

Số: 841 /QĐ-CDKT

Thành phố Hồ Chí Minh, ngày 19 tháng 9 năm 2022

QUYẾT ĐỊNH
Về việc ban hành Chương trình đào tạo
Ngành Marketing, trình độ cao đẳng

HIỆU TRƯỞNG TRƯỜNG CAO ĐẲNG KINH TẾ TP. HỒ CHÍ MINH

Căn cứ Quyết định số 620/QĐ-BGD&ĐT-TCCB ngày 03 tháng 02 năm 2005 của Bộ trưởng Bộ Giáo dục và Đào tạo về việc thành lập Trường Cao đẳng Kinh tế TP. Hồ Chí Minh;

Căn cứ Quyết định số 41/2005/QĐ-UB ngày ngày 07 tháng 03 năm 2005 của Ủy ban Nhân dân TP. Hồ Chí Minh về việc chuyển Trường Cao đẳng Kinh tế TP. Hồ Chí Minh sang trực thuộc Sở Giáo dục và Đào tạo TP. Hồ Chí Minh;

Căn cứ vào Thông tư số 26/2020/TT-BLĐTBXH ngày 30 tháng 12 năm 2020 của Bộ trưởng Bộ Lao động Thương Binh và Xã hội ban hành danh mục ngành, nghề đào tạo cấp IV trình độ trung cấp, trình độ cao đẳng;

Căn cứ Quy định xây dựng, thẩm định và ban hành chương trình đào tạo ban hành kèm theo Quyết định số 128/QĐ-CDKT ngày 25 tháng 3 năm 2021 của Hiệu trưởng trường Cao đẳng Kinh tế TP. Hồ Chí Minh;

Căn cứ Biên bản họp ngày 17 tháng 9 năm 2022 của Hội đồng thẩm định chương trình đào tạo ngành Marketing, trình độ cao đẳng;

Xét đề nghị của Trường phòng Đào tạo.

QUYẾT ĐỊNH:

Điều 1. Ban hành kèm theo Quyết định này, chương trình đào tạo:

Tên ngành: **Marketing**

Mã ngành: **6340135**

Trình độ đào tạo: **Cao đẳng**

Khối lượng kiến thức: **83 tín chỉ**

Điều 2. Quyết định này có hiệu lực thi hành kể từ ngày ký, được áp dụng cho các khóa tuyển sinh từ năm học 2023 – 2024.

Điều 3. Trưởng các đơn vị trực thuộc và Sinh viên Trường Cao đẳng Kinh tế TP. Hồ Chí Minh chịu trách nhiệm thi hành quyết định này.

Nơi nhận:

- Như Điều 3;
- Lưu: VT, ĐT.



HIỆU TRƯỞNG

Trần Văn Tú

CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO

(Kèm theo quyết định số **841/QĐ-CDKT** ngày **19** tháng **9** năm **2022**
của Hiệu trưởng Trường Cao đẳng Kinh tế TP. Hồ Chí Minh)

Tên ngành, nghề:	Marketing
Mã ngành, nghề:	6340135
Trình độ đào tạo:	Cao đẳng
Hình thức đào tạo:	Chính quy
Đối tượng tuyển sinh:	Tốt nghiệp trung học phổ thông hoặc tương đương
Thời gian đào tạo:	2,5 năm

1. Mục tiêu đào tạo

1.1 Mục tiêu chung

Chương trình đào tạo ngành **Marketing** tại Trường Cao đẳng Kinh Tế Thành phố Hồ Chí Minh trang bị cho người học kiến thức về cơ sở lý luận, kỹ năng thực hành nghề nghiệp thành thạo, đạo đức nghề nghiệp, thái độ phù hợp với công việc, có khả năng tự học tập, khả năng làm việc và thăng tiến trong môi trường làm việc cũng như khả năng hội nhập cao khi tham gia thị trường lao động khu vực và quốc tế.

1.2 Mục tiêu cụ thể

Chương trình đào tạo cung cấp kiến thức, trang bị kỹ năng và giúp người học hình thành các thái độ cần thiết nhằm:

1.2.1 Kiến thức

Có kiến thức chuyên môn để giải quyết những vấn đề liên quan đến công tác Marketing tại các tổ chức:

- Trình bày được khái niệm cơ bản trong lĩnh vực nghiên cứu thị trường, quản lý nhân hàng, Digital Marketing, truyền thông, quảng cáo, phát triển sản phẩm, bán hàng;
- Liệt kê được các trách nhiệm và nhiệm vụ của bản thân khi làm việc nhóm;
- Xác định được quy trình thực hiện công việc, nhật ký công việc;
- Mô tả được quy trình và cách thức thực hiện công việc trong hoạt động Marketing;
- Giải thích được các quy luật kinh tế, các biến số môi trường kinh doanh tác động đến hoạt động Marketing của tổ chức;
- Cập nhật được các quy định, chính sách về hoạt động Marketing;

- Giải thích được các quy định của an ninh quốc phòng liên quan đến công việc;
- Trình bày được những kiến thức cơ bản về chính trị, văn hóa, xã hội, pháp luật, quốc phòng an ninh, giáo dục thể chất theo quy định.
- Vận dụng kiến thức về ngoại ngữ và công cụ tin học để ứng dụng trong công tác Marketing.

1.2.2 Kỹ năng

Hình thành được kỹ năng thực hành nghề nghiệp cần thiết bao gồm những kỹ năng liên quan đến việc thu thập thông tin, tư duy phân biện, giải quyết vấn đề cũng như các kỹ năng thu thập, tổng hợp, phân tích, lập kế hoạch, tổ chức thực hiện, quản lý, điều hành hiệu quả trong lĩnh vực Marketing:

