



BỘ THÔNG TIN VÀ TRUYỀN THÔNG
HỌC VIỆN CÔNG NGHỆ BƯU CHÍNH VIỄN THÔNG



BÁO CÁO TỰ ĐÁNH GIÁ
CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO
TRÌNH ĐỘ ĐẠI HỌC
NGÀNH MARKETING

**Theo tiêu chuẩn đánh giá chất lượng chương trình
đào tạo của Bộ Giáo dục và Đào tạo**

Hà Nội, tháng 11- 2022



BỘ THÔNG TIN VÀ TRUYỀN THÔNG
HỌC VIỆN CÔNG NGHỆ BƯU CHÍNH VIỄN THÔNG



BÁO CÁO TỰ ĐÁNH GIÁ
CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO
TRÌNH ĐỘ ĐẠI HỌC
NGÀNH MARKETING

**Theo tiêu chuẩn đánh giá chất lượng chương trình
đào tạo của Bộ Giáo dục và Đào tạo**

Hà Nội, tháng 11- 2022



**DANH SÁCH VÀ CHỮ KÝ THÀNH VIÊN HỘI ĐỒNG TỰ ĐÁNH GIÁ
CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO NGÀNH MARKETING**

Kèm theo Quyết định số 1370/QĐ-HV ngày 14/10/2022 của Giám đốc Học viện)

STT	Họ và tên	Chức vụ	Nhiệm vụ	Chữ ký
1	PGS.TS. Đặng Hoài Bắc	Giám đốc Học viện, Phó bí thư Đảng ủy Học viện	Chủ tịch	
2	PGS.TS. Trần Quang Anh	Phó Giám đốc Học viện	Phó chủ tịch	
3	TS. Tân Hạnh	Phó Giám đốc Học viện, Chủ tịch Công đoàn Học viện	Phó chủ tịch	
4	TS. Nguyễn Thị Hoàng Yến	Trưởng Bộ môn Marketing, Viện Kinh tế Bưu điện	Phó chủ tịch thường trực	
5	CN. Nguyễn Xuân Trường	Phó Giám đốc Trung tâm ĐTBCVT1	Ủy viên Thường trực	
6	TS. Trần Đình Nam	Phó viện trưởng, Phụ trách Viện Kinh tế Bưu điện	Ủy viên	
7	TS. Trương Đức Nga	Phụ trách Khoa QTKD2	Ủy viên	
8	TS. Nguyễn Văn Phước	Trưởng Bộ môn Marketing, Khoa Quản trị kinh doanh 2	Ủy viên	
9	TS. Nguyễn Bình Minh	Giảng viên Bộ môn Marketing, Viện Kinh tế Bưu điện	Ủy viên	
10	ThS. Lê Nguyễn Nam Trân	Giảng viên Bộ môn Marketing, Khoa Quản trị kinh doanh 2	Ủy viên	
11	ThS. Trần Thị Mỹ Hạnh	Trưởng trung tâm KT&ĐBCLGD	Ủy viên	
12	ThS. Nguyễn Thị Bích Liên	Kế toán trưởng, Trưởng phòng Tài chính - Kế toán	Ủy viên	
13	ThS. Đặng Thu Hà	Trưởng phòng TCCB - LD	Ủy viên	
14	ThS. Nguyễn Chí Thành	Trưởng phòng Giáo vụ, Thư ký Hội đồng Học viện	Ủy viên	
15	ThS. Đặng Văn Tùng	Quyền Trưởng phòng Đào tạo Thành viên Hội đồng KH&ĐT	Ủy viên	
16	TS. Ngô Đức Thiện	Trưởng Phòng Quản lý KHCN&HTQT	Ủy viên	
17	ThS. Đỗ Hải Yến	Trưởng phòng Chính trị & CTSV	Ủy viên	
18	ThS. Trần Vũ Hải	Chánh Văn phòng Học viện	Ủy viên	
19	ThS. Nguyễn Hoàng Thanh	Trưởng Trung tâm KT&ĐBCLGD Cơ sở Học viện tại Tp.HCM	Ủy viên	
20	ThS. Lê Quang Phú	Trưởng phòng ĐT&KHCN - Cơ sở Học viện tại Tp.HCM	Ủy viên	
21	ThS. Chung Hải Bằng	Bí thư Đoàn thanh niên HV	Ủy viên	
22	Nguyễn Đức Cả	Sinh viên Lớp D20MRR03	Ủy viên	
23	ThS. Phạm Hồng Minh	CV Trung tâm KT&ĐBCLGD	Thư ký	

MỤC LỤC

Mục lục.....	1
Danh mục các chữ viết tắt.....	5
PHẦN I. KHÁI QUÁT	9
1. Đặt vấn đề	9
2. Tổng quan chung.....	13
PHẦN II. TỰ ĐÁNH GIÁ THEO CÁC TIÊU CHUẨN, TIÊU CHÍ.....	35
Tiêu chuẩn 1: Mục tiêu và chuẩn đầu ra của CTĐT.....	35
Mở đầu	35
Tiêu chí 1.1:	35
Tiêu chí 1.2:	44
Tiêu chí 1.3:	51
<i>Kết luận về Tiêu chuẩn 1</i>	<i>53</i>
Tiêu chuẩn 2: Bản mô tả CTĐT.....	54
Mở đầu	54
Tiêu chí 2.1:	54
Tiêu chí 2.2:	57
Tiêu chí 2.3:	61
<i>Kết luận về Tiêu chuẩn 2</i>	<i>63</i>
Tiêu chuẩn 3: Cấu trúc và nội dung chương trình dạy học	64
Mở đầu	64
Tiêu chí 3.1:	65
Tiêu chí 3.2:	69
Tiêu chí 3.3:	74
<i>Kết luận về Tiêu chuẩn 3</i>	<i>79</i>

Tiêu chuẩn 4: Phương pháp tiếp cận trong dạy và học.....	80
Mở đầu	80
Tiêu chí 4.1:	80
Tiêu chí 4.2:	83
Tiêu chí 4.3:	88
<i>Kết luận về Tiêu chuẩn 4</i>	93
Tiêu chuẩn 5: Đánh giá kết quả học tập của người học	93
Mở đầu	93
Tiêu chí 5.1:	94
Tiêu chí 5.2:	99
Tiêu chí 5.3.....	103
Tiêu chí 5.4:	107
Tiêu chí 5.5:	110
<i>Kết luận về tiêu chuẩn 5</i>	112
Tiêu chuẩn 6: Đội ngũ giảng viên, nghiên cứu viên.....	113
Mở đầu	113
Tiêu chí 6.1:	114
Tiêu chí 6.2:	117
Tiêu chí 6.3:	120
Tiêu chí 6.4:	122
Tiêu chí 6.5:	125
Tiêu chí 6.6:	128
Tiêu chí 6.7:	131
<i>Kết luận về Tiêu chuẩn 6</i>	136
Tiêu chuẩn 7: Đội ngũ nhân viên	137
Mở đầu	137

Tiêu chí 7.1:	137
Tiêu chí 7.2:	140
Tiêu chí 7.3:	143
Tiêu chí 7.4:	145
Tiêu chí 7.5:	147
<i>Kết luận về Tiêu chuẩn 7</i>	151
Tiêu chuẩn 8: Người học và hoạt động hỗ trợ người học	152
Mở đầu	152
Tiêu chí 8.1:	153
Tiêu chí 8.2:	157
Tiêu chí 8.3:	162
Tiêu chí 8.4:	166
Tiêu chí 8.5:	172
<i>Kết luận về Tiêu chuẩn 8</i>	176
Tiêu chuẩn 9: Cơ sở vật chất và trang thiết bị	176
Mở đầu	177
Tiêu chí 9.1:	177
Tiêu chí 9.2:	179
Tiêu chí 9.3:	183
Tiêu chí 9.4:	187
Tiêu chí 9.5:	190
<i>Kết luận về Tiêu chuẩn 9</i>	194
Tiêu chuẩn 10: Nâng cao chất lượng	194
Mở đầu	194
Tiêu chí 10.1:.....	195
Tiêu chí 10.2:.....	200

Tiêu chí 10.3:	204
Tiêu chí 10.4:	209
Tiêu chí 10.5:	211
Tiêu chí 10.6:	216
<i>Kết luận về Tiêu chuẩn 10</i>	220
Tiêu chuẩn 11: Kết quả đầu ra	221
Mở đầu	221
Tiêu chí 11.1:	221
Tiêu chí 11.2:	224
Tiêu chí 11.3:	227
Tiêu chí 11.4:	231
Tiêu chí 11.5:	235
<i>Kết luận về Tiêu chuẩn 11</i>	239
PHẦN III. KẾT LUẬN	241
1. Tóm tắt những điểm mạnh và những điểm cần phát huy của CTĐT	241
2. Tóm tắt những điểm tồn tại và những vấn đề cần cải tiến chất lượng của CTĐT. ...	248
3. Tóm tắt các kế hoạch cải tiến chất lượng CTĐT	252
4. Bảng tổng hợp kết quả tự đánh giá CTĐT ngành Marketing	259
PHẦN IV. PHỤ LỤC	262
Phụ lục 01: Cơ sở dữ liệu kiểm định chất lượng CTĐT ngành Marketing	262
Phụ lục 02: Các tư liệu, tài liệu liên quan	281
Phụ lục 03: Danh mục minh chứng sử dụng trong quá trình TĐG và viết báo cáo TĐG	312

DANH MỤC CÁC CHỮ VIẾT TẮT

STT	CỤM TỪ ĐẦY ĐỦ	VIẾT TẮT
1.	Ban chấp hành	BCH
2.	Ban Thường vụ	BTV
3.	Bảo hiểm xã hội	BHXH
4.	Bảo hiểm y tế	BHYT
5.	Bộ Giáo dục và Đào tạo	BGD&ĐT
6.	Cách mạng công nghiệp	CMCN
7.	Cán bộ	CB
8.	Cán bộ quản lý	CBQL
9.	Cán bộ viên chức	CBVC
10.	Cán bộ, viên chức, người lao động	CBVCNLĐ
11.	Cature the Flag (Cuộc thi bảo mật thông tin)	CTF
12.	Câu lạc bộ	CLB
13.	Chỉ số hoạt động chính	KPI
14.	Chính trị và Công tác sinh viên	CT&CTSV
15.	Chuẩn đầu ra	CDR
16.	CTĐT	CTĐT
17.	Chương trình dạy học	CTDH
18.	Chuyển giao công nghệ	CGCN
19.	Cơ sở dữ liệu	CSDL
20.	Cơ sở Học viện	CSHV
21.	Cơ sở vật chất	CSVC
22.	Cổ vấn học tập	CVHT

STT	CỤM TỪ ĐẦY ĐỦ	VIẾT TẮT
23.	Công đoàn cơ sở	CĐCS
24.	Công nghệ thông tin	CNTT
25.	Công tác sinh viên	CTSV
26.	Đại học chính quy	ĐHCQ
27.	Đại học từ xa	ĐHTX
28.	Đảm bảo chất lượng	ĐBCL
29.	Đảm bảo chất lượng giáo dục	ĐBCLGD
30.	Đào tạo và Khoa học công nghệ	ĐT&KHCN
31.	Đề cương chi tiết	ĐCCT
32.	Đề cương học phần	ĐCHP
33.	Điện tử viễn thông	ĐTVT
34.	Đồ án tốt nghiệp	ĐATN
35.	Đồ án, khóa luận tốt nghiệp	ĐAKLTN
36.	Giảng viên	GV
37.	Giảng viên hướng dẫn	GVHD
38.	Giáo dục đại học	GDDH
39.	Giáo dục và Đào tạo	GD&ĐT
40.	Giáo sư	GS
41.	Giáo viên chủ nhiệm	GVCN
42.	Học phần	HP
43.	Học viện Bưu chính Viễn thông Hà Nội (phía Bắc)	BVH
44.	Học viện Bưu chính Viễn thông TP HCM (phía Nam)	BVS
45.	Học viện Công nghệ Bưu chính Viễn thông	Học viện
46.	Hội đồng trường	HĐT

STT	CỤM TỪ ĐẦY ĐỦ	VIẾT TẮT
47.	Institute for Scientific Information	ISI
48.	Kết quả học tập	KQHT
49.	Khảo thí và Đảm bảo chất lượng giáo dục	KT&ĐBCLGD
50.	Khoa học công nghệ	KHCN
51.	Khoa học Công nghệ - Hợp tác quốc tế	KHCN-HTQT
52.	Kiểm định chất lượng	KĐCL
53.	Kiểm tra đánh giá	KTĐG
54.	Kỹ thuật Điện tử viễn thông	KTĐT-VT
55.	Ký túc xá	KTX
56.	Mô tả công việc	MTCV
57.	Ngân hàng câu hỏi thi	NHCHT
58.	Nghiên cứu khoa học	NCKH
59.	Nghiên cứu sinh	NCS
60.	Nghiên cứu viên	NCV
61.	Nghiệp vụ sư phạm	NVSP
62.	Nhân viên	NV
63.	Phó Giáo sư	PGS
64.	Phòng cháy chữa cháy	PCCC
65.	Phục vụ cộng đồng	PVCD
66.	Phương pháp dạy học	PPDH
67.	Quản lý đào tạo	QLĐT
68.	Quản lý và Đào tạo phía Bắc	QL&ĐTTPB
69.	Quyết định	QĐ
70.	Sinh viên	SV

STT	CỤM TỪ ĐẦY ĐỦ	VIẾT TẮT
71.	Sinh viên tốt nghiệp	SVTN
72.	Thạc sỹ	ThS
73.	Thẻ dực thể thao	TĐTT
74.	Thi đua khen thưởng	TĐKT
75.	Thí nghiệm thực hành	TNTH
76.	Thông tin và Truyền thông	TT&TT
77.	Thực tập tốt nghiệp	TTTN
78.	Tiến sỹ	TS
79.	Tiêu chuẩn chức danh Nhà nước	TCCDNN
80.	Tín chỉ	TC
81.	Tổ chức cán bộ - Lao động	TCCB-LĐ
82.	Trung học phổ thông	THPT
83.	Tự đánh giá	TĐG
84.	Ủy ban kiểm tra	UBKT
85.	Vừa học vừa làm	VHVL

PHẦN I. KHÁI QUÁT

1. Đặt vấn đề

a) Tóm tắt báo cáo Tự đánh giá CTĐT

Bộ môn Marketing là đơn vị có đóng góp cho sự nghiệp giáo dục và đào tạo chung của Học viện, cung cấp nguồn nhân lực chất lượng cao đáp ứng yêu cầu phát triển của ngành thông tin và truyền thông. Bộ môn thường xuyên quan tâm đến việc duy trì và nâng cao chất lượng đào tạo của ngành Marketing.

Với những kết quả đạt được trong quá trình xây dựng và phát triển, Học viện đã chỉ đạo các đơn vị quản lý Bộ môn Marketing (Viện Kinh tế Bưu điện và Khoa Quản trị kinh doanh 2) triển khai công tác tự đánh giá (TĐG) Chương trình đào tạo (CTĐT) trình độ đại học ngành Marketing theo tiêu chuẩn đánh giá chất lượng CTĐT của Bộ Giáo dục và Đào tạo (GD&ĐT) tại Thông tư số 04/2016/TT-BGDĐT, ngày 14/3/2016 của Bộ Giáo dục và Đào tạo và các văn bản hướng dẫn của Cục Quản lý chất lượng, Bộ GD&ĐT. Nội dung tự đánh giá CTĐT ngành Marketing bao gồm 11 nội dung gồm: Mục tiêu và chuẩn đầu ra (CĐR) của CTĐT; bản mô tả CTĐT; cấu trúc và nội dung CTĐT; phương pháp tiếp cận trong dạy và học; đánh giá kết quả học tập của người học; chất lượng đội ngũ giảng viên (GV) và nghiên cứu viên; chất lượng đội ngũ cán bộ hỗ trợ; chất lượng người học và hoạt động hỗ trợ người học; cơ sở vật chất và trang thiết bị; nâng cao chất lượng; kết quả đầu ra.

Báo cáo tự đánh giá CTĐT ngành Marketing được cấu trúc thành 4 phần: Phần I- Khái quát; Phần II- Tự đánh giá theo các tiêu chuẩn; Phần III- Kết luận; Phần IV- Phụ lục. Cụ thể như sau:

Phần I: Khái quát

Giới thiệu tổng quan về cấu trúc và nội dung chính của báo cáo TĐG CTĐT ngành Marketing của Bộ môn Marketing theo các tiêu chuẩn. Phần này mô tả mục đích, quy trình tự đánh giá CTĐT, giải thích cách mã hoá các minh chứng trong báo cáo TĐG, phương pháp và công cụ đánh giá để cung cấp thông tin về bối cảnh của hoạt động TĐG, sự tham gia của các bên liên quan. Trong phần này, báo cáo cũng nêu lên mục đích, phạm vi, phương pháp và quy trình tự đánh giá, mô tả hiện trạng tóm tắt về sứ mạng, tầm nhìn, mục tiêu, các chính sách chất lượng và hoạt động đảm bảo chất lượng của Học viện và Bộ môn Marketing.

Phần II: Tự đánh giá theo các tiêu chuẩn, tiêu chí

Báo cáo TĐG CTĐT ngành Marketing với 11 tiêu chuẩn, 50 tiêu chí theo thông tư số 04/2016/TT-BGDĐT ngày 14/3/2016 của BGD&ĐT, gồm: nội dung TĐG về (1) Mục tiêu và CDR của CTĐT; (2) Bản Mô tả hiện trạng CTĐT; (3) Cấu trúc và nội dung chương trình dạy học; (4) Phương pháp tiếp cận trong dạy và học; (5) Đánh giá kết quả học tập của người học; (6) Đội ngũ giảng viên (GV); (7) Đội ngũ nhân viên; (8) Người học và hoạt động hỗ trợ người học; (9) Cơ sở vật chất và trang thiết bị; (10) Nâng cao chất lượng; (11) Kết quả đầu ra.

Ở mỗi tiêu chuẩn, bản báo cáo đều mô tả hiện trạng và nhận định thực trạng của CTĐT, phân tích và chỉ ra tóm tắt những điểm mạnh nổi bật, những điểm tồn tại của CTĐT trong việc đáp ứng các yêu cầu của tiêu chí. Báo cáo cũng đề xuất kế hoạch phát huy mặt mạnh, khắc phục những tồn tại, tự đánh giá tiêu chí Đạt/Chưa đạt, kèm theo mức TĐG, theo tiêu chuẩn đánh giá chất lượng CTĐT các trình độ của giáo dục đại học.

Sau khi Mô tả hiện trạng và phân tích từng tiêu chí, bản báo cáo nêu tóm tắt điểm mạnh nổi bật, những tồn tại cơ bản của tiêu chuẩn và kết quả đánh giá chung của tiêu chuẩn.

Phần III: Kết luận

Mô tả tóm tắt các điểm mạnh cần phát huy, những điểm tồn tại cần cải tiến chất lượng của CTĐT; đề xuất các biện pháp cải tiến chất lượng. Sau phần kết luận là bản tổng hợp kết quả tự đánh giá CTĐT ngành Marketing của Học viện.

Phần IV: Phụ lục

Bao gồm các phụ lục về cơ sở dữ liệu kiểm định chất lượng CTĐT ngành Marketing, các quyết định, văn bản liên quan khác và danh mục minh chứng.

Phương pháp mã hóa minh chứng

Mã thông tin và minh chứng được ký hiệu bằng chuỗi có ít nhất 11 ký tự, bao gồm 1 chữ cái, 3 dấu chấm và 7 chữ số; cứ 2 chữ số có 1 dấu chấm (.) để phân cách theo công thức sau: [Hn.ab.cd.ef].

Trong đó:

- H: viết tắt “Hộp minh chứng” (Minh chứng của mỗi tiêu chuẩn được tập hợp trong 1 hộp hoặc một số hộp).

- n: số thứ tự của hộp minh chứng được đánh số từ 1 đến hết (trường hợp $n \geq 10$ thì chuỗi ký hiệu có 12 ký tự trở lên).

- ab: số thứ tự của tiêu chuẩn (tiêu chuẩn 1 viết 01, tiêu chuẩn 10 viết 10)
- cd: số thứ tự của tiêu chí (tiêu chí 1 viết 01, tiêu chí 10 viết 10)
- ef: số thứ tự của minh chứng theo từng tiêu chí (thông tin và minh chứng thứ nhất viết 01, thứ 15 viết 15...). Ví dụ:

[H1.01.01.01]: Minh chứng thứ nhất của tiêu chí 1 thuộc tiêu chuẩn 1, đặt ở hộp 1.

[H10.03.02.15]: Minh chứng thứ 15 của tiêu chí 2 thuộc tiêu chuẩn 3, đặt ở hộp 10.

b) Mô tả ngắn gọn mục đích, quy trình TĐG CTĐT, phương pháp và công cụ đánh giá để cung cấp thông tin về bối cảnh của hoạt động TĐG nhằm giúp người đọc hiểu rõ hơn nội dung của bản báo cáo TĐG; sự tham gia của các bên liên quan (khoa, phòng, ban, cán bộ quản lý, GV, nhân viên, người học, ...), cách thức tổ chức các thành phần này tham gia hoạt động TĐG CTĐT.

Mục đích tự đánh giá

Hoạt động tự đánh giá chất lượng CTĐT ngành Marketing sẽ giúp Học viện và Bộ môn Marketing đạt được các mục đích sau:

- Đo lường mức độ đáp ứng chất lượng đào tạo cử nhân Marketing so với Bộ tiêu chuẩn đánh giá chất lượng CTĐT ban hành kèm theo Thông tư 04/2016/TT-BGDĐT, ngày 14/03/2016 của Bộ GD&ĐT, từ đó có giải pháp phù hợp nhằm đảm bảo, nâng cao chất lượng và hiệu quả các lĩnh vực hoạt động của Học viện; tự xem xét, đánh giá CTĐT của Học viện để báo cáo về tình trạng chất lượng, hiệu quả hoạt động đào tạo, NCKH, nhân lực, cơ sở vật chất và các vấn đề liên quan khác thuộc CTĐT ngành Marketing để điều chỉnh các nguồn lực và quá trình thực hiện nhằm đáp ứng được các mục tiêu đề ra và hoàn thành sứ mạng của Học viện đối với xã hội và cộng đồng.

- Thực hiện việc giải trình với cơ quản lý nhà nước có thẩm quyền và xã hội về thực trạng chất lượng của CTĐT, làm cơ sở cho người học lựa chọn chương trình và nhà tuyển dụng lao động lựa chọn nhân lực được đào tạo từ Học viện.

- Là cơ sở để Học viện cải tiến chất lượng CTĐT, đồng thời thể hiện tính tự chủ và trách nhiệm giải trình của Bộ môn Marketing trong toàn bộ hoạt động đào tạo, nghiên cứu khoa học, dịch vụ xã hội; Tự đánh giá CTĐT đồng thời tạo cơ sở dữ liệu cơ bản, đảm bảo tính khoa học cho việc điều chỉnh mục tiêu cho giai đoạn tiếp theo, lập kế hoạch nâng cao chất lượng và triển khai thực hiện kế hoạch; giúp các bên liên quan biết rõ các điểm mạnh cũng như các vấn đề còn tồn tại của CTĐT ngành

Marketing theo hệ thống, qua đó đề xuất và thực hiện các biện pháp cải tiến và nâng cao chất lượng CTĐT ngành Marketing hiệu quả hơn.

- Là cơ sở để đăng ký đánh giá ngoài và đề nghị công nhận đạt tiêu chuẩn chất lượng CTĐT ngành Marketing.

Quy trình Tự đánh giá

Quy trình tự đánh giá chất lượng CTĐT ngành Marketing được thực hiện theo các bước như sau:

Bước 1. Thành lập Hội đồng tự đánh giá.

Bước 2. Lập kế hoạch tự đánh giá.

Bước 3. Thu thập, phân tích và xử lý thông tin, minh chứng.

Bước 4. Viết báo cáo tự đánh giá.

Bước 5. Lưu trữ và sử dụng báo cáo tự đánh giá.

Bước 6. Triển khai các hoạt động sau khi hoàn thành báo cáo tự đánh giá.

Phạm vi tự đánh giá

Bộ môn Marketing tiến hành đánh giá các hoạt động thực hiện CTĐT ngành Marketing theo tiêu chuẩn đánh giá chất lượng CTĐT do Bộ GD&ĐT ban hành, dưới sự chỉ đạo của Hội đồng Học viện, Ban Giám đốc Học viện và sự cung cấp thông tin của các phòng, ban chức năng Học viện, qua các thông tin và hệ thống các minh chứng trong 5 năm, giai đoạn 2017-2022 (từ tháng 06 năm 2017 đến 30 tháng 6 năm 2022).

Công cụ và phương pháp tự đánh giá

Quá trình tự đánh giá CTĐT ngành Marketing của Bộ môn Marketing và Học viện được dựa theo từng tiêu chuẩn, tiêu chí của bộ tiêu chuẩn kiểm định chất lượng (KĐCL) CTĐT các trình độ của giáo dục đại học (GDĐH) ban hành kèm theo Thông tư số 04/2016/TT-BGD&ĐT ngày 14/3/2016 của BGD&ĐT; Công văn số 2085/KTKĐCLGD-KĐĐH ngày 31/12/2020 của Cục Quản lý chất lượng về việc Hướng dẫn tự đánh giá CTĐT và các tài liệu hướng dẫn của Cục Quản lý chất lượng, Bộ GD&ĐT.

Đối với mỗi tiêu chí đánh giá được tiến hành xem xét theo trình tự sau:

- Mô tả thực trạng;

- Phân tích, giải thích, so sánh để đưa ra những nhận định đánh giá, chỉ ra những điểm mạnh, điểm yếu hoặc thiếu sót;

- Xây dựng kế hoạch hành động nhằm phát huy những điểm mạnh, khắc phục những hạn chế, tồn tại để cải tiến và nâng cao chất lượng CTĐT.

Sự tham gia của các bên liên quan

Hội đồng tự đánh giá CTĐT ngành Marketing được thành lập theo Quyết định số 1370/QĐ-HV ngày 14 tháng 10 năm 2022 của Giám đốc Học viện, thành phần gồm: Hội đồng Học viện; Ban Giám đốc Học viện; các cán bộ, GV của Bộ môn. Hội đồng Tự đánh giá CTĐT ngành Marketing có 23 thành viên; Ban thư ký có 14 thành viên và 9 nhóm công tác chuyên trách.

Ban Giám đốc Học viện chỉ đạo trực tiếp công tác tự đánh giá; các phòng, ban chức năng, Ban thư ký cung cấp thông tin, minh chứng; sự phản hồi của người học, cựu SV, chuyên gia và nhà tuyển dụng lao động là những thông tin quan trọng phục vụ cho việc viết báo cáo tự đánh giá; các nhóm công tác chuyên trách tiếp nhận thông tin, minh chứng để biên soạn báo cáo tự đánh giá theo từng tiêu chuẩn được phân công; căn cứ vào các thông tin được cung cấp, Bộ môn Marketing là đơn vị chủ trì, phối hợp với các Nhóm công tác chuyên trách tiến hành biên soạn báo cáo tự đánh giá CTĐT ngành Marketing theo các quy định, văn bản hướng dẫn của Bộ GD&ĐT.

2. Tổng quan chung

2.1 Tổng quan về Học viện

Học viện - Trường đại học công lập trực thuộc Bộ Thông tin và Truyền thông, thực hiện sứ mạng Nghiên cứu khoa học, Đào tạo phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao trong lĩnh vực Thông tin và Truyền thông, với mục tiêu “*Xây dựng Học viện Công nghệ Bưu chính Viễn thông trở thành trường Đại học trọng điểm quốc gia trong lĩnh vực Thông tin và Truyền thông tại Việt Nam*”.

Học viện là cơ sở giáo dục đại học, nghiên cứu khoa học và chuyển giao công nghệ có cơ cấu đa ngành, đa lĩnh vực, chất lượng cao, trong đó tập trung vào lĩnh vực Viễn thông, CNTT và Truyền thông (ICT - luôn là thế mạnh của Học viện với hơn 20 năm kinh nghiệm gắn kết giữa đào tạo với nghiên cứu khoa học và sản xuất kinh doanh).

Học viện có 02 Cơ sở đào tạo tại Thành phố Hà Nội và Thành phố Hồ Chí Minh, có các viện nghiên cứu khoa học, chuyển giao công nghệ; có chương trình, nội dung, phương pháp đào tạo, nghiên cứu khoa học tiên tiến; có đội ngũ cán bộ giảng dạy, nghiên cứu trình độ cao; có đội ngũ cán bộ quản lý chuyên nghiệp và đồng bộ; kết hợp

chặt chẽ giữa đào tạo với nghiên cứu khoa học và triển khai ứng dụng, giữa khoa học và công nghệ để đào tạo nguồn nhân lực chất lượng cao và bồi dưỡng nhân tài khoa học, công nghệ. Học viện định hướng phát triển thành đại học nghiên cứu ngang tầm với các đại học có uy tín trong khu vực và trên thế giới.

Học viện hoạt động theo cơ chế tự chủ, tự chịu trách nhiệm cao; chịu sự quản lý Nhà nước của Bộ GD&ĐT về giáo dục và đào tạo, của Bộ Thông tin và Truyền thông về cơ cấu tổ chức và chuyên môn theo quy định của Chính phủ. Các cơ sở đào tạo, viện nghiên cứu, trung tâm đào tạo bồi dưỡng thuộc Học viện có quyền tự chủ, có tư cách pháp nhân được quy định trong Luật Giáo dục và Luật Giáo dục đại học.

Triết lý giáo dục của Học viện “*Tri thức - Sáng tạo - Đạo đức - Trách nhiệm*”, đây là phương châm xuyên suốt định hướng cho các hoạt động đào tạo, nghiên cứu của Học viện, hướng tới mục tiêu đào tạo ra những con người “*vừa có tài vừa có đức*” để đóng góp cho sự phát triển chung của ngành, của đất nước, của nhân loại. Trong đó:

Tri thức: Tri thức là tài sản lớn nhất của một trường đại học trong vai trò là trung tâm đào tạo nguồn nhân lực chất lượng cao. Mỗi cá nhân muốn thành tài tất yếu phải trải qua quá trình tích lũy tri thức. Sáng tạo và chuyển giao tri thức là sứ mệnh của Học viện, vì vậy yêu cầu đầu tiên trong quá trình giáo dục tại Học viện là giúp người học tích lũy đủ về tri thức.

Sáng tạo: Sáng tạo là khả năng tạo ra cái mới và có ích cho thực tiễn từ những tri thức mà con người tích lũy được. Sáng tạo là cách sử dụng tri thức, vận dụng tri thức để hiểu được, quản lý được và dự báo được những thay đổi đang diễn ra trong xã hội. Điều này đặc biệt quan trọng khi xã hội đang thay đổi ngày một nhanh chóng như hiện nay.

Đạo đức: Đạo đức là những chuẩn mực tốt đẹp trong tính cách của con người, mang đậm giá trị truyền thống tốt đẹp của con người nói chung và người Việt Nam nói riêng. Hoạt động đào tạo của Học viện hướng tới tạo ra những con người mang đậm giá trị văn hóa của dân tộc, của ngành trong hoạt động giáo dục của Học viện.

Trách nhiệm: Trách nhiệm là lý trí quan trọng để mỗi cá nhân trở nên có ích cho xã hội. Giáo dục phải giúp con người biết có trách nhiệm với bản thân, với gia đình, với cộng đồng, với đất nước.

Tầm nhìn

Đến năm 2030, Học viện Công nghệ Bưu chính Viễn thông là trường đại học hàng đầu Việt Nam về quy mô, chất lượng đào tạo, nghiên cứu khoa học; là hình mẫu

tiên phong về chuyển đổi số trong giáo dục; trở thành trường đại học hàng đầu của khu vực, nằm trong nhóm 100 trường đại học hàng đầu Châu Á, nhóm 5 trường đại học hàng đầu Đông Nam Á về công nghệ số.

Sứ mạng

Sáng tạo và chuyển giao tri thức cho xã hội thông qua việc gắn kết các hoạt động đào tạo nguồn nhân lực chất lượng cao, nghiên cứu khoa học và chuyển giao công nghệ trong lĩnh vực thông tin, truyền thông và công nghệ số, góp phần xây dựng đất nước Việt Nam hùng cường.

Giá trị cốt lõi

Tiên phong - Sáng tạo; Chất lượng - Hiệu quả; Uy tín - Trách nhiệm; Tận tụy - Nghĩa tình.

Phương châm hành động

“Làm gương - Kỷ cương - Trọng tâm - Bút phá”

Làm gương là người đứng đầu nêu gương, đi đâu dẫn dắt, tháo gỡ khó khăn.

Kỷ cương là mỗi cá nhân luôn nêu cao tinh thần kỷ luật, giữ nghiêm đạo đức công vụ, hoàn thành nhiệm vụ được giao.

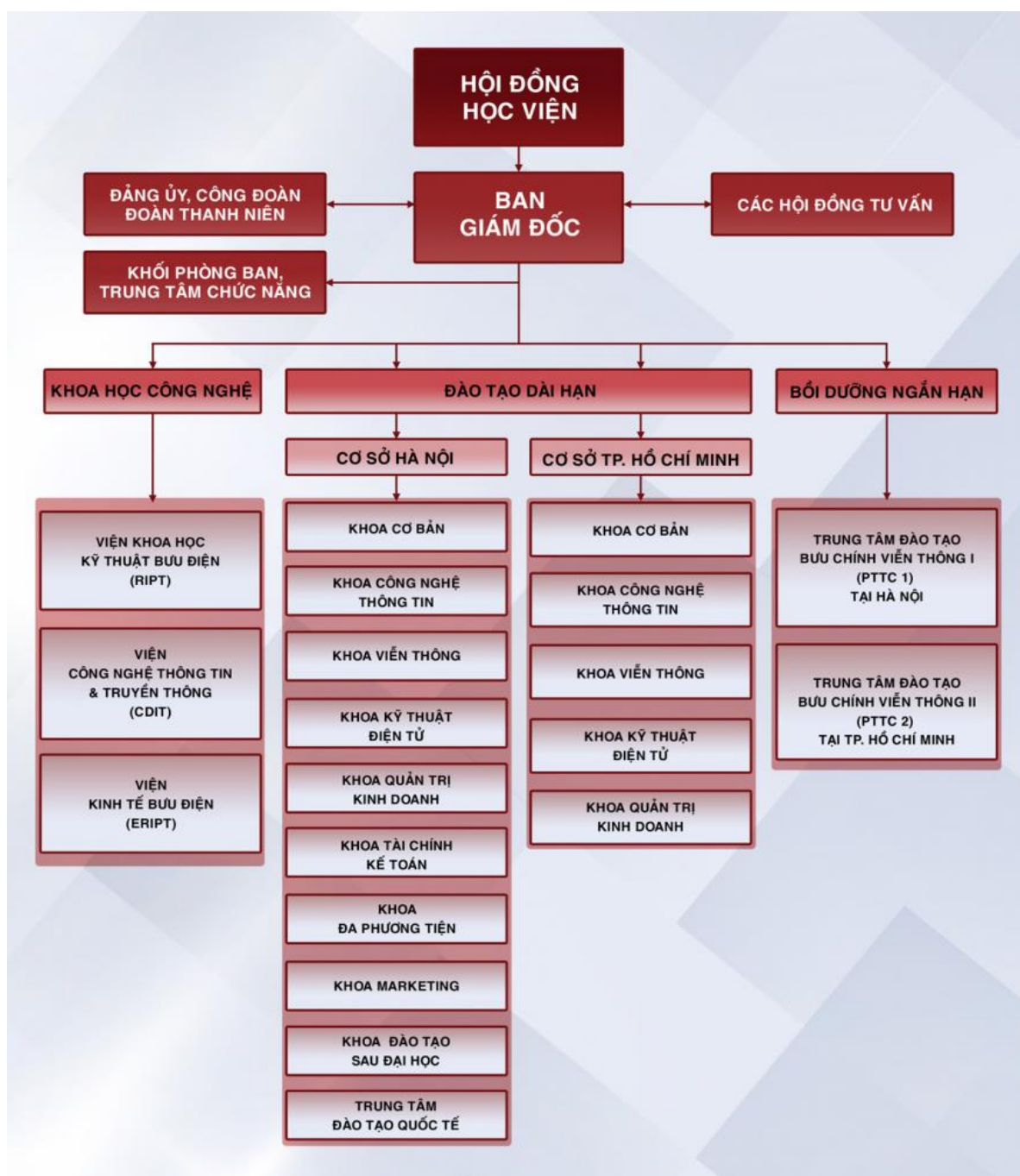
Trọng tâm là chọn việc quan trọng, có ý nghĩa then chốt mà nếu giải quyết được thì các việc khác sẽ tự giải quyết được.

Bút phá là khát vọng lớn, mục tiêu cao, cách tiếp cận mới, lời giải đột phá, độc đáo để biến việc khó thành dễ.

Trong xu thế hội nhập kinh tế quốc tế và đứng trước yêu cầu đổi mới của công cuộc chuyển đổi số trong giáo dục đào tạo, với mục tiêu cung cấp nguồn nhân lực chất lượng cao cho ngành thông tin, truyền thông và xã hội, Học viện luôn xác định việc thường xuyên cải tiến, nâng cao chất lượng các CTĐT là yêu cầu quan trọng để xây dựng uy tín, thương hiệu của Học viện trước người học và xã hội.

Học viện có trụ sở tại Hà Nội và Cơ sở Học viện tại Thành phố Hồ Chí Minh với quy mô 29.000 người học. Học viện cũng có các Viện nghiên cứu chuyên ngành về công nghệ thông tin (CNTT), truyền thông, khoa học kỹ thuật Bưu điện, quản lý kinh tế với hàng trăm đề tài, nhiệm vụ KH-CN hàng năm theo cơ chế đặt hàng từ doanh nghiệp. Hai trung tâm đào tạo bồi dưỡng của Học viện cung cấp các khóa đào tạo ngắn hạn với lưu lượng người học đạt hơn 10.000 người/năm.

2.1.1 Cơ cấu tổ chức Học viện



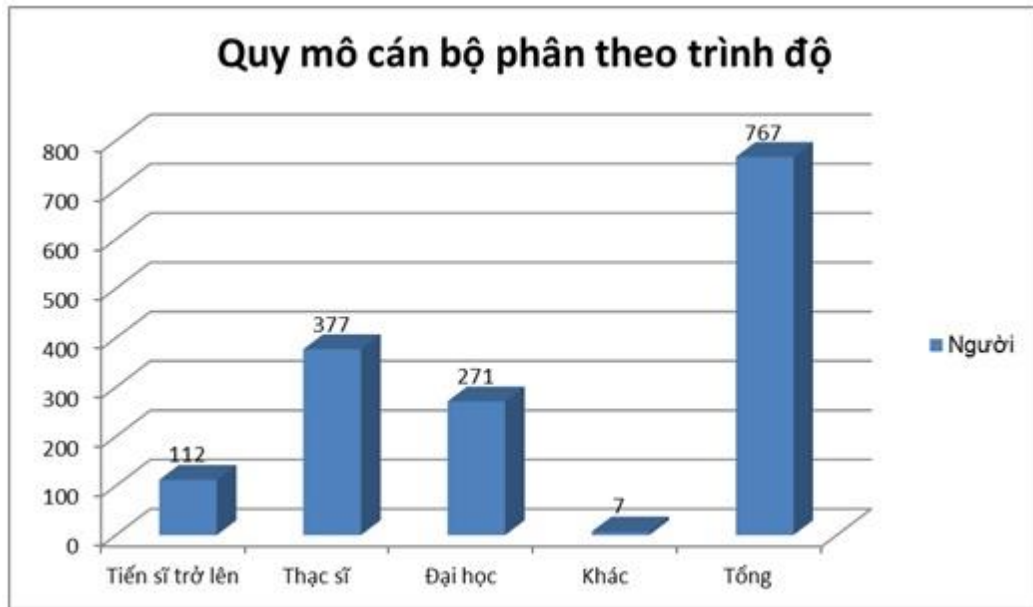
Hình 1.1: Cơ cấu tổ chức Học viện

2.1.2 Nguồn nhân lực của Học viện

Xác định nguồn nhân lực là tài sản quý giá, Học viện luôn quan tâm bồi dưỡng và phát triển “vốn con người”. Thời gian qua, Học viện đã xây dựng và phát triển cơ cấu nguồn nhân lực một cách bền vững.

Học viện có 767 cán bộ, viên chức, người lao động, trong đó hơn 70% cán bộ, giảng viên, nghiên cứu viên của Học viện trực tiếp tham gia giảng dạy, hướng dẫn thực hành, thực tập, nghiên cứu và chuyển giao công nghệ, 100% GV đại học đạt

chuẩn về trình độ chuyên môn, kỹ năng, phương pháp giảng dạy đại học, nghiên cứu khoa học và chuyển giao công nghệ.



Hình 1. 2: Nguồn nhân lực của Học viện

2.1.3 Chiến lược phát triển Học viện giai đoạn 2020-2025, tầm nhìn 2030

Chiến lược phát triển Học viện giai đoạn 2020-2025, tầm nhìn 2030 được ban hành theo quyết định số 156/QĐ-HV ngày 05/3/2020 của Giám đốc Học viện, nội dung trọng tâm của chiến lược gồm:

a) Mục tiêu chung: Đến năm 2025 Học viện trở thành trung tâm về giáo dục, đào tạo, nghiên cứu khoa học, chuyển giao công nghệ và tri thức hàng đầu Việt Nam trong lĩnh vực thông tin và truyền thông với các Cơ sở giáo dục, Viện nghiên cứu trực thuộc và 02 sản phẩm chính là:

- Sản phẩm giáo dục, đào tạo đa dạng, đáp ứng nhu cầu xã hội với chất lượng đạt chuẩn quốc tế và khu vực.

- Sản phẩm nghiên cứu khoa học được quốc tế công nhận và chuyển giao sử dụng trong doanh nghiệp và xã hội.

b) Mục tiêu cụ thể:

* *Mục tiêu về đào tạo và bồi dưỡng:*

- Học viện có cơ sở đào tạo trực thuộc theo mô hình trường thuộc Học viện.

- Học viện có đầy đủ các trình độ đào tạo, với các loại hình đào tạo đa dạng đáp ứng yêu cầu người học.

- Học viện có đủ các ngành đào tạo trong lĩnh vực điện tử viễn thông, CNTT, báo chí và truyền thông, kinh doanh và quản lý đạt chất lượng tốt, đáp ứng được yêu cầu

của xã hội, đặc biệt là yêu cầu nhân lực cho cuộc cách mạng công nghiệp (CMCN) 4.0.

- Các CTĐT của Học viện được xây dựng và kiểm định theo chuẩn khu vực và quốc tế; liên thông với CTĐT của các trường đại học tiên tiến trên thế giới.

- Học viện có hệ đào tạo bồi dưỡng bám sát các ngành/nghề đào tạo dài hạn, linh hoạt đáp ứng tốt nhu cầu của người học tại Học viện, của doanh nghiệp trong ngành thông tin truyền thông và của xã hội.

- * *Mục tiêu về khoa học và công nghệ*

- Học viện có các nhóm nghiên cứu và các Viện nghiên cứu mạnh với nhiều đề tài, nhiệm vụ các cấp.

- Học viện có số lượng công bố, bài báo quốc tế (ISI, Scopus) và số lượt trích dẫn thuộc nhóm Học viện dẫn đầu ở Việt Nam.

- Học viện sở hữu các phát minh, bằng sáng chế có giá trị.

- Học viện có các sản phẩm khoa học công nghệ có tính ứng dụng cao, được chuyển giao cho doanh nghiệp và thương mại hóa.

- * *Mục tiêu về hợp tác quốc tế:*

- Học viện có mạng lưới hợp tác quốc tế rộng về đào tạo và nghiên cứu khoa học.

- Học viện có các hoạt động trao đổi chuyên môn, SV, GV thường xuyên với các Học viện, tổ chức nghiên cứu tiên tiến trên thế giới.

- Học viện có môi trường quốc tế hóa cao, thu hút SV nước ngoài theo học.

- * *Mục tiêu về SV và kết nối cộng đồng:*

- Học viện có hệ thống hỗ trợ hành chính cho người học hiệu quả.

- Học viện có môi trường khuyến khích SV sáng tạo và khởi nghiệp.

- Học viện có các hoạt động hướng nghiệp và kết nối với doanh nghiệp để tìm kiếm việc làm hiệu quả.

- Học viện duy trì và có hoạt động kết nối cựu SV đạt hiệu quả cao.

- * *Mục tiêu về nguồn nhân lực và quản trị đại học*

- Học viện có bộ máy tinh gọn, hiệu quả.

- Học viện có nguồn nhân lực chất lượng cao với quy mô và cơ cấu phù hợp.

- Đời sống của công chức, viên chức và người lao động trong Học viện đảm bảo.

- Học viện có hệ thống quản trị hiện đại, hoàn thành chuyển đổi số hầu hết các hoạt động của Học viện.

** Mục tiêu về tài chính và cơ sở vật chất*

- Học viện có hệ thống cơ sở vật chất đồng bộ đáp ứng yêu cầu học tập và giảng dạy, được hoàn thiện và nâng cấp hàng năm.

- Học viện có hệ thống phòng Lab thí nghiệm thực hành hiện đại, hàng năm được đầu tư và cập nhật đáp ứng yêu cầu nghiên cứu, học tập.

- Học viện có doanh thu tăng trưởng ổn định qua các năm, đảm bảo chi phí và tích lũy với cơ cấu nguồn thu hợp lý.

2.1.4 Công tác đào tạo, bồi dưỡng

Bên cạnh những ngành nghề đào tạo đã có uy tín vững chắc trong nhiều năm qua, Học viện mở thêm nhiều ngành đào tạo mới đáp ứng xu thế phát triển của xã hội và nhu cầu về nguồn nhân lực như Ngành Công nghệ Đa phương tiện, Truyền thông Đa phương tiện, Thương mại Điện tử, Công nghệ Tài chính, Kỹ thuật Điều khiển và Tự động hóa, ... Chất lượng đào tạo luôn được Học viện quan tâm, cải tiến không ngừng cùng với sự quyết tâm ứng dụng chuyển đổi số trong quản lý đào tạo, phương pháp giảng dạy. Các dự án nghiên cứu, dự án hợp tác quốc tế với các tổ chức, tập đoàn lớn như Samsung, Vingroup, Viettel, VNPT, NAVER, FPT... cũng được tăng cường xúc tiến nhằm đa dạng hóa và nâng cao hiệu quả và chất lượng sản phẩm nghiên cứu, đổi mới CTĐT.

