAR1322
28	Marketing dịch vụ	MAR1425	2	x		4	MAR1322
29	Marketing công nghiệp	MAR1426	2	x		4	MAR1322

TT	Tên Học phần	Mã số học phần	Số tín chỉ	Loại học phần		Học kỳ	Mã số học phần tiên quyết
				Bắt buộc	Tự chọn		
Các học phần lựa chọn (3/5, tổng số TC:6)							
30	Khởi sự doanh nghiệp truyền thông	MAR1493	2		x	5	
31	Thương mại điện tử	MAR1323	2		x	5	
32	Quản trị bán hàng	MAR1329	2		x	5	
33	Quản lý dự án	BSA1349	2		x	5	
34	Luật kinh doanh	BSA1314	2		x	5	BSA1221
	Tổng:		48				

7.2.3.2. Kiến thức chuyên ngành

TT	Tên Học phần	Mã số học phần	Số tín chỉ	Loại học phần		Học kỳ	Mã số học phần tiên quyết
				Bắt buộc	Tự chọn		
35	Marketing số	MAR1466	3	x		6	MAR1322
36	Sáng tạo và phát triển nội dung	MAR1486	3	x		6	MAR1322
37	Quản trị cơ sở dữ liệu kinh doanh	MAR1312	2	x		6	MAR1322
38	Quản trị thương hiệu	MAR1328	2	x		6	MAR1322
Chuyên ngành Internet Marketing							
39	Phân tích web	MAR1408	3	x		6	MAR1312
40	Marketing qua phương tiện truyền thông xã hội	MAR1406	3	x		7	MAR1322
41	Tổng quan về biên tập web	MAR1413	3	x		6	MAR1333
42	Marketing bằng công cụ tìm kiếm	MAR1405	3	x		7	MAR1322
43	Đề án: Kế hoạch Internet marketing	MAR1402	2	x		7	MAR1466
Các học phần lựa chọn (3/6, tổng số TC:9)							
44	Marketing quốc tế	MAR14102	3		x	7	MAR1322
45	Quản trị quan hệ khách hàng	MAR1440	3		x	7	MAR1322
46	Truyền thông nội bộ trong tổ chức	MAR1419	3		x	7	MAR1322

TT	Tên Học phần	Mã số học phần	Số tín chỉ	Loại học phần		Học kỳ	Mã số học phần tiên quyết
				Bắt buộc	Tự chọn		
47	Marketing lĩnh vực công	MAR1381	3		x	7	MAR1322
48	Marketing xã hội	MAR1476	3		x	7	MAR1322
49	Đạo đức Marketing	MAR1358	3		x	7	MAR1322
Chuyên ngành Phân tích dữ liệu marketing số							
39	Phân tích Marketing	MAR1437	3	x		7	MAR1309
40	Khai phá dữ liệu trong Marketing	MAR1438	3	x		6	MAR1309
41	Phân tích web	MAR1408	3	x		6	MAR1312
42	Marketing qua phương tiện truyền thông xã hội	MAR1406	3	x		7	MAR1322
43	Trí tuệ Marketing	MAR1439	2	x		7	MAR1309
Các học phần lựa chọn (3/6, tổng số TC:9)							
44	Quản trị quan hệ khách hàng	MAR1440	3		x	7	MAR1322
45	Marketing dựa trên giá trị	MAR1421	3		x	7	MAR1322
46	Đạo đức Marketing	MAR1358	3		x	7	MAR1322
47	Marketing quốc tế	MAR14102	3		x	7	MAR1322
48	Marketing xã hội	MAR1476	3		x	7	MAR1322
49	Marketing lĩnh vực công	MAR1381	3		x	7	MAR1322
Chuyên ngành Truyền thông marketing							
39	Chiến lược phương tiện truyền thông	MAR1401	3	x		6	MAR1314
40	Quan hệ công chúng	MAR1411	3	x		6	MAR1322
41	Marketing trực tiếp	MAR1407	3	x		7	MAR1322
42	Quản trị quảng cáo	MAR1410	3	x		7	MAR1322
43	Đề án: Kế hoạch Truyền thông marketing	MAR1403	2	x		7	MAR1314
Các học phần lựa chọn (3/6, tổng số TC:9)							
44	Quản trị khủng hoảng truyền thông	MAR1489	3		x	7	MAR1322

TT	Tên Học phần	Mã số học phần	Số tín chỉ	Loại học phần		Học kỳ	Mã số học phần tiên quyết
				Bắt buộc	Tự chọn		
45	Truyền thông nội bộ trong tổ chức	MAR1419	3		x	7	MAR1322
46	Tổ chức sự kiện	MAR1487	3		x	7	MAR1322
47	Đạo đức Marketing	MAR1358	3		x	7	MAR1322
48	Marketing quốc tế	MAR14102	3		x	7	MAR1322
49	Marketing xã hội	MAR1476	3		x	7	MAR1322
	Tổng		33				

7.2.3.3. Thực tập và tốt nghiệp:

TT	Tên Học phần	Mã số học phần	Số tín chỉ	Loại học phần		Học kỳ	Mã số Học phần tiên quyết
				Bắt buộc	Tự chọn		
50	Thực tập tốt nghiệp	MAR15103	4	x		8	MAR1466
51	Đề án tốt nghiệp	MAR15104	6	x		8	MAR1466
	Tổng		10				

8. HƯỚNG DẪN THỰC HIỆN CHƯƠNG TRÌNH

8.1. Kế hoạch học tập chuẩn (Chi tiết trong Phụ lục 1 kèm theo)

8.2. Tiến trình học tập chuẩn và Danh sách các học phần tiên quyết, trước sau hoặc song hành (Chi tiết trong Phụ lục 2 kèm theo)

9. MÔ TẢ TÓM TẮT CÁC HỌC PHẦN CHÍNH

9.1 Kinh tế vi mô

Mã học phần: BSA1310

Số tín chỉ: 03

Học phần tiên quyết:

Tóm tắt nội dung:

Học phần này cung cấp cho sinh viên những kiến thức cơ bản về kinh tế học ở mức độ vi mô. Học phần có nhiệm vụ chủ yếu là trang bị các kiến thức cơ bản và cơ sở về hoạt động của nền kinh tế thị trường thông qua việc phân tích các qui luật kinh tế cơ bản như qui luật

cung cầu, qui luật cạnh tranh. Học phần đề cập đến hành vi của các thành phần cơ bản của một nền kinh tế (người tiêu dùng, doanh nghiệp và chính phủ) và trang bị công cụ phân tích để Sinh viên có thể nắm bắt và áp dụng trong các môn học sau này.

9.2 Kinh tế vĩ mô

Mã học phần: BSA1311

Số tín chỉ: 03

Học phần tiên quyết:

Tóm tắt nội dung:

Học phần này giới thiệu với sinh viên một số khái niệm cơ bản của kinh tế, bao gồm việc đo lường tổng sản lượng hàng hóa và dịch vụ của nền kinh tế, tăng trưởng sản lượng, cân cân thanh toán và tỷ giá hối đoái... Học phần cũng giúp sinh viên hiểu được những nhân tố qui định tăng trưởng kinh tế, thất nghiệp, lạm phát; những tư tưởng trọng tâm về tổng cung, tổng cầu và cân bằng nền kinh tế. Bên cạnh đó, học phần cũng giới thiệu các vấn đề vĩ mô của một nền kinh tế mở gồm: cân cân thanh toán, tỷ giá hối đoái và các chính sách thương mại.

9.3 Marketing căn bản

Mã học phần: MAR1322

Số tín chỉ: 03

Học phần tiên quyết:

Tóm tắt nội dung:

Học phần Marketing căn bản có nhiệm vụ cung cấp cho sinh viên các khái niệm, nguyên lý cơ bản về những xu hướng phát triển mới nhất về lĩnh vực marketing. Cụ thể, học phần này giới thiệu lịch sử của marketing, các khái niệm, qui trình và nguyên lý cơ bản của marketing, cũng như các xu hướng đương đại của marketing. Sau khi học xong học phần này, sinh viên sẽ hiểu được các nội dung chính về khái niệm và quy trình marketing, môi trường marketing và khách hàng. Sinh viên cũng có thể hiểu cách thiết kế hoạt động marketing định hướng giá trị khách hàng dựa trên các công cụ marketing hỗn hợp, cũng như hiểu được một số lĩnh vực marketing mở rộng như: marketing dịch vụ, marketing toàn cầu, marketing bền vững.