- Lập được kế hoạch thực hiện công việc;
- Vận hành được quy trình Marketing sẵn có tại đơn vị một cách hiệu quả;
- Dự báo và tìm kiếm được khách hàng mục tiêu của doanh nghiệp;
- Lập được báo cáo kết quả hoạt động Marketing của đơn vị;
- Cung cấp được các thông tin kinh tế - xã hội về hoạt động Marketing của đơn vị để phục vụ cho yêu cầu lãnh đạo và quản lý kinh tế ở đơn vị và các cơ quan quản lý có liên quan;
- Xác định được mục tiêu Marketing;
- Tham mưu cho lãnh đạo những ý kiến cải tiến hoạt động Marketing phù hợp với từng giai đoạn kinh doanh;
- Giao tiếp hiệu quả thông qua văn bản viết, thuyết trình, thảo luận và làm chủ tình huống;
- Thiết lập được mối quan hệ giữa đơn vị với các đối tác;
- Giải quyết được những khiếu nại, thắc mắc của khách hàng trong mọi trường hợp;
- Hỗ trợ được các thành viên trong nhóm hay bộ phận để đảm bảo đạt mục tiêu đã đề ra;
- Sử dụng được các phần mềm phục vụ cho chuyên ngành, quản lý và tổ chức hoạt động Marketing;
- Thực hiện được các biện pháp vệ sinh an toàn lao động;
- Phát hiện và đề phòng được rủi ro và mối nguy hại tại nơi làm việc;
- Giải quyết được các sự cố thường gặp;
- Ứng dụng được nguyên vật liệu, công nghệ thân thiện với môi trường trong hoạt động nghề;
- Sử dụng được công nghệ thông tin cơ bản theo quy định; ứng dụng công nghệ thông tin trong một số công việc chuyên môn của ngành, nghề;
- Sử dụng được ngoại ngữ cơ bản, đạt bậc 2/6 trong Khung năng lực ngoại ngữ của Việt Nam; ứng dụng được ngoại ngữ vào một số công việc chuyên môn của ngành, nghề.

1.2.3 Năng lực tự chủ và tự chịu trách nhiệm

Có đạo đức nghề nghiệp vững vàng, phẩm chất tốt để sẵn sàng đáp ứng yêu cầu của xã hội trong môi trường hội nhập kinh tế quốc tế:

- Chấp hành nghiêm chỉnh đường lối chính sách của Đảng và pháp luật nhà nước, nội quy làm việc tại doanh nghiệp, đơn vị;
- Có ý thức trách nhiệm trong công việc với cộng đồng xã hội; có tinh thần cầu tiến, ham học hỏi, có ý thức tự nghiên cứu, bồi dưỡng nghiệp vụ chuyên môn để nâng cao trình độ;
- Làm việc theo chuẩn đạo đức nghề nghiệp và tuân thủ đúng Luật doanh nghiệp, Luật lao động, chuẩn mực đạo đức trong kinh doanh;
- Làm việc có phương pháp khoa học có tính tổ chức kỷ luật và trách nhiệm với công việc; biết phân tích, giải quyết vấn đề, đúc kết kinh nghiệm, cải tiến công việc được giao; có tinh thần cầu tiến, ham học hỏi, biết đoàn kết và phối hợp, hợp tác, tự tin, sẵn sàng chia sẻ kinh nghiệm với đồng nghiệp trong công việc;
- Thích nghi được với môi trường làm việc khác nhau;
- Ý thức trách nhiệm, tự giác tham gia các hoạt động bảo vệ môi trường;
- Thích ứng được với sự thay đổi trong các thời kỳ công nghệ 4.0.
- Có ý thức và năng lực học tập suốt đời để nâng cao năng lực và trình độ chuyên môn thích ứng với yêu cầu phát triển kinh tế - xã hội.

1.3 Vị trí việc làm sau khi tốt nghiệp

Người học tốt nghiệp đạt chuẩn đầu ra ngành **Marketing** Trường Cao đẳng Kinh tế Thành phố Hồ Chí Minh chủ yếu làm việc tại các bộ phận, phòng ban về Marketing, Truyền thông, Nghiên cứu thị trường, R&D, Bán hàng,... thuộc các tổ chức kinh tế và các cơ quan hữu quan, hoặc có khả năng tự tổ chức kinh doanh.

Người học có năng lực đáp ứng các yêu cầu tại các vị trí việc làm của ngành, nghề bao gồm: Nghiên cứu thị trường; quản lý nhân hàng; Marketing; Truyền thông, Phát triển sản phẩm, Quảng cáo, bán hàng... Ngoài ra, người học cũng có thể khởi nghiệp kinh doanh.

Về cơ hội phát triển nghề nghiệp, với kiến thức và kỹ năng được cung cấp trong chương trình cũng như quá trình tự phấn đấu, người học có cơ hội thăng tiến, phát triển tại các vị trí cao hơn, cũng như có thể học lên ở các trình độ cao hơn.

2. Khối lượng kiến thức và thời gian khóa học:

- Số lượng môn học: **37 môn học**
- Khối lượng kiến thức toàn khóa học: **83 tín chỉ**
- Khối lượng các môn học chung: **435 giờ**
- Khối lượng các môn học chuyên môn: **1.575 giờ**
- Khối lượng học tập: **2.010 giờ**
- + Lý thuyết: **595 giờ**
- + Thực hành, kiểm tra: **1.415 giờ**



3. Nội dung chương trình:

Mã môn học	Tên môn học	Số tín chỉ	Thời gian học tập (giờ)			
			Tổng	Lý	Thực hành	Kiểm tra
			số	thuyết		
I	Các môn học chung (đại cương)	20 (11,9)	435	175	239	21
MH01	Giáo dục Chính trị	4 (3,1)	75	41	29	5
MH02	Pháp luật	2 (2,0)	30	18	10	2
MH03	Tin học	3 (1,2)	75	15	58	2
MH04	Ngoại ngữ (1) Chọn 1 trong 3 môn:	3 (2,1)	60	30	28	2
MH04.1	Tiếng Anh (1)	3 (2,1)	60	30	28	2
MH04.2	Tiếng Trung (1)	3 (2,1)	60	30	28	2
MH04.3	Tiếng Hàn (1)	3 (2,1)	60	30	28	2
MH05	Ngoại ngữ (2) Chọn 1 trong 3 môn:	3 (2,1)	60	30	28	2
MH05.1	Tiếng Anh (2)	3 (2,1)	60	30	28	2
MH05.2	Tiếng Trung (2)	3 (2,1)	60	30	28	2
MH05.3	Tiếng Hàn (2)	3 (2,1)	60	30	28	2
MH06	Giáo dục thể chất 1 (*)	1 (0,1)	30	3	25	2
MH07	Giáo dục thể chất 2 (*)	1 (0,1)	30	2	26	2
MH08	Giáo dục Quốc phòng và an ninh (*)	3 (1,2)	75	36	35	4
II	Môn học giáo dục nghề nghiệp	63 (28,35)	1.575	420	1.099	56

