

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 Thành phố 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 vào Thông tư số 01/2024/TT-BLĐTBXH ngày 19 tháng 02 năm 2024 của Bộ trưởng Bộ Lao động Thương binh và Xã hội quy định quy trình xây dựng, thẩm định và ban hành chương trình đào tạo; tổ chức biên soạn, lựa chọn, thẩm định, duyệt và sử dụng giáo trình trình độ trung cấp, trình độ cao đẳng;

Căn cứ Quyết định số 332/QĐ-CDKT ngày 24 tháng 4 năm 2024 của Hiệu trưởng Trường Cao đẳng Kinh tế Thành phố Hồ Chí Minh ban hành quy định quy trình xây dựng; thẩm định và ban hành chương trình đào tạo trình độ trung cấp, trình độ cao đẳng;

Căn cứ Biên bản họp ngày 04 tháng 9 năm 2024 của Hội đồng thẩm định chương trình đào tạo ngành Marketing trình độ cao đẳng;

Xét đề nghị của Trưởng phòng Đào tạo.

QUYẾT ĐỊNH:

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

Tên ngành: **Marketing**

Mã ngành: **6340116**

Trình độ đào tạo: **Cao đẳng**

Khối lượng kiến thức: **84 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 2024 – 2025.

Điều 3. Trưởng các đơn vị trực thuộc và sinh viên Trường Cao đẳng Kinh tế Thành phố 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

(Ban hành kèm theo quyết định số 797/QĐ-CDKT ngày 09 tháng 9 năm 2024
của Hiệu trưởng trường Cao đẳng Kinh tế Thành phố Hồ Chí Minh)

Ngành, nghề: Marketing

Mã ngành, nghề: 6340116

Trình độ đào tạo: Cao đẳng

Đối tượng tuyển sinh: Tốt nghiệp trung học phổ thông hoặc tương đương

Thời gian khóa học: 2.5 năm

1. Giới thiệu chương trình/mô tả ngành, nghề đào tạo

Ngành Marketing trình độ cao đẳng là nghề bao gồm tất cả các hoạt động hướng tới khách hàng nhằm thỏa mãn nhu cầu và mong muốn của khách hàng, thông qua quá trình tiếp thị sản phẩm, phát triển thương hiệu đáp ứng được yêu cầu bậc 5 trong Khung trình độ quốc gia Việt Nam. Mục tiêu cao nhất của Marketing chính là trở thành chiếc cầu nối bền chặt giữa doanh nghiệp với các khách hàng mục tiêu.

Ngành Marketing trình độ cao đẳng được đào tạo để thực hiện các công việc tổ chức, quản lý và điều khiển các hoạt động nhằm tạo ra khả năng và đạt được mục tiêu tiêu thụ sản phẩm hiệu quả của một tổ chức, đơn vị. Các hoạt động cụ thể: nghiên cứu hành vi khách hàng; nghiên cứu sản phẩm mới; sử dụng các công cụ quảng cáo; sử dụng các công cụ truyền thông và quan hệ với khách hàng trong cung ứng giá trị; phân tích, ra quyết định, tổ chức triển khai các quyết định sản phẩm, giá, phân phối, xúc tiến thương mại trong kinh doanh thương mại bán buôn, bán lẻ...

Người hành nghề Marketing có thể làm việc tại các doanh nghiệp thuộc mọi thành phần kinh tế như các doanh nghiệp sản xuất, doanh nghiệp thương mại - dịch vụ, các cơ quan, tổ chức phi lợi nhuận. Công việc Marketing gắn liền với bộ phận nghiên cứu và phát triển, chăm sóc khách hàng, nghiên cứu thị trường,... Đồng thời người hành nghề Marketing có thể tham gia vào mọi công việc từ lên ý tưởng sản phẩm đến chở hàng tới khách hàng.

Để hành nghề, người lao động làm việc ở những vị trí này phải có sức khỏe tốt, có ngoại hình phù hợp, đạo đức nghề nghiệp tốt, có đủ kiến thức chuyên môn kỹ năng nghề đáp ứng với vị trí công việc. Bên cạnh đó người làm nghề Marketing là người hướng ngoại và hòa đồng, đòi hỏi kỹ năng quan sát tốt, luôn cập nhật thông tin và xu hướng, nhưng thay đổi về thị hiếu người tiêu dùng..., kỹ năng giao tiếp, kỹ năng thuyết phục. Ngoài ra, họ cần phải thường xuyên học tập để nâng cao khả năng giao tiếp bằng ngoại

ngữ, mở rộng kiến thức xã hội, rèn luyện tính cẩn thận, chi tiết, rõ ràng; xây dựng ý thức nghề và sự say mê nghề.

2. Mục tiêu đào tạo

2.1. Mục tiêu chung

Chương trình đào tạo nghề **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. Bên cạnh đó, người học được đào tạo để có thể phát triển và thích ứng với kỹ năng về Marketing, bao gồm các kỹ năng quản lý, đổi mới, sáng tạo, và vận hành hoạt động Marketing hiệu quả. Ngoài ra, chương trình còn hướng đến phát triển các kỹ năng mềm như làm việc nhóm, giải quyết vấn đề, và quản lý thời gian dưới áp lực công việc cao. Mục tiêu cuối cùng là giúp người học sau khi tốt nghiệp có thể đảm nhận các vị trí việc làm tại doanh nghiệp trong nghề.