Hệ thống đào tạo và cấp bằng của Học viện bao gồm nhiều cấp độ tùy thuộc vào thời gian đào tạo và chất lượng đầu vào của người học. Học viện thực hiện các khoá đào tạo bậc đại học, thạc sĩ và tiến sĩ theo chương trình chuẩn quốc gia và quốc tế theo các hình thức khác nhau như tập trung, phi tập trung, liên thông, đào tạo từ xa...; tổ chức các khoá đào tạo bồi dưỡng ngắn hạn cấp chứng chỉ trong các lĩnh vực Buu chính, Viễn thông, CNTT, Marketing, quản trị kinh doanh, an toàn thông tin, công nghệ đa phương tiện, ...

Các ngành đào tạo trình độ đại học chính quy tuyển sinh năm 2022: Kỹ thuật Điện tử viễn thông; Công nghệ kỹ thuật Điện, điện tử; Quản trị kinh doanh; Thương mại điện tử; Marketing; ; Công nghệ đa phương tiện; Truyền thông đa phương tiện; Công nghệ thông tin và chương trình Chất lượng cao ngành CNTT; An toàn thông tin; Kỹ thuật Điều khiển và tự động hóa; Công nghệ tài chính (Fintech), Công nghệ Internet vạn vật.

Năm 2022, Học viện tuyển sinh 05 ngành đào tạo tiến sỹ, 04 ngành đào tạo thạc sỹ, 14 ngành đào tạo hệ đại học chính quy với 3.820 chỉ tiêu, trong đó có 02 ngành đào tạo ưu tiên là CNTT và An toàn thông tin với 200 chỉ tiêu; 03 ngành đào tạo đại học từ xa và vừa làm vừa học, với 1900 chỉ tiêu. Học viện triển khai tuyển sinh đào tạo chương trình liên kết quốc tế 2 + 2 cấp bằng Cử nhân CNTT của Đại học La Trobe (Úc) với nội dung CTĐT nhiều ưu việt, đồng thời có nhiều cơ hội việc làm, dự kiến là 20 chỉ tiêu.

Quy mô đào tạo tính đến 30/6/2022: Tổng số người học trình độ tiến sỹ là 66 học viên, thạc sỹ là 346 học viên, SV hệ đại học chính quy là 13.222 SV, SV hệ đại học VLVH là ĐHTX là 431 SV và hệ ĐHTX 812 SV.

2.1.5 Hoạt động khoa học công nghệ và hợp tác quốc tế

a) Hợp tác quốc tế:

Với vai trò là đơn vị đào tạo chủ lực của ngành Thông tin và truyền thông, Học viện đã xây dựng và thiết lập mối quan hệ hợp tác với nhiều tổ chức nghiên cứu, trường đại học, học viện, nhiều doanh nghiệp lớn trong khu vực và trên thế giới.

Học viện đã thực hiện được 05 dự án nghiên cứu khoa học quốc tế, hợp tác nghiên cứu với 12 tổ chức quốc tế, tập đoàn Đa quốc gia như Samsung, Naver, Qualcomm, Motorola, Erikson, KDDI, Viện nghiên cứu quốc gia Nhật bản NICT, Tổ chức viễn thông Châu Á Thái bình dương APT, Tổ chức Asean-IVO, Cục Công nghiệp CNTT Đài Loan, tổ chức Erasmus+, ICCO của Châu Âu... Năm 2021 tập đoàn Naver Hàn Quốc đã tài trợ cho Học viện dự án hợp tác NCKH gần 6 tỷ VNĐ, trong tháng 06 năm 2021 Học viện cũng đã bắt đầu triển khai cụ thể các hợp tác với Tập đoàn Qualcomm.

b) Hoạt động khoa học công nghệ

Hoạt động khoa học công nghệ của Học viện có chiều hướng tăng trưởng tốt và có sức lan tỏa, tuy nhiên trong thời gian tới cần chiến lược phát triển có chiều sâu và bền vững để hình thành những nhóm nghiên cứu mạnh, thể hiện vai trò của Học viện với ngành Thông tin và Truyền thông trong việc dẫn dắt định hướng, làm chủ và phát triển các giải pháp công nghệ nền tảng trong bối cảnh chuyển đổi số Quốc gia.

Với những kết quả về nghiên cứu khoa học giai đoạn 2017-2022, Học viện xếp thứ 11 tại Việt Nam và hạng 773 trên thế giới với điểm chung cuộc theo bảng xếp hạng năm 2020 của tổ chức SCIMAGO (tổ chức xếp hạng các cơ sở nghiên cứu khoa

học - Tây Ban Nha). Tuy nhiên, nếu xét riêng từng tiêu chí, thì thứ hạng của Học viện theo ba tiêu chí hiệu suất nghiên cứu, kết quả đổi mới và tác động xã hội lần lượt là 492, 450 và 238. Trong xếp hạng mới nhất của Webometric tháng 5 năm 2021, Học viện hiện đang nằm trong Top 15 các trường đại học của Việt Nam.

Theo số liệu công bố quốc tế trong cơ sở dữ liệu (CSDL) WoS, Scopus và WoS & Scopus của Việt Nam nói chung và các cơ sở giáo dục đại học (CSGDĐH) nói riêng trong giai đoạn 2017-2022, Học viện có 419 số bài báo WoS & Scopus và đứng thứ 16 trong tổng số 30 trường đại học có số bài báo khoa học cao nhất cả nước.

Kết quả cụ thể về hoạt động khoa học công nghệ đạt được giai đoạn 2017-2022:

** Tăng trưởng công bố quốc tế và đăng ký bản quyền sáng chế*

Học viện có 474 bài báo công bố chất lượng quốc tế (năm 2021: Học viện thực hiện 19 nhiệm vụ KHCN cấp nhà nước, 15 đề tài KH&CN cấp Bộ, có hơn 60 bài báo ISI/Scopus so với 28 bài năm 2017 nhờ cơ chế Hỗ trợ đổi mới với bài báo ISI đối với cán bộ, GV trong Học viện); có 05 bản quyền quốc tế của cán bộ Học viện đăng ký tại Mỹ và Anh; tổ chức thành công hàng năm từ 2 đến 3 Hội nghị hội thảo quốc gia, quốc tế về Khoa học Công nghệ, góp phần phát triển 04 số Tạp chí Khoa học Công nghệ của Học viện; thành lập và phát triển 06 nhóm Nghiên cứu Khoa học trọng điểm bước đầu có những thành quả nhất định (Vô tuyến di động, 5G; An toàn Thông tin; Blockchain; Học máy Ứng dụng; Toán Ứng dụng; IoT tích hợp Hệ thống; Chuyển đổi số). Đặc biệt, hoạt động của Câu lạc bộ Khoa học Công nghệ trẻ được thúc đẩy và đã có những thành tựu đáng kể đó là cán bộ trẻ đang chủ trì 06 nhiệm vụ nhà nước và 02 dự án quốc tế.

** Tăng cường Hợp tác quốc tế trong Khoa học Công nghệ*

Học viện đã thực hiện được 05 dự án nghiên cứu khoa học quốc tế, hợp tác nghiên cứu với 12 tổ chức quốc tế, tập đoàn Đa quốc gia như Samsung, Naver, Qualcomm, Motorola, Erikson, KDDI, Viện nghiên cứu quốc gia Nhật bản NICT, Tổ chức viễn thông Châu Á Thái bình dương APT, Tổ chức Asean-IVO, Cục Công nghiệp CNTT Đà Loan, tổ chức Erasmus+, ICCO của Châu Âu... Năm 2021 tập đoàn Naver Hàn Quốc đã tài trợ cho Học viện gói dự án hợp tác NCKH gần 6 tỷ VNĐ, trong tháng 06 năm 2021 Học viện đã triển khai cụ thể các hợp tác với Tập đoàn Qualcomm.

** Thực hiện các nhiệm vụ KHCN các cấp và hợp tác với doanh nghiệp, địa phương*

Học viện hiện vẫn duy trì và là đơn vị đứng đầu các Học viện thực hiện các nhiệm vụ và 100% nghiệm thu đúng hạn các chương trình KHCN cấp nhà nước thuộc chương trình Chính phủ điện tử, CMCN 4.0, chương trình cấp thiết địa phương và chương trình vũ trụ, quỹ Nafosted với 20 nhiệm vụ tổng kinh phí tương đương 80 tỷ VNĐ.

Học viện đẩy mạnh hợp tác phát triển các quan hệ với các Tập đoàn, doanh nghiệp, hiệp hội ICT và với các địa phương. Dưới sự hỗ trợ của Bộ Thông tin Truyền thông và các Bộ, Ngành liên quan, Học viện đã duy trì và phát triển các các hợp tác hiệu quả với 06 tập đoàn doanh nghiệp hàng đầu của Việt Nam về ICT (Vietel, VNPT, MobiFone, VinGroup, CMC, FPT) và hàng trăm doanh nghiệp ICT tại Việt Nam. Một số các hợp tác hiệu quả như Viettel tài trợ Lab nghiên cứu 4G/5G, hợp tác với VNPT phát triển dịch vụ xác thực EzCheck-VNPTcheck, hệ thống kiểm soát trực thông minh Ezsite của Viện CDIT cho MobiFone. VinGroup tài trợ 01 dự án về nghiên cứu chip siêu dẫn quang 8 tỷ VNĐ, tài trợ nghiên cứu cho 06 Nghiên cứu sinh của Học viện trị giá 900 triệu VNĐ.

Các giải pháp về Sổ tay Đảng viên điện tử, sổ tay nhà nông điện tử, hệ sinh thái kết nối SV, an sinh điện tử, các giải pháp số hóa tương tác thông minh trong giáo dục đang được triển khai và bước đầu được đánh giá cao tại một số địa phương.

** Công tác nghiên cứu khoa học trong sinh viên*

Học viện luôn chú trọng công tác nghiên cứu khoa học trong SV. Hàng năm SV Học viện thực hiện hơn 100 nhiệm vụ khoa học công nghệ và liên tục đạt các giải cao trong các kỳ thi quốc gia quốc tế về khoa học công nghệ như giải nhất Olympic Toán và Tin học (ACM), giải nhì SV nghiên cứu khoa học năm 2019, giải nhì cuộc thi IoT khối Asean. Năm 2019, 2020 Học viện xúc tiến 03 chương trình Khởi nghiệp theo đề án 844 của Nhà nước (~ 3 tỷ VNĐ) và hình thành 01 Trung tâm Khởi nghiệp trong tháng 06 năm 2021.

2.1.6 Công tác chuyển đổi số tại Học viện

Thực hiện “*Chương trình Chuyển đổi số quốc gia đến năm 2025, định hướng đến năm 2030*” theo quyết định số 749/QĐ-TTg ngày 03/6/2020 của Thủ tướng chính phủ và chỉ đạo của Bộ trưởng Bộ Thông tin và Truyền thông, Học viện triển khai chuyển

đổi số theo mô hình “Quốc gia số thu nhỏ” vào năm 2025, xây dựng “Học viện Số” đầu tiên ở Việt Nam và làm hình mẫu Đại học chuyển đổi số quốc gia, hướng đến Đại học số tiêu biểu của khu vực ASEAN và thuộc nhóm 10 Học viện chuyển đổi số hàng đầu Châu Á.

Với định hướng theo mô hình “Quốc gia số thu nhỏ”, Học viện xây dựng phương án chuyển đổi số theo 03 trụ cột lớn là (1) Phát triển hệ thống quản trị số, (2) Cung ứng dịch vụ số và (3) Phát triển xã hội số - thu hẹp khoảng cách số. Đồng thời Học viện cũng đặt 05 trọng tâm trong xây dựng “Học viện Số” gồm (1) Học liệu số; (2) Nền tảng số; (3) GV số; (4) SV số; (5) Môi trường số. Đồng thời, hoạt động triển khai chuyển đổi số trong Học viện ứng dụng triệt để chủ trương xây dựng và ứng dụng các nền tảng số “Make in Việt Nam”.

Mục tiêu đến năm 2025, Học viện sẽ tập trung vào phát triển hệ thống quản trị số, nâng cao hiệu quả, hiệu lực hoạt động; cung ứng các dịch vụ giáo dục và đào tạo 100% trên nền tảng công nghệ giáo dục số, xem xét thành lập “Trường đào tạo công nghệ số” đầu tiên ở Việt Nam trực thuộc Học viện; phát triển hệ sinh thái số tương tác giữa SV Học viện với doanh nghiệp và xã hội. Xây dựng nền tảng phát triển mạng xã hội SV Việt Nam.

Kể từ năm 2021, Học viện lựa chọn các giải pháp trọng tâm và đột phá với việc mở rộng quy mô và ngành nghề đào tạo theo hướng đáp ứng nhu cầu nền kinh tế số, song song với việc duy trì và cải thiện chất lượng đào tạo. Cách làm mới của Học viện là đặt mục tiêu chủ động tăng trưởng quy mô tuyển sinh và đa dạng hóa ngành nghề, đẩy mạnh kiểm định chất lượng ngay từ khi xác định kế hoạch năm 2021 và để các công tác của Học viện đồng bộ và phấn đấu đáp ứng mục tiêu kể trên. Việc mở rộng quy mô và đa dạng ngành nghề đi đôi với chất lượng giúp tăng cường nguồn thu tương xứng với tiềm lực của Học viện, giúp Học viện chiếm lĩnh thị trường mới, qua đó khẳng định vị thế, nâng cao đời sống cán bộ Học viện. Việc phát triển toàn diện cả về quy mô, nguồn lực, chất lượng sẽ được Học viện tiếp tục thực hiện trong 5 năm tới theo tinh thần chiến lược phát triển Học viện giai đoạn 2021- 2025 và tầm nhìn đến năm 2030

Quá trình triển khai chuyển đổi số, Học viện đã đạt được những kết quả bước đầu như: Ứng dụng công nghệ trong tổ chức, quản lý đào tạo (PTIT-Slink); ứng dụng thực hành ảo, phòng điều hành số và phòng học thông minh. Bên cạnh đó, hệ thống phần

mềm quản lý đào tạo (Edusoft.NET); cổng thông tin quản lý đào tạo, hệ thống quản lý lớp học trực tuyến (LMS) đã đi vào hoạt động hiệu quả.

Trong một Học viện số, con người và thiết bị đều có hiện diện số, tương tác số để thông minh hóa và tối ưu hóa các hoạt động. Với mã định danh, SV có thể kết nối với app (ứng dụng) hoặc nền tảng chung của Học viện để giải quyết các vấn đề ngoài việc học như thanh toán học phí, truy cập thư viện điện tử, đăng ký KTX, mua bán hàng, gửi xe... Qua đó có thể giảm bớt thời gian, căng thẳng không đáng có, tập trung được nhiều năng lượng hơn cho việc học tập. Đồng thời, SV có thể sử dụng các bảng tương tác thông minh, học liệu số, quản trị học tập số để học từ xa, có những trải nghiệm cá nhân hóa... để gia tăng hiệu quả học tập. Đối với GV, công nghệ sẽ giúp giảm thời gian lên lớp trực tiếp, nắm bắt sát sao kết quả học tập của SV để kịp thời cung cấp kiến thức còn thiếu cho SV. Tất cả hoạt động của người học và GV được kết nối giao dịch trên một nền tảng chung có tính mở và liên tục được cập nhật, hoàn thiện. Kết quả đạt được đến thời điểm hiện tại:

Trong kỳ tuyển sinh năm 2021 và 2022, hệ thống xét tuyển trực tuyến đã được Học viện triển khai đi vào hoạt động, với hơn 18.000 tài khoản đã được khai báo phục vụ cho việc xét tuyển, thí sinh sẽ được cấp 1 tài khoản duy nhất để sử dụng từ việc đăng ký xét tuyển, xác nhận nhập học, nộp hồ sơ, nhập học và vào học chính thức. Đặc biệt, thí sinh còn được cấp mã định danh đã được liên kết với Ngân hàng Đầu tư và Phát triển Việt Nam (BIDV) và Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn (Agribank) để phục vụ cho việc thanh toán trực tuyến (online) các khoản kinh phí theo quy định. Sau khi nhập học tại Học viện, SV có thể sử dụng mã định danh điện tử để thực hiện đăng ký học phần, kiểm tra lịch học và GV giảng dạy; mượn sách, kiểm tra việc đóng học phí; đặt trước các dịch vụ do Học viện cung cấp và thanh toán online.

Ngày 09/12/2021, tại Lễ Vinh danh Giải thưởng Chuyển đổi số Việt Nam 2021, Học viện là một trong các cơ quan, tổ chức doanh nghiệp được bình xét ở hạng mục Cơ quan nhà nước chuyển đổi số xuất sắc, với hệ sinh thái PTIT S-Link phục vụ công tác chuyển đổi số giáo dục đại học nhắm tới mục tiêu đặt người học làm trung tâm của mọi nghiệp vụ, quy trình. Ứng dụng đã được triển khai tại Học viện kể từ năm 2020, với số tài khoản người dùng đạt trên 13.000 tài khoản. Đây là giải thưởng danh giá, tôn vinh thành tựu của 53 tổ chức được vinh danh chuyển đổi số xuất sắc tại Việt Nam.

Kết quả của việc chuyển đổi số trong giáo dục đại học của Học viện có ý nghĩa quan trọng trong giai đoạn cả nước đang phải đẩy mạnh công tác phòng chống dịch bệnh Covid-19 đang diễn biến phức tạp; trong tương lai sẽ góp phần hình thành và phát triển được hệ sinh thái số hỗ trợ toàn diện mọi hoạt động cho người học và cho Học viện.

2.1.7 Các hoạt động đảm bảo chất lượng

Với sứ mạng đào tạo nguồn nhân lực chất lượng cao và phấn đấu đến năm 2030 Học viện nằm trong nhóm 100 Học viện hàng đầu châu Á theo bảng xếp hạng QS Asia, hoạt động đảm bảo chất lượng giáo dục (ĐBCLGD) được Học viện xác định là một trong những khâu quan trọng để nâng cao cũng như khẳng định chất lượng đào tạo đối với xã hội.

Ngày 08/01/2018, Học viện được Trung tâm Kiểm định chất lượng giáo dục - Hiệp hội các Học viện và Cao đẳng Việt Nam cấp Giấy chứng nhận đạt chuẩn chất lượng cơ sở giáo dục theo Quyết định số 11/QĐ-KĐCL.

Năm 2022, Học viện xây dựng kế hoạch thực hiện kiểm định đối với 06 CTĐT trình độ đại học và tổ chức tự đánh giá để đăng ký kiểm định cơ sở giáo dục đại học theo quy định tại Thông tư số 12/2017/TT-BGDĐT ngày 19 tháng 5 năm 2017 của Bộ trưởng Bộ Giáo dục và Đào tạo về kiểm định chất lượng cơ sở giáo dục đại học.

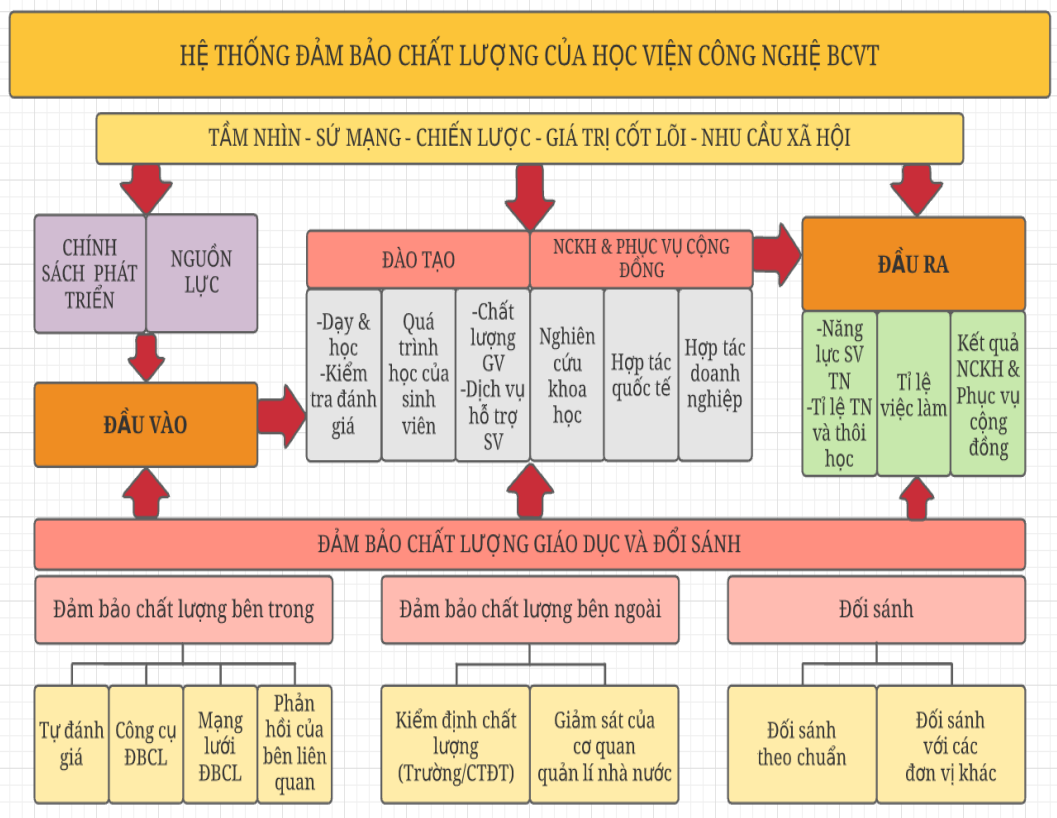
a) Cấu trúc đảm bảo chất lượng của Học viện

Hệ thống đảm bảo chất lượng bên trong Học viện được mô tả trong Hình 1.3 là sơ đồ mô hình bao gồm các chính sách, quy định, quy trình, phân bổ nguồn lực, đào tạo con người, Hoạt động của hệ thống ĐBCL như tự đánh giá cấp CTĐT và cơ sở giáo dục theo bộ tiêu chuẩn MOET, khảo sát ý kiến các bên liên quan (về chất lượng giảng dạy, môi trường làm việc, quản lý và phục vụ cộng đồng, ...) có đóng góp tích cực trong việc nâng cao chất lượng, hiệu quả công tác quản lý và đào tạo của Học viện.

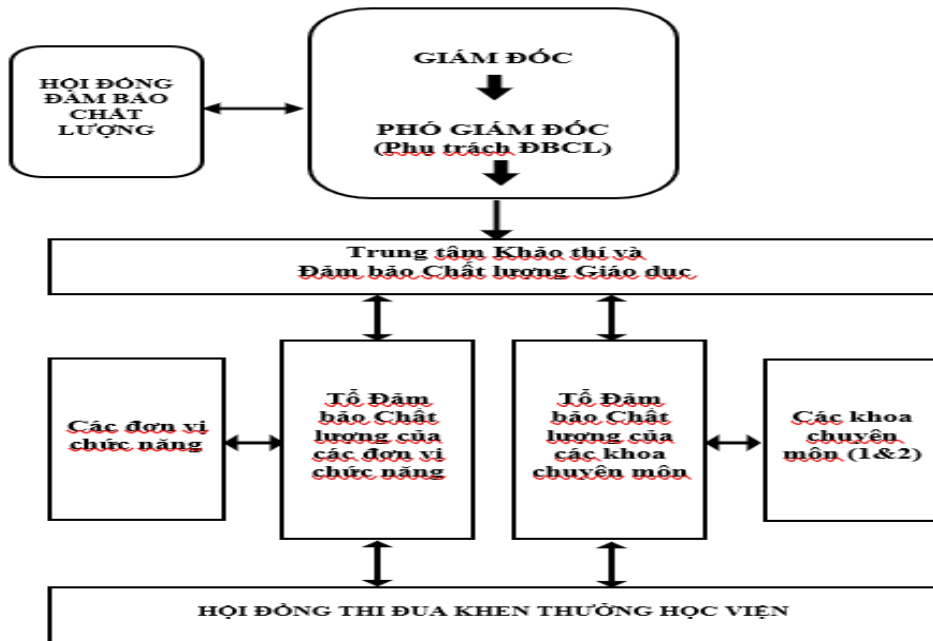
b) Hệ thống vận hành đảm bảo chất lượng của Học viện

Mô hình tổ chức mạng lưới Đảm bảo chất lượng của Học viện bao gồm 71 cán bộ được tổ chức chặt chẽ, hiệu quả. Hội đồng Đảm bảo chất lượng có nhiệm vụ tư vấn cho Ban giám đốc Học viện các vấn đề liên quan đến công tác Đảm bảo chất lượng. Trung tâm khảo thí và Đảm bảo Chất lượng giáo dục với vai trò điều phối chung, tham mưu cho Ban Giám đốc về công tác ĐBCL. Các Tổ ĐBCL ở các đơn vị thuộc Học

viện có nhiệm vụ xây dựng kế hoạch và tổ chức thực hiện công tác ĐBCL tại mỗi đơn vị theo qui trình PDCA và theo hướng dẫn của Bộ GD&ĐT, Học viện.



Hình 1. 3: Sơ đồ mô hình đảm bảo chất lượng bên trong Học viện



Hình 1. 4: Sơ đồ Mạng lưới Đảm bảo chất lượng của Học viện

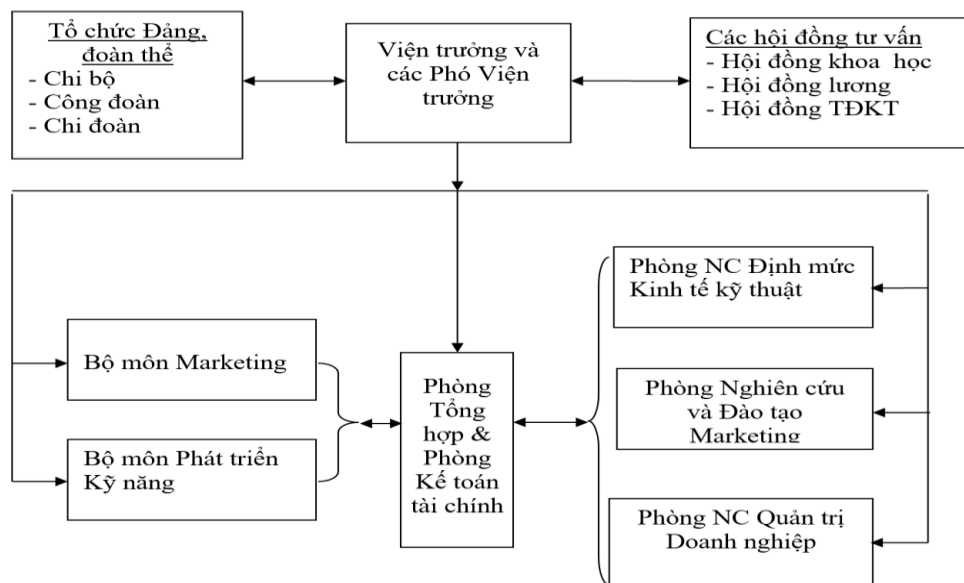
2.2 Tổng quan về Viện Kinh tế Bưu điện, Bộ môn Marketing và CTĐT ngành Marketing

2.2.1 Tổng quan về Viện Kinh tế Bưu điện

Viện Kinh tế Bưu điện được thành lập ngày 01/01/1980 theo quyết định số 2308/QĐ ngày 20/12/1979 của Tổng cục trưởng Tổng cục Bưu điện trên cơ sở của Viện Kinh tế và Quy hoạch Bưu điện, được thành lập theo Quyết định số 812/QĐ ngày 28/5/1975 của Tổng cục trưởng Tổng cục Bưu điện.

Thực hiện quyết định số 516/TTg ngày 11/7/1997 của Thủ tướng Chính phủ về việc thành lập Học viện Công nghệ Bưu chính Viễn thông, Viện Kinh tế Bưu điện được tổ chức lại thành Viện Kinh tế Bưu điện trực thuộc Học viện Công nghệ Bưu chính Viễn thông theo quyết định số 229/QĐ-TCCB/HĐQT ngày 9/9/1997 của Hội đồng quản trị Tổng công ty Bưu chính Viễn thông Việt Nam và quyết định số 635/QĐ-TCCB-LĐ ngày 22/3/1999 của Tổng Giám đốc Tổng công ty Bưu chính Viễn thông Việt Nam.

Viện Kinh tế Bưu điện là đơn vị thuộc các tổ chức khoa học và công nghệ; tổ chức phục vụ công nghệ, cung cấp dịch vụ đào tạo, tư vấn, chuyển giao công nghệ, sản xuất, kinh doanh hoạt động theo Quy chế tổ chức và hoạt động ban hành tại Quyết định số 673/QĐ-HV ngày 25/7/2016 của Giám đốc Học viện Công nghệ Bưu chính Viễn thông. Như vậy, Viện Kinh tế Bưu điện là đơn vị sự nghiệp có thu, có tư cách pháp nhân, có con dấu theo tên gọi, được mở tài khoản tại ngân hàng hoặc kho bạc nhà nước và hoạt động theo “Quy chế tổ chức và hoạt động” của Học viện Công nghệ Bưu chính Viễn thông và “Quy chế tổ chức và hoạt động” của Viện Kinh tế Bưu điện do Giám đốc Học viện phê chuẩn. Sơ đồ tổ chức bộ máy Viện Kinh tế Bưu điện theo Hình 1.5.



Hình 1. 5: Sơ đồ tổ chức của Bộ môn Marketing thuộc Viện Kinh tế Bưu điện

Năm 2012, Viện Kinh tế Bưu điện bắt đầu triển khai hoạt động đào tạo hệ đại học chính qui theo Quyết định số 499/QĐ-HV-ĐT&KHCV ngày 31/7/2012 của Giám đốc Học viện về việc giao Viện Kinh tế Bưu điện tổ chức và quản lý một số môn học thuộc nhóm ngành Marketing. Ngày 12/08/2012, Viện Kinh tế Bưu điện ra quyết định thành lập Phòng Nghiên cứu và Đào tạo Marketing với nhiệm vụ nghiên cứu và xây dựng CTĐT ngành Marketing tại Học viện.

Năm 2013, ngành Marketing bắt đầu tuyển sinh khóa 1, Phòng Nghiên cứu và Đào tạo Marketing được giao phụ trách chuyên môn, giảng dạy các học phần thuộc lĩnh vực Marketing cho Học viện, đánh dấu phạm vi và mức độ tham gia sâu của Viện Kinh tế Bưu điện vào lĩnh vực đào tạo đại học hệ chính qui của Học viện.

2.2.2 Tổng quan về Bộ môn Marketing

Học viện có hai cơ sở đào tạo đại học tại Hà Nội và Thành phố Hồ Chí Minh (TP. HCM), do điều kiện khoảng cách về địa lý, Học viện thành lập 02 đơn vị thực hiện CTĐT ngành Marketing là Bộ môn Marketing thuộc Viện Kinh tế Bưu điện (có văn phòng làm việc tại Cơ sở Hà Đông, Thành phố Hà Nội) và Bộ môn Marketing thuộc Khoa Quản trị Kinh doanh 2 (có văn phòng làm việc tại Cơ sở Học viện tại Thành phố Hồ Chí Minh).

Năm 2016, Bộ môn Marketing được thành lập với nhiệm vụ quản lý ngành Marketing, tổ chức giảng dạy các học phần thuộc lĩnh vực Marketing cho tất cả các hệ, hình thức, trình độ đào tạo mà Học viện giao cho Viện Kinh tế Bưu điện quản lý; lập kế hoạch và tổ chức thực hiện các hoạt động khoa học và công nghệ, hợp tác quốc tế; hợp tác với các tổ chức khoa học và công nghệ, cơ sở sản xuất, kinh doanh liên quan đến ngành nghề đào tạo và huy động sự tham gia của doanh nghiệp và quá trình đào tạo của khoa; xây dựng kế hoạch và tổ chức thực hiện công tác giáo dục chính trị, tư tưởng, đạo đức, lối sống cho cán bộ, GV và người học thuộc ngành Marketing; xây dựng kế hoạch phát triển đội ngũ GV; ngành nghề đào tạo và cơ sở vật chất phục vụ cho đào tạo và nghiên cứu khoa học, tăng cường điều kiện bảo đảm chất lượng đào tạo; đề xuất thay đổi về tổ chức, nhân sự quản lý và giảng dạy của ngành Marketing; quản lý cán bộ, GV và người học thuộc ngành, tổ chức đánh giá theo quy định của Học viện; tham gia đánh giá cán bộ quản lý trong Học viện; tổ chức thực hiện các chủ trương chính sách, chỉ thị, nghị quyết, quy chế, quy định của cấp trên; phối hợp và tạo điều kiện cho tổ chức Công đoàn, Đoàn thanh niên Cộng sản Hồ Chí Minh và các đoàn

thể khác hoạt động thực hiện tốt điều lệ, chức năng, nhiệm vụ của tổ chức mình; tổ chức các phong trào thi đua dạy tốt, học tốt và các nội dung thi đua khác trong Viện Kinh tế Bưu điện và Khoa Quản trị kinh doanh 2.

Viện Kinh tế Bưu điện và Khoa Quản trị kinh doanh 2 là đơn vị trực thuộc Học viện có chức năng đào tạo và NCKH thuộc lĩnh vực Marketing, thực hiện sự chỉ đạo thống nhất của Học viện về mọi mặt hoạt động trong công tác tổ chức thực hiện CTĐT ngành Marketing.

Trực tiếp thực hiện công tác đào tạo CTĐT ngành Marketing gồm Bộ môn Marketing thuộc Viện Kinh tế Bưu điện và Bộ môn Marketing thuộc Khoa Quản trị kinh doanh 2. Các hoạt động về đào tạo và NCKH được phối hợp đồng bộ giữa các đơn vị, vì vậy, sau đây gọi chung là Bộ môn Marketing trong các nội dung tiếp theo của báo cáo tự đánh giá CTĐT ngành Marketing.

Bộ môn Marketing thực hiện sự chỉ đạo thống nhất của Học viện về mọi mặt hoạt động trong công tác tổ chức thực hiện CTĐT và có chức năng đào tạo và nghiên cứu khoa học thuộc lĩnh vực Marketing. Bộ môn Marketing có các chuyên ngành Internet Marketing, Truyền thông Marketing và Phân tích dữ liệu Marketing số. Bộ môn Marketing tổ chức và tham gia đào tạo trình độ đại học với các hình thức đào tạo chính quy, vừa làm vừa học, từ xa. CTĐT được thiết kế đảm bảo tính kế thừa, liên thông giữa các bậc đào tạo cho sinh viên khi có nhu cầu học nâng cao hơn ở các trường đại học có đào tạo cấp bậc học thạc sĩ, tiến sĩ chuyên ngành Marketing hoặc các chuyên ngành khác thuộc lĩnh vực kinh tế.

Hiện tại, Bộ môn Marketing được giao nhiệm vụ tổ chức và quản lý giảng dạy hơn 40 học phần thuộc nhóm môn Marketing của ngành Marketing và các ngành khác bao gồm Tài chính, Thương mại điện tử, Quản trị kinh doanh, Truyền thông đa phương tiện với các chức năng như sau:

- Tham gia xây dựng mới hoặc bổ sung, cải tiến, hoàn thiện mục tiêu, chương trình, nội dung, giáo trình, bài giảng, tài liệu giảng dạy, phương pháp giảng dạy các môn học ở các bậc học, các hệ đào tạo và các loại hình đào tạo bồi dưỡng được Học viện giao.

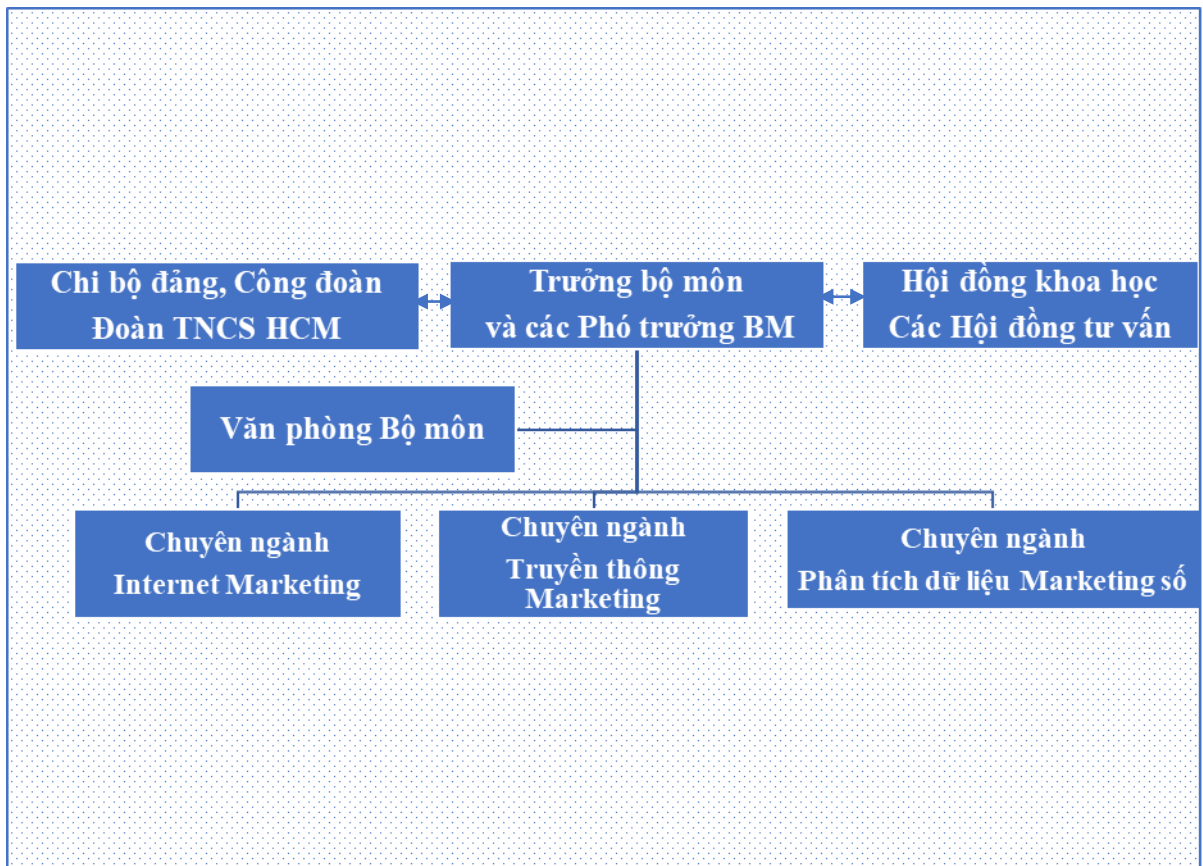
- Quản lý và tổ chức thực hiện kế hoạch đào tạo được giao theo đúng thời gian, mục tiêu, chương trình, nội dung, phương pháp đã được Giám đốc Học viện phê duyệt.

- Thực hiện việc quản lý sinh viên theo phân công và quy định của Học viện.

Mặc dù Bộ môn Marketing thành lập năm 2016 nhưng ngành Marketing được chính thức tuyển sinh từ năm 2013, trải qua gần 10 năm xây dựng và phát triển, đội ngũ cán bộ, giảng viên của Bộ môn không ngừng lớn mạnh cả về số lượng và chất lượng, đa số giảng viên của Bộ môn có trình độ thạc sỹ trở lên, được đào tạo cơ bản từ các trường đại học có uy tín trong và ngoài nước, năng động, sáng tạo, có năng lực nghiên cứu khoa học.

a) Cơ cấu tổ chức

Cơ cấu tổ chức của Bộ môn Marketing gồm văn phòng bộ môn và các Tổ theo chuyên ngành đào tạo: Văn phòng Bộ môn thực hiện các công việc hành chính và hỗ trợ lãnh đạo Bộ môn, Viện Kinh tế Bưu điện và các chuyên ngành trong công tác đào tạo, NCKH; các chuyên ngành được giao phụ trách giảng dạy các học phần thuộc chuyên ngành về Internet Marketing, Truyền thông Marketing và Phân tích dữ liệu Marketing số. Sơ đồ tổ chức của Bộ môn Marketing theo Hình 1.6 dưới đây:



Hình 1. 6: Sơ đồ cơ cấu tổ chức của Bộ môn Marketing

b) Đội ngũ cán bộ, giảng viên

Tính đến 31/10/2022, tổng số cán bộ, GV của Bộ môn Marketing là 45 người (trong đó phía Bắc có 26 người và phía Nam có 19 người) .

Tổng số giảng viên cơ hữu của CTĐT Ngành Marketing là 40 người, trong đó có 8 tiến sĩ (chiếm 20%); 28 thạc sĩ (chiếm 70%); số GV thỉnh giảng và kiêm giảng là 05 người (GV kiêm giảng là các cán bộ từ các đơn vị khác trong Học viện tham gia giảng dạy tại Khoa); độ tuổi trung bình của GV cơ hữu là 36,8 tuổi.

Tỷ lệ SV/GV: Tổng số sinh viên CTĐT ngành Marketing tính đến 31/10/2022 là 1.022 SV. Tỷ lệ SV/GV của ngành Marketing trong 5 năm của chu kỳ kiểm định là 22,40 SV/GV. Tỷ lệ này đáp ứng yêu cầu về xác định chỉ tiêu tuyển sinh trình độ đại học theo quy định tại Thông tư số 06/2018/TT-BGDĐT ngày 28/02/2018 của Bộ Giáo dục và Đào tạo và Thông tư số 01/2019/TT-BGDĐT ngày 25/02/2019 sửa đổi Thông tư số 06/2018/TT-BGDĐT ngày 28/02/2018.

c) Danh sách lãnh đạo Bộ môn Marketing

STT	Tên bộ môn	Trưởng bộ môn
1	Bộ môn Marketing thuộc Viện Kinh tế Bưu điện	TS. Nguyễn Thị Hoàng Yến
2	Bộ môn Marketing thuộc Khoa Quản trị kinh doanh 2	TS. Nguyễn Văn Phước

d) Nghiên cứu khoa học: Trong giai đoạn 2017-2022, Bộ môn Marketing đã triển khai thực hiện các nhiệm vụ:

- Nghiên cứu khoa học: Bộ môn Marketing đã thực hiện 06 đề tài cấp Bộ, và 56 đề tài cấp Học viện; công bố 27 bài đăng trên tạp chí khoa học quốc tế, 66 bài đăng trên tạp chí khoa học cấp ngành trong nước và 11 bài đăng Tạp chí/ tạp san của Học viện; xuất bản được 03 cuốn sách.

- Các hoạt động hợp tác đào tạo và NCKH: Các CTĐT của Học viện nói chung và ngành Marketing nói riêng đều được xây dựng với phương châm gắn kết chặt chẽ giữa lý thuyết và thực hành, giữa đào tạo, nghiên cứu khoa học và sản xuất kinh doanh, vì vậy, Bộ môn Marketing đã xây dựng mối quan hệ hợp tác đào tạo và NCKH với nhiều đối tác trong và ngoài nước như Urah Network, Ichip, ...

e) Tổ chức phong trào sinh viên:

+ Bộ môn Marketing tổ chức cho sinh viên tham gia các cuộc thi chuyên môn về lĩnh vực Marketing hàng năm như Marketing Big Day, Creative Factors.

+ Trong giai đoạn 2017-2022, SV ngành Marketing thực hiện 88 đề tài NCKH với sự tham gia của hơn 200 lượt SV. Đồng thời, ngành Marketing còn tham gia sáng lập và hỗ trợ phát triển CLB Up Community với hơn 400 thành viên tham gia.

+ Bộ môn Marketing tổ chức nhiều hoạt động phong trào tạo sân chơi lành mạnh cho sinh viên: Cuộc thi Marketing big day; các cuộc thi tài năng, văn hóa, văn nghệ trong sinh viên và hỗ trợ phát triển Câu lạc bộ Up Community cho sinh viên với hơn 400 thành viên tham gia; tổ chức 08 buổi training online cho các thành viên câu lạc bộ về kỹ năng chuyên môn Marketing, lập kế hoạch, sản tạo nội dung, tổ chức sự kiện và học tập. Để hỗ trợ các thành viên câu lạc bộ học tập và rèn luyện, phát triển kỹ năng nghề nghiệp, câu lạc bộ sinh viên đã tổ chức chương trình Talkshow “Hành trang Marketers” với trung bình 2-3 chương trình/năm. Bên cạnh đó, câu lạc bộ sinh viên đã cũng đã phối hợp, hỗ trợ các hoạt động, chương trình do Đoàn thanh niên Học viện và Bộ môn Marketing tổ chức.

2.2.3 Tổng quan về CTĐT ngành Marketing

a) CTĐT cử nhân ngành Marketing của Học viện được phép mở mã ngành số 7340115 theo Quyết định số 1368/QĐ-BGDĐT ngày 16/4/2011 của Bộ trưởng Bộ Giáo dục và Đào tạo. Mục tiêu chung của CTĐT cử nhân ngành Marketing của Học viện được thiết kế nhằm đào tạo và cung ứng nguồn nhân lực trình độ đại học ngành Marketing trong thời đại hội nhập quốc tế. Sinh viên tốt nghiệp chương trình có phẩm chất đạo đức nghề nghiệp và sức khỏe tốt; có bản lĩnh chính trị vững vàng; có kiến thức cơ bản, cơ sở và bổ trợ về kinh tế, kinh doanh và quản lý; có kiến thức và kỹ năng chuyên môn về ngành Marketing.

b) CTĐT ngành Marketing năm 2022 được hoàn thiện trên cơ sở kế thừa CTĐT đại học ngành năm 2016, 2018 và theo hướng dẫn của Bộ GD&ĐT về đào tạo đại học cấp bằng cử nhân và yêu cầu đào tạo nhân lực ngành Marketing chất lượng cao phục vụ nhu cầu phát triển nhanh của nền kinh tế, xã hội. Ngoại trừ các học phần ngoại ngữ đào tạo bằng tiếng Anh, tất cả các học phần khác của CTĐT đại học ngành Marketing được giảng dạy bằng tiếng Việt. Chương trình được thiết kế theo phương pháp CDIO nhằm đào tạo SV toàn diện, bao gồm các kiến thức nền tảng, kiến thức chuyên môn, kỹ năng và phẩm chất đạo đức, trong đó nhấn mạnh phát triển khả năng tự học, năng lực thực hành và trách nhiệm xã hội. SV tốt nghiệp đáp ứng được các yêu cầu về kiến thức, kỹ năng chuyên sâu và phẩm chất đạo đức, đáp ứng yêu cầu lao động của xã hội.

