

## **CHƯƠNG TRÌNH GIÁO DỤC ĐẠI HỌC**

**Tên chương trình** : Marketing  
**Trình độ đào tạo** : Đại học  
**Ngành đào tạo** : Quản trị kinh doanh  
**Loại hình đào tạo** : Chính quy tập trung

*(Ban hành theo quyết định số 859/QĐ-ĐHM ngày 14 tháng 10 năm 2011  
của Hiệu trưởng trường Đại học Mở Tp.HCM)*

### **1. THÔNG TIN CHUNG**

#### **1.1. Mục tiêu đào tạo**

##### **Mục tiêu chung:**

Đào tạo Cử nhân ngành Quản trị kinh doanh, chuyên ngành Marketing có phẩm chất chính trị, đạo đức và sức khỏe tốt; cung cấp cho sinh viên các kiến thức nền tảng bắt buộc cho bất kỳ công việc marketing liên quan; cũng như cung cấp kiến thức chuyên sâu cho một số công việc marketing đặc thù.

*Sinh viên tốt nghiệp có thể đảm nhận công việc ở các vị trí sau:*

- Nhân viên Marketing
- Nhân viên nghiên cứu thị trường
- Nhân viên quảng cáo
- Nhân viên phụ trách công tác chăm sóc và quan hệ với khách hàng
- Nhân viên R&D
- Nhân viên bán hàng
- Nhân viên phụ trách quan hệ công chúng, tổ chức sự kiện, truyền thông

Sau một thời gian, tùy thuộc vào năng lực và khả năng phấn đấu của mình, có thể lên các vị trí trưởng, phó các bộ phận phụ trách các công việc nói trên.

##### **Mục tiêu cụ thể**

Chương trình Marketing hướng đến việc đào tạo, trang bị cho sinh viên về cả ba mặt: kiến thức, kỹ năng và thái độ. Ngoài ra sinh viên cũng đạt các chuẩn đầu ra về ngoại ngữ và tin học cần thiết để có thể làm việc tốt trong môi trường hội nhập.

##### **• Chương trình đào tạo trang bị các kiến thức sau:**

- **Các kiến thức chung về môi trường kinh doanh:**
  - Các công cụ phân tích định lượng

- Các nguyên lý quản trị và kinh tế học cơ bản
- Các kiến thức tổng quan về marketing.
- **Các kiến thức chuyên môn về marketing:**
  - Các kiến thức thiết yếu để thấu hiểu khách hàng, tạo dựng và duy trì mối quan hệ với khách hàng
  - Các kiến thức và phương pháp thực hiện các nghiên cứu thị trường
  - Các kiến thức cơ bản để truyền thông thành công thông điệp, các vấn đề về quảng cáo
  - Các vấn đề về marketing trong bối cảnh quốc tế hóa
  - Các kiến thức để thiết lập kế hoạch, chiến lược marketing trong doanh nghiệp
- **Trang bị cho sinh viên kỹ năng, phương pháp học tập và nghiên cứu:**
  - Rèn luyện cho sinh viên tư duy phân tích, tổng hợp, giải quyết vấn đề, khả năng làm việc hợp tác và khả năng làm việc độc lập.
  - Khả năng thu thập và phân tích thông tin để đưa ra quyết định.
  - Khả năng nghiên cứu thông qua các đề tài thực tế từ doanh nghiệp.
  - Khả năng sử dụng ngoại ngữ chuyên ngành liên quan đến kinh doanh và marketing.
  - Khả năng tự học, sáng tạo, có định hướng nghề nghiệp tốt
- **Xây dựng cho sinh viên thái độ phù hợp:**
  - Sinh viên chương trình Marketing là những người có phẩm chất đạo đức cá nhân, đạo đức xã hội và đạo đức nghề nghiệp tốt, có trách nhiệm với bản thân, gia đình và xã hội. Đồng thời, sinh viên chương trình là người có ý thức vươn lên trong học tập và làm việc.
- **Trình độ ngoại ngữ:**
  - Sinh viên ngành Marketing sau khi tốt nghiệp ra trường sẽ có trình độ tiếng Anh tối thiểu là TOEFL IBT 79 (TOEFL 550) hoặc tương đương. Đồng thời, chương trình cũng cố gắng trang bị cho sinh viên những kỹ năng mềm cần thiết để nâng cao năng lực cá nhân của sinh viên
- **Trình độ tin học:**
  - Sinh viên của chương trình có kỹ năng sử dụng thành thạo máy vi tính, internet, các công cụ soạn thảo văn phòng, một số phần mềm liên quan đến chuyên ngành, phục vụ cho việc học tập tại trường và làm việc sau này.

## 1.2. Thời gian đào tạo

Tổng thời gian đào tạo là 4 năm và được chia làm 8 học kỳ

## 1.3. Khối lượng kiến thức toàn khóa

Tổng số tín chỉ cho một chương trình: **130** tín chỉ, không kể các phần sau:

- Các môn thể chất, quốc phòng: **12** tín chỉ

- Các chuyên đề về kỹ năng mềm: 12 chuyên đề
- Các chuyên đề kiến thức chuyên ngành: 2 chuyên đề

#### 1.4. Đối tượng tuyển sinh

Người đã tốt nghiệp PTTH và tương đương.

#### 1.5. Quy trình đào tạo, điều kiện tốt nghiệp

Thực hiện theo qui chế học vụ theo học chế tín chỉ (Ban hành theo Quyết định số 759/QĐ-ĐHM của Hiệu trưởng Trường Đại học Mở Tp.HCM ngày 09 tháng 09 năm 2009).