1	Môn học cơ sở ngành	16 (8,8)	360	120	224	16
MH09	Nghiên cứu Marketing	2 (1,1)	45	15	28	2
MH10	Pháp luật Marketing	2 (1,1)	45	15	28	2
MH11	Kinh tế vi mô	2 (1,1)	45	15	28	2
MH12	Tâm lý khách hàng	2 (1,1)	45	15	28	2
MH13	Nguyên lý thống kê	2 (1,1)	45	15	28	2
MH14	Quản trị học	2 (1,1)	45	15	28	2
MH15	Marketing căn bản	2 (1,1)	45	15	28	2
MH16	Ngoại ngữ chuyên ngành Marketing	2 (1,1)	45	15	28	2
	(Chọn 1 trong 3 ngoại ngữ sau):					
MH16.1	Tiếng Anh chuyên ngành Marketing	2 (1,1)	45	15	28	2
MH16.2	Tiếng Trung thương mại	2 (1,1)	45	15	28	2
MH16.3	Tiếng Hàn thương mại	2 (1,1)	45	15	28	2
2	Môn học bắt buộc chuyên ngành	33 (13,20)	900	195	679	26
MH17	Quản trị chiến lược	2 (1,1)	45	15	28	2
MH18	Hành vi khách hàng	2 (1,1)	45	15	28	2
MH19	Quản trị Marketing	2 (1,1)	45	15	28	2
MH20	Quản trị nguồn nhân lực	2 (1,1)	45	15	28	2
MH21	Content Marketing	2 (1,1)	45	15	28	2
MH22	Quản trị dịch vụ	2 (1,1)	45	15	28	2
MH23	Marketing dịch vụ	2 (1,1)	45	15	28	2
MH24	Kỹ thuật SEM & SEO	2 (1,1)	45	15	28	2
MH25	Kỹ năng lập kế hoạch	2 (1,1)	45	15	28	2

	Marketing					
MH26	Quản trị kênh phân phối	2 (1,1)	45	15	28	2
MH27	Quản trị thương hiệu	2 (1,1)	45	15	28	2
MH28	Truyền thông Marketing tích hợp	2 (1,1)	45	15	28	2
MH29	Digital Marketing	2 (1,1)	45	15	28	2
MH30	Thực tập nghiệp vụ Marketing	3 (0,3)	135	0	135	0
MH31	Thực tập cuối khóa	4 (0,4)	180	0	180	0
3	Môn học tự chọn chuyên ngành	14 (7,7)	315	105	196	14
3.1	Nhóm môn tự chọn 1 (Chọn 2 trong 4 môn học sau)	4 (2,2)	90	30	56	4
MH32	Photoshop căn bản	2 (1,1)	45	15	28	2
MH33	Tư duy thiết kế	2 (1,1)	45	15	28	2
MH34	Tư duy sáng tạo	2 (1,1)	45	15	28	2
MH35	Xử lý và phân tích dữ liệu nghiên cứu với SPSS	2 (1,1)	45	15	28	2
3.2	Nhóm môn tự chọn 2 (Chọn 3 trong 9 môn học sau)	6 (3,3)	135	45	84	6
MH36	Quản trị sự thay đổi	2 (1,1)	45	15	28	2
MH37	Xử lý khủng hoảng truyền thông	2 (1,1)	45	15	28	2
MH38	Khởi sự kinh doanh	2 (1,1)	45	15	28	2
MH39	Đàm phán kinh doanh	2 (1,1)	45	15	28	2
MH40	Quản trị quan hệ khách hàng	2 (1,1)	45	15	28	2

MH41	Quản trị rủi ro	2 (1,1)	45	15	28	2
MH42	Quảng cáo	2 (1,1)	45	15	28	2
MH43	Quản trị bán hàng	2 (1,1)	45	15	28	2
MH44	Thương mại điện tử	2 (1,1)	45	15	28	2
3.3	<i>Nhóm môn tự chọn 3 (Chọn 2 trong 6 môn học sau)</i>	4 (2,2)	90	30	56	4
MH45	Marketing quốc tế	2 (1,1)	45	15	28	2
MH46	Quản trị và phát triển sản phẩm mới	2 (1,1)	45	15	28	2
MH47	Đạo đức kinh doanh và văn hóa doanh nghiệp	2 (1,1)	45	15	28	2
MH48	Tổ chức sự kiện	2 (1,1)	45	15	28	2
MH49	Kỹ năng chăm sóc khách hàng	2 (1,1)	45	15	28	2
MH50	Quan hệ công chúng	2 (1,1)	45	15	28	2
Tổng cộng		83 (39,44)	2.010	595	1.338	77

* Sơ đồ mối liên hệ và tiến trình đào tạo các môn học (đính kèm)

* Danh mục Giáo trình (đính kèm)

* Bảng ma trận môn học trước (đính kèm)

* Bảng ma trận chuẩn đầu ra (đính kèm)

* Bảng quy đổi môn học thay thế (đính kèm)

4. Hướng dẫn sử dụng chương trình:

4.1. Tổ chức giảng dạy các môn học:

– Các môn học chung bắt buộc do Bộ Lao động – Thương binh và Xã hội phối hợp với các Bộ/ngành tổ chức xây dựng và ban hành để áp dụng thực hiện.

– Một tiết học trong nhà trường được tổ chức giảng dạy trong 45 phút; môn học có thời lượng ≤ 45 giờ thì có tối thiểu 03 giờ ôn tập và môn học có thời lượng > 45 giờ thì có tối thiểu 06 giờ ôn tập.

– *Môn học Giáo dục thể chất (1)* và *Giáo dục thể chất (2)* được bố trí giảng dạy trong học kỳ 1 và học kỳ 2 của năm đầu tiên khóa học.