9.4 Quản trị học

Mã học phần: BSA1328

Số tín chỉ: 03

Học phần tiên quyết:

Tóm tắt nội dung:

Quản trị học là học phần được tổ chức để cung cấp cho sinh viên những kiến thức cơ bản về quá trình hoạch định, tổ chức, lãnh đạo và kiểm tra hoạt động của các cá nhân, bộ phận

trong tổ chức nhằm đạt đến mục tiêu chung trong điều kiện biến động của môi trường. Nội dung học phần gồm: nhập môn quản trị, sự phát triển của các quan điểm quản trị, môi trường quản trị, các chức năng quản trị, một số vấn đề về quản trị học hiện đại.

9.5 Hành vi người tiêu dùng

Mã học phần: MAR1354

Số tín chỉ: 03

Học phần tiên quyết: MAR1322

Tóm tắt nội dung:

Học phần này hướng đến cung cấp cho sinh viên những kiến thức và hiểu biết cơ bản về hành vi khách hàng (mô hình hành vi khách hàng, quá trình quyết định mua, đặc thù của hành vi của các nhóm khách hàng khác nhau) và những nhân tố tác động. Qua học phần này, sinh viên sẽ được giới thiệu những kiến thức và hiểu biết sâu sắc về khoa học về hành vi khách hàng. Cụ thể, sinh viên được giới thiệu tổng quan về người tiêu dùng và nghiên cứu hành vi tiêu dùng, quá trình hình thành và phát triển của khoa học hành vi người tiêu dùng, mối liên hệ giữa chiến lược marketing, truyền thông và hành vi người tiêu dùng. Sinh viên cũng sẽ được giới thiệu về các khái niệm trọng tâm liên quan đến hành vi người tiêu dùng là người tiêu dùng mô hình và quá trình quyết định mua của nhóm khách hàng này cũng như các nhân tố ảnh hưởng tới hành vi của họ.

9.6 Các hệ thống thông tin trong doanh nghiệp

Mã học phần: MAR1315

Số tín chỉ: 03

Học phần tiên quyết:

Tóm tắt nội dung:

Các hệ thống thông tin trong doanh nghiệp là học phần cung cấp cho sinh viên kiến thức nền tảng về vai trò và ứng dụng của hệ thống thông tin trong hoạt động kinh doanh và marketing. Học phần giúp sinh viên hiểu cách hệ thống thông tin hỗ trợ các quy trình kinh doanh, tối ưu hóa hoạt động doanh nghiệp và ra quyết định chiến lược.

Sinh viên sẽ tìm hiểu cách các doanh nghiệp/tổ chức quản lý và khai thác cơ sở dữ liệu, để tạo ra giá trị. Học phần cũng giới thiệu các phương pháp phát triển hệ thống thông tin, các chức năng chính của hệ thống, cũng như cách giao tiếp và liên kết giữa các hệ thống trong tổ chức. Ngoài ra, học phần nhấn mạnh việc coi thông tin và tri thức là tài sản chiến lược, giúp doanh nghiệp nâng cao hiệu quả hoạt động và đạt được lợi thế cạnh tranh thông qua ứng dụng hệ thống thông tin.

9.7 Internet và ứng dụng trong kinh doanh

Mã học phần: MAR1333

Số tín chỉ: 03

Học phần tiên quyết:

Tóm tắt nội dung:

Internet và ứng dụng trong kinh doanh là học phần cung cấp cho sinh viên ngành Marketing kiến thức và kỹ năng cơ bản về Internet, công nghệ số và cách ứng dụng trong kinh doanh và marketing. Học phần giúp sinh viên hiểu về mạng máy tính, Internet, các giao thức mạng, hệ điều hành và các công cụ truy cập trực tuyến. Ngoài ra, sinh viên sẽ được trang bị kiến thức về việc sử dụng các nền tảng số như website, email, blog, mạng xã hội và các công cụ số khác để phục vụ hoạt động kinh doanh và marketing. Học phần cũng nhấn mạnh tầm quan trọng của an toàn thông tin cá nhân trong môi trường số. Sau khi hoàn thành, sinh viên có thể ứng dụng các công cụ công nghệ số để triển khai hoạt động kinh doanh và marketing trực tuyến hiệu quả.

9.8 Quản trị marketing

Mã học phần: MAR1424

Số tín chỉ: 02

Học phần tiên quyết: MAR1322

Tóm tắt nội dung:

Học phần Quản trị Marketing cung cấp cho sinh viên kiến thức chuyên sâu về quản trị hoạt động marketing trong doanh nghiệp, bao gồm hoạch định chiến lược, tạo lập, phân phối và truyền thông giá trị cho khách hàng, quản trị quan hệ khách hàng và phát triển các hoạt động marketing nhằm thúc đẩy tăng trưởng bền vững. Trong học phần này, sinh viên cũng được giới thiệu các xu hướng và viễn cảnh marketing trong bối cảnh chuyển đổi số và toàn cầu hóa. Về kỹ năng, học phần giúp sinh viên rèn luyện khả năng phân tích, đánh giá và giải quyết các vấn đề trong quản trị marketing. Đồng thời, sinh viên được phát triển kỹ năng giao tiếp, làm việc nhóm và trình bày báo cáo thông qua các bài tập thực tế, thảo luận và nghiên cứu tình huống.

9.9 Phương pháp nghiên cứu marketing

Mã học phần: MAR1309

Số tín chỉ: 03

Học phần tiên quyết: MAR1322

Tóm tắt nội dung:

Học phần này sẽ cung cấp cho sinh viên tổng quan các kiến thức và kỹ năng cơ bản về nghiên cứu marketing. Trong học phần, sinh viên sẽ được giới thiệu và thảo luận về các khái niệm, quy trình và phương pháp/kỹ thuật chính liên quan đến nghiên cứu marketing và các vai trò/ứng dụng của chúng. Học phần bắt đầu với việc nhấn mạnh về giá trị và bản chất của nghiên cứu marketing trong việc đưa ra quyết định marketing. Quy trình nghiên cứu marketing sẽ được thảo luận sau đó. Tiếp theo, học phần sẽ lần lượt giới thiệu với sinh viên cách thu thập, phân tích các loại dữ liệu nghiên cứu khác nhau (bao gồm dữ liệu thứ

cấp, dữ liệu quan sát, dữ liệu định tính và dữ liệu định lượng) cho sử dụng trong việc ra quyết định. Những phương pháp/kỹ thuật thu thập các dữ liệu trong môi trường số, ứng dụng công nghệ cũng xen kẽ được trình bày trong các nội dung của học phần.

9.10 Phân tích kinh doanh

Mã học phần: BSA1395

Số tín chỉ: 03

Học phần tiên quyết:

Tóm tắt nội dung:

Học phần cung cấp cho sinh viên kiến thức cơ bản cũng như kỹ năng cơ bản về phân tích kinh doanh của doanh nghiệp bao gồm: phân tích dữ liệu, phân tích chiến lược kinh doanh, phân tích sử dụng các yếu tố kinh doanh, phân tích chi phí và giá thành sản phẩm, phân tích tài chính doanh nghiệp và phân tích kết quả, hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp. Từ đó, học phần góp phần giúp sinh viên hình thành tư duy phân tích, hệ thống và cách tiếp cận toàn diện khi giải quyết vấn đề kinh doanh và marketing của doanh nghiệp.

9.11 Truyền thông marketing tích hợp

Mã học phần: MAR1314

Số tín chỉ: 03

Học phần tiên quyết: MAR1322

Tóm tắt nội dung:

Học phần Truyền thông marketing tích hợp (IMC) trang bị cho sinh viên kiến thức và kỹ năng cơ bản nhằm xây dựng, triển khai và đánh giá chiến lược truyền thông hiệu quả trong môi trường số. Học phần tập trung vào giúp sinh viên hiểu vai trò và xu hướng phát triển của IMC, cách phối hợp các công cụ như quảng cáo, quan hệ công chúng, xúc tiến bán hàng, marketing trực tiếp, truyền thông số và mạng xã hội. Sinh viên sẽ được hướng dẫn lập kế hoạch truyền thông, xác định đối tượng mục tiêu, xây dựng thông điệp, lựa chọn kênh truyền thông phù hợp và tối ưu hóa trải nghiệm khách hàng. Ngoài ra, học phần còn cung cấp các phương pháp đo lường IMC thông qua KPIs và ROI, nhằm điều chỉnh các hoạt động cho phù hợp. Thông qua bài tập tình huống và làm việc nhóm, học phần góp phần giúp sinh viên phát triển kỹ năng thực tiễn ban đầu trong việc lựa chọn và ứng dụng các công cụ IMC.

