

**BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO**  
**TRƯỜNG ĐẠI HỌC QUỐC TẾ HỒNG BÀNG**  
**KHOA KINH TẾ - QUẢN LÝ - LUẬT**



**CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO**

**HỆ ĐẠI HỌC CHÍNH QUY**

**NGÀNH DIGITAL MARKETING**

**(Áp dụng từ năm học 2020-2021)**

**TP. HỒ CHÍ MINH, NĂM 2020**

## CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO

(Ban hành theo Quyết định số: 103/QĐ-HIU ngày 4 tháng 5 năm 2020  
của Hiệu trưởng Trường Đại học Quốc tế Hồng Bàng)

Tên chương trình : Cử nhân Digital Marketing  
Trình độ đào tạo : Đại học  
Ngành đào tạo : Digital Marketing  
Mã ngành : 7340114  
Loại hình đào tạo : Chính quy

### 1. Mục tiêu đào tạo

#### 1.1. Mục tiêu chung

Đào tạo cho sinh viên cơ hội học tập và thực hành sâu không chỉ về Marketing nói chung mà bao gồm cả cách thức áp dụng công nghệ 4.0 trong việc thực hiện các chiến dịch marketing online.

Chương trình Digital Marketing trang bị cho sinh viên nền tảng kiến thức tổng quát về kinh doanh dựa trên mạng lưới Internet để từ đó có thể xây dựng được một chiến lược kinh doanh online hoàn chỉnh. Digital Marketing không chỉ đơn thuần là quảng cáo, digital marketing chính là quá trình chạm được vào đúng tệp khách hàng cần hướng tới, vào đúng thời điểm, thông qua những nội dung chuẩn xác, thích hợp và thu hút.

Sinh viên sẽ được đào tạo và hướng dẫn về cách thức xây dựng thương hiệu trên các trang mạng online bao gồm các trang mạng xã hội như Facebook, Instagram và Youtube, học được cách thức đánh giá thị trường, quy trình và nhiệm vụ của SEO và SEM.

#### 1.2. Chuẩn đầu ra

##### ❖ Kiến thức

Cử nhân ngành Digital Marketing được trang bị hệ thống kiến thức cơ bản về quản lý, kinh tế, xã hội và nhân văn.

Có kiến thức chuyên sâu và hiện đại về việc phân tích các hệ thống thông tin trong các tổ chức, trong kinh doanh. Biết cách thiết kế và xây dựng một hệ thống thông tin phù hợp và cách quản lý hiệu quả các nguồn thông tin kinh doanh.



Cung cấp cho sinh viên những kiến thức về quản trị Marketing trong doanh nghiệp nói chung đồng thời bao gồm cả cách thức áp dụng công nghệ 4.0 trong việc thực hiện các chiến dịch marketing online.

#### ❖ **Kỹ năng**

##### **Kỹ năng cứng:**

Sinh viên có các kỹ năng cá nhân cần thiết để lãnh đạo hiệu quả và giám sát, chú trọng vào tư duy sáng tạo và giải quyết vấn đề.

Có kỹ năng hoạt động độc lập và phối hợp hoạt động theo nhóm; quản lý thời gian, tối ưu hoá năng lực não bộ cải thiện kết quả học tập.

Phong cách làm việc chuyên nghiệp, tầm nhìn sâu rộng và kỹ năng phân tích, tổng hợp vấn đề;

Bảo đảm hoạt động một cách có hiệu quả trong lĩnh vực chuyên môn được đào tạo.

##### **Kỹ năng mềm:**

Kỹ năng sử dụng thành thạo các phần mềm cho lĩnh vực quản trị, phần mềm lập kế hoạch tài chính và khai thác thông tin trên internet;

Kỹ năng sử dụng ngoại ngữ đạt trình độ tiếng Anh B1 (khung Châu Âu).

#### ❖ **Thái độ**

Có đạo đức và trách nhiệm nghề nghiệp, tinh thần cầu thị, chủ động sáng tạo.

Có ý thức và năng lực hợp tác trong việc thực hiện các nhiệm vụ được giao.

#### ❖ **Năng lực cụ thể và trách nhiệm**

Đến với chuyên ngành này, sinh viên sẽ có được cái nhìn tổng quát về kinh doanh dựa trên mạng lưới Internet để từ đó có thể xây dựng được một chiến lược kinh doanh online hoàn chỉnh. Cụ thể, sinh viên sẽ được giảng dạy về cách thức xây dựng thương hiệu trên các trang mạng online bao gồm các trang mạng xã hội như Facebook, Instagram và Youtube, học được cách thức đánh giá thị trường, quy trình và nhiệm vụ của SEO và SEM. Từ đó, sinh viên sẽ được hướng dẫn chi tiết cách thức sử dụng các công cụ phân tích dữ liệu Marketing online cũng như các công cụ tối ưu hóa cho SEO và SEM.

#### ❖ **Vị trí làm việc của người học sau khi tốt nghiệp**

- Chuyên viên Marketing số
- Chuyên viên Marketing Nội dung
- Chuyên viên Nghiên cứu Thị trường
- Quản lý Doanh Nghiệp
- Tư vấn Quản trị Thương mại



- Chuyên viên Kinh doanh
- Chuyên viên Quan hệ khách hàng
- Chuyên viên quản trị và phát triển SEO
- Cán bộ nghiên cứu hoạch định chiến lược marketing, quản lý tổ chức kế hoạch marketing, tổ chức thực hiện các hoạt động quan hệ khách hàng tại các công ty chuyên về truyền thông, tổ chức sự kiện, quảng cáo, ...
- Giảng dạy, nghiên cứu về quản trị kinh doanh, marketing tại các trường Đại học, Cao đẳng.

**2. Thời gian đào tạo:**

Thời gian đào tạo của chương trình là 4 năm (8 học kỳ).

**3. Khối lượng kiến thức toàn khóa:**

Khối lượng kiến thức toàn khóa là 134 tín chỉ (*Không tính các học phần GDTC & GDQP-AN*)

**4. Đối tượng tuyển sinh:**

Công dân đã có bằng tốt nghiệp THPT hoặc tương đương theo quy định tại quy chế tuyển sinh đại học, cao đẳng hệ chính quy hiện hành của Bộ Giáo dục và Đào tạo.