CTĐT được thiết kế trên cơ sở tuân thủ các quy định và hướng dẫn của Bộ Giáo dục và Đào tạo, quy định của Học viện; phù hợp với định hướng phát triển lĩnh vực Thông tin và Truyền thông và nhu cầu nguồn nhân lực, thị trường lao động ngành Marketing khu vực, quốc gia và quốc tế. Chương trình được xây dựng trên cơ sở tham khảo các tiêu chuẩn về đảm bảo chất lượng giáo dục quốc gia và quốc tế (AUN); tham khảo và đối sánh với các CTĐT đại học ngành Marketing của các trường đại học, học viện khác trong và ngoài nước.

c) Một số thông tin chung về CTĐT:

- Tên ngành đào tạo:

+ Tiếng Việt: Marketing

+ Tiếng Anh: Marketing

- Mã số ngành đào tạo: 7340115

- Trình độ đào tạo: Đại học

- Số tín chỉ yêu cầu: 128 Tín chỉ

- Thời gian đào tạo: 4 năm - 8 học kỳ (tối đa 6 năm).

- Tên văn bằng tốt nghiệp:

+ Tiếng Việt: Cử nhân ngành Marketing

+ Tiếng Anh: Bachelor of Marketing

- Chương trình tham khảo khi xây dựng CTĐT ngành Marketing: Khi xây dựng CTĐT ngành Marketing năm 2022, Bộ môn Marketing đã tham khảo các CTĐT ngành Marketing của các trường đại học trong và ngoài nước, cụ thể:

+ CTĐT trong nước: CTĐT ngành Marketing của Đại học Kinh tế quốc dân năm 2019 (Ban hành theo Quyết định số 1246/QĐ-ĐHKTQD ngày 18 tháng 06 năm 2019); CTĐT đại học ngành Marketing của Trường Đại Thương mại (ban hành theo Quyết định số 1566/QĐ-ĐHTM ngày 25 tháng 12 năm 2019)

+ CTĐT nước ngoài: Chương trình BA. Digital Marketing của trường Đại học quốc tế RMIT; chương trình BS. Digital Marketing Technology của trường Đại học University of Wisconsin - Stout (Mỹ); chương trình BA. Digital Marketing của University College Birmingham (Anh); chương trình BA. Digital Marketing của trường Đại học Chester (Anh).

2.3 Thực hiện công tác đảm bảo chất lượng giáo dục:

Bộ môn Marketing luôn chú trọng đến đảm bảo chất lượng giáo dục, do đó khi mở mới CTĐT, Bộ môn đã thiết kế và xây dựng CTĐT theo hướng dẫn của Bộ GD&ĐT. Trong quá trình triển khai CTĐT, để nâng cao chất lượng giảng dạy của GV, sau mỗi học kỳ của năm học, Bộ môn đã phối hợp với Trung tâm KT&ĐBCLGD lấy ý kiến phản hồi về mức độ hài lòng của SV đối với GV giảng dạy, kết quả khảo sát từ SV là cơ sở để mỗi GV tự phấn đấu và rèn luyện nâng cao năng lực chuyên môn, nghiệp vụ và phương pháp giảng dạy. Để không ngừng nâng cao chất lượng, Bộ môn đã triển khai các hoạt động cải tiến chất lượng như: Rà soát các CTĐT, đảm bảo không bị trùng lặp mã học phần, nội dung học phần... giữa các hệ đào tạo; xác định phù hợp tỷ lệ điểm thành phần, có tính đến điểm chuyên cần; số tín chỉ của CTĐT phù hợp với văn bằng; rà soát đề cương chi tiết các học phần, cập nhật tài liệu học tập; tham gia các buổi tập huấn về công tác chủ nhiệm lớp, CVHT; Phối hợp với Phòng CT&CTSV, hàng quý tổ chức các buổi họp giao ban công tác SV với thành phần tham gia họp là chủ nhiệm lớp và CVHT; ...

Các hoạt động kiểm tra, đánh giá được Bộ môn và Học viện tiến hành hàng năm nhằm phát huy những điểm mạnh và khắc phục những điểm tồn tại để đảm bảo, nâng cao chất lượng đào tạo.

Với phương châm đào tạo gắn liền với thực tế và hội nhập quốc tế, Bộ môn Marketing đang xây dựng CTĐT chất lượng cao, linh hoạt thường xuyên cập nhật kiến thức thực tiễn cho sinh viên ngành Marketing. Đặc biệt là các môn học đưa chương trình Marketing tiệm cận được với CTĐT quốc tế, xây dựng được những kiến thức nền tảng chắc chắn để sinh viên ngành Marketing có thể tự tin tiếp xúc và làm việc trong môi trường nước ngoài.

Ý thức được việc kiểm định chất lượng CTĐT là việc làm hết sức quan trọng nên Học viện và Bộ môn Marketing đã thực hiện việc tự đánh CTĐT ngành Marketing theo tiêu chuẩn đánh giá chất lượng của Bộ GD&ĐT. Việc tự đánh giá CTĐT ngành Marketing là cơ sở để Học viện và Bộ môn Marketing cải tiến chất lượng của CTĐT. Tự đánh giá cũng đồng thời thể hiện tính tự chủ, tự chịu trách nhiệm của đơn vị trong toàn bộ hoạt động đào tạo, nghiên cứu khoa học, phục vụ cộng đồng; tạo cơ sở dữ liệu cơ bản, đảm bảo tính khoa học cho việc điều chỉnh mục tiêu, lập kế hoạch nâng cao chất lượng và triển khai thực hiện kế hoạch trong giai đoạn tiếp theo.

PHẦN II. TỰ ĐÁNH GIÁ THEO CÁC TIÊU CHUẨN, TIÊU CHÍ

Tiêu chuẩn 1: Mục tiêu và chuẩn đầu ra của CTĐT

Mở đầu

Mục tiêu và chuẩn đầu ra (CĐR) của CTĐT (CTĐT) ngành Marketing được xác định rõ ràng, phù hợp với sứ mạng và tầm nhìn của Học viện Công nghệ Bưu chính Viễn thông, phù hợp với mục tiêu của giáo dục đại học Việt Nam và có căn cứ đảm bảo được yêu cầu về kiến thức, kỹ năng, thái độ, trách nhiệm nghề nghiệp mà người học (NH) đạt được sau khi hoàn thành CTĐT, thể hiện được sự cam kết với người học, xã hội.

Các mục tiêu và CĐR được xây dựng và định kỳ rà soát, điều chỉnh trên cơ sở sự tham gia đóng góp ý kiến của các bên liên quan như: Sinh viên (SV), cựu SV, nhà tuyển dụng lao động, chuyên gia và giảng viên (GV).

Các bên liên quan dễ dàng tiếp cận và hiểu được mục tiêu và CĐR của CTĐT. Sau mỗi lần điều chỉnh, rà soát, mục tiêu và CĐR của CTĐT được công bố công khai trên các phương tiện truyền thông của Học viện.

Tiêu chí 1.1: Mục tiêu của CTĐT được xác định rõ ràng, phù hợp với sứ mạng và tầm nhìn của cơ sở giáo dục đại học, phù hợp với mục tiêu của giáo dục đại học quy định tại Luật giáo dục đại học.

1. Mô tả hiện trạng

Chương trình giáo dục đại học ngành Marketing trình độ đại học của Học viện ban hành năm 2016 theo Quyết định số 523/QĐ-HV ngày 30/5/2016 [H1.01.01.01], năm 2018 theo Quyết định số 289/QĐ-HV ngày 16/4/2018 [H1.01.01.02] và năm 2022 theo Quyết định số 1454/QĐ-HV ngày 27/10/2022 [H1.01.01.03].

Mục tiêu của CTĐT ngành Marketing năm 2016 [H1.01.01.01] được xác định rõ ràng và được thể hiện cụ thể như sau:

- Về kiến thức và kỹ năng nghề nghiệp: Sinh viên theo học chương trình cử nhân Marketing của Học viện không những được trang bị những kiến thức, kỹ năng cần thiết và tương đối toàn diện, cập nhật về Marketing, mà còn được cung cấp những kiến thức, kỹ năng nền tảng về ICT và ứng dụng ICT trong hoạt động Marketing của các doanh nghiệp. Với việc tiên phong trong việc trang bị các kiến thức nền tảng về ICT cho sinh viên, chương trình cử nhân Marketing của Học viện cũng cho phép sinh viên ngành Marketing có thể hiểu sâu hơn về lĩnh vực ICT, cũng như đặc trưng của các

doanh nghiệp và sản phẩm/dịch vụ trong lĩnh vực này. Đặc biệt, sau khi kết thúc các môn học kiến thức ngành, sinh viên có thể lựa chọn hướng học tập và nghiên cứu chuyên sâu về Internet Marketing hoặc Truyền thông Marketing:

+ Chuyên ngành Internet Marketing nhằm trang bị cho sinh viên những kiến thức và kỹ năng nhằm thực hành các công cụ Marketing trong kỷ nguyên số, giúp sinh viên có khả năng quản lý, xây dựng kế hoạch Marketing và quảng bá hiệu quả trên Internet.

+ Chuyên ngành Truyền thông Marketing nhằm trang bị cho sinh viên những kiến thức chuyên sâu và hệ thống về hoạt động truyền thông Marketing để phân tích, nghiên cứu, hoạch định chính sách và giải quyết các vấn đề liên quan đến hoạt động truyền thông Marketing trong doanh nghiệp.

Mặt khác, trong CTĐT ngành Marketing, sinh viên cũng được trang bị những kỹ năng mềm như phương pháp làm việc khoa học và chuyên nghiệp, tư duy hệ thống và tư duy phân tích, khả năng trình bày, khả năng giao tiếp và làm việc hiệu quả trong nhóm (đa ngành), hội nhập được trong môi trường quốc tế.

- Về năng lực và cơ hội nghề nghiệp: Với những kiến thức nền tảng vững chắc, hiện đại và thực tiễn liên quan đến Marketing và ICT từ chương trình cử nhân ngành Marketing của Học viện, sau khi tốt nghiệp, sinh viên sẽ có nhiều cơ hội việc làm hấp dẫn tại các doanh nghiệp trong nước và nước ngoài. Đặc biệt, với việc được trang bị những kiến thức nền tảng về ICT, sinh viên ngành Marketing của Học viện sẽ có lợi thế đặc biệt khi thi tuyển vào các vị trí Marketing của các doanh nghiệp trong lĩnh vực ICT. Các vị trí quan trọng mà sinh viên ngành Marketing của Học viện có thể đảm nhận tốt sau khi ra trường là:

- + Chuyên viên phụ trách hoạt động truyền thông Marketing
- + Chuyên viên nghiên cứu thị trường
- + Chuyên viên phân tích thị trường (trực tuyến)
- + Chuyên viên Marketing trực tuyến
- + Chuyên viên SEO
- + Chuyên viên phân tích web
- + Chuyên viên thương mại điện tử
- + Chuyên viên phân tích và phát triển thị trường
- + Chuyên viên quan hệ công chúng và tổ chức sự kiện
- +

Bên cạnh đó, với nền tảng kiến thức lý thuyết và thực tiễn vững chắc về Marketing và ICT, sau khi tốt nghiệp, sinh viên cũng có thể tự tạo lập doanh nghiệp và tìm kiếm cơ hội kinh doanh riêng cho bản thân hoặc trở thành các cán bộ nghiên cứu, cán bộ giảng dạy về Marketing tại các Viện, trường Đại học... hoặc tiếp tục học cao hơn ở trình độ Thạc sỹ, Tiến sỹ (quản trị kinh doanh, Marketing) ở trong và ngoài nước.

- Về hành vi đạo đức: Sau khi tốt nghiệp CTĐT đại học ngành Marketing của Học viện, sinh viên sẽ:

+ Có phẩm chất đạo đức tốt, tính kỷ luật cao, biết làm việc tập thể theo nhóm, theo dự án, say mê khoa học và luôn tự rèn luyện nâng cao phẩm chất chính trị và năng lực chuyên môn.

+ Hiểu biết về các giá trị đạo đức và nghề nghiệp, ý thức về những vấn đề đương đại, hiểu rõ vai trò của các giải pháp quản trị doanh nghiệp trong bối cảnh kinh tế, môi trường, xã hội toàn cầu và trong bối cảnh riêng của đất nước

+ Ý thức được sự cần thiết phải thường xuyên học tập nâng cao trình độ, có năng lực chuyên môn và khả năng ngoại ngữ để tự học suốt đời.

- Về ngoại ngữ:

+ Sau khi tốt nghiệp, sinh viên có năng lực tiếng Anh tương đương với trình độ B1 khung tham chiếu chung Châu Âu (CEFR) hay Bậc 3 theo khung năng lực ngoại ngữ 6 bậc dùng cho Việt Nam.

+ Có khả năng sử dụng tiếng Anh tốt trong các hoạt động liên quan đến nghề nghiệp được đào tạo.

Mục tiêu của CTĐT ngành Marketing ban hành năm 2018 [H1.01.01.02] đã được rà soát, cập nhật về mục tiêu theo hướng xác định và phân biệt rõ giữa mục tiêu và CDR. Các mục tiêu của CTĐT được xác định rõ ràng, gồm những mục tiêu chung của chương trình và mục tiêu riêng của các chuyên ngành đào tạo, không chia thành các nhóm mục tiêu chi tiết như CTĐT năm 2016. Đồng thời, so với CTĐT năm 2016, CTĐT năm 2018 bổ sung mục tiêu riêng của chuyên ngành đào tạo mới về Phân tích dữ liệu Marketing số. Cụ thể là:

- Mục tiêu chung: CTĐT ngành Marketing nhằm cung cấp cho sinh viên những kiến thức chuyên môn, kỹ năng và năng lực cần thiết để làm chủ tư duy phân tích, chiến lược và sử dụng các phương pháp, công cụ Marketing số để phát triển và thành

công trong thế giới số luôn thay đổi. Cụ thể, sinh viên tốt nghiệp tất cả các chuyên ngành của ngành Marketing có thể:

+ Vận dụng được một cách phù hợp các kiến thức và kỹ năng chuyên môn để phân tích, phát hiện và giải quyết những vấn đề về Marketing của tổ chức và doanh nghiệp (phân tích cơ hội thị trường, xác định mục tiêu và định vị thị trường, chiến lược Marketing, thiết kế và triển khai các hoạt động Marketing tác nghiệp, kiểm tra và đánh giá hoạt động Marketing)

+ Vận dụng được các kiến thức và kỹ năng về Marketing vào thực tiễn hoạt động Marketing trong bối cảnh môi trường Marketing biến động và đang số hóa mạnh mẽ

+ Vận dụng được các kiến thức, kỹ năng xã hội và kỹ năng cá nhân phù hợp với các chuyên ngành được đào tạo để làm việc một cách độc lập và làm việc nhóm hiệu quả

+ Giao tiếp được bằng tiếng anh và sử dụng được các kiến thức về ICT và chuyên ngành cũng như các kỹ năng chuyên sâu được đào tạo nhằm nghiên cứu và ứng dụng các tiến bộ khoa học công nghệ vào hoạt động Marketing của tổ chức/doanh nghiệp

- Mục tiêu riêng của các chuyên ngành: Sau khi kết thúc các môn học kiến thức ngành, sinh viên có thể lựa chọn hướng học tập và nghiên cứu chuyên sâu về Internet Marketing, Phân tích dữ liệu Marketing số hoặc Truyền thông Marketing với các mục tiêu cụ thể sau:

+ Chuyên ngành Internet Marketing : Chuyên ngành này có mục tiêu trang bị cho sinh viên những kiến thức và kỹ năng tư duy chiến lược nền tảng về Internet Marketing cũng như các kiến thức và kỹ năng cần thiết nhằm thực hành các công cụ Marketing trong kỷ nguyên số, giúp sinh viên có khả năng quản lý, xây dựng kế hoạch Marketing và quảng bá hiệu quả trên Internet. Mục tiêu cụ thể của chuyên ngành này là giúp sinh viên sau khi tốt nghiệp có thể: Vận dụng các kiến thức chuyên ngành và kỹ năng chuyên môn nhằm xây dựng và triển khai, đánh giá các chiến dịch Internet Marketing một cách phù hợp với thực tiễn môi trường Marketing của tổ chức, doanh nghiệp; vận dụng được một cách phù hợp các kiến thức và kỹ năng chuyên môn được đào tạo trong chuyên ngành nhằm thực hiện các hoạt động tác nghiệp liên quan đến Internet Marketing, bao gồm: phân tích web, Marketing qua phương tiện truyền thông xã hội, Marketing qua công cụ tìm kiếm, biên tập web.

+ Chuyên ngành Phân tích dữ liệu Marketing số: Mục tiêu của chuyên ngành này là nhằm trang bị cho sinh viên những kiến thức và kỹ năng vững chắc về khai thác, phân tích và sử dụng dữ liệu Marketing trong môi trường số năng động. Mục tiêu cụ thể của chuyên ngành này là giúp sinh viên sau khi tốt nghiệp có thể: Vận dụng các kiến thức chuyên ngành và kỹ năng chuyên môn được đào tạo trong chuyên ngành một cách phù hợp nhằm phân tích, diễn giải và sử dụng dữ liệu để định hướng các hoạt động kinh doanh và Marketing, cũng như để trả lời các câu hỏi Marketing mà các doanh nghiệp và tổ chức gặp phải; vận dụng được một cách phù hợp các kiến thức chuyên sâu về phương pháp và công cụ khai phá dữ liệu phục vụ cho các quyết định Marketing trong thực tiễn các tổ chức/doanh nghiệp, cũng như sử dụng dữ liệu vào việc đưa ra các quyết định Marketing và giải quyết các vấn đề kinh doanh nói chung của doanh nghiệp.

+ Chuyên ngành Truyền thông Marketing: Mục tiêu của chuyên ngành này là nhằm trang bị cho sinh viên những kiến thức chuyên sâu và hệ thống về hoạt động truyền thông Marketing để phân tích, nghiên cứu, hoạch định và giải quyết các vấn đề liên quan đến hoạt động truyền thông Marketing trong doanh nghiệp. Mục tiêu cụ thể của chuyên ngành này là giúp sinh viên sau khi tốt nghiệp có thể: Vận dụng các kiến thức chuyên ngành và kỹ năng chuyên môn nhằm xây dựng và triển khai, đánh giá các hoạt động/chiến dịch truyền thông Marketing một cách phù hợp với thực tiễn môi trường Marketing của tổ chức, doanh nghiệp; vận dụng được một cách phù hợp các kiến thức và kỹ năng chuyên môn được đào tạo trong chuyên ngành nhằm thực hành một số công cụ truyền thông Marketing, bao gồm: Marketing trực tiếp, quan hệ công chúng, quảng cáo, ...

Biên bản họp Bộ môn Marketing về đóng góp ý kiến cho dự thảo chương trình khung giáo dục đại học ngành Marketing năm 2018 vào ngày 30/3/2018 [H1.01.01.04] ghi rõ “*Các mục tiêu đã được xác định rõ ràng, phù hợp với bối cảnh tự chủ của Học viện, đặc thù định hướng của CTĐT định hướng Marketing số và phù hợp với sứ mạng, tầm nhìn của Học viện*”. Các mục tiêu của CTĐT ngành Marketing được rà soát, điều chỉnh năm 2018 đã được thông qua trong Hội thảo nghiệm thu CTĐT ngành Marketing cấp Học viện ngày 10/04/2018 [H1.01.01.05].

CTĐT ngành Marketing năm 2022 được rà soát, cập nhật và ban hành theo Quyết định số 1454/QĐ-HV ngày 27/10/2022 [H1.01.01.03], các mục tiêu được điều chỉnh

theo hướng xác định rõ ràng hơn và chia thành 2 nhóm: mục tiêu chung và các mục tiêu chi tiết. Mục tiêu chung được điều chỉnh thành “CTĐT Cử nhân ngành Marketing với định hướng về Marketing số của Học viện Công nghệ Bưu chính Viễn thông được thiết kế nhằm đào tạo cử nhân Marketing có phẩm chất chính trị vững vàng, có đạo đức và sức khỏe tốt, có trách nhiệm xã hội; có kiến thức cơ bản về kinh tế - xã hội, quản lý, quản trị kinh doanh; có kiến thức và kỹ năng chuyên sâu về Marketing, Marketing số; có khả năng làm việc độc lập, thích ứng nhanh với các nhiệm vụ cụ thể thuộc chức năng Marketing, có năng lực tự học tập, nghiên cứu bồi dưỡng để nâng cao trình độ” để bao quát hơn, đảm bảo phù hợp với mục tiêu của giáo dục đại học quy định tại Luật giáo dục đại học. Bên cạnh đó, các mục tiêu chi tiết cũng được rà soát và điều chỉnh theo hướng được phân nhóm và tuyên bố rõ ràng hơn. Trong CTĐT được ban hành năm 2022, các mục tiêu chi tiết được phân thành các nhóm: kiến thức, kỹ năng, thái độ, trình độ ngoại ngữ và tin học, và bao quát cả những mục tiêu cụ thể chuyên biệt cho các chuyên ngành đào tạo. Cụ thể như sau:

- Mục tiêu chung: CTĐT Cử nhân ngành Marketing với định hướng về Marketing số của Học viện Công nghệ Bưu chính Viễn thông được thiết kế nhằm đào tạo cử nhân Marketing có phẩm chất chính trị vững vàng, có đạo đức và sức khỏe tốt, có trách nhiệm xã hội; có kiến thức cơ bản về kinh tế – xã hội, quản lý, quản trị kinh doanh; có kiến thức và kỹ năng chuyên sâu về Marketing, Marketing số; có khả năng làm việc độc lập, thích ứng nhanh với các nhiệm vụ cụ thể thuộc chức năng Marketing, có năng lực tự học tập, nghiên cứu bồi dưỡng để nâng cao trình độ

- Mục tiêu cụ thể: Mục tiêu cụ thể của CTĐT cử nhân ngành Marketing chuyên sâu về Marketing số của Học viện Công nghệ Bưu chính Viễn thông nhằm đào tạo cử nhân Marketing có:

+ *Kiến thức*

PO1. Kiến thức cơ bản về lý luận chính trị, hệ thống pháp luật Việt Nam, an ninh quốc phòng.

PO2. Kiến thức cơ bản về các nguyên lý, quy luật và thực tiễn về kinh tế và quản trị kinh doanh để có thể vận dụng vào thực tế hoạt động kinh doanh của các tổ chức và doanh nghiệp

PO3. Kiến thức toàn diện về lý thuyết và thực tiễn Marketing và Marketing số vào thực tiễn kinh doanh của các tổ chức, doanh nghiệp, từ lập kế hoạch đến triển khai, kiểm soát, đánh giá

Với chuyên ngành Internet Marketing

PO4. Kiến thức chuyên sâu về các kênh, công nghệ và công cụ Marketing số; lập kế hoạch, triển khai và kiểm tra, đánh giá hoạt động và chiến dịch Marketing trong môi trường số.

Với chuyên ngành Phân tích Dữ liệu Marketing số

PO5. Kiến thức chuyên sâu về phân tích, đánh giá thành tích hoạt động Marketing và Marketing số để có thể đề xuất các hoạt động cải thiện nhằm tối hoạt động Marketing và Marketing số của các tổ chức, doanh nghiệp

Với chuyên ngành Truyền thông Marketing

PO6. Kiến thức chuyên sâu về các hình thức và công cụ truyền thông Marketing; lập kế hoạch, triển khai, đánh giá các hoạt động/chiến dịch truyền thông Marketing

+ *Kỹ năng*

PO7. Các kỹ năng chuyên môn cơ bản để có thể triển khai thực hiện hoạt động Marketing và Marketing số trong thực tiễn các doanh nghiệp, tổ chức

PO8. Các kỹ năng bổ trợ và kỹ năng mềm để có thể làm việc hiệu quả trong môi trường năng động và chuyên nghiệp

+ *Thái độ*

PO9. Phẩm chất đạo đức, ý thức nghề nghiệp, trách nhiệm công dân, chủ động sáng tạo, có ý thức phối hợp, hợp tác trong công việc.

+ *Trình độ ngoại ngữ và tin học*

PO10. Khả năng sử dụng tiếng Anh trong các hoạt động liên quan đến nghề nghiệp được đào tạo.

PO11. Khả năng sử dụng tốt các công cụ tin học và phần mềm cơ bản và chuyên môn phục vụ cho công việc, học tập và nghiên cứu.

Biên bản họp Bộ môn Marketing về đóng góp ý kiến cho dự thảo chương trình khung giáo dục đại học ngành Marketing năm 2022 [H1.01.01.06], mặc dù đánh giá “Các mục tiêu trên đã được xác định rõ ràng, bao phủ các nhóm mục tiêu từ kiến thức, kỹ năng, thái độ và trình độ ngoại ngữ, tin học”. Tuy vậy, mục tiêu về trình độ tin học (PO11) về “Khả năng sử dụng tốt các công cụ tin học và phần mềm cơ bản và chuyên

môn phục vụ cho công việc, học tập và nghiên cứu” vẫn chưa thực sự rõ ràng và có thể bị nhầm lẫn với mục tiêu liên quan đến kỹ năng chuyên môn. Biên bản Hội thảo nghiệm thu CTĐT ngành Marketing năm 2022 cấp Học viện [H1.01.01.07] đã kết luận: “Hoàn toàn đồng ý về mục tiêu đào tạo của CTĐT ngành Marketing đã được dự thảo, đề xuất sửa đổi”.

Theo Quyết định công bố sứ mạng, tầm nhìn, mục tiêu chiến lược của Học viện ban hành theo Quyết định số 516/QĐ-HV ngày 06/06/2017 [H1.01.01.08], sứ mạng của Học viện là: “Sáng tạo và chuyển giao tri thức cho xã hội thông qua việc gắn kết các hoạt động đào tạo nguồn nhân lực chất lượng cao, nghiên cứu khoa học và chuyển giao công nghệ trong lĩnh vực thông tin, truyền thông và công nghệ số góp phần xây dựng đất nước Việt Nam hùng cường”. Như vậy, có thể thấy mục tiêu của CTĐT đại học ngành Marketing ban hành 2018 [H1.01.01.02] và năm 2022 [H1.01.01.03] trang bị cho SV những kiến thức và kỹ năng chuyên sâu trong lĩnh vực Marketing số để có thể thích ứng với môi trường Marketing biến động và đang số hóa mạnh mẽ là phù hợp với sứ mạng của Học viện.

Mục tiêu CTĐT trình độ đại học ngành Marketing cũng phù hợp với tầm nhìn của Học viện trong Chiến lược phát triển Học viện được ban hành theo Quyết định số 156/QĐ-HV ngày 05/03/2020 của Giám đốc Học viện [H1.01.01.09] và Nghị quyết số 42/NQ-HV ngày 25/11/2021 của Hội đồng Học viện [H1.01.01.10] là: “*Đến năm 2030, Học viện Công nghệ Bưu chính Viễn thông là trường đại học hàng đầu Việt nam về quy mô, chất lượng đào tạo, nghiên cứu khoa học; là hình mẫu tiên phong về chuyển đổi số trong giáo dục đại học; trở thành trường đại học hàng đầu của khu vực, nằm trong nhóm 100 trường đại học hàng đầu châu Á, nhóm 5 trường đại học hàng đầu Đông Nam Á về công nghệ số*”. Từ tầm nhìn này, để Học viện trở thành một trung tâm về giáo dục, đào tạo trong lĩnh vực thông tin và truyền thông, CTĐT đại học ngành Marketing định hướng về Marketing số đã nhấn mạnh đến mục tiêu đào tạo các kiến thức và kỹ năng chuyên sâu về Marketing số, gắn liền với công nghệ số và lĩnh vực thông tin và truyền thông.

Theo khoản 2, Điều 5 Luật giáo dục đại học năm 2012 [H1.01.01.11] và Luật Giáo dục đại học sửa đổi 2018 [H1.01.01.12], mục tiêu cụ thể của giáo dục đại học là “*Đào tạo trình độ đại học để SV có kiến thức chuyên môn toàn diện, nắm vững nguyên lý, quy luật tự nhiên - xã hội, có kỹ năng thực hành cơ bản, có khả năng làm việc độc*

lập, sáng tạo và giải quyết những vấn đề thuộc ngành được đào tạo”. Mục tiêu đào tạo của CTĐT đại học ngành Marketing của Học viện là “*Đào tạo cử nhân Marketing có phẩm chất chính trị vững vàng, có đạo đức và sức khỏe tốt, có trách nhiệm xã hội; có kiến thức cơ bản về kinh tế – xã hội, quản lý, quản trị kinh doanh; có kiến thức và kỹ năng chuyên sâu về Marketing, Marketing số; có khả năng làm việc độc lập, thích ứng nhanh với các nhiệm vụ cụ thể thuộc chức năng Marketing, có năng lực tự học tập, nghiên cứu bồi dưỡng để nâng cao trình độ*” là phù hợp với mục tiêu của giáo dục đại học quy định trong Luật giáo dục Đại học.

Chương trình giáo dục đại học ngành Marketing của Học viện bắt đầu được triển khai từ năm 2013. Trong giai đoạn 2017-2022, chương trình giáo dục đại học ngành Marketing của Học viện đã được sửa đổi, bổ sung 03 lần vào các năm 2016, 2018 và 2022. Thông qua báo cáo tổng hợp ý kiến khảo sát về dự thảo CTĐT năm 2018 [H1.01.01.13]; báo cáo tổng hợp ý kiến khảo sát về dự thảo CTĐT và bản mô tả CTĐT năm 2022 [H1.01.01.14] cho thấy mục tiêu đào tạo của CTĐT ngành Marketing năm 2016, 2018 và 2022 được xác định rõ ràng và phù hợp với sứ mạng và tầm nhìn của Học viện trong từng giai đoạn và mục tiêu của giáo dục đại học theo Luật giáo dục đại học. Đồng thời, Học viện đã xác định rất rõ định hướng của CTĐT ngành Marketing từ năm 2022 là Marketing số với những mục tiêu được xác định rõ ràng, phù hợp với sứ mạng và tầm nhìn của Học viện giai đoạn 2020-2025 và tầm nhìn đến năm 2030.

2. Điểm mạnh

Các mục tiêu của CTĐT đại học ngành Marketing của được trình bày rõ ràng, phù hợp với Sứ mạng và Tầm nhìn của Học viện qua các giai đoạn khác nhau.

3. Điểm tồn tại

Trong CTĐT năm 2022, mục tiêu về trình độ tin học (PO11) về “*Khả năng sử dụng tốt các công cụ tin học và phần mềm cơ bản và chuyên môn phục vụ cho công việc, học tập và nghiên cứu*” vẫn chưa thực sự rõ ràng và có thể bị nhầm lẫn với mục tiêu liên quan đến kỹ năng chuyên môn.

4. Kế hoạch hành động

Học kỳ I, năm học 2023-2024, Bộ môn Marketing phối hợp với Phòng Đào tạo tổ chức hiệu chỉnh, làm rõ nội dung của mục tiêu về trình độ tin học (PO11) về “*Khả*

năng sử dụng tốt các công cụ tin học và phần mềm cơ bản và chuyên môn phục vụ cho công việc, học tập và nghiên cứu”.

5. *Tự đánh giá*: Mức đạt được của tiêu chí: 5/7

Tiêu chí 1.2: Chuẩn đầu ra của CTĐT được xác định rõ ràng, bao quát được cả các yêu cầu chung và yêu cầu chuyên biệt mà người học cần đạt được sau khi hoàn thành CTĐT.

1. *Mô tả hiện trạng*

Trong giai đoạn 2017-2022, Học viện đã có 2 lần rà soát, ban hành CDR của CTĐT ngành Marketing. Ngoài chuẩn đầu ra của CTĐT ngành Marketing được thể hiện trong Chương trình giáo dục đại học ngành Marketing năm 2018 và được ban hành theo Quyết định số 289/QĐ-HV ngày 16/4/2018 [H1.01.01.02], CDR CTĐT ngành Marketing năm 2022 được ban hành theo Quyết định số 1453/QĐ-HV ngày 27/10/2022 [H1.01.02.01].

Chuẩn đầu ra CTĐT ngành Marketing đã nêu cụ thể về kiến thức, kỹ năng, mức tự chủ và trách nhiệm đối với người học tốt nghiệp và triển vọng việc làm trong tương lai. CDR cũng được xây dựng theo Quy trình xây dựng và công bố CDR được hướng dẫn tại Công văn số 2196/BGDĐTGDĐH ngày 22/04/2010 về Hướng dẫn xây dựng và công bố CDR ngành đào tạo [H1.01.02.02] và Thông tư số 07/2015/TT-BGDĐT ngày 16/4/2015 của Bộ GD&ĐT quy định về khối lượng kiến thức tối thiểu, yêu cầu về năng lực mà NH đạt được sau khi tốt nghiệp với mỗi trình độ đào tạo của giáo dục đại học và quy trình xây dựng, thẩm định ban hành CTĐT trình độ ĐH, ThS, TS [H1.01.02.03], đều được xác định rõ ràng và được thể hiện thông qua 4 yếu tố cốt lõi mà người học cần đạt được sau khi tốt nghiệp, gồm: kiến thức; kỹ năng; mức tự chủ, trách nhiệm đối với người học tốt nghiệp và triển vọng việc làm trong tương lai.

CDR của CTĐT trình độ đại học ngành Marketing được ban hành theo Quyết định 289/QĐ-HV ngày 16/4/2018 [H1.01.01.02] được xác định rõ ràng thông qua 3 nhóm: (1) Kiến thức, (2) Kỹ năng: bao hàm cả kỹ năng chuyên môn, kỹ năng mềm, ngoại ngữ, công nghệ thông tin và (3) Năng lực tự chủ và trách nhiệm. Cụ thể, CTĐT năm 2018 có 44 CDR, bao gồm có 21 CDR về kiến thức (bao hàm cả kiến thức chung và kiến thức chuyên ngành), 20 CDR về kỹ năng (*gồm 13 kỹ năng chuyên môn chung và riêng của 3 chuyên ngành, 4 CDR kỹ năng mềm, 2 CDR ngoại ngữ và 1 CDR về CNTT*) và 3 CDR về năng lực tự chủ và trách nhiệm. Nội dung mô tả vị trí việc làm

mà người học tốt nghiệp CTĐT có thể đảm nhiệm được trình bày trong một mục riêng trong mô tả CĐR chương trình.

CĐR của CTĐT trình độ đại học ngành Marketing năm 2022 được ban hành theo Quyết định số 1453/QĐ-HV ngày 27/10/2022 [H1.01.02.01] đã được phân nhóm chi tiết thành 4 nhóm với các CĐR trong từng nhóm được xác định rõ ràng nhưng bao quát các yêu cầu cụ thể đối với người học sau khi tốt nghiệp. Cụ thể, CTĐT gồm 24 CĐR chia thành 4 nhóm như sau: (1) 11 CĐR về kiến thức, gồm cả kiến thức chung và các kiến thức riêng cho 3 chuyên ngành, (2) 10 CĐR các kỹ năng (gồm 7 CĐR kỹ năng chuyên môn phủ cả kỹ năng chuyên môn chung và kỹ năng chuyên môn riêng cho 3 chuyên ngành, 3 CĐR kỹ năng bổ trợ và kỹ năng mềm), (3) 2 CĐR về ngoại ngữ, (4) 2 CĐR về năng lực tự chủ và trách nhiệm. Trong khung chuẩn đầu ra của CTĐT năm 2022, nội dung mô tả vị trí việc làm mà người học tốt nghiệp CTĐT có thể đảm nhiệm được trình bày trong một mục riêng, trước phần trình bày về nội dung CĐR.

Biên bản họp Bộ môn Marketing về đóng góp ý kiến cho dự thảo chương trình khung giáo dục đại học ngành Marketing năm 2022 [H1.01.01.06] có nhận xét như sau: *“Các nhóm CĐR và các CĐR cụ thể về mặt kiến thức và kỹ năng chuyên môn chung cũng như cho từng chuyên ngành, về kỹ năng bổ trợ và kỹ năng mềm, ngoại ngữ, năng lực tự chủ và trách nhiệm nhìn chung đã được xác định rõ ràng, bao quát đầy đủ các yêu cầu mà người học cần đạt được, bám sát mục tiêu đào tạo đã tuyên bố”*. Tuy vậy, biên bản cũng ghi rõ CĐR PLO20 thuộc nhóm kỹ năng bổ trợ và kỹ năng mềm *“Có khả năng sử dụng những phần mềm phân tích dữ liệu cơ bản (Excel, SPSS...)”* của phiên bản CTĐT năm 2022 chưa thực sự rõ ràng do có thể bị nhầm lẫn với các CĐR liên quan đến kỹ năng chuyên môn, đặc biệt là PLO13 *“Có khả năng sử dụng các kỹ năng thu thập, phân tích và diễn giải các loại dữ liệu cơ bản (dữ liệu sơ cấp, dữ liệu thứ cấp, dữ liệu người dùng để lại trong môi trường Internet, dữ liệu số) và quản trị cơ sở dữ liệu nhằm phục vụ cho các quyết định Marketing”*.

Nội dung của Biên bản họp Hội thảo nghiệm thu CTĐT ngành Marketing năm 2022 cấp Học viện đã kết luận: hoàn toàn đồng ý về CĐR của CTĐT ngành Marketing năm 2022 [H1.01.01.07].

CĐR của CTĐT trình độ đại học ngành Marketing năm 2022 được ban hành theo Quyết định 1453/QĐ-HV ngày 27/10/2022 [H1.01.02.01] gồm 24 CĐR chia thành 4

nhóm: kiến thức, kỹ năng, ngoại ngữ, năng lực tự chủ và trách nhiệm. Chi tiết về các CDR trong 4 nhóm yêu cầu như sau:

- CDR về kiến thức: gồm 11 CDR với 8 CDR về kiến thức chung và 3 CDR kiến thức riêng cho 3 chuyên ngành. Cụ thể như sau:

Sinh viên tốt nghiệp CTĐT cử nhân ngành Marketing của Học viện Công nghệ Bru chính Viễn thông sẽ đạt các chuẩn đầu ra về kiến thức như sau:

LO1. Hiểu và vận dụng được kiến thức cơ bản về lý luận chính trị Triết học Mác Lênin, Kinh tế chính trị Mác-Lênin, chủ nghĩa xã hội khoa học, tư tưởng Hồ Chí Minh, Lịch sử Đảng Cộng sản Việt Nam và các kiến thức về pháp luật Việt Nam vào giải quyết các vấn đề kinh tế-xã hội trong thực tiễn.

LO2. Hiểu và vận dụng được các kiến thức cơ bản phục vụ hoạt động kinh doanh như về toán kinh tế, xác suất thống kê, kinh tế lượng, quản trị học, , quản trị dự án... vào giải quyết vấn đề kinh doanh và Marketing của tổ chức, doanh nghiệp

LO3. Phân tích và vận dụng được những vấn đề cơ bản của môi trường Marketing hiện đại, hành vi khách hàng vào thực tiễn hoạt động Marketing của tổ chức, doanh nghiệp.;

LO4. Hiểu và vận dụng được tư duy và quan điểm Marketing hiện đại; những khái niệm, qui trình và nguyên lý nền tảng về Marketing vào thực tiễn hoạt động Marketing của tổ chức, doanh nghiệp.

LO5. Hiểu và vận dụng được lĩnh vực/chức năng và công cụ Marketing cơ bản; phân tích, đánh giá và sử dụng một cách phối hợp các công cụ Marketing tác nghiệp nhằm tối ưu hoạt động Marketing của doanh nghiệp/tổ chức trong môi trường cạnh tranh và biến động;

LO6. Hiểu và vận dụng được các kiến thức nền tảng về Marketing số, các công nghệ và công cụ Marketing số, thương mại điện tử vào thực tiễn hoạt động Marketing của các tổ chức, doanh nghiệp trong môi trường số

LO7. Hiểu và vận dụng được các nguyên tắc và qui trình lập kế hoạch, triển khai và giám sát các hoạt động Marketing nói chung và Marketing số nói riêng trong thực tiễn bối cảnh cụ thể của các tổ chức, doanh nghiệp

LO8. Hiểu và phân tích được bản chất, vai trò, các loại hình dữ liệu kinh doanh/Marketing, các phương pháp thu thập và phân tích dữ liệu kinh

doanh/Marketing, quản trị dữ liệu; có thể vận dụng kiến thức về dữ liệu, quản trị dữ liệu vào các quyết định Marketing của tổ chức/doanh nghiệp

+ *Với chuyên ngành Internet Marketing*

LO9. Hiểu được các kiến thức chuyên sâu về các kênh Marketing số cơ bản (web, social media, search engine) và các công nghệ, công cụ Marketing số liên quan; vận dụng được các kiến thức chuyên sâu trên vào lập kế hoạch, triển khai và kiểm tra, đánh giá hoạt động và chiến dịch Marketing trong môi trường số.

+ *Với chuyên ngành Phân tích Dữ liệu Marketing số*

LO10. Hiểu được các kiến thức chuyên sâu về khai phá dữ liệu, phân tích, đánh giá thành tích hoạt động Marketing và Marketing số để có thể đề xuất các hoạt động cải thiện nhằm tối hoạt động Marketing và Marketing số của các tổ chức, doanh nghiệp

+ *Với chuyên ngành Truyền thông Marketing*

LO11. Hiểu được các kiến thức chuyên sâu về các hình thức và công cụ truyền thông Marketing cơ bản; có khả năng lập kế hoạch, triển khai, đánh giá các hoạt động/chiến dịch truyền thông Marketing của các tổ chức, doanh nghiệp

- CĐR về kỹ năng: gồm 10 CĐR trong đó có 7 CĐR kỹ năng chuyên môn phủ cả kỹ năng chuyên môn chung và kỹ năng chuyên môn riêng cho 3 chuyên ngành và 3 CĐR kỹ năng bổ trợ và kỹ năng mềm

+ *Kỹ năng chuyên môn*

Sinh viên tốt nghiệp CTĐT cử nhân ngành Marketing của Học viện sẽ đạt các chuẩn đầu ra về kỹ năng chuyên môn cơ bản để thực hiện được mục tiêu phân tích và vận dụng các kiến thức chuyên môn về Marketing và marke vào thực tiễn. Cụ thể là:

LO12. Có khả năng sử dụng các kỹ năng cơ bản về phân tích môi trường Marketing và thấu hiểu người tiêu dùng

LO13. Có khả năng sử dụng các kỹ năng thu thập, phân tích và diễn giải các loại dữ liệu cơ bản (dữ liệu sơ cấp, dữ liệu thứ cấp, dữ liệu người dùng để lại trong môi trường Internet, dữ liệu số) và quản trị cơ sở dữ liệu nhằm phục vụ cho các quyết định Marketing

LO14. Có khả năng sử dụng kỹ năng lập kế hoạch, triển khai, đánh giá và theo dõi hoạt động Marketing nói chung, Marketing số nói riêng

Với chuyên ngành Internet Marketing

LO15. Có khả năng sử dụng kỹ năng chuyên sâu để lựa chọn và phối hợp các kênh và công cụ Marketing số nhằm xây dựng kế hoạch và triển khai các chương trình và chiến dịch Marketing số

Với chuyên ngành Phân tích Dữ liệu Marketing Số

LO16. Có khả năng sử dụng kỹ năng chuyên sâu về phân tích Marketing và phân tích Marketing số nhằm đánh giá thành tích và kết quả hoạt động Marketing nhằm phục vụ cho các quyết định điều chỉnh chiến lược, kế hoạch và các chương trình Marketing để mang lại thành tích tốt hơn cho tổ chức, doanh nghiệp

Với chuyên ngành Truyền thông Marketing

LO17. Có khả năng sử dụng kỹ năng chuyên sâu để lựa chọn và phối hợp các hình thức và công cụ truyền thông Marketing cơ bản; lập kế hoạch, triển khai, đánh giá các hoạt động/chiến dịch truyền thông Marketing của các tổ chức, doanh nghiệp

+ Kỹ năng hỗ trợ và kỹ năng mềm

Sinh viên tốt nghiệp CTĐT cử nhân ngành Marketing của Học viện sẽ đạt các chuẩn đầu ra về kỹ năng hỗ trợ và kỹ năng mềm như sau:

LO18. Có khả năng tư duy hệ thống, logic, sáng tạo và khoa học nhằm có thể vận dụng tốt các kiến thức và kỹ năng chuyên môn được học vào thực tiễn hoạt động Marketing của tổ chức, doanh nghiệp trong môi trường đầy biến động;

LO19. Có khả năng sử dụng các kỹ năng mềm phục vụ cho việc thực hiện các công việc một cách chuyên nghiệp, bao gồm: kỹ năng lập kế hoạch, kỹ năng làm việc nhóm, kỹ năng giao tiếp, trình bày, kỹ năng giải quyết vấn đề... trong các tình huống công việc đa dạng

LO20. Có khả năng sử dụng những phần mềm phân tích dữ liệu cơ bản (Excel, SPSS...)

- CĐR về ngoại ngữ: gồm 3 CĐR cụ thể như sau

Sinh viên tốt nghiệp CTĐT cử nhân ngành Marketing của Học viện sẽ đạt các chuẩn đầu ra về ngoại ngữ như sau:

LO21. Đạt năng lực tiếng Anh tương đương với trình độ B1 khung tham chiếu chung Châu Âu (CEFR) hay Bậc 3 theo khung năng lực ngoại ngữ 6 bậc dùng cho Việt Nam.

LO22. Có khả năng sử dụng tiếng Anh cơ bản trong các hoạt động liên quan đến nghề nghiệp được đào tạo.

- CĐR về năng lực tự chủ và trách nhiệm: gồm 2 CĐR

Sinh viên tốt nghiệp CTĐT cử nhân ngành Marketing của Học viện sẽ đạt các chuẩn đầu ra về năng lực tự chủ, trách nhiệm và hành vi đạo đức như sau:

LO23. Có khả năng tự học tập, nghiên cứu, tích lũy kinh nghiệm để thích nghi với môi trường làm việc năng động

LO24. Có phẩm chất đạo đức, ý thức nghề nghiệp, trách nhiệm công dân, tôn trọng và chấp nhận pháp luật, có ý thức tổ chức kỷ luật và tinh thần hợp tác

Theo khung CĐR của CTĐT ngành Marketing năm 2022 [H1.01.02.01], với những kiến thức nền tảng toàn diện, hiện đại và thực tiễn liên quan đến Marketing và Marketing số từ CTĐT ngành Marketing của Học viện, sau khi tốt nghiệp, sinh viên sẽ có nhiều cơ hội việc làm hấp dẫn tại các doanh nghiệp trong nước và nước ngoài. Đặc biệt, với việc được trang bị những kiến thức nền tảng về Marketing, sinh viên ngành Marketing của Học viện sẽ có lợi thế đặc biệt khi thi tuyển vào các vị trí công việc liên quan đến Digital Marketing. Các vị trí việc làm cụ thể mà sinh viên ngành Marketing của Học viện có thể đảm nhận tốt sau khi ra trường là:

- Chuyên viên Marketing
- Chuyên viên digital Marketing
- Chuyên viên phân tích chiến dịch Marketing
- Chuyên viên nghiên cứu thị trường
- Chuyên viên nghiên cứu và phân tích thị trường
- Chuyên viên SEO (Search Engine Optimisation Manager)
- Chuyên viên phân tích web
- Chuyên viên thương mại điện tử
- Chuyên viên phân tích Insight khách hàng
- Chuyên viên phân tích SMM (Social Media Marketing Analyst)
- Chuyên viên công nghệ Marketing (Marketing technologist)
- Chuyên viên phân tích chiến lược Marketing
- Chuyên viên phân tích cơ sở dữ liệu Marketing
- Chuyên viên phân tích dữ liệu Marketing (Marketing data analyst)
- Chuyên viên Phân tích kinh doanh (Business analytics)
- Chuyên viên phụ trách hoạt động truyền thông Marketing
- Chuyên viên Marketing trực tuyến

- Chuyên viên quan hệ công chúng và tổ chức sự kiện

-

Bên cạnh đó, với nền tảng kiến thức lý thuyết và thực tiễn vững chắc về Marketing và Marketing số, sau khi tốt nghiệp, sinh viên cũng có thể tự tạo lập doanh nghiệp và tìm kiếm cơ hội kinh doanh riêng cho bản thân hoặc trở thành các cán bộ nghiên cứu, cán bộ giảng dạy về Marketing tại các Viện, trường Đại học... hoặc tiếp tục học cao hơn ở trình độ Thạc sỹ, Tiến sỹ (quản trị kinh doanh, Marketing) ở trong và ngoài nước.