Những sinh viên có đủ các điều kiện sau đây sẽ được xét công nhận tốt nghiệp:

- Cho đến thời điểm xét tốt nghiệp không bị truy cứu trách nhiệm hình sự;
- Tích lũy đủ số tín chỉ quy định cho chương trình đào tạo; Điểm trung bình tích lũy toàn khóa học đạt từ 5.0 trở lên;
- Có các chứng chỉ Giáo dục quốc phòng và Giáo dục thể chất.
- Có chứng chỉ ngoại ngữ TOEFL IBT 79 hoặc TOEFL 550 hoặc tương đương

#### 1.6. Thang điểm

Thang điểm 10

## 2. CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO

### 2.1. Khối kiến thức giáo dục đại cương 54 tín chỉ

#### 2.1.1. Lý luận Mác – Lê Nin và tư tưởng Hồ Chí Minh 10 tín chỉ

STT	Môn	Số TC	Ghi chú
1	Những nguyên lý cơ bản của chủ nghĩa Mác – Lê Nin	5	CTK
2	Tư tưởng Hồ Chí Minh	2	CTK
3	Đường lối cách mạng của Đảng Cộng sản Việt Nam	3	CTK

#### 2.1.2. Kiến thức Toán – Tin học 9 tín chỉ

STT	Môn	Số TC	Ghi chú
1	Toán cao cấp	3	CTK
2	Thống kê ứng dụng trong kinh doanh	3	CTK
3	Tin học đại cương	3	CTK

#### 2.1.3. Kiến thức Khoa học xã hội 7 tín chỉ

STT	Môn	Số TC	Ghi chú
1	Pháp luật đại cương	2	CTK
2	Giao tiếp trong kinh doanh	2	

3	Kỹ năng học tập	2	Đạt/ không đạt
4	Chuyên đề kỹ năng	1	Đạt/ không đạt

#### 2.1.4. Ngoại ngữ

28 tín chỉ

STT	Môn	Số TC	Ghi chú
1	Tiếng Anh nâng cao 1	4	
2	Tiếng Anh nâng cao 2	4	
3	Tiếng Anh nâng cao 3	4	
4	Tiếng Anh nâng cao 4	4	
5	Tiếng Anh nâng cao 5	4	
6	Tiếng Anh nâng cao 6	4	
7	Tiếng Anh nâng cao 7	4	

#### 2.2. Kiến thức giáo dục chuyên nghiệp

66 tín chỉ

##### 2.2.1. Kiến thức cơ sở của khối ngành

12 tín chỉ

STT	Môn	Số TC	Ghi chú
1.	Kinh tế vi mô	3	CTK
2.	Kinh tế vĩ mô	3	CTK
3.	Marketing căn bản	3	CTK
4.	Quản trị học	3	CTK

##### 2.2.2. Kiến thức cơ sở của ngành

6 tín chỉ

STT	Môn	Số TC	Ghi chú
1	Nguyên lý kế toán	3	CTK
2	Phân tích định lượng trong quản trị	3	CTK

##### 2.2.3. Kiến thức ngành

18 tín chỉ

STT	Môn	Số TC	Ghi chú
1	Quản trị nguồn nhân lực	3	CTK
2	Quản trị tài chính	3	CTK
3	Quản trị chiến lược	3	CTK
4	Quản trị marketing	3	
5	Quản thương hiệu	3	
6	Quản trị dự án	3	

**2.2.4. Kiến thức chuyên ngành****30 tín chỉ**

STT	Môn	Số TC	Ghi chú
1.	Hành vi khách hàng	3	Môn bắt buộc
2.	Truyền thông marketing tích hợp	3	Môn bắt buộc
3.	Nghiên cứu marketing	3	Môn bắt buộc
4.	Quản trị quan hệ khách hàng	3	Môn bắt buộc
5.	Marketing quốc tế	3	Môn bắt buộc
6.	Marketing dịch vụ	3	Môn bắt buộc
7.	Quảng cáo	3	Môn bắt buộc
	<i>Chọn 3 trong số các môn sau đây:</i>		
1.	Thương mại điện tử	3	Môn chọn
2.	Quan hệ công chúng	3	Môn chọn
3.	Quản trị bán hàng	3	Môn chọn
4.	Phát triển sản phẩm mới	3	Môn chọn
5.	Chiến lược và chính sách giá	3	Môn chọn
6.	Quản trị kênh phân phối	3	Môn chọn
7.	Chiến lược marketing	3	Môn chọn

**2.2.5. Học phần tốt nghiệp: 10 tín chỉ**

Thực tập tốt nghiệp: 4 tín chỉ

Học phần tốt nghiệp: 6 tín chỉ

Khóa luận tốt nghiệp hoặc học các môn trong phần kiến thức chuyên ngành chọn

**3. KẾ HOẠCH GIẢNG DẠY (dự kiến)****HỌC KỲ 1**

STT	Tên môn học	MMH	Tín chỉ	Ghi chú
1.	Tiếng anh nâng cao 1 (CB3)		4	
2.	Toán cao cấp		3	
3.	Kinh tế vi mô		3	
4.	Tin học đại cương		3	
5.	Pháp luật đại cương		2	
6.	Kỹ năng học tập		2	
7.	Giáo dục thể chất (3TC)			

<b>Cộng</b>		<b>17</b>	
-------------	--	-----------	--

### HỌC KỲ 2

STT	Tên môn học	MMH	Tín chỉ	Ghi chú
1.	Tiếng anh nâng cao 2 (CB4)		4	
2.	Lý thuyết xác suất và thống kê toán		3	
3.	Quản trị học		3	
4.	Marketing căn bản		3	
5.	Kinh tế vĩ mô		3	
6.	Giao tiếp trong kinh doanh		2	
7.	Giáo dục thể chất (2TC)			
8.	Giáo dục quốc phòng (7TC)			
<b>Cộng</b>			<b>18</b>	

### HỌC KỲ 3

STT	Tên môn học	MMH	Tín chỉ	Ghi chú
1.	Tiếng anh nâng cao 3 (CB5)		4	
2.	Hành vi khách hàng		3	
3.	Phân tích định lượng trong quản trị		3	
4.	Nguyên lý kế toán		3	
5.	Quản trị Marketing		3	
<b>Cộng</b>			<b>16</b>	

### HỌC KỲ 4

STT	Tên môn học	MMH	Tín chỉ	Ghi chú
1.	Tiếng anh nâng cao 4 (CB6)		4	
2.	Quản trị dự án		3	
3.	Nghiên cứu marketing		3	
4.	Marketing dịch vụ		3	
5.	Quản trị nguồn nhân lực		3	
6.	Những nguyên lý cơ bản của chủ nghĩa Mác - Lênin P.1		2	