9.12 Marketing dịch vụ

Mã học phần: MAR1425

Số tín chỉ: 02

Học phần tiên quyết: MAR1322

Tóm tắt nội dung:

Học phần Marketing dịch vụ cung cấp cho sinh viên kiến thức và kỹ năng về marketing trong lĩnh vực dịch vụ, nơi yếu tố vô hình và trải nghiệm khách hàng đóng vai trò cốt lõi. Học phần giúp sinh viên hiểu sự khác biệt giữa marketing sản phẩm và marketing dịch vụ, ứng dụng mô hình 7P (sản phẩm, giá, phân phối, xúc tiến, con người, quy trình và môi trường vật chất) trong marketing dịch vụ. Nội dung học phần bao gồm các quyết định về dịch vụ, định giá, cung cấp, truyền thông marketing dịch vụ, quản lý quy trình và môi trường dịch vụ. Thông qua bài tập tình huống và làm việc nhóm, sinh viên có cơ hội vận dụng kiến thức vào thực tiễn, phát triển tư duy chiến lược trong lĩnh vực dịch vụ.

9.13 Marketing công nghiệp

Mã học phần: MAR1426

Số tín chỉ: 02

Học phần tiên quyết: MAR1322

Tóm tắt nội dung:

Marketing công nghiệp là học phần cung cấp cho sinh viên kiến thức về marketing dành cho khách hàng là tổ chức, doanh nghiệp. Học phần giúp sinh viên phân biệt giữa marketing cho người tiêu dùng (B2C) và marketing công nghiệp (B2B), phân đoạn thị trường và lựa chọn thị trường mục tiêu, xây dựng chiến lược và phát triển các chiến thuật marketing B2B. Ngoài ra, sinh viên sẽ hiểu hành vi mua của khách hàng tổ chức và nắm vững cách quản trị mối quan hệ với khách hàng công nghiệp, từ đó có thể xây dựng và triển khai các chiến lược marketing phù hợp trong môi trường kinh doanh B2B.

9.14 Marketing số

Mã học phần: MAR1466

Số tín chỉ: 03

Học phần tiên quyết: MAR1322

Tóm tắt nội dung:

Học phần cung cấp cho sinh viên kiến thức về lợi thế kinh doanh của marketing số và tầm quan trọng của nó đối với thành công của hoạt động marketing và truyền thông. Thông qua học phần này, sinh viên sẽ hiểu cách thức phát triển một kế hoạch marketing số. Sinh viên cũng được giới thiệu về các kênh số khác nhau, lợi thế và cách thức tích hợp của chúng; cách tích hợp các phương tiện số khác nhau và tạo nội dung marketing, ...

9.15 Sáng tạo và phát triển nội dung

Mã học phần: MAR1486

Số tín chỉ: 03

Học phần tiên quyết: MAR1322

Tóm tắt nội dung:

Học phần trang bị cho sinh viên những nguyên tắc, yêu cầu và kỹ năng sáng tạo và phát triển nội dung, từ giai đoạn có ý tưởng đến sản xuất và triển khai trên các phương tiện truyền thông. Học phần cũng góp phần giúp sinh viên phát triển các kỹ năng sáng tạo và phát triển các nội dung thông qua thực hành bài tập nhóm.

9.16 Quản trị cơ sở dữ liệu kinh doanh

Mã học phần: MAR1312

Số tín chỉ: 02

Học phần tiên quyết: MAR1322

Tóm tắt nội dung:

Học phần Quản trị cơ sở dữ liệu kinh doanh trang bị cho sinh viên nền tảng về khoa học dữ liệu và quản trị cơ sở dữ liệu (CSDL) trong bối cảnh marketing dựa vào dữ liệu (*data-driven marketing*). Trong học phần, sinh viên sẽ hiểu sâu marketing dựa vào dữ liệu, về cách thiết kế, quản lý và khai thác CSDL kinh doanh nhằm tối ưu hóa các quyết định marketing dựa trên dữ liệu. Học phần cũng góp phần trang bị cho sinh viên những kỹ năng cơ bản ban đầu về quản lý và khai thác dữ liệu để đưa ra quyết định marketing, giúp sinh viên phát triển tư duy chiến lược và thực hành trong môi trường kinh doanh số.

9.17 Quản trị thương hiệu

Mã học phần: MAR1328

Số tín chỉ: 02

Học phần tiên quyết: MAR1322

Tóm tắt nội dung:

Học phần Quản trị thương hiệu cung cấp cho sinh viên cách tiếp cận toàn diện và cập nhật về xây dựng, đo lường và quản trị thương hiệu. Trong học phần, sinh viên sẽ tìm hiểu về tài sản thương hiệu, các mô hình xây dựng thương hiệu và cách thiết kế các chương trình marketing nhằm gia tăng giá trị thương hiệu. Học phần cũng trang bị kiến thức về đo lường hiệu quả thương hiệu và quản trị thương hiệu trong bối cảnh cạnh tranh và số hóa mạnh mẽ. Thông qua lý thuyết nền tảng và các tình huống thực tiễn, sinh viên sẽ phát triển tư duy chiến lược và kỹ năng ứng dụng để tối ưu hóa giá trị thương hiệu và đảm bảo tính bền vững trong dài hạn.

9.18 Phân tích web

Mã học phần: MAR1408

Số tín chỉ: 03

Học phần tiên quyết: MAR1312

Tóm tắt nội dung:

Học phần Phân tích Web trang bị cho sinh viên kiến thức và kỹ năng nền tảng trong việc thu thập, xử lý và phân tích dữ liệu web nhằm tối ưu hóa hoạt động kinh doanh trực tuyến

và chiến lược marketing số. Trong học phần, sinh viên sẽ được hướng dẫn thực hiện một dự án phân tích web hoàn chỉnh, bao gồm xác định mục tiêu, xây dựng KPIs, lập kế hoạch, thu thập và xử lý dữ liệu, cũng như lập báo cáo phân tích. Học phần cũng giúp sinh viên phát triển tư duy dựa trên dữ liệu (*data-driven mindset*) và làm quen với các mô hình phân tích như REAN, Insight Model, PERSONAS. Ngoài ra, sinh viên sẽ được rèn luyện kỹ năng sử dụng các công cụ phân tích web cơ bản để đưa ra những quyết định marketing hiệu quả trong môi trường số.

9.19 Marketing qua phương tiện truyền thông xã hội

Mã học phần: MAR1406

Số tín chỉ: 03

Học phần tiên quyết: MAR1322

Tóm tắt nội dung:

Học phần Marketing qua phương tiện truyền thông xã hội cung cấp cho sinh viên kiến thức và kỹ năng để hoạch định, tổ chức và kiểm soát các hoạt động marketing trên nền tảng truyền thông xã hội. Qua học phần, sinh viên sẽ sâu về đặc điểm, vai trò và ứng dụng của truyền thông xã hội trong chiến lược marketing, cũng như cách sử dụng các nền tảng số để tương tác và tạo giá trị cho khách hàng. Học phần tập trung vào bốn lĩnh vực ứng dụng chính của marketing qua phương tiện truyền thông xã hội, phương pháp đánh giá thành tích chiến dịch và cách tối ưu hóa nội dung phù hợp với hành vi công chúng mục tiêu. Ngoài ra, học phần sẽ giúp sinh viên phát triển kỹ năng thực tiễn trong xây dựng chiến lược, triển khai và đo lường tác động của marketing trên truyền thông xã hội, giúp doanh nghiệp nâng cao hiệu quả kinh doanh trong môi trường số.

9.20 Tổng quan về biên tập web

Mã học phần: MAR1413

Số tín chỉ: 03

Học phần tiên quyết: MAR1333

Tóm tắt nội dung:

Học phần Tổng quan về biên tập web trang bị cho sinh viên kiến thức nền tảng về thiết kế, xây dựng và quản lý nội dung website nhằm phục vụ hoạt động marketing số của doanh nghiệp. Qua học phần, sinh viên sẽ tìm hiểu về quy trình biên tập web, từ lập kế hoạch, tổ chức nội dung đến tối ưu hóa trải nghiệm người dùng. Học phần cũng giúp sinh viên phát triển kỹ năng đánh giá chất lượng website, xây dựng chiến lược nội dung và triển khai biên tập web hiệu quả, góp phần nâng cao hiệu suất marketing trực tuyến.