CĐR của CTĐT ngành Marketing còn được xác định rõ ràng qua CĐR của từng học phần trong CTĐT ngành Marketing năm 2022 [H1.02.02.05] và mỗi học phần đều có CĐR cần đạt được và ma trận liên kết nội dung học phần với CĐR của học phần và CĐR của CTĐT.

Như vậy, có thể thấy CĐR của CTĐT ngành Marketing đã nêu cụ thể các yêu cầu về kiến thức, kỹ năng, mức tự chủ và trách nhiệm đối với người học tốt nghiệp và nêu rõ vị trí việc làm có thể đảm nhiệm trong tương lai.

2. Điểm mạnh

Các CĐR của CTĐT đại học ngành Marketing được trình bày rõ ràng và đã cụ thể hóa mục tiêu phát triển của Học viện.

3. Điểm tồn tại

CĐR PLO20 thuộc nhóm kỹ năng bổ trợ và kỹ năng mềm “*Có khả năng sử dụng những phần mềm phân tích dữ liệu cơ bản (Excel, SPSS...)*” trong CTĐT ngành Marketing năm 2022 chưa thực sự rõ ràng do có thể bị nhầm lẫn với các CĐR liên quan đến kỹ năng chuyên môn, đặc biệt là PLO13 “*Có khả năng sử dụng các kỹ năng thu thập, phân tích và diễn giải các loại dữ liệu cơ bản (dữ liệu sơ cấp, dữ liệu thứ cấp, dữ liệu người dùng để lại trong môi trường Internet, dữ liệu số) và quản trị cơ sở dữ liệu nhằm phục vụ cho các quyết định Marketing*”.

4. Kế hoạch hành động

Học kỳ 2, năm học 2023-2024, Bộ môn Marketing phối hợp với Phòng Đào tạo hiệu chỉnh, làm rõ nội dung của CĐR PLO20 thuộc nhóm kỹ năng bổ trợ và kỹ năng mềm “*Có khả năng sử dụng những phần mềm phân tích dữ liệu cơ bản (Excel, SPSS...)*” trong CTĐT ngành Marketing năm 2022.

5. Tự đánh giá: Mức đạt được của tiêu chí: 4/7.

Tiêu chí 1.3: Chuẩn đầu ra của CTĐT phản ánh được yêu cầu của các bên liên quan, được định kỳ rà soát, điều chỉnh và được công bố công khai.

1. Mô tả hiện trạng

Dựa trên kế hoạch chung của Học viện về kế hoạch thực hiện rà soát điều chỉnh CĐR theo 2 đợt vào các năm 2018 và năm 2022, Bộ môn Marketing đã xây dựng kế hoạch khảo sát lấy ý kiến các bên liên quan (bao gồm các nhà tuyển dụng; CBQL, GV; cựu SV và SV năm cuối) về CĐR của CTĐT ngành Marketing theo Kế hoạch số 111/KH-HV ngày 05/3/2018 [H1.01.03.01] và Kế hoạch số 10/KH-HV, ngày 09/01/2022 của Học viện về việc rà soát, đánh giá và cập nhật CTĐT trình độ đại học hệ chính quy [H1.01.03.02].

Trong đợt rà soát điều chỉnh CTĐT ngành Marketing năm 2018, Bộ môn Marketing đã dựa trên “Thông tư số 07/2015/TT-BGDĐT ngày 16/4/2015 của Bộ GD&ĐT quy định về khối lượng kiến thức tối thiểu, yêu cầu về năng lực mà NH đạt được sau khi tốt nghiệp với mỗi trình độ đào tạo của giáo dục đại học và quy trình xây dựng, thẩm định ban hành CTĐT trình độ ĐH, ThS, TS” để xây dựng và triển khai quy trình rà soát điều chỉnh CĐR [H1.01.02.03], với quy trình cụ thể: (1) Bộ môn xây dựng dự thảo về CĐR sửa đổi; (2) Khảo sát, lấy ý kiến của các bên liên quan về CĐR sửa đổi; (3) Tổ chức hội thảo Bộ môn để thảo luận và sửa đổi Dự thảo CĐR dựa trên kết quả khảo sát; (4) Trình Hội đồng KH&ĐT Học viện thẩm định phê duyệt CĐR mới; và (5) Giám đốc học viện ký ban hành CĐR mới.

CĐR của CTĐT đại học ngành Marketing được xây dựng trên cơ sở ý kiến đóng góp của các bên liên quan như doanh nghiệp (nhà tuyển dụng), chuyên gia đào tạo về Marketing, GV, SV và cựu SV. Cụ thể như sau:

Trong lần rà soát và điều chỉnh CĐR CTĐT năm 2018, Bộ môn Marketing đã xin ý kiến của 6 doanh nghiệp (nhà tuyển dụng), 5 chuyên gia đào tạo trong lĩnh vực Marketing, 11 GV giảng dạy trong CTĐT ngành Marketing của Học viện, khảo sát sinh viên năm cuối đang theo học CTĐT ngành Marketing (với cỡ mẫu khảo sát là 70) và cựu sinh viên (với cỡ mẫu khảo sát là 46). Trên cơ sở tổng hợp các ý kiến đánh giá, góp ý cho CĐR và CTĐT [H1.01.03.03], Bộ môn Marketing đã dự thảo CĐR và CTĐT ngành Marketing năm 2018 và tiến hành đã tiến hành họp ở cấp Bộ môn nhằm rà soát và xin ý kiến GV về dự thảo CĐR và CTĐT ngành Marketing năm 2018 [H1.01.01.04], hoàn thiện và đề xuất tới Học viện. Sau đó, Học viện đã tiến hành hội

thảo nghiệm thu CĐR và CTĐT ngành Marketing năm 2018 [H1.01.01.05]. Như vậy, trong lần điều chỉnh CĐR và CTĐT ngành Marketing năm 2018, Bộ môn Marketing đã tiến hành xin ý kiến của đa dạng các bên liên quan, từ GV, SV đang theo học, cựu SV, nhà tuyển dụng và chuyên gia đào tạo.

Trong lần điều chỉnh CĐR và CTĐT ngành Marketing năm 2022, Bộ môn Marketing đã xin ý kiến đánh giá, đóng góp của đầy đủ các bên liên quan với qui mô lớn hơn: GV SV, cựu SV, các doanh nghiệp (nhà tuyển dụng) và các chuyên gia đào tạo. Cụ thể, Bộ môn Marketing đã xin ý kiến của 10 doanh nghiệp (nhà tuyển dụng), 8 chuyên gia đào tạo trong lĩnh vực Marketing ở các trường đại học khác nhau, khảo sát ý kiến 12 GV tham gia giảng dạy CTĐT ngành Marketing của Học viện, khảo sát 82 sinh viên năm cuối đang theo học CTĐT ngành Marketing và 71 cựu sinh viên. Trên cơ sở tổng hợp các ý kiến đánh giá, góp ý cho CĐR và CTĐT [H1.01.03.04], Bộ môn Marketing đã dự thảo CĐR và CTĐT ngành Marketing năm 2022 và tiến hành đã tiến hành họp ở cấp Bộ môn nhằm rà soát và xin ý kiến GV về dự thảo CĐR và CTĐT ngành Marketing năm 2022 [H1.01.01.06]. Sau đó, Học viện đã tiến hành hội thảo nghiệm thu và đồng ý thông qua CĐR và CTĐT ngành Marketing năm 2022 [H1.01.01.07].

Mặc dù việc lấy ý kiến của các bên liên quan đã được thực hiện nghiêm túc, bài bản và CĐR của CTĐT ngành Marketing năm 2018 và 2022 đã phản ánh được yêu cầu của các bên liên quan, có sự tham gia ý kiến của các bên liên quan trong quá trình xây dựng. Tuy nhiên mẫu khảo sát của các nhà tuyển dụng chưa đa dạng (doanh nghiệp tư nhân, nhà nước, tổ chức nước ngoài) để đảm bảo tính đại diện cao và đối tượng tiếp cận CĐR của CTĐT còn chưa đề cập đến đối tượng là học sinh trung học phổ thông trên cả nước.

Từ năm 2016 đến nay, CĐR của CTĐT ngành Marketing đều được định kỳ rà soát, điều chỉnh 2 năm một lần theo kế hoạch của Học viện. Cụ thể, năm 2018, CĐR của CTĐT đại học ngành Marketing đã được rà soát theo kế hoạch số 111/KH-HV ngày 05/3/2018 của Học viện về việc rà soát, đánh giá và cập nhật CTĐT trình độ đại học hệ chính quy [H1.01.03.01]. Năm 2022, CĐR của CTĐT đại học ngành Marketing đã được rà soát theo kế hoạch số 10/KH-HV ngày 09/1/2020 về việc rà soát, đánh giá và cập nhật CTĐT trình độ đại học hệ chính quy [H1.01.03.02].

CĐR của CTĐT trình độ đại học ngành Marketing năm 2018 và 2022 đều được gửi cho các đơn vị liên quan trong Học viện, Viện Kinh tế Bưu điện (trong đó có Bộ môn Marketing) và Khoa QTKD2 (trong đó có Bộ môn Marketing), lưu ở Thư viện của Học viện, Phòng Đào tạo, và gửi đến các bên liên quan ngoài Học viện bao gồm, Bộ Giáo dục và Đào tạo và Bộ Thông tin và Truyền thông [H1.01.03.05]. Đồng thời, CĐR của CTĐT cũng đã ban hành được công bố công khai trên website của Học viện tại trang thông tin đào tạo của Học viện [H1.01.03.06]. Trong tuần lễ sinh hoạt công dân đầu khóa khi nhập học, SV được giới thiệu về CĐR của CTĐT [H1.01.03.07]. Bên cạnh đó, CĐR của CTĐT còn được tích hợp trong hệ thống hỗ trợ học tập PTIT-Slink của Học viện [H1.01.03.08].

2. Điểm mạnh

CĐR của CTĐT được định kỳ rà soát, điều chỉnh 2 năm/lần và được công bố công khai với nhiều hình thức đa dạng. Trong quá trình rà soát, điều chỉnh, đơn vị có xin ý kiến đánh giá và góp ý của đa dạng các bên liên quan. Do vậy, CĐR của CTĐT phản ánh được yêu cầu của các bên liên quan.

3. Điểm tồn tại

Bộ môn Marketing đã khảo sát các bên liên quan về CĐR của CTĐT, tuy nhiên mẫu khảo sát của các nhà tuyển dụng chưa đa dạng (doanh nghiệp tư nhân, nhà nước, tổ chức nước ngoài) và đối tượng tiếp cận CĐR của CTĐT còn chưa đề cập đến đối tượng là học sinh trung học phổ thông trên cả nước.

4. Kế hoạch hành động

Năm học 2023-2024, Bộ môn Marketing chủ trì phối hợp với Phòng Chính trị & Công tác sinh viên (CT&CTSV) tổ chức khảo sát ý kiến của các nhà tuyển dụng với các đối tượng đa dạng hơn trong lần rà soát, điều chỉnh CTĐT tiếp theo.

5. Tự đánh giá: Mức đạt được của tiêu chí: 5/7

Kết luận về Tiêu chuẩn 1

Tại tiêu chuẩn 1, CTĐT ngành Marketing có một số điểm mạnh. Thứ nhất, mục tiêu của CTĐT đã được xác định rõ ràng, phù hợp với sứ mạng và tầm nhìn của Học viện, phù hợp với mục tiêu của giáo dục đại học quy định tại Luật giáo dục đại học. Thứ hai, nhìn chung, CĐR của CTĐT được xác định rõ ràng, bao quát được cả các yêu cầu chung và yêu cầu chuyên biệt mà người học cần đạt được sau khi hoàn thành CTĐT. Các mục tiêu và CĐR về kiến thức và kỹ năng của CTĐT đã đáp ứng được

những xu hướng phát triển mới trong lĩnh vực Marketing trên thế giới: xu hướng ứng dụng công nghệ số vào hoạt động Marketing, Marketing số. CĐR của CTĐT được định kỳ rà soát, điều chỉnh 2 năm/lần và được công bố công khai với nhiều hình thức đa dạng.

Bên cạnh đó, CTĐT ngành Marketing vẫn còn có một số hạn chế như đã chỉ ra. Thứ nhất, mục tiêu về trình độ tin học (PO11) trong CTĐT năm 2022 về “Khả năng sử dụng tốt các công cụ tin học và phần mềm cơ bản và chuyên môn phục vụ cho công việc, học tập và nghiên cứu” vẫn chưa thực sự rõ ràng và có thể bị nhầm lẫn với mục tiêu liên quan đến kỹ năng chuyên môn. Thứ hai, CĐR PLO20 thuộc nhóm kỹ năng hỗ trợ và kỹ năng mềm “Có khả năng sử dụng những phần mềm phân tích dữ liệu cơ bản (Excel, SPSS...)” trong CTĐT ngành Marketing năm 2022 chưa thực sự rõ ràng do có thể bị nhầm lẫn với các CĐR liên quan đến kỹ năng chuyên môn. Thứ ba, Việc xin ý kiến đánh giá, góp ý của các nhà tuyển dụng vào dự thảo CĐR và CTĐT được tiến hành trên qui mô tương đối hạn chế và chưa thực sự đa dạng. Qui mô mẫu cựu sinh viên được khảo sát cũng chưa thực sự lớn và đa dạng. Tuy nhiên, Bộ môn Marketing đã có kế hoạch cụ thể nhằm khắc phục những hạn chế của tiêu chuẩn.

Tiêu chuẩn 1 có 3 tiêu chí: 4,67/7

Tiêu chuẩn 2: Bản mô tả CTĐT

Mở đầu

Bản mô tả CTĐT trình độ đại học ngành Marketing được xây dựng theo hướng dẫn của Bộ GD&ĐT. Bản mô tả CTĐT cung cấp cho các bên liên quan các thông tin về CTĐT, mục tiêu của CTĐT bao gồm mục tiêu về kiến thức, kỹ năng chuyên môn, năng lực, phẩm chất đạo đức, trình độ ngoại ngữ; vị trí việc làm sau khi tốt nghiệp của người học; CĐR của CTĐT; tiêu chí tuyển sinh; cấu trúc CTĐT; ma trận CĐR gắn với các mục tiêu của CTĐT; ma trận CĐR gắn với các học phần, thể hiện sự đóng góp của các học phần vào việc đạt CĐR; cấu trúc và nội dung CDĐT; đề cương các môn học/học phần (bao gồm việc tóm tắt nội dung các học phần trong CTĐT, phương pháp dạy/học, kiểm tra/đánh giá). ĐCHP được chuẩn hoá, đầy đủ thông tin và cập nhật. Bản mô tả CTĐT và ĐCHP được cập nhật định kỳ và công bố công khai trên các phương tiện truyền thông Học viện.

Tiêu chí 2.1: Bản mô tả CTĐT đầy đủ thông tin và cập nhật.

1. Mô tả hiện trạng

Năm 2016 và năm 2018, những thông tin về CTĐT đại học ngành Marketing được thể hiện trong Chương trình giáo dục đại học ngành Marketing ban hành theo Quyết định số 523/QĐ-HV ngày 30/5/2016 về việc hiệu chỉnh chương trình khung giáo dục đại học ngành Marketing năm 2016 [H1.01.01.01] và Quyết định số 289/QĐ-HV ngày 16/4/2018 về sửa đổi, bổ sung chương trình khung giáo dục đại học ngành Marketing năm 2018 [H1.01.01.02].

Năm 2022, bản mô tả CTĐT trình độ đại học ngành Marketing được ban hành theo Quyết định số 1455/QĐ-HV ngày 27/10/2022 [H2.02.01.01]. Bản mô tả CTĐT ngành Marketing năm 2022 được thiết kế bao gồm các nội dung:

- Các thông tin chung: tên CSGD; tên gọi của văn bằng; tên CTĐT; thời gian đào tạo
- Mục tiêu của CTĐT bao gồm mục tiêu chung và mục tiêu cụ thể bao phủ các mục tiêu về kiến thức, kỹ năng, thái độ, trình độ ngoại ngữ và tin học;
- CĐR của CTĐT: gồm 24 CĐR chia thành 4 nhóm: kiến thức, kỹ năng, ngoại ngữ, năng lực tự chủ và trách nhiệm (gồm: 11 CĐR về kiến thức, gồm cả kiến thức chung và các kiến thức riêng cho 3 chuyên ngành, 10 CĐR các kỹ năng với 7 CĐR kỹ năng chuyên môn phủ cả kỹ năng chuyên môn chung và kỹ năng chuyên môn riêng cho 3 chuyên ngành và 3 CĐR kỹ năng bổ trợ và kỹ năng mềm, 2 CĐR về ngoại ngữ, 2 CĐR về năng lực tự chủ và trách nhiệm);
 - Ma trận chuẩn đầu ra gắn với mục tiêu đào tạo;
 - Đối tượng tuyển sinh và yêu cầu đầu vào;
 - Quy trình đào tạo và điều kiện tốt nghiệp;
 - Cấu trúc và nội dung CTĐT;
 - Ma trận CĐR liên kết với các học phần, thể hiện sự đóng góp của các học phần vào việc đạt CĐR;
 - Đề cương các môn học/học phần (bao gồm việc tóm tắt nội dung các học phần trong CTĐT);
 - Thời điểm thiết kế hoặc điều chỉnh bản mô tả CTĐT.

Như vậy, trong lần điều chỉnh năm 2022, Học viện đã ban hành bản mô tả CTĐT ngành Marketing thành một tài liệu riêng. Giữa hai đợt rà soát, điều chỉnh CTĐT năm 2018 và 2022, mô tả CTĐT ngành Marketing cũng đã có những thay đổi đáng kể về mặt nội hàm. Cụ thể, bản mô tả CTĐT ngành Marketing năm 2022 đã được bổ sung

ma trận chuẩn đầu ra gắn với mục tiêu đào tạo; ma trận CĐR liên kết với các học phần, thể hiện sự đóng góp của các học phần vào việc đạt CĐR; mô tả đầy đủ các học phần có trong CTĐT.

Bản mô tả CTĐT ngành Marketing năm 2022 còn có những thay đổi về nội dung các mục, đặc biệt là thay đổi trong CĐR và khung CTĐT. Mục tiêu đào tạo, CĐR CTĐT đã được xác định cô đọng, súc tích hơn, rõ ràng và phù hợp hơn với sứ mạng và tầm nhìn của Học viện trong Chiến lược phát triển Học viện ban hành năm 2020 [H1.01.01.09] và năm 2021 [H1.01.01.10] là *“Đến năm 2030, Học viện Công nghệ Bưu chính Viễn thông là trường đại học hàng đầu Việt nam về quy mô, chất lượng đào tạo, nghiên cứu khoa học; là hình mẫu tiên phong về chuyển đổi số trong giáo dục đại học; trở thành trường đại học hàng đầu của khu vực, nằm trong nhóm 100 trường đại học hàng đầu châu Á, nhóm 5 trường đại học hàng đầu Đông Nam Á về công nghệ số”*, cũng như phù hợp mục tiêu của giáo dục đại học quy định tại Luật giáo dục đại học thể hiện trong Điều 5 Luật giáo dục đại học năm 2012 [H1.01.01.11] và Luật Giáo dục đại học sửa đổi 2018 [H1.01.01.12] là *“Đào tạo trình độ đại học để SV có kiến thức chuyên môn toàn diện, nắm vững nguyên lý, quy luật tự nhiên - xã hội, có kỹ năng thực hành cơ bản, có khả năng làm việc độc lập, sáng tạo và giải quyết những vấn đề thuộc ngành được đào tạo”*.

Phiếu khảo sát, xin ý kiến các bên liên quan và báo cáo tổng hợp ý kiến khảo sát về dự thảo CTĐT và bản mô tả CTĐT năm 2022 [H1.01.03.04]; Biên bản họp Bộ môn Marketing về đóng góp ý kiến cho dự thảo chương trình khung giáo dục đại học ngành Marketing năm 2022 [H1.01.01.06] khẳng định Bản mô tả CTĐT ngành Marketing đã có đủ các nội dung theo Công văn số 1669/QLCL-KĐCLGD ngày 31/12/2019 của Cục Quản lý chất lượng. Tuy nhiên, có thể thấy các ý kiến đóng góp cho Bản mô tả CTĐT ngành Marketing năm 2022 của các bên liên quan ngoài Học viện chưa thật sự sâu để có thể khai thác được các thông tin hữu ích phục vụ cho việc điều chỉnh bản mô tả CTĐT ngành Marketing.

2. Điểm mạnh

Bản mô tả CTĐT ngành Marketing của Học viện ban hành năm 2022 có đầy đủ các mục nội dung theo quy định và còn có những thay đổi về nội dung các mục, đặc biệt là thay đổi trong mục tiêu, CĐR CTĐT và được bổ sung ma trận chuẩn đầu ra gắn với mục tiêu đào tạo.

3. Điểm tồn tại

Các ý kiến đóng góp cho bản mô tả CTĐT ngành Marketing năm 2022 của các bên liên quan ngoài Học viện chưa thật sự sâu để có thể khai thác được các thông tin hữu ích phục vụ cho việc điều chỉnh bản mô tả CTĐT ngành Marketing.

4. Kế hoạch hành động

Năm học 2023-2024, phòng Đào tạo phối hợp với Bộ môn Marketing nghiên cứu, đề xuất các giải pháp thông qua các mối liên kết với các cựu SV để kết nối được đông đảo các nhà tuyển dụng, hiệp hội nghề nghiệp tham gia đóng góp ý kiến thiết thực nhằm cải tiến và cập nhật bản mô tả CTĐT ngành Marketing của Học viện.

5. Tự đánh giá: Mức đạt được của tiêu chí: 5/7.

Tiêu chí 2.2: Đề cương các học phần đầy đủ thông tin và cập nhật.

1. Mô tả hiện trạng

Trong giai đoạn trước năm 2022, hàng năm, Phòng Đào tạo đề xuất mẫu đề cương chi tiết học phần và Học viện ban hành các văn bản hướng dẫn các đơn vị xây dựng/điều chỉnh đề cương chi tiết học phần trong CTĐT hiện hành [H2.02.02.01] và năm 2022, Học viện ban hành quy định xây dựng, cải tiến và phát triển CTĐT theo Quyết định số 393/QĐ-HV ngày 23/3/2022 [H2.02.02.02]. Đồng thời, căn cứ quy định của Bộ GD&ĐT, Học viện đã chỉnh sửa mẫu đề cương chi tiết học phần theo Quyết định số 705/QĐ-HV ngày 09/6//2022 [H2.02.02.03].

Nội dung đề cương chi tiết các học phần trong CTĐT ngành Marketing được ban hành cùng Chương trình khung giáo dục đại học ngành Marketing trình độ đại học ban hành theo Quyết định số 523/QĐ-HV ngày 30/5/2016 [H2.02.02.04] và được áp dụng cho các khóa tuyển sinh từ năm 2017. Trong các năm từ 2017 đến 2022, nội dung đề cương chi tiết các học phần trong CTĐT ngành Marketing được điều chỉnh thường xuyên và thể hiện tại các quyển đề cương chi tiết hàng năm từ 2017 đến 2022 ban hành theo các quyết định: Phê duyệt đề cương chi tiết các học phần trong CTĐT ĐH được hiệu chỉnh và xây dựng mới năm 2017 theo Quyết định số 139/QĐ-HV, ngày 02/03/2018 [H2.02.02.05]; phê duyệt đề cương chi tiết các học phần trong CTĐT ĐH được hiệu chỉnh và xây dựng mới năm 2018 và 2019 ban hành theo Quyết định số 151/QĐ-HV ngày 05/03/2020 [H2.02.02.06]; phê duyệt đề cương chi tiết các học phần trong CTĐT ĐH được hiệu chỉnh và biên soạn mới năm 2020 ban hành theo Quyết định số 134/QĐ-HV ngày 26/02/2021 [H2.02.02.07]; phê duyệt đề cương chi tiết các

học phần trong CTĐT ĐH được hiệu chỉnh và biên soạn mới năm 2021 ban hành theo Quyết định số 134/QĐ-HV ngày 26/02/2021 [H2.02.02.08]. Toàn bộ đề cương chi tiết các học phần trong CTĐT ngành Marketing ban hành năm 2021 bao gồm các thông tin cơ bản bắt buộc:

- Thông tin về học phần: tên học phần, mã học phần, số tín chỉ, loại học phần, phân bổ thời gian học phần;
- Thông tin về GV giảng dạy: thông tin của các GV đảm nhiệm giảng dạy, bộ môn, khoa;
- Mô tả môn học/học phần: gồm mô tả chung, mục tiêu của học phần
- Tóm tắt nội dung học phần: thể hiện CDR mong muốn của học phần;
- Nội dung chi tiết của học phần
- Học liệu (sách/giáo trình/bài giảng...) sử dụng cho học phần: gồm học liệu bắt buộc và học liệu tham khảo;
- Hình thức tổ chức dạy học: bao gồm lịch trình chung và lịch trình tổ chức dạy học cụ thể;
- Chính sách đối với học phần
- Phương pháp, hình thức kiểm tra- đánh giá kết quả học tập

Căn cứ quy định của Học viện về xây dựng, cải tiến và phát triển CTĐT, Năm 2022, Bộ môn Marketing đã họp, rà soát, tiến hành phân công/phối hợp với các đơn vị cập nhật bổ sung các thông tin cho toàn bộ đề cương các học phần trong CTĐT ngành Marketing nhằm đảm bảo các đề cương học phần trong chương trình có đủ các thông tin theo yêu cầu của mẫu đề cương chi tiết mới được ban hành. Theo đó các đề cương học phần được rà soát được bổ sung, cập nhật và làm rõ một số nội dung hơn. Cụ thể, nội dung mô tả môn học/học phần làm rõ mô tả chung, mục tiêu và CDR của học phần, ma trận liên kết nội dung của học phần và các CDR của học phần. Phương pháp dạy và học của các học phần cũng được làm rõ hơn và tách ra thành một mục riêng. Các đề cương học phần chi tiết thuộc CTĐT ngành Marketing được Học viện ban hành năm 2022 được thể hiện trong quyển CTĐT đại học theo học chế tín chỉ hệ chính qui ngành Marketing năm 2022 [H2.02.02.09].

Như vậy, tính đến 31/10/2022, 100% đề cương học phần trong CTĐT ngành Marketing được thống nhất về mặt hình thức và bao gồm đầy đủ những thông tin theo

hướng dẫn tại Công văn số 1669/QLCL - KĐCLGD ngày 31/12/2019 của Cục Quản lý chất lượng, cụ thể:

- Thông tin về học phần: tên học phần, mã học phần, số tín chỉ, loại học phần, phân bổ thời gian học phần;
- Thông tin về GV giảng dạy: thông tin của các GV đảm nhiệm giảng dạy, bộ môn, khoa;
- Mô tả môn học/học phần: gồm mô tả chung, mục tiêu và CĐR của học phần, ma trận liên kết nội dung của học phần và các CĐR của học phần
- Nội dung chi tiết của học phần
- Học liệu (sách/giáo trình/bài giảng...) sử dụng cho học phần: gồm học liệu bắt buộc và học liệu tham khảo;
- Hình thức tổ chức dạy học: bao gồm lịch trình chung và lịch trình tổ chức dạy học cụ thể;
 - Phương pháp dạy- học
 - Chính sách đối với học phần và các yêu cầu
 - Phương pháp, hình thức kiểm tra- đánh giá kết quả học tập

Việc xây dựng, điều chỉnh, bổ sung nội dung đề cương học phần (ĐCHP) trong CTĐT ngành Marketing được thực hiện thường xuyên hàng năm theo kế hoạch của Học viện thông qua việc các quyết định giao kế hoạch xây dựng và hiệu chỉnh đề cương chi tiết học phần hàng năm [H2.02.02.10], bao gồm: Quyết định số 296/QĐ-HV ngày 18/4/2018 của Giám đốc Học viện về việc giao biên soạn và hiệu chỉnh đề cương chi tiết học phần, học liệu năm 2018 cho các Khoa đào tạo 1, Quyết định số 43/QĐ-HV ngày 05/3/2020 của Giám đốc Học viện về việc giao biên soạn và hiệu chỉnh đề cương chi tiết học phần, học liệu năm 2020, Quyết định số 574/QĐ-HV ngày 28/4/2022 của Giám đốc Học viện về việc giao biên soạn và hiệu chỉnh đề cương chi tiết học phần, học liệu đợt 1, năm 2022; Quyết định số 980/QĐ-HV ngày 02/8/2022 của Giám đốc Học viện về việc giao biên soạn và hiệu chỉnh đề cương chi tiết học phần, học liệu đợt 2, năm 2022; ... Đây là cơ sở để Bộ môn Marketing tiến hành rà soát, điều chỉnh, biên soạn toàn bộ các học phần trong CTĐT ngành Marketing.

Việc điều chỉnh ĐCHP được triển khai thực hiện vào đầu Quý I hàng năm, Học viện gửi thông báo về việc đăng ký kế hoạch hiệu chỉnh CTĐT, xây dựng, điều chỉnh đề cương chi tiết và học liệu tới từng Khoa/Bộ môn thuộc Học viện [H2.02.02.11].

Căn cứ thông báo của Học viện, Bộ môn Marketing quán triệt, phổ biến tới từng GV thuộc Bộ môn, trên cơ sở đánh giá tình hình và nhu cầu thực tiễn, Bộ môn Marketing thống nhất kế hoạch để đăng ký các học phần cần điều chỉnh ĐCHP [H2.02.02.12] gửi Phòng Đào tạo tổng hợp và trình Giám đốc Học viện ban hành Quyết định giao kế hoạch xây dựng, hiệu chỉnh đề cương chi tiết học phần và học liệu hàng năm cho các ngành đào tạo, trong đó có ngành Marketing [H2.02.02.13]. Căn cứ kế hoạch được Học viện giao, Bộ môn Marketing phân công nhiệm vụ GV và tổ chức các cuộc họp, hội thảo cấp bộ môn để điều chỉnh và nghiệm thu ĐCHP [H2.02.02.14] và chuyển cho phòng Đào tạo rà soát, thẩm định, trình Giám đốc Học viện ký quyết định phê duyệt đề cương chi tiết các học phần trong CTĐT đại học được hiệu chỉnh và xây dựng mới hàng năm [H2.02.02.15].

Như vậy, từ năm 2017 đến 2022, tất cả ĐCHP trong CTĐT ngành Marketing đã được định kỳ rà soát, bổ sung/điều chỉnh/cập nhật theo kế hoạch của Học viện. Việc rà soát, bổ sung/điều chỉnh/cập nhật ĐCHP trong CTĐT được triển khai theo cả hai hướng là cập nhật/bổ sung thông tin về mặt hình thức và/hoặc cập nhật nội dung đề cương học phần, do vậy, các đề cương học phần đều đầy đủ các thông tin cần thiết. Đề cương chi tiết học phần của ngành Marketing được điều chỉnh hàng năm có thay đổi cụ thể:

- Năm 2018, Bộ môn điều chỉnh, bổ sung/cập nhật 05 đề cương học phần gồm: Khai phá dữ liệu Marketing, Phân tích Marketing, Quản trị bán hàng, Quản trị quan hệ khách hàng, Trí tuệ Marketing.

- Năm 2019, Bộ môn điều chỉnh, bổ sung/cập nhật 01 đề cương học phần Phân tích web.

- Năm 2020, Bộ môn điều chỉnh, bổ sung/cập nhật 01 đề cương học phần Phát triển và ứng dụng web trong Marketing.

- Năm 2021, Bộ môn điều chỉnh, bổ sung/cập nhật 04 đề cương học phần gồm: Hành vi khách hàng, Marketing căn bản, Marketing dựa trên giá trị, Truyền thông nội bộ trong tổ chức.

- Năm 2022, Bộ môn điều chỉnh, bổ sung/cập nhật 01 đề cương toàn bộ 49 đề cương học phần có trong chương trình nhằm đảm bảo các đề cương học phần trong chương trình có đủ các thông tin theo yêu cầu của mẫu đề cương chi tiết mới được ban hành

Nội dung ĐCHP cũng được định kỳ rà soát điều chỉnh dựa trên khảo sát, lấy ý kiến của các bên liên quan để xây dựng, triển khai, rà soát, điều chỉnh CTĐT và CDR của Học viện. Bộ môn Marketing đã tiến hành khảo sát các bên liên quan về CTĐT, CDR CTĐT ngành Marketing để làm căn cứ điều chỉnh Đề cương chi tiết học phần [H1.01.03.03], [H1.01.03.04]. Quy trình rà soát, bổ sung/điều chỉnh/cập nhật đề cương học phần trong CTĐT Marketing là bài bản và rõ ràng, tuy nhiên, các bên liên quan tham gia như các chuyên gia, nhà khoa học, đơn vị sử dụng lao động vào quá trình rà soát, điều chỉnh và cập nhật các đề cương học phần còn chưa nhiều, đặc biệt là các học phần chuyên ngành và một số câu hỏi trong phiếu khảo sát không được đối tượng được khảo sát trả lời hoặc trả lời với cùng một mức cho các câu hỏi khác nhau, điều này dẫn đến độ tin cậy của kết quả khảo sát không cao, ảnh hưởng đến việc cập nhật nội dung chi tiết giảng dạy trong các học phần, đặc biệt là các học phần chuyên ngành, có thể còn có những hạn chế.

2. Điểm mạnh

Tất cả các đề cương chi tiết học phần trong CTĐT ngành Marketing đều đầy đủ các thông tin cần thiết, được định kỳ rà soát, bổ sung/điều chỉnh/cập nhật theo kế hoạch của Học viện.

3. Điểm tồn tại

Sự tham gia của các chuyên gia bên ngoài và nhà tuyển dụng vào quá trình rà soát, điều chỉnh và bổ sung cập nhật các đề cương học phần, đặc biệt là các học phần chuyên ngành, còn ít.

4. Kế hoạch hành động

Từ năm 2023, Bộ môn Marketing nghiên cứu, đề xuất sự tham gia của các chuyên gia bên ngoài và nhà tuyển dụng vào quá trình rà soát, điều chỉnh và bổ sung cập nhật các đề cương học phần, đặc biệt là các học phần chuyên ngành. Cụ thể, Bộ môn Marketing sẽ mời các chuyên gia bên ngoài và nhà tuyển dụng vào các cuộc họp/hội thảo chuyên môn về rà soát/đánh giá các đề cương học phần và hội thảo nghiệm thu các đề cương học phần được hiệu chỉnh hàng năm.

5. Tự đánh giá: Mức đạt được của tiêu chí: 5/7

Tiêu chí 2.3: Bản mô tả CTĐT và đề cương các học phần được công bố công khai và các bên liên quan dễ dàng tiếp cận.

1. Mô tả hiện trạng

Thông tin về Bản mô tả CTĐT ngành Marketing trong Chương trình giáo dục đại học ngành Marketing năm 2018 ban hành theo Quyết định số 289/QĐ-HV ngày 16/4/2018 [H1.01.01.02] và bản mô tả CTĐT đại học ngành Marketing năm 2022 ban hành theo Quyết định số 1455/QĐ-HV ngày 27/10/2022 [H2.02.01.01] đã được gửi cho các đơn vị liên quan trong Học viện, trong đó có Viện Kinh tế Bưu điện và Khoa QTKD2, lưu tại Thư viện và tại phòng Đào tạo [H2.02.03.01]. Đồng thời, Bản mô tả CTĐT cũng được gửi cho các đơn vị có liên quan bên ngoài Học viện, bao gồm Bộ Giáo dục và Đào tạo và Bộ Thông tin và Truyền thông [H2.02.03.02].

Để các cơ quan quản lý, SV đang theo học, SV khóa mới, các cá nhân và tổ chức có nhu cầu tìm hiểu về CTĐT ngành Marketing, bản mô tả CTĐT và ĐCHP sau khi được Giám đốc phê duyệt chính thức đã được công bố trên Website của Học viện. (<https://ptit.edu.vn>) [H2.02.03.03]. Ngoài ra, SV được cung cấp tài khoản cá nhân trên hệ thống học tập Edusoft và hệ thống hỗ trợ học tập PTIT-Slink để dễ dàng và thuận tiện truy cập, tìm hiểu nội dung ĐCHP theo ngành học của mình để phục vụ cho quá trình học tập của cá nhân [H2.02.03.04].

Trong quá trình đào tạo, SV từ khi nhập học đã được cung cấp thông tin đầy đủ về CTĐT và ĐCHP thông qua các tài liệu được phổ biến khi nhập học và Bộ môn Marketing đều giới thiệu với tân SV về bản mô tả CTĐT của ngành Marketing trong Tuần lễ sinh hoạt công dân đầu năm học, khóa học [H1.01.03.07]. Đề cương chi tiết học phần cũng được các giảng viên giới thiệu với SV trong giờ học đầu tiên của mỗi học phần qua slide bài giảng mỗi học phần, đồng thời GV cũng có những hướng dẫn chi tiết cho SV cách tra cứu Đề cương chi tiết học phần trên website của Học viện.

Như vậy, các bên liên quan như cơ quan quản lý, nhà sử dụng lao động, GV, NH, cựu NH v.v... đều có thể tiếp cận với bản mô tả CTĐT trên Website Học viện (<https://ptit.edu.vn>). Đối với cơ quan quản lý trực tiếp Học viện là Bộ Thông tin & Truyền thông, sau mỗi đợt rà soát điều chỉnh CTĐT, Học viện đều soạn công văn gửi Bộ GD&ĐT để báo cáo việc ban hành lại các CTĐT các ngành của Học viện. Tuy nhiên, Học viện chưa dịch Bản mô tả CTĐT ngành Marketing sang tiếng Anh để để cung cấp, trao đổi với đối tác nước ngoài, bao gồm các trường đại học, các viện nghiên cứu, nhằm tăng cường hợp tác để có thể tiến tới công nhận CTĐT của nhau trong các hoạt động hợp tác đào tạo.

2. Điểm mạnh

Bản mô tả CTĐT đại học ngành Marketing và đề cương các học phần được công bố rộng rãi, công khai, sử dụng đa dạng các kênh thông tin.

3. Điểm tồn tại

Học viện chưa dịch Bản mô tả CTĐT ngành Marketing sang tiếng Anh để cung cấp, trao đổi với đối tác nước ngoài.

4. Kế hoạch hành động

Quý II Năm 2023, Phòng Đào tạo phối hợp với Bộ môn Marketing thực hiện dịch Bản mô tả CTĐT ngành Marketing sang tiếng Anh để đăng tải trên website Học viện.

5. Tự đánh giá: Mức đạt được của tiêu chí: 4/7

Kết luận về Tiêu chuẩn 2

Liên quan đến tiêu chuẩn 2, CTĐT ngành Marketing có một số điểm mạnh. Thứ nhất, bản mô tả CTĐT ngành Marketing của Học viện ban hành năm 2022 có đầy đủ các mục nội dung theo quy định và còn có những thay đổi về nội dung các mục, đặc biệt là thay đổi trong mục tiêu, CDR CTĐT và được bổ sung ma trận chuẩn đầu ra gắn với mục tiêu đào tạo; ma trận CDR liên kết với các học phần, thể hiện sự đóng góp của các học phần vào việc đạt CDR. Ngoài ra, từ năm 2017 đến 2022, tất cả đề cương chi tiết học phần trong CTĐT ngành Marketing đã được định kỳ rà soát, bổ sung/điều chỉnh/cập nhật theo kế hoạch của Học viện. Việc rà soát, bổ sung/điều chỉnh/cập nhật đề cương học phần trong CTĐT được triển khai theo cả hai hướng là cập nhật/bổ sung thông tin về mặt hình thức và/hoặc cập nhật nội dung đề cương học phần. Do vậy, các đề cương học phần đều đầy đủ các thông tin cần thiết. Quy trình rà soát, bổ sung/điều chỉnh/cập nhật đề cương học phần trong CTĐT Marketing là bài bản và rõ ràng. Thứ ba, bản mô tả CTĐT đại học ngành Marketing và đề cương các học phần được công bố rộng rãi, công khai, sử dụng đa dạng các kênh thông tin.

Bên cạnh đó, CTĐT ngành Marketing vẫn còn có một vài hạn chế như đã chỉ ra. Thứ nhất, các ý kiến đóng góp cho bản mô tả CTĐT ngành Marketing năm 2022 của các bên liên quan ngoài Học viện chưa thật sự sâu để có thể khai thác được các thông tin hữu ích phục vụ cho việc điều chỉnh bản mô tả CTĐT ngành Marketing. Ngoài ra, sự tham gia của các chuyên gia bên ngoài và nhà tuyển dụng vào quá trình rà soát, điều chỉnh và bổ sung cập nhật các đề cương học phần, đặc biệt là các học phần chuyên ngành, còn ít. Cuối cùng, bản mô tả CTĐT ngành Marketing hiện vẫn chưa được sang tiếng Anh để cung cấp, trao đổi với đối tác nước ngoài

Tuy nhiên, Bộ môn Marketing đã có kế hoạch nhằm khắc phục những hạn chế, cụ thể: Nghiên cứu, đề xuất các giải pháp để kết nối được đông đảo các nhà tuyển dụng, các tổ chức và hiệp hội nghề nghiệp tham gia đóng góp ý kiến thiết thực nhằm cải tiến và cập nhật bản mô tả CTĐT ngành Marketing của Học viện; đề xuất sự tham gia của các chuyên gia bên ngoài và nhà tuyển dụng vào quá trình rà soát, điều chỉnh và bổ sung cập nhật các đề cương học phần, đặc biệt là các học phần chuyên ngành; mời các chuyên gia bên ngoài và nhà tuyển dụng vào các cuộc họp/hội thảo chuyên môn về rà soát/đánh giá các đề cương học phần và hội thảo nghiệm thu các đề cương học phần được hiệu chỉnh hàng năm.

Tiêu chuẩn 2 có 3 tiêu chí: 4,6/7.

Tiêu chuẩn 3: Cấu trúc và nội dung chương trình dạy học

Mở đầu

Chương trình dạy học (CTDH) ngành Marketing được cấu trúc hợp lý, tuân thủ theo các văn bản quy định về xây dựng CTDH của Bộ Giáo dục & Đào tạo về hình thức, mục tiêu, yêu cầu về chuẩn kiến thức, kỹ năng, thái độ, nhu cầu nhân lực của thị trường lao động.

Các phương pháp dạy và học, kiểm tra đánh giá người học được sử dụng nhằm đảm bảo đạt các CDR chung của CTDH và các mục tiêu chung, mục tiêu cụ thể của từng học phần. Nội dung các học phần được cấu trúc logic, theo trình tự và mang tính tích hợp, linh hoạt, thể hiện tính khoa học của toàn bộ CTDH. Đồng thời, CTDH của ngành Marketing liên tục được rà soát định kỳ nhằm đảm bảo tính thích hợp, cập nhật ở từng học phần cụ thể và ở CTDH tổng thể.

Chương trình dạy học (CTDH) ngành Marketing được thiết kế cho các phương pháp giảng dạy, học tập và đánh giá người học góp phần hỗ trợ việc đạt được các chuẩn đầu ra. Đây là tiến trình có “sự tương thích có định hướng” (constructive alignment). “Có định hướng” (Constructive) có nghĩa là người học chủ động tạo ra sự hiểu biết dựa trên các hoạt động dạy và học có liên quan. “Sự tương thích” (Alignment) là khái niệm để chỉ các hoạt động dạy và học, hoạt động kiểm tra, đánh giá người học được xây dựng tương thích với nhau nhằm đảm bảo việc đạt được chuẩn đầu ra. “Sự tương thích có định hướng” liên quan đến các hoạt động sau:

- Xây dựng chuẩn đầu ra có thể đo được.
- Lựa chọn các phương pháp dạy và học để đảm bảo việc đạt được chuẩn đầu ra.

- Đánh giá mức độ đạt được chuẩn đầu ra của người học.

Tiêu chí 3.1: Chương trình dạy học được thiết kế dựa trên chuẩn đầu ra.

1. Mô tả hiện trạng

CTDH đại học ngành Marketing được thiết kế dựa trên các yêu cầu của CĐR về kiến thức, kỹ năng, năng lực tự chủ và trách nhiệm. Theo đó, định hướng quá trình thiết kế, xây dựng CTDH hoàn toàn dựa trên CĐR đã được xác định ngay từ đầu, như mô tả trên Hình 3.1 (*Phụ lục 02*) Theo quy trình này, Bộ môn Marketing đã lên ý tưởng và thiết kế, xây dựng Khung chương trình gồm các khối kiến thức xuất phát từ CĐR về kiến thức, kỹ năng, mức tự chủ và trách nhiệm. Sau khi có Khung chương trình, Ma trận Học phần - CĐR được xây dựng và đề cương chi tiết (ĐCCT) của các học phần được phân công cho các Bộ môn chuyên ngành xây dựng. Sau khi hoàn tất việc xây dựng ĐCCT các học phần, Khoa/ Bộ môn hoàn chỉnh hồ sơ và thực hiện các bước thẩm định CTDH.