<b>Cộng</b>		<b>18</b>	
-------------	--	-----------	--

### HỌC KỲ 5

STT	Tên môn học	MMH	Tín chỉ	Ghi chú
1.	Tiếng anh nâng cao 5 (CB7)		4	
2.	Quản trị tài chính		3	
3.	Quảng cáo		3	
4.	Môn chọn 1		3	
5.	Những nguyên lý cơ bản của chủ nghĩa Mác - Lênin P.2		3	
<b>Cộng</b>			<b>16</b>	

### HỌC KỲ 6

STT	Tên môn học	MMH	Tín chỉ	Ghi chú
1.	Tiếng anh nâng cao 6 (CB8)		4	
2.	Quản trị quan hệ khách hàng		3	
3.	Truyền thông marketing tích hợp		3	
4.	Marketing quốc tế		3	
5.	Môn chọn 2		3	
6.	Tư tưởng Hồ Chí Minh		2	
<b>Cộng</b>			<b>18</b>	

### HỌC KỲ 7

STT	Tên môn học	MMH	Tín chỉ	Ghi chú
1.	Tiếng anh nâng cao 7 (CB9)		4	
2.	Quản trị thương hiệu		3	
3.	Quản trị chiến lược		3	
4.	Môn chọn 3		3	
5.	Chuyên đề kỹ năng		1	
6.	Đường lối Đường lối CM của Đảng CSVN		3	
<b>Cộng</b>			<b>17</b>	

### HỌC KỲ 8

<b>STT</b>	<b>Tên môn học</b>	<b>MMH</b>	<b>Tín chỉ</b>	<b>Ghi chú</b>
1	Thực tập tốt nghiệp		4	
2	Khóa luận tốt nghiệp/ hoặc học 2 môn thay thế		6	
<b>Cộng</b>			<b>10</b>	



## **4. MÔ TẢ MÔN HỌC**

### **4.1. Các môn học đại cương**

#### **Những nguyên lý cơ bản của chủ nghĩa Mác – Lênin (5 TC)**

Áp dụng theo Quyết định số 52/2008/QĐ-BGD&ĐT ngày 18/09/2008 của Bộ trưởng Bộ GD&ĐT về giảng dạy môn Lý luận chính trị trong các trường học. Nội dung về Chủ nghĩa duy vật biện chứng về thế giới (vật chất và ý thức, các qui luật của phép biện chứng duy vật, các cặp phạm trù cơ bản, lý luận nhận thức và logic học, về các hình thái kinh tế xã hội, giai cấp, Nhà nước, triết học về con người, đời sống xã hội tinh thần).

#### **Đường lối cách mạng của Đảng Cộng Sản Việt Nam (3 TC)**

Áp dụng theo Quyết định số 52/2008/QĐ-BGD&ĐT ngày 18/09/2008 của Bộ trưởng Bộ GD&ĐT.

#### **Tư tưởng Hồ Chí Minh (2 TC)**

Áp dụng theo Quyết định số 52/2008/QĐ-BGD&ĐT ngày 18/09/2008 của Bộ trưởng Bộ GD&ĐT về việc ban hành đề cương môn học Tư tưởng Hồ Chí Minh trình độ đại học, cao đẳng.

#### **Toán cao cấp (3 TC)**

Môn học trang bị cho sinh viên những kiến thức cần thiết để tiếp thu các môn toán kinh tế, các môn kinh tế và rèn luyện phương pháp tư duy toán học để vận dụng vào việc học tập, nghiên cứu cũng như giải quyết các vấn đề thực tiễn. Môn học bao gồm các nội dung: toán giải tích, đại số tuyến tính, tích phân bất định và tích phân xác định; vi phân, định thức, ma trận, hệ phương trình tuyến tính, không gian vector.

#### **Thống kê ứng dụng trong kinh doanh (3 TC)**

Môn học trước: Toán cao cấp, tin học đại cương.

Môn học trang bị những kiến thức về các khái niệm cơ bản trong xác suất và các khái niệm trong thống kê, cách thu thập và trình bày dữ liệu, phân tích và kiểm định dữ liệu thống kê. Hướng dẫn sử dụng phần mềm Excel và SPSS để phân tích cơ sở dữ liệu.

#### **Tin học đại cương (3 TC)**

Môn học trước: không

Môn học cung cấp các kỹ năng sử dụng máy tính căn bản, kỹ năng sử dụng email, tìm kiếm và truy cập thông tin trên internet, các kỹ năng làm việc với hệ thống các phần mềm soạn thảo văn bản (winword) và bảng tính (excel), giới thiệu sơ lược về máy tính, hệ điều hành, Internet.

#### **Pháp luật đại cương (2 TC)**

Môn học trước: không.

Môn học trang bị cho sinh viên những lý thuyết chung về khái niệm cơ bản của khoa học pháp lý về Nhà nước và Pháp luật. Nội dung của môn học đề cập đến: khái niệm nhà nước, phân tích cấu trúc bộ máy nhà nước, chức năng và thẩm quyền của các cơ quan nhà nước trong bộ máy nhà nước; tính chất pháp lý và cơ cấu của hệ thống văn bản quy phạm pháp

luật, những nội dung cơ bản của các ngành luật gốc như hiến pháp, Luật hành chính, Luật dân sự, Luật hình sự trong hệ thống pháp luật Việt Nam.

### **Giao tiếp trong kinh doanh (2 TC)**

Môn học trước: không

Môn học Giao tiếp kinh doanh được thiết kế nhằm cung cấp cho sinh viên kiến thức cơ bản và cơ hội để thực hành các kỹ năng liên quan đến giao tiếp có hiệu quả trong kinh doanh. Môn học cũng cung cấp những kiến thức về văn hoá, tập quán của người Việt Nam và các dân tộc khác để có thể giao tiếp đạt hiệu quả. Từ đó sinh viên có thể phát triển và ứng dụng các lý thuyết và các kỹ năng đã học để tăng cường hiệu quả của việc xử lý và truyền đạt thông tin trong giao tiếp

### **Kỹ năng học tập (2 TC)**

Môn học trước: không yêu cầu

Môn học nhằm trang bị những kỹ năng cần thiết giúp cho sinh viên thích nghi với môi trường sống và học tập ở bậc đại học, biết cách áp dụng các phương pháp học tập hiệu quả để đạt được mục tiêu học tập. Nội dung môn học đề cập đến việc đáp ứng với sự thay đổi ở môi trường đại học, xác định mục tiêu và lập kế hoạch, các kỹ năng cơ bản như lắng nghe, đọc, ghi chép, làm việc nhóm, thuyết trình, kỹ năng giải quyết vấn đề, làm bài tiểu luận và ôn tập, thi, nghiên cứu khoa học.