**5. Quy trình đào tạo, điều kiện tốt nghiệp:**

*Theo Quy chế đào tạo Đại học và Cao đẳng hệ chính quy theo hệ thống tín chỉ (Ban hành kèm theo Quyết định số 43/2007/QĐ-BGDĐT, ngày 15 tháng 8 năm 2007 của Bộ trưởng Bộ Giáo dục và Đào tạo; văn bản số 17/VBHN-BGDĐT ngày 15/05/2014 về việc xác thực hợp nhất Quyết định số 43/2007/QĐ-BGDĐT và thông tư số 57/2012/TT-BGDĐT); Quy chế đào tạo đại học và cao đẳng hệ chính quy theo Quyết định số 435/2015/QĐ-DHB ngày 06 tháng 10 năm 2015 của Hiệu trưởng trường Đại học Quốc tế Hồng Bàng).*

**6. Cách thức đánh giá:**

*Theo Quy chế đào tạo Đại học và Cao đẳng hệ chính quy theo hệ thống tín chỉ (Ban hành kèm theo Quyết định số 43/2007/QĐ-BGDĐT, ngày 15 tháng 8 năm 2007 của Bộ trưởng Bộ Giáo dục và Đào tạo; văn bản số 17/VBHN-BGDĐT ngày 15/05/2014 về việc xác thực hợp nhất Quyết định số 43/2007/QĐ-BGDĐT và thông tư số 57/2012/TT-BGDĐT); Quy chế đào tạo đại học và cao đẳng hệ chính quy theo Quyết định số 435/2015/QĐ-DHB ngày 06 tháng 10 năm 2015 của Hiệu trưởng trường Đại học Quốc tế Hồng Bàng).*



**7. Nội dung chương trình:**

STT	Mã HP	Tên học phần	Số Tín chỉ	Học phần: học trước (a), tiên quyết (b), song hành (c)
<b>7.1 KHỐI KIẾN THỨC GIÁO DỤC ĐẠI CƯƠNG</b>			<b>44</b>	
<b>7.1.1. Lý luận Mác-Lê nin và tư tưởng Hồ Chí Minh</b>			<b>11</b>	
1	<b>05068</b>	Triết học Mác - Lênin	3(3,0,6)	
2	<b>05069</b>	Kinh tế chính trị Mác - Lênin	2(2,0,4)	
3	<b>00007</b>	Tư tưởng Hồ Chí Minh	2(2,0,4)	
4	<b>05070</b>	Chủ nghĩa xã hội khoa học	2(2,0,4)	
5	<b>05071</b>	Lịch sử Đảng Cộng sản Việt Nam	2(2,0,4)	
<b>7.1.2. Khoa học xã hội</b>			<b>11</b>	
1	<b>00024</b>	Luật Kinh tế	2(2,0,4)	
2	<b>03437</b>	Kỹ năng mềm	2(1,1,3)	
3	<b>05118</b>	Nhập môn ngành Digital Marketing	2(2,0,4)	
4	<b>04808</b>	Tư duy biện luận	3(3,0,6)	
5	<b>00042</b>	Pháp luật đại cương	2(2,0,4)	
<b>7.1.3. Toán học – Tin học - Khoa học tự nhiên</b>			<b>8</b>	
1	<b>02788</b>	Toán C	3(3,0,6)	
2	<b>00008</b>	Tin học đại cương	2(1,1,3)	
3	<b>00787</b>	Kinh tế lượng	3(3,0,6)	
<b>7.1.4. Ngoại ngữ</b>			<b>14</b>	
1	<b>02764</b>	Intensive English - A1a	3(3,0,6)	
2	<b>02765</b>	Intensive English - A1b	4(4,0,8)	
3	<b>02766</b>	Intensive English - A2a	3(3,0,6)	
4	<b>02767</b>	Intensive English - A2b	4(4,0,8)	
<b>7.1.5. Giáo dục thể chất</b>			<b>3</b>	
1	<b>00044</b>	Giáo dục thể chất 1 (*)	1(0,1,1)	
2	<b>00045</b>	Giáo dục thể chất 2 (*)	1(0,1,1)	
3	<b>03066</b>	Giáo dục thể chất 3 (*)	1(0,1,1)	
<b>7.1.6. Giáo dục quốc phòng</b>			<b>8</b>	
1	<b>02309</b>	LT - Giáo dục quốc phòng – An Ninh (*)	5(5,0,10)	
2	<b>02310</b>	TH – Giáo dục quốc phòng – An ninh (*)	3(0,3,3)	
<b>7.2 KHỐI KIẾN THỨC GIÁO DỤC CHUYÊN NGHIỆP</b>			<b>90</b>	
<b>7.2.1 Kiến thức cơ sở ngành</b>			<b>19</b>	



STT	Mã HP	Tên học phần	Số Tín chỉ	Học phần: học trước (a), tiên quyết (b), song hành (c)
<b>MÔN HỌC BẮT BUỘC</b>			<b>15</b>	
1	<b>01262</b>	Quản trị học	3(3,0,6)	
2	<b>00788</b>	Kinh tế vĩ mô	3(3,0,6)	
3	<b>00775</b>	Kinh tế vi mô	3(3,0,6)	
4	<b>01260</b>	Marketing căn bản	3(3,0,6)	
5	<b>05119</b>	Thông kê trong kinh doanh	3(3,0,6)	
<b>MÔN HỌC TỰ CHỌN (Chọn 2 trong 4 môn)</b>			<b>4</b>	
1	<b>00514</b>	Kinh tế Quốc tế	2(2,0,4)	
2	<b>05131</b>	Tối ưu hóa công cụ tìm kiếm	2(2,0,4)	
3	<b>05121</b>	Email Marketing	2(2,0,4)	
4	<b>01139</b>	Hệ thống thông tin quản lý	2(2,0,4)	
<b>7.2.2 Kiến thức chuyên ngành</b>			<b>61</b>	
<b>MÔN HỌC BẮT BUỘC</b>			<b>55</b>	
1	<b>01271</b>	Anh văn chuyên ngành 1	3(3,0,6)	
2	<b>05122</b>	Nghệ thuật lãnh đạo	2(2,0,4)	
3	<b>00778</b>	Quản trị marketing	3(3,0,6)	
4	<b>01153</b>	Nghiên cứu marketing	3(3,0,6)	
5	<b>01157</b>	Quản trị bán hàng	3(3,0,6)	
6	<b>02960</b>	Quản trị chất lượng	3(3,0,6)	
7	<b>04810</b>	Quản trị thương hiệu	3(3,0,6)	
8	<b>00779</b>	Quản trị nguồn nhân lực	3(3,0,6)	
9	<b>01272</b>	Anh văn chuyên ngành 2	3(3,0,6)	
10	<b>05124</b>	Hành vi người tiêu dùng	3(3,0,6)	
11	<b>05125</b>	Digital Marketing	3(3,0,6)	
12	<b>01158</b>	Quản trị chiến lược	3(3,0,6)	
13	<b>05126</b>	Truyền thông xã hội và Marketing di động	3(3,0,6)	
14	<b>05127</b>	Truyền thông Marketing tích hợp	3(3,0,6)	
15	<b>01152</b>	Marketing Quốc tế	3(3,0,6)	
16	<b>01150</b>	Marketing Dịch vụ	3(3,0,6)	
17	<b>00752</b>	Quản trị kinh doanh quốc tế	3(3,0,6)	