Có thể chia CĐR của CTDH ngành Marketing ban hành năm 2022 [H1.01.02.01] thành 4 nhóm như thể hiện trong bảng 3.1 (*Phụ lục 02*) Các CĐR về kiến thức (bao gồm kiến thức đại cương, giáo dục chuyên nghiệp, thực tập và tốt nghiệp) và các CĐR kỹ năng (bao gồm kỹ năng chuyên môn, kỹ năng bổ trợ và kỹ năng mềm), các CĐR về ngoại ngữ, CĐR về năng lực tự chủ và trách nhiệm. Trong 11 CĐR về kiến thức có 8 CĐR chung, 3 CĐR về kiến thức chuyên ngành tương ứng với 3 chuyên ngành đào tạo. Trong 9 CĐR về kỹ năng chuyên môn có 6 CĐR kỹ năng chuyên môn chung, kỹ năng bổ trợ và kỹ năng mềm, 3 CĐR kỹ năng chuyên ngành. Hai CĐR ngoại ngữ và hai chuẩn đầu ra năng lực tự chủ và trách nhiệm áp dụng cho cả 3 chuyên ngành.

Từ CĐR CTDH ngành Marketing nêu trên, các khối kiến thức và kỹ năng tương ứng được xây dựng với các học phần và thể hiện sự đóng góp của học phần nhằm đạt CĐR về kiến thức, kỹ năng, mức tự chủ và trách nhiệm. Điều này đã được thể hiện trong ma trận CĐR học phần trong Bản mô tả CTĐT đại học ngành Marketing năm 2022 [H2.02.01.01]. CTDH ngành Marketing năm 2022 gồm 128 tín chỉ (không bao gồm học phần Giáo dục thể chất, Giáo dục quốc phòng và các môn kỹ năng) được chia thành 2 khối kiến thức chính là khối kiến thức giáo dục đại cương và khối kiến thức giáo dục chuyên nghiệp: Khối kiến thức giáo dục đại cương gồm có khối kiến thức chung chiếm tổng số 29 tín chỉ (gồm có lý luận chính trị, tiếng Anh, Tin học) và khối kiến thức khoa học cơ bản/ khoa học xã hội chiếm tổng số 18 tín chỉ; Khối kiến thức

giáo dục chuyên nghiệp chiếm 81 tín chỉ gồm có khối kiến thức cơ sở (nhóm ngành và ngành), khối kiến thức chuyên ngành, thực tập và tốt nghiệp. Bảng 3.2 (*Phụ lục 02*) mô tả cấu trúc các khối kiến thức của CTDH ngành Marketing phiên bản 2022 và khả năng đáp ứng các CDR.

Ma trận Học phần - CDR thể hiện sự đóng góp của mỗi học phần trong việc đạt được CDR của CTDH, được thể hiện tại Bảng 3.3 (*Phụ lục 02*). Mỗi học phần đều có mức độ năng lực mong muốn chuẩn đầu ra khác nhau. Mức độ năng lực mong muốn được đánh giá dựa trên thang điểm 1-5, trên cơ sở các kết quả khảo sát ý kiến của các đơn vị sử dụng lao động, các cựu sinh viên và sinh viên năm cuối về những năng lực cần thiết, quan trọng đối với sinh viên tốt nghiệp CTĐT cử nhân ngành Marketing, cũng như ý kiến các chuyên gia về dự thảo khung chương trình. Mức độ năng lực mong muốn từ mỗi học phần cũng thể hiện sự đóng góp của các học phần vào chuẩn đầu ra của CTDH. Mức độ năng lực mong muốn được đánh giá trên thang điểm 1-5 với mức 1 - biết, hiểu; 2- hiểu và có thể tham gia; 3 - hiểu và có thể giải thích; 4 - có thể thực hành thành thạo; 5 - có khả năng tổng hợp, đánh giá, sáng tạo.

Phiếu khảo sát, xin ý kiến các bên liên quan và báo cáo tổng hợp ý kiến khảo sát về dự thảo CTĐT và bản mô tả CTĐT năm 2018 [H1.01.03.01], báo cáo tổng hợp ý kiến khảo sát về CTDH ngành Marketing năm 2018 [H3.03.01.01]; Biên bản họp Bộ môn Marketing đóng góp ý kiến cho dự thảo chương trình khung giáo dục đại học ngành Marketing năm 2018 [H1.01.01.04] và CTDH ngành Marketing năm 2018 [H3.03.01.04]; Biên bản Hội thảo nghiệm thu CTĐT ngành Marketing năm 2018 cấp Học viện [H1.01.01.05]; Phiếu khảo sát, xin ý kiến các bên liên quan và báo cáo tổng hợp ý kiến khảo sát về dự thảo CTĐT và bản mô tả CTĐT năm 2022 [H1.01.03.02] và báo cáo tổng hợp ý kiến khảo sát CTDH ngành Marketing năm 2022 [H3.03.01.02]; Biên bản họp Bộ môn Marketing về đóng góp ý kiến cho dự thảo chương trình khung giáo dục đại học ngành Marketing năm 2022 [H1.01.01.06] và CTDH ngành Marketing năm 2022 [H3.03.01.03]; Biên bản Hội thảo nghiệm thu CTĐT ngành Marketing năm 2022 cấp Học viện [H1.01.01.07] đã cho thấy CTDH ngành Marketing năm 2018 và 2022 được thiết kế dựa trên các yêu cầu của chuẩn đầu ra về kiến thức, kỹ năng, mức tự chủ và trách nhiệm.

Tổ hợp các phương pháp giảng dạy, học tập được sử dụng cho tất cả các học phần trong CTĐT ngành Marketing được thể hiện qua bảng thống kê phương pháp dạy

và học, phương pháp kiểm tra, đánh giá chương trình dạy học ngành Marketing năm 2016 [H3.03.01.04], năm 2018 [H3.03.01.05] và năm 2022 [H3.03.01.06]; được thể hiện tại hồ sơ giảng dạy của giảng viên Bộ môn Marketing trong từng học kỳ, năm học [H3.03.01.07] gồm: phương pháp thuyết trình, phương pháp phát vấn, phương pháp tình huống (case study) và phương pháp nêu vấn đề; Tổ hợp các phương pháp kiểm tra, đánh giá kết quả học tập của người học cho 100% các học phần gồm: Viết tự luận, vấn đáp, trắc nghiệm, tiểu luận + báo cáo, bài tập lớn + vấn đáp, thực hành + vấn đáp.

Cụ thể, trong nhóm học phần chuyên ngành Phân tích dữ liệu Marketing số năm 2022 thể hiện trong Bản mô tả CTĐT ngành Marketing năm 2022 [H2.02.01.01] có 49 học phần trong mỗi chuyên ngành. Trong đó, áp dụng hình thức thi tự luận có 41 học phần áp dụng hình thức thi tự luận; 4 học phần áp dụng hình thức thi trắc nghiệm + vấn đáp gồm Tiếng Anh Course 1, Tiếng Anh Course 2, Tiếng Anh Course 3 và Tiếng Anh Course 3 Plus; 2 học phần áp dụng thi thực hành + vấn đáp gồm Tin học cơ sở 1 và Tin học cơ sở 3; 2 học phần áp dụng hình thức thi vấn đáp là Khai phá dữ liệu trong Marketing và Trí tuệ Marketing.

Các loại hình và phương pháp kiểm tra, đánh giá kết quả học tập của các học phần như: đánh giá đầu vào, đánh giá quá trình, đánh giá tổng kết với các phương pháp tự luận, vấn đáp, trắc nghiệm, đề án, báo cáo,...giúp cho sinh viên đạt được CDR của học phần và góp phần đạt được CDR của CTDH.

Bảng 3.4 (*Phụ lục 02*) liệt kê các phương pháp dạy và học, phương pháp kiểm tra đánh giá CTDH ngành Marketing cho các học phần của khối kiến thức chung. Có thể thấy tổ hợp nhiều phương pháp giảng dạy và học tập được sử dụng tùy vào yêu cầu đầu ra của mỗi học phần, như giảng lý thuyết, đọc tài liệu và báo cáo, bài tập và case study, và thực hành. Các học phần thuộc khối kiến thức chính trị Mác - Lênin sử dụng phổ biến các phương pháp giảng dạy, gồm giảng lý thuyết, bài tập và case study, còn phương pháp kiểm tra đánh giá là thi viết tự luận, thi trắc nghiệm, tiểu luận+ báo cáo là phù hợp. Tuy nhiên, các học phần tin học cơ sở 1, 3 lại sử dụng thêm phương pháp thực hành bên cạnh giảng lý thuyết, bài tập và case study, nhằm nâng cao kỹ năng thực hành sử dụng công cụ và lập trình cho người học. Phương pháp kiểm tra đánh giá sử dụng trong các học phần này là vấn đáp, bài tập lớn + vấn đáp, thực hành + vấn đáp là phù hợp do có thể đánh giá được chính xác hiểu biết và kỹ năng thực hành của người học.

Bảng 3.5 (*Phụ lục 02*) liệt kê các phương pháp dạy và học, phương pháp kiểm tra đánh giá CTDH ngành Marketing cho một số học phần thuộc khối kiến thức chuyên ngành Phân tích dữ liệu Marketing số. Tương tự như các học phần của khối kiến thức chung, nhiều phương pháp giảng dạy-học tập được kết hợp sử dụng nhằm cung cấp cho người học các kiến thức và kỹ năng chuyên ngành nhằm đạt được CĐR riêng cho từng học phần và CĐR chung cho cả CTDH. Chẳng hạn, học phần *Khai phá dữ liệu trong Marketing* nhấn mạnh khả năng áp dụng các công cụ thống kê và phân tích số liệu định lượng để giải quyết các vấn đề, trợ giúp ra quyết định trong các tình huống kinh doanh đọc nên phương pháp giảng dạy-học tập được sử dụng là giảng dạy lý thuyết trên lớp, kết hợp với liên hệ thực tế, sinh viên thảo luận và làm bài tập nhóm, kiểm tra còn phương pháp đánh giá được sử dụng là kiểm tra giữa kỳ, hoạt động nhóm cho bài tập lớn và thi vấn đáp cuối kỳ là hoàn toàn phù hợp. Ngược lại, học phần *Marketing qua phương tiện truyền thông xã hội* nhằm cung cấp cho sinh viên những kiến thức về các khái niệm cơ bản của Marketing qua phương tiện truyền thông xã hội và những kiến thức về hoạch định, tổ chức và kiểm soát các hoạt động Marketing qua phương tiện truyền thông xã hội nên phương pháp giảng dạy được sử dụng là giảng viên giảng dạy lý thuyết trên lớp kết hợp lấy ví dụ minh họa, sinh viên thảo luận, làm bài tập nhóm và kiểm tra còn phương pháp đánh giá được sử dụng là kiểm tra giữa kỳ, hoạt động nhóm cho bài tập lớn và kiểm tra cuối kỳ với hình thức thi viết là hoàn toàn phù hợp.

Có thể thấy, trong CTDH ngành Marketing, hình thức thi tự luận chiếm tỷ lệ khá lớn, với khoảng 80% số học phần sử dụng phương pháp này. Phương pháp này có ưu điểm là phát huy khả năng suy duy logic, khả năng viết và trình bày của người học, nhưng có hạn chế lớn là dễ dẫn đến tình trạng gian lận, hoặc thiếu công bằng trong thi cử. Phương án khắc phục cho tình trạng này là xem xét sử dụng các hình thức kiểm tra đánh giá khách quan hơn, như trắc nghiệm.

2. Điểm mạnh

CTDH ngành Marketing của Học viện được thiết kế dựa trên các yêu cầu của CĐR về kiến thức, kỹ năng, mức tự chủ và trách nhiệm nghề nghiệp; các khối kiến thức và mỗi học phần trong CTDH có quan hệ mật thiết và góp phần đạt được CĐR của CTĐT.

3. Điểm tồn tại

Phương pháp kiểm tra đánh giá các học phần còn sử dụng theo hình thức thi tự luận trong các học phần chính trị và một vài học phần có đông số lượng sinh viên theo học thuộc khối kiến thức cơ sở ngành như học phần Marketing căn bản, Hành vi khách hàng, ... là chưa thực sự phù hợp.

4. Kế hoạch hành động

Năm học 2023-2024, Trung tâm KT&ĐBCLGD phối hợp với các Khoa/Bộ môn rà soát đề xuất sử dụng hình thức kiểm tra đánh giá phù hợp, thay cho hình thức thi tự luận trong các học phần cơ bản và cơ sở ngành có đông sinh viên học tập.

5. Tự đánh giá: Mức đạt được của tiêu chí: 5/7.

Tiêu chí 3.2: Đóng góp của mỗi học phần trong việc đạt được chuẩn đầu ra là rõ ràng.

1. Mô tả hiện trạng

CTDH trình độ đại học ngành Marketing được thiết kế bao gồm các khối kiến thức theo trình tự logic, từ khối kiến thức đại cương, khối kiến thức cơ sở ngành đến khối kiến thức chuyên ngành. Tiến trình học tập chuẩn toàn khoá của CTDH ngành Marketing năm 2016 [H1.01.01.01], năm 2018 [H1.01.01.02] và năm 2022 [H1.01.01.03] được thực hiện trong 4 năm gồm 8 học kỳ, trong đó có 7 học kỳ tích lũy kiến thức tại Học viện và 1 kỳ thực tập thực tế tại cơ sở. Cuối khoá, sinh viên làm Khoá luận tốt nghiệp hoặc hoàn thành các học phần thay thế tốt nghiệp. Các học phần được sắp xếp theo trình tự khoa học và logic, đảm bảo sự kế thừa và bổ trợ cho nhau. Các học phần đại cương được ưu tiên giảng dạy trong 2 năm học đầu tiên, kết hợp với một số học phần nền tảng của khối kiến thức cơ sở ngành. Trong năm học thứ 3, sinh viên được học hầu hết các học phần cơ sở ngành và một phần kiến thức chuyên ngành. Sang năm học thứ 4, sinh viên đăng ký chọn chuyên ngành và tập trung học các học phần chuyên sâu trong chuyên ngành đã chọn. Học kỳ cuối (học kỳ 8) dành riêng cho thực tập tại các cơ quan, doanh nghiệp và học phần tốt nghiệp (luận văn tốt nghiệp hoặc học phần thay thế tốt nghiệp). Đa số các học phần cơ sở ngành và chuyên ngành có thời lượng 3 tín chỉ, trong đó phân bổ rõ ràng thời lượng cho giảng dạy lý thuyết, bài tập lớn (hoạt động nhóm) và thực hành. Điều này đảm bảo có sự kết hợp chặt chẽ giữa lý thuyết, thực hành và các hoạt động nhóm, đảm bảo đóng góp trực tiếp vào CĐR của CTDH.

Mục tiêu và yêu cầu đầu ra của mỗi học phần đều được thể hiện đầy đủ trong đề cương chi tiết của học phần. Cụ thể, những yêu cầu cần đạt được khi kết thúc học phần bao gồm các yêu cầu về kiến thức, kỹ năng và mức độ tự chủ, trách nhiệm của người học. Trong đề cương chi tiết của mỗi học phần, yêu cầu đầu ra được xác định chặt chẽ và có đóng góp trực tiếp vào CDR của CTDH. Điều này được thể hiện trong ma trận liên kết các học phần với CDR trong Bản mô tả chương trình đào tạo đại học ngành Marketing năm 2022 [H2.02.01.01]. Đề cương chi tiết của mỗi học phần đều thể hiện đầy đủ thời lượng lý thuyết, thực hành, bài tập lớn/tiểu luận, hoạt động nhóm,... và những ràng buộc về các học phần tiên quyết và học phần học trước. Điều này được thể hiện trong Quyển CTĐT đại học theo học chế tín chỉ hệ chính quy [H2.02.02.08].

Tất cả các học phần trong CTDH đều liệt kê đầy đủ thời lượng lý thuyết, thực hành, bài tập lớn, hoạt động nhóm và các yêu cầu kiểm tra, đánh giá người học. Trên cơ sở đó GV có thể lựa chọn các phương pháp giảng dạy phù hợp, như lý thuyết, thực hành, bài tập, ... giúp người học tiếp thu nhanh và nắm vững kiến thức. Dựa trên yêu cầu đầu ra và các đầu điểm đánh giá cần thực hiện trong ĐCCT của học phần, các hình thức kiểm tra, đánh giá người học đa dạng, như kiểm tra trắc nghiệm, vấn đáp, báo cáo thuyết trình bài tập nhóm, thi viết tự luận, hội đồng chấm thực tập tốt nghiệp, nhằm đánh giá chính xác và khách quan kết quả học tập, góp phần đạt được CDR của CTDH thể hiện trong Bảng thống kê phương pháp dạy và học, phương pháp kiểm tra đánh giá trong CTDH ngành Marketing năm 2022 [H3.03.01.02]. Các phương pháp giảng dạy và kiểm tra đánh giá người học thường được lựa chọn theo cặp, có hỗ trợ và bổ sung cho nhau, nhằm đánh giá chính xác từng phần kết quả học tập của mỗi người học. Chẳng hạn, thành phần “bài tập lớn” trong đề cương chi tiết trong một số học phần như Phương pháp nghiên cứu Marketing, Trí tuệ Marketing, Đề án kế hoạch Internet Marketing được GV giao cho các nhóm gồm 4-5 SV thực hiện và đánh giá sử dụng phương pháp thuyết trình báo cáo bài tập nhóm kết hợp với vấn đáp từng thành viên trong nhóm. Nhờ vậy, GV có thể đánh giá được mức độ đóng góp của các thành viên vào bài tập nhóm, khả năng thuyết trình và hiểu biết của từng SV trong nhóm. Ngoài ra, các phương pháp giảng dạy, cũng như phương pháp kiểm tra đánh giá người học cũng định kỳ được xem xét, điều chỉnh cho phù hợp, trên cơ sở tiếp thu ý kiến từ người học.

Tất cả các học phần trong chương trình dạy học ngành Marketing đều phản ánh mức độ đóng góp cụ thể về kiến thức, kỹ năng, mức độ tự chủ và trách nhiệm cá nhân của người học để đạt được CĐR, thể hiện trong Ma trận liên kết học phần với CĐR trong Bản mô tả CTĐT đại học ngành Marketing năm 2022 [H2.02.01.01].

Các học phần thuộc khối kiến thức đại cương, gồm: Pháp luật đại cương, Pháp luật đại cương, Tin học cơ sở, Kinh tế chính trị Mác - Lênin, Lịch sử Đảng CSVN... được thiết kế nhằm đạt được mục tiêu đào tạo là cung cấp các kiến thức cơ bản về khoa học xã hội, khoa học chính trị, pháp luật, công nghệ thông tin để làm nền tảng cho các học phần cơ sở ngành, ngành và đáp ứng chuẩn đầu ra. Học phần Lý thuyết xác suất và thống kê toán, Kinh tế vi mô, Kinh tế vĩ mô giúp sinh viên có kỹ năng hướng dẫn, giám sát những người khác thực hiện nhiệm vụ, tự định hướng, đưa ra kết luận chuyên môn và có thể bảo vệ được quan điểm cá nhân. Các học phần tiếng Anh, tin học cơ sở giúp sinh viên đạt được chuẩn đầu ra về ngoại ngữ và kỹ năng sử dụng công nghệ thông tin.

Các học phần thuộc khối kiến thức cơ sở ngành và ngành (ví dụ: *Hành vi khách hàng, Quản trị Marketing, Truyền thông Marketing tích hợp, Thương mại điện tử...*) nhằm tạo kiến thức nền tảng, đạt chuẩn đầu ra cho sinh viên học các môn chuyên ngành Marketing.

Các học phần chuyên ngành (ví dụ: *Phân tích web, Trí tuệ Marketing, Khai phá dữ liệu trong Marketing*) nhằm đạt được mục tiêu đào tạo cung cấp những kiến thức chuyên môn sâu, rộng về Phân tích Marketing số, từ đó vận dụng được các kiến thức chuyên môn để giải quyết tốt các tình huống cụ thể trong hoạt động Phân tích Marketing số và nhằm đạt chuẩn đầu ra.

Tất cả các học phần đều có tiết thảo luận, thực hành, nhằm giúp sinh viên có kỹ năng làm việc độc lập hoặc làm việc nhóm, kỹ năng phản biện, phê phán và sử dụng các giải pháp thay thế, kỹ năng đánh giá chất lượng công việc sau khi hoàn thành và kết quả thực hiện các thành viên trong nhóm.

Nội dung các học phần trong CTDH ngành Marketing năm 2018 và năm 2022 được tích hợp cả lý thuyết và thực hành nhằm giúp người học có điều kiện củng cố lý thuyết và hình thành kỹ năng thực hành, rèn luyện các phẩm chất đạo đức nghề nghiệp để giải quyết các vấn đề của thực tiễn. Điều này được thể hiện trong quyển CTĐT đại học theo học chế tín chỉ hệ chính qui [H2.02.02.08]. Đặc biệt, nội dung các học phần

thực thực tập cuối khóa và khóa luận tốt nghiệp có thể giúp sinh viên tham gia thực tập nghề nghiệp và thực hiện khóa luận tốt nghiệp. Qua đó, sinh viên sẽ có cơ hội được học lý thuyết, triển khai nghiên cứu thực tế, được thực tập với nhiều nội dung khác nhau tại các cơ sở như: các doanh nghiệp, các công ty, các cơ quan nhà nước... Do đó, nội dung các học phần trong CTDH ngành Marketing đã thể hiện việc đạt được chuẩn đầu ra.

Bảng Ma trận liên kết học phần với chuẩn đầu ra trong CTDH ngành Marketing năm 2022 trong Bản mô tả CTĐT đại học ngành Marketing năm 2022 [H2.02.01.01] đã cho thấy nội dung các học phần trong CTDH ngành Marketing thể hiện việc đạt được chuẩn đầu ra về kiến thức, kỹ năng, thái độ, mức độ tự chủ và chịu trách nhiệm đối với người học; kết nối các học phần trong toàn bộ chương trình dạy học, phản ánh được sự gắn kết liền mạch các học phần thuộc khối kiến thức đại cương, kiến thức cơ sở ngành và chuyên ngành.

Căn cứ vào Điều 24 của Quy chế đào tạo đại học theo tín chỉ [H3.03.02.01], *“Kết quả mỗi học phần được đánh giá bằng một điểm tổng hợp đánh giá học phần (gọi tắt là Điểm học phần). Điểm học phần được đánh giá dựa trên các điểm đánh giá thành phần, bao gồm: điểm kiểm tra thường xuyên, định kỳ trên lớp; điểm đánh giá nhận thức và thái độ tham gia thảo luận; điểm đánh giá phần thực hành (nếu có); điểm chuyên cần, điểm kiểm tra giữa kỳ, điểm tiểu luận, bài tập lớn (gọi chung là điểm đánh giá quá trình) và điểm thi kết thúc học phần; trong đó, điểm thi kết thúc học phần có trọng số không dưới 50%”*. Các học phần bài tập, bài tập lớn, đồ án tốt nghiệp được lồng ghép với các học phần lý thuyết giúp người học có đầy đủ kỹ năng về chuyên môn và thực hành đảm bảo đạt CĐR của học phần. Để đánh giá người học, bên cạnh điểm thi kết thúc học phần, kết quả học tập còn được đánh giá qua quá trình đánh giá thường xuyên, đánh giá nhận thức và mức độ tham gia thảo luận đóng góp xây dựng bài, điểm chuyên cần, điểm thi giữa kỳ, điểm bài tập lớn. Đồng thời, các phương pháp giảng dạy, cũng như phương pháp kiểm tra đánh giá người học cũng định kỳ được xem xét, điều chỉnh cho phù hợp, trên cơ sở tiếp thu ý kiến từ người học thông qua việc lấy ý kiến phản hồi sinh viên về hoạt động giảng dạy của giảng viên sau từng học kỳ.

Hàng năm Bộ môn Marketing đều lấy ý kiến khảo sát của sinh viên về CTDH, bao gồm tầm quan trọng, năng lực đạt được và mức năng lực mong muốn theo Mẫu

phiếu xin ý kiến người học về tầm quan trọng, năng lực đạt được và mức năng lực mong muốn đạt trong các học phần trong CTDH ngành Marketing [H3.02.02.02]. Dựa trên kết quả Báo cáo kết quả tổng hợp lấy ý kiến người học về tầm quan trọng, năng lực đạt được và mức năng lực mong muốn đạt trong các học phần trong CTDH ngành Marketing (từ 2017 đến 2022) [H3.03.02.03] và Biên bản họp Bộ môn Marketing về rà soát, đánh giá đề cương chi tiết học phần nhằm phục vụ công tác xây dựng kế hoạch hiệu chỉnh, cập nhật đề cương chi tiết các học phần và học liệu hàng năm (từ 2017 đến 2022) [H3.03.02.04], đề cương chi tiết các học phần sẽ được các GV Bộ môn Marketing biên soạn, định kỳ hiệu chỉnh theo yêu cầu về chuyên môn, kết hợp với kinh nghiệm giảng dạy và tham khảo xu thế phát triển nhanh chóng của ngành Marketing. Mỗi môn học, học phần đều có các CDR về kiến thức và kỹ năng riêng [H2.02.02.08] và có đóng góp vào việc đạt CDR chung của toàn bộ CTDH, thể hiện ở Ma trận liên kết học phần với CDR trong Bản mô tả CTĐT đại học ngành Marketing năm 2022 [H2.02.01.01].

Mặc dù việc lấy ý kiến của người học và các GV đã được thực hiện bài bản, nhưng hoạt động rà soát định kỳ các đề cương chi tiết học phần chưa có sự tham gia của các nhà tuyển dụng. Giai đoạn 2017-2022, việc lấy ý kiến của các nhà tuyển dụng chỉ được thực hiện trong hoạt động rà soát CTĐT theo chu kỳ 2 năm/lần.

2. Điểm mạnh

CTDH được thiết kế logic, đảm bảo cân đối giữa các khối kiến thức đại cương và chuyên ngành. Tất cả các học phần trong CTDH có sự tương thích về nội dung và thể hiện được sự đóng góp cụ thể của mỗi học phần nhằm đạt được CDR. Tất cả các học phần trong CTDH đã xác định rõ tổ hợp các phương pháp dạy và học, phương pháp kiểm tra - đánh giá phù hợp và hỗ trợ nhau tốt nhất để đảm bảo việc đạt được CDR. Ngoài ra, nội dung các học phần trong CTDH thể hiện việc đạt được CDR và định kỳ lấy ý kiến phản hồi của các bên liên quan.

3. Điểm tồn tại

Việc rà soát định kỳ các đề cương chi tiết học phần chưa có sự tham gia nhiều của các nhà tuyển dụng. Bộ môn Marketing mới chỉ tham khảo ý kiến của các nhà tuyển dụng trong những đợt rà soát, điều chỉnh CDR và CTĐT ngành Marketing vào năm 2018 và 2022.

4. Kế hoạch hành động

Năm học 2023-2024, Bộ môn Marketing phối hợp với Phòng Chính trị và Công tác Sinh viên mời các nhà tuyển dụng tham gia đóng góp ý kiến trong các lần rà soát CTDH tiếp theo.

5. *Tự đánh giá*: Mức đạt được của tiêu chí: 5/7.

Tiêu chí 3.3: Chương trình dạy học có cấu trúc, trình tự logic; nội dung cập nhật và có tính tích hợp.

1. *Mô tả hiện trạng*

Chương trình dạy học hệ đại học ngành Marketing năm 2016, 2018 và 2022 được thiết kế theo Thông tư số 07/2015/TT-BGDĐT ngày 16/4/2015 của Bộ GD&ĐT Quy định về khối lượng kiến thức tối thiểu, yêu cầu về năng lực mà NH đạt được sau khi tốt nghiệp với mỗi trình độ đào tạo của giáo dục đại học và quy trình xây dựng, thẩm định ban hành CTĐT trình độ ĐH, ThS, TS [H1.01.02.03] và các văn bản hướng dẫn xây dựng CTĐT của Học viện thông qua Kế hoạch rà soát, đánh giá và cập nhật CTĐT trình độ đại học hệ chính quy năm 2018 và 2022 [H1.01.03.01], [H1.01.03.02]. Đồng thời, được cụ thể tại Quy định đào tạo đại học theo tín chỉ của Học viện ban hành năm 2021 theo Quyết định số 838/QĐ-HV ngày 11/10/2021 [H3.03.02.01]. Theo đó, CTDH năm 2022 được thiết kế gồm các khối kiến thức đại cương, khối kiến thức cơ sở ngành, khối kiến thức chung của nhóm ngành Marketing và khối kiến thức chuyên ngành, như nội dung tại Bảng 3.1 (*Phụ lục 02*). CTDH hệ đại học chính quy ngành Marketing phiên bản năm 2022 được thực hiện trong thời gian 4 năm với 8 học kỳ, gồm 128 tín chỉ, không bao gồm khối kiến thức giáo dục thể chất, giáo dục quốc phòng và các môn kỹ năng) [H1.01.01.03]. Trong CTDH ngành Marketing, mỗi khối kiến thức lại gồm một số học phần, trong đó các học phần trong khối có liên kết chặt chẽ, hình thành một khối thống nhất, có kế thừa và bổ sung cho nhau. Cụ thể:

- Các học phần thuộc khối kiến thức giáo dục đại cương được giảng dạy trong các năm thứ nhất và năm thứ hai nhằm trang bị cho người học các kiến thức và kỹ năng cơ bản, tạo nền tảng ban đầu cho người học có thể tiếp thu các học phần tiếp theo với kiến thức chuyên sâu hơn thuộc khối kiến thức cơ sở ngành.

- Các học phần thuộc khối kiến thức cơ sở ngành được giảng dạy vào các năm học thứ hai và thứ ba nhằm trang bị cho người học những kiến thức và kỹ năng cơ sở của ngành Marketing, như hành vi khách hàng, quản trị Marketing, Internet và ứng dụng trong kinh doanh, truyền thông Marketing tích hợp, E-Marketing. Đây là các

kiến thức và các kỹ năng cơ sở đặc biệt quan trọng giúp người học có nền tảng vững chắc để tiếp thu kiến thức chuyên ngành.

- Các học phần thuộc khối kiến thức chuyên ngành được giảng dạy vào 2 học kỳ cuối (học kỳ 7 và học kỳ 8) nhằm trang bị cho người học những kiến thức và kỹ năng chuyên sâu của chuyên ngành đã chọn; giúp cho người học nắm vững những kiến thức thực tế, kiến thức lý thuyết sâu, rộng về chuyên môn Marketing giúp người học biết cách vận dụng kiến thức chuyên môn để giải quyết tốt các tình huống cụ thể trong thực tiễn.

Căn cứ vào phiếu khảo sát, xin ý kiến các bên liên quan và báo cáo tổng hợp ý kiến khảo sát về dự thảo CTĐT và bản mô tả CTĐT năm 2018 [H1.01.03.01], năm 2022 [H1.01.03.02] và báo cáo kết quả tổng hợp lấy ý kiến người học về tầm quan trọng, năng lực đạt được và mức năng lực mong muốn đạt được trong các học phần trong CTDH ngành Marketing (từ 2017 đến 2022) [H3.03.02.03] cho thấy các kiến thức và kỹ năng qua từng học kỳ với từng khối kiến thức được sắp xếp một cách khoa học trong CTDH, đảm bảo CTĐT trở thành một khối thống nhất.

Nhờ việc tiếp thu, tích lũy các kiến thức và kỹ năng qua từng học kỳ với từng khối kiến thức được sắp xếp một cách khoa học trong CTDH, người học có đủ kiến thức và kỹ năng cần thiết đạt CĐR khi tốt nghiệp ra trường theo CĐR CTĐT ngành Marketing năm 2022 [H1.01.02.01].

Tiến trình đào tạo chuẩn toàn khoá của CTDH hệ đại học ngành Marketing năm 2022 [H1.01.01.03] được phân bố hợp lý, trong đó khối kiến thức đại cương được giảng dạy trước, tiếp theo đến khối kiến thức cơ sở ngành, khối kiến thức chung nhóm ngành, rồi đến khối kiến thức chuyên ngành và thực tập, tốt nghiệp; trình tự của các học phần được sắp xếp logic, đảm bảo sinh viên có thể tiếp thu kiến thức hiệu quả từ năm thứ nhất đến năm thứ tư. Tất cả các học phần trong chương trình dạy học ngành được cân nhắc khi bố trí: Học phần điều kiện, học phần học trước, thời lượng mỗi học phần, thời điểm/học kỳ thực hiện.

Trong mỗi khối kiến thức, các học phần được sắp xếp hợp lý trong tiến trình đào tạo, từ các học phần có kiến thức - kỹ năng cơ bản đến các học phần chuyên ngành có kiến thức - kỹ năng nâng cao nhằm đảm bảo người học có thể tích lũy các kiến thức và kỹ năng đáp ứng CĐR. Cụ thể, trong khối kiến thức cơ sở nhóm ngành và ngành, các học phần Kinh tế vi mô, Kinh tế vĩ mô, Marketing căn bản, Nguyên lý, Kinh tế lượng

được bố trí đào tạo kế tiếp nhau với độ khó tăng dần nhằm giúp người học tích lũy các kiến thức từ cơ bản đến nâng cao về toán kinh tế, xác suất thống kê, kinh tế lượng, vào giải quyết các vấn đề kinh doanh và Marketing của tổ chức, doanh nghiệp. Cùng với đó, kỹ năng sử dụng hệ thống máy tính, các công cụ phần mềm phân tích dữ liệu cơ bản, kỹ năng thuyết trình và làm việc nhóm được rèn luyện.

Việc xác định học phần điều kiện, học phần tiên quyết vừa đảm bảo cung cấp kiến thức nền tảng chung cho cả CTDH ngành Marketing đồng thời vừa đảm bảo cung cấp kiến thức cho học phần tiếp theo (tính kế thừa giữa các học phần). Trong mỗi học phần đều có học phần tiên quyết nhằm giúp cho việc bố trí tiến trình giảng dạy theo thứ tự các học phần đại cương, cơ sở ngành và chuyên ngành sao cho phù hợp. Học phần nào có học phần tiên quyết yêu cầu sinh viên phải học và đạt học phần tiên quyết mới được học học phần đó. Các học phần trong chương trình dạy học trước sẽ được bố trí dạy trước, đảm bảo cho người học có các kiến thức sâu của ngành, chuyên ngành, chẳng hạn như Marketing căn bản trang bị cho sinh viên những kiến thức lý luận cơ bản về Marketing, làm cơ sở cho việc học tập, nguyên cứu các học phần chuyên môn sâu hơn như Marketing dịch vụ, Marketing công nghiệp, Truyền thông Marketing tích hợp. Một ví dụ khác là học phần Quản trị cơ sở dữ liệu kinh doanh và Phương pháp nghiên cứu Marketing giúp sinh viên hiểu và phân tích được bản chất, vai trò, các loại hình dữ liệu kinh doanh/Marketing, các phương pháp thu thập và phân tích dữ liệu kinh doanh/Marketing làm cơ sở cho việc học các môn chuyên ngành như Phân tích web, Marketing qua phương tiện truyền thông xã hội, Trí tuệ Marketing.

Căn cứ báo cáo tổng hợp ý kiến khảo sát, xin ý kiến các bên liên quan và về dự thảo CTĐT và bản mô tả CTĐT năm 2018 [H1.01.03.03], năm 2022 [H1.01.03.04] và Báo cáo kết quả tổng hợp lấy ý kiến người học về tầm quan trọng, năng lực đạt được và mức năng lực mong muốn đạt trong các học phần trong CTDH ngành Marketing (từ 2017 đến 2022) [H3.03.02.03], việc tiếp thu, tích lũy các kiến thức và kỹ năng của người học qua từng học kỳ với từng khối kiến thức được sắp xếp một cách khoa học trong CTDH, giúp người học có đủ kiến thức và kỹ năng cần thiết để đạt được CDR khi tốt nghiệp ra trường theo chuẩn đầu ra trình độ đại học ngành Marketing năm 2022 [H1.01.02.01]. Sự bố trí liên mạch giữa các học phần tạo kiến thức lý thuyết nền tảng và kiến thức chuyên sâu về chuyên môn kế toán với các học phần tạo kỹ năng làm việc nhóm, thuyết trình, giải quyết vấn đề, thực tập cuối khóa và làm khóa luận tốt nghiệp

nhằm giúp người học tổng hợp, vận dụng các kiến thức, kỹ năng chuyên môn, kiến thức kinh tế xã hội tạo thành một sản phẩm cuối khóa mang tính hệ thống, sáng tạo, từ đó giúp người học có khả năng tư duy, phân tích và tổng hợp.

CTDH hệ đại học chính quy ngành Marketing được rà soát, đánh giá định kỳ tối thiểu 2 năm một lần để điều chỉnh, cập nhật nhằm đảm bảo cho người học đạt được CĐR với kiến thức, kỹ năng và thái độ sau khi tốt nghiệp đáp ứng được yêu cầu tuyển dụng của các cơ quan, doanh nghiệp. Cụ thể, vào Quý I hàng năm, Học viện gửi thông báo về việc đăng ký kế hoạch hiệu chỉnh CTĐT; xây dựng, điều chỉnh đề cương chi tiết và học liệu tới từng Khoa/Bộ môn [H2.02.02.11]. Sau đó, trên cơ sở đánh giá tình hình và nhu cầu thực tiễn, Bộ môn Marketing đã tiến hành nghiên cứu, rà soát các học phần cần điều chỉnh đề cương, học liệu và đăng ký kế hoạch xây dựng, hiệu chỉnh đề cương chi tiết và biên soạn học liệu cho các học phần cần điều chỉnh [H2.02.02.12]. Tiếp theo, phòng Đào tạo tổng hợp, rà soát và trình Học viện ban hành quyết định giao kế hoạch xây dựng, hiệu chỉnh đề cương chi tiết và học liệu của tất cả các ngành đào tạo trong Học viện, trong đó có ngành Marketing [H2.02.02.13] và chuyển lại cho các khoa, bộ môn, trong đó có Bộ môn Marketing thực hiện. Hàng năm, sau khi các đề cương chi tiết các học phần được hiệu chỉnh và hoàn thiện, Bộ môn Marketing tổ chức nghiệm thu [H2.02.02.14] và gửi tới Phòng Đào tạo rà soát, thẩm định, trình Giám đốc Học viện ban hành quyết định phê duyệt đề cương chi tiết các học phần được hiệu chỉnh và xây dựng mới hàng năm [H2.02.02.15].

Ngoài ra trong giai đoạn 2017-2022, Học viện đã tổ chức 2 lần rà soát, ban hành CĐR của CTĐT ngành Marketing. CĐR CTĐT ngành Marketing năm 2018 được ban hành theo Quyết định số 289/QĐ-HV ngày 16/4/2018 [H1.01.01.02] và CĐR CTĐT ngành Marketing năm 2022 được ban hành theo Quyết định số 1453/QĐ-HV ngày 27/10/2022 [H1.01.02.01] là cơ sở cho việc điều chỉnh, bổ sung và cập nhật CTDH.

Với quy trình nêu trên, trong lần điều chỉnh CĐR và CTDH ngành Marketing năm 2022, Bộ môn Marketing đã xin ý kiến đánh giá, đóng góp của đầy đủ các bên liên quan như GV, SV, cựu SV, các doanh nghiệp (nhà tuyển dụng) và các chuyên gia đào tạo với qui mô lớn hơn. Cụ thể, Bộ môn Marketing đã xin ý kiến của 10 doanh nghiệp (nhà tuyển dụng), 8 chuyên gia đào tạo trong lĩnh vực Marketing ở các trường đại học khác nhau, khảo sát ý kiến 12 GV tham gia giảng dạy CTĐT ngành Marketing của Học viện, khảo sát 82 sinh viên năm cuối đang theo học CTĐT ngành ngành

Marketing và 71 cựu sinh viên. Trên cơ sở tổng hợp các ý kiến đánh giá, góp ý cho CĐR và CTĐT [H1.01.03.04], Bộ môn Marketing đã dự thảo CĐR và CTĐT ngành Marketing năm 2022 và tiến hành đã tiến hành họp ở cấp Bộ môn nhằm rà soát và xin ý kiến GV về dự thảo CĐR và CTĐT ngành Marketing năm 2022 [H1.01.01.06]. Sau đó, Học viện đã tiến hành hội thảo nghiệm thu và đồng ý thông qua CĐR và CTĐT ngành Marketing năm 2022 [H1.01.01.07]. Việc khảo sát các bên liên quan trong quá trình điều chỉnh, bổ sung và cập nhật CTDH đã được thực hiện bài bản, tuy nhiên, số lượng phiếu khảo sát lấy ý kiến của các bên liên quan còn ít và chưa đa dạng đối tượng được khảo sát như doanh nghiệp nước ngoài.

CTDH ngành Marketing khi được điều chỉnh định kỳ có tham khảo các CTĐT tiên tiến trong nước và quốc tế đảm bảo tính linh hoạt và tích hợp. Cụ thể, theo Danh sách các CTĐT trong và ngoài nước có tham khảo và bảng so sánh CTĐT ngành Marketing 2022 với các CTĐT trong và ngoài nước [H3.03.03.01], CTĐT ngành Marketing được tham khảo CTĐT ngành Marketing của các trường Đại học bao gồm: Đại học Kinh tế Quốc dân; Đại học Thương Mại; chương trình BA. Digital Marketing của trường Đại học quốc tế RMIT; chương trình BS. Digital Marketing Technology của trường Đại học University of Wisconsin - Stout - Mỹ; chương trình BA. Digital Marketing của University College Birmingham, Anh; chương trình BA. Digital Marketing của trường Đại học Chester, Anh. Việc tham khảo các CTĐT tiên tiến trong nước và quốc tế đảm bảo cho CTĐT ngành Marketing của Học viện tính cập nhật, hiện đại, theo kịp xu hướng phát triển hiện nay. Ngoài ra, các học phần của CTĐT được thiết kế theo mô đun giúp tăng khả năng tương tích với CTĐT của các đại học khác. Một số học phần chuyên ngành được thiết kế với tính mở cao, hoặc dưới dạng các chuyên đề cập nhật, cho phép tích hợp các nội dung mới và được thực hiện bằng các phương pháp đào tạo mới.

2. Điểm mạnh

CTDH hệ đại học chính quy ngành Marketing được định kỳ rà soát, điều chỉnh, cập nhật hàng năm và khi hiệu chỉnh đã có sự tham khảo CTDH tiên tiến của nhiều trường trong và ngoài nước.

3. Điểm tồn tại

Số lượng phiếu khảo sát lấy ý kiến của các bên liên quan trong quá trình điều chỉnh, bổ sung và cập nhật CTDH còn ít và chưa đa dạng đối tượng được khảo sát như doanh nghiệp nước ngoài.

4. Kế hoạch hành động

Năm học 2023-2024, Bộ môn Marketing phối hợp với Phòng CT&CTSV tổ chức khảo sát lấy ý kiến của các bên liên quan trong quá trình điều chỉnh CTDH trong lần rà soát, điều chỉnh CTĐT tiếp theo.

5. Tự đánh giá: Mức đạt được của tiêu chí: 5/7

Kết luận về Tiêu chuẩn 3

CTDH của ngành Marketing được thiết kế với các học phần có nội dung đào tạo, phương pháp đánh giá và thời lượng đáp ứng các yêu cầu của CDR của CTĐT. Trong quá trình xây dựng và cập nhật CTDH, Bộ môn luôn quan tâm đến tính logic và tính tích hợp của các học phần trong CTDH nhằm đảm bảo cho người học được tiếp cận các kiến thức theo trình tự từ cơ bản đến chuyên sâu, từ đơn giản đến phức tạp, từ khối kiến thức trong lĩnh vực rộng đến kiến thức ngành hẹp. Nội dung của các học phần cơ sở và học phần chuyên ngành phù hợp, bổ trợ lẫn nhau. CTDH được thiết kế logic, theo trình tự hợp lý và có hệ thống, mang tính tích hợp và đáp ứng xu hướng phát triển toán học trên thế giới, trong khu vực và trong nước. CTDH thể hiện được năng lực của người học sau khi tốt nghiệp. Các GV giảng dạy chương trình luôn có ý thức trong việc cập nhật, điều chỉnh nội dung đào tạo, phương pháp đánh giá và thời lượng ở mỗi học phần, nhằm ngày càng đảm bảo tốt hơn cho người học trong việc đạt được kết quả CDR. Đặc biệt, hệ thống tiêu chí đánh giá rất chi tiết, rõ ràng giúp người học tự chủ trong việc học từng học phần cũng như định hướng phát triển năng lực chuyên môn hẹp trong tương lai.

Tuy nhiên, CTDH ngành Marketing vẫn còn có một vài hạn chế như đã chỉ ra trong từng tiêu chí: Thứ nhất, phương pháp kiểm tra đánh giá còn sử dụng theo hình thức thi tự luận cho các học phần chính trị và một số học phần có đông người học chưa thực sự phù hợp; Thứ hai, việc lấy ý kiến phản hồi của người học và các bên liên quan khác đã được thực hiện nhưng chưa thực sự đa dạng; Thứ ba, số lượng phiếu khảo sát lấy ý kiến của các bên liên quan trong quá trình điều chỉnh, bổ sung và cập nhật CTDH còn ít và chưa đa dạng đối tượng được khảo sát như doanh nghiệp nước ngoài. Đồng

thời, Bộ môn Marketing đã có kế hoạch khắc phục những hạn chế này trong lần rà soát, điều chỉnh CTĐT tiếp theo.

Tiêu chuẩn 3 có 3 tiêu chí: 5,0/7.

Tiêu chuẩn 4: Phương pháp tiếp cận trong dạy và học

Mở đầu

Tổ chức hoạt động dạy và học, trong đó bao gồm phương pháp tiếp cận trong dạy và học là khâu quan trọng, then chốt trong việc thực hiện nhiệm vụ đào tạo cũng như hoàn thành mục tiêu đào tạo và nâng cao chất lượng đào tạo. Bộ môn Marketing đã xây dựng tổ hợp các phương pháp phục vụ cho hoạt động giảng dạy và học tập, trong đó kết hợp nhiều hình thức giảng dạy linh hoạt, phù hợp với từng nội dung và từng học phần. Tổ hợp các phương pháp dạy và học nhằm đạt mục tiêu giáo dục của Học viện cũng như mục tiêu của CTĐT ngành Marketing, trong đó chú trọng giáo dục toàn diện cho người học, trang bị cho người học những khả năng sau:

- Khả năng tự khám phá kiến thức: Người học có kỹ năng nghiên cứu, phân tích và tổng hợp tài liệu; hiểu được các chiến lược học tập khác nhau và lựa chọn chiến lược thích hợp nhất cho mình.

- Khả năng ghi nhớ kiến thức lâu dài: Phương pháp học nhấn mạnh vào khả năng hiểu chứ không phải học thuộc và giúp người học nhớ lâu hơn.

- Khả năng nhận thức các mối liên hệ giữa kiến thức cũ và mới: Chất lượng học tập phụ thuộc vào khả năng tổng hợp thông tin từ nhiều nguồn khác nhau.

- Khả năng tạo ra kiến thức mới: Người học học tập có chất lượng biết khám phá tri thức của người khác và gắn kết nó với kinh nghiệm và kiến thức đã học của bản thân để đưa đến những phát kiến mới mẻ.