2.2. Mục tiêu cụ thể

Chương trình đào tạo cung cấp kiến thức, trang bị kỹ năng và giúp người học hình thành năng lực tự chủ và tự chịu trách nhiệm cần thiết nhằm:

2.2.1. 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 nhãn 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.

2.2.2. 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 phản 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.

2.2.3. 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.

3. Vị trí việc làm sau khi tốt nghiệp

Sau khi tốt nghiệp người học có năng lực đáp ứng các yêu cầu tại các vị trí việc làm của nghề bao gồm:

- Khảo sát thị trường;
- Quản lý nhãn hàng;
- Digital Marketing;
- Truyền thông;
- Quảng cáo;
- Phát triển sản phẩm;
- Bán hàng.

Người học sau tốt nghiệp có năng lực tự học, tự cập nhật những tiến bộ khoa học công nghệ trong phạm vi ngành, nghề để nâng cao trình độ hoặc học liên thông lên trình độ cao hơn trong cùng ngành nghề hoặc trong nhóm ngành nghề hoặc trong cùng lĩnh vực đào tạo.

4. Khối lượng kiến thức và thời gian học tập

Khối lượng kiến thức toàn khóa học: **2.055 giờ/ 84 tín chỉ**

Số lượng môn học, mô đun: **39 môn học**

Khối lượng học tập các môn học chung: **435 giờ/ 19 tín chỉ**

Khối lượng học tập các môn học, mô đun chuyên môn: **1.620 giờ/ 65 tín chỉ**

Khối lượng lý thuyết: **592 giờ/ 40 tín chỉ;**

Khối lượng thực hành, thực tập, kiểm tra: **1.463 giờ/ 44 tín chỉ**

5. Tổng hợp các năng lực của ngành, nghề

5.1. Khảo sát thị trường

TT	Mã năng lực	Tên năng lực
I	Năng lực cơ bản	
1	NLCB – 01	Ứng dụng công nghệ thông tin trong công việc văn phòng
2	NLCB – 02	Sử dụng thành thạo các thiết bị văn phòng
3	NLCB – 03	Làm việc hiệu quả trong nhóm

TT	Mã năng lực	Tên năng lực
4	NLCB - 04	Tham gia xây dựng văn hóa làm việc và văn hóa giao tiếp trong công sở
5	NLCB - 05	Sử dụng ngoại ngữ trong giao tiếp, chuyên ngành
6	NLCB - 06	Vận dụng kiến thức Kinh doanh thương mại đại cương
7	NLCB - 07	Vận dụng kiến thức nguyên lý thống kê
8	NLCB - 08	Vận dụng kiến thức Quản trị học
9	NLCB - 09	Tuân thủ hướng dẫn an toàn lao động và sức khỏe nghề nghiệp
10	NLCB - 10	Vận dụng kiến thức pháp luật đại cương
11	NLCB - 11	Tuân thủ quy định an ninh quốc phòng
II	Năng lực chung	
12	NLC - 01	Chuẩn bị, lập kế hoạch làm việc và lập các loại báo cáo
13	NLC - 02	Quản lý, sắp xếp, cập nhật, lưu trữ hồ sơ
14	NLC - 03	Tổ chức công việc và đánh giá hiệu quả công việc cá nhân
15	NLC - 04	Hành nghề theo đúng Pháp luật và chuẩn mực nghề nghiệp
16	NLC - 05	Tìm hiểu, xác định nhu cầu của khách hàng
17	NLC - 06	Xây dựng và phát triển mối quan hệ với khách hàng
18	NLC - 07	Tư vấn và đàm phán khách hàng
19	NLC - 08	Giao tiếp với khách hàng
20	NLC - 09	Phân tích thị trường
21	NLC - 10	Xây dựng kế hoạch ngân sách
III	Năng lực chuyên môn	
22	NLCM - 01	Xây dựng, định vị chân dung khách hàng
23	NLCM - 02	Xác định tập mẫu khách hàng cần thu thập thông tin
24	NLCM - 03	Thuyết phục khách hàng tham gia nghiên cứu
25	NLCM - 04	Chuẩn bị câu hỏi khảo sát
26	NLCM - 05	Lập danh sách đối thủ cạnh tranh
27	NLCM - 06	Tiến hành nghiên cứu
28	NLCM - 07	Tổng kết dữ liệu đã thu thập
29	NLCM - 08	Viết báo cáo nghiên cứu