STT	Mã HP	Tên học phần	Số Tín chỉ	Học phần: học trước (a), tiên quyết (b), song hành (c)
18	05120	Content Marketing	2(2,0,4)	
19	00781	Quản trị tài chính	3(3,0,6)	
<b>MÔN HỌC TỰ CHỌN (Chọn 3 trong 8 môn)</b>			<b>6</b>	
1	05128	Hành vi tổ chức	2(2,0,4)	
2	05129	Quản trị kênh phân phối	2(2,0,4)	
3	05382	Content Marketing nâng cao	2(2,0,4)	
4	02722	Giao tiếp trong kinh doanh	2(2,0,4)	
5	05130	Dự báo trong kinh doanh	2(2,0,4)	
6	00784	Thương mại điện tử	2(2,0,4)	
7	00790	Quản trị rủi ro	2(2,0,4)	
8	01255	Thanh toán quốc tế	2(2,0,4)	
<b>7.2.3 Khóa luận tốt nghiệp</b>			<b>10</b>	
1	03456	Thực tập tốt nghiệp	4(0,4,4)	
2	03457	Khóa luận Tốt nghiệp	6(0,6,6)	
<b>Môn học thay thế khóa luận</b>			<b>6</b>	
1	05132	Quản trị phát triển sản phẩm mới - Môn học thay thế khóa luận 1	3(3,0,6)	
2	05132	Lập kế hoạch ngân sách Marketing - Môn học thay thế khóa luận 2	3(3,0,6)	
<b>Tổng cộng toàn khóa</b>			<b>134</b>	

DỤC  
 TR  
 ĐẠI  
 QU  
 HỒN  
 3  
 8

### 8. Khung chương trình

STT	Mã HP	Tên học phần	Số TC	Ghi chú
<b>HỌC KỲ 1</b>			<b>15</b>	
1	02764	Intensive English - A1a	3(3,0,6)	
2	02765	Intensive English - A1b	4(4,0,8)	
3	02788	Toán C	3(2,1,5)	
4	05118	Nhập môn ngành Digital Marketing	2(2,0,4)	
5	04808	Tư duy biện luận	3(3,0,6)	



STT	Mã HP	Tên học phần	Số TC	Ghi chú
<b>HỌC KỲ 2</b>			<b>18</b>	
1	02766	Intensive English-A2a	3(3,0,6)	
2	02767	Intensive English-A2b	4(4,0,8)	
3	00787	Kinh tế lượng	3(3,0,6)	
4	01260	Marketing căn bản	3(3,0,6)	
5	01262	Quản trị học	3(3,0,6)	
6	05120	Content Marketing	2(2,0,4)	
<b>HỌC KỲ HÈ 1</b>				
Dành cho sinh viên đăng ký học phần GDTC-ANQP, học lại, học vượt, ...				
<b>HỌC KỲ 3</b>			<b>17</b>	
1	00008	Tin học đại cương	2(1,1,3)	
2	01153	Nghiên cứu Marketing	3(3,0,6)	
3	05119	Thống kê trong kinh doanh	3(3,0,6)	
4	05122	Nghệ thuật lãnh đạo	2(2,0,4)	
5	00775	Kinh tế Vi mô	3(3,0,6)	
<b>Phần tự chọn (Chọn 2 trong 4)</b>				
1	00514	Kinh tế Quốc tế	2(2,0,4)	
2	05131	Tối ưu hóa công cụ tìm kiếm	2(2,0,4)	
3	05121	Email Marketing	2(2,0,4)	
4	01139	Hệ thống thông tin quản lý	2(2,0,4)	
<b>HỌC KỲ 4</b>			<b>18</b>	
1	01271	Anh văn chuyên ngành 1	3(3,0,6)	
2	00788	Kinh tế Vi mô	3(3,0,6)	
3	01158	Quản trị Chiến lược	3(3,0,6)	
4	00042	Pháp luật đại cương	2(2,0,4)	
5	00752	Quản trị kinh doanh quốc tế	3(3,0,6)	
<b>Phần tự chọn (Chọn 2 trong 5)</b>				
1	05128	Hành vi tổ chức	2(2,0,4)	
2	05129	Quản trị kênh phân phối	2(2,0,4)	
3	05382	Content Marketing nâng cao	2(2,0,4)	
4	02722	Giao tiếp trong kinh doanh	2(2,0,4)	
5	05130	Dự báo trong kinh doanh	2(2,0,4)	
<b>HỌC KỲ HÈ 2</b>				



STT	Mã HP	Tên học phần	Số TC	Ghi chú
Dành cho sinh viên đăng ký học phần GDTC-ANQP, học lại, học vượt, ...				
<b>HỌC KỲ 5</b>			<b>18</b>	
1	05068	Triết học Mác - Lênin	3(3,0,6)	
2	01272	Anh văn chuyên ngành 2	3(3,0,6)	
3	05124	Hành vi người tiêu dùng	3(3,0,6)	
4	00024	Luật Kinh tế	2(2,0,4)	
5	00778	Quản trị Marketing	3(3,0,6)	
6	03437	Kỹ năng mềm	2(2,1,3)	
<b>Phần tự chọn (Chọn 1 trong 3)</b>				
1	00784	Thương mại điện tử	2(2,0,4)	
2	00790	Quản trị rủi ro	2(2,0,4)	
3	01255	Thanh toán quốc tế	2(2,0,4)	
<b>HỌC KỲ 6</b>			<b>19</b>	
1	05069	Kinh tế chính trị Mác - Lênin	2(2,0,4)	
2	05070	Chủ nghĩa xã hội khoa học	2(2,0,4)	
3	05125	Digital Marketing	3(3,0,6)	
4	01157	Quản trị Bán hàng	3(3,0,6)	
5	04810	Quản trị Thương hiệu	3(3,0,6)	
6	00779	Quản trị Nguồn nhân lực	3(3,0,6)	
7	02960	Quản trị Chất lượng	3(3,0,6)	
<b>HỌC KỲ HÈ 3</b>				
Dành cho sinh viên đăng ký học phần GDTC-ANQP, học lại, học vượt, ...				
<b>HỌC KỲ 7</b>			<b>19</b>	
1	05071	Lịch sử Đảng Cộng sản Việt Nam	2(2,0,4)	
2	00007	Tư tưởng Hồ Chí Minh	2(2,0,4)	
3	05127	Truyền thông Marketing tích hợp	3(3,0,6)	
4	01152	Marketing Quốc tế	3(3,0,6)	
5	01150	Marketing Dịch vụ	3(3,0,6)	
6	05126	Truyền thông xã hội và Marketing di động	3(3,0,6)	
7	00781	Quản trị tài chính	3(3,0,6)	
<b>HỌC KỲ 8</b>			<b>10</b>	
1	03456	Thực tập tốt nghiệp	4(0,4,4)	

