BỘ KHOA HỌC VÀ CÔNG NGHỆ
HỌC VIỆN CÔNG NGHỆ BƯU CHÍNH VIỄN THÔNG

Số: 2532/QĐ-HV

CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM
Độc lập-Tự do-Hạnh phúc

Hà Nội, ngày 13 tháng 8 năm 2026

QUYẾT ĐỊNH
Ban hành Chuẩn đầu ra chương trình đào tạo ngành Marketing trình độ thạc sĩ

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 và Nghị quyết số 191/NQ-HĐHV ngày 12/4/2025 về Điều chỉnh Quy chế tổ chức và hoạt động của Học viện Công nghệ Bưu chính Viễn thông;

Căn cứ Thông tư số 54/2026/TT-BGDĐT ngày 30 tháng 6 năm 2026 của Bộ trưởng Bộ Giáo dục và Đào tạo ban hành Quy định về chương trình đào tạo các trình độ của giáo dục đại học;

Căn cứ Quyết định số 977/QĐ-HV ngày 13 tháng 6 năm 2025 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 **Chuẩn đầu ra chương trình đào tạo ngành Marketing** trình độ thạc sĩ của Học viện Công nghệ Bưu chính Viễn thông *(Chi tiết kèm theo)*.

Điều 2. Quyết định có hiệu lực thi hành kể từ ngày ký.

Điều 3. 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 KT&ĐBCL, Trưởng các Khoa đào tạo 1 và 2, Trưởng Bộ môn Marketing, Trưởng khoa đào tạo sau đại học và Trưởng các đơn vị có liên quan chịu trách nhiệm thi hành Quyết định./.

Nơi nhận:
- Như Điều 3;
- 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

PGS.TS Trần Quang Anh

KHUNG CHUẨN ĐẦU RA CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO TRÌNH ĐỘ THẠC SĨ NGÀNH MARKETING

(Kèm theo Quyết định số 2532/QĐ-HV ngày 13 tháng 8 năm 2026 của Giám đốc Học viện)

1. GIỚI THIỆU VỀ CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO

- Tên ngành (tiếng Việt): **Marketing**
- Tên ngành (tiếng Anh): **Marketing**
- Trình độ đào tạo: **Thạc sĩ**
- Định hướng chương trình: **Định hướng ứng dụng**
- Mã ngành đào tạo: **8340115**
- Thời gian đào tạo: **1,5 - 02 năm**
- Hình thức đào tạo: **Chính quy**

2. MỤC TIÊU ĐÀO TẠO

2.1. Mục tiêu chung (Goals)

Chương trình đào tạo thạc sĩ Marketing (định hướng ứng dụng) của Học viện Công nghệ Bưu chính Viễn thông được thiết kế theo định hướng ứng dụng và tiếp cận giáo dục theo chuẩn đầu ra (Outcome-based Education - OBE). Mục tiêu của chương trình là đào tạo nguồn nhân lực chất lượng cao có phẩm chất chính trị, đạo đức; có kiến thức chuyên sâu cùng năng lực vận dụng các lý thuyết về kinh doanh, quản lý, marketing, đặc biệt là marketing số vào thực tiễn; có khả năng sáng tạo và thích nghi với môi trường làm việc năng động trong bối cảnh chuyển đổi số, đáp ứng yêu cầu phát triển kinh tế, xã hội và hội nhập quốc tế.

2.2. Mục tiêu cụ thể (Program Objectives - POs):

Chương trình đào tạo thạc sĩ Marketing (định hướng ứng dụng) của Học viện Công nghệ Bưu chính Viễn thông nhằm đào tạo người học tốt nghiệp có:

PO1: Khả năng tích hợp kiến thức khoa học quản lý, kinh tế số và marketing để giải quyết các vấn đề phức tạp của tổ chức trong môi trường số hóa.

PO2: Khả năng đánh giá được tính phù hợp và hiệu quả của các công cụ, nền tảng và công nghệ số trong phân tích và xử lý các vấn đề marketing theo mục tiêu chiến lược của tổ chức/doanh nghiệp.

PO3: Khả năng đề xuất các giải pháp marketing có tính phản biện, hệ thống và sáng tạo nhằm giải quyết những vấn đề của doanh nghiệp/ tổ chức trên cơ sở đạo đức nghề nghiệp, trách nhiệm xã hội và bối cảnh kinh doanh toàn cầu trong môi trường số.

PO4: Khả năng vận dụng phương pháp và kỹ thuật giao tiếp - truyền thông chuyên nghiệp nhằm đảm bảo tính hiệu quả và phù hợp với bối cảnh giải quyết các vấn đề marketing và kinh doanh của tổ chức/doanh nghiệp.

PO5: Khả năng tổ chức, quản lý các nhóm làm việc và phát huy vai trò cá nhân trong việc

giải quyết các vấn đề marketing có độ phức tạp cao, đảm bảo năng lực điều phối và hợp tác chuyên nghiệp.