- Khả năng vận dụng kiến thức để giải quyết vấn đề.

- Khả năng truyền đạt kiến thức cho người khác: Chất lượng học tập của người học phụ thuộc vào việc người học có khả năng hình thành và diễn đạt những suy nghĩ và hành động độc lập của mình một cách mạch lạc và rõ ràng.

- Tính hiếu học: Người học học tập có chất lượng là người học có tinh thần học tập suốt đời.

Tiêu chí 4.1: Triết lý giáo dục hoặc mục tiêu giáo dục được tuyên bố rõ ràng và được phổ biến tới các bên liên quan.

1. Mô tả hiện trạng

Mục tiêu giáo dục của Học viện được quy định, hướng dẫn trong các văn bản nhà nước bao gồm Quyết định số 516/TTg của Thủ tướng Chính phủ ngày 11/7/1997 về việc thành lập Học viện Công nghệ Bưu chính Viễn thông [H4.04.01.01], Quyết định số 222-QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ ngày 04/02/2016 về việc phê duyệt đề án thí điểm đổi mới cơ chế hoạt động của Học viện Công nghệ Bưu chính Viễn thông [H4.04.01.02] và Quyết định số 879/BTTTT của Bộ trưởng Bộ Thông tin và Truyền thông ngày 25/5/2016 về việc Ban hành quy chế tổ chức và hoạt động của Học viện Công nghệ Bưu chính Viễn thông [H4.04.01.03].

Mục tiêu giáo dục của Học viện được xác định và thể hiện trong Sứ mạng, tầm nhìn, mục tiêu chiến lược của Học viện ban hành theo Quyết định số 516/QĐ-HV ngày 06/06/2017 [H1.01.01.08]. Chiến lược phát triển của Học viện giai đoạn 2020-2025 tầm nhìn 2030 được Học viện ban hành theo Quyết định số 156/QĐ-HV ngày 05/03/2020 [H1.01.01.09], Nghị quyết số 42/NQ-HV ngày 25/11/2021 của Hội đồng Học viện [H1.01.01.10].

Năm 2021, Học viện đã ban hành chính thức triết lý và mục tiêu giáo dục theo Quyết định số 967/QĐ-HV, ngày 28/10/2021 [H4.04.01.04] với nội dung: “Tri thức - Sáng tạo - Đạo đức - Trách nhiệm”. Nội dung Triết lý giáo dục, phù hợp với mục tiêu của Học viện: *“Phát triển Học viện trở thành trung tâm giáo dục của đất nước và khu vực, định hướng ứng dụng vào năm 2030; đào tạo nguồn nhân lực cán bộ khoa học, công nghệ, có trình độ chuyên môn cao, tư duy, trí tuệ, cống hiến”*. Học viện đã ban hành văn bản giải thích ý nghĩa của Triết lý giáo dục và chỉ đạo các đơn vị xây dựng, thực hiện kế hoạch truyền thông, phổ biến Triết lý giáo dục đến toàn thể CBGV, SV và các cá nhân, tổ chức liên quan ngoài Học viện.

Mục tiêu và triết lý giáo dục của Học viện được phổ biến tới các cán bộ, GV trong các Hội nghị cán bộ, công chức, viên chức, người lao động Học viện hàng năm [H4.04.01.05], Hội nghị tổng kết năm của Học viện [H4.04.01.06], Hội nghị cán bộ, viên chức, người lao động, hội nghị tổng kết năm học Bộ môn Marketing hàng năm và tài liệu của Bộ môn phổ biến Triết lý giáo dục đến SV của học ngành Marketing [H4.04.01.07]. Các mục tiêu giáo dục, mục tiêu đào tạo, CDR được đội ngũ GV thấm nhuần trong quá trình xây dựng CTĐT và đề cương chi tiết các học phần, từ đó đảm bảo mục tiêu giáo dục được thể hiện xuyên suốt trong các hoạt động dạy và học.

Mục tiêu giáo dục của Học viện cũng được phổ biến tới SV trong tuần sinh hoạt công dân đầu khóa học, năm học [H4.04.01.08]. Trong tuần sinh hoạt công dân, SV được giới thiệu về Học viện, truyền thống lịch sử, tầm nhìn sứ mạng, cũng như mục tiêu giáo dục của Học viện; sinh viên học ngành Marketing còn được giới thiệu về ngành đào tạo, các chuyên ngành, cơ hội nghề nghiệp, mục tiêu và CDR của CTĐT trong buổi gặp gỡ và giao lưu với tân SV đầu khóa học khi nhập học hàng năm [H4.04.01.09].

Biên bản họp Bộ môn về phổ biến Triết lý giáo dục của Học viện [H4.04.01.10] cho thấy triết lý giáo dục được tất cả cán bộ, giảng viên, người học của Bộ môn hiểu rõ và thực hiện.

Đối với nhà tuyển dụng, mục tiêu giáo dục của Học viện được trao đổi trong các buổi tọa đàm và định hướng nghề nghiệp, ngày hội việc làm do Phòng CT&CTSV phối hợp với các khoa, bộ môn tổ chức định kỳ hàng năm [H4.04.01.11] và một số nhà tuyển dụng được Bộ môn Marketing mời tham gia xây dựng CTĐT và cho ý kiến đánh giá về CTĐT của bộ môn. Mục tiêu giáo dục của Học viện được tuyên bố công khai và phổ biến tới toàn xã hội trên Website của Học viện [H4.04.01.12].

Mỗi giảng viên khi bắt đầu giảng dạy học phần của mình, đều dành thời gian để giới thiệu triết lý giáo dục của Học viện gắn với việc giới thiệu mục tiêu, nội dung, phương pháp học tập, chuẩn đầu ra, tiêu chí và phương thức đánh đổi với học phần trong CTDH ngành Marketing. Các giảng viên và cố vấn học tập sẽ cập nhật các thông báo của Học viện và Bộ môn đến với người học, đồng thời Bộ môn cũng bố trí phân công cố vấn học tập trực thường xuyên tại Văn phòng để kịp thời tư vấn, giải đáp thắc mắc giúp người học hiểu rõ CTĐT, kế hoạch phân bổ nội dung CTĐT và mục tiêu đào tạo, giúp các SV có kế hoạch đăng ký học phần phù hợp.

2. Điểm mạnh

Mục tiêu giáo dục của Học Triết lý giáo dục của Học viện được giới thiệu, phổ biến rộng rãi tới các bên liên quan với nhiều hình thức đa dạng như: pano, áp phích đặt tại các vị trí trang trọng trong Học viện; Triết lý giáo dục còn được phổ biến thông qua các video giới thiệu về Học viện, các bài viết trên các phương tiện thông tin đại chúng; trên website của Học viện. Triết lý giáo dục còn được phổ biến tới SV trong tuần sinh hoạt công dân và in trong cuốn sổ tay SV hàng năm.

3. Điểm tồn tại

Bộ môn Marketing chưa thực hiện thường xuyên việc khảo sát, đánh giá về việc cán bộ, GV và người học hiểu được mục tiêu giáo dục của Học viện và CTĐT ngành Marketing.

4. Kế hoạch hành động

Năm học 2023-2024, Bộ môn Marketing phối hợp với Phòng CT&CTSV tổ chức khảo sát nhằm xác định mức độ hiểu và thực hiện mục tiêu giáo dục của Học viện, ngành Marketing đối với cán bộ, GV, SV. Đồng thời, Học viện và Bộ môn cần đa dạng hơn về các phương thức phổ biến và giải thích rõ và sâu rộng hơn về Triết lý giáo dục của Học viện để các bên liên quan đặc biệt là cán bộ, giảng viên và sinh viên trong Học viện đều hiểu rõ ý nghĩa của Triết lý giáo dục của Học viện.

5. Tự đánh giá: Mức đạt được của tiêu chí: 5/7

Tiêu chí 4.2: Các hoạt động dạy và học được thiết kế phù hợp để đạt được chuẩn đầu ra.

1. Mô tả hiện trạng

Trong quá trình thiết kế, phát triển CTDH, Bộ môn Marketing xác định mục tiêu thiết kế hoạt động dạy và học của các học phần là giúp sinh viên tuân tự tích lũy kiến thức, có kiến thức thực tế và năng lực thực hành, rèn luyện năng lực ngoại ngữ và kỹ năng mềm, năng động, sáng tạo, tích cực, chủ động trong học tập, có đạo đức và trách nhiệm nghề nghiệp, góp phần đạt được CDR của CTĐT ngành Marketing ban hành năm 2016, 2018 và 2022 [H1.01.01.01], [H1.01.01.02], [H1.01.01.03].

Tổng hợp các phương pháp giảng dạy được thiết kế và thực hiện trong đề cương chi tiết học phần tương đối đa dạng và phù hợp để đạt được CDR được thể hiện trong Chương trình giáo dục đại học ngành Marketing năm 2022 ban hành theo Quyết định 1454/QĐ-HV ngày 27/10/2022 [H1.01.02.01]. Cụ thể: Các môn học cơ sở ngành và chuyên ngành đều được giảng dạy với nhiều phương pháp đa dạng như: nghe giảng trên lớp trong đó kết hợp sử dụng bảng và máy chiếu giúp tăng khả năng trực quan và diễn giải kiến thức của GV cũng như khả năng tiếp thu của SV; làm bài tập trên lớp giúp SV nắm chắc kiến thức môn học; áp dụng kiến thức lý thuyết vào giải quyết vấn đề; các bài tập lớn dạng dự án nhỏ giúp SV trải qua quy trình công việc thực tế, hình thành khả năng làm việc nhóm, đẩy nhanh quá trình tiếp cận với công việc ngoài doanh nghiệp và xã hội; các buổi báo cáo bài tập lớn cũng là giờ các em mở rộng kiến thức, khả năng tư duy, khả năng phân biện cũng như khả năng thuyết trình. Các hình

thức dạy học được mô tả trong CTDH bao gồm thuyết giảng, nêu vấn đề và giải quyết vấn đề, tổ chức thảo luận nhóm dựa trên các tình huống thực tế của doanh nghiệp, giao bài tập, giao chủ đề môn học hoặc tiểu luận môn học để SV làm báo cáo thuyết trình, tăng tương tác giữa GV với SV, xây dựng bài giảng điện tử.

Hàng năm, Bộ môn Marketing xây dựng kế hoạch và thực hiện công tác dự giờ đối với các GV cũng như tổ chức họp đánh giá, rút kinh nghiệm giờ giảng nhằm đáp ứng chuẩn đầu ra cho từng học phần [H4.04.02.01], [H4.04.02.02]. Kết quả dự giờ cho thấy đa số GV đều được đánh giá xếp loại ở mức độ khá, giỏi và sử dụng phương pháp phù hợp với đặc trưng học phần, với nội dung của bài giảng hoặc với điều kiện thực tế phải chuyển đổi giảng dạy trực tiếp sang giảng dạy Online trong giai đoạn dịch bệnh Covid-19 [H4.04.02.03].

Khi bắt đầu giảng dạy học phần, GV giảng dạy các học phần công bố cho người học về đề cương học phần, chuẩn đầu ra của học phần và phương pháp học tập của từng chương trong nội dung học phần. Trên cơ sở ma trận chuẩn đầu ra, xác định mục tiêu đào tạo theo các tiêu chí khác nhau, các phương pháp giảng dạy và hoạt động dạy học đối với chương trình dạy học ngành Marketing được xác định phù hợp cho từng học phần và được cụ thể tại Bảng thống kê phương pháp dạy và học, phương pháp kiểm tra đánh giá trong CTDH ngành Marketing năm 2018 [H3.03.01.01], năm 2022 [H3.03.01.02]. Trong đó: Phương pháp giảng dạy nội dung lý thuyết của các học phần được áp dụng linh hoạt dưới các hình thức: Thuyết trình (diễn giải), phát vấn, thuyết trình nêu vấn đề, thảo luận nhóm, giao bài tự học. Học viện cũng xây dựng và cung cấp nền tảng thực hành trực tuyến cho nhiều môn học, cho phép SV dễ dàng làm các bài thực hành mọi lúc mọi nơi, chỉ với chiếc máy tính cá nhân có kết nối Internet. Nền tảng thực hành trực tuyến có khả năng chấm bài làm tự động, cho phép SV dễ dàng kiểm tra, đánh giá kết quả làm bài. Các bài thực hành cũng được xây dựng với nhiều cấp độ khác nhau, từ cơ bản đến nâng cao, giúp SV chủ động lựa chọn bài thực hành phù hợp với trình độ, từ đó đưa ra kế hoạch và lộ trình học tập phù hợp với năng lực cá nhân [H4.04.02.03].

Giảng viên giảng dạy học phần hướng dẫn SV sử dụng các hoạt động học tập phù hợp, giúp SV chủ động tiếp thu, lĩnh hội kiến thức nhằm đạt được CĐR. Nhiều phương pháp dạy học tích cực đã được sử dụng như: phương pháp thảo luận nhóm, nghiên cứu tình huống thực tế của doanh nghiệp, dạy học dựa trên vấn đề, phương

pháp thuyết trình ... Đối với các học phần lý thuyết, phương pháp dạy học chủ yếu là thuyết trình, giải quyết tình huống, đặt câu hỏi thảo luận, tổ chức học tập theo nhóm... Với các phương pháp này, SV đạt được khả năng thu nhận và áp dụng kiến thức thông qua sự tương tác với GV, SV trong lớp qua đó giúp SV phát triển được khả năng phân tích, tổng hợp và nghiên cứu các vấn đề liên quan đến ngành học, nhằm đạt được CDR về kiến thức. Đối với các học phần thuộc phương pháp chuyên ngành, GV yêu cầu SV lập kế hoạch, tổ chức các hoạt động giáo dục, hoạt động nhóm.... Với phương pháp dạy - học này giúp SV có sự liên hệ giữa lý thuyết và thực tiễn, rèn kỹ năng làm việc nhóm, báo cáo thuyết trình, phản biện và nắm bắt được quy trình công việc trong thực tế doanh nghiệp.

Trong bản mô tả CTĐT năm 2022 [H2.02.01.01] đã quy định số tín chỉ và thời gian thực hiện cho hoạt động thực tập thực tế. Thực tập tốt nghiệp học phần bắt buộc của CTĐT với mục đích giúp SV thực hành nghiên cứu, tiếp cận và hiểu thực tiễn, hình thành thái độ đúng đắn và rèn luyện các kỹ năng nghề nghiệp. Ngoài học lý thuyết trên giảng đường, SV được đi thực tế tại các doanh nghiệp, các doanh nghiệp mà SV thực tập đều là những doanh nghiệp trong lĩnh vực tư vấn Marketing giúp SV có chương trình thực tập và hoạt động cũng như phương pháp đánh giá rõ ràng [H4.04.02.04]. Một số thỏa thuận hợp tác đã được ký kết với các doanh nghiệp trong lĩnh vực tư vấn Marketing đáng chú ý như Công ty CP AZ Solution Việt Nam và Công ty CP truyền thông và công nghệ Ichip [H4.04.02.05] góp phần giúp sinh viên có cơ hội hiểu thêm về nghề nghiệp, chủ động tiếp thu, lĩnh hội kiến thức nhằm đạt chuẩn đầu ra.

Đến kỳ cuối, sinh viên sẽ được thực tập tại các doanh nghiệp, được GV hướng dẫn báo cáo thực tập cuối khoá cũng như khoá luận tốt nghiệp để có kết quả tốt nhất. Tại doanh nghiệp các em không chỉ được đào tạo quy trình nghiệp vụ cho nhân viên thực tập mà còn được tham gia hoạt động hội thảo giao lưu giữa sinh viên với các doanh nghiệp về kỹ năng chuyên môn, kỹ năng mềm, về ngành nghề đào tạo [H4.04.02.06] và trực tiếp tham gia vào các hoạt động và dự án thực tế đang triển khai. Các hoạt động thực tập, đi nghiên cứu thực tế các doanh nghiệp, sau đó viết báo cáo thu hoạch và Bộ môn tổ chức chấm từ đó giúp sinh viên tăng khả năng quan sát, thực hành rèn luyện kỹ năng và có những trải nghiệm thực tế. Các cơ sở thực tập đa dạng, đáp ứng yêu cầu của chuyên ngành đào tạo, đó là các doanh nghiệp có quy mô, hình

thức sở hữu, chức năng nhiệm vụ khác nhau. Việc tiếp cận cơ sở thực tập thực tế có thể do sinh viên tự tìm kiếm, hoặc theo các chương trình liên kết giữa Bộ môn và các doanh nghiệp đào tạo bên ngoài, nhưng về nội dung, phương pháp và kỹ năng vẫn phải tuân thủ theo các tiêu chí được Học viện và khoa quy định, được các giảng viên lập kế hoạch, giám sát và hướng dẫn sinh viên thực tập cuối khóa và làm khóa luận tốt nghiệp.

Thông qua hoạt động NCKH của giảng viên giai đoạn 2017-2022 [H4.04.02.07], giảng viên ngoài thực hiện đề tài, nhiệm vụ KHCN các cấp còn hướng dẫn sinh viên NCKH và SV được khuyến khích tham gia NCKH từ năm học thứ nhất. GV trong Bộ môn xây dựng danh mục đề tài gợi ý, sau đó sinh viên lựa chọn đề tài, Bộ môn xét duyệt tên đề tài và phân công giảng viên hướng dẫn [H4.04.02.08]. Những công trình nghiên cứu khoa học có chất lượng được lựa chọn báo cáo điển hình cấp Viện hoặc Học viện. Thông qua các buổi hội thảo chuyên đề và trực tiếp tham gia nghiên cứu, các SV Bộ môn Marketing cũng đã thể hiện được khả năng nghiên cứu khá tốt.

Đoàn Thanh niên Học viện và Bộ môn Marketing cũng tổ chức các hoạt động ngoại khóa như các CLB kinh doanh Marketing: UP community, CDA, S4C, và câu lạc bộ sinh viên tình nguyện, văn hóa nghệ thuật [H4.04.02.09]. Các câu lạc bộ có nhiều hình thức hoạt động, học tập và giải trí phù hợp, trong đó các bạn SV khóa trên giúp đỡ các bạn SV khóa dưới, các bạn SV giỏi hỗ trợ các bạn SV kém hơn. Tuy nhiên, Số sinh viên tham gia NCKH chưa nhiều và các hoạt động NCKH và tham gia các cuộc thi phong trào SV, các câu lạc bộ mới chỉ tập trung ở nhóm các SV khá giỏi hoặc tích cực chủ động trong học tập, chưa lan tỏa đến các SV yếu kém hoặc ngại tham gia các hoạt động xã hội.

Ngay từ khi nhập học, NH đã được phổ biến CTDH, các phương pháp học tập cũng như chuẩn đầu ra của CTĐT thông qua Hệ thống quản lý học tập trực tuyến của Học viện [H4.04.02.10]. Trong quá trình học tập, SV được các Cố vấn học tập hướng dẫn xây dựng kế hoạch học tập cá nhân và phê duyệt đăng ký học tập trong từng học kỳ và cung cấp đầy đủ các tài liệu, văn bản hướng dẫn, ... theo Quy định tạm thời về công tác Cố vấn học tập tại Học viện ban hành theo Quyết định số 1235/QĐ-HV ngày 31/12/2015 [H4.04.02.11] và các Biên bản họp giữa các lớp SV với CVHT trong từng học kỳ, năm học [H4.04.02.12]. Đồng thời, với mỗi học phần, ngay khi lên lớp các

giảng viên trong khoa đều hướng dẫn sinh viên sử dụng các hoạt động học tập phù hợp, từ đó giúp người học chủ động tiếp thu, lĩnh hội kiến thức nhằm đạt được CĐR.

Sau khi kết thúc học phần trong mỗi học kỳ, Học viện tổ chức lấy ý kiến phản hồi của người học về hoạt động giảng dạy của GV [H4.04.02.13]. Đa số người học hài lòng với các phương pháp dạy học và cách truyền đạt mà GV sử dụng (Mức độ hài lòng: 96,8% trong đó: Hoàn toàn đồng ý: 41,7%; Đồng ý: 55,1% trong khi đó mức độ chưa hài lòng chỉ có 3,2%.) Một vài ý kiến đánh giá của NH như “GV có phương pháp dạy học phù hợp, hòa đồng, cởi mở, hiểu tâm lý SV; giảng dạy lôi cuốn, dễ hiểu, gần gũi với thực tiễn giúp SV hứng thú lĩnh hội những kiến thức, hiểu bài; vận dụng một số phương pháp dạy học tích cực để nâng cao chất lượng bài giảng”. Kết quả phản hồi được Trung tâm Khảo thí và Đảm bảo chất lượng Giáo dục tổng hợp và thông báo kết quả đánh giá của người học đến từng GV và khoa chuyên môn để có sự điều chỉnh về hoạt động dạy học và phương pháp dạy học cho phù hợp hơn với thực tiễn giáo dục. Thống kê cho thấy 96,8% sinh viên hài lòng với các hoạt động dạy học cũng như các phương pháp dạy học, đánh giá KQHT của sinh viên ngành Marketing. Ngoài ra, Học viện cũng tổ chức lấy ý kiến phản hồi của người học về cơ sở hạ tầng, trang thiết bị sử dụng trong các hoạt động dạy và học như phòng học, thư viện, phòng thực hành, máy tính, máy chiếu, loa, mic, điều hòa,... [H4.04.02.14]. Thống kê cũng cho thấy 86.73% sinh viên cơ bản hài lòng với với cơ sở hạ tầng, trang thiết bị sử dụng trong các hoạt động dạy học.

Hàng năm, Học viện đều định kỳ tổ chức hội nghị đối thoại giữa Ban Giám đốc với SV Học viện [H4.04.02.15]. Qua hội nghị, SV được đối thoại trực tiếp với Ban Giám đốc, các đơn vị chức năng trong Học viện để bày tỏ quan điểm về hoạt động dạy và học, các phương pháp dạy và học được sử dụng trong CTĐT cũng như trên thực tế giảng dạy của GV.

Thông qua các Biên bản họp khoa về hoạt động dạy và học /các phương pháp dạy và học được sử dụng trong chương trình dạy học ngành năm Marketing từ 2017 đến 2022 [H4.04.02.16] nhận định: Bộ môn xây dựng hoạt động dạy học/phương pháp giảng dạy đa dạng, phù hợp để đạt được CĐR và giảng viên/người học hài lòng với hoạt động dạy và học các phương pháp dạy và học được sử dụng trong chương trình dạy học ngành Marketing.

2. Điểm mạnh

Bộ môn Marketing có nhiều hình thức/phương pháp giảng dạy đa dạng, linh hoạt, phù hợp với từng nội dung và mục tiêu của từng môn học, trong đó kết hợp các hình thức giảng dạy truyền thống như giảng dạy và làm bài tập trên lớp giúp SV nắm chắc kiến thức và các phương pháp hiện đại phù hợp với xu thế ngành nghề và xã hội như làm bài tập lớn, dự án, thuyết trình, thực tập tại doanh nghiệp, giúp SV tăng cường khả năng giải quyết vấn đề, áp dụng từ lý thuyết vào thực tế, và trải qua quá trình thực tế tại doanh nghiệp, từ đó dễ dàng tham gia vào thị trường lao động sau khi tốt nghiệp. Các hoạt động dạy và học đa dạng này giúp SV đạt được CĐR theo chương trình học.

3. Điểm tồn tại

Số sinh viên tham gia NCKH chưa nhiều và các hoạt động NCKH, tham gia các cuộc thi SV, các câu lạc bộ mới chỉ tập trung ở nhóm các SV khá giỏi hoặc tích cực chủ động trong học tập và các hoạt động ngoại khóa, chưa lan tỏa đến toàn thể SV ngành. Bộ môn hiện chưa ký kết hợp tác với nhiều doanh nghiệp, tập đoàn lớn vì vậy cơ hội thực tập và cơ hội việc làm sau khi tốt nghiệp tại các doanh nghiệp, tập đoàn lớn của các em còn hạn chế.

4. Kế hoạch hành động

Từ năm học 2023-2024, Bộ môn Marketing phối hợp với Phòng Quản lý KHCN và HTQT nghiên cứu, đề xuất giải pháp và tuyên truyền mở rộng hoạt động NCKH đến toàn bộ SV học ngành Marketing. Về việc ký kết hợp tác với các doanh nghiệp, Bộ môn hướng tới mở rộng ký kết hợp tác với các doanh nghiệp, tập đoàn đa ngành nghề, không chỉ giới hạn trong phạm vi của ngành TT&TT.

5. Tự đánh giá: Mức đạt được của tiêu chí: 5/7

Tiêu chí 4.3: Các hoạt động dạy và học thúc đẩy việc rèn luyện các kỹ năng, nâng cao khả năng học tập suốt đời của người học.

1. Mô tả hiện trạng

CTĐT ngành Marketing năm 2022 có 49/49 đề cương chi tiết học phần, trong đó mô tả rõ việc sử dụng các hoạt động dạy và học được đa dạng hóa nhằm thúc đẩy SV rèn luyện các kỹ năng làm việc nhóm, tư duy độc lập, kỹ năng thuyết trình, phản biện giải quyết vấn đề, giải quyết các bài toán thực tế. Đề cương chi tiết các học phần trong CTĐT được hiệu chỉnh và biên soạn mới và ban hành theo Quyết định số 249/QĐ-HV, ngày 07/03/2022 [H2.02.02.08] và Quyển CTĐT đại học theo học chế tín chỉ hệ đại học chính quy ngành Marketing năm 2022 [H2.02.02.09].

Đề cương chi tiết của các học phần đều trình bày rõ các phương pháp giảng dạy, học tập tích hợp trong từng nội dung bài giảng kèm theo các hình thức đánh giá phù hợp nhằm đảm bảo thúc đẩy việc rèn luyện các kỹ năng thiết yếu, kỹ năng mềm cho SV và được thể hiện tại Bảng thống kê phương pháp dạy và học, phương pháp kiểm tra đánh giá trong CTDH ngành Marketing năm 2016, 2018 và 2022 [H3.03.01.04], [H3.03.01.05], [H3.03.01.06]. Mỗi học phần sẽ xác định cụ thể các phương pháp dạy học phù hợp. Trong các hoạt động dạy và học, từ các giờ học lý thuyết trên lớp truyền thống/lớp học trực tuyến đến các hoạt động tự học và nghiên cứu khoa học của SV, các bài tập nhóm, các bài thực hành, thảo luận, thực tập, thực tế đều hướng tới mục tiêu hình thành khả năng phân tích và tổng hợp, khả năng nhận diện vấn đề, tư duy phản biện, rèn luyện kỹ năng lập kế hoạch, kỹ năng giao tiếp và làm việc nhóm cho SV.

CTĐT có phân bổ hợp lý nhóm các môn học nhằm trang bị kỹ năng thiết yếu, kỹ năng mềm cho SV như: phương pháp làm việc khoa học, tư duy hệ thống và tư duy phân tích, khả năng trình bày, khả năng giao tiếp và làm việc hiệu quả trong nhóm (đa ngành), hội nhập được trong môi trường quốc tế; các kỹ năng mềm như giao tiếp, làm việc nhóm, trình bày báo cáo, tự nghiên cứu, trình bày kết quả nghiên cứu. Đối với các học phần cần kỹ năng thực hành, đề cương chi tiết của môn học đều nêu rõ số lượng các tiết học chữa bài tập và thực hành, nội dung chi tiết các bài tập và bài thực hành [H4.04.03.01]; 100% đề cương chi tiết các học phần ghi rõ số tiết tự học của SV và những tài liệu đọc thêm.

Mỗi bài giảng trong các đề cương chi tiết học phần ngành Marketing đều nêu cụ thể hình thức tự học, tự nghiên cứu và trong đó chỉ rõ nội dung chính, những yêu cầu đối với người học. Trong đề cương chi tiết cũng quy định rõ thời lượng tự học, tự nghiên cứu ít nhất từ 1 tiết/ 1 tín chỉ. SV phải nghiên cứu tài liệu trong thời gian tự học trước khi lên lớp và đây là một yêu cầu bắt buộc trong tất cả các đề cương chi tiết. Đặc biệt trong lịch trình giảng dạy của từng học phần, GV đều gợi ý tài liệu học tập cần tham khảo theo từng chương hoặc nội dung cụ thể để SV có sự chuẩn bị tốt nhất, khuyến khích vai trò tự nghiên cứu, tự học của SV được quy định chi tiết tại bài giảng các học phần trong quyển CTĐT đại học theo học chế tín chỉ hệ chính quy ngành Marketing năm 2022 [H2.02.02.09]. Ngoài ra, Học viện có hệ thống thực hành trực tuyến cung cấp các bài thực hành cùng khả năng đánh giá tự động giúp sinh viên có

thể chủ động học tập và cải thiện kỹ năng ở các học phần thực hành mọi lúc, mọi nơi [H4.04.02.03].

Với mục tiêu không ngừng nâng cao chất lượng đào tạo, Bộ môn Marketing và Học viện định kỳ tổ chức các đợt tập huấn về phương pháp giảng dạy để tất cả GV có cơ hội tiếp cận những vấn đề thực tế liên quan đến phương pháp giảng dạy, được học hỏi chia sẻ với nhau, từ đó điều chỉnh và lựa chọn các phương pháp giảng dạy phù hợp hơn, giúp cải tiến hoạt động học tập của SV cũng như cách đánh giá SV [H4.04.03.02]. Các thay đổi, cập nhật CTDH còn được thực hiện dựa trên ý kiến phản hồi của người học về hoạt động giảng dạy của GV theo học kỳ, năm học [H4.04.02.13].

Trong quá trình học, sinh viên ngành Marketing được tham gia học tập các chuyên đề thông qua các chương trình hợp tác với các tổ chức nghề nghiệp, doanh nghiệp đáng chú ý như URAH Network, AZS solution, Ichip, UP Community [H4.04.02.05] góp phần giúp sinh viên có cơ hội hiểu thêm về nghề nghiệp. Ngoài ra, Bộ môn còn phối hợp với Đoàn thanh niên Học viện tổ chức Hội thảo NCKH cho SV. Sinh viên được tham gia nhiều hoạt động ngoại khóa do Đoàn Thanh niên Học viện tổ chức như các câu lạc bộ về kinh doanh Marketing như UP community, CDA, S4C, và câu lạc bộ sinh viên tình nguyện, văn hóa nghệ thuật v.v. [H4.04.02.08], [H4.04.02.09], nhờ đó giúp sinh viên tăng cường khả năng tương tác, mạnh dạn trong các hoạt động ngoại khóa cũng như hỗ trợ lẫn nhau trong học tập. Cùng với đó thông qua các cuộc thi chuyên ngành về Marketing được Bộ môn tổ chức thường niên như Marketing Bigday giúp cho SV được trải nghiệm ứng dụng những kiến thức học được giải quyết những vấn đề thực tế, được rèn luyện thêm các kỹ năng.

Các hoạt động dạy và học được thiết kế với mục tiêu thúc đẩy việc rèn luyện các kỹ năng, nâng cao khả năng học tập suốt đời của NH: Hiện nay, việc từng bước giúp SV rèn luyện kỹ năng học tập suốt đời được tích hợp vào từng môn học. Ngay từ buổi học đầu tiên, GV luôn giới thiệu phương pháp học tập và danh mục tài liệu tham khảo; khuyến khích và hướng dẫn SV tự tìm hiểu thêm. Các hoạt động dạy và học giúp hình thành khả năng phân tích, tổng hợp, tư duy phản biện và kỹ năng làm việc nhóm cho SV được thể hiện qua việc thực hiện các bài tập lớn và đồ án môn học. GV sử dụng các hoạt động dạy học/phương pháp giảng dạy phù hợp nhằm hỗ trợ NH rèn luyện các

kỹ năng và nâng cao khả năng học tập suốt đời. Trong một một vài đề cương học phần, việc hướng dẫn việc tự học, tự nghiên cứu cho SV còn khá chung chung.

Nhằm trang bị cho SV khả năng tự học, tự nghiên cứu, Học viện và Bộ môn đã triển khai đào tạo cho SV các kỹ năng tự học, kỹ năng tư duy sáng tạo, kỹ năng giải quyết vấn đề, kỹ năng lập kế hoạch - tổ chức công việc, kỹ năng giao tiếp, kỹ năng thuyết trình, v.v. SV được tham gia các buổi tranh luận để nâng cao kỹ năng phản biện. Đối với các môn học chuyên ngành, SV được yêu cầu thực hiện báo cáo bài tập lớn/tiểu luận dưới dạng báo cáo khoa học nhằm giúp SV vận dụng kiến thức môn học để giải quyết một vấn đề thực tế. Điều này mang lại kỹ năng vận dụng sáng tạo của SV khi tham gia môn học. SV phải chủ động tìm hiểu các cách giải quyết vấn đề, phân tích đánh giá ưu nhược điểm mỗi phương pháp, để lựa chọn phương pháp phù hợp áp dụng vào giải quyết bài toán của mình và phải bảo vệ lựa chọn của mình.

Hàng năm, Bộ môn lập kế hoạch và tổ chức triển khai nhiều hoạt động để khuyến khích SV NCKH, trau dồi kiến thức học thuật, rèn luyện các kỹ năng cần thiết cho việc học tập suốt đời. SV được giảng viên hướng dẫn tham gia các đề tài NCKH của SV, tham gia các Hội nghị NCKH sinh viên hằng năm [H4.04.02.08]. Các hoạt động ngoại khóa khác được tổ chức góp phần rèn luyện các kỹ năng mềm như kỹ năng giao tiếp, kỹ năng tự tin, tinh thần học hỏi, kỹ năng tự giải quyết vấn đề. Các kỹ năng này giúp cho người học nhanh chóng thích nghi với công việc mới sau khi ra trường cũng như đáp ứng được nhiều loại hình tổ chức và nhiều công việc trong tương lai.

Sinh viên năm thứ 4 được tham gia các hoạt động kiến tập, thực tập thực tế tại các công ty, doanh nghiệp để rèn luyện khả năng vận dụng kiến thức vào việc giải quyết các vấn đề cụ thể, áp dụng kiến thức lý thuyết vào thực tiễn [H4.04.02.06]. Qua các đợt thực tập tại các doanh nghiệp, SV ngành Marketing được các công ty, doanh nghiệp đánh giá có trình độ chuyên môn và kỹ năng giao tiếp khá tốt.

Học viện và Bộ môn Marketing thực hiện khảo sát ý kiến của các doanh nghiệp, cựu sinh viên, để cải tiến chương trình và chất lượng đào tạo nhằm đáp ứng các yêu cầu của các doanh nghiệp. Phiếu khảo sát sinh viên tốt nghiệp với các tiêu chí đánh giá về trình độ chuyên môn, kỹ năng làm việc nhóm, khả năng hội nhập, khả năng làm việc trong môi trường chuyên nghiệp, khả năng ứng dụng kiến thức công việc vào thực tế đều được các doanh nghiệp đánh giá ở mức đạt yêu cầu tuyển dụng và tỷ lệ SV tốt nghiệp ngành Marketing tham gia trả lời phiếu hỏi ở các đợt khảo sát trong giai đoạn

2017-2022 dao động từ 90% - 93% so với số SV tốt nghiệp được khảo sát. Kết quả khảo sát cho thấy, tỷ lệ SV ngành Marketing có việc làm với tỷ lệ 89% - 95% [H4.04.03.04].

Bảng thống kê phương pháp dạy và học, phương pháp kiểm tra đánh giá trong CTDH ngành Marketing năm 2022 [H3.03.01.06]; biên bản họp Bộ môn về việc sử dụng các hoạt động dạy học/ phương pháp giảng dạy năm 2020 [H3.03.02.04] đã nêu: Chương trình dạy học có 100% đề cương chi tiết các học phần đã mô tả rõ việc sử dụng các phương pháp giảng dạy/học tập phù hợp nhằm thúc đẩy việc rèn luyện các kỹ năng thiết yếu, kỹ năng mềm; nhấn mạnh đến hoạt động tự học/tự nghiên cứu nhằm hướng tới việc nâng cao khả năng học tập suốt đời, tuy nhiên, trong một một vài đề cương học phần, việc hướng dẫn việc tự học, tự nghiên cứu cho SV còn khá chung chung.

2. Điểm mạnh

Các hoạt động dạy và học tại Bộ môn Marketing góp phần thúc đẩy SV nâng cao năng lực tự học suốt đời. Thông qua việc đẩy mạnh các hoạt động đào tạo và NCKH, CTĐT tập trung rèn luyện SV độc lập suy nghĩ, kỹ năng tự nghiên cứu và giải quyết vấn đề trong thực tế, từ đó SV tự tin hơn trong việc tự đào tạo bản thân để giải quyết vấn đề thực tế gặp phải. ĐCCT học phần đều mô tả được yêu cầu của hoạt động tự nghiên cứu/tự học nhằm hướng đến việc nâng cao khả năng tự học suốt đời cho SV.

3. Điểm tồn tại

Trong một một vài đề cương học phần, việc hướng dẫn việc tự học, tự nghiên cứu cho SV còn khá chung chung.

4. Kế hoạch hành động

Từ năm học 2023-2024, Bộ môn Marketing phối hợp với Phòng Đào tạo soát lại các đề cương học phần để bổ sung và hoàn thiện hơn với những hướng dẫn chi tiết cho SV về việc tự học, tự nghiên cứu các vấn đề trong từng chương mục của học phần và rèn luyện cho SV khả năng tự học tự nghiên cứu và học tập suốt đời. Đồng thời Bộ môn mở rộng hoạt động NCKH đến nhiều SV, đẩy mạnh hoạt động trong các câu lạc bộ về Marketing và phong trào thi các cuộc thi về Marketing như Marketing Bigday trong SV Học viện.

5. Tự đánh giá: Mức đạt được của tiêu chí: 5/7.

Kết luận về Tiêu chuẩn 4

Học viện đã ban hành Triết lý giáo dục và mục tiêu giáo dục, với nội dung: “Tri thức - Sáng tạo - Đạo đức - Trách nhiệm”. Nội dung Triết lý giáo dục, phù hợp với mục tiêu của Học viện: “Phát triển Học viện trở thành trung tâm giáo dục của đất nước và khu vực, định hướng ứng dụng vào năm 2030”. Triết lý giáo dục được tuyên bố rõ ràng và được phổ biến tới các bên liên quan nhằm giúp các hoạt động dạy và học được thiết kế phù hợp để đạt được CĐR, các hoạt động dạy và học thúc đẩy việc rèn luyện các kỹ năng, nâng cao khả năng học tập suốt đời của SV.

Đối với các phương pháp tiếp cận trong dạy và học cũng thể hiện được sự phù hợp của CTĐT ngành Marketing. Các hoạt động giảng dạy của GV và học tập của SV là đa dạng, linh hoạt, giúp người học thuận lợi trong việc đạt CĐR của CTĐT. Các hoạt động học tập đa dạng như NCKH, tự học, thảo luận, thuyết trình, kiến tập, thực tập nghề nghiệp, các khóa học nâng cao kỹ năng mềm giúp SV có năng lực học tập suốt đời. Có sự tương tác hỗ trợ giữa người dạy và người học, môi trường học tập cởi mở và thân thiện, tôn trọng và hỗ trợ người học một cách tích cực.

Bên cạnh đó có những điểm tồn tại cần khắc phục, đó là cần tăng cường thu thập thêm ý kiến và số lượng phiếu khảo sát của các bên như SV, GV và nhà tuyển dụng khi đổi mới phương pháp giảng dạy.; cần đẩy mạnh hoạt động NCKH cho sinh viên, đẩy mạnh các hoạt động chuyên môn tại các câu lạc bộ cho SV ngành Marketing nhằm nâng cao năng lực tự học; khả năng sáng tạo. Tăng cường mở rộng hợp tác với các doanh nghiệp trong và ngoài ngành TT&TT để tăng thêm cơ hội thực tập và cơ hội việc làm cho SV tại những doanh nghiệp lớn.

Tiêu chuẩn 4 có 3 tiêu chí: 5,00/7

Tiêu chuẩn 5: Đánh giá kết quả học tập của người học

Mở đầu

Đánh giá kết quả học tập (KQHT) của người học là một trong những khâu quan trọng trong công tác tổ chức đào tạo. Kết quả đánh giá sẽ ảnh hưởng quan trọng đến việc học tập và nghề nghiệp sau này của người học, đồng thời cung cấp cho Học viện, Bộ môn Marketing các thông tin giá trị về chất lượng dạy - học và các dịch vụ hỗ trợ người học. Việc đánh giá KQHT của người học được thiết kế phù hợp với mức độ đạt được CĐR của CTĐT ngành Marketing, quá trình đánh giá được bắt đầu ngay từ khâu

tuyển sinh đầu vào và thực hiện xuyên suốt quá trình học tập của SV cho tới khi tốt nghiệp.

Mục đích của việc kiểm tra đánh giá là nhằm xác định mức độ kiến thức cũng như kỹ năng mà SV cần đạt được so với mục tiêu của CTĐT cũng như mục tiêu của từng học phần trong CTĐT ngành Marketing. Việc đánh giá kết quả của SV căn cứ vào CDR và nội dung của CTĐT. Các quy định về đánh giá KQHT của người học theo CTĐT ngành Marketing được công bố công khai tới người học và các bên liên quan trước khi bắt đầu triển khai CTĐT. Trong tiết học đầu tiên của các học phần, người học được thông báo về kế hoạch, hình thức và tiêu chí kiểm tra đánh giá sử dụng trong học phần đó. Phương pháp đánh giá kết quả học tập đa dạng và có tính liên tục, đảm bảo độ tin cậy và sự công bằng, phù hợp với đặc thù của từng học phần.

Thông tin về kết quả học tập được phản hồi kịp thời giúp người học cải thiện quá trình học tập của bản thân, đáp ứng với mục tiêu đào tạo. Ngoài ra, người học cũng dễ dàng tiếp cận với quy trình khiếu nại về việc đánh giá KQHT của GV trong quá trình học tập tại Học viện. Các quy định về đánh giá kết quả học tập đã được trình bày cụ thể, rõ ràng trong các quy định về đào tạo, thi, kiểm tra đánh giá KQHT do Học viện ban hành và được thông báo công khai tới SV qua nhiều hình thức.

Tiêu chí 5.1: Việc đánh giá kết quả học tập của người học được thiết kế phù hợp với mức độ đạt được chuẩn đầu ra.

1. Mô tả hiện trạng

Kể từ năm 2012, khi chuyển sang đào tạo theo hệ thống tín chỉ, Học viện đã ban hành các quy định để triển khai tổ chức đào tạo, tài liệu hướng dẫn, thiết kế các phương pháp kiểm tra đánh giá và đo lường trong giáo dục với những nội dung như: đánh giá, phân loại đánh giá, quy trình đánh giá, các phương pháp đánh giá, một số kỹ thuật để xây dựng công cụ đánh giá dựa trên CDR của từng học phần. Cụ thể:

Quy định đào tạo đại học theo hệ thống tín chỉ ban hành theo quyết định số 897/QĐ-HV ngày 11/12/2012 [H5.05.01.01]. Trong quy định này đã dành toàn bộ chương V để quy định về việc đánh giá kết quả và thi kết thúc học phần. Trong đó: điều 23 quy định tiêu chí đánh giá kết quả học tập; điều 24 quy định việc đánh giá kết quả học phần (các hình thức đánh giá và hình thức thi kết thúc học phần); điều 25 quy định thang điểm đánh giá (theo thang điểm 10, điểm quy đổi sang điểm chữ và thang điểm 4); điều 29 quy định việc tổ chức kỳ thi kết thúc học phần.

Quy định đào tạo cao đẳng, đại học theo hệ thống tín chỉ ban hành theo quyết định số 474/QĐ-HV ngày 19/6/2018 [H5.05.01.02]: Tại điều 29 quy định công tác tổ chức thi kết thúc học phần gồm các nội dung về tiêu chí đánh giá kết quả học tập, các hình thức đánh giá kết quả học phần và thang điểm đánh giá, trong đó có nội dung “*Các quy định chi tiết khác liên quan thực hiện theo Quy định tổ chức thi kết thúc học phần hệ cao đẳng, đại học chính quy theo học chế tín chỉ ban hành kèm theo Quyết định số 691/QĐ-KT&ĐBCLGD ngày 13 tháng 9 năm 2013 của Giám đốc Học viện*”.

Quy định đào tạo đại học theo hệ thống tín chỉ ban hành theo quyết định số 838/QĐ-HV ngày 11/10/2021 [H5.05.01.03]. Trong đó bao gồm các nội dung về đánh giá kết quả học tập của NH được quy định như quy định tương tự như quy định đào tạo đại học theo hệ thống tín chỉ ban hành năm 2012 và 2018: Điều 23 quy định tiêu chí đánh giá kết quả học tập; điều 24 quy định việc đánh giá kết quả học phần (các hình thức đánh giá và hình thức thi kết thúc học phần); điều 25 quy định thang điểm đánh giá (theo thang điểm 10, điểm quy đổi sang điểm chữ và thang điểm 4); điều 29 quy định việc tổ chức kỳ thi kết thúc học phần.

Trong giai đoạn 2017-2021, Học viện đã ban hành 3 bản quy định đào tạo theo tín chỉ và kết cấu bản quy định năm 2021 giữ nguyên như năm 2018, được điều chỉnh, bổ sung đầy đủ các nội dung quy định về đánh giá kết quả học tập của NH theo Quy chế đào tạo trình độ đại học của Bộ GD&ĐT ban hành theo Thông tư số 08/2021/TT-BGDĐT ngày 18/03/2021 của Bộ GD&ĐT.

Trong suốt quá trình học tập tại Học viện, người học phải trải qua các khâu đánh giá, bao gồm đánh giá học phần, thực tập tốt nghiệp, thi tốt nghiệp/làm ĐAKTTN và được quy định tại các văn bản cụ thể:

Quy định tổ chức thi kết thúc học phần hệ cao đẳng, đại học chính quy theo học chế tín chỉ ban hành theo Quyết định số 691/QĐ-KT&ĐBCLGD ngày 13/9/2013 [H5.05.01.04]. Trong đó quy định về việc ra đề thi, hình thức thi, chấm thi và số lần được dự thi kết thúc học phần; áp dụng cho thi kết thúc học phần với các hình thức trắc nghiệm, tự luận, vấn đáp, viết tiểu luận, làm bài tập lớn, bảo vệ chuyên đề, hoặc kết hợp giữa các hình thức trên. Đồng thời, sau khi Học viện chỉnh sửa, ban hành mới quy định đào tạo theo tín chỉ, Trung tâm Khảo thí và Đảm bảo chất lượng giáo dục (KT&ĐBCLGD) kịp thời hiệu chỉnh các nội dung về thi kết thúc học phần cho phù hợp với quy định đào tạo mới theo Quyết định số 1277/QĐ-HV ngày 31/12/2018 về

việc sửa đổi, bổ sung một số nội dung của Quy định tổ chức thi kết thúc học phần hệ cao đẳng, đại học chính quy theo học chế tín chỉ ban hành kèm theo Quyết định số 691/QĐ-KT&ĐBCLGD ngày 13/9/2013 [H5.05.01.05] và Quy định thi kết thúc học phần và các học phần thay thế tốt nghiệp ban hành theo Quyết định số 1037/QĐ-HV ngày 12/11/2021 [H5.05.01.06].