### **Chuyên đề kỹ năng (1 TC)**

Chuyên đề kỹ năng nhằm giúp sinh viên được tiếp cận và rèn luyện các kỹ năng để chuẩn bị bước vào môi trường nghề nghiệp. Nội dung chuyên đề bao gồm: văn hóa giao tiếp, kỹ năng tìm việc, kỹ năng đàm phán và thương lượng hiệu quả...

### **Tiếng Anh nâng cao 1 (4 TC)**

Điều kiện: Sinh viên đạt trình độ thi xếp lớp đầu vào theo quy định của Ban cơ bản

Học giáo trình Interaction 1.

Đầu ra: đạt chuẩn TOEIC 300 – 350 hoặc tương đương TOEFL 350 hoặc IELTS dưới 3.0

### **Tiếng Anh nâng cao 2 (4 TC)**

Môn học trước: Tiếng Anh nâng cao 1

Học giáo trình Interaction 2.

Đầu ra: đạt chuẩn TOEIC 350 – 400 hoặc tương đương TOEFL 400 hoặc IELTS 3.5

### **Tiếng Anh nâng cao 3 (4 TC)**

Môn học trước: Tiếng Anh nâng cao 2

Học giáo trình Market Leader.

Đầu ra: đạt chuẩn TOEIC 400 – 450

### **Tiếng Anh nâng cao 4 (4 TC)**

Môn học trước: Tiếng Anh nâng cao 3

Học giáo trình Market Leader.

Đầu ra: đạt chuẩn TOEIC 450 – 500

### **Tiếng Anh nâng cao 5 (4 TC)**

Môn học trước: Tiếng Anh nâng cao 4

Học giáo trình Developing Skills TOEIC

Đầu ra: đạt chuẩn TOEIC 500 – 550 hoặc tương đương TOEFL 450 – 500 hoặc IELTS 4.5

### **Tiếng Anh nâng cao 6 (4 TC)**

Môn học trước: Tiếng Anh nâng cao 5

Học giáo trình Target TOEIC

Đầu ra: đạt chuẩn TOEIC 550 – 600

### **Tiếng Anh nâng cao 7 (4 TC)**

Môn học trước: Tiếng Anh nâng cao 6

Học giáo trình Longman TOEIC Tests

Đầu ra: đạt chuẩn TOEIC 600 – 650 hoặc tương đương TOEFL 510 – 550 hoặc IELTS 5.5

## **4.2. Các môn cơ sở khối ngành và cơ sở ngành**

### **Kinh tế vi mô (3 TC)**

Môn học trước: không

Trang bị cho sinh viên các kiến thức cơ bản và cơ sở về hoạt động của nền kinh tế thị trường thông qua việc phân tích các quy luật kinh tế cơ bản. Môn học đề cập đến lý thuyết người tiêu dùng, lý thuyết sản xuất, cấu trúc thị trường và tác động của các chính sách can thiệp thị trường của chính phủ.

### **Kinh tế vĩ mô (3 TC)**

Môn học trước: Kinh tế vi mô

Môn học giới thiệu một số khái niệm cơ bản của kinh tế vĩ mô, bao gồm: đo lường tổng sản lượng và mức giá của nền kinh tế; mô tả hành vi của nền kinh tế trong dài hạn; các nhân tố quy định tăng trưởng kinh tế, thất nghiệp và lạm phát trong dài hạn; giới thiệu những tư tưởng chính về tổng cung, tổng cầu và cân bằng kinh tế vĩ mô; Lạm phát và thất nghiệp trong ngắn hạn; Giới thiệu các vấn đề kinh tế vĩ mô của một nền kinh tế mở bao gồm cán cân thanh toán, tỷ giá hối đoái và các chính sách thương mại.

### **Marketing căn bản (3 TC)**

Môn học trước: không

Môn học cung cấp những hiểu biết và kiến thức căn bản về những nguyên lý marketing và ứng dụng chúng vào thực tiễn hoạt động của doanh nghiệp, bao gồm: các khái niệm cơ bản về marketing; vấn đề thị trường và nghiên cứu marketing; nhận dạng nhu cầu và xác định hành vi khách hàng; hoạch định chiến lược marketing, và hoạt động marketing hay hoạt động marketing-mix thông qua sản phẩm, giá, phân phối, chiêu thị, con người, quy trình và chứng minh thực tế

### **Quản trị học (3 TC)**

Môn học trước: không

Môn học cung cấp các kiến thức cơ bản về quản trị và sự vận dụng vào thực tiễn doanh nghiệp của nó như: khái niệm và bản chất của quản trị; nhà quản trị; môi trường quản trị; các lý thuyết quản trị (cổ điển và hiện đại); các chức năng của quản trị: hoạch định, tổ chức, điều hành và kiểm tra. Môn học còn cập nhật một số vấn đề mới của quản trị học hiện đại như

quản trị thông tin và ra quyết định, quản trị sự đổi mới, thay đổi, quản trị xung đột, quản trị rủi ro và cơ hội của doanh nghiệp.

### **Nguyên lý kế toán (3 TC)**

Môn học trước: không

Trang bị những kiến thức cơ bản về lý thuyết kế toán: các khái niệm, bản chất, đối tượng, mục đích, chức năng, nhiệm vụ và yêu cầu của kế toán; các phương pháp kế toán; vận dụng các phương pháp kế toán vào quá trình kế toán các hoạt động chủ yếu của một loại hình đơn vị cụ thể.

### **Phân tích định lượng trong quản trị (3 TC)**

Môn học trước: Thống kê ứng dụng trong kinh doanh, Toán cao cấp, Kinh tế vĩ mô 1, Kinh tế vi mô 1, Tin học đại cương.