- *Môn học Giáo dục quốc phòng an ninh* sẽ được bố trí vào thời điểm thích hợp theo thỏa thuận của nhà trường và đơn vị có chức năng đào tạo.
- *Môn học Thực tập nghiệp vụ Marketing* bao gồm 3 nội dung:
 - + Thực tập quản trị dịch vụ
 - + Thực tập quản trị Marketing
 - + Thực tập lập kế hoạch Marketing
- *Môn học Thực tập cuối khóa* bao gồm:
 - + Thực tập doanh nghiệp
 - + Viết báo cáo
- Đối với *Môn học tự chọn thuộc nhóm 1*, người học chọn 2 trong 5 môn học sau:
 - + Photoshop căn bản
 - + Tư duy thiết kế
 - + Tư duy phân biện
 - + Xử lý và phân tích dữ liệu nghiên cứu với SPSS
- Đối với *Môn học tự chọn thuộc nhóm 2*, người học chọn 3 trong 9 môn học sau:
 - + Quản trị sự thay đổi
 - + Xử lý khủng hoảng truyền thông
 - + Digital Marketing
 - + Đàm phán kinh doanh
 - + Quản trị quan hệ khách hàng
 - + Kỹ thuật SEM & SEO
 - + Quảng cáo
 - + Quản trị bán hàng
 - + Thương mại điện tử
- Đối với *Môn học tự chọn thuộc nhóm 3*, người học chọn 2 trong 6 môn học sau:
 - + Marketing quốc tế
 - + Quản trị và phát triển sản phẩm mới
 - + Quản trị thương hiệu
 - + Tổ chức sự kiện
 - + Kỹ năng chăm sóc khách hàng
 - + Quan hệ công chúng
- Nội dung thực hành trong các môn học có thể được tổ chức bằng các hình thức phù hợp.
- Đối với môn học ngoại ngữ, người học sẽ phải lựa chọn 1 trong những ngoại ngữ sau: Tiếng Anh hoặc Tiếng Trung hoặc Tiếng Hàn.

– Một số kỹ năng mềm được trang bị khi tham gia các chương trình học ngoại khóa gồm có:

- + Kỹ năng giao tiếp ứng xử trong trường và xã hội
- + Kỹ năng làm việc nhóm
- + Kỹ năng thuyết trình, trình bày
- + Kỹ năng phỏng vấn, tìm việc làm
- + Kỹ năng khởi nghiệp
- + ...

4.2. Hướng dẫn tổ chức kiểm tra kết thúc môn học, mô đun:

– Thời gian kiểm tra kết thúc môn học được tổ chức sau khi kết thúc buổi học cuối cùng tối thiểu là 1 tuần sau khi người học đã được xét điều kiện dự thi theo quy định.

– Thời gian kiểm tra kết thúc môn học được tổ chức trong buổi học cuối cùng, giảng viên có trách nhiệm công bố kết quả xét điều kiện dự thi cho sinh viên trước tuần cuối cùng một tuần.

4.3. Điều kiện tốt nghiệp:

- Người học được công nhận tốt nghiệp, nếu hội đủ các điều kiện sau:
 - + Được công nhận là người học hệ chính quy của trường theo đúng ngành cấp bằng tốt nghiệp;
 - + Hoàn tất các môn học theo đúng chương trình đào tạo quy định và tích lũy đủ số tín chỉ quy định của ngành đào tạo;
 - + Đạt chuẩn trình độ ngoại ngữ theo quy định của trường;
 - + Đạt chứng chỉ Giáo dục quốc phòng và Giáo dục thể chất;
 - + Tại thời điểm xét điểm tốt nghiệp, người học không bị truy cứu trách nhiệm hình sự hoặc không bị kỷ luật từ mức đình chỉ học.
- Hiệu trưởng nhà trường căn cứ vào kết quả tích lũy số tín chỉ và chuẩn đầu ra đã đạt của người học để xét công nhận tốt nghiệp, ra quyết định công nhận tốt nghiệp và cấp bằng tốt nghiệp theo quy định của Luật Giáo dục nghề nghiệp.

HIỆU TRƯỞNG

TRƯỞNG PHÒNG ĐÀO TẠO

TRƯỞNG KHOA

CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO

(Kèm theo quyết định số *844*/QĐ-CDKT ngày *19*. tháng *9* năm 2022
của Hiệu trưởng Trường Cao đẳng Kinh tế TP. Hồ Chí Minh)

Tên ngành, nghề:	Marketing
Mã ngành, nghề:	6340135
Trình độ đào tạo:	Cao đẳng
Hình thức đào tạo:	Chính quy
Đối tượng tuyển sinh:	Tốt nghiệp trung học phổ thông hoặc tương đương
Thời gian đào tạo:	2,5 năm

1. Mục tiêu đào tạo

1.1 Mục tiêu chung

Chương trình đào tạo ngành **Marketing** tại Trường Cao đẳng Kinh Tế Thành phố Hồ Chí Minh trang bị cho người học kiến thức về cơ sở lý luận, kỹ năng thực hành nghề nghiệp thành thạo, đạo đức nghề nghiệp, thái độ phù hợp với công việc, có khả năng tự học tập, khả năng làm việc và thăng tiến trong môi trường làm việc cũng như khả năng hội nhập cao khi tham gia thị trường lao động khu vực và quốc tế.

1.2 Mục tiêu cụ thể

Chương trình đào tạo cung cấp kiến thức, trang bị kỹ năng và giúp người học hình thành các thái độ cần thiết nhằm:

1.2.1 Kiến thức

Có kiến thức chuyên môn để giải quyết những vấn đề liên quan đến công tác Marketing tại các tổ chức:

- Trình bày được khái niệm cơ bản trong lĩnh vực nghiên cứu thị trường, quản lý nhân hàng, Digital Marketing, truyền thông, quảng cáo, phát triển sản phẩm, bán hàng;
- Liệt kê được các trách nhiệm và nhiệm vụ của bản thân khi làm việc nhóm;
- Xác định được quy trình thực hiện công việc, nhật ký công việc;
- Mô tả được quy trình và cách thức thực hiện công việc trong hoạt động Marketing;
- Giải thích được các quy luật kinh tế, các biến số môi trường kinh doanh tác động đến hoạt động Marketing của tổ chức;
- Cập nhật được các quy định, chính sách về hoạt động Marketing;



- Giải thích được các quy định của an ninh quốc phòng liên quan đến công việc;
- Trình bày được những kiến thức cơ bản về chính trị, văn hóa, xã hội, pháp luật, quốc phòng an ninh, giáo dục thể chất theo quy định.
- Vận dụng kiến thức về ngoại ngữ và công cụ tin học để ứng dụng trong công tác Marketing.