Dựa vào các quy định nêu trên, Trung tâm Khảo thí và Đảm bảo chất lượng giáo dục tổ chức đánh giá và quản lý kết quả học tập của SV. Quy trình tổ chức các kỳ thi nêu rõ về việc cho điểm quá trình, xếp lịch thi, ra đề, tổ chức thi, chấm thi, nhập điểm, phúc tra, lưu trữ bài thi và công bố điểm. Quy trình này có sự tham gia của nhiều đơn vị trong Học viện như: Phòng Giáo vụ là đơn vị lập Kế hoạch thi; Trung tâm KT&ĐBCL là đơn vị phụ trách in sao, lưu trữ đề thi và tổ chức thi, lưu trữ bài thi, bảng điểm, các biên bản; các Bộ môn phụ trách việc phân công GV chấm thi/chấm phúc tra; Ban Thanh tra các kỳ thi giám sát việc bốc thăm, in sao đề thi, giám sát công tác coi thi, chấm thi/chấm phúc tra; Trung tâm Thí nghiệm Thực hành quản lý các phòng máy thi thực hành; Trung tâm Dịch vụ là đơn vị chuẩn bị, quản lý phòng thi, Văn phòng Học viện bố trí cán bộ bảo vệ trực giữ trật tự tại khu vực tổ chức thi. Tuy nhiên, Học viện và Bộ môn Marketing chưa tham khảo ý kiến các bên liên quan để đánh giá sự phù hợp của các văn bản đã ban hành trong lĩnh vực khảo thí.

Trong thời gian dịch bệnh Covid-19, Học viện kịp thời ban hành các văn bản triển khai công tác tổ chức thi trực tuyến như Hướng dẫn tổ chức thi trực tuyến trong thời gian phòng, chống đại dịch Covid-19 ban hành theo Quyết định số 470/QĐ-HV ngày 09/6/2021 [H5.05.01.07] và bổ sung hình thức thi trực tuyến trong thời gian phòng, chống đại dịch Covid-19 ban hành theo Quyết định số 654/QĐ-HV ngày 04/8/2021 [H5.05.01.08].

Để đánh giá kết quả thực tập của SV, Học viện ban hành Quy trình về tổ chức thực tập tốt nghiệp hướng dẫn đánh giá và chấm điểm TTTN ban hành theo Quyết định số 05/QĐ-KT&ĐBCLGD ngày 10/01/2011 [H5.05.01.09].

Để đánh giá kết quả tốt nghiệp của SV, Học viện ban hành Quy định về việc đánh giá và tổ chức bảo vệ ĐA/KLTN theo Quyết định số 924/QĐ-KT&ĐBCLGD ngày 15/11/2011 [H5.05.01.09] và trong thời gian dịch bệnh Covid-19, Học viện ban hành Quy định về việc tổ chức đánh giá đồ án, khóa luận tốt nghiệp theo hình thức trực

tuyển trong thời gian dịch Covid-19 theo Quyết định số 594/QĐ-HV ngày 15/7/2021 [H5.05.01.11].

Căn cứ Đề cương chi tiết học phần, hàng năm, Học viện ban hành văn bản hướng dẫn các khoa, bộ môn xây dựng và hiệu chỉnh ngân hàng câu hỏi thi kết thúc các học phần trong CTĐT ngành Marketing [H5.05.01.12]. Theo văn bản hướng dẫn, khi thiết kế ngân hàng câu hỏi thi các học phần, dựa trên cơ sở 6 cấp độ của thang cấp độ tư duy Bloom, các bộ môn chủ động thiết kế câu hỏi từ dễ đến phức tạp tương ứng với 3 cấp độ tư duy (Bậc 1: Nhớ, biết; Bậc 2: Hiểu, áp dụng; Bậc 3: Phân tích, tổng hợp, đánh giá). Đối với những học phần chưa xây dựng ngân hàng câu hỏi thi, Học viện xây dựng kế hoạch biên soạn đề thi để hướng dẫn GV biên soạn đề thi, với yêu cầu đề thi phải bám sát nội dung, chương trình giảng dạy, đồng thời đạt yêu cầu phân loại được năng lực của người học, phải phát huy khả năng tư duy, sáng tạo của người học và đủ thời gian quy định cho mỗi học phần.

Kết quả học tập của NH được đánh giá thông qua các hoạt động học tập trên giảng đường (lớp học và phòng thí nghiệm thực hành (TNTH) và tại các cơ sở SV đến thực tập, với các phương pháp đánh giá cụ thể:

Căn cứ Quy trình về tổ chức thực tập tốt nghiệp hướng dẫn đánh giá và chấm điểm TTTN [H5.05.01.09]: Kết thúc thời gian thực tập theo yêu cầu của đề cương và hướng dẫn của GVHD, SV phải hoàn thành báo cáo thực tập cho GVHD theo đúng thời hạn quy định; các Khoa chuyên môn/Đơn vị nghiên cứu tổ chức đánh giá, chấm điểm (có tham khảo điểm của cơ sở thực tập, của CBHD/GVHD) dưới hình thức phù hợp (vấn đáp hoặc chấm điểm báo cáo...) trong thời hạn đã được phê duyệt theo đề cương thực tập, công bố điểm cho SV.

Quy trình tổ chức thực hiện Đồ án tốt nghiệp (ĐATN) ban hành theo quyết định 924/QĐ-HV ngày 15/11/2011 [H5.05.01.10]: Hướng dẫn đánh giá ĐATN với các phiếu nhận xét của người phản biện và phiếu đánh giá của các thành viên hội đồng chi tiết đến 0,25 điểm.

- Việc đánh giá kết quả học phần thực hiện theo Quy định tổ chức thi kết thúc học phần hệ cao đẳng, đại học chính quy theo học chế tín chỉ [H5.05.01.04], [H5.05.01.05]: Trong đó điểm đánh giá học phần là tổng điểm của tất cả các điểm thành phần nhân với trọng số tương ứng. Điểm học phần làm tròn đến một chữ số thập phân, sau đó quy đổi sang thang điểm chữ và thang điểm 4; đối với các học phần chỉ

có lý thuyết hoặc có cả lý thuyết và thực hành, tùy theo tính chất của học phần, điểm học phần được tính căn cứ vào một phần hoặc tất cả các điểm đánh giá thành phần; đối với các học phần thực hành: SV phải tham dự đầy đủ các bài thực hành được quy định cho mỗi học phần. Điểm trung bình cộng của điểm các bài thực hành trong học kỳ được làm tròn đến một chữ số thập phân là điểm của học phần thực hành. Việc lựa chọn phương pháp đánh giá học phần được quy định cụ thể trong đề cương chi tiết của học phần thông qua bài thi kết thúc học phần với hình thức có thể là thi viết (trắc nghiệm hoặc tự luận), vấn đáp, viết tiểu luận, làm bài tập lớn, bảo vệ chuyên đề, hoặc kết hợp giữa các hình thức trên.

- Việc đánh giá kết quả thực tập tốt nghiệp thực hiện theo Quy trình về tổ chức thực tập tốt nghiệp hướng dẫn đánh giá và chấm điểm TTTN [H5.05.01.09]: Trong đó điểm TTTN do Khoa tổ chức đánh giá, chấm điểm, có tham khảo điểm của cơ sở thực tập, của người hướng dẫn và tổ chức cho SV/ Nhóm SV báo cáo kết quả TTTN dưới hình thức phù hợp (vấn đáp hoặc chấm điểm báo cáo...).

- Việc đánh giá ĐATN thực hiện theo quy trình tổ chức thực hiện ĐATN ban hành theo quyết định 924/QĐ-HV ngày 15/11/2011 [H5.05.01.10]. Trong đó điểm đánh giá ĐATN là trung bình cộng điểm đánh giá của người phản biện và các thành viên hội đồng. Để có đủ điều kiện làm đồ án tốt nghiệp, SV cần đạt điểm trung bình chung tích lũy từ khá trở lên, trường hợp SV không đủ điều kiện làm ĐATN sẽ học và thi các học phần thay thế ĐATN do Khoa đề xuất và được giám đốc Học viện phê duyệt theo Quy định thi các học phần thay thế tốt nghiệp theo Quyết định số 1037/QĐ-HV ngày 12/11/2021 [H5.05.01.06].

Học viện đã ban hành tài liệu hướng dẫn, thiết kế các phương pháp kiểm tra đánh giá và đo lường trong giáo dục với những nội dung như: đánh giá, phân loại đánh giá, quy trình đánh giá, các phương pháp đánh giá, một số kỹ thuật để xây dựng công cụ đánh giá dựa trên CDR của từng học phần.

Trong bản mô tả CTĐT ngành Marketing tại Mục 3. Chuẩn đầu ra ban hành kèm theo Quyết định số 1455/QĐ-HV ngày 27/10/2022 [H2.02.01.02] có xây dựng ma trận liên kết giữa học phần và chuẩn đầu ra của CTĐT. Các phương pháp đánh giá của CTĐT phong phú, đa dạng (chuyên cần, bài tập, thuyết trình, hoạt động, viết, làm việc nhóm, thí nghiệm, thực hành trắc nghiệm tự luận, vấn đáp, báo cáo), phù hợp với CDR của CTĐT ngành Marketing. Phương pháp đánh giá của từng học phần cụ thể đã được

tổ chức hội thảo và thông qua ở cấp bộ môn và cấp khoa trước khi trình Giám đốc Học viện phê duyệt theo đề cương chi tiết học phần.

Thông qua nội dung nêu trên, các hoạt động và phương pháp kiểm tra đánh giá kết quả học tập của NH được thiết kế phù hợp để đo lường được mức độ đạt CĐR thông qua: đánh giá học phần với đề thi có đáp án, thang điểm đánh giá và các mức độ đạt được của từng SV từ không đạt đến khá, giỏi để đo mức độ đạt được của CĐR từng học phần; Khóa luận tốt nghiệp (KLTN) được giao cho SV khá giỏi thực hiện và do Hội đồng đánh giá để đo CĐR theo thang điểm cụ thể.

2. Điểm mạnh

Học viện có hệ thống quy định, quy trình, tài liệu hướng dẫn đầy đủ và tạo sự đồng bộ, thống nhất giữa các đơn vị, GV, SV trong quá trình thực hiện việc đánh giá kết quả học tập của NH.

3. Điểm tồn tại

Học viện chưa tham khảo ý kiến các bên liên quan để đánh giá sự phù hợp của các văn bản đã ban hành trong lĩnh vực khảo thí.

4. Kế hoạch hành động

Năm học 2023-2024, Trung tâm KT&ĐBCLGD tổ chức hội thảo xin ý kiến nhận xét, góp ý của các bên liên quan đánh giá sự phù hợp của các văn bản đã ban hành.

5. Tự đánh giá: Mức đạt được của tiêu chí: 5/7.

Tiêu chí 5.2: Các quy định về đánh giá kết quả học tập của người học (bao gồm thời gian, phương pháp, tiêu chí, trọng số, cơ chế phản hồi và các nội dung liên quan) rõ ràng và được thông báo công khai tới người học.

1. Mô tả hiện trạng

Thời gian, hình thức, phương pháp, tiêu chí, trọng số, cơ chế phản hồi và các nội dung liên quan đến đánh giá kết quả học tập của người học CTĐT ngành Marketing được xác định rõ ràng tại Quy chế đào tạo theo học chế tín chỉ năm 2012 [H5.05.01.01], năm 2018 [H5.05.01.02] và năm 2021 [H5.05.01.03]. Tại Quy chế đào tạo năm 2021, quy định cụ thể như sau:

- Thời gian: Mỗi học kỳ chỉ tổ chức một kỳ thi kết thúc học phần (gọi là kỳ thi chính) và một kỳ thi phụ dành cho SV chưa dự thi kỳ thi chính có lý do chính đáng và đã được chấp nhận (nếu có). Trường hợp đặc biệt do Giám đốc Học viện quyết định.

- Hình thức thi kết thúc học phần: bài thi kết thúc học phần được thực hiện bằng một trong các hình thức như thi viết (tự luận, trắc nghiệm khách quan trên giấy hoặc trên máy tính), vấn đáp, thực hành hoặc kết hợp các hình thức trên, được quy định trong Đề cương chi tiết học phần và được Giám đốc Học viện phê duyệt.

- Hình thức đánh giá trực tuyến: Hình thức đánh giá trực tuyến được áp dụng khi đảm bảo trung thực, công bằng và khách quan; Trọng số của điểm đánh giá bằng hình thức trực tuyến không được quá 50%.

- Cách tính điểm thành phần và điểm học phần: Điểm thành phần được đánh giá theo thang điểm 10 (từ 0 đến 10), làm tròn đến một chữ số thập phân; điểm học phần là tổng điểm của tất cả các điểm đánh giá bộ phận (điểm thành phần) nhân với trọng số tương ứng, được làm tròn đến một chữ số thập phân; điểm liệt quy định cho các thành phần của học phần là 0 điểm.

- Đánh giá lớp học phần

(1) Đánh giá lớp học phần là một trong những biện pháp quan trọng trong công tác đảm bảo chất lượng giáo dục. Việc đánh giá lớp học phần được tiến hành thông qua thu thập thông tin từ nhiều nguồn khác nhau về nội dung học phần, tổ chức lớp học phần, các hoạt động dạy và học của mỗi lớp học. Từ đó đưa ra đánh giá kết luận để có những điều chỉnh phù hợp nhằm nâng cao chất lượng đào tạo. Các nguồn thông tin có thể bao gồm:

- + Ý kiến phản hồi từ cán bộ phụ trách lớp học phần và các cán bộ khác;
- + Ý kiến phản hồi từ phía SV của lớp học phần;
- + Thông tin kiểm tra giảng dạy từ Tổ công tác dự giờ;
- + Thống kê điểm đánh giá học phần của lớp học phần.

(2) Trung tâm Khảo thí & Đảm bảo chất lượng giáo dục (KT&ĐBCLGD) phối hợp với các đơn vị tổ chức việc đánh giá lớp học phần thường xuyên cuối mỗi học kỳ, năm học. Các kết quả đánh giá lớp học phần được báo cáo trực tiếp với Giám đốc Học viện. Giám đốc Học viện quyết định hình thức sử dụng các kết quả đánh giá lớp học phần và chỉ đạo thực hiện biện pháp điều chỉnh cần thiết.

Tất cả đề cương chi tiết các học phần trong CTĐT ngành Marketing năm 2022 [H1.01.01.03], [H2.02.02.01] đều nêu rõ hình thức, thời gian, tiêu chí, trọng số điểm kiểm tra đánh giá (thi viết, thi vấn đáp, thực hành...), đặc biệt chú trọng việc xây dựng

thang đánh giá gồm: tiêu chí đánh giá về nhận thức, kỹ năng, thái độ; mức độ thành tích đạt được theo yêu cầu của chuẩn học phần.

Tại quy định về tổ chức thi kết thúc học phần hệ đại học, cao đẳng chính qui theo học chế tín chỉ đã quy định cụ thể thời gian, hình thức thi và phúc khảo kết quả thi [H5.05.01.04], [H5.05.01.05]. Nội dung và phương pháp đánh giá được các GV thay đổi cho phù hợp với nội dung của học phần theo đề cương chi tiết của các học phần. Việc đánh giá kết quả học tập của người học thường xuyên suốt trong quá trình học tập thông qua các hình thức như: thi viết tự luận, thi trắc nghiệm khách quan, thi trắc nghiệm khách quan bằng máy tính, thi kết hợp viết và trắc nghiệm khách quan, thi kết hợp viết và trắc nghiệm khách quan bằng máy tính, thi vấn đáp, thi thực hành, viết tiểu luận, bài tập lớn, đồ án, bảo vệ chuyên đề... tùy theo tính chất từng học phần. Đánh giá định kỳ (bài kiểm tra) là đánh giá kết quả học tập của SV sau khi hoàn thành một phần chương trình của học phần. Điểm học phần là trung bình cộng theo trọng số của điểm đánh quá trình và điểm thi kết thúc học phần, làm tròn đến một chữ số thập phân (đối với những học phần có thi kết thúc học phần). Đánh giá kết quả học tập một học phần trong Quy định tổ chức thi kết thúc học phần theo Quyết định số 1037/QĐ-HV ngày 12/11/2021 [H5.05.01.06]. Cụ thể, Điều 8 trình bày kết cấu điểm thành phần, thi kết thúc học phần, điểm tổng kết học phần đối với học phần. Các thông tin về cơ chế phản hồi, khiếu nại phúc tra được trình bày rõ tại Điều 10. Khiếu nại điểm, phúc khảo điểm bài thi kết thúc học phần. Thời gian, phương pháp, tiêu chí, trọng số, cơ chế phản hồi các nội dung liên quan đến kỳ thi cuối kỳ được thực hiện theo đúng Quy chế đào tạo và Quy định về tổ chức thi kết thúc học phần ĐH, CĐ theo học chế tín chỉ.

Việc đánh giá kết quả thực tập tốt nghiệp thực hiện theo Quy trình về tổ chức thực tập tốt nghiệp hướng dẫn đánh giá và chấm điểm TTTN [H5.05.01.09]. Thời gian thực tập cuối khóa Hàng năm, Học viện xét cho SV đủ điều kiện đăng ký thực tập và viết chuyên đề thực tập cuối khóa theo 02 đợt: Tháng 01 và tháng 07; thời gian thực tập cuối khóa tại cơ sở là từ 05 đến 06 tuần; việc đánh giá học phần TTTN diễn ra vào tuần cuối của đợt thực tập, SV nộp quyền có xác nhận của cơ sở thực tập cho GV hướng dẫn để chấm điểm TTTN; điểm TTTN do Khoa tổ chức đánh giá, chấm điểm, có tham khảo điểm của cơ sở thực tập, của người hướng dẫn và tổ chức cho SV/ Nhóm SV báo cáo kết quả TTTN dưới hình thức phù hợp (vấn đáp hoặc chấm điểm báo cáo...).

Việc đánh giá KLTN thực hiện theo quy trình tổ chức thực hiện ĐAKLTN ban hành theo quyết định 924/QĐ-HV ngày 15/11/2011 [H5.05.01.10]. Trong đó quy định cụ thể về thời gian giao ĐA/KLTN; hình thức đánh giá thông qua hội đồng chấm ĐA/KLTN; ĐA/KLTN được đánh giá bởi ba loại điểm: Điểm đánh giá của Người hướng dẫn; điểm đánh giá của Người phản biện và điểm do các thành viên Hội đồng chấm; Điểm đánh giá ĐA/KLTN là trung bình cộng các điểm của từng thành viên hội đồng, người phản biện và người hướng dẫn, được làm tròn đến phần nguyên.

Trước mỗi năm học, Học viện đều gửi Kế hoạch đào tạo năm học đến khoa và các đơn vị quản lý để thông báo cho SV, GV. Trong văn bản nêu rõ thời gian học và thi của từng học phần, chấm ĐA/KLTN và thi tốt nghiệp [H5.05.02.01].

Trong tuần sinh hoạt công dân đầu khóa học, Trung tâm KT&ĐBCLGD phổ biến cho SV quy chế đào tạo có nội dung kiểm tra đánh giá và Quy định thi, kiểm tra trong quá trình học tập tại Học viện [H5.05.02.02]. Cuốn Sổ tay sinh viên được phát cho SV trong “Tuần sinh hoạt công dân đầu năm học”, các mốc thời gian học, nghỉ lễ tết, học bù, ôn và thi cuối kỳ được trình bày cụ thể trong cuốn hướng dẫn này, mục kế hoạch đào tạo toàn Học viện theo từng năm học [H5.05.02.03].

Trước mỗi học kỳ, Phòng Giáo vụ thông báo thời khóa biểu của từng học phần trên website Học viện và SV đăng ký học online trên hệ thống QLĐT: <http://qltd.ptit.edu.vn> [H5.05.02.04].

Trong tiết học đầu tiên của học phần, GV giảng dạy học phần có trách nhiệm thông báo tới SV nội dung về tiêu chí đánh giá về nhận thức, kỹ năng, thái độ; mức độ thành tích đạt được theo yêu cầu của chuẩn học phần, đảm bảo 100% SV hiểu và nắm rõ các quy định về kiểm tra đánh giá KQHT của học phần qua Đề cương chi tiết học phần được Học viện phê duyệt [H2.02.02.01].

Các hình thức kiểm tra đánh giá KQHT của người học được phổ biến rộng rãi và công khai tại kế hoạch thi kết thúc học phần, thi lại, thi cải thiện điểm trong từng học kỳ [H5.05.02.05], kế hoạch thi và bảo vệ đồ án tốt nghiệp cuối khóa [H5.05.02.06]. Đồng thời SV có tra cứu thông tin về các quy định, hướng dẫn liên quan đến việc đánh giá kết quả học tập trên website Học viện hoặc Fanpage của Trung tâm Khảo thí và Đảm bảo chất lượng giáo dục có đăng tải các thông tin liên quan về đánh giá kết quả học tập của người học [H5.05.02.07].

Mặc dù có hệ thống văn bản về đánh giá KQHT của người học tương đối đầy đủ, nhưng các tài liệu phổ biến cho SV còn nằm rải rác ở nhiều văn bản, cần tích hợp để đưa thông tin lên website Học viện và để Trung tâm KT&ĐBCLGD hướng dẫn SV thực hiện.

Thực hiện chương trình chuyển đổi số, mỗi SV Học viện được cấp mã định danh để truy cập phần mềm PTIT-Slink khai thác các thông tin liên quan đến SV trong quá trình học tại Học viện chỉ thông qua điện thoại di động ở mọi lúc, mọi nơi [H5.05.02.08].

Các quy định về kiểm tra, đánh giá kết quả học tập được chỉ rõ trong Quy định tổ chức thi kết thúc học phần và thi các học phần thay thế ĐA/KLTN trình độ đại học, trong quyển Sổ tay SV, được phổ biến và phát cho SV trong đầu năm học, khóa học thông qua Tuần sinh hoạt công dân. Bên cạnh đó, các quy định, quy chế thi, quy định về đăng ký thi lại, nâng điểm cũng được công khai cho SV trên website của Học viện. Ngoài ra, trong lịch thi cá nhân của từng SV trên hệ thống đăng ký học, SV cũng được thông báo các quy định về kiểm tra, đánh giá kết quả học tập. Các quy định liên quan đến đánh giá kết quả học tập được thông báo công khai tới người học qua nhiều kênh khác nhau.

2. Điểm mạnh

Phần mềm PTIT-Slink giúp SV có thể truy cập khai thác thông tin đầy đủ, mọi lúc, mọi nơi trong thời gian học tập tại Học viện.

3. Điểm tồn tại

Các tài liệu phổ biến cho SV còn nằm ở nhiều văn bản và trong các năm ban hành khác nhau, cần tích hợp để đưa thông tin lên website.

4. Kế hoạch hành động

Học kỳ I, năm học 2023-2024, Trung tâm KT&ĐBCLGD tổng hợp các nội dung có liên quan đến công tác kiểm tra, đánh giá KQHT của SV đăng tải trên website Học viện.

5. Tự đánh giá: Mức đạt được của tiêu chí: 5/7

Tiêu chí 5.3: Phương pháp đánh giá kết quả học tập đa dạng, đảm bảo độ giá trị, độ tin cậy và sự công bằng.

1. Mô tả hiện trạng

Đánh giá kết quả học tập được trình bày trong Quy định đào tạo đại học theo hệ thống tín chỉ của Học viện năm 2021 [H5.05.01.03] và Quy định hình thức thi kết thúc học phần [H5.05.01.04], [H5.05.01.06]: Bài thi kết thúc học phần được thực hiện bằng một trong các hình thức như thi viết (tự luận, trắc nghiệm khách quan trên giấy hoặc trên máy tính), vấn đáp, thực hành hoặc kết hợp các hình thức trên, được quy định tại Mẫu đề cương chi tiết theo quy định của Học viện [H2.02.02.03] và tại Đề cương chi tiết học phần ngành Marketing được Giám đốc Học viện phê duyệt [H2.02.02.06]. Bộ môn Marketing cũng đưa ra phương pháp đánh giá phù hợp đối với CDR của CTĐT và đối với CDR mỗi học phần.

Quy định hình thức thi kết thúc học phần [H5.05.01.06] nêu rõ hình thức kiểm tra phong phú, đa dạng gồm: tự luận, trắc nghiệm, viết tiểu luận, thực hành, thực tập hoặc kết hợp các hình thức nêu trên tùy theo đặc điểm của từng học phần, đồng thời được quy định trong Đề cương chi tiết học phần và được Giám đốc Học viện phê duyệt tất cả đề cương chi tiết các học phần trong CTĐT đều nêu rõ hình thức, thời gian, tiêu chí, trọng số điểm kiểm tra đánh giá (thi viết, thi vấn đáp, thực hành...), đặc biệt chú trọng việc xây dựng thang đánh giá gồm: tiêu chí đánh giá về nhận thức, kỹ năng, thái độ; mức độ thành tích đạt được theo yêu cầu của chuẩn học phần.

Các phương pháp kiểm tra đánh giá đã được Bộ môn Marketing sử dụng có các tiêu chí đánh giá rõ ràng nhằm đảm bảo tính công bằng. Đề cương chi tiết học phần cũng chỉ rõ nội dung phương thức đánh giá SV với CDR học phần. Bộ môn Marketing tiến hành đánh giá kết quả các học phần được thực hiện ở cả hai loại hình là đánh giá quá trình và thi kết thúc học phần, bao gồm: điểm chuyên cần, điểm kiểm tra giữa kỳ, điểm thi kết thúc học phần. Phương pháp đánh giá đánh giá kết quả học tập của NH cũng từng bước được đa dạng hóa gồm: tự luận, thực hành, trắc nghiệm khách quan và thực hành, tiểu luận, báo cáo thực tập; tất cả các phương thức kiểm tra đánh giá này đều có kèm theo mẫu biểu đánh giá với các tiêu chí phù hợp cho từng hình thức thi.

Trước mỗi kỳ thi, Bộ môn Marketing muốn điều chỉnh phương pháp đánh giá kết quả học tập phải có văn bản gửi Phòng Giáo vụ để đưa vào kế hoạch thi trong từng học kỳ [H5.05.03.01]. Phương pháp đánh giá kết quả học tập là một trong những phần quan trọng trong quy trình đánh giá KQHT của người học. Vì vậy, đội ngũ GV của Bộ môn Marketing luôn chú trọng đến phương pháp đánh giá, nhằm đảm bảo sự đa dạng, có độ tin cậy, giá trị công bằng cao. Bộ môn Marketing cũng đưa ra phương pháp

đánh giá phù hợp đối với CDR của CTĐT và đối với CDR mỗi học phần. Hình thức kiểm tra phong phú, đa dạng gồm: tự luận, trắc nghiệm, viết tiểu luận, thực hành, thực tập hoặc kết hợp các hình thức nêu trên tùy theo đặc điểm của từng học phần. Các phương pháp kiểm tra đánh giá đã được Bộ môn Marketing sử dụng có các tiêu chí đánh giá rõ ràng nhằm đảm bảo tính công bằng. Đề cương chi tiết học phần cũng chỉ rõ nội dung phương thức đánh giá SV với CDR học phần.

Các phương pháp đánh giá kết quả học tập đảm bảo độ giá trị, tin cậy và công bằng, cụ thể:

- Về độ giá trị, Học viện đã ban hành Quy định về xây dựng, quản lý, sử dụng ngân hàng câu hỏi thi kết thúc học phần theo Quyết định số 685/QĐ-HV ngày 18/9/2018 [H5.05.03.02] và đảm bảo mỗi học phần đều có ngân hàng câu hỏi thi [H5.05.03.03], hoặc bộ câu hỏi ôn tập được bộ môn thông qua sau khi họp điều chỉnh, đảm bảo từng câu hỏi đo lường được đúng yêu cầu về kiến thức, kỹ năng, thái độ được phản ánh trong Bản mô tả CTĐT ngành Marketing năm 2022 [H2.02.01.02] và Đề cương chi tiết học phần năm 2022 [H2.02.02.06].

- Về độ tin cậy, mỗi đề thi đều có đáp án tương ứng với số điểm chi tiết, hướng dẫn chấm thi cụ thể. Đề thi và đáp án thi cuối kì được bộ môn phê duyệt để đảm bảo hiệu lực đánh giá trước khi nộp về Trung tâm KT&ĐBCLGD [H5.05.03.04]. Bài kiểm tra của SV được chấm chi tiết theo đáp án này dưới quy trình chấm được chuẩn hóa (đánh số phách, rọc phách, hai GV cùng chấm, lập bảng điểm thi theo số phách...) để đảm bảo độ tin cậy và sự công bằng đối với người học. Bắt đầu từ năm học 2020-2021, Học viện có sử dụng phần mềm nhập điểm thành phần để GV chủ động nhập điểm [H5.05.03.05] và điểm thành phần các học phần sẽ được đăng tải công khai trên portal SV [H5.05.03.06]. Việc kiểm tra đánh giá được tách khỏi giảng dạy và học tập và bài thi tự luận được tổ chức thi riêng đề chắn, lẻ, rọc phách và chấm chéo đối với chấm phúc khảo [H5.05.03.07], đối với bài thi thực hành và báo cáo: chấm chung, chấm chéo giữa các GV cùng tham gia giảng dạy một học phần [H5.05.03.08].

Các học phần thuộc khối kiến thức cơ sở, khối kiến thức chuyên ngành chủ yếu kiểm tra bằng hình thức tự luận, trắc nghiệm, tiểu luận, bài tập lớn, nhằm hướng tới mục tiêu trang bị kiến thức cho người học và sự vận dụng kiến thức của người học. Đối với nhóm học phần lý thuyết, tập trung cho SV đạt những chuẩn kiến thức chung, kiến thức chuyên môn được thực hiện một trong những hình thức thi: tự luận, vấn đáp,

trắc nghiệm, tiểu luận, bài tập lớn. Đối với nhóm những học phần: thực tập kỹ năng tại các doanh nghiệp và nghiên cứu, thực tập tốt nghiệp thì thường đánh giá qua kết quả thu được trong thực tế thông qua sản phẩm học tập được báo cáo bằng hình thức thuyết trình, seminar. Tổ hợp các phương pháp kiểm tra đánh giá KQHT của SV như tự luận, vấn đáp, trắc nghiệm, tiểu luận, bài tập dự án, thực hành thí nghiệm, báo cáo... được thiết kế phù hợp để có khả năng đo lường mức độ đạt được CDR.

Với Khóa luận tốt nghiệp, căn cứ vào Quy định về thực hiện ĐAKL tốt nghiệp trong đào tạo trình độ ĐH hệ chính quy theo hệ thống tín chỉ của Học viện [H5.05.01.10]. Tại buổi bảo vệ khóa luận tốt nghiệp, sau khi SV bảo vệ, trả lời câu hỏi; các thành viên hội đồng thảo luận và cho điểm vào phiếu kín theo thang điểm 10, được làm tròn đến 1 chữ số thập phân. Kết quả được công bố sau khi có ý kiến phê duyệt của chủ tịch hội đồng chấm khóa luận tốt nghiệp.

Tuy nhiên, trong quá trình đánh giá kết quả học tập, Viện KTBD, Khoa QTKD 2 và Trung tâm KT&ĐBCLGD chưa xác định được độ tin cậy, giá trị qua việc thống kê tỷ lệ % SV thi đạt, không đạt của từng học phần để có phương án điều chỉnh NHCHT các học phần.

2. Điểm mạnh

Phương pháp đánh giá kết quả học tập được đa dạng hóa, đảm bảo độ tin cậy, khách quan, công bằng và đáp ứng được mục tiêu đánh giá kết quả học tập của người học theo CDR ngành Marketing. Nhiều học phần trong CTĐT ngành Marketing áp dụng hình thức thi trắc nghiệm đảm bảo độ tin cậy được sử dụng cho một số học phần chuyên ngành của khoa.

3. Điểm tồn tại

Trong quá trình đánh giá kết quả học tập, Học viện chưa xác định được độ tin cậy, giá trị qua việc thống kê tỷ lệ % SV thi đạt, không đạt của từng học phần để có phương án điều chỉnh NHCHT các học phần.

4. Kế hoạch hành động

Năm học 2023-2024, Trung tâm KT&ĐBCLGD phối hợp với Bộ môn Marketing tổ chức việc thống kê tỷ lệ % SV thi đạt, không đạt của từng học phần và mời chuyên gia đến tập huấn cho GV về phương pháp kiểm tra đánh giá và điều chỉnh NHCHT các học phần.

5. Tự đánh giá: Mức đạt được của tiêu chí 4/7.

Tiêu chí 5.4: Kết quả đánh giá được phản hồi kịp thời để người học cải thiện việc học tập.

1. Mô tả hiện trạng

Quy chế đào tạo theo học chế tín chỉ năm 2021 [H5.05.01.03]: Tại Điều 30. Khiếu nại điểm và sửa điểm (1) Đối với điểm đánh giá quá trình, SV có thể khiếu nại trực tiếp với GV giảng dạy học phần khi công bố điểm. (2). Đối với điểm thi kết thúc học phần, khi khiếu nại điểm SV phải làm đơn xin phúc tra, đóng lệ phí theo quy định và nộp cho Trung tâm KT&ĐBCLGD. (3) Thời hạn khiếu nại điểm là chậm nhất 10 ngày kể từ ngày công bố điểm. Sau thời hạn này, mọi yêu cầu khiếu nại điểm đều không được chấp nhận. (4) Trong phạm vi 07 ngày làm việc kể từ khi nhận đơn phúc tra điểm của SV, Trung tâm KT&ĐBCLGD phải tổ chức chấm phúc tra và công bố kết quả phúc tra cho SV. Đồng thời, quy chế có quy định về học lại, thi lại, thi nâng điểm để NH đạt kết quả học tập tốt nhất, đây là cơ sở để NH đăng ký học cải thiện điểm để đạt kết quả tốt nghiệp loại khá, giỏi.

Quy định tổ chức thi kết thúc học phần hệ cao đẳng, đại học chính quy theo học chế tín chỉ [H5.05.01.04] và [H5.05.01.06]: Tại Điều 17, Giải quyết thắc mắc, khiếu nại về điểm thi.

- Nguyên tắc: Chỉ tiếp nhận và giải quyết những khiếu nại về điểm thi đối với các học phần áp dụng hình thức thi viết. Không giải quyết các khiếu nại về điểm thành phần, điểm thi vấn đáp, thi trắc nghiệm trên máy, thực hành ...

- Khi phát hiện có sự khác biệt giữa điểm thi đã công bố và điểm được nhập, lưu trữ trong hệ thống quản lý, SV có trách nhiệm thông báo cho Trung tâm KT&ĐBCLGD để được xem xét, giải quyết.

- Tiếp nhận đơn của SV: Trong thời hạn không quá năm (5) ngày sau khi công bố điểm học phần, SV có khiếu nại về điểm thi làm đơn đề nghị xem xét điểm thi kết thúc học phần; Ban cán sự lớp tập hợp đơn của toàn bộ SV trong lớp, lập danh sách SV đề nghị xem xét điểm thi kết thúc học phần và nộp về Trung tâm KT&ĐBCLGD. Không tiếp nhận đơn của SV nộp sau thời hạn nêu trên; Hết thời hạn nhận đơn, Trung tâm KT&ĐBCLGD lập bảng tổng hợp các khiếu nại của SV và những thông tin cần thiết cho giải quyết khiếu nại.

- Giải quyết khiếu nại: Trung tâm KT&ĐBCLGD tra cứu bài thi và kiểm tra tình trạng bài thi để phát hiện các trường hợp sai sót trong công tác thư ký chấm thi; Nếu

phát hiện có sai sót, Trung tâm lập bảng điểm phúc khảo và ghi rõ lý do sai sót. Nếu không có sai sót, Trung tâm KT&ĐBCLGD sẽ thông báo cho Bộ môn quản lý học phần để chấm phúc khảo.

- Điều chỉnh và công bố điểm phúc khảo: Trung tâm KT&ĐBCLGD đối chiếu điểm đã công bố với điểm chấm phúc khảo: Nếu điểm chấm phúc khảo bằng điểm đã công bố thì giữ nguyên điểm đã công bố; Nếu điểm chấm phúc khảo và điểm đã công bố chênh lệch nhau 1 điểm thì lấy điểm chấm phúc khảo làm điểm chính thức; Nếu điểm chấm phúc khảo và điểm đã công bố chênh lệch nhau lớn hơn 1 điểm, Trung tâm KT&ĐBCLGD có văn bản đề nghị Bộ môn tổ chức đối thoại trực tiếp giữa GV chấm thi lần đầu và GV chấm phúc khảo (có ghi biên bản) để thống nhất điểm. Trường hợp không thống nhất được thì báo cáo Giám đốc Học viện giải quyết.

- Mỗi điểm thi sau khi sửa chữa phải lập biên bản, kèm hồ sơ có liên quan, có chữ ký xác nhận của Trưởng bộ môn quản lý học phần và đồng thời phải lưu lại tên người sửa, thời gian sửa. Sau mười lăm (15) ngày kể từ ngày hết hạn nhận đơn, Trung tâm KT&ĐBCLGD công bố kết quả phúc khảo điểm cho SV và tiến hành điều chỉnh điểm (nếu có).

Đầu mỗi năm học, trong tuần sinh hoạt công dân [H5.05.04.02], GV và NH được phổ biến về quy định đào tạo có đề cập đến nội dung phản hồi kết quả học tập của NH. Ngoài ra, các quy định này được công khai trên website của Học viện tại địa chỉ <https://portal.ptit.edu.vn/> và trong quyển Sổ tay sinh viên được phát cho SV khi nhập học [H5.05.02.03]; được Phòng Giáo vụ đăng tải trên website Học viện tại địa chỉ <https://portal.ptit.edu.vn/giaovu/> và Trung tâm KT&ĐBCLGD thông báo, hướng dẫn SV trong từng kỳ thi trên website Học viện tại địa chỉ <https://portal.ptit.edu.vn/ttk/>.

Năm 2021, thực hiện chương trình chuyển đổi số trong giáo dục, đào tạo, Học viện đã triển khai phần mềm ứng dụng quản lý hệ thống PTIT S-link, phần mềm này giúp Học viện quản lý kết quả học tập của người học chặt chẽ, chính xác, độ tin cậy cao và hỗ trợ người học tra cứu kết quả học tập của mình dễ dàng, nhanh chóng và thuận tiện trên mọi thiết bị di động [H5.05.04.03]. Hồ sơ, kết quả học tập của người học được lưu giữ đầy đủ theo đúng tiến trình học tập của người học, rõ ràng, có thể tiếp cận, tra cứu khi được yêu cầu trên PM QLĐT EduSoft [H5.05.04.04].

Một tuần trước thời gian thi của học phần theo kế hoạch thi, GV nhập điểm thành phần trên hệ thống quản lý đào tạo và hoàn thiện danh sách SV đủ điều kiện dự thi gửi

cho Trung tâm KT&ĐBCLGD và lưu bản photocopy tại khoa [H5.05.04.05] và trong buổi học cuối của học phần, SV được GV công bố điều kiện dự thi kết thúc học phần theo quy định. Khi kiểm tra giữa kỳ để xác định điểm thành phần của môn học, GV có chữa bài kiểm tra, phân tích kết quả để định hướng SV, chỉ rõ điểm mạnh và điểm yếu của SV theo từng môn học, giúp SV có phương pháp và ý thức học tập tốt hơn. Tuy nhiên, Việc thông báo các điểm thường xuyên đặc biệt là điểm giữa kỳ vào thời điểm sau khi thi kết thúc học phần là chưa hợp lý

Mười ngày sau khi thi kết thúc học phần đối với hình thức thi tự luận, SV được Trung tâm KT&ĐBCLGD công bố kết quả thi và điểm học phần trên website Học viện [H5.05.04.06] và SV có thể xem điểm học phần của mình để biết KQHT của từng học phần.

Bên cạnh việc phản hồi đánh giá kết quả học tập của người học trong đánh giá quá trình và sau các kỳ thi kết thúc học phần, việc phản hồi về kết quả đánh giá người học còn được thể hiện qua việc thông báo kết quả học tập của SV thông qua việc cảnh báo học vụ của phòng Giáo vụ khi tổng hợp kết quả học tập của người học vào mỗi học kỳ [H5.05.04.07]. Đồng thời, Cuối mỗi học kỳ và cuối năm học, Phòng công tác sinh viên gửi giấy thông báo kết quả học tập và rèn luyện về gia đình đối với những trường hợp tạm dừng học do nghỉ học không có lý do và trường hợp buộc thôi học do học kém để gia đình nắm bắt được tình hình học tập và rèn luyện của NH; Từ đó, có những điều chỉnh phù hợp nhằm cải thiện kết quả học tập của NH [H5.05.04.08].

Học viện ban hành Quy định về công tác CVHT theo Quyết định số 1235/QĐ-HV ngày 31/12/2015 nhằm nắm tình hình học tập cũng như hỗ trợ NH trong suốt thời gian học tập tại Học viện [H5.05.04.09]. Căn cứ quy định, Bộ môn Marketing phối hợp với Phòng CT&CTSV yêu cầu các CVHT giải đáp đầy đủ các thắc mắc cũng như hỗ trợ NH đăng ký học đúng tiến độ, rà soát điểm tổng kết, lập danh sách NH thuộc diện cảnh báo để có sự tư vấn, hỗ trợ kịp thời. Các cuộc họp giữa CVHT và NH được thực hiện thường xuyên trong mỗi học kỳ và có biên bản họp nộp về Phòng công tác sinh viên để theo dõi, tổng hợp và báo cáo Ban giám đốc Học viện [H5.05.04.10]. Biên bản họp lớp của SV ngành Marketing cho thấy không có sự phàn nàn về vấn đề công bố, phản hồi kết quả học tập.

Nhờ việc thông tin kịp thời và nhanh chóng tới NH, NH có thể lập kế hoạch đăng ký học, đăng ký thi lại phù hợp với tiến độ học tập. Dựa vào KQHT và điểm rèn luyện

của từng kì, căn cứ vào quyết định cảnh báo học vụ theo học kỳ để SV lập phương án học tập phù hợp, tránh được tình trạng bị buộc thôi học khi bị cảnh báo 3 kỳ liên tiếp.

Trong giai đoạn 2017-2021, NH được phản hồi kết quả kịp thời, tuy nhiên vẫn có một vài trường hợp công bố kết quả chậm do GV bận công việc riêng, không trả điểm thi đúng thời hạn. Đồng thời Việc thông báo các điểm thường xuyên đặc biệt là điểm giữa kỳ vào thời điểm sau khi thi kết thúc học phần là chưa hợp lý.

Qua Báo cáo kết quả lấy ý kiến phản hồi sinh viên về hoạt động giảng dạy của giảng viên sau từng học kỳ trong giai đoạn 2017-2022 và Kết quả khảo sát, đánh giá học phần và đánh giá chất lượng khóa học của Học viện đối với SV năm cuối [H5.05.04.11] cho thấy trên 90% SV hài lòng với việc thông báo điểm thi kịp thời và cách thức GV cung cấp thông tin phản hồi về bài làm của SV giúp họ điều chỉnh kịp thời các hoạt động học tập để cải thiện chất lượng.

Toàn bộ hồ sơ phúc khảo thi, hồ sơ đánh giá kết quả học tập của người học trong toàn khóa học được lưu giữ đầy đủ tại Trung tâm KT&ĐBCLGD theo đúng tiến trình học tập của người học, rõ ràng, có thể tiếp cận, tra cứu khi được yêu cầu [H5.05.04.12]

2. Điểm mạnh

Việc ứng dụng CNTT trong tổ chức đào tạo đã giúp NH được phản hồi kết quả đánh giá kịp thời và chính xác.

3. Điểm tồn tại

Việc thông báo các điểm thường xuyên đặc biệt là điểm giữa kỳ vào thời điểm sau khi thi kết thúc học phần là chưa hợp lý

4. Kế hoạch hành động

Học kỳ I, năm học 2023-2024, Trung tâm KT&ĐBCLGD phối hợp với Bộ môn Marketing quy định GV phải thông báo điểm kiểm tra/thi giữa kỳ sớm hơn (ngay vào tuần tiếp theo sau khi thi/kiểm tra giữa kỳ) để SV có thể điều chỉnh lại phương pháp học tập nhằm nâng cao kết quả học tập của bản thân.

5. Tự đánh giá: Mức đạt được của tiêu chí 5/7

Tiêu chí 5.5: Người học tiếp cận dễ dàng với quy trình khiếu nại về kết quả học tập

1. Mô tả hiện trạng

Toàn bộ quy trình khiếu nại về kết quả học tập của NH được chi tiết và cụ thể trong Quy định tổ chức thi kết thúc học phần, thi các học phần thay thế tốt nghiệp theo

Quyết định số 1037/QĐ-HV ngày 12/11/2021 [H5.05.01.06]. Quy định đào tạo hệ đại học chính quy theo hệ thống tín chỉ theo Quyết định số 474/QĐ-HV ngày 19/6/2018 và Quyết định số 838/QĐ-HV ngày 11/10/2021 [H5.05.01.02], [H5.05.01.03]. Tất cả các văn bản này đều được Trung tâm KT&ĐBCLGD phổ biến cho SV trong trong tuần sinh hoạt công dân đầu năm học, khóa học [H5.05.05.02]. Đồng thời, sinh viên còn được phổ biến quy trình khiếu nại về kết quả học tập trước khóa học tại Sổ tay Sinh viên được phát cho SV khi nhập học [H5.05.02.03]. Quy trình khiếu nại về kết quả học tập được đăng tải trên trang thông tin điện tử của Học viện tại địa chỉ <https://portal.ptit.edu.vn/giaovu> và trước mỗi học kỳ, cố vấn học tập có phổ biến quy định, quy trình về khiếu nại kết quả học tập tại các cuộc họp với lớp SV [H5.05.04.07]. Hiện tại, phần mềm quản lý đào tạo chưa có chức năng cho phép phúc khảo bài thi để tạo điều kiện thuận lợi cho sinh viên khi muốn đăng ký phúc khảo bài thi.