Môn học giúp cho sinh viên hiểu được khái niệm về Kinh tế lượng và vai trò của Kinh tế lượng. Bên cạnh đó, môn học còn hướng dẫn cho sinh viên sử dụng được ít nhất 1 phần mềm chuyên dụng trong Kinh tế lượng. Ngoài ra môn học cung cấp những kiến thức cơ bản và kỹ năng để ước lượng các quan hệ kinh tế, kiểm chứng các lý thuyết kinh tế dựa trên cơ sở những dữ liệu thực tế. Đồng thời, sinh viên có thể kết hợp những kiến thức của kinh tế vi mô, vĩ mô và kinh tế lượng để ứng dụng vào thực tế như biết phân tích một số vấn đề và dự báo về kinh tế dựa trên một số mô hình hồi qui cơ bản.

## **4.3. Các môn kiến thức ngành**

### **Quản trị nhân lực (3 TC)**

Môn học trước: Quản trị học

Môn học cung cấp những kiến thức cơ bản về vai trò của quản trị nhân lực trong tổ chức, chiến lược của tổ chức và quản lý nhân lực, cơ sở luật pháp về nhân lực, tuyển chọn và bố trí lao động, đánh giá thực hiện công việc, đào tạo và phát triển nhân lực, thù lao và các phúc lợi cho người lao động, các quan hệ lao động và những vấn đề có liên quan.

### **Quản trị tài chính (3 TC)**

Môn học trước: Nguyên lý kế toán, Kinh tế vi mô

Môn học này trang bị cho sinh viên kiến thức cơ bản về quản trị tài chính của doanh nghiệp với các nội dung chính yếu bao gồm tổng quan về quản trị tài chính, các công cụ và mô hình căn bản sử dụng trong quản trị tài chính, phân tích và ra các quyết định về đầu tư, phân tích và ra các quyết định huy động nguồn vốn và chính sách phân chia lợi nhuận của doanh nghiệp. Ngoài ra, môn học còn trang bị các công cụ phân tích và quản lý tài sản và quản lý rủi ro tài chính của doanh nghiệp.

### **Quản trị chiến lược (3 TC)**

Môn học trước: Các học phần kiến thức cơ sở của khối ngành.

Môn học cung cấp những kiến thức cơ bản về những nguyên lý quản trị chiến lược và sự vận dụng vào thực tiễn quản lý doanh nghiệp như: những khái niệm cơ bản về chiến lược và quản trị chiến lược; các giai đoạn phát triển của quản trị chiến lược; mô hình nguyên lý quản trị chiến lược của doanh nghiệp có mục tiêu dài hạn, bao gồm: hoạch định chiến lược, tổ chức thực hiện chiến lược, đánh giá, kiểm tra và điều chỉnh, thay đổi chiến lược của doanh nghiệp dưới những điều kiện môi trường, thị trường và nguồn nhân lực xác định của doanh nghiệp.

### **Quản trị Marketing (3 TC)**

Môn học trước: Marketing căn bản

Môn học này trang bị cho sinh viên những kiến thức về quản trị marketing trong doanh nghiệp, quá trình quản trị marketing bao gồm các giai đoạn chính như phân tích - xây dựng chiến lược - xây dựng chương trình - thực hiện - kiểm tra. Bên cạnh đó các sinh viên có được khả năng phân tích các cơ hội thị trường và lựa chọn thị trường mục tiêu cũng như dự báo nhu cầu thị trường phù hợp với khả năng và mục tiêu của doanh nghiệp, biết cách xây dựng chiến lược marketing cũng như xây dựng các chương trình marketing, tổ chức thực hiện và kiểm tra marketing.

### **Quản trị thương hiệu (3 TC)**

Môn học trước: Marketing căn bản.

Môn học giới thiệu những vấn đề về xây dựng và quản trị một thương hiệu. Nội dung bao gồm những khái niệm căn bản về thương hiệu; những yếu tố tạo nên giá trị của thương hiệu; thiết kế thương hiệu; chiến lược phát triển thương hiệu; tạo dựng hình ảnh công ty; chiến lược marketing hỗn hợp để xây dựng giá trị thương hiệu; quảng bá thương hiệu; phát triển thương hiệu toàn cầu.

### **Quản trị dự án (4 TC)**

Môn học trước: Quản trị học

Nội dung chính của môn học bao gồm: giới thiệu về quản trị dự án; các công cụ và kỹ thuật cơ bản để quản trị dự án, các vấn đề nhà quản trị dự án phải đối mặt, làm sao để kiểm soát và quản trị thành công dự án; quá trình quản trị dự án bao gồm hoạch định, triển khai, kiểm soát, đánh giá việc thực hiện dự án và ra quyết định.

## **4.4. Các môn chuyên ngành**

### **Hành vi khách hàng (3 TC)**

Môn học trước: Các môn kiến thức cơ sở của khối ngành.

Môn học nghiên cứu tâm lý cá nhân, nghiên cứu những niềm tin cốt yếu, những giá trị, những phong tục, tập quán ảnh hưởng đến hành vi con người và những ảnh hưởng lẫn nhau giữa các cá nhân trong quá trình mua sắm tiêu dùng. Đặc biệt, việc nghiên cứu hành vi khách hàng là một phần quan trọng trong nghiên cứu kinh tế học với mục đích tìm hiểu xem bằng cách nào và tại sao những khách hàng mua (hoặc không mua) các sản phẩm và dịch vụ, và quá trình mua sắm của khách hàng diễn ra như thế nào.

### **Nghiên cứu marketing (3 TC)**

Môn học trước: Marketing căn bản.

Môn học cung cấp những kiến thức chuyên sâu về nghiên cứu marketing, làm rõ vai trò của nghiên cứu Marketing trong công tác hoạch định và kiểm soát chiến lược Marketing. Các vấn đề như quy trình nghiên cứu Marketing, xác định vấn đề và mục tiêu nghiên cứu, thiết kế dự án Marketing, tổ chức thực hiện thu thập thông tin, xử lý và phân tích dữ liệu, phương pháp diễn đạt thông tin bằng đồ thị, biểu đồ... Cách trình bày báo cáo nghiên cứu cũng sẽ được giới thiệu trong môn học này.