5.2. Quản lý nhãn hàng

TT	Mã năng lực	Tên năng lực
I	Năng lực cơ bản	
1	NLCB - 01	Ứng dụng công nghệ thông tin trong công việc văn phòng
2	NLCB - 02	Sử dụng thành thạo các thiết bị văn phòng
3	NLCB - 03	Làm việc hiệu quả trong nhóm
4	NLCB - 04	Tham gia xây dựng văn hóa làm việc và văn hóa giao tiếp trong công sở
5	NLCB - 05	Sử dụng ngoại ngữ trong giao tiếp, chuyên ngành
6	NLCB - 06	Vận dụng kiến thức Kinh doanh thương mại đại cương
7	NLCB - 07	Vận dụng kiến thức nguyên lý thống kê
8	NLCB - 08	Vận dụng kiến thức Quản trị học
9	NLCB - 09	Tuân thủ hướng dẫn an toàn lao động và sức khỏe nghề nghiệp
10	NLCB - 10	Vận dụng kiến thức pháp luật đại cương
11	NLCB - 11	Tuân thủ quy định an ninh quốc phòng
II	Năng lực chung	
12	NLC - 01	Chuẩn bị, lập kế hoạch làm việc và lập các loại báo cáo
13	NLC - 02	Quản lý, sắp xếp, cập nhật, lưu trữ hồ sơ
14	NLC - 03	Tổ chức công việc và đánh giá hiệu quả công việc cá nhân
15	NLC - 04	Hành nghề theo đúng Pháp luật và chuẩn mực nghề nghiệp
16	NLC - 05	Tìm hiểu, xác định nhu cầu của khách hàng
17	NLC - 06	Xây dựng và phát triển mối quan hệ với khách hàng
18	NLC - 07	Tư vấn và đàm phán khách hàng
19	NLC - 08	Giao tiếp với khách hàng
20	NLC - 09	Phân tích thị trường
21	NLC - 10	Xây dựng kế hoạch ngân sách
III	Năng lực chuyên môn	
22	NLCM - 01	Phân tích nhu cầu của khách hàng
23	NLCM - 02	Xây dựng và triển khai chiến lược Marketing của nhãn hàng
24	NLCM - 03	Lập kế hoạch Marketing
25	NLCM - 04	Tổ chức thực hiện và kiểm tra, đánh giá hiệu quả các chương trình Marketing

TT	Mã năng lực	Tên năng lực
26	NLCM - 05	Tổ chức các hoạt động nghiên cứu thị trường của các nhân phụ trách
27	NLCM - 06	Xây dựng ý tưởng phát triển sản phẩm mới của nhóm sản phẩm
28	NLCM - 07	Đào tạo kiến thức sản phẩm nhân phụ trách cho bán hàng, các bộ phận liên quan

5.3. Digital Marketing

TT	Mã năng lực	Tên năng lực
I	Năng lực cơ bản	
1	NLCB - 01	Ứng dụng công nghệ thông tin trong công việc văn phòng
2	NLCB - 02	Sử dụng thành thạo các thiết bị văn phòng
3	NLCB - 03	Làm việc hiệu quả trong nhóm
4	NLCB - 04	Tham gia xây dựng văn hóa làm việc và văn hóa giao tiếp trong công sở
5	NLCB - 05	Sử dụng ngoại ngữ trong giao tiếp, chuyên ngành
6	NLCB - 06	Vận dụng kiến thức Kinh doanh thương mại đại cương
7	NLCB - 07	Vận dụng kiến thức nguyên lý thống kê
8	NLCB - 08	Vận dụng kiến thức Quản trị học
9	NLCB - 09	Tuân thủ hướng dẫn an toàn lao động và sức khỏe nghề nghiệp
10	NLCB - 10	Vận dụng kiến thức pháp luật đại cương
11	NLCB - 11	Tuân thủ quy định an ninh quốc phòng
II	Năng lực chung	
12	NLC - 01	Chuẩn bị, lập kế hoạch làm việc và lập các loại báo cáo
13	NLC - 02	Quản lý, sắp xếp, cập nhật, lưu trữ hồ sơ
14	NLC - 03	Tổ chức công việc và đánh giá hiệu quả công việc cá nhân
15	NLC - 04	Hành nghề theo đúng Pháp luật và chuẩn mực nghề nghiệp
16	NLC - 05	Tìm hiểu, xác định nhu cầu của khách hàng
17	NLC - 06	Xây dựng và phát triển mối quan hệ với khách hàng
18	NLC - 07	Tư vấn và đàm phán khách hàng
19	NLC - 08	Giao tiếp với khách hàng
20	NLC - 09	Phân tích thị trường
21	NLC - 10	Xây dựng kế hoạch ngân sách

TT	Mã năng lực	Tên năng lực
III	Năng lực chuyên môn	
22	NLCM - 01	Lập kế hoạch triển khai thực hiện Marketing Digital
23	NLCM - 02	Phân tích khách hàng – sản phẩm – môi trường
24	NLCM - 03	Thu thập, sử dụng và phân tích dữ liệu
25	NLCM - 04	Thiết kế, xây dựng chiến lược nội dung
26	NLCM - 05	Thiết kế web và web bán hàng
27	NLCM - 06	Xây dựng chiến lược kênh truyền thông
28	NLCM - 07	Sử dụng công cụ tìm kiếm SEO và SEM
29	NLCM - 08	Đo lường và báo cáo việc thực hiện

5.4. Truyền thông

TT	Mã năng lực	Tên năng lực
I	Năng lực cơ bản	
1	NLCB - 01	Ứng dụng công nghệ thông tin trong công việc văn phòng
2	NLCB - 02	Sử dụng thành thạo các thiết bị văn phòng
3	NLCB - 03	Làm việc hiệu quả trong nhóm
4	NLCB - 04	Tham gia xây dựng văn hóa làm việc và văn hóa giao tiếp trong công sở
5	NLCB - 05	Sử dụng ngoại ngữ trong giao tiếp, chuyên ngành
6	NLCB - 06	Vận dụng kiến thức Kinh doanh thương mại đại cương
7	NLCB - 07	Vận dụng kiến thức nguyên lý thống kê
8	NLCB - 08	Vận dụng kiến thức Quản trị học
9	NLCB - 09	Tuân thủ hướng dẫn an toàn lao động và sức khỏe nghề nghiệp
10	NLCB - 10	Vận dụng kiến thức pháp luật đại cương
11	NLCB - 11	Tuân thủ quy định an ninh quốc phòng
II	Năng lực chung	
12	NLC - 01	Chuẩn bị, lập kế hoạch làm việc và lập các loại báo cáo
13	NLC - 02	Quản lý, sắp xếp, cập nhật, lưu trữ hồ sơ
14	NLC - 03	Tổ chức công việc và đánh giá hiệu quả công việc cá nhân
15	NLC - 04	Hành nghề theo đúng Pháp luật và chuẩn mực nghề nghiệp
16	NLC - 05	Tìm hiểu, xác định nhu cầu của khách hàng
17	NLC - 06	Xây dựng và phát triển mối quan hệ với khách hàng