1.2.2 Kỹ năng

Hình thành được kỹ năng thực hành nghề nghiệp cần thiết bao gồm những kỹ năng liên quan đến việc thu thập thông tin, tư duy phân biện, giải quyết vấn đề cũng như các kỹ năng thu thập, tổng hợp, phân tích, lập kế hoạch, tổ chức thực hiện, quản lý, điều hành hiệu quả trong lĩnh vực Marketing:

- Lập được kế hoạch thực hiện công việc;
- Vận hành được quy trình Marketing sẵn có tại đơn vị một cách hiệu quả;
- Dự báo và tìm kiếm được khách hàng mục tiêu của doanh nghiệp;
- Lập được báo cáo kết quả hoạt động Marketing của đơn vị;
- Cung cấp được các thông tin kinh tế - xã hội về hoạt động Marketing của đơn vị để phục vụ cho yêu cầu lãnh đạo và quản lý kinh tế ở đơn vị và các cơ quan quản lý có liên quan;
- Xác định được mục tiêu Marketing;
- Tham mưu cho lãnh đạo những ý kiến cải tiến hoạt động Marketing phù hợp với từng giai đoạn kinh doanh;
- Giao tiếp hiệu quả thông qua văn bản viết, thuyết trình, thảo luận và làm chủ tình huống;
- Thiết lập được mối quan hệ giữa đơn vị với các đối tác;
- Giải quyết được những khiếu nại, thắc mắc của khách hàng trong mọi trường hợp;
- Hỗ trợ được các thành viên trong nhóm hay bộ phận để đảm bảo đạt mục tiêu đã đề ra;
- Sử dụng được các phần mềm phục vụ cho chuyên ngành, quản lý và tổ chức hoạt động Marketing;
- Thực hiện được các biện pháp vệ sinh an toàn lao động;
- Phát hiện và đề phòng được rủi ro và mối nguy hại tại nơi làm việc;
- Giải quyết được các sự cố thường gặp;
- Ứng dụng được nguyên vật liệu, công nghệ thân thiện với môi trường trong hoạt động nghề;
- Sử dụng được công nghệ thông tin cơ bản theo quy định; ứng dụng công nghệ thông tin trong một số công việc chuyên môn của ngành, nghề;
- Sử dụng được ngoại ngữ cơ bản, đạt bậc 2/6 trong Khung năng lực ngoại ngữ của Việt Nam; ứng dụng được ngoại ngữ vào một số công việc chuyên môn của ngành, nghề.

1.2.3 Năng lực tự chủ và tự chịu trách nhiệm

Có đạo đức nghề nghiệp vững vàng, phẩm chất tốt để sẵn sàng đáp ứng yêu cầu của xã hội trong môi trường hội nhập kinh tế quốc tế:

- Chấp hành nghiêm chỉnh đường lối chính sách của Đảng và pháp luật nhà nước, nội quy làm việc tại doanh nghiệp, đơn vị;
- Có ý thức trách nhiệm trong công việc với cộng đồng xã hội; có tinh thần cầu tiến, ham học hỏi, có ý thức tự nghiên cứu, bồi dưỡng nghiệp vụ chuyên môn để nâng cao trình độ;
- Làm việc theo chuẩn đạo đức nghề nghiệp và tuân thủ đúng Luật doanh nghiệp, Luật lao động, chuẩn mực đạo đức trong kinh doanh;
- Làm việc có phương pháp khoa học có tính tổ chức kỷ luật và trách nhiệm với công việc; biết phân tích, giải quyết vấn đề, đúc kết kinh nghiệm, cải tiến công việc được giao; có tinh thần cầu tiến, ham học hỏi, biết đoàn kết và phối hợp, hợp tác, tự tin, sẵn sàng chia sẻ kinh nghiệm với đồng nghiệp trong công việc;
- Thích nghi được với môi trường làm việc khác nhau;
- Ý thức trách nhiệm, tự giác tham gia các hoạt động bảo vệ môi trường;
- Thích ứng được với sự thay đổi trong các thời kỳ công nghệ 4.0.
- Có ý thức và năng lực học tập suốt đời để nâng cao năng lực và trình độ chuyên môn thích ứng với yêu cầu phát triển kinh tế - xã hội.

1.3 Vị trí việc làm sau khi tốt nghiệp

Người học tốt nghiệp đạt chuẩn đầu ra ngành **Marketing** Trường Cao đẳng Kinh tế Thành phố Hồ Chí Minh chủ yếu làm việc tại các bộ phận, phòng ban về Marketing, Truyền thông, Nghiên cứu thị trường, R&D, Bán hàng,... thuộc các tổ chức kinh tế và các cơ quan hữu quan, hoặc có khả năng tự tổ chức kinh doanh.

Người học có năng lực đáp ứng các yêu cầu tại các vị trí việc làm của ngành, nghề bao gồm: Nghiên cứu thị trường; quản lý nhãn hàng; Marketing; Truyền thông, Phát triển sản phẩm, Quảng cáo, bán hàng... Ngoài ra, người học cũng có thể khởi nghiệp kinh doanh.

Về cơ hội phát triển nghề nghiệp, với kiến thức và kỹ năng được cung cấp trong chương trình cũng như quá trình tự phấn đấu, người học có cơ hội thăng tiến, phát triển tại các vị trí cao hơn, cũng như có thể học lên ở các trình độ cao hơn.

2. Khối lượng kiến thức và thời gian khóa học:

- Số lượng môn học: **37 môn học**
- Khối lượng kiến thức toàn khóa học: **83 tín chỉ**
- Khối lượng các môn học chung: **435 giờ**
- Khối lượng các môn học chuyên môn: **1.575 giờ**
- Khối lượng học tập: **2.010 giờ**
- + Lý thuyết: **595 giờ**
- + Thực hành, kiểm tra: **1.415 giờ**