### **Quản trị quan hệ khách hàng (3 TC)**

Môn học trước: Marketing căn bản

Trong khuôn khổ của môn học này, sinh viên sẽ được làm quen với các khái niệm như là sự trung thành và chân thành của khách hàng thân thiết. Sinh viên cũng sẽ học về phát triển các

chiến lược để thu hút khách hàng mới và chiến lược giữ khách hàng. Giới thiệu những dòng tư tưởng mới của marketing trực tiếp và marketing quan hệ. Các kiến thức và kỹ năng trong hoạt động chăm sóc khách hàng, các kỹ năng chăm sóc khách hàng, đo lường sự thỏa mãn của khách hàng.

### **Truyền thông marketing tích hợp (3 TC)**

Môn học trước: Marketing căn bản.

Môn học nhằm giúp sinh viên hiểu quá trình phát triển chiến lược và kế hoạch truyền thông marketing cho một sản phẩm hoặc một dịch vụ, kết hợp giữa 5 yếu tố: quảng cáo, bán hàng, khuyến mãi, quan hệ công chúng (PR), và marketing trực tiếp. Các nội dung chủ yếu của môn học liên quan đến việc xác định mục tiêu; dự đoán nhu cầu marketing và nhu cầu truyền thông; xác định thông điệp chiến lược, lập kế hoạch marketing – truyền thông; thực thi, kiểm tra, đánh giá việc thực hiện các chiến lược và kế hoạch truyền thông tiếp thị sản phẩm phù hợp với mục tiêu của doanh nghiệp trong từng thời kỳ phát triển.

### **Marketing quốc tế (3 TC)**

Môn học trước: Marketing căn bản

Môn học này cung cấp những kiến thức về Marketing trong phạm vi toàn cầu. Nội dung chính của môn học bao gồm các vấn đề: Tổng quan về Marketing quốc tế; phân tích môi trường Marketing quốc tế; nghiên cứu marketing trong bối cảnh hội nhập kinh tế toàn cầu; chiến lược thâm nhập thị trường, chiến lược sản phẩm; chiến lược giá; phân phối sản phẩm; chiến lược xúc tiến, tổ chức kế hoạch và kiểm soát Marketing trong kinh doanh quốc tế.

### **Marketing dịch vụ (3 TC)**

Môn học trước: Marketing căn bản

Môn học giúp sinh viên nắm được các khái niệm và nguyên lý trong việc xác định mục tiêu và chiến lược tiếp thị phù hợp với những đặc thù của các tổ chức dịch vụ. Các nội dung chính bao gồm: tổng quan về tiếp thị dịch vụ; định vị dịch vụ; quản lý nhu cầu; xây dựng và chuyển giao dịch vụ; chiến lược định giá; xúc tiến các dịch vụ; tổ chức và thực hiện công tác tiếp thị cho dịch vụ.

### **Quảng cáo (3 TC)**

Môn học trước: Marketing căn bản, Quản trị marketing, Hành vi khách hàng

Môn học được thiết kế nhằm giải thích các khái niệm và kỹ năng cơ bản được sử dụng trong lĩnh vực quảng cáo trên các phương tiện truyền thông đại chúng. Nội dung của môn học bao gồm: tổng quan về quảng cáo, phân tích môi trường, mục tiêu, chiến lược quảng cáo; triển khai, kiểm soát; thiết kế thông điệp và truyền tải thông điệp quảng cáo trên các phương tiện truyền thông đại chúng như báo chí, truyền hình, truyền thanh, internet. Môn học cũng đề cập đến những tiêu chuẩn đánh giá và kiểm soát hoạt động quảng cáo và truyền thông đại chúng.

### **Các môn chọn:**

#### **Thương mại điện tử (3 TC)**

Môn học trước: Các học phần kiến thức đại cương và cơ sở khối ngành và ngành

Môn học giúp sinh viên hiểu biết về công nghệ Internet, các mô hình thương mại điện tử và khám phá các ứng dụng kinh doanh của công nghệ phát triển này. Môn học sẽ giúp sinh viên xác định các nguyên tắc và khái niệm cần thiết để mô tả và phân tích các mô hình kinh doanh trực tuyến, hệ thống thanh toán điện tử, marketing trực tuyến.

### **Quan hệ công chúng ( 3TC)**

Môn học trước: Marketing căn bản

Môn học giới thiệu các vấn đề tổng quan về quan hệ công chúng; các khái niệm và lý thuyết áp dụng trong lĩnh vực quan hệ công chúng; hoạch định chiến lược quan hệ công chúng; triển khai, kiểm soát và đánh giá hiệu quả các chiến lược quan hệ công chúng

### **Quản trị bán hàng ( 3TC)**

Môn học trước: Marketing căn bản, Hành vi khách hàng

Những nội dung chủ yếu được trình bày bao gồm: khái quát về quản trị bán hàng, vai trò của người quản lý và nhân viên bán hàng trong doanh nghiệp; các kỹ năng cần thành đạt trong lĩnh vực bán hàng; xây dựng đội ngũ bán hàng, quản trị đội bán hàng.

### **Phát triển sản phẩm mới (3 TC)**

Môn học trước: Marketing căn bản

Môn học giới thiệu những quá trình làm cho sản phẩm thích nghi với thị trường, về quy trình nghiên cứu cải tiến sản phẩm để sản xuất ra sản phẩm mới, cách thức tổ chức đưa sản phẩm mới ra thị trường sao cho thành công.

### **Chiến lược và chính sách giá: (3 TC)**

Môn học trước: Marketing căn bản

Môn học cung cấp những kiến thức về chiến lược giá trong Marketing hỗn hợp, các loại chính sách giá, cách lựa chọn chính sách giá phù hợp với thị trường, phương pháp tính giá sản phẩm phù hợp với mục tiêu của doanh nghiệp trong từng thời kỳ phát triển.

### **Quản trị kênh phân phối (3 TC)**

Môn học trước: Marketing căn bản

Môn học trang bị cho sinh viên những kiến thức về hoạt động phân phối và cách thức quản trị hệ thống kênh phân phối của một doanh nghiệp. Giúp sinh viên có thể thiết kế được một hệ thống kênh phân phối và các giải pháp giải quyết những mâu thuẫn phát sinh trong kênh. Giúp sinh viên hoạch định được một số chiến lược kênh phân phối phù hợp với đặc điểm mặt hàng kinh doanh và điều kiện thực tế của doanh nghiệp.