9.21 Marketing bằng công cụ tìm kiếm

Mã học phần: MAR1405

Số tín chỉ: 03

Học phần tiên quyết: MAR1322

Tóm tắt nội dung:

Học phần Marketing bằng công cụ tìm kiếm trang bị cho sinh viên kiến thức và kỹ năng nền tảng để thiết kế và triển khai các chiến lược marketing tìm kiếm, bao gồm tối ưu hóa công cụ tìm kiếm (SEO) và quảng cáo trả phí (PPC). Học phần này sẽ giúp sinh viên hiểu sâu về marketing tìm kiếm, marketing bằng công cụ tìm kiếm, quy trình lập kế hoạch, xây dựng và thực hiện chiến dịch marketing tìm kiếm (từ xác định mục tiêu, tối ưu nội dung đến đo lường hiệu quả). Học phần cũng giúp sinh viên phát triển kỹ năng phân tích, đánh giá chất lượng nội dung, lập bản đề xuất marketing tìm kiếm, và vận dụng các công cụ tìm kiếm để nâng cao hiệu suất marketing số.

9.22 Đề án: Kế hoạch Internet Marketing

Mã học phần: MAR1402

Số tín chỉ: 02

Học phần tiên quyết: MAR1466

Học phần Đề án kế hoạch Internet Marketing giúp sinh viên tổng hợp và vận dụng kiến thức, kỹ năng từ chuyên ngành Internet Marketing vào thực tiễn thông qua việc xây dựng và triển khai một kế hoạch marketing trực tuyến cụ thể. Học phần nhấn mạnh việc tích hợp các lĩnh vực như biên tập website, truyền thông qua phương tiện xã hội và marketing bằng công cụ tìm kiếm. Học phần sẽ góp phần giúp sinh viên phát triển kỹ năng chuyên môn liên quan đến xác định thị trường mục tiêu, mục tiêu marketing, thu thập và phân tích dữ liệu khách hàng, tối ưu chiến lược kênh và nội dung số, triển khai chiến dịch truyền thông trực tuyến. Ngoài ra, học phần sẽ giúp sinh viên tăng cường khả năng làm việc nhóm và kỹ năng hợp tác, giao tiếp nhằm giải quyết hiệu quả công việc. Đây là bước chuẩn bị quan trọng giúp sinh viên kết nối kiến thức học thuật với thực tiễn marketing số.

9.23 Phân tích marketing

Mã học phần: MAR1437

Số tín chỉ: 03

Học phần tiên quyết: MAR1309

Tóm tắt nội dung:

Học phần Phân tích Marketing trang bị cho sinh viên kiến thức và kỹ năng cần thiết để áp dụng các phương pháp, kỹ thuật phân tích (bao hàm cả các phương pháp/kỹ năng phân tích số) nhằm đánh giá thành tích marketing, phát triển và tối ưu các quyết định marketing và phân bổ nguồn lực hợp lý. Trong học phần, sinh viên được học và phát triển các kỹ năng vận dụng các mô hình thống kê, mô hình ra quyết định để dự báo, giải quyết vấn đề và tối ưu hóa hoạt động marketing trong cả môi trường trực tuyến và ngoại tuyến. Đồng thời, học phần cũng góp phần giúp sinh viên rèn luyện tư duy hệ thống, kỹ năng phân tích dữ liệu,

diễn giải kết quả và nhận diện xu hướng marketing, từ đó hỗ trợ các quyết định kinh doanh hiệu quả.

9.24 Khai phá dữ liệu trong marketing

Mã học phần: MAR1438

Số tín chỉ: 03

Học phần tiên quyết: MAR1309

Tóm tắt nội dung:

Học phần Khai phá dữ liệu trong Marketing cung cấp cho sinh viên kiến thức về cách sử dụng dữ liệu (bao hàm cả dữ liệu lớn) và các kỹ thuật khai phá dữ liệu để tối ưu hóa hoạt động marketing. Qua học phần, sinh viên sẽ hiểu sâu sắc vai trò của phân tích dữ liệu trong quản lý quan hệ khách hàng, phân đoạn thị trường, đo lường hiệu quả chiến dịch và các quyết định marketing quan trọng. Học phần cũng trang bị kiến thức về các phương pháp khai phá dữ liệu như decision trees, clustering, classification, neural networks, cũng như kỹ năng vận dụng chúng vào các tình huống thực tế. Qua học phần này, sinh viên có thể phát triển kỹ năng lập kế hoạch phân tích, kỹ năng phân tích để ra quyết định marketing dựa trên dữ liệu, kỹ năng trình bày kết quả phân tích dữ liệu, từ đó tăng khả năng nhận diện xu hướng và cơ hội trong marketing.

9.25 Trí tuệ marketing

Mã học phần: MAR1439

Số tín chỉ: 03

Học phần tiên quyết: MAR1309

Học phần Trí tuệ Marketing trang bị cho sinh viên kiến thức về cách sử dụng dữ liệu (bao hàm dữ liệu lớn), công nghệ số, trí tuệ nhân tạo... để hỗ trợ các quyết định marketing trong tổ chức/doanh nghiệp trong bối cảnh số hóa mạnh mẽ. Qua học phần, sinh viên sẽ hiểu cách thức các doanh nghiệp/tổ chức đương đại khám phá chiến lược sử dụng dữ liệu lớn, công nghệ số để phân tích hành vi người tiêu dùng, thị trường và doanh nghiệp, cũng như thiết kế các chương trình marketing định hướng dữ liệu. Học phần cũng góp phần thúc đẩy sinh viên phát triển tư duy phân tích để ra quyết định marketing dựa trên dữ liệu và vận dụng các công nghệ số, nhằm tăng khả năng thích ứng với các xu hướng mới trong lĩnh vực marketing.

9.26 Chiến lược phương tiện truyền thông

Mã học phần: MAR1401

Số tín chỉ: 03

Học phần tiên quyết: MAR1314

Chiến lược phương tiện truyền thông là học phần trang bị cho sinh viên kiến thức chuyên sâu và kỹ năng chuyên môn về xây dựng chiến lược truyền thông marketing. Học phần tập

trung vào lập kế hoạch truyền thông số, xác định phương tiện truyền thông phù hợp với hành vi và thói quen tiêu dùng trực tuyến của công chúng mục tiêu, xây dựng kế hoạch phương tiện truyền thông đa kênh và lựa chọn nền tảng, đơn vị cung cấp dịch vụ hiệu quả. Học phần cũng góp phần giúp sinh viên phát triển kỹ năng lập kế hoạch, triển khai và đánh giá hiệu quả hoạt động truyền thông số dựa trên dữ liệu và các công cụ đo lường hiện đại.

9.27 Quan hệ công chúng

Mã học phần: MAR1411

Số tín chỉ: 03

Học phần tiên quyết: MAR1322

Quan hệ công chúng (Public Relations - PR) là học phần cung cấp cho sinh viên những kiến thức chuyên sâu về PR và kỹ năng vận dụng trong thực tiễn. Học phần giúp sinh viên hiểu rõ và phân tích được vai trò của PR trong tổ chức, phân biệt PR với các hoạt động truyền thông khác, xác định đối tượng mục tiêu, xây dựng và duy trì mối quan hệ với các nhóm công chúng. Ngoài ra, qua học phần, sinh viên sẽ được trang bị kỹ năng lập kế hoạch PR, và vận hành hệ thống kênh thông tin PR trong doanh nghiệp, đặc biệt nhấn mạnh các kênh số.

9.28 Marketing trực tiếp

Mã học phần: MAR1407

Số tín chỉ: 03

Học phần tiên quyết: MAR1322

Marketing trực tiếp là học phần chuyên ngành cung cấp cho sinh viên kiến thức và kỹ năng về chiến lược marketing trực tiếp và marketing tương tác trong doanh nghiệp. Học phần kết hợp lý thuyết và thực tiễn, giúp sinh viên hiểu cách xây dựng cơ sở dữ liệu khách hàng, nghiên cứu và phân loại để phân khúc khách hàng mục tiêu, lập kế hoạch và lựa chọn phương tiện truyền thông tương tác phù hợp. Sinh viên sẽ được học cách ứng dụng các nguyên lý marketing trực tiếp vào thực tiễn, sáng tạo các chiến dịch tương tác với khách hàng thông qua các nền tảng truyền thông số.

9.29 Quản trị quảng cáo

Mã học phần: MAR1410

Số tín chỉ: 03

Học phần tiên quyết: MAR1322

Quản trị quảng cáo là học phần cung cấp cho sinh viên kiến thức và kỹ năng chuyên sâu về quản trị hoạt động quảng cáo trong doanh nghiệp. Cụ thể, học phần trang bị cho sinh viên kiến thức và kỹ năng liên quan đến xây dựng mục tiêu quảng cáo phù hợp, lập ngân sách, lập kế hoạch quảng cáo, quyết định nội dung và lựa chọn phương tiện truyền thông hiệu quả. Thông qua ví dụ thực tiễn và bài tập nhóm, sinh viên có thể phát triển kỹ năng cơ bản để xây dựng kế hoạch quảng cáo, sáng tạo thông điệp hấp dẫn và phối hợp các

phương tiện truyền thông một cách linh hoạt để tối ưu hiệu quả quảng cáo.