3. Nội dung chương trình:

Mã môn học	Tên môn học	Số tín chỉ	Thời gian học tập (giờ)			
			Tổng	Lý	Thực hành	Kiểm tra
			số	thuyết		
I	Các môn học chung (đại cương)	20 (11,9)	435	175	239	21
MH01	Giáo dục Chính trị	4 (3,1)	75	41	29	5
MH02	Pháp luật	2 (2,0)	30	18	10	2
MH03	Tin học	3 (1,2)	75	15	58	2
MH04	Ngoại ngữ (1) Chọn 1 trong 3 môn:	3 (2,1)	60	30	28	2
MH04.1	Tiếng Anh (1)	3 (2,1)	60	30	28	2
MH04.2	Tiếng Trung (1)	3 (2,1)	60	30	28	2
MH04.3	Tiếng Hàn (1)	3 (2,1)	60	30	28	2
MH05	Ngoại ngữ (2) Chọn 1 trong 3 môn:	3 (2,1)	60	30	28	2
MH05.1	Tiếng Anh (2)	3 (2,1)	60	30	28	2
MH05.2	Tiếng Trung (2)	3 (2,1)	60	30	28	2
MH05.3	Tiếng Hàn (2)	3 (2,1)	60	30	28	2
MH06	Giáo dục thể chất 1 (*)	1 (0,1)	30	3	25	2
MH07	Giáo dục thể chất 2 (*)	1 (0,1)	30	2	26	2
MH08	Giáo dục Quốc phòng và an ninh (*)	3 (1,2)	75	36	35	4
II	Môn học giáo dục nghề nghiệp	63 (28,35)	1.575	420	1.099	56

1	Môn học cơ sở ngành	16 (8,8)	360	120	224	16
MH09	Nghiên cứu Marketing	2 (1,1)	45	15	28	2
MH10	Pháp luật Marketing	2 (1,1)	45	15	28	2
MH11	Kinh tế vi mô	2 (1,1)	45	15	28	2
MH12	Tâm lý khách hàng	2 (1,1)	45	15	28	2
MH13	Nguyên lý thống kê	2 (1,1)	45	15	28	2
MH14	Quản trị học	2 (1,1)	45	15	28	2
MH15	Marketing căn bản	2 (1,1)	45	15	28	2
MH16	Ngoại ngữ chuyên ngành Marketing	2 (1,1)	45	15	28	2
	(Chọn 1 trong 3 ngoại ngữ sau):					
MH16.1	Tiếng Anh chuyên ngành Marketing	2 (1,1)	45	15	28	2
MH16.2	Tiếng Trung thương mại	2 (1,1)	45	15	28	2
MH16.3	Tiếng Hàn thương mại	2 (1,1)	45	15	28	2
2	Môn học bắt buộc chuyên ngành	33 (13,20)	900	195	679	26
MH17	Quản trị chiến lược	2 (1,1)	45	15	28	2
MH18	Hành vi khách hàng	2 (1,1)	45	15	28	2
MH19	Quản trị Marketing	2 (1,1)	45	15	28	2
MH20	Quản trị nguồn nhân lực	2 (1,1)	45	15	28	2
MH21	Content Marketing	2 (1,1)	45	15	28	2
MH22	Quản trị dịch vụ	2 (1,1)	45	15	28	2
MH23	Marketing dịch vụ	2 (1,1)	45	15	28	2
MH24	Kỹ thuật SEM & SEO	2 (1,1)	45	15	28	2
MH25	Kỹ năng lập kế hoạch	2 (1,1)	45	15	28	2

	Marketing					
MH26	Quản trị kênh phân phối	2 (1,1)	45	15	28	2
MH27	Quản trị thương hiệu	2 (1,1)	45	15	28	2
MH28	Truyền thông Marketing tích hợp	2 (1,1)	45	15	28	2
MH29	Digital Marketing	2 (1,1)	45	15	28	2
MH30	Thực tập nghiệp vụ Marketing	3 (0,3)	135	0	135	0
MH31	Thực tập cuối khóa	4 (0,4)	180	0	180	0
3	Môn học tự chọn chuyên ngành	14 (7,7)	315	105	196	14
3.1	Nhóm môn tự chọn 1 (Chọn 2 trong 4 môn học sau)	4 (2,2)	90	30	56	4
MH32	Photoshop căn bản	2 (1,1)	45	15	28	2
MH33	Tư duy thiết kế	2 (1,1)	45	15	28	2
MH34	Tư duy sáng tạo	2 (1,1)	45	15	28	2
MH35	Xử lý và phân tích dữ liệu nghiên cứu với SPSS	2 (1,1)	45	15	28	2
3.2	Nhóm môn tự chọn 2 (Chọn 3 trong 9 môn học sau)	6 (3,3)	135	45	84	6
MH36	Quản trị sự thay đổi	2 (1,1)	45	15	28	2
MH37	Xử lý khủng hoảng truyền thông	2 (1,1)	45	15	28	2
MH38	Khởi sự kinh doanh	2 (1,1)	45	15	28	2
MH39	Đàm phán kinh doanh	2 (1,1)	45	15	28	2
MH40	Quản trị quan hệ khách hàng	2 (1,1)	45	15	28	2

MH41	Quản trị rủi ro	2 (1,1)	45	15	28	2
MH42	Quảng cáo	2 (1,1)	45	15	28	2
MH43	Quản trị bán hàng	2 (1,1)	45	15	28	2
MH44	Thương mại điện tử	2 (1,1)	45	15	28	2
3.3	<i>Nhóm môn tự chọn 3 (Chọn 2 trong 6 môn học sau)</i>	4 (2,2)	90	30	56	4
MH45	Marketing quốc tế	2 (1,1)	45	15	28	2
MH46	Quản trị và phát triển sản phẩm mới	2 (1,1)	45	15	28	2
MH47	Đạo đức kinh doanh và văn hóa doanh nghiệp	2 (1,1)	45	15	28	2
MH48	Tổ chức sự kiện	2 (1,1)	45	15	28	2
MH49	Kỹ năng chăm sóc khách hàng	2 (1,1)	45	15	28	2
MH50	Quan hệ công chúng	2 (1,1)	45	15	28	2
Tổng cộng		83 (39,44)	2.010	595	1.338	77

* Sơ đồ mối liên hệ và tiến trình đào tạo các môn học (đính kèm)

* Danh mục Giáo trình (đính kèm)

* Bảng ma trận môn học trước (đính kèm)

* Bảng ma trận chuẩn đầu ra (đính kèm)

* Bảng quy đổi môn học thay thế (đính kèm)

4. Hướng dẫn sử dụng chương trình:

4.1. Tổ chức giảng dạy các môn học:

– Các môn học chung bắt buộc do Bộ Lao động – Thương binh và Xã hội phối hợp với các Bộ/ngành tổ chức xây dựng và ban hành để áp dụng thực hiện.