V  
Á  
NG  
OC  
TẾ  
ANG  
O



STT	Mã HP	Tên học phần	Số TC	Ghi chú
2	03457	Khóa luận Tốt nghiệp	6(0,6,6)	
<b>Môn học thay thế khóa luận</b>			<b>6</b>	
2a	05132	Quản trị phát triển sản phẩm mới - <i>Môn học thay thế khóa luận 1</i>	3(3,0,6)	
2b	05133	Lập kế hoạch ngân sách Marketing - <i>Môn học thay thế khóa luận 2</i>	3(3,0,6)	
<b>TỔNG CỘNG TOÀN KHÓA</b>			<b>134</b>	

## 9. Hướng dẫn thực hiện chương trình

### ❖ Chương trình đào tạo này được thiết kế dựa trên văn bản sau:

- Theo Quy chế đào tạo đại học và cao đẳng hệ chính quy theo hệ thống tín chỉ (Ban hành kèm theo Quyết định số 43/2007/QĐ-BGDĐT, ngày 15 tháng 8 năm 2007 của Bộ trưởng Bộ Giáo dục và Đào tạo; văn bản số 17/NBHN-BGDĐT ngày 15/05/2014 về việc xác thực hợp nhất Quyết định số 43/2007/QĐ-BGDĐT và thông tư số 57/2012/TT-BGDĐT;
- Thông tư số 08/2011/TT-BGDĐT Ngày 17 tháng 2 năm 2011 Bộ Trưởng Bộ Giáo dục và Đào tạo quy định điều kiện, hồ sơ, quy trình mở ngành đào tạo, đình chỉ, tuyển sinh, thu hồi quyết định mở ngành đào tạo trình độ đại học, trình độ cao đẳng;
- Quyết định của Thủ tướng chính phủ số 518/QĐ-TTg ngày 11 tháng 7 năm 1997 thành lập trường Đại học Quốc tế Hồng Bàng;
- Quy chế đào tạo đại học và cao đẳng hệ chính quy theo Quyết định số 435/2015/QĐ-DHB ngày 06 tháng 10 năm 2015 của Hiệu trưởng trường Đại học Quốc tế Hồng Bàng.

### ❖ Yêu cầu đối với sinh viên ngành Digital Marketing và giảng viên

- Chủ tịch Hội đồng Khoa học và Đào tạo Khoa Kinh tế, Quản lý, Luật Trường Đại học Quốc tế Hồng Bàng có trách nhiệm theo dõi việc thực hiện đầy đủ các danh mục các học phần theo đúng quy định của khung chương trình đào tạo.
- Đề cương chi tiết học phần kèm theo chương trình này là cơ sở để theo dõi, kiểm tra việc thực hiện nề nếp; thực hiện nội dung giảng dạy và nội dung của các đề thi kết thúc học phần.
- Giảng viên giảng dạy mỗi học phần có trách nhiệm thực hiện đầy đủ và có chất lượng cao các nội dung dạy và học trong đề cương chi tiết môn học; đảm bảo chính xác phân phối tỷ lệ giờ: Lý thuyết, thảo luận, bài tập thực hành, tự học.
- Lớp học mở theo đăng ký của sinh viên. Mỗi lớp học có ít nhất 20 sinh viên đăng ký trở lên.



- Thời gian cho sinh viên tích lũy đủ số tín chỉ là theo quy chế đào tạo của Trường. Khi tích lũy đủ số tín chỉ qui định trong khung chương trình đào tạo thì sinh viên mới được xét cấp bằng tốt nghiệp.

## **10. Mô tả vắn tắt nội dung các môn học**

### **❖ Dự báo trong kinh doanh**

Cung cấp các phương pháp dự báo, tiên đoán có tính khoa học, mang tính chất xác suất về mức độ, nội dung, các mối quan hệ, trạng thái, xu hướng phát triển của các vấn đề kinh tế - xã hội hoặc về cách thức và thời hạn đạt được các mục tiêu kinh tế - xã hội đã đề ra trong tương lai. Học phần này cung cấp cho người học, các nhà kinh tế, các nhà hoạch định chính sách và các nhà quản lý những phương pháp dự báo nhằm hỗ trợ cho quá trình ra quyết định quản lý.

Học phần này dựa trên cơ sở tính khoa học của chủ nghĩa Marx – Lenin như quy luật biện chứng, kế thừa lịch sử. Học phần cũng sử dụng các công cụ toán học kết hợp với kinh tế học. Bên cạnh đó, học phần còn có mối liên hệ mật thiết với các môn học kế hoạch hóa phát triển kinh tế xã hội, chính sách và quy hoạch phát triển vùng, tài chính công, chiến lược kinh doanh...

### **❖ Kỹ năng mềm**

Môn học giúp sinh viên hiểu rõ hơn về tâm lý của bản thân và người đối diện, cải tạo những thói quen không tốt, giúp sinh viên tác động vào các mối quan hệ theo hướng tích cực, vượt qua những trở ngại, vướng mắc. Do thời lượng của môn học ít và kỹ năng mềm lại rất nhiều, nên chương trình chỉ đưa vào giảng dạy những kỹ năng cơ bản và quan trọng như: Kỹ năng làm việc nhóm; Kỹ năng ra quyết định; Kỹ năng thuyết trình; Kỹ năng quản lý thời gian; Kỹ năng lập kế hoạch và tổ chức công việc. Kết thúc môn học, sinh viên có thể áp dụng các kiến thức về kỹ năng mềm vào thực tế. Kỹ năng mềm trở thành một trong những công cụ tốt hỗ trợ sinh viên khi tốt nghiệp ra trường và góp phần quan trọng vào sự thành đạt của mỗi người.

### **❖ Quản trị kinh doanh quốc tế**

Học phần giới thiệu quá trình tổ chức và thực hiện các hoạt động giao dịch, kinh doanh được tiến hành giữa các doanh nghiệp của các quốc gia trong nền kinh tế toàn cầu; khái niệm và các đặc trưng của kinh doanh quốc tế; môi trường kinh doanh quốc tế; chủ thể và hệ thống pháp luật điều chỉnh kinh doanh quốc tế; thương mại quốc tế, đầu tư trực tiếp nước ngoài, tài chính, tiền tệ quốc tế, kinh doanh dịch vụ quốc tế; chiến lược kinh doanh quốc tế; tổ chức các



hoạt động kinh doanh quốc tế như: giao dịch, đàm phán, ký kết hợp đồng kinh doanh quốc tế; quản trị nguồn nhân lực quốc tế...

#### ❖ Marketing căn bản

Học phần giới thiệu những kiến thức cơ bản nhất của marketing, phân tích và nắm bắt được nhu cầu của khách hàng, các sản phẩm và dịch vụ của doanh nghiệp sẽ đáp ứng được những mong đợi của khách hàng, các tiến trình hoạt động chiến lược của doanh nghiệp, thực hiện phân khúc thị trường, xác định thị trường mục tiêu, khách hàng mục tiêu và định vị hàng hóa của doanh nghiệp trên thị trường và thiết kế chiến lược marketing hỗn hợp.