TT	Mã năng lực	Tên năng lực
18	NLC - 07	Tư vấn và đàm phán khách hàng
19	NLC - 08	Giao tiếp với khách hàng
20	NLC - 09	Phân tích thị trường
21	NLC - 10	Xây dựng kế hoạch ngân sách
III	Năng lực chuyên môn	
22	NLCM - 01	Xây dựng kế hoạch thực hiện truyền thông, tổ chức sự kiện
23	NLCM - 02	Xây dựng chiến lược quảng bá thương hiệu
24	NLCM - 03	Tư vấn đề thông điệp đến đúng đối tượng khách hàng tiềm năng
25	NLCM - 04	Giải quyết các vấn đề có liên quan đến truyền thông
26	NLCM - 05	Viết và biên tập lại các văn bản, tài liệu liên quan
27	NLCM - 06	Thu thập thông tin, nghiên cứu và phân tích, đưa ra ý kiến liên quan đến hình ảnh thương hiệu
28	NLCM - 07	Dự báo và đưa ra giải pháp ngăn ngừa khủng hoảng

5.5. Quảng cáo

TT	Mã năng lực	Tên năng lực
I	Năng lực cơ bản	
1	NLCB - 01	Ứng dụng công nghệ thông tin trong công việc văn phòng
2	NLCB - 02	Sử dụng thành thạo các thiết bị văn phòng
3	NLCB - 03	Làm việc hiệu quả trong nhóm
4	NLCB - 04	Tham gia xây dựng văn hóa làm việc và văn hóa giao tiếp trong công sở
5	NLCB - 05	Sử dụng ngoại ngữ trong giao tiếp, chuyên ngành
6	NLCB - 06	Vận dụng kiến thức Kinh doanh thương mại đại cương
7	NLCB - 07	Vận dụng kiến thức nguyên lý thống kê
8	NLCB - 08	Vận dụng kiến thức Quản trị học
9	NLCB - 09	Tuân thủ hướng dẫn an toàn lao động và sức khỏe nghề nghiệp
10	NLCB - 10	Vận dụng kiến thức pháp luật đại cương
11	NLCB - 11	Tuân thủ quy định an ninh quốc phòng
II	Năng lực chung	
12	NLC - 01	Chuẩn bị, lập kế hoạch làm việc và lập các loại báo cáo

TT	Mã năng lực	Tên năng lực
13	NLC – 02	Quản lý, sắp xếp, cập nhật, lưu trữ hồ sơ
14	NLC – 03	Tổ chức công việc và đánh giá hiệu quả công việc cá nhân
15	NLC – 04	Hành nghề theo đúng Pháp luật và chuẩn mực nghề nghiệp
16	NLC – 05	Tìm hiểu, xác định nhu cầu của khách hàng
17	NLC – 06	Xây dựng và phát triển mối quan hệ với khách hàng
18	NLC – 07	Tư vấn và đàm phán khách hàng
19	NLC – 08	Giao tiếp với khách hàng
20	NLC – 09	Phân tích thị trường
21	NLC – 10	Xây dựng kế hoạch ngân sách
III Năng lực chuyên môn		
22	NLCM – 01	Lập kế hoạch và quản lý các chiến dịch quảng cáo
23	NLCM – 02	Viết, biên tập các nội dung quảng cáo
24	NLCM – 03	Sử dụng các công cụ quảng cáo
25	NLCM – 04	Phối hợp với truyền thông để xây dựng được hệ thống quảng cáo
26	NLCM – 05	Thực hiện các chiến lược quảng cáo
27	NLCM – 06	Nghiên cứu dữ liệu, đo lường hiệu quả của các mẫu, kênh quảng cáo
28	NLCM – 07	Báo cáo, phân tích, phương án để tối ưu hiệu quả của các mẫu quảng cáo

5.6. Phát triển sản phẩm

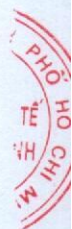
TT	Mã năng lực	Tên năng lực
I Năng lực cơ bản		
1	NLCB - 01	Ứng dụng công nghệ thông tin trong công việc văn phòng
2	NLCB - 02	Sử dụng thành thạo các thiết bị văn phòng
3	NLCB - 03	Làm việc hiệu quả trong nhóm
4	NLCB - 04	Tham gia xây dựng văn hóa làm việc và văn hóa giao tiếp trong công sở
5	NLCB - 05	Sử dụng ngoại ngữ trong giao tiếp, chuyên ngành
6	NLCB - 06	Vận dụng kiến thức Kinh doanh thương mại đại cương
7	NLCB - 07	Vận dụng kiến thức nguyên lý thống kê