2.2. Vị trí làm việc sau tốt nghiệp

Học viên tốt nghiệp chương trình thạc sĩ marketing của Học viện Công nghệ Bưu chính Viễn thông có thể làm việc ở những vị trí sau đây:

- Trưởng nhóm nghiên cứu thị trường, trưởng nhóm marketing số
- Trưởng nhóm phát triển nội dung số và truyền thông đa phương tiện
- Chuyên gia tư vấn chiến lược marketing số
- Quản lý chiến dịch marketing số
- Trưởng nhóm quản lý thương mại điện tử
- Trưởng nhóm phân tích kinh doanh
- Trưởng nhóm quản lý quan hệ khách hàng
- Giảng viên, nhà nghiên cứu về marketing tại các viện, trung tâm đào tạo và cơ sở nghiên cứu
- Học tiếp lên trình độ Tiến sĩ ở trong nước và nước ngoài

3. CHUẨN ĐẦU RA CỦA CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO (Program Learning Outcomes – PLOs)

Các chuẩn đầu ra (PLOs), mức độ năng lực và các chỉ báo (PIs) của chương trình đào tạo thạc sĩ marketing của Học viện Công nghệ Bưu chính Viễn thông là thước đo mức kiến thức và kỹ năng tối thiểu mà người học đạt được khi tốt nghiệp. Cụ thể như dưới đây:

Chuẩn đầu ra (PLOs)	Mức độ năng lực	Các chỉ báo (PIs)
PLO1. Phân tích các giải pháp marketing mang tính chiến lược dựa trên sự tích hợp kiến thức nâng cao về khoa học quản lý, kinh tế và marketing để giải quyết các vấn đề phức tạp của tổ chức trong môi trường số hóa.	**C4 / P3**	***PI1.1*** *Phân tích được các vấn đề marketing phức tạp của tổ chức/doanh nghiệp trong môi trường số hóa dựa trên sự vận dụng tích hợp kiến thức về quản lý, kinh tế và marketing.* ***PI1.2.*** *Lựa chọn được các kiến thức thuộc lĩnh vực quản lý, kinh tế và marketing nhằm định hướng xây dựng phương án giải quyết vấn đề marketing mang tính chiến lược cho tổ chức doanh nghiệp* ***PI1.3.*** *So sánh đối chiếu các giải pháp marketing mang tính chiến lược hướng tới giải quyết hiệu quả các vấn đề marketing phức tạp của tổ chức/doanh nghiệp trong môi trường số hóa.*

Chuẩn đầu ra (PLOs)	Mức độ năng lực	Các chỉ báo (PIs)
PLO2. Phân tích được sự phù hợp và hiệu quả các công cụ, nền tảng và công nghệ số trong phân tích và xử lý các vấn đề marketing theo mục tiêu chiến lược của tổ chức/doanh nghiệp.	**C4 / P4**	***PI2.1.*** *Phân tích các chỉ số, công cụ phân tích và hệ thống đo lường marketing số nhằm hỗ trợ ra quyết định theo mục tiêu chiến lược của tổ chức/doanh nghiệp.* ***PI2.2.*** *Lựa chọn được các nền tảng và công nghệ số phù hợp với mục tiêu marketing và nguồn lực của tổ chức/doanh nghiệp.*
PLO3. Đề xuất được các giải pháp marketing có tính phản biện, hệ thống và sáng tạo nhằm giải quyết những vấn đề của tổ chức/doanh nghiệp trên cơ sở đạo đức nghề nghiệp, trách nhiệm xã hội và bối cảnh kinh doanh toàn cầu trong môi trường số.	**C5 / P4**	***PI3.1.*** *Đề xuất được giải pháp cho vấn đề marketing của tổ chức/doanh nghiệp mang tính hệ thống và có lập luận phản biện* ***PI3.2.*** *Đề xuất được các ý tưởng và cách tiếp cận marketing sáng tạo nhằm giải quyết các vấn đề marketing mới nổi trong bối cảnh số hóa.* ***PI3.3.*** *Đánh giá các giải pháp marketing trên cơ sở đạo đức nghề nghiệp, trách nhiệm xã hội và bối cảnh kinh doanh toàn cầu trong môi trường số.*
PLO4. Lựa chọn được phương pháp và kỹ thuật giao tiếp, truyền thông phù hợp với bối cảnh giải quyết các vấn đề marketing và kinh doanh của tổ chức/doanh nghiệp.	**C5 / P3**	***PI4.1.*** *Đánh giá mức độ phù hợp của các phương pháp, kênh và kỹ thuật giao tiếp – truyền thông trong các bối cảnh marketing và kinh doanh khác nhau của doanh nghiệp.* ***PI4.2.*** *Lựa chọn được phương án giao tiếp- truyền thông phù hợp nhằm hỗ trợ giải quyết vấn đề marketing và đạt được mục tiêu kinh doanh cụ thể của tổ chức/doanh nghiệp*
PLO5. Tổ chức, quản lý các nhóm làm việc và phát huy vai trò cá nhân trong việc giải quyết các vấn đề marketing có độ phức tạp cao, đảm bảo năng lực điều phối và hợp tác	**C5 / P3 / A2**	***PI5.1.*** *Thực hiện vai trò cá nhân phù hợp trong nhóm làm việc, thể hiện tinh thần trách nhiệm và hợp tác nhằm giải quyết các vấn đề marketing có độ phức tạp cao.* ***PI5.2.*** *Điều phối hoạt động làm việc nhóm dựa trên việc khai thác các quan*

Chuẩn đầu ra (PLOs)	Mức độ năng lực	Các chỉ báo (PIs)
chuyên nghiệp.		*điểm đa chiều của các thành viên nhằm hỗ trợ ra quyết định marketing.* ***PI5.3.*** *Quản lý các xung đột và khác biệt quan điểm trong nhóm một cách chuyên nghiệp nhằm đảm bảo hiệu quả giải quyết các vấn đề marketing.*

(C: miền kiến thức; P: miền kỹ năng; A: miền thái độ; Các mức độ năng lực được xác định trên cơ sở tham chiếu Thang cấp độ tư duy Bloom)

4. MA TRẬN CHUẨN ĐẦU RA VỚI MỤC TIÊU ĐÀO TẠO

TT	Mục tiêu / CĐR	PO1	PO2	PO3	PO4	PO5
1.	PLO1	X	X	X		
2.	PLO2	X	X			
3.	PLO3	X		X		
4.	PLO4				X	X
5.	PLO5			X		X