9.30 Đề án: Kế hoạch Truyền thông Marketing

Mã học phần: MAR1403

Số tín chỉ: 02

Học phần tiên quyết: MAR1314

Đề án kế hoạch truyền thông marketing là học phần giúp sinh viên ứng dụng tổng hợp kiến thức và kỹ năng về truyền thông marketing để xây dựng một đề án kế hoạch truyền thông hoàn chỉnh. Học phần bao gồm các nội dung: phân tích bối cảnh truyền thông, xác định mục tiêu truyền thông marketing, xây dựng chiến lược truyền thông marketing tích hợp, phát triển ý tưởng sáng tạo và lập kế hoạch phương tiện truyền thông và triển khai kế hoạch truyền thông. Trong học phần, sinh viên sẽ làm việc theo nhóm để nghiên cứu, lập kế hoạch và triển khai một đề án thực tế, rèn luyện tư duy chiến lược và khả năng giải quyết vấn đề trong môi trường truyền thông hiện đại.

10. MA TRẬN LIÊN KẾT CÁC HỌC PHẦN/HỌC PHẦN VỚI CHUẨN ĐẦU RA

(Chi tiết như Phụ lục kèm theo)

KT. GIÁM ĐỐC ✓
PHÓ GIÁM ĐỐC



PGS.TS. Trần Quang Anh

KẾ HOẠCH & TIẾN TRÌNH HỌC TẬP CHUẨN NGÀNH MARKETING (chuyên ngành Internet Marketing)

NĂM HỌC THỨ NHẤT			NĂM HỌC THỨ HAI		
TT	Tên môn học/học phần	Số TC Học kỳ	TT	Tên môn học/học phần	Số TC Học kỳ
1	Pháp luật và Sở hữu trí tuệ	2 HK1	1	Kinh tế chính trị Mác - Lênin	2 HK3
2	Nhập môn Công nghệ số và Ứng dụng AI	2 HK1	2	Tiếng Anh (Course 2)	4 HK3
3	Toán cao cấp cho kinh tế	4 HK1	3	Kế toán cho kinh doanh	3 HK3
4	Kinh tế vi mô 1	3 HK1	4	Kinh tế lượng	3 HK3
5	Marketing căn bản	3 HK1	5	Quản trị marketing	2 HK3
	<i>Giáo dục thể chất 1</i>	HK1	6	Quản trị học	3 HK3
	<i>Giáo dục quốc phòng</i>	HK1		<i>Học phần kỹ năng mềm 2 (***)</i>	HK3
		14		<i>Học phần kỹ năng mềm 3 (***)</i>	HK3
6	Triết học Mác - Lênin	3 HK2	7	Chủ nghĩa xã hội khoa học	2 HK4
7	Tiếng Anh (Course 1)	4 HK2	8	Tiếng Anh (Course 3)	4 HK4
8	Lý thuyết xác suất và thống kê	3 HK2	9	Các hệ thống thông tin trong doanh nghiệp	3 HK4
9	Kinh tế vĩ mô 1	3 HK2	10	Marketing công nghiệp	2 HK4
10	Hành vi người tiêu dùng	3 HK2	11	Phân tích kinh doanh	3 HK4
	<i>Giáo dục thể chất 2</i>	HK2	12	Marketing dịch vụ	2 HK4
	<i>Học phần kỹ năng mềm 1 (***)</i>	HK2	13	Phương pháp luận nghiên cứu khoa học	2 HK4
		16			18

NĂM HỌC THỨ BA			NĂM HỌC THỨ TƯ		
TT	Tên môn học/học phần	Số TC Học kỳ	TT	Tên môn học/học phần	Số TC Học kỳ
1	Tiếng Anh (Course 3 Plus)	2 HK5	1	Marketing qua phương tiện truyền thông xã hội	3 HK7
2	Tư tưởng Hồ Chí Minh	2 HK5	2	Đề án: Kế hoạch Internet Marketing	2 KH7
3	Truyền thông marketing tích hợp	3 HK5	3	Marketing bằng công cụ tìm kiếm	3 HK7
4	Internet và ứng dụng trong kinh doanh	3 HK5	4	Học phần lựa chọn 1 (**)	3 HK7
5	Học phần lựa chọn 1 (*)	2 HK5	5	Học phần lựa chọn 2 (**)	3 HK7
6	Học phần lựa chọn 2 (*)	2 HK5	6	Học phần lựa chọn 3 (**)	3 HK7
7	Học phần lựa chọn 3 (*)	2 HK5			
8	Phương pháp nghiên cứu marketing	3 HK5			
		19			17
9	Phân tích web	3 HK6	7	Thực tập tốt nghiệp	4 HK8
10	Lịch sử Đảng cộng sản Việt Nam	2 HK6	8	Đề án tốt nghiệp	6 HK8
11	Quản trị thương hiệu	2 HK6			
12	Marketing số	3 HK6			
13	Quản trị cơ sở dữ liệu kinh doanh	2 HK6			
14	Sáng tạo và phát triển nội dung	3 HK6			
15	Tổng quan về biên tập web	3 HK6			
		18			10

(*): Danh sách các học phần tự chọn (thuộc kiến thức cơ sở)

1	Khởi sự doanh nghiệp truyền thông	2
2	Thương mại điện tử	2
3	Quản trị bán hàng	2
4	Quản lý dự án	2
5	Luật kinh doanh	2

TỔNG CỘNG:

()**: Danh sách các học phần tự chọn (thuộc kiến thức chuyên ngành):

1	Marketing quốc tế	3
2	Quản trị quan hệ khách hàng	3
3	Truyền thông nội bộ trong tổ chức	3
4	Marketing lĩnh vực công	3
5	Marketing xã hội	3
6	Đạo đức Marketing	3

129

KẾ HOẠCH & TIẾN TRÌNH HỌC TẬP CHUẨN
NGÀNH MARKETING (chuyên ngành Phân tích dữ liệu Marketing số)

NĂM HỌC THỨ NHẤT				NĂM HỌC THỨ HAI			
TT	Tên môn học/học phần	Số TC	Học kỳ	TT	Tên môn học/học phần	Số TC	Học kỳ
1	Pháp luật và Sở hữu trí tuệ	2	HK1	1	Kinh tế chính trị Mác - Lênin	2	HK3
2	Nhập môn Công nghệ số và Ứng dụng AI	2	HK1	2	Tiếng Anh (Course 2)	4	HK3
3	Toán cao cấp cho kinh tế	4	HK1	3	Kế toán cho kinh doanh	3	HK3
4	Kinh tế vi mô 1	3	HK1	4	Kinh tế lượng	3	HK3
5	Marketing căn bản	3	HK1	5	Quản trị marketing	2	HK3
	<i>Giáo dục thể chất 1</i>		HK1	6	Quản trị học	3	HK3
	<i>Giáo dục quốc phòng</i>		HK1		<i>Học phần kỹ năng mềm 2 (***)</i>		HK3
					<i>Học phần kỹ năng mềm 3 (***)</i>		HK3
		14				17	
6	Triết học Mác - Lênin	3	HK2	7	Chủ nghĩa xã hội khoa học	2	HK4
7	Tiếng Anh (Course 1)	4	HK2	8	Tiếng Anh (Course 3)	4	HK4
8	Lý thuyết xác suất và thống kê	3	HK2	9	Các hệ thống thông tin trong doanh nghiệp	3	HK4
9	Kinh tế vĩ mô 1	3	HK2	10	Marketing công nghiệp	2	HK4
10	Hành vi người tiêu dùng	3	HK2	11	Phân tích kinh doanh	3	HK4
	<i>Giáo dục thể chất 2</i>		HK2	12	Marketing dịch vụ	2	HK4
	<i>Học phần kỹ năng mềm 1 (***)</i>		HK2	13	Phương pháp luận nghiên cứu khoa học	2	HK4
		16				18	
NĂM HỌC THỨ BA				NĂM HỌC THỨ TƯ			
TT	Tên môn học/học phần	Số TC	Học kỳ	TT	Tên môn học/học phần	Số TC	Học kỳ
1	Tiếng Anh (Course 3 Plus)	2	HK5	1	Trí tuệ marketing	2	HK7
2	Tư tưởng Hồ Chí Minh	2	HK5	2	Marketing qua phương tiện truyền thông xã hội	3	HK7
3	Truyền thông marketing tích hợp	3	HK5	3	Phân tích Marketing	3	HK7
4	Internet và ứng dụng trong kinh doanh	3	HK5	4	Học phần lựa chọn 1 (**)	3	HK7
5	Học phần lựa chọn 1 (*)	2	HK5	5	Học phần lựa chọn 2 (**)	3	HK7
6	Học phần lựa chọn 2 (*)	2	HK5	6	Học phần lựa chọn 3 (**)	3	HK7
7	Học phần lựa chọn 3 (*)	2	HK5				
8	Phương pháp nghiên cứu marketing	3	HK5				
		19				17	
9	Phân tích web	3	HK6	7	Thực tập tốt nghiệp	4	HK8
10	Lịch sử Đảng cộng sản Việt Nam	2	HK6	8	Đề án tốt nghiệp	6	HK8
11	Quản trị thương hiệu	2	HK6				
12	Marketing số	3	HK6				
13	Quản trị cơ sở dữ liệu kinh doanh	2	HK6				
14	Sáng tạo và phát triển nội dung	3	HK6				
15	Khai phá dữ liệu trong marketing	3	HK6				
		18				10	
				TỔNG CỘNG:			
				129			