TT	Mã năng lực	Tên năng lực
8	NLCB - 08	Vận dụng kiến thức Quản trị học
9	NLCB - 09	Tuân thủ hướng dẫn an toàn lao động và sức khỏe nghề nghiệp
10	NLCB - 10	Vận dụng kiến thức pháp luật đại cương
11	NLCB - 11	Tuân thủ quy định an ninh quốc phòng
II Năng lực chung		
12	NLC - 01	Chuẩn bị, lập kế hoạch làm việc và lập các loại báo cáo
13	NLC - 02	Quản lý, sắp xếp, cập nhật, lưu trữ hồ sơ
14	NLC - 03	Tổ chức công việc và đánh giá hiệu quả công việc cá nhân
15	NLC - 04	Hành nghề theo đúng Pháp luật và chuẩn mực nghề nghiệp
16	NLC - 05	Tìm hiểu, xác định nhu cầu của khách hàng
17	NLC - 06	Xây dựng và phát triển mối quan hệ với khách hàng
18	NLC - 07	Tư vấn và đàm phán khách hàng
19	NLC - 08	Giao tiếp với khách hàng
20	NLC - 09	Phân tích thị trường
21	NLC - 10	Xây dựng kế hoạch ngân sách
III Năng lực chuyên môn		
22	NLCM - 01	Thực hiện hoạt động giới thiệu sản phẩm
23	NLCM - 02	Tìm hiểu hoạt động của các đối thủ cạnh tranh
24	NLCM - 03	Đào tạo về sản phẩm cho bộ phận khác
25	NLCM - 04	Hỗ trợ các bộ phận kinh doanh trong việc tổ chức hội nghị, hội thảo, sự kiện, hoạt động quảng bá thương hiệu
26	NLCM - 05	Hỗ trợ bộ phận kinh doanh các tài liệu, thông tin liên quan đến sản phẩm
27	NLCM - 06	Khai thác nghiên cứu ra các sản phẩm mới
28	NLCM - 07	Tìm hiểu và tham gia các sự kiện, hội thảo, triển lãm về tiếp thị sản phẩm.
29	NLCM - 08	Đề xuất cải tiến mẫu mã, đóng gói, bao bì, nhãn hiệu của sản phẩm

5.7. Bán hàng

TT	Mã năng lực	Tên năng lực
I Năng lực cơ bản		
1	NLCB - 01	Ứng dụng công nghệ thông tin trong công việc văn phòng

TT	Mã năng lực	Tên năng lực
2	NLCB - 02	Sử dụng thành thạo các thiết bị văn phòng
3	NLCB - 03	Làm việc hiệu quả trong nhóm
4	NLCB - 04	Tham gia xây dựng văn hóa làm việc và văn hóa giao tiếp trong công sở
5	NLCB - 05	Sử dụng ngoại ngữ trong giao tiếp, chuyên ngành
6	NLCB - 06	Vận dụng kiến thức Kinh doanh thương mại đại cương
7	NLCB - 07	Vận dụng kiến thức nguyên lý thống kê
8	NLCB - 08	Vận dụng kiến thức Quản trị học
9	NLCB - 09	Tuân thủ hướng dẫn an toàn lao động và sức khỏe nghề nghiệp
10	NLCB - 10	Vận dụng kiến thức pháp luật đại cương
11	NLCB - 11	Tuân thủ quy định an ninh quốc phòng
II	Năng lực chung	
12	NLC - 01	Chuẩn bị, lập kế hoạch làm việc và lập các loại báo cáo
13	NLC - 02	Quản lý, sắp xếp, cập nhật, lưu trữ hồ sơ
14	NLC - 03	Tổ chức công việc và đánh giá hiệu quả công việc cá nhân
15	NLC - 04	Hành nghề theo đúng Pháp luật và chuẩn mực nghề nghiệp
16	NLC - 05	Tìm hiểu, xác định nhu cầu của khách hàng
17	NLC - 06	Xây dựng và phát triển mối quan hệ với khách hàng
18	NLC - 07	Tư vấn và đàm phán khách hàng
19	NLC - 08	Giao tiếp với khách hàng
20	NLC - 09	Phân tích thị trường
21	NLC - 10	Xây dựng kế hoạch ngân sách
III	Năng lực chuyên môn	
22	NLCM - 01	Giới thiệu sản phẩm cho khách hàng
23	NLCM - 02	Chăm sóc khách hàng
24	NLCM - 03	Trưng bày, sắp xếp hàng hóa tại quầy
25	NLCM - 04	Nhập hàng
26	NLCM - 05	Kiểm kê và bảo quản hàng hóa
27	NLCM - 06	Quản lý hàng tồn kho
28	NLCM - 07	Thực hiện hoạt động bán hàng
29	NLCM - 08	Giải quyết sự cố phát sinh