– Một tiết học trong nhà trường được tổ chức giảng dạy trong 45 phút; môn học có thời lượng ≤ 45 giờ thì có tối thiểu 03 giờ ôn tập và môn học có thời lượng > 45 giờ thì có tối thiểu 06 giờ ôn tập.

– Môn học *Giáo dục thể chất (1)* và *Giáo dục thể chất (2)* được bố trí giảng dạy trong học kỳ 1 và học kỳ 2 của năm đầu tiên khóa học.

- *Môn học Giáo dục quốc phòng an ninh* sẽ được bố trí vào thời điểm thích hợp theo thỏa thuận của nhà trường và đơn vị có chức năng đào tạo.
- *Môn học Thực tập nghiệp vụ Marketing* bao gồm 3 nội dung:
 - + Thực tập quản trị dịch vụ
 - + Thực tập quản trị Marketing
 - + Thực tập lập kế hoạch Marketing
- *Môn học Thực tập cuối khóa* bao gồm:
 - + Thực tập doanh nghiệp
 - + Viết báo cáo
- Đối với *Môn học tự chọn thuộc nhóm 1*, người học chọn 2 trong 5 môn học sau:
 - + Photoshop căn bản
 - + Tư duy thiết kế
 - + Tư duy phân biện
 - + Xử lý và phân tích dữ liệu nghiên cứu với SPSS
- Đối với *Môn học tự chọn thuộc nhóm 2*, người học chọn 3 trong 9 môn học sau:
 - + Quản trị sự thay đổi
 - + Xử lý khủng hoảng truyền thông
 - + Digital Marketing
 - + Đàm phán kinh doanh
 - + Quản trị quan hệ khách hàng
 - + Kỹ thuật SEM & SEO
 - + Quảng cáo
 - + Quản trị bán hàng
 - + Thương mại điện tử
- Đối với *Môn học tự chọn thuộc nhóm 3*, người học chọn 2 trong 6 môn học sau:
 - + Marketing quốc tế
 - + Quản trị và phát triển sản phẩm mới
 - + Quản trị thương hiệu
 - + Tổ chức sự kiện
 - + Kỹ năng chăm sóc khách hàng
 - + Quan hệ công chúng
- Nội dung thực hành trong các môn học có thể được tổ chức bằng các hình thức phù hợp.
- Đối với môn học ngoại ngữ, người học sẽ phải lựa chọn 1 trong những ngoại ngữ sau: Tiếng Anh hoặc Tiếng Trung hoặc Tiếng Hàn.

– Một số kỹ năng mềm được trang bị khi tham gia các chương trình học ngoại khóa gồm có:

- + Kỹ năng giao tiếp ứng xử trong trường và xã hội
- + Kỹ năng làm việc nhóm
- + Kỹ năng thuyết trình, trình bày
- + Kỹ năng phỏng vấn, tìm việc làm
- + Kỹ năng khởi nghiệp
- + ...

4.2. Hướng dẫn tổ chức kiểm tra kết thúc môn học, mô đun:

– Thời gian kiểm tra kết thúc môn học được tổ chức sau khi kết thúc buổi học cuối cùng tối thiểu là 1 tuần sau khi người học đã được xét điều kiện dự thi theo quy định.

– Thời gian kiểm tra kết thúc môn học được tổ chức trong buổi học cuối cùng, giảng viên có trách nhiệm công bố kết quả xét điều kiện dự thi cho sinh viên trước tuần cuối cùng một tuần.

4.3. Điều kiện tốt nghiệp:

– Người học được công nhận tốt nghiệp, nếu hội đủ các điều kiện sau:

+ Được công nhận là người học hệ chính quy của trường theo đúng ngành cấp bằng tốt nghiệp;

+ Hoàn tất các môn học theo đúng chương trình đào tạo quy định và tích lũy đủ số tín chỉ quy định của ngành đào tạo;

+ Đạt chuẩn trình độ ngoại ngữ theo quy định của trường;

+ Đạt chứng chỉ Giáo dục quốc phòng và Giáo dục thể chất;

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

– Hiệu trưởng nhà trường căn cứ vào kết quả tích lũy số tín chỉ và chuẩn đầu ra đã đạt của người học để xét công nhận tốt nghiệp, ra quyết định công nhận tốt nghiệp và cấp bằng tốt nghiệp theo quy định của Luật Giáo dục nghề nghiệp.

HIỆU TRƯỞNG

TRƯỞNG PHÒNG ĐÀO TẠO

TRƯỞNG KHOA

BẢNG MA TRẬN CHUẨN ĐẦU RA

(Kèm theo quyết định số 814/QĐ-CDKT ngày 17... tháng 7 năm 2022
của Hiệu trưởng Trường Cao đẳng Kinh tế TP. Hồ Chí Minh)

1. Chuẩn đầu ra**1.1. Kiến thức**

101. Trình bày được khái niệm cơ bản trong lĩnh vực nghiên cứu thị trường, quản lý nhân hàng, Digital marketing, truyền thông, quảng cáo, phát triển sản phẩm, bán hàng;
102. Liệt kê được các trách nhiệm và nhiệm vụ của bản thân khi làm việc nhóm;
103. Xác định được quy trình thực hiện công việc, nhật ký công việc;
104. Mô tả được quy trình và cách thức thực hiện công việc trong hoạt động Marketing;
105. Giải thích được các quy luật kinh tế, các biến số môi trường kinh doanh tác động đến hoạt động Marketing của tổ chức;
106. Cập nhật được các quy định, chính sách về hoạt động Marketing;
107. Giải thích được các quy định của an ninh quốc phòng liên quan đến công việc;
108. Trình bày được những kiến thức cơ bản về chính trị, văn hóa, xã hội, pháp luật, quốc phòng an ninh, giáo dục thể chất theo quy định.
109. Vận dụng kiến thức về ngoại ngữ và công cụ tin học để ứng dụng trong công tác Marketing.