(*): Danh sách các học phần tự chọn (thuộc kiến thức cơ sở):

1	Khởi sự doanh nghiệp truyền thông	2
2	Thương mại điện tử	2
3	Quản trị bán hàng	2
4	Quản lý dự án	2
5	Luật kinh doanh	2

()**: Danh sách các học phần tự chọn (thuộc kiến thức chuyên ngành)

1	Quản trị quan hệ khách hàng	3
2	Marketing dựa trên giá trị	3
3	Đạo đức Marketing	3
4	Marketing quốc tế	3
5	Marketing xã hội	3
6	Marketing lĩnh vực công	3

KẾ HOẠCH & TIẾN TRÌNH HỌC TẬP CHUẨN
NGÀNH MARKETING (chuyên ngành Truyền thông Marketing)

NĂM HỌC THỨ NHẤT				NĂM HỌC THỨ HAI			
TT	Tên môn học/học phần	Số TC	Học kỳ	TT	Tên môn học/học phần	Số TC	Học kỳ
1	Pháp luật và Sở hữu trí tuệ	2	HK1	1	Kinh tế chính trị Mác - Lênin	2	HK3
2	Nhập môn Công nghệ số và Ứng dụng AI	2	HK1	2	Tiếng Anh (Course 2)	4	HK3
3	Toán cao cấp cho kinh tế	4	HK1	3	Kế toán cho kinh doanh	3	HK3
4	Kinh tế vi mô 1	3	HK1	4	Kinh tế lượng	3	HK3
5	Marketing căn bản	3	HK1	5	Quản trị marketing	2	HK3
	<i>Giáo dục thể chất 1</i>		HK1	6	Quản trị học	3	HK3
	<i>Giáo dục quốc phòng</i>		HK1		<i>Học phần kỹ năng mềm 2 (***)</i>		HK3
		14			<i>Học phần kỹ năng mềm 3 (***)</i>		HK3
6	Triết học Mác - Lênin	3	HK2	7	Chủ nghĩa xã hội khoa học	2	HK4
7	Tiếng Anh (Course 1)	4	HK2	8	Tiếng Anh (Course 3)	4	HK4
8	Lý thuyết xác suất và thống kê	3	HK2	9	Các hệ thống thông tin trong doanh nghiệp	3	HK4
9	Kinh tế vĩ mô 1	3	HK2	10	Marketing công nghiệp	2	HK4
10	Hành vi người tiêu dùng	3	HK2	11	Phân tích kinh doanh	3	HK4
	<i>Giáo dục thể chất 2</i>		HK2	12	Marketing dịch vụ	2	HK4
	<i>Học phần kỹ năng mềm 1 (***)</i>		HK2	13	Phương pháp luận nghiên cứu khoa học	2	HK4
		16				17	
NĂM HỌC THỨ BA				NĂM HỌC THỨ TƯ			
TT	Tên môn học/học phần	Số TC	Học kỳ	TT	Tên môn học/học phần	Số TC	Học kỳ
1	Tiếng Anh (Course 3 Plus)	2	HK5	1	Marketing trực tiếp	3	HK7
2	Tư tưởng Hồ Chí Minh	2	HK5	2	Quản trị quảng cáo	3	HK7
3	Truyền thông marketing tích hợp	3	HK5	3	Đề án: Kế hoạch truyền thông marketing	2	HK7
4	Internet và ứng dụng trong kinh doanh	3	HK5	4	Học phần lựa chọn 1 (**)	3	HK7
5	Học phần lựa chọn 1 (*)	2	HK5	5	Học phần lựa chọn 2 (**)	3	HK7
6	Học phần lựa chọn 2 (*)	2	HK5	6	Học phần lựa chọn 3 (**)	3	HK7
7	Học phần lựa chọn 3 (*)	2	HK5				
8	Phương pháp nghiên cứu marketing	3	HK5				
		19				17	
9	Quan hệ công chúng	3	HK6	7	Thực tập tốt nghiệp	4	HK8
10	Lịch sử Đảng cộng sản Việt Nam	2	HK6	8	Đề án tốt nghiệp	6	HK8
11	Quản trị thương hiệu	2	HK6				
12	Marketing số	3	HK6				
13	Quản trị cơ sở dữ liệu kinh doanh	2	HK6				
13	Sáng tạo và phát triển nội dung	3	HK6				
14	Chiến lược phương tiện truyền thông	3	HK6				
		18				10	
				TỔNG CỘNG:			
				129			
(*) : Danh sách các học phần tự chọn (thuộc kiến thức cơ sở):				(**) : Danh sách các học phần tự chọn (thuộc kiến thức chuyên ngành)			
1	Khởi sự doanh nghiệp truyền thông	2		1	Quản trị khủng hoảng truyền thông	3	
2	Thương mại điện tử	2		2	Truyền thông nội bộ trong tổ chức	3	
3	Quản trị bán hàng	2		3	Tổ chức sự kiện	3	
4	Quản lý dự án	2		4	Đạo đức Marketing	3	
5	Luật kinh doanh	2		5	Marketing quốc tế	3	
				6	Marketing xã hội	3	

**DANH SÁCH CÁC MÔN HỌC TIÊN QUYẾT, TRƯỚC SAU
NGÀNH MARKETING**

TT	Tên môn học/học phần	Mã số môn học	Số TC	Năm học			Môn tiên quyết	Môn học trước
				Thứ nhất	Thứ hai	Thứ ba		
1	Pháp luật và Sở hữu trí tuệ	BSA12117	2	HK1				
2	Nhập môn Công nghệ số và Ứng dụng AI	INT11205	2	HK1				
3	Toán cao cấp cho kinh tế	BAS1267	4	HK1				
4	Kinh tế vi mô 1	BSA1310	3	HK1				
5	Marketing căn bản	MAR1322	3	HK1				
6	Triết học Mác - Lênin	BAS1150	3	HK2				
7	Tiếng Anh (Course 1)	BAS1157	4	HK2				
8	Lý thuyết xác suất và thống kê	BAS1210	3	HK2				
9	Kinh tế vĩ mô 1	BSA1311	3	HK2				
10	Hành vi người tiêu dùng	MAR1354	3	HK2		Marketing căn bản		
11	Kinh tế chính trị Mác - Lênin	BAS1151	2	HK3				
12	Tiếng Anh (Course 2)	BAS1158	4	HK3				
13	Kế toán cho kinh doanh	FIA1389	3	HK3				
14	Kinh tế lượng	BSA1309	3	HK3				
23	Quản trị marketing	MAR1424	2	HK3		Marketing căn bản		
19	Quản trị học	BSA1328	3	HK3				
17	Chủ nghĩa xã hội khoa học	BAS1152	2	HK4				
18	Tiếng Anh (Course 3)	BAS1159	4	HK4				
16	Các hệ thống thông tin trong doanh nghiệp	MAR1315	3	HK4		Marketing căn bản		
20	Marketing công nghiệp	MAR1426	2	HK4		Quản trị học		
27	Phân tích kinh doanh	BSA1395	3	HK4		Marketing căn bản		
22	Marketing dịch vụ	MAR1425	2	HK4				
15	Phương pháp luận nghiên cứu khoa học	SKD1108	2	HK4				
24	Tiếng Anh (Course 3 plus)	BAS1160	2	HK5				
25	Tư tưởng Hồ Chí Minh	BAS1122	2	HK5				
26	Truyền thông marketing tích hợp	MAR1314	3	HK5		Marketing căn bản		
21	Internet và ứng dụng trong kinh doanh	MAR1333	3	HK5				
28	Phương pháp nghiên cứu marketing	MAR1309	3	HK5				
29	Học phần lựa chọn 1 (*)		2	HK5				
30	Học phần lựa chọn 2 (*)		2	HK5				
31	Học phần lựa chọn 3 (*)		2	HK5				
Chuyên ngành Internet Marketing								
33	Phân tích web	MAR1408	3	HK6		Quản trị cơ sở dữ liệu kinh doanh		
34	Lịch sử Đảng cộng sản Việt Nam	BAS1153	2	HK6				
35	Quản trị thương hiệu	MAR1328	2	HK6		Marketing căn bản		