### **Chiến lược marketing (3 TC)**

Môn học đề cập nhằm cung cấp tư duy giải quyết vấn đề cạnh tranh trên thị trường bằng các giải pháp marketing. Nội dung của môn học đề cập đến: tư duy marketing trong cạnh tranh toàn cầu và những công cụ phân tích chiến lược, phương thức phân tích tổng hợp và nhận diện cơ hội thị trường sử dụng các công cụ nghiên cứu thị trường và dự báo, quy trình xây dựng và thẩm định chiến lược Marketing trong doanh nghiệp

## **4.5. Thực tập và học phần tốt nghiệp**

### **Thực tập tốt nghiệp (4 TC)**

Kỳ thực tập tốt nghiệp nhằm tạo điều kiện cho sinh viên thâm nhập vào thực tiễn, có cơ hội có được những kinh nghiệm thực tế bằng cách tiếp cận với môi trường làm việc. Qua đó, sinh viên học được nền tảng, cơ cấu tổ chức cũng như cách làm việc chuyên nghiệp trong một môi trường sản xuất kinh doanh. Kết thúc kỳ thực tập, sinh viên được yêu cầu viết báo cáo thực tập để so sánh giữa lý thuyết và thực tế kinh doanh. Thời gian thực tập tại doanh

nghiệp thông thường là 8 tuần. Trong thời gian này sinh viên sẽ chọn một chủ đề liên quan đến ngành học để viết chuyên đề thực tập tốt nghiệp với sự hướng dẫn của giảng viên.

### Khóa luận tốt nghiệp (6TC)

Sinh viên sẽ được giảng viên hướng dẫn làm khóa luận trong 8 tuần dựa trên chủ đề nghiên cứu đã có trong thời gian thực tập ở doanh nghiệp.

## 5. ĐỘI NGŨ GIẢNG VIÊN THỰC HIỆN CHƯƠNG TRÌNH

### 6.1.DANH SÁCH GIẢNG VIÊN CƠ HỮU

TT	Họ tên Giảng viên	Chức danh học vị	Môn học	Đơn vị công tác
1.	Đặng Văn Thanh	Thạc sĩ	Kinh tế vi mô	Trường đại học kinh tế TP HCM
2.	Nguyễn Thái Thảo Vy	Thạc sĩ	Kinh tế vĩ mô	Trường ĐH Mở TP HCM
3.	Nguyễn Văn Thuận	Tiến sĩ	Quản trị tài chính P1 Quản trị tài chính P2	Trường ĐH Mở TP HCM
4.	Nguyễn Thành Nhân	Thạc sĩ	Kỹ năng học tập	Trường ĐH Mở TP HCM
5.	Đoàn Thị Mỹ Hạnh	PGS. Tiến sĩ	Kinh tế vi mô	Trường ĐH Mở TP HCM
6.	Trịnh Thùy Anh	Tiến sĩ	Quản trị học Quản trị dự án	Trường ĐH Mở TP HCM
7.	Trần Anh Tuấn	Tiến sĩ	Quản trị học Quản trị chiến lược	Trường ĐH Mở TP HCM
8.	Trần Tuấn Anh	Thạc sĩ	Phân tích định lượng trong quản trị	Trường ĐH Mở TP HCM
9.	Vũ Việt Hằng	Tiến sĩ	Quản trị nguồn nhân lực	Trường ĐH Mở TP HCM
10.	Nguyễn Hữu Thân	Tiến sĩ	Quản trị nguồn nhân lực	Trường ĐH Mở TP HCM
11.	Nguyễn Minh Kiều	PGS.Tiến sĩ	Thẩm định tín dụng Quản trị tài chính Nghiệp vụ ngân hàng thương mại	Trường ĐH Mở TP HCM
12.	Võ Minh Long	Thạc sĩ	Phân tích báo cáo tài chính	Trường ĐH Mở TP HCM
13.	Nguyễn Như Ánh	Thạc sĩ	Nguyên lý kế toán	Trường ĐH Mở TP HCM
14.	Vũ Hữu Đức	Tiến sĩ	Kế toán	Trường Đại Mở TP.HCM
15.	Nguyễn Thanh	PGS.TS	Triết học Những nguyên lý CB của CN Mác Lênin	Trường ĐH Mở TP HCM
16.	Nguyễn Thị Hoài Minh	Cử nhân	Anh văn nâng cao	Trường ĐH Mở TP HCM



17.	Nguyễn Kim Quý	Thạc sĩ	Anh văn nâng cao	Trường ĐH Mở TPHCM
18.	Trần Mỹ Phương	Thạc sĩ	Anh văn nâng cao	Trường ĐH Mở TPHCM
19.	Phan Thị Thu Nga	Thạc sĩ	Anh văn nâng cao	Trường ĐH Mở TPHCM
20.	Nguyễn Vũ Phương Thảo	Cử nhân	Anh văn TOEIC, TOEFL	Trường ĐH Mở TPHCM
21.	Nguyễn Thị Xuân Lan	Thạc sĩ	Anh văn TOEIC, TOEFL	Trường ĐH Mở TPHCM
22.	Trần Thiên Sơn	Cử nhân	Anh văn TOEIC, TOEFL	Trường ĐH Mở TPHCM
23.	Lê Quang Trực	Thạc sĩ	Anh văn TOEIC, TOEFL	Trường ĐH Mở TPHCM
24.	Nguyễn Cao Tùng	Thạc sĩ	Tin học đại cương	Trường ĐH Mở TPHCM
25.	Nguyễn Tri Quỳnh Nga	Thạc sĩ	Tin học đại cương	Trường ĐH Mở TPHCM
26.	Nguyễn Thị Trâm Anh	Thạc sĩ	Tin học đại cương	Trường ĐH Mở TPHCM
27.	Lê Anh Minh	Thạc sĩ	Tin học đại cương	Trường ĐH Mở TPHCM