6. Nội dung chương trình

Mã MH, MĐ	Tên môn học, mô đun	Số tín chỉ	Thời gian học tập (giờ)			
			Tổng số	Trong đó		
				Lý thuyết	Thực hành/ thực tập/ thảo luận	Thi/ Kiểm tra
I	Các môn học chung	19 (11,8)	435	157	255	23
MH01	Giáo dục Chính trị	5 (5,0)	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	Tiếng Anh (1)	2 (1,1)	60	21	36	3
MH05	Tiếng Anh (2)	2 (1,1)	60	21	36	3
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	65 (29,36)	1.620	435	1.127	58
II.1	Môn học cơ sở ngành	14 (7,7)	315	105	196	14
MH09	Nghiên cứu Marketing	2 (1,1)	45	15	28	2
MH10	Luật thương mại	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
II.2	Môn học bắt buộc chuyên ngành	37 (15,22)	990	225	735	30
MH16	Tiếng Anh chuyên ngành Marketing	2 (1,1)	45	15	28	2
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 chất lượng	2 (1,1)	45	15	28	2
MH20	Quản trị Marketing	2 (1,1)	45	15	28	2
MH21	Quản trị nguồn nhân lực	2 (1,1)	45	15	28	2
MH22	Content Marketing	2 (1,1)	45	15	28	2

Mã MH, MĐ	Tên môn học, mô đun	Số tín chỉ	Thời gian học tập (giờ)			
			Tổng số	Trong đó		
				Lý thuyết	Thực hành/ thực tập/ thảo luận	Thi/ Kiểm tra
MH23	Quản trị sản xuất và dịch vụ	2 (1,1)	45	15	28	2
MH24	Marketing dịch vụ	2 (1,1)	45	15	28	2
MH25	Kỹ thuật SEM & SEO	2 (1,1)	45	15	28	2
MH26	Kỹ năng lập kế hoạch Marketing	2 (1,1)	45	15	28	2
MH27	Quản trị kênh phân phối	2 (1,1)	45	15	28	2
MH28	Quản trị thương hiệu	2 (1,1)	45	15	28	2
MH29	Truyền thông Marketing tích hợp	2 (1,1)	45	15	28	2
MH30	Digital Marketing	2 (1,1)	45	15	28	2
MH31	Thực tập nghiệp vụ Marketing	3 (0,3)	135	0	135	0
MH32	Thực tập cuối khóa	4 (0,4)	180	0	180	0
II.3	Môn học tự chọn chuyên ngành	14 (7,7)	315	105	196	14
II.3.1	Nhóm môn tự chọn 1 (Chọn 2 trong 6 môn học sau)	4 (2,2)	90	30	56	4
MH33	Photoshop căn bản	2 (1,1)	45	15	28	2
MH34	Tư duy thiết kế	2 (1,1)	45	15	28	2
MH35	Tư duy sáng tạo	2 (1,1)	45	15	28	2
MH36	Xử lý và phân tích dữ liệu nghiên cứu với SPSS	2 (1,1)	45	15	28	2
MH37	Quản trị hành chính văn phòng	2 (1,1)	45	15	28	2
MH38	Hành vi tổ chức	2 (1,1)	45	15	28	2
II.3.2	Nhóm môn tự chọn 2 (Chọn 3 trong 9 môn học sau)	6 (3,3)	135	45	84	6
MH39	Quản trị sự thay đổi	2 (1,1)	45	15	28	2
MH40	Xử lý khủng hoảng truyền thông	2 (1,1)	45	15	28	2
MH41	Khởi sự kinh doanh	2 (1,1)	45	15	28	2
MH42	Đàm phán thương mại	2 (1,1)	45	15	28	2
MH43	Quản trị quan hệ khách hàng	2 (1,1)	45	15	28	2
MH44	Quản trị rủi ro	2 (1,1)	45	15	28	2
MH45	Quảng cáo	2 (1,1)	45	15	28	2

Mã MH, MĐ	Tên môn học, mô đun	Số tín chỉ	Thời gian học tập (giờ)			
			Tổng số	Trong đó		
				Lý thuyết	Thực hành/ thực tập/ thảo luận	Thi/ Kiểm tra
MH46	Quản trị bán hàng	2 (1,1)	45	15	28	2
MH47	Trí tuệ nhân tạo trong Marketing	2 (1,1)	45	15	28	2
II.3.3	Nhóm môn tự chọn 3 (Chọn 2 trong 6 môn học sau)	4 (2,2)	90	30	56	4
MH48	Marketing quốc tế	2 (1,1)	45	15	28	2
MH49	Quản trị và phát triển sản phẩm mới	2 (1,1)	45	15	28	2
MH50	Đạo đức kinh doanh và văn hóa doanh nghiệp	2 (1,1)	45	15	28	2
MH51	Quản trị sự kiện	2 (1,1)	45	15	28	2
MH52	Kỹ năng chăm sóc khách hàng	2 (1,1)	45	15	28	2
MH53	Quan hệ công chúng	2 (1,1)	45	15	28	2
Tổng cộng		84 (40,44)	2.055	592	1.382	81

* 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)

7. Hướng dẫn sử dụng chương trình

7.1. 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.

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 6 môn học sau:

- Photoshop căn bản,
- Tư duy thiết kế,
- Tư duy phản biện,
- Xử lý và phân tích dữ liệu nghiên cứu với SPSS,
- Quản trị hành chính văn phòng,
- Hành vi tổ chức.

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,
- Khởi sự kinh doanh,
- Đàm phán thương mại,
- Quản trị quan hệ khách hàng,
- Quản trị rủi ro,
- Quảng cáo,
- Quản trị bán hàng,
- Trí tuệ nhân tạo trong Marketing.

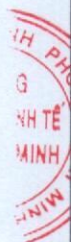
Đối với **Môn học tự chọn thuộc nhóm 3**, người học chọn 2 trong 6 môn học sau:

- Marketing quốc tế,
- Quản trị và phát triển sản phẩm mới,
- Đạo đức kinh doanh và văn hóa doanh nghiệp,
- Quản trị 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.