#### ❖ Thanh toán quốc tế

Học phần giới thiệu đặc điểm vai trò của thanh toán quốc tế, cán cân thanh toán quốc tế và các điều kiện trong thanh toán quốc tế; tỷ giá hối đoái, các loại tỷ giá hối đoái, các phương pháp xác định tỷ giá và phân tích các biện pháp điều chỉnh tỷ giá hối đoái, thị trường hối đoái và các nghiệp vụ giao dịch hối đoái; khái niệm, đặc điểm của hối phiếu, lệnh phiếu, séc, giấy chuyển tiền và thẻ ngân hàng; phương thức tín dụng chứng từ, phương thức ủy thác thu, phương thức chuyển tiền và phương thức trả tiền đối ứng; chứng từ tài chính, chứng từ thương mại và cách kiểm tra xử lý bộ chứng từ.

#### ❖ Quản trị Marketing

Học phần giới thiệu kiến thức cơ bản nhất về marketing, ảnh hưởng của marketing trong doanh nghiệp, xu hướng của tiếp thị trong xu thế toàn cầu hóa, môi trường và thông tin về marketing. Nắm được kiến thức môn học sinh viên có thể phân khúc thị trường, xác định thị trường mục tiêu và định vị hàng hóa trên thị trường, phân tích các đặc tính và hành vi của khách hàng. Môn học còn giúp cho người học nắm bắt được 4 phối thức trong hoạch định, tổ chức và thực hiện một chiến lược marketing hỗn hợp (Marketing Mix): chiến lược phát triển sản phẩm (Product), chiến lược định giá sản phẩm (Price), chiến lược phân phối (Place), chiến lược chiêu thị (Promotion).

#### ❖ Quản trị học

Học phần giới thiệu vai trò và các chức năng cơ bản của quản trị, quá trình đặt mục tiêu và đề ra những biện pháp để đạt mục tiêu đó, thiết kế được bộ máy tổ chức, việc động viên, khuyến khích, sử dụng nhân viên một cách hiệu quả, một số phương pháp và công cụ để kiểm tra.

#### ❖ Quản trị tài chính

Học phần giới thiệu kiến thức về tài chính, quản trị tài chính trong doanh nghiệp, việc ứng dụng các nguyên tắc, kỹ thuật trong việc ra quyết định liên quan đến tài chính của doanh



Nghiệp (Quyết định đầu tư, tài trợ và cổ tức...), các kỹ năng phân tích, tổng hợp các vấn đề liên quan đến quyết định tài chính của doanh nghiệp, sử dụng các tiêu chí đánh giá các dự án và ra quyết định đầu tư, đánh giá được tình hình tài chính của doanh nghiệp.

#### ❖ **Quản trị Thương hiệu**

Học phần giới thiệu kiến thức và kỹ năng để xây dựng và quản trị tốt thương hiệu ở doanh nghiệp như: nắm được những thuật ngữ chuyên môn, kiến thức cơ bản về thương hiệu, những khía cạnh chủ yếu của tiến trình quản trị thương hiệu như: tạo dựng, duy trì, phát triển, bảo vệ và khai thác thương hiệu và hiểu biết khái quát những công việc, nhiệm vụ, vai trò của nhà quản trị thương hiệu.

#### ❖ **Luật kinh tế**

Học phần giới thiệu những vấn đề cơ bản về quy chế pháp lý nói chung về thành lập, tổ chức quản lý và điều hành doanh nghiệp. chế độ pháp lý về các chủ thể kinh doanh, pháp luật về hợp đồng trong kinh doanh thương mại, về giải quyết tranh chấp trong kinh doanh thương mại và địa vị pháp lý của cơ quan quản lý nhà nước về kinh tế

#### ❖ **Kinh tế vi mô**

Học phần giới thiệu nguyên lý cơ bản của kinh tế vi mô, sử dụng các lý thuyết và mô hình để giải thích các hiện tượng kinh tế, hiểu các vấn đề kinh tế mà xã hội đang phải đối mặt, cách thức thị trường hoạt động và các ứng dụng của nó, phân tích tính hiệu quả của thị trường, hiểu cách thức giá cả được hình thành trong các cơ cấu thị trường khác nhau và ứng dụng lý thuyết kinh tế trong các vấn đề thực hành

#### ❖ **Kinh tế vĩ mô**

Học phần giới thiệu kiến thức cơ bản, kỹ năng đánh giá và phân tích các hiện tượng và các sự kiện kinh tế vĩ mô, góp phần cải thiện mức độ hiểu biết của sinh viên đối với sự vận hành của nền kinh tế và thực thi các chính sách kinh tế vĩ mô ở các nước đang phát triển, và làm cơ sở cho việc phân tích các vấn đề có liên quan trong các môn học ứng dụng sau này.

#### ❖ **Quản trị rủi ro**

Học phần giới thiệu kiến thức cần thiết về quản trị rủi ro doanh nghiệp như: bản chất của quản trị rủi ro của một tổ chức, quy trình thực hiện quản trị rủi ro: nhận dạng rủi ro, đo lường rủi ro và xử lý rủi ro và những kiến thức hiện đại về rủi ro và quản trị rủi ro của một doanh nghiệp.

#### ❖ **Kinh tế quốc tế**

Học phần giới thiệu kiến thức cơ bản về kinh tế học quốc tế, bao gồm lý thuyết và chính sách thương mại quốc tế. Trên cơ sở đó sinh viên có thể vận dụng kiến thức của môn học này

TRU  
ĐẠI  
QUỐC  
HỒNG



đề tiếp tục học các môn học khác như: kinh tế đối ngoại, kinh doanh quốc tế, tài chính quốc tế, thanh toán quốc tế. Sau khi tốt nghiệp sinh viên có cơ sở lý luận, khoa học để hiểu, phân tích thực chất của thương mại giữa Việt Nam và các nước trên thế giới, đánh giá xu hướng thương mại quốc tế ngày nay, lợi ích của liên kết kinh tế quốc tế khu vực, toàn cầu.

#### ❖ **Quản trị bán hàng**

Học phần giới thiệu kiến thức căn bản cần thiết và phát triển các kỹ năng liên quan đến công việc bán hàng cũng như quản lý lực lượng bán hàng tại doanh nghiệp như: Khái niệm bán hàng và các khái niệm cốt lõi khác về bán hàng, hiểu biết các công cụ bán hàng và có thể ứng dụng vào trong các công việc bán hàng tại các doanh nghiệp, biết xây dựng lực lượng bán hàng cũng như quản lý tốt lực lượng bán hàng tại doanh nghiệp.