## 6.2. DANH SÁCH GIẢNG VIÊN THỈNH GIẢNG

TT	Họ tên Giảng viên	Chức danh học vị	Môn học	Đơn vị công tác
1.	Trần Bá Nhân	Thạc sĩ	Lý thuyết xác suất và thống kê	Trường đại học kinh tế TPHCM
2.	Đình Thái Hoàng	Tiến sĩ	Lý thuyết xác suất và thống kê	Trường đại học kinh tế TPHCM
3.	Nguyễn Văn Ngãi	Tiến sĩ	Kinh tế vĩ mô	Đại học Nông Lâm
4.	Lê Minh Nhựt	Thạc sĩ	Pháp luật đại cương	Đoàn luật sư TPHCM
5.	Bùi Thị Mai Hoài	Tiến sĩ	Lý thuyết tài chính tiền tệ	ĐH Kinh tế TPHCM
6.	Nguyễn Thế Khải	Thạc sĩ	Truyền thông và giao tiếp trong kinh doanh, Marketing căn bản	ĐH Mở TPHCM
7.	Đào Hoài Nam	Thạc sĩ	Hành vi khách hàng	ĐH Kinh tế TPHCM
8.	Nguyễn Bảo Linh	Thạc sĩ	Kế toán quản trị	
9.	Lê Phan Thị Diệu Thảo	Tiến sĩ	Tài chính quốc tế	ĐH Ngân Hàng
10.	Thân Thị Thu Thủy	Tiến sĩ	Thị trường chứng khoán	ĐH Kinh tế

				TPHCM
11.	Hà Xuân Thạch	PGS. Tiến sĩ	Kế toán tài chính Nguyên lý kế toán	ĐH Kinh tế TPHCM
12.	Mai Thị Hoàng Minh	PGS -Tiến sĩ	Kế toán tài chính Nguyên lý kế toán	ĐH Kinh tế TPHCM
13.	Nguyễn Khánh Trung	Thạc sĩ	Phương pháp học tập	
14.	Hoàng Thị Phương Thảo	Tiến sĩ	Quản trị kênh phân phối Nghiên cứu thị trường	ĐH Kinh tế TPHCM
15.	Võ Thị Lan	Thạc sĩ	Dự báo trong kinh doanh	ĐH Kinh tế TPHCM
16.	Nguyễn Khánh Duy	Thạc sĩ	Dự báo trong kinh doanh	ĐH Kinh tế TPHCM
17.	Hoàng Thị Minh Ngọc	Tiến sĩ	Thanh toán quốc tế	ĐH Kinh tế TPHCM
18.	Đoàn Văn Hoạt	Thạc sĩ	Kiểm toán	ĐH Kinh tế TPHCM
19.	Trịnh Tú Anh	Thạc sĩ	Quản trị Marketing	
20.	Trần Thị Xuân Hương	Tiến sĩ	Nghiệp vụ ngân hàng	ĐH Kinh tế TPHCM
21.	Đoàn Thanh Hải	Thạc sĩ	Phân tích định lượng trong quản trị	ĐH Kinh tế TPHCM
22.	Nguyễn Diệu Linh	Thạc sĩ	Marketing căn bản	
23.	Hoàng Ngọc Nhậm	Thạc sĩ	Kinh tế lượng	ĐH Kinh tế TPHCM
24.	Mai Trí Bình	Thạc sĩ	Anh văn nâng cao	Trường SEAMEO
25.	Nguyễn Thị Tú	Thạc sĩ	Anh văn nâng cao	Trường ĐH Sư Phạm
26.	Văn Thị Phước	Thạc sĩ	Anh văn nâng cao	Trường ĐH Quốc tế
27.	Võ Kiều Mi	Thạc sĩ	Anh văn nâng cao	Trường SEAMEO
28.	Nguyễn Thị Hồng Loan	Thạc sĩ	Anh văn nâng cao	Trường SEAMEO
29.	Ngô Thị Bạch Loan	Thạc sĩ	Anh văn TOEIC, TOEFL	Trường SEAMEO
30.	Thân Thị Đức	Thạc sĩ	Anh văn TOEIC, TOEFL	Trường ĐH Mở TPHCM
31.	Nguyễn Ngọc Tuyên	Thạc sĩ	Anh văn nâng cao	Trường ĐH Mở

				TPHCM
32.	Nguyễn Thị Thanh Hoa	Cử nhân	Anh văn nâng cao	Trường ĐH Mở TPHCM
33.	Nguyễn Minh Tuấn		Kinh tế chính trị	Trường ĐH Mở TPHCM
34.	Trần Hùng		Chủ nghĩa xã hội khoa học	ĐH Tôn Đức Thắng
35.	Dương Tấn Khoa	Thạc sĩ	Nghiệp vụ NHTM Thị trường tài chính	Đại học Kinh tế Tp.HCM

## 6. CƠ SỞ VẬT CHẤT PHỤC VỤ HỌC TẬP

- Lớp học, thư viện tập trung tại 97 Võ Văn Tần,
- Giáo trình và tập bài giảng được gửi lên mạng và gửi trực tiếp đến lớp

## 7. HƯỚNG DẪN THỰC HIỆN CHƯƠNG TRÌNH

- Căn cứ lộ trình các môn học và Quy chế tổ chức, quản lý đào tạo theo hệ thống tín chỉ, sinh viên đăng ký môn học theo từng học kỳ (Quy trình đăng ký môn học) dưới sự hướng dẫn của Cố vấn học tập.
- Các môn GDTC, GDQP và các môn học chung toàn trường được tổ chức học theo kế hoạch chung của Phòng đào tạo.
- Môn học được tiến hành theo Đề cương môn học đã được phê duyệt và phải được cung cấp cho sinh viên trước khi giảng dạy.
- Điều kiện được nhận khóa luận tốt nghiệp :  
Tích lũy đủ số tín chỉ quy định của chương trình  
Điểm trung bình tích lũy : Từ 7,0 trở lên  
Điểm thực tập tốt nghiệp : Từ 8,0 trở lên và phải được sự đồng ý của GVHD

**K/T HIỆU TRƯỞNG**  
**PHÓ HIỆU TRƯỞNG**

**TRƯỞNG BDH**

**PGS.TS. Nguyễn Thuấn**

**PGS.TS. Nguyễn Minh Kiều**