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,

- ...

7.2. Hướng dẫn tổ chức kiểm tra kết thúc môn học

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 người học trước tuần cuối cùng một tuần.

7.3. 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, nghề 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, tin học theo quy định của trường;

- Đạt chứng chỉ Giáo dục thể chất, Giáo dục quốc phòng và An ninh.

- 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.

Người học phải nộp đơn xét tốt nghiệp khi có đợt thông báo xét tốt nghiệp theo kế hoạch của nhà trường và thỏa mãn tất cả các điều kiện xét tốt nghiệp.

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



Trần Văn Tú

**TRƯỞNG PHÒNG
ĐÀO TẠO**

Hồ Nguyễn Cúc Phương

TRƯỞNG KHOA

Nguyễn Thị Trúc Phương



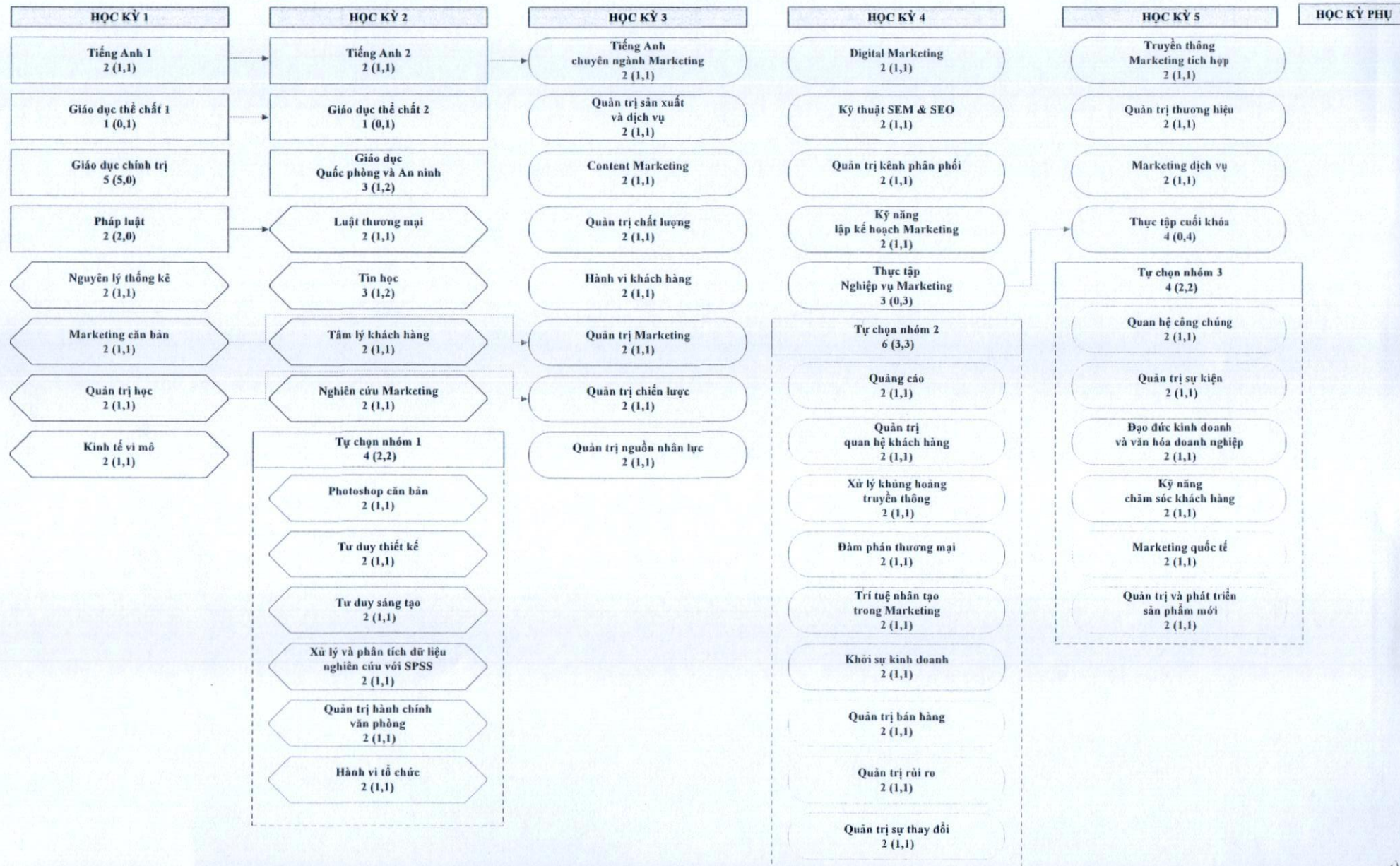
SƠ ĐỒ MỐI QUAN HỆ VÀ TIẾN TRÌNH ĐÀO TẠO CÁC MÔN HỌC

Kèm theo Quyết định số 797/QĐ-CDKT ngày 09 tháng 9 năm 2024 của Hiệu trưởng Trường Cao đẳng Kinh tế Thành phố Hồ Chí Minh