#### ❖ **Quản trị nguồn nhân lực**

Học phần giới thiệu hoạt động quản trị, tư vấn, tuyển dụng nguồn nhân lực tại các doanh nghiệp, đào tạo, huấn luyện, duy trì và phát triển nguồn nhân lực doanh nghiệp, công việc của các công ty cung ứng nguồn nhân lực, các thành phần cơ bản trong hệ thống lương thưởng & phúc lợi của một tổ chức, vai trò của lương thưởng và phúc lợi trong việc thu hút động viên và giữ lao động giỏi

#### ❖ **Quản trị chiến lược**

Học phần giới thiệu khái niệm chiến lược, tầm quan trọng của quản trị chiến lược trong việc phát triển doanh nghiệp, việc phân tích các mối đe dọa, nguy cơ cùng cơ hội do môi trường tạo ra, điểm mạnh và điểm yếu của doanh nghiệp, đề xuất được các chiến lược phù hợp cho doanh nghiệp để thực hiện mục tiêu nhằm tăng thế lực cho doanh nghiệp để tồn tại và phát triển trong điều kiện cạnh tranh ngày càng gay gắt của nền kinh tế thị trường

#### ❖ **Quản trị chất lượng**

Học phần giới thiệu tổng quát về chất lượng và quản lý chất lượng sản phẩm, những phương pháp quản lý chất lượng, quản lý chất lượng toàn diện – TQM, hoạt động quản lý chất lượng trong một số loại hình doanh nghiệp, quản lý nhà nước về chất lượng, các kỹ thuật và công cụ quản lý chất lượng và các hệ thống quản lý chất lượng theo tiêu chuẩn.

#### ❖ **Nghiên cứu marketing:**

Vai trò & giá trị của thông tin nghiên cứu marketing.

Thiết kế dự án nghiên cứu marketing: Lựa chọn mô hình nghiên cứu phù hợp.

Phương pháp thu thập dữ liệu từ các nguồn cung cấp: dữ liệu thứ cấp & dữ liệu sơ cấp.

(Thiết kế bảng câu hỏi, phương pháp đo lường, chọn mẫu điều tra, v.v...)

Phương pháp xử lý thông tin và phân tích dữ liệu.



Lập báo cáo kết quả nghiên cứu.

#### ❖ **Thương mại điện tử**

Học phần giới thiệu kiến thức cơ bản về tổng quan các hoạt động thương mại điện tử, cách thức tiến hành hoạt động kinh doanh trên mạng, điều tra thị trường bằng mạng internet, khuyến khích website, tìm kiếm thông tin.

#### ❖ **Kinh tế lượng**

Cung cấp những kiến thức cơ bản về xây dựng, ước lượng, phân tích mô hình của một phương trình. Sử dụng mô hình để dự báo sự biến động kinh tế của một tổ chức hoặc doanh nghiệp, nhằm trợ giúp việc ra quyết định trong hoạt động kinh tế, kinh doanh.

Trang bị các kiến thức cơ bản cho người học về kỹ thuật sử dụng biến giả trong việc phân tích tác động của biến định tính đối với biến định lượng. Cung cấp các kiến thức cơ bản về khuyết tật của mô hình hồi quy một phương trình đơn giản.

#### ❖ **Pháp luật Đại cương**

Học phần giới thiệu những vấn đề cơ bản về quy chế pháp lý nói chung về thành lập, tổ chức quản lý và điều hành doanh nghiệp. chế độ pháp lý về các chủ thể kinh doanh, pháp luật về hợp đồng trong kinh doanh thương mại, về giải quyết tranh chấp trong kinh doanh thương mại và địa vị pháp lý của cơ quan quản lý nhà nước về kinh tế

#### ❖ **Quản trị phát triển sản phẩm mới:**

Những vấn đề cơ bản về sản phẩm mới.

Cách thức phát triển sản phẩm mới: R&D trong nội bộ - Tìm kiếm từ bên ngoài.

Các giai đoạn của tiến trình phát triển sản phẩm mới: Hình thành ý tưởng - Lựa chọn ý tưởng - Phát triển và thử nghiệm quan điểm - Hoạch định chiến lược marketing cạnh tranh - Dự kiến hiệu quả kinh doanh - Phát triển mô hình sản phẩm mới đầu tiên và thử nghiệm lý thuyết - Thử nghiệm thị trường - Thương mại hóa sản phẩm (Sản xuất hàng loạt)

#### ❖ **Quản trị truyền thông marketing tích hợp:**

Sự phát triển của các hoạt động truyền thông trong lĩnh vực marketing.

Các công cụ truyền thông marketing (hỗn hợp xúc tiến bán hàng - Promotional Mix): Quảng cáo, khuyến mãi, quan hệ công chúng, chào hàng và marketing trực tiếp.

Các giai đoạn cơ bản trong tiến trình truyền thông marketing: Nhận diện khách hàng mục tiêu - Mục tiêu của truyền thông - Thiết kế lời truyền đạt - Chọn kênh trung gian - Chọn nguồn truyền đạt - Tập hợp thông tin phản hồi.

Quyết định ngân sách truyền thông và chọn hỗn hợp công cụ xúc tiến bán hàng.

Hoạt động quảng cáo (Advertising)



Hoạt động khuyến mãi (Sales Promotion)

Hoạt động quan hệ công chúng (Publicity or Public Relations - PR).

### ❖ **Nhập môn ngành Digital Marketing**

Trang bị kiến thức cơ bản cho sinh viên để sinh viên hình dung được về ngành Digital Marketing để từ đó có cái nhìn tổng quan và đặt nền tảng cho sinh viên để tiếp tục tiếp nhận kiến thức ở các môn chuyên ngành.

### ❖ **Tư duy biện luận**

Xác định, đánh giá và xây dựng các lập luận quy nạp và suy diễn trong các hình thức nói và viết; Nhận ra những nguy biện phổ biến trong lý luận hàng ngày; Phân biệt các loại và mục đích của định nghĩa; Phân biệt các chức năng của ngôn ngữ và khả năng diễn đạt và ảnh hưởng của ý nghĩa; Nhận ra và đánh giá các lập luận trong các diễn đàn lý luận khác nhau.

Phát triển thói quen đánh giá và bảo vệ tính hợp lý của niềm tin và giá trị của bạn và của những người khác; Đánh giá cao tầm quan trọng của việc xem xét một vấn đề từ nhiều quan điểm khác nhau và nhận ra sự phức tạp xung quanh hầu hết các vấn đề gây tranh cãi; Đánh giá cao giá trị của tư duy phê phán trong cả việc ra quyết định công khai và riêng tư.

### ❖ **Thống kê trong kinh doanh**

Giúp sinh viên nhận thức nội dung, vai trò của thống kê và rèn luyện tính quy tắc, chính xác, trung thực trong hoạt động kinh doanh.