TT	Tên môn học/học phần	Mã số môn học	Số TC	Năm học			Thứ tự	Môn tiên quyết	Môn học trước
				Thứ nhất	Thứ hai	Thứ ba			
32	Marketing số	MAR1466	3			HK6		Marketing căn bản	
36	Quản trị cơ sở dữ liệu kinh doanh	MAR1312	2			HK6		Marketing căn bản	
37	Sáng tạo và phát triển nội dung	MAR1486	3			HK6		Marketing căn bản	
38	Tổng quan về biên tập web	MAR1413	3			HK6		Internet và ứng dụng trong kinh doanh	
39	Marketing qua phương tiện truyền thông xã hội	MAR1406	3			HK7	HK7	Marketing căn bản	
40	Đề án: Kế hoạch Internet Marketing	MAR1402	2			KH7		Marketing số	
41	Marketing bằng công cụ tìm kiếm	MAR1405	3			HK7		Marketing căn bản	
42	Học phần lựa chọn 1 (**)		3			HK7		Marketing căn bản	
43	Học phần lựa chọn 2 (**)		3			HK7		Marketing căn bản	
44	Học phần lựa chọn 3 (**)		3			HK7		Marketing căn bản	
Chuyên ngành Phân tích dữ liệu Marketing số									
33	Phân tích web	MAR1408	3			HK6		Quản trị cơ sở dữ liệu kinh doanh	
34	Lịch sử Đảng cộng sản Việt Nam	BAS1153	2			HK6			
35	Quản trị thương hiệu	MAR1328	2			HK6		Marketing căn bản	
32	Marketing số	MAR1466	3			HK6		Marketing căn bản	
36	Quản trị cơ sở dữ liệu kinh doanh	MAR1312	2			HK6		Marketing căn bản	
37	Sáng tạo và phát triển nội dung	MAR1486	3			HK6		Marketing căn bản	
38	Khai phá dữ liệu trong marketing	MAR1438	3			HK6		Phương pháp nghiên cứu marketing	
39	Marketing qua phương tiện truyền thông xã hội	MAR1406	3			HK7	HK7	Marketing căn bản	
40	Trí tuệ marketing	MAR1439	2			KH7		Marketing căn bản	
41	Phân tích marketing	MAR1437	3			HK7		Phương pháp nghiên cứu marketing	
42	Học phần lựa chọn 1 (**)		3			HK7		Marketing căn bản	
43	Học phần lựa chọn 2 (**)		3			HK7		Marketing căn bản	
44	Học phần lựa chọn 3 (**)		3			HK7		Marketing căn bản	
Chuyên ngành Truyền thông Marketing									
33	Quan hệ công chúng	MAR1411	3			HK6		Marketing căn bản	
34	Lịch sử Đảng cộng sản Việt Nam	BAS1153	2			HK6			
35	Quản trị thương hiệu	MAR1328	2			HK6		Marketing căn bản	
32	Marketing số	MAR1466	3			HK6		Marketing căn bản	
36	Quản trị cơ sở dữ liệu kinh doanh	MAR1312	2			HK6		Marketing căn bản	
37	Sáng tạo và phát triển nội dung	MAR1486	3			HK6		Marketing căn bản	
38	Chiến lược phương tiện truyền thông	MAR1401	3			HK6		Marketing căn bản	
39	Marketing trực tiếp	MAR1407	3			HK7	HK7	Truyền thông marketing tích hợp	
40	Quản trị quảng cáo	MAR1410	3			KH7		Marketing căn bản	
41	Đề án: Kế hoạch truyền thông marketing	MAR1403	2			HK7		Truyền thông marketing tích hợp	
42	Học phần lựa chọn 1 (**)		3			HK7		Marketing căn bản	
43	Học phần lựa chọn 2 (**)		3			HK7		Marketing căn bản	
44	Học phần lựa chọn 3 (**)		3			HK7		Marketing căn bản	

TT	Tên môn học/học phần	Mã số môn học	Số TC	Năm học			Thứ tư	Môn tiên quyết	Môn học trước
				Thứ nhất	Thứ hai	Thứ ba			
45	Thực tập tốt nghiệp	MAR15103	4				HK8	Marketing số	
46	Đề án tốt nghiệp	MAR15104	6				HK8	Marketing số	

TỔNG CỘNG:										
				129	14	16	17	18	19	18
										10

(*) : Các học phần tự chọn thuộc kiến thức cơ sở nhóm ngành và ngành

- 1 Khởi sự doanh nghiệp truyền thông 2
- 2 Thương mại điện tử 2
- 3 Quản trị bán hàng 2
- 4 Quản lý dự án 2
- 5 Luật kinh doanh 2

() : Các học phần tự chọn thuộc khối kiến thức ngành và chuyên ngành Internet Marketing**

- 1 Marketing quốc tế 3
- 2 Quản trị quan hệ khách hàng 3
- 3 Truyền thông nội bộ trong tổ chức 3
- 4 Marketing lĩnh vực công 3
- 5 Marketing xã hội 3
- 6 Đạo đức Marketing 3

() : Các học phần tự chọn thuộc khối kiến thức ngành và chuyên ngành phân tích dữ liệu số**

- 1 Quản trị quan hệ khách hàng 3
- 2 Marketing dựa trên giá trị 3
- 3 Đạo đức Marketing 3
- 4 Marketing quốc tế 3
- 5 Marketing xã hội 3
- 6 Marketing lĩnh vực công 3

() : Các học phần tự chọn thuộc khối kiến thức ngành và chuyên ngành truyền thông marketing**

- 1 Quản trị khủng hoảng truyền thông 3
- 2 Truyền thông nội bộ trong tổ chức 3
- 3 Tổ chức sự kiện 3
- 4 Đạo đức Marketing 3
- 5 Marketing quốc tế 3
- 6 Marketing xã hội 3

MA TRẬN LIÊN KẾT CHUẨN ĐẦU RA VỚI CÁC HỌC PHẦN/MÔN HỌC

TT	TÊN HỌC PHẦN	CHUẨN ĐẦU RA						
		PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5	PLO6	PLO7
Kiến thức chung								
1	Triết học Mác-Lênin	I(Y)		I(Y)				
2	Kinh tế chính trị Mác- Lênin	I(Y)		I(Y)				
3	Chủ nghĩa xã hội khoa học	I(Y)						
4	Tư tưởng Hồ chí Minh	I(Y)		I(Y)				
5	Lịch sử Đảng cộng sản Việt Nam	I(Y)						
6	Tiếng Anh Course 1				I(Y)	I(Y)		
7	Tiếng Anh Course 2				I(Y)	I(Y)		
8	Tiếng Anh Course 3				I(Y)	I(Y)		
9	Tiếng Anh Course 3 Plus				I(Y)	I(Y)		
10	Nhập môn Công nghệ số và Ứng dụng AI		I(Y)					
Kiến thức khoa học cơ bản								
11	Toán cao cấp cho khối ngành kinh tế	I(Y)	I(Y)					
12	Lý thuyết xác suất và thống kê	I(Y)	I(Y)					
13	Pháp luật và Sở hữu trí tuệ	I(Y)						I(X,A)
14	Phương pháp luận nghiên cứu khoa học	I(Y)		I(X,A)				I(X,A)
Kiến thức cơ sở nhóm ngành và ngành								
15	Kinh tế vi mô 1	I(X, A)					I(X, A)	
16	Kinh tế vĩ mô 1	I(X, A)					I(X, A)	
17	Marketing căn bản	I(X, A)	I(Y)					I(X, A)
18	Kế toán cho kinh doanh	I(Y)						
19	Kinh tế lượng	I(Y)	I(Y)					
20	Quản trị học	R(X, A)						
21	Hành vi người tiêu dùng	R(Y)		I(X, A)				I(X, A)
22	Các hệ thống thông tin trong doanh nghiệp		I(X, A)					
23	Internet và ứng dụng trong kinh doanh		I(X, A)					
24	Quản trị marketing	R(X, A)		R(Y)				I(Y)
25	Phương pháp nghiên cứu marketing		R(Y)	R(X, A)				R(X, A)
26	Phân tích kinh doanh	R(Y)		R(X, A)				I(Y)
27	Truyền thông marketing tích hợp		R(X, A)	R(Y)				R(X, A)
28	Marketing dịch vụ				R(X, A)			R(X, A)