1.2. Kỹ năng

201. Vận hành được quy trình Marketing sẵn có tại đơn vị một cách hiệu quả;
202. Lập được báo cáo kết quả hoạt động Marketing của đơn vị;
203. Cung cấp được các thông tin kinh tế - xã hội về hoạt động Marketing của đơn vị để phục vụ cho yêu cầu lãnh đạo và quản lý kinh tế ở đơn vị và các cơ quan quản lý có liên quan;
204. Tham mưu cho lãnh đạo những ý kiến cải tiến hoạt động Marketing phù hợp với từng giai đoạn kinh doanh;
205. Giao tiếp hiệu quả thông qua văn bản viết, thuyết trình, thảo luận và làm chủ tình huống;



206. Thiết lập được mối quan hệ giữa đơn vị với các đối tác;
207. Giải quyết được những khiếu nại, thắc mắc của khách hàng trong mọi trường hợp;
208. Hỗ trợ được các thành viên trong nhóm hay bộ phận để đảm bảo đạt mục tiêu đã đề ra;
209. Sử dụng được các phần mềm phục vụ cho chuyên ngành, quản lý và tổ chức hoạt động Marketing;
210. Thực hiện được các biện pháp vệ sinh an toàn lao động;
211. Phát hiện và đề phòng được rủi ro và mối nguy hại tại nơi làm việc;
212. Ứng dụng được nguyên vật liệu, công nghệ thân thiện với môi trường trong hoạt động nghề;
213. Sử dụng được công nghệ thông tin cơ bản theo quy định; ứng dụng công nghệ thông tin trong một số công việc chuyên môn của ngành, nghề;
214. Sử dụng được ngoại ngữ cơ bản, đạt bậc 2/6 trong Khung năng lực ngoại ngữ của Việt Nam; ứng dụng được ngoại ngữ vào một số công việc chuyên môn của ngành, nghề.

1.3. Năng lực tự chủ và tự chịu trách nhiệm

301. Chấp hành nghiêm chỉnh đường lối chính sách của Đảng và pháp luật nhà nước, nội qui làm việc tại đơn vị;
302. Giao tiếp hiệu quả thông qua văn bản viết, thuyết trình, thảo luận và làm chủ tình huống;
303. Hỗ trợ được các thành viên trong nhóm hay bộ phận để đảm bảo đạt mục tiêu đã đề ra;
304. Làm việc theo chuẩn đạo đức nghề nghiệp và tuân thủ đúng Luật doanh nghiệp, Luật lao động, chuẩn mực đạo đức trong kinh doanh;
305. Thích nghi được với môi trường làm việc khác nhau;
306. Ý thức trách nhiệm, tự giác tham gia các hoạt động bảo vệ môi trường;
307. Thích ứng được với sự thay đổi trong các thời kỳ công nghệ 4.0.
308. Có ý thức và năng lực học tập suốt đời để nâng cao năng lực và trình độ chuyên môn thích ứng với yêu cầu phát triển kinh tế - xã hội.

2. Bảng ma trận Chuẩn đầu ra

Mã môn học	101	102	103	104	105	106	107	108	109	110	111	201	202	203	204	205	206	207	208	209	210	211	212	213	214	301	302	303	304	305	306	307	308
MH01	X														X																	X	
MH02	X																															X	
MH03		X													X																		
MH04							X																										
MH05							X											X															
MH06	X																X															X	
MH07	X																																
MH08	X											X													X							X	
MH09						X																								X	X	X	
MH10					X																									X	X	X	
MH11				X																										X	X	X	
MH12			X																					X						X	X	X	
MH13						X																					X	X	X				
MH14					X																				X								
MH15					X																			X									
MH16		X																	X											X			
MH17						X						X	X	X											X								



BẢNG MA TRẬN MÔN HỌC TRƯỚC

(Kèm theo quyết định số/QĐ-CDKT ngày tháng ... năm 2022
của Hiệu trưởng Trường Cao đẳng Kinh tế TP. Hồ Chí Minh)

TT	Tên môn học	Tên môn học trước	Các nội dung liên quan	Ghi chú
1	Tiếng Anh 2	Tiếng Anh 1	Unit 1: People Unit 2: Possessions Unit 3: Places Unit 4: Free Time Unit 5: Food Unit 6: Past lives	
2	Tiếng Trung 2	Tiếng Trung 1	Chương mở đầu: Giới thiệu khái lược về ngữ âm và chữ viết tiếng Phổ thông Trung Quốc Chương I: Chào hỏi Chương II: Hỏi thăm Chương III: Mua sắm, đổi tiền, nhu cầu	
3	Tiếng Hàn 2	Tiếng Hàn 1	Bài 1: Giới thiệu khái lược về bảng chữ viết tiếng Hàn Quốc Bài 2: Giới thiệu Bài 3 : Cuộc sống sinh hoạt ở trường Bài 4 : Nhà Bài 5 : Công việc một ngày Bài 6 : Cuối tuần Bài 7 : Gia đình	
4	Tiếng Anh chuyên ngành Marketing	Tiếng Anh 2	Unit 7 : Journey Unit 8 : Appearance Unit 9 : Film and the Art Unit 10: Science Unit 11: Tourism Unit 12 : The Earth	
5	Tiếng Trung thương mại	Tiếng Trung 2	Chương I: Hỏi thăm trong cuộc sống Chương II: Hỏi thăm	



TT	Tên môn học	Tên môn học trước	Các nội dung liên quan	Ghi chú
			Chương III: Chúc mừng, khuyến bảo, sở thích	
6	Tiếng Hàn thương mại	Tiếng Hàn 2	Bài 1 – Mua sắm hàng hóa, đồ vật Bài 2 – Kế hoạch Bài 3 - Âm thực Bài 4 – Giao thông Bài 5 – Thời tiết Bài 6 – Điện thoại Bài 7 – Cuộc hẹn Bài 8 – Sở thích	
7	Giáo dục thể chất 2	Giáo dục thể chất 1	Chương 1: Giáo dục thể chất chung	
8	Pháp luật kinh tế	Pháp luật	Bài 1: Một số vấn đề chung về nhà nước và pháp luật Bài 3: Pháp luật dân sự	
9	Quản trị Marketing	Marketing căn bản	Chương 1: Tổng quan về Marketing Chương 2: Môi trường Marketing Chương 3: Hành vi khách hàng Chương 4: Hệ thống thông tin và nghiên cứu Marketing Chương 5: Phân khúc, lựa chọn và định vị thị trường Chương 6: Chiến lược sản phẩm Chương 7: Chiến lược giá Chương 8: Chiến lược phân phối Chương 9: Chiến lược xúc tiến	