Tên ngành: Marketing

Mã ngành: 6340135

Trình độ: Cao đẳng



BẢNG MA TRẬN CHUẨN ĐẦU RA

*(Ban hành kèm theo quyết định số 97/QĐ-CDKT ngày 09 tháng 9 năm 2024
của Hiệu trưởng trường Cao đẳng Kinh tế Thành phố Hồ Chí Minh)*

1. Chuẩn đầu ra

1.1. Kiến thức

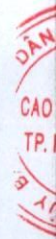
101. Trình bày được khái niệm cơ bản trong lĩnh vực nghiên cứu thị trường, quản lý nhãn hàng, Digital Marketing, truyền thông, quảng cáo, phát triển sản phẩm, bán hàng;
102. Liệt kê được các trách nhiệm và nhiệm vụ của bản thân khi làm việc nhóm;
103. Xác định được quy trình thực hiện công việc, nhật 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 môi 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 quy 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;



Handwritten signature

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	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		
MH10					X																								X	X		
MH11				X																									X	X		
MH12			X																			X							X	X		
MH13						X																					X	X	X			

THA
TRƯỚC
ĐẢNG
Ồ CH
★

Mã môn học	101	102	103	104	105	106	107	108	109	201	202	203	204	205	206	207	208	209	210	211	212	213	214	301	302	303	304	305	306	307	308
MH14					X																		X								
MH15					X																	X									
MH16		X															X														
MH17						X				X	X	X											X								
MH18						X				X														X							
MH19						X				X	X													X							
MH20					X	X				X														X							
MH21						X				X														X							
MH22					X	X				X														X					X	X	
MH23						X						X												X							
MH24						X						X												X							
MH25						X																		X							
MH26															X									X							
MH27						X																	X					X			
MH28						X																	X								
MH29						X				X	X												X	X							
MH30						X				X	X	X	X	X	X	X	X						X	X							
MH32												X											X	X							

Mã môn học	101	102	103	104	105	106	107	108	109	201	202	203	204	205	206	207	208	209	210	211	212	213	214	301	302	303	304	305	306	307	308
MH32										X	X	X											X	X							
MH33															X																X
MH34															X									X							X
MH35															X									X							X
MH36						X																	X								X
MH37															X								X								X
MH38						X										X								X							X
MH39						X				X	X	X												X							X
MH40						X							X																X	X	X
MH41		X											X											X							X
MH42						X							X													X				X	X
MH43						X							X											X							X
MH44						X				X														X							X
MH45						X																		X							X
MH46		X													X									X							X
MH47						X						X												X							X
MH48						X				X														X	X						X
MH49						X				X														X							X



Handwritten signature/initials.

Mã môn học	101	102	103	104	105	106	107	108	109	201	202	203	204	205	206	207	208	209	210	211	212	213	214	301	302	303	304	305	306	307	308
MH50						X				X														X							X
MH51						X				X														X							X
MH52						X				X														X							X
MH53						X				X														X							X



ỦY BAN NHÂN DÂN
THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH
TRƯỜNG CAO ĐẲNG KINH TẾ
THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

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

BẢNG MA TRẬN MÔN HỌC TRƯỚC

(Ban hành kèm theo quyết định số ⁷⁹⁷797/QĐ-CDKT ngày 09 tháng 9 năm 2024
của Hiệu trưởng trường Cao đẳng Kinh tế Thành phố Hồ Chí Minh)

Stt	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 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	
3	Giáo dục thể chất 2	Giáo dục thể chất 1	Chương 1: Giáo dục thể chất chung	
4	Luật thương mại	Pháp luật	Bài 1: Một số vấn đề chung về nhà nước và pháp luật Bài 3: Pháp luật dân sự Bài 4: Pháp luật lao động	
5	Quản trị Marketing	Marketing căn bản	Chương 1: Tổng quan về Marketing	



Handwritten signature

Stt	Tên môn học	Tên môn học trước	Các nội dung liên quan	Ghi chú
			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	
6	Thực tập cuối khóa	Thực tập nghiệp vụ Marketing	Phần 1: Tham quan thực tế doanh nghiệp	



Handwritten signature

BẢNG QUY ĐỔI MÔN HỌC THAY THẾ

(Kèm theo quyết định số 797/QĐ-CDKT ngày 09 tháng 9 năm 2024
của Hiệu trưởng trường Cao đẳng Kinh tế Thành phố Hồ Chí Minh)

TT	Mã MH (cũ)	Khóa	Tên môn học (cũ)	TC	Tên môn học (mới)	Mã MH (mới)	TC	Ghi chú
1	MH01	19	Giáo dục chính trị	4 (3,1)	Giáo dục chính trị	MH01	5 (5,0)	
2	MH04	19	Ngoại ngữ 1	3 (2,1)	Tiếng Anh 1	MH04	2 (1,1)	
3	MH05	19	Ngoại ngữ 2	3 (2,1)	Tiếng Anh 2	MH05	2 (1,1)	
4	MH16	19	Ngoại ngữ chuyên ngành Marketing	2 (1,1)	Tiếng anh chuyên ngành Marketing	MH16	2 (1,1)	
5	MH22	19	Quản trị dịch vụ	2 (1,1)	Quản trị sản xuất và dịch vụ	MH23	2 (1,1)	
6	MH39	19	Đàm phán kinh doanh	2 (1,1)	Đàm phán thương mại	MH42	2 (1,1)	
7	MH48	19	Tổ chức sự kiện	2 (1,1)	Quản trị sự kiện	MH51	2 (1,1)	

Handwritten signature