TT	TÊN HỌC PHẦN	CHUẨN ĐẦU RA						
		PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5	PLO6	PLO7
29	Marketing công nghiệp				R(X, A)	R(Y)		
30	Khởi sự doanh nghiệp truyền thông (học phần lựa chọn)	R(Y)			R(Y)			R(X, A)
31	Thương mại điện tử (học phần lựa chọn)	R(Y)			R(Y)			
32	Quản trị bán hàng (học phần lựa chọn)	R(Y)			R(Y)			
33	Quản lý dự án (học phần lựa chọn)	R(Y)			R(Y)			
34	Luật kinh doanh (học phần lựa chọn)	R(Y)			R(Y)			
Khởi kiến thức chuyên ngành								
35	Marketing số	E(Y)	R(X, A)		R(X, A)	E(Y)		E(Y)
36	Sáng tạo và phát triển nội dung		E(Y)	E(X, A)	E(Y)	R(X, A)		E(Y)
37	Quản trị cơ sở dữ liệu kinh doanh	E(X, A)		E(X, A)		E(Y)		E(Y)
38	Quản trị thương hiệu	R(X, A)			E(X, A)	E(Y)		E(Y)
Chuyên ngành Internet Marketing								
39	Phân tích web		E(X, A)			E(Y)		R(X, A)
40	Marketing qua phương tiện truyền thông xã hội		E(X, A)			E(X, A)		E(Y)
41	Tổng quan về biên tập web		E(X, A)			E(X, A)		E(Y)
42	Marketing bằng công cụ tìm kiếm		E(X, A)			E(Y)		R(X, A)
43	Đề án: Kế hoạch Internet marketing		E(Y)			E(Y)		E(X, A)
44	Marketing quốc tế (học phần lựa chọn)		E(Y)		E(Y)			E(Y)
45	Quản trị quan hệ khách hàng (học phần lựa chọn)		E(Y)		E(Y)			E(Y)
46	Truyền thông nội bộ trong tổ chức (học phần lựa chọn)		E(Y)		E(Y)			E(Y)
47	Marketing lĩnh vực công (học phần lựa chọn)		E(Y)		E(Y)			E(Y)
48	Marketing xã hội (học phần lựa chọn)		E(Y)		E(Y)			E(Y)
49	Đạo đức Marketing (học phần lựa chọn)		E(Y)		E(Y)			E(Y)
Chuyên ngành Phân tích dữ liệu marketing số								
39	Phân tích Marketing		E(X, A)			E(X, A)		E(Y)
40	Khai phá dữ liệu trong Marketing		E(X, A)			E(Y)		R(X, A)
41	Phân tích web		E(X, A)			E(Y)		R(X, A)
42	Marketing qua phương tiện truyền thông xã hội		E(X, A)			E(X, A)		E(Y)

TT	TÊN HỌC PHẦN	CHUẨN ĐẦU RA						
		PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5	PLO6	PLO7
43	Trí tuệ Marketing		E(Y)				E(Y)	E(X, A)
44	Quản trị quan hệ khách hàng (học phần lựa chọn)		E(Y)		E(Y)			E(Y)
45	Marketing dựa trên giá trị (học phần lựa chọn)		E(Y)		E(Y)			E(Y)
46	Đạo đức Marketing (học phần lựa chọn)		E(Y)		E(Y)			E(Y)
47	Marketing quốc tế (học phần lựa chọn)		E(Y)		E(Y)			E(Y)
48	Marketing xã hội (học phần lựa chọn)		E(Y)		E(Y)			E(Y)
49	Quản trị quan hệ khách hàng (học phần lựa chọn)		E(Y)		E(Y)			E(Y)
Chuyên ngành Truyền thông Marketing								
39	Chiến lược phương tiện truyền thông		E(X, A)					E(Y)
40	Quan hệ công chúng		E(X, A)					E(X, A)
41	Marketing trực tiếp		E(X, A)					E(X, A)
42	Quản trị quảng cáo		E(X, A)					E(Y)
43	Đề án: Kế hoạch Truyền thông marketing		E(Y)					E(Y)
44	Quản trị khủng hoảng truyền thông (học phần lựa chọn)		E(Y)		E(Y)			E(X, A)
45	Truyền thông nội bộ trong tổ chức (học phần lựa chọn)		E(Y)					E(Y)
46	Tổ chức sự kiện (học phần lựa chọn)		E(Y)					E(Y)
47	Đạo đức Marketing (học phần lựa chọn)		E(Y)					E(Y)
48	Marketing quốc tế (học phần lựa chọn)		E(Y)					E(Y)
49	Marketing xã hội (học phần lựa chọn)		E(Y)					E(Y)
50	Thực tập tốt nghiệp	E(X, A)	E(Y)	E(Y)	E(X, A)	E(Y)	E(X, A)	E(Y)
51	Đề án tốt nghiệp	E(X, A)	E(Y)	E(Y)	E(X, A)	E(Y)	E(X, A)	E(X, A)
Kỹ năng mềm								
1	Kỹ năng thuyết trình							I(Y)
2	Kỹ năng làm việc nhóm							I(Y)
3	Kỹ năng tạo lập văn bản tiếng Việt							I(Y)
4	Kỹ năng lập kế hoạch và tổ chức thực hiện công việc			I(Y)				I(Y)
5	Kỹ năng giao tiếp							I(Y)
6	Kỹ năng tư duy sáng tạo			I(Y)				I(Y)

TT	TÊN HỌC PHẦN	CHUẨN ĐẦU RA						
		PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5	PLO6	PLO7

Ghi chú:

I, R, E: mức độ đóng góp của học phần, tương ứng: Giới thiệu, cơ bản (I), Củng cố, phát triển thêm (R), Nâng cao, hoàn thiện (E)

X: đóng góp trực tiếp

Y: đóng góp gián tiếp

A: dùng để đo lường đóng góp vào PLO

**DANH SÁCH MÔN HỌC/HỌC PHẦN THAY THẾ HOẶC TƯƠNG ĐƯƠNG
CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO TRÌNH ĐỘ ĐẠI HỌC
NGÀNH MARKETING**

(Kèm theo Quyết định số ~~102~~ 102/QĐ-HV ngày 23 tháng 6 năm 2025 của Giám đốc Học viện)

T T	Học phần bị thay thế (trong CTĐT 2022)	Học phần thay thế/tương đương (trong CTĐT 2025)	Ghi chú
1	Toán cao cấp 1 (mã BAS1219, 2TC)	Toán cao cấp cho khối ngành kinh tế (mã BAS1267, 4TC)	HP thay thế
2	Toán cao cấp 2 (mã BAS1220, 2TC)	Toán cao cấp cho khối ngành kinh tế (mã BAS1267, 4TC)	HP thay thế
3	Nguyên lý kế toán (mã FIA1321, 3TC)	Kế toán cho kinh doanh (mã FIA1389, 3TC)	HP thay thế
4	Kế toán quản trị (mã FIA1334, 2TC)	Kế toán cho kinh doanh (mã FIA1389, 3TC)	HP thay thế
5	Phân tích hoạt động kinh doanh (mã BSA1320, 2TC)	Phân tích kinh doanh (mã BSA1395, 3TC)	HP thay thế
6	E-Marketing (mã MAR1427, 2TC)	Marketing số (mã MAR1466, 3TC)	HP thay thế
7	Ứng dụng đa phương tiện trong kinh doanh (mã MAR1318, 3TC)	Sáng tạo và phát triển nội dung (mã MAR1486, 3TC)	HP thay thế
8	Phát triển và ứng dụng web trong marketing (mã MAR1334, 3TC)	Sáng tạo và phát triển nội dung (mã MAR1486, 3TC)	HP thay thế
9	Khóa luận tốt nghiệp (6TC)	Đề án tốt nghiệp (6TC)	HP thay thế

Danh sách gồm 09 học phần