Phân tích được một tình huống nghiên cứu thực tế bằng các phương pháp thống kê. Thực hành được trên phần mềm Excel, SPSS, các phương pháp thống kê trong nội dung học phần

### ❖ **Content Marketing**

Hiểu được một số nguyên lý cơ bản về tiếp thị nội dung. Hiểu được quy trình xác định đối tượng mục tiêu cũng như quy trình của tiếp thị nội dung từ tạo ý tưởng, xây dựng, phân phối và quảng bá nội dung đến đo lường hiệu quả của nội dung theo mục tiêu đề ra.

Hiểu được vai trò, lợi thế của chiến dịch tiếp thị qua email trong chiến lược tiếp thị nội dung, việc lập kế hoạch và sử dụng công cụ tiếp thị email.

### ❖ **Email Marketing**

Cung cấp cho người học những hiểu biết và kiến thức chuyên sâu về công cụ Email Marketing. Cách làm thông tin sản phẩm đến với khách hàng một cách dễ tiếp nhận nhất, sẽ không bị nhầm lẫn học Email Marketing với bão thư rác (spam) hay các công cụ khác.



Tối ưu hóa thông tin của khách hàng. Từ đó bạn có thể chăm sóc khách hàng một cách tốt hơn và thường thì dịch vụ chăm sóc khách hàng tốt sẽ đóng góp một phần không nhỏ vào doanh thu sản phẩm.

### ❖ Hệ thống thông tin quản lý

Hệ thống thông tin trong các doanh nghiệp là gì? Các thành phần của hệ thống thông tin là gì? Chiến lược ứng dụng công nghệ thông tin trong doanh nghiệp như thế nào? Cách thức tổ chức thực hiện và kiểm tra hệ thống thông tin trong doanh nghiệp như thế nào? Cách thức quản trị hệ thống thông tin môi trường như thế nào?

### ❖ Anh văn chuyên ngành 1,2

Sinh viên luyện được các kỹ năng nghe, nói, đọc và viết đồng thời giúp cho học viên hiểu và diễn đạt những khái niệm then chốt của Digital marketing, kinh doanh và kinh tế học.

Môn học bao quát những lĩnh vực quan trọng trong việc Marketing, quản trị, nhà quản trị chuyên nghiệp, cơ cấu tổ chức, quản trị đa văn hóa, tuyển dụng và những thành phần kinh tế... đồng thời cung cấp một số cấu trúc văn phạm và các kỹ năng đọc hiểu cần thiết để đọc các tài liệu tiếng Anh chuyên ngành sau này.

### ❖ Nghệ thuật lãnh đạo

Cung cấp cho người học những kiến thức, khái niệm nền tảng về nghệ thuật lãnh đạo. Hiểu được vai trò của nhà lãnh đạo, các phong cách lãnh đạo hiệu quả, quyền lực và sự ảnh hưởng của lãnh đạo.

Phát triển các kỹ năng cốt yếu của lãnh đạo: hình thành tầm nhìn, truyền đạt tầm nhìn, tạo khả năng, v.v.... Kỹ năng truyền đạt, giải quyết xung đột, phát triển đội nhóm, tương tác qua lại giữa các cá nhân.

### ❖ Digital Marketing

Trang bị kiến thức cần thiết cho sinh viên về ngành Digital Marketing để từ đó có cái nhìn tổng quan và đặt nền tảng cho sinh viên để có thể làm việc tại các công ty, các lĩnh vực liên quan đến Digital Marketing.

### ❖ Hành vi người tiêu dùng

Hiểu được hành vi của người tiêu dùng một cách có hệ thống. Hiểu được các quá trình được sử dụng khi các cá nhân, nhóm hoặc tổ chức thực hiện quyết định tiêu dùng. Hiểu cách thức lựa chọn, sử dụng và xử lý hàng tiêu dùng ảnh hưởng đến hầu hết mọi khía cạnh của cuộc sống hàng ngày của chúng ta.

Hiểu cách thức và tại sao các nhà tiếp thị tạo ra các thông điệp đặc biệt để thu hút người tiêu dùng và để hiểu tầm quan trọng chiến lược của quá trình này đối với các doanh nghiệp. Phát triển các công cụ cần thiết để phân tích quá trình này từ người tiêu dùng và quan



điểm kinh doanh. Hiểu được những gì tiếp thị có thể và không thể làm và những hạn chế đạo đức về nghề tiếp thị. Hiểu mối quan hệ qua lại giữa các lĩnh vực hoạt động khác trong quá trình quản lý.

#### ❖ **Triết học Mác – Lênin**

Hiểu rõ quá trình hình thành, phát triển của chủ nghĩa Mác-Lênin, nắm vững những nội dung cơ bản của thế giới quan và phương pháp luận triết học của chủ nghĩa Mác-Lênin.

Từng bước xác lập thế giới quan, nhân sinh quan và phương pháp luận chung nhất để tiếp cận các khoa học chuyên ngành được đào tạo.

#### ❖ **Kinh tế chính trị Mác – Lênin**

Hiểu rõ quá trình hình thành, phát triển của chủ nghĩa Mác-Lênin, nắm vững những nội dung cơ bản của thế giới quan và phương pháp luận triết học của chủ nghĩa Mác-Lênin.

Người học nắm được kiến thức về bản chất của hàng hóa và nền sản xuất hàng hóa; các vấn đề liên quan đến thị trường và vai trò của các chủ thể tham gia thị trường trong nền kinh tế hàng hóa.

Người học nắm được các vấn đề lý luận của chủ nghĩa Mác – Lênin về giá trị thặng dư, quá trình tạo ra giá trị thặng dư, quá trình tích lũy tư bản cũng như các hình thức biểu hiện của giá trị thặng dư trong nền kinh tế thị trường.

Người học nắm được các kiến thức về bản chất của cạnh tranh và độc quyền, mối quan hệ giữa cạnh tranh và độc quyền trong nền kinh tế thị trường, cũng như mối quan hệ giữa cạnh tranh và độc quyền nhà nước trong nền kinh tế thị trường.

#### ❖ **Tư tưởng Hồ Chí Minh**

Kiến thức về quá trình hình thành, phát triển của tư tưởng Hồ Chí Minh. Kiến thức về dân tộc và cách mạng giải phóng dân tộc; về chủ nghĩa xã hội và con đường quá độ lên chủ nghĩa xã hội; về Đảng cộng sản Việt Nam; về đại đoàn kết dân tộc và đoàn kết quốc tế; về dân chủ và xây dựng nhà nước của dân, do dân, vì dân; về văn hóa, đạo đức và xây dựng con người mới theo tư tưởng Hồ Chí Minh.

Nắm được các phương pháp và phương pháp luận của Hồ Chí Minh trong nhận thức, giải quyết các vấn đề lý luận và thực tiễn của dân tộc và nhân loại.

Hiểu một cách hệ thống nền tảng tư tưởng của Đảng cộng sản Việt Nam trong quá trình lãnh đạo cách mạng nước ta từ cách mạng dân tộc, dân chủ nhân dân đến cách mạng xã hội chủ nghĩa.

#### ❖ **Lịch sử Đảng Cộng sản Việt Nam**



Cung cấp những nội dung cơ bản về đường lối cách mạng của Đảng Cộng Sản Việt Nam. Nội dung đường lối của Đảng thời kỳ đổi mới trên một số lĩnh vực cơ bản của đời sống xã hội phục vụ cho cuộc sống và công tác.

Vận dụng được kiến thức chuyên ngành để chủ động, tích cực trong giải quyết những vấn đề kinh tế, chính trị, văn hóa, xã hội theo đường lối, chính sách của Đảng, pháp luật của nhà nước. Giữ vững lập trường của sinh viên về chủ nghĩa xã hội

Có năng lực tư duy lý luận, khả năng vận dụng các kiến thức của môn học vào thực tế cuộc sống, công tác của bản thân và xã hội. Khả năng ứng xử đáp ứng yêu cầu xã hội trong quá trình đổi mới, hội nhập kinh tế quốc tế.

#### ❖ Chủ nghĩa xã hội khoa học

Người học nắm được kiến thức về bản chất về chủ nghĩa xã hội khoa học, những tri thức cơ bản, cốt lõi nhất về Chủ nghĩa xã hội khoa học, một trong ba bộ phận cấu thành chủ nghĩa Mác – Lênin.

Kiến thức lý luận khoa học để hiểu cương lĩnh xây dựng đất nước, đường lối, chính sách xây dựng chủ nghĩa xã hội của Đảng Cộng sản Việt Nam

Nắm được các phương pháp và phương pháp luận của Hồ Chí Minh trong nhận thức, giải quyết các vấn đề lý luận và thực tiễn của con đường đi lên chủ nghĩa xã hội của Việt Nam;

Hiểu một cách hệ thống nền tảng tư tưởng của Đảng cộng sản Việt Nam trong quá trình lãnh đạo cách mạng nước ta từ cách mạng dân tộc, dân chủ nhân dân đến cách mạng xã hội chủ nghĩa.

#### ❖ Tối ưu hóa công cụ tìm kiếm

Tổng hợp các kỹ năng và chiến thuật nhằm nâng cao thứ hạng của một website hay trang web cụ thể trong các trang kết quả của các công cụ tìm kiếm mà phổ biến nhất là Google và là một công việc mà bất cứ doanh nghiệp nào cũng nên thúc đẩy để có thêm cơ hội tiếp cận nguồn khách hàng khổng lồ qua internet. Các phương pháp bao gồm việc tác động vào cấu trúc, nội dung website, xây dựng liên kết hữu ích trong và ngoài website.

Cung cấp cho sinh viên các kiến thức nền tảng về SEO, giúp sinh viên hiểu được SEO là gì, ý nghĩa của việc SEO website, các hình thức SEO phổ biến và cách làm SEO web trở nên dễ dàng hơn.

#### ❖ Giao tiếp trong kinh doanh

Trình bày được một số vấn đề chung về giao tiếp (đặc điểm, cấu trúc của hoạt động giao tiếp, các hình thức, phương tiện giao tiếp)

Phân tích được vai trò của giao tiếp đối với đời sống và trong hoạt động kinh doanh, các nguyên tắc giao tiếp cơ bản trong kinh doanh.



## ❖ **Lập kế hoạch ngân sách Marketing**

Làm rõ khái niệm và phương pháp hoạch định ngân sách marketing cũng như các ưu điểm và hạn chế của từng phương pháp;

Nhận biết các yếu tố ảnh hưởng đến ngân sách marketing của doanh nghiệp;

Biết tận dụng ngân sách một cách hiệu quả thông qua các bước thẩm định và kiểm tra, kiểm soát ngân sách marketing và cuối cùng đánh giá hiệu quả hoạt động marketing.

## ❖ **Truyền thông xã hội và Marketing di động**

Nắm được những thuật ngữ chuyên môn, kiến thức cơ bản về truyền thông xã hội và marketing di động; Quảng cáo trong truyền thông xã hội trong tổng thể chương trình marketing của doanh nghiệp;

Vai trò truyền thông xã hội trong quan hệ công chúng; Kỹ thuật truyền thông và marketing trên nền tảng di động; Sử dụng dữ liệu lớn và quyền riêng tư; Đạo đức trong truyền thông xã hội và các qui định của pháp luật.

## ❖ **Marketing Quốc tế**

Xác định những điều kiện có tính khách quan của một doanh nghiệp khi quyết định thâm nhập thị trường thế giới.

Xác định những nhân tố môi trường ảnh hưởng đến các chiến lược thâm nhập thị trường thế giới.

Xác định những nguyên tắc cho hoạt động nghiên cứu thị trường thế giới, phân khúc và lựa chọn thị trường mục tiêu, từ đó quyết định các phương thức thâm nhập thị trường.

## ❖ **Marketing Dịch vụ**

Giúp sinh viên nắm rõ những lý thuyết cơ bản về marketing dịch vụ để ứng dụng trong các hoạt động kinh doanh dịch vụ thực tế trên thương trường.

Đây là môn học cơ sở, nên tập trung về nhận thức và phương pháp tư duy. Tuy nhiên sinh viên sau khi học sẽ nắm được các bước cụ thể phân tích môi trường trong và ngoài doanh nghiệp, biết cách xác định rõ những yêu cầu cơ bản của dịch vụ trước khi xác định các đặc điểm, chất lượng, giá cả của dịch vụ của công ty mình.

## ❖ **Hành vi tổ chức**

Môn học này nghiên cứu về những hành vi cá nhân trong tổ chức, tìm hiểu những thay đổi, xung đột về hành vi cá nhân, nhóm, tổ chức nhằm mục đích thiết kế và thay đổi hành vi tổ chức để đạt hiệu quả cao hơn.

Môn học sẽ giúp sinh viên hiểu được những kiến thức về hành vi tổ chức, chuẩn bị cho mình những kỹ năng, kinh nghiệm cũng như thái độ tự tin và phù hợp với nhu cầu của doanh



ngiệp trong và ngoài nước để tự tin bước vào môi trường làm việc cũng như phát triển bản thân trong bất kỳ tổ chức nào.

#### ❖ **Quản trị kênh phân phối**

Việc tổ chức và điều hành hệ thống phân phối sản phẩm được áp dụng trong các doanh nghiệp.

Vai trò, tầm quan trọng của hệ thống phân phối đối với doanh nghiệp trong việc thực hiện các mục tiêu, làm thế nào để xây dựng kế kênh phân phối, cách thức chọn lựa và đánh giá các thành viên trong hệ thống phân phối như thế nào, chính sách, biện pháp để kích thích các thành viên trong hệ thống phân phối hoạt động mang lại hiệu quả cao nhất theo mục tiêu đề ra.