Trong từng học kỳ, sau khi có điểm thi của tất cả các môn thi trong đợt thi, toàn bộ điểm sẽ được đồng bộ vào tài khoản cá nhân của SV tại phần mềm quản lý đào tạo Edusoft và phần mềm ứng dụng PTIT-Slink; đồng thời thông báo trên website của Học viện về thời gian nhận đơn phúc tra. Sau khi kết thúc thời gian nhận đơn phúc tra, Trung tâm KT&ĐBCLGD tập hợp đơn, lập danh sách và rút bài phúc khảo của SV và bàn giao cho các Khoa/bộ môn có SV đề nghị phúc khảo bài thi. Bộ môn sẽ nhận bài và phân công 02 GV chấm thi thực hiện. Trong 02 GV chấm phúc khảo, phải có ít nhất 01 GV không chấm thi học phần đó lần đầu. Điểm chấm phúc khảo được ghi vào Phiếu chấm điểm phúc khảo bài thi (theo mẫu). Nếu thấy có biểu hiện tiêu cực sẽ xử lý theo quy định. Địa điểm chấm phúc khảo tại phòng chấm thi tập trung. Sau 08 ngày kể từ ngày kết thúc nhận đơn phúc khảo, Trung tâm KT&ĐBCLGD thông báo kết quả tới SV có đơn phúc khảo và thông báo công khai trên website của Học viện (Điều 10 của Quy định tổ chức thi kết thúc học phần) [H5.05.05.01].

Báo cáo kết quả chấm thi phúc tra trong 5 năm gần đây (từ năm học 2017-2021) [H5.05.05.02] cho thấy tỷ lệ khiếu nại về kết quả học tập của NH toàn Học viện nhỏ hơn 1,5% tính trên quy mô đào tạo của các ngành học. Cụ thể, năm học 2016-2017 có 26 bài phúc khảo; năm học 2018-2019 có 22 bài phúc khảo, trong đó có 01 bài thay đổi điểm do khi chấm điểm (bài thi trắc nghiệm trên giấy), cán bộ chấm thi nhầm mã đề của sinh viên; năm học 2020-2021 có 61 bài phúc khảo, trong đó có 01 bài thay đổi 0,5 điểm do giáo viên chấm lần thứ nhất chấm sót ý. Các năm khác không có trường

hợp nào phúc khảo. Tất cả các bài thay đổi điểm do lỗi kỹ thuật như chấm sót, cộng nhầm điểm thành phần, hoặc chấm sai mã đề thi trắc nghiệm. Hồ sơ theo dõi việc khiếu nại/kết quả trả lời khiếu nại về kết quả học tập của người học các năm học (Đơn đăng ký phúc khảo điểm, hóa đơn nộp tiền, bảng điểm phúc khảo, biên bản đối thoại,...) được lưu tại Trung tâm KT&ĐBCLGD để thuận lợi trong việc tra cứu [H5.05.05.03].

Báo cáo kết quả khảo sát sinh viên về hoạt động giảng dạy của GV trong từng học kỳ cho thấy có trên 90% SV được hỏi hài lòng với việc đánh giá kết quả học tập của Học viện.

2. Điểm mạnh

Trong giai đoạn 2017-2022, Học viện không có đơn từ khiếu nại về công tác chấm thi sau các kỳ thi.

3. Điểm tồn tại

Phần mềm quản lý đào tạo Edusoft chưa có chức năng cho phép SV phúc khảo bài thi.

4. Kế hoạch hành động

Học kỳ I, năm học 2023-2024, Phòng Giáo vụ nâng cấp phần mềm quản lý đào tạo, bổ sung thêm một số tác vụ, như chức năng cho phép phúc khảo bài thi để tạo điều kiện thuận lợi cho sinh viên khi muốn đăng ký phúc khảo bài thi.

5. Tự đánh giá: Mức đạt được của tiêu chí: 4/7.

Kết luận về tiêu chuẩn 5

Học viện đã ban hành Quy định đào tạo hệ đại học chính quy theo hệ thống tín chỉ; ban hành Quy định tổ chức thi kết thúc học phần (trong đó quy định về việc ra đề thi, hình thức thi, chấm thi và số lần được dự thi kết thúc học phần) áp dụng cho thi kết thúc học phần với các hình thức trắc nghiệm, tự luận, vấn đáp, viết tiểu luận, làm bài tập lớn, bảo vệ chuyên đề, hoặc kết hợp giữa các hình thức trên. Dựa vào các quy định này, Trung tâm Khảo thí và Đảm bảo chất lượng giáo dục tổ chức đánh giá và quản lý kết quả học tập của SV. Quy trình này nêu rõ về việc cho điểm quá trình, xếp lịch thi, ra đề, tổ chức thi, chấm thi, nhập điểm, phúc tra, lưu trữ bài thi và công bố điểm.

Bộ môn Marketing cũng đưa ra phương pháp đánh giá phù hợp đối với CĐR của CTĐT và đối với CĐR mỗi học phần. Hình thức kiểm tra phong phú, đa dạng gồm: tự luận, trắc nghiệm, viết tiểu luận, thực hành, thực tập hoặc kết hợp các hình thức nêu

trên tùy theo đặc điểm của từng học phần. Các phương pháp kiểm tra đánh giá đã được Bộ môn Marketing sử dụng có các tiêu chí đánh giá rõ ràng nhằm đảm bảo tính công bằng. Đề cương chi tiết học phần cũng chỉ rõ nội dung phương thức đánh giá SV với CDR học phần.

Các quy định về đánh giá kết quả học tập của người học (bao gồm thời gian, phương pháp, tiêu chí, trọng số, cơ chế phản hồi và các nội dung liên quan) rõ ràng và được thông báo công khai tới SV một cách công khai trên các trang website Học viện, khoa. Đầu mỗi năm học, trong tuần sinh hoạt công dân, GV và NH được phổ biến về quy định đào tạo có đề cập đến nội dung phản hồi kết quả học tập. Ngoài ra, các quy định này được công khai trên website của Học viện và trong Sổ tay sinh viên.

Các phương pháp đánh giá kết quả học tập đa dạng, đảm bảo độ giá trị, độ tin cậy và sự công bằng. Kết quả đánh giá được phản hồi kịp thời đến SV nhằm giúp SV cải thiện việc học tập của mình. Đặc biệt khi SV không thỏa mãn với kết quả học tập của mình sẽ được tiếp cận dễ dàng với quy trình khiếu nại về kết quả học tập và có thể phúc khảo bài thi thông qua một quy trình phúc khảo bài thi quy định chặt chẽ và khoa học.

Bộ môn Marketing chưa tổ chức đánh giá một cách khoa học về mức độ đáp ứng yêu cầu, sự phù hợp của từng hoạt động/phương pháp kiểm tra đánh giá kết quả học tập của SV đã được thiết kế đối với việc đo lường được mức độ đạt CDR và chưa phân tích phổ điểm, đánh giá độ giá trị, độ tin cậy và mức độ khó/dễ của các câu hỏi thi/đề thi để điều chỉnh các đề thi phù hợp với yêu cầu đánh giá được CDR của học phần. Việc thông báo các điểm thường xuyên đặc biệt là điểm giữa kỳ vào thời điểm sau khi thi kết thúc học phần là chưa hợp lý. Phần mềm quản lý đào tạo của Học viện chưa tích hợp chức năng xin/cho phép phúc khảo bài thi của sinh viên vào phần mềm.

Mặc dù còn một số tồn tại, nhưng nhìn chung, việc đánh giá kết quả học tập của người học của CTĐT ngành Marketing được thực hiện một cách chuyên nghiệp, bám sát các hướng dẫn của CTĐT để đảm bảo tính rõ ràng, công khai của quy trình.

Tiêu chuẩn 5 có 5 tiêu chí: 4,60/7

Tiêu chuẩn 6: Đội ngũ giảng viên, nghiên cứu viên

Mở đầu

Để thực hiện được sứ mạng và mục tiêu đã đề ra thì một trong những yếu tố quan trọng hàng đầu quyết định việc thực hiện thành công mục tiêu chính là phát triển đội

ngũ GV, nghiên cứu viên cũng như thường xuyên quan tâm để việc xây dựng, phát triển nguồn nhân lực của Học viện đạt chuẩn chất lượng cả về giảng dạy và nghiên cứu khoa học.

Trải qua 25 năm xây dựng và phát triển, Học viện và Bộ môn Marketing luôn quan tâm và có kế hoạch xây dựng đội ngũ GV, nghiên cứu viên có trình độ chuyên môn cao, đủ năng lực tham gia công tác giảng dạy, NCKH và đóng góp có hiệu quả cho các hoạt động cộng đồng.

Tiêu chí 6.1: Việc quy hoạch đội ngũ giảng viên, nghiên cứu viên (bao gồm việc thu hút, tiếp nhận, bổ nhiệm, bố trí, chấm dứt hợp đồng và cho nghỉ hưu) được thực hiện đáp ứng nhu cầu về đào tạo, nghiên cứu khoa học và các hoạt động phục vụ cộng đồng.

1. Mô tả hiện trạng

Để thực hiện công tác quy hoạch đội ngũ giảng viên, nghiên cứu viên, năm 2020, Học viện đã ban hành Chiến lược phát triển Học viện giai đoạn 2020-2025 và tầm nhìn đến năm 2030 [H1.01.01.09], nội dung bản chiến lược đã được chỉnh sửa và ban hành vào năm 2021, sau khi Học viện thành lập Hội đồng Học viện [H1.01.01.10]. Trong bản chiến lược đã nhấn mạnh: Mục tiêu về nguồn nhân lực và quản trị đại học là Học viện có bộ máy tinh gọn, hiệu quả và có nguồn nhân lực chất lượng cao với quy mô và cơ cấu phù hợp.

Công tác quy hoạch phát triển đội ngũ cán bộ Học viện được nêu cụ thể tại Nghị quyết Đại hội Đảng bộ Học viện nhiệm kỳ 2015-2020 [H6.06.01.01] và nhiệm kỳ 2020-2025 [H6.06.01.02]. Nghị quyết nêu rõ tổng số lao động đến năm 2025 là 750 người; phát triển đội ngũ cán bộ đủ về số lượng, đảm bảo về chất lượng và đồng bộ về cơ cấu.

Thực hiện hướng dẫn của Ban cán sự Đảng Bộ Thông tin và Truyền thông, Đảng ủy và Ban giám đốc Học viện thực hiện công tác quy hoạch các vị trí lãnh đạo các khoa, bộ môn một cách nghiêm túc, đúng trình tự, gửi báo cáo Bộ TT&TT tại công văn số 275-QĐ/BCSD ngày 20/3/2017 [H6.06.01.03]. Căn cứ quy hoạch được phê duyệt và Quy chế bổ nhiệm cán bộ năm 2019, 2021 của Học viện ban hành theo Quyết định số 20/QĐ-TCCB ngày 23/01/2009, số 445/QĐ-HV ngày 01/6/2021 [H6.06.01.04], [H6.06.01.05]. Học viện chỉ đạo Bộ môn Marketing thực hiện việc quy

hoạch, bổ nhiệm, bổ nhiệm lại đội ngũ cán bộ lãnh đạo khoa, bộ môn theo đúng quy trình, quy định tại các quy chế Học viện đã ban hành và quy định của Nhà nước.

Hàng năm, Học viện xây dựng kế hoạch lao động, trong đó có kế hoạch phát triển đội ngũ GV các Khoa [H6.06.01.06]. Nội dung kế hoạch lao động xác định cụ thể số lượng, trình độ chuyên môn của đội ngũ GV cần tuyển cho Bộ môn Marketing. Việc chấm dứt hợp đồng và cho nghỉ hưu đối với GV được thực hiện theo quy định của Nhà nước.

Để thực hiện chính sách tuyển dụng, phát triển nguồn nhân lực gắn với tầm nhìn và mục tiêu chiến lược; căn cứ Luật Giáo dục đại học, Luật Viên chức, năm 2018, Học viện ban hành Quy chế tuyển dụng của Học viện theo Quyết định số 1166/QĐ- HV ngày 24/12/2018 [H6.06.01.07].

Căn cứ Kế hoạch lao động của Học viện hàng năm, Bộ môn Marketing xác định số lượng GV cần tuyển dụng mới và số lượng GV cần thực hiện bồi dưỡng, nâng cao trình độ chuyên môn tương ứng với các vị trí thiếu hụt trong bản mô tả công việc, từ đó xây dựng kế hoạch tuyển dụng lao động của Khoa hàng năm báo cáo Học viện phê duyệt [H6.06.01.08].

Công tác đào tạo, bồi dưỡng được Học viện thực hiện nghiêm túc và đầy đủ theo Quy chế đào tạo, bồi dưỡng đối với cán bộ, viên chức, người lao động thuộc Học viện ban hành theo Quyết định số 647/QĐ-HV ngày 27/7/2017 [H6.06.01.09], trong đó đặc biệt khuyến khích đội ngũ GV, nghiên cứu viên tham gia các hoạt động đào tạo, bồi dưỡng nâng cao trình độ chuyên môn: GV học tập tại Việt Nam được hỗ trợ học phí, chi phí đi lại và được thanh toán đầy đủ lương và phúc lợi; GV học ở nước ngoài được hỗ trợ bảo hiểm xã hội và 40% tiền lương cơ bản và được đảm bảo các chế độ Bảo hiểm, nâng lương thường xuyên theo quy định của Học viện và Nhà nước.

Nhu cầu của xã hội đối với nguồn nhân lực ngành Marketing theo hướng hội nhập quốc tế rất cao, thời gian qua có rất nhiều đơn vị trong lĩnh vực tài chính - được thành lập và nhiều công ty nước ngoài đầu tư vào Việt Nam, nên Học viện khó thu hút được GV chất lượng cao cho Ngành Marketing. Học viện đã có chính sách đào tạo bồi dưỡng GV cho ngành Marketing từ nguồn lực nội bộ và khuyến khích GV đi học nghiên cứu sinh sau khi được tuyển dụng. Trong 5 năm, Học viện đã cử 7 đi học NCS và có 03 người đã hoàn thành chương trình NCS và tiếp tục công tác tại Bộ môn Marketing [H6.06.01.10].

Trong kế hoạch đào tạo bồi dưỡng của Học viện hàng năm [H6.06.01.11], Học viện hỗ trợ toàn bộ kinh phí cho GV tham gia các khóa đào tạo, bồi dưỡng thăng hạng chức danh nghề nghiệp [H6.06.01.12]. Trong giai đoạn 5 năm của chu kỳ KĐCLGD, Học viện đã cử 81 lượt giảng viên của Ngành Marketing đi đào tạo, bồi dưỡng, tham gia các hội nghị, hội thảo, học tập kinh nghiệm trong và ngoài nước (đạt tỷ lệ 279,31%); 100% GV của Bộ môn Marketing có chứng chỉ nghiệp vụ sư phạm và đạt chuẩn chức danh giảng viên theo quy định. Tổng kinh phí chi cho đào tạo dài hạn và ngắn hạn trong 5 năm của chu kỳ KĐCLGD trong toàn Học viện là 6,228 tỷ đồng (chiếm 0,5% tổng nguồn chi).

Quy chế chi tiêu nội bộ Học viện có chính sách hỗ trợ kinh phí cho GV hoàn thành chương trình NCS và các GV phấn đấu đăng ký đạt học hàm PGS, GS [H6.06.01.13]. Trong giai đoạn 2017-2022, Giám đốc Học viện đã ký các quyết định bổ nhiệm 01 Trưởng khoa, 01 Phó trưởng khoa và 02 Trưởng bộ môn thuộc Bộ môn Marketing [H6.06.01.14]. Các cán bộ được bổ nhiệm theo đúng quy định của Bộ GD&ĐT, Trưởng khoa, phó trưởng khoa, trưởng bộ môn đều có trình độ tiến sĩ.

Công tác tuyển dụng, bố trí công việc, chấm dứt hợp đồng, nghỉ chế độ và nghỉ hưu của GV, NCV được thực hiện nghiêm túc theo đúng các quy định hiện hành của Luật lao động và Luật Viên chức, cụ thể tại hồ sơ lưu trữ tại Phòng Tổ chức Cán bộ - Lao động về Hợp đồng lao động [H6.06.01.15]; các quyết định chấm dứt hợp đồng lao động, hợp đồng làm việc của viên chức, người lao động Học viện [H6.06.01.16].

Các chế độ và phúc lợi xã hội được thực hiện theo đúng các chính sách hiện hành. Trong 5 năm qua, Bộ môn Marketing có 02 GV đến tuổi nghỉ hưu và được Học viện giải quyết chế độ theo quy định của Nhà nước [H6.06.01.17].

Từ kết quả tuyển dụng, bố trí công việc, cũng như công tác giải quyết chế độ nghỉ hưu, chấm dứt hợp đồng lao động, có thể khẳng định số lượng đội ngũ GV, nghiên cứu viên ngành Marketing đáp ứng được nhu cầu đào tạo, NCKH và phục vụ cộng đồng.

2. Điểm mạnh

Học viện có chính sách hỗ trợ kinh phí cho GV hoàn thành chương trình NCS và các GV phấn đấu đăng ký đạt học hàm PGS, GS

3. Điểm tồn tại

Học viện còn khó khăn trong việc thu hút được GV có trình độ cao về làm việc.

4. Kế hoạch hành động

Năm 2023, Phòng TCCB-LĐ xây dựng cơ chế chính sách thiết thực nhằm thu hút GV có trình độ cao về làm việc tại Học viện.

5. Tự đánh giá: Mức đạt được của tiêu chí: 5/7.

Tiêu chí 6.2: Tỷ lệ giảng viên/người học và khối lượng công việc của đội ngũ giảng viên, nghiên cứu viên được đo lường, giám sát làm căn cứ cải tiến chất lượng hoạt động đào tạo, nghiên cứu khoa học và các hoạt động phục vụ cộng đồng.

1. Mô tả hiện trạng

Đội ngũ cán bộ tham gia hoạt động giảng dạy tại Bộ môn Marketing bao gồm GV cơ hữu của khoa, các cán bộ quản lý và nghiên cứu viên của Viện Kinh tế Bưu điện, đơn vị có con dấu trực thuộc Học viện.

Tính đến 30/6/2022, tổng số cán bộ, GV cơ hữu của Bộ môn Marketing là 40 người (bao gồm cả GV kiêm giảng từ các đơn vị khác trong Học viện tham gia giảng dạy tại Khoa), GV thỉnh giảng là 05 người (02 tiến sĩ và 03 thạc sĩ); độ tuổi trung bình của GV cơ hữu là 36,8 tuổi; số GV cơ hữu có trình độ tiến sĩ trên tổng số GV cơ hữu là 8, chiếm tỷ lệ 20%; số GV cơ hữu có trình độ thạc sĩ trên tổng số GV cơ hữu là 28 người, chiếm tỷ lệ 70%. GV quy đổi của CTĐT ngành Marketing là 46,6.

Tỷ lệ GV/SV: Tổng số SV hệ đại học chính quy đang học tập tại Khoa tính đến 30/6/2022 là 1032 SV.

Tỷ lệ bình quân GV/SV chính quy quy đổi của CTĐT trong giai đoạn 5 năm là 22,40. Tỷ lệ này đáp ứng yêu cầu về xác định chỉ tiêu tuyển sinh trình độ đại học theo quy định tại Thông tư số 06/2018/TT-BGDĐT ngày 28/02/2018 của Bộ Giáo dục và Đào tạo và Thông tư số 01/2019/TT-BGDĐT ngày 25/02/2019 sửa đổi Thông tư số 06/2018/TT-BGDĐT ngày 28/02/2018.

Ngoài đội ngũ GV cơ hữu, để phục vụ công tác giảng dạy, Học viện tiến hành mời các GV thỉnh giảng. Giảng viên thỉnh giảng ngành Marketing là 05 người (02 tiến sĩ và 03 thạc sĩ). Đội ngũ GV thỉnh giảng đáp ứng đủ yêu cầu và có uy tín trong cộng đồng nhằm làm đa dạng hóa và mở rộng quan hệ trong việc trao đổi học thuật. Hơn nữa, Bộ môn Marketing cũng mời nhiều doanh nghiệp cùng hợp tác giảng dạy nhằm tạo nhiều cơ hội nhất có thể để SV tiếp cận sớm nhất với các công nghệ hiện hành từ các doanh nghiệp cũng như tiếp cận, định hướng nghề nghiệp khi tốt nghiệp tại Học viện [H6.06.02.01].

Căn cứ Thông tư số 47/2014/TT-BGDĐT của Bộ GD&ĐT quy định số giờ chuẩn giảng dạy của GV [H6.06.02.02], năm 2015, Học viện ban hành Quy định chế độ làm việc đối với GV và GV thỉnh giảng tại Học viện [H6.06.02.03], theo đó khối lượng công việc của đội ngũ GV được quy đổi theo giờ chuẩn được cụ thể hóa cho từng đối tượng GV (GV và GV giữ chức vụ quản lý) [H6.06.02.04] và quy định chế độ làm việc của nhà giáo trong Học viện là 270 giờ/năm.

Năm 2020, Bộ Giáo dục và Đào tạo ban hành quy định chế độ làm việc của GV trong các cơ sở giáo dục đại học [H6.06.02.05]. Căn cứ quy định của Bộ GD&ĐT, Học viện ban hành quyết định sửa đổi, bổ sung phương án tính khối lượng thực hiện nhiệm vụ giảng dạy của GV tại Học viện theo Quyết định số 650A/QĐ-HV ngày 10/9/2020 [H6.06.02.06]. Tổng hợp giờ giảng của GV cụ thể giảng dạy 270 giờ chuẩn và NCKH 590 giờ thường. Tuy nhiên, Học viện chưa có quy định về số giờ giảng, loại hình và số lượng hoạt động NCKH (đề tài, bài báo quốc tế) cho từng hạng GV, cũng như cho các GV có học hàm GS, PGS.

Trong từng học kỳ, căn cứ bản mô tả công việc của GV, Khoa thực hiện phân công chuyên môn cho GV theo bộ môn [H6.06.02.07]. Sau khi GV thực hiện theo bảng phân công chuyên môn, Học viện thống kê khối lượng công việc của GV và thực hiện qui đổi theo giờ chuẩn [H6.06.02.08]; đối với giờ NCKH, Học viện tiến hành rà soát thống kê giờ NCKH và giảng dạy để có căn cứ thực hiện theo quy định về NCKH đối với GV [H6.06.02.09], trường hợp GV thiếu giờ NCKH sẽ được quy đổi từ giờ giảng theo quy định. Đối với nghiên cứu viên của Viện Kinh tế Bru điện và các đơn vị chức năng Học viện phải thực hiện giờ giảng theo quy chế kiêm giảng của Học viện và chủ yếu tập trung vào công tác NCKH, hướng dẫn SV thực tập, làm đồ án tốt nghiệp [H6.06.02.10].

Việc giám sát, đánh giá khối lượng công việc đối với đội ngũ GV được thực hiện theo Quy định đánh giá kết quả công việc cá nhân của Khối QLĐT phía Bắc [H6.06.02.11] và Quy định về các tiêu chí khuyến khích đối với cán bộ giảng dạy của Học viện [H6.06.02.12], trong đó xác định cụ thể các tiêu chí phân loại GV theo mức A, B, C với mục tiêu khuyến khích GV chủ động đăng ký học tập để đạt trình độ tiến sỹ và tiếng Anh đạt chuẩn B2 theo khung tham chiếu châu Âu, việc này góp phần quan trọng để giám sát để cải tiến chất lượng hoạt động đào tạo, NCKH của GV Học viện.

Phòng Giáo vụ tổ chức việc giám sát thời gian lên lớp của GV thông qua việc ghi Sổ nhật ký giảng dạy của GV trong từng tiết học, đảm bảo GV lên lớp đúng giờ và sổ được lưu trữ tại phòng giáo vụ [H6.06.02.13]; Tổ Thanh tra thuộc Văn phòng Học viện có nhiệm vụ thanh tra định kỳ việc chấp hành nội quy đối với GV trên giảng đường [H6.06.02.14]; kết thúc học kỳ, Trung tâm KT&ĐBCLGD tiến hành khảo sát lấy ý kiến phản hồi của SV về hoạt động giảng dạy của GV theo từng học phần, phân tích số liệu, viết báo cáo khảo sát và gửi về các Khoa, góp phần cải tiến chất lượng hoạt động dạy và học tại Khoa [H3.03.02.01].

Cuối năm, phòng Giáo vụ tổng hợp khối lượng giờ giảng gửi về khoa để đối soát, thống nhất xác nhận khối lượng giờ giảng của GV [H6.06.02.15]; Phòng Quản lý KHCN-HTQT tính giờ NCKH theo các nội dung GV thực hiện (đề tài, bài báo, hội thảo, hội nghị, ...) để xác nhận việc hoàn thành giờ NCKH của từng GV, trong trường hợp GV thiếu giờ NCKH sẽ được bù từ giờ giảng sau theo quy định của Học viện khi quy đổi [H6.06.02.16].

Ngoài nhiệm vụ giảng dạy và NCKH, GV Bộ môn Marketing còn tham gia các hoạt động phục vụ cộng đồng: Tham gia giảng dạy các lớp bồi dưỡng ngắn hạn [H6.06.02.17]; bồi dưỡng các đội tuyển SV tham gia các kỳ thi [H6.06.02.18]; quyên góp tiền ủng hộ đồng bào khó khăn do thiên tai, dịch bệnh; ... Tuy nhiên, Hoạt động phục vụ cộng đồng của giảng viên chưa được lượng hóa cụ thể nên công tác đánh giá hoạt động phục vụ cộng đồng không thuận lợi

Căn cứ thực tế thực hiện khối lượng công việc được Học viện giao về giảng dạy, NCKH và phục vụ cộng đồng trong từng năm học, GV tự đánh giá kết quả thực hiện công việc; sau đó bộ môn và khoa đánh giá; cuối cùng, Học viện đánh giá căn cứ vào kết quả đánh giá của Khoa để có kết quả đánh giá, xếp loại cuối cùng của toàn Học viện [H6.06.02.18]. Kết quả đánh giá, xếp loại thi đua khen thưởng hàng năm cho thấy đội ngũ GV của Bộ môn Marketing đáp ứng được các yêu cầu về đào tạo, nghiên cứu khoa học và phục vụ cộng đồng, 100% GV khoa đều hoàn thành khối lượng công việc theo quy định.

Thông qua hội nghị cán bộ viên chức và các báo cáo tổng kết hàng năm của Học viện và Bộ môn Marketing, GV không có phàn nàn, khiếu nại về khối lượng, chất lượng công việc được giao cũng như kết quả đánh giá của Khoa và Học viện về các công việc GV đã thực hiện [H4.04.01.05], [H4.04.01.06], [H4.04.01.07].

Tỷ lệ đánh giá mức độ hoàn thành nhiệm vụ viên chức của Bộ môn Marketing trong 5 năm giai đoạn 2017-2021: 15% hoàn thành xuất sắc nhiệm vụ, 50% hoàn thành tốt nhiệm vụ và 35% hoàn thành nhiệm vụ. 100% GV Bộ môn Marketing đều đạt mức từ hoàn thành nhiệm vụ trở lên. Kết quả đánh giá giai đoạn 2017-2021 cho thấy tỷ lệ trung bình GV của Học viện đạt mức A là 46,22%; mức B là 33,78% và mức C là 20%, trong đó riêng GV của Bộ môn Marketing được đánh giá loại A dao động từ 90% - 96%.

2. Điểm mạnh

Hàng năm, 100% đội ngũ GV của Bộ môn Marketing đều đảm bảo số giờ chuẩn giảng dạy, giờ nghiên cứu khoa học, 100% GV hoàn thành nhiệm vụ, có 15% GV hoàn thành xuất sắc nhiệm vụ.

3. Điểm tồn tại

Hoạt động phục vụ cộng đồng của giảng viên chưa được lượng hóa cụ thể nên công tác đánh giá hoạt động phục vụ cộng đồng không thuận lợi.

4. Kế hoạch hành động

Năm 2023, Phòng TCCB-LĐ phối hợp với Bộ môn Marketing nghiên cứu xây dựng các tiêu chí định lượng các hoạt động phục vụ cộng đồng của GV để thuận lợi cho việc đo lường và đánh giá mức độ hoàn thành của từng giảng viên.

5. Tự đánh giá: Mức đạt được của tiêu chí: 5/7.

Tiêu chí 6.3: Các tiêu chí tuyển dụng và lựa chọn giảng viên, nghiên cứu viên (bao gồm cả đạo đức và năng lực học thuật) để bổ nhiệm, điều chuyển được xác định và phổ biến công khai.

1. Mô tả hiện trạng

Học viện có quy trình tuyển dụng và các tiêu chí tuyển dụng các vị trí công việc cho các chức danh viên chức, người lao động được quy định cụ thể tại Quy chế tuyển dụng của Học viện ban hành theo Quyết định số 1166/QĐ- HV ngày 24/12/2018 [H6.06.01.07], đồng thời, các tiêu chí tuyển dụng còn được cụ thể trên cơ sở Bản mô tả công việc theo Đề án vị trí việc làm ban hành năm 2014, được hiệu chỉnh, ban hành theo Quyết định số 449/QĐ-HV ngày 29/6/2020 [H6.06.03.01] và triển khai tại Bộ môn Marketing từ năm 2016.

Để thực hiện kế hoạch chiến lược phát triển đội ngũ, đặc biệt là tuyển dụng đội ngũ GV, Khoa đề xuất kỹ năng, năng lực của ứng viên gửi Phòng TCCB-LĐ tổng hợp

và xây dựng tiêu chí đối với ứng viên dự tuyển chức danh GV ngành Marketing. Thông báo tuyển dụng GV các năm từ 2017 đến 2022 [H6.06.03.02] đều nêu rõ các tiêu chí tuyển dụng GV ngành Marketing với các tiêu chí cơ bản: có trình độ chuyên môn giỏi, có năng lực sáng tạo, tư duy đổi mới; có đạo đức tốt, sức khỏe tốt; có ý thức tự chủ, tự chịu trách nhiệm trước công việc; yêu nghề, gắn bó với Học viện. Trong đó, các điều kiện ưu tiên chung đối với các ứng viên vào vị trí GV: Có trình độ tiến sĩ; được đào tạo ở nước ngoài; có chứng chỉ tiếng Anh IELTS 5.5 hoặc tương đương trở lên; đang là GV hoặc có kinh nghiệm giảng dạy, quản lý giáo dục, nghiên cứu khoa học; có kết quả biên soạn tài liệu, bài giảng, công trình nghiên cứu khoa học đã công bố; tuổi dưới 40 (đối với tiến sĩ tuổi dưới 45). Để nâng cao chất lượng đội ngũ và phát triển các nhà giáo dục xuất sắc, Học viện ưu tiên tuyển dụng Tiến sĩ và cho phép các khoa đề xuất tuyển dụng đột xuất các cá nhân có trình độ cao. Sau khi có kết quả trúng tuyển, các GV được bố trí sinh hoạt chuyên môn tại một tổ bộ môn của Khoa và sẽ được một GV hướng dẫn trực tiếp, hỗ trợ cho GV mới được tuyển dụng.

Thông báo tuyển dụng GV bao gồm các thông tin về vị trí tuyển dụng; số lượng cần tuyển; tiêu chuẩn, yêu cầu GV có trình độ Thạc sĩ trở lên ngành Marketing và Trợ giảng có trình độ đại học, ngành Marketing, tuổi dưới 30; các điều kiện ưu tiên chung đối với các ứng viên vào vị trí GV: Có trình độ tiến sĩ; được đào tạo ở nước ngoài; có chứng chỉ tiếng Anh IELTS 5.5 hoặc tương đương trở lên; đang là GV hoặc có kinh nghiệm giảng dạy, quản lý giáo dục, nghiên cứu khoa học; có kết quả biên soạn tài liệu, bài giảng, công trình nghiên cứu khoa học đã công bố; tuổi dưới 40 (đối với tiến sĩ tuổi dưới 45); chế độ đãi ngộ: Môi trường làm việc năng động, chuyên nghiệp, gắn kết giữa đào tạo, nghiên cứu và chuyển giao công nghệ, có cơ hội thăng tiến; được tạo điều kiện ra nước ngoài hợp tác giảng dạy, nghiên cứu, trao đổi học thuật, học tập bồi dưỡng nâng cao trình độ chuyên môn, nghiệp vụ, phát huy tối đa năng lực của bản thân và phát triển nghệ nghiệp; được hưởng thu nhập theo vị trí việc làm, tương xứng với năng lực và kết quả công tác; được hưởng đầy đủ các chế độ về BHXH, BHYT theo quy định của Nhà nước.

Học viện thành lập Hội đồng tuyển dụng GV cho từng Khoa để xét tuyển hồ sơ trên cơ sở trình độ, kết quả/thành tích học tập/nghiên cứu, kinh nghiệm tích lũy ứng viên và sự phù hợp với ngành học, ngành đào tạo. Các ứng viên có hồ sơ đủ điều kiện

sẽ được mời tham dự vòng kiểm tra, sát hạch gồm: phỏng vấn trao đổi, đánh giá năng lực chuyên môn, ngoại ngữ, khả năng sư phạm, giảng thử [H6.06.03.03].

Thông báo tuyển dụng GV được đăng tải trên website Học viện tại địa chỉ: Portal.ptit.edu.vn/hoc-vien-cong-nghe-buu-chinh-vien-thong-thong-bao-tuyen-dung/ và trên các báo việc làm và các trang mạng xã hội về tuyển dụng [H6.06.03.04].

Trong giai đoạn 2017-2022, toàn Học viện tuyển dụng được 121 người, trong đó tuyển dụng được 8 GV ngành Marketing, đều có trình độ từ Thạc sỹ trở lên, trong đó có 1 GV có trình độ Tiến sỹ [H6.06.03.05], tuy nhiên số GV được tuyển dụng chỉ đáp ứng được 74,46% so với chỉ tiêu cần tuyển, điều này thể hiện Học viện chưa có chính sách và cơ chế đặc thù để thu hút GV có trình độ học vị và học hàm cao cao (PGS, GS) về làm GV cơ hữu của Học viện.

2. Điểm mạnh

Học viện và Bộ môn Marketing có kế hoạch, quy trình, tiêu chí tuyển dụng và lựa chọn GV để bổ nhiệm được xác định rõ ràng và được phổ biến công khai.

3. Điểm tồn tại

Hàng năm, Học viện thường không tuyển đủ chỉ tiêu so với kế hoạch, đặc biệt là khó khăn trong việc tuyển được GV có trình độ tiến sỹ.

4. Kế hoạch hành động

Năm 2023, Phòng TCCB-LĐ nghiên cứu, xây dựng chính sách và cơ chế đặc thù với những chế độ đãi ngộ có mức hấp dẫn cao hơn để có thể cạnh tranh thu hút được nhiều hơn nữa các GV có học vị tiến sỹ và học hàm PGS và GS về làm GV cơ hữu của Học viện, đặc biệt là GV ngành Marketing.

5. Tự đánh giá: Mức đạt được của tiêu chí: 5/7.

Tiêu chí 6.4: Năng lực của đội ngũ giảng viên, nghiên cứu viên được xác định và được đánh giá.

1. Mô tả hiện trạng

Năng lực của đội ngũ GV được xác định tại Đề án vị trí việc làm Học viện. Đề án vị trí việc làm quy định cụ thể về yêu cầu năng lực của GV, lãnh đạo khoa, bộ môn. Đề án vị trí việc làm ban hành năm 2020 ban hành theo Quyết định số 449/QĐ-HV ngày 29/6/2020 [H6.06.03.01] đã được chỉnh sửa, bổ sung trên cơ sở Đề án vị trí việc làm ban hành năm 2014 [H6.06.04.01] và có bổ sung các tiêu chí về năng lực đội ngũ GV về trình độ chuyên môn từ Thạc sỹ trở lên và tiếng Anh trình độ B1; có yêu cầu về

năng lực đối với Lãnh đạo khoa, đối với Trưởng khoa bên cạnh học vị tiến sĩ trở lên cần phải có kỹ năng về quản lý thông qua lớp bồi dưỡng có chứng chỉ chuyên viên chính trở lên. Trong cả hai bản Đề án vị trí việc làm, chức danh GV chỉ quy định năng lực chung của GV, chưa mô tả cụ thể vị trí việc làm của GV có học hàm GS, PGS và trình độ TS.

Căn cứ đề án việc làm, Học viện xây dựng Bản mô tả công việc của các vị trí công việc trong Khoa (Trưởng, phó khoa; trưởng/phó BM; GV) [H6.06.04.02]. Tuy nhiên trong quá trình thực hiện, Bản mô tả vị trí việc làm chưa có yêu cầu về năng lực chuyên sâu về thiết kế chương trình và chưa phân biệt rõ các hạng GV I, II, III trong bản mô tả công việc.

Việc đánh giá năng lực của GV được thực hiện định kỳ theo từng thời điểm trong năm và dựa trên các tiêu chí đánh giá cụ thể, có 6 hình thức đánh giá:

- Đánh giá hàng tháng: Cuối mỗi tháng, Khoa họp xét chất lượng công tác để đánh giá năng lực giám sát và tự đánh giá chất lượng công việc của từng GV và gửi kết quả đánh giá về Phòng TCCB-LĐ để tổng hợp, họp Hội đồng lương xác định mức lương chi trả hàng tháng cho từng cán bộ, GV [H6.06.04.03].

- Đánh giá theo quý: GV được đánh giá theo các tiêu chí đánh giá viên chức của Bộ TT&TT và kết quả đánh giá được Phòng TCCB-LĐ tổng hợp theo quý để Báo cáo về Bộ TT&TT [H6.06.04.04]. GV tự đánh giá theo mức điểm của từng tiêu chí với tổng điểm 100, sau đó khoa, bộ môn tổ chức cuộc họp cán bộ chủ chốt đánh giá từng GV, xác nhận kết quả đánh giá gửi Phòng TCCB-LĐ. Các Phiếu đánh giá từng cá nhân có xác nhận của Trưởng khoa được lưu tại đơn vị [H6.06.04.05].

- Đánh giá theo học kỳ: Việc đánh giá giảng dạy các học phần của GV được thực hiện thông qua việc Trung tâm KT&ĐBCLGD triển khai lấy ý kiến phản hồi của SV về hoạt động giảng dạy của GV đối với mỗi học phần thông qua Phiếu khảo sát SV về hoạt động giảng dạy của GV tại Quy định lấy ý kiến phản hồi của người học về hoạt động giảng dạy của giảng viên ban hành theo Quyết định số 816/QĐ-HV ngày 23/11/2015 [H6.06.04.06]. Qua báo cáo kết quả khảo sát của Trung tâm KT&ĐBCLGD [H3.03.02.01] cho thấy đa số các hoạt động giảng dạy đã đáp ứng được nhu cầu học tập của người học, trên 90% SV đánh giá tốt về hoạt động giảng dạy của GV Bộ môn Marketing.

- Đánh giá cuối năm:

+ Xác nhận khối lượng giảng dạy: Phòng Giáo vụ tổng hợp khối lượng giảng dạy của từng GV, gửi khoa để đối chiếu, xác nhận việc hoàn thành giờ giảng của GV [H6.06.04.07].

+ Xác nhận giờ NCKH: Phòng QL KHCN-HTQT xác nhận giờ NCKH của từng GV căn cứ kết quả thực hiện hoạt động NCKH từng GV trong năm [H6.06.04.08].

- Đánh giá theo đăng ký của GV trong từng năm học: Để nâng cao năng lực của đội ngũ GV Học viện, đặc biệt là năng lực NCKH và trình độ ngoại ngữ, Học viện ban hành Quy định tạm thời về các tiêu chí khuyến khích đối với cán bộ giảng dạy của Học viện ban hành theo Quyết định số 370/QĐ-TCCB ngày 27/6/2012 [H6.06.04.09]. Vào đầu năm học, GV đăng ký mức chất lượng A, B, C với Học viện, trong đó tập trung vào các tiêu chí như hoàn thành khối lượng giảng dạy, tham gia NCKH và đạt chuẩn trình độ tiếng Anh; cuối năm, căn cứ kết quả công việc, Học viện xem xét đánh giá mức độ hoàn thành của từng GV để xếp loại mức khuyến khích GV làm cơ sở thi đua khen thưởng cuối năm [H6.06.04.10]. Kết quả đánh giá giai đoạn 2017-2022, tỷ lệ trung bình GV của Học viện đạt mức A là 46,22%; mức B là 33,78% và mức C là 20%, trong đó riêng GV của Bộ môn Marketing được đánh giá mức A dao động từ 90% - 96%.

- Đánh giá viên chức xét thi đua khen thưởng: Vào cuối mỗi năm học, các GV đều thực hiện việc tự đánh giá kết quả thực hiện nhiệm vụ năm học và xây dựng kế hoạch trong năm học tới, việc tự đánh giá căn cứ theo hướng dẫn của Học viện [H6.06.04.11]. Sau đó, Lãnh đạo khoa đánh giá, cuối cùng Hội đồng Thi đua - Khen thưởng cấp Học viện đánh giá, bình xét xếp loại thi đua.

2. Điểm mạnh

Giảng viên của Bộ môn Marketing đều hoàn thành nhiệm vụ được phân công. Một số GV có thành tích xuất sắc trong NCKH, trung bình hàng năm có từ 2-3 GV đạt danh hiệu Chiến sĩ thi đua.

Các tiêu chí khuyến khích đối với cán bộ giảng dạy của Học viện là cơ sở và động lực để khuyến khích GV nâng cao năng lực NCKH và trình độ ngoại ngữ.

3. Điểm tồn tại

Bản mô tả vị trí việc làm chưa có yêu cầu về năng lực chuyên sâu về thiết kế chương trình và chưa phân biệt rõ các hạng GV I, II, III trong bản mô tả công việc.

4. Kế hoạch hành động

Năm 2023, Phòng tổ chức cán bộ - Lao động xây dựng bản mô tả công việc bổ sung yêu cầu về năng lực chuyên sâu về thiết kế chương trình và phân biệt rõ các hạng GV I, II, III trong bản mô tả công việc.

5. *Tự đánh giá*: Mức đạt được của tiêu chí: 5/7.

Tiêu chí 6.5: Nhu cầu về đào tạo và phát triển chuyên môn của đội ngũ giảng viên, nghiên cứu viên được xác định và có các hoạt động triển khai để đáp ứng nhu cầu đó.

1. *Mô tả hiện trạng*

Để chuẩn hóa tiêu chuẩn chức danh cán bộ, giảng viên, năm 2017, Học viện ban hành Quy chế đào tạo, bồi dưỡng đối với cán bộ, viên chức, người lao động thuộc Học viện theo Quyết định số 647/QĐ-HV ngày 27/7/2017 [H6.06.01.09], với các quy trình thực hiện xác định nhu cầu đào tạo bồi dưỡng cán bộ. Ngoài ra, Học viện ban hành Quy định chính sách hỗ trợ kinh phí viên chức, người lao động trong HV được cử đi đào tạo tiến sĩ trong nước giai đoạn 2021-2025 theo Quyết định số 513/QĐ-HV, ngày 18/06/2021 [H6.06.05.01]

Vào đầu năm, Học viện có văn bản gửi các đơn vị, trong đó có Bộ môn Marketing, đây là các đơn vị trực tiếp tham gia giảng dạy cho CTĐT ngành Marketing (sau đây gọi tắt là đơn vị), hướng dẫn việc đăng ký nhu cầu đào tạo, bồi dưỡng trong năm với các khóa bồi dưỡng nâng cao trình độ chuyên môn, chuẩn hóa chức danh nghề nghiệp, bồi dưỡng nghiệp vụ sư phạm, bồi dưỡng kỹ năng giảng dạy, NCKH, ... [H6.06.05.02]; căn cứ hướng dẫn của Học viện về xác định nhu cầu đào tạo bồi dưỡng, các đơn vị rà soát, đề xuất nhu cầu bồi dưỡng, đào tạo GV của đơn vị hàng năm gửi Học viện [H6.06.05.03] với Mục tiêu thực hiện chiến lược phát triển Học viện về nguồn nhân lực: “*Học viện có nguồn nhân lực chất lượng cao với quy mô và cơ cấu phù hợp; có hệ thống quản trị hiện đại, hoàn thành chuyển đổi số hầu hết các hoạt động của nhà trường*”; trên cơ sở nhu cầu đào tạo, bồi dưỡng của đội ngũ GV hàng năm Học viện ban hành kế hoạch đào tạo, bồi dưỡng cán bộ, GV để các đơn vị tổ chức thực hiện [H6.06.01.11].

Các CTĐT bồi dưỡng đối với GV chủ yếu tập trung vào việc nâng cao trình độ chuyên môn, nghiệp vụ sư phạm, chuẩn chức danh GV (hạng I, II và III), trình độ tiếng Anh và các kỹ năng phục vụ việc giảng dạy trực tuyến và tăng cường ứng dụng CNTT cho GV trong giảng dạy, ... dựa trên yêu cầu của CTĐT, thông qua Kế hoạch

đào tạo bồi dưỡng và danh sách đội ngũ GV, NCV được đào tạo, bồi dưỡng chuyên môn nghiệp vụ hằng năm (QLNN ngạch CV, CVC; kiến thức QP-AN; tiêu chuẩn chức danh nghề nghiệp giảng viên hạng I, II, III; nghiệp vụ SP; Chuẩn kỹ năng sử dụng CNTT; đánh giá và kiểm định chất lượng CTĐT từ 2017-2021) [H6.06.05.04]. Ngoài ra, Học viện còn cử GV đi đào tạo tiến sĩ trong và ngoài nước và Lý luận chính trị trung cấp, cao cấp [H6.06.05.05]. Trong giai đoạn 5 năm của chu kỳ KĐCLGD, Học viện đã cử 05 GV của Bộ môn Marketing đi học tập nghiên cứu sinh theo và 03 GV đã hoàn thành khóa học trở về Học viện công tác, 02 người hiện đang tiếp tục học và sẽ hoàn thành khóa học vào các năm từ 2023 đến 2026. Các GV đi học ở nước ngoài hàng năm đều nộp báo cáo kết quả học tập theo quy định [H6.06.05.06]. Quy chế đào tạo, bồi dưỡng đối với cán bộ, viên chức, người lao động thuộc Học viện ban hành năm 2017 đã quy định cụ thể về các loại hình, tiêu chuẩn cử đi đào tạo bồi dưỡng đối với cán bộ, GV Học viện, trong đó quy định về việc báo cáo kết quả học tập hàng năm đối với NCS tại nước ngoài để làm cơ sở trả lương, đóng BHXH cho các đối tượng này trong thời gian học tập.

Với những cán bộ được bổ nhiệm và cán bộ quy hoạch chức danh lãnh đạo đơn vị, Học viện đã chi trả toàn bộ kinh phí để cử 2 cán bộ tham gia bồi dưỡng Lý luận chính trị trung cấp. Các cán bộ này sau khi hoàn thành khóa học đã được cấp bằng và nộp về Phòng TCCB-LĐ đảm bảo tiêu chuẩn cán bộ theo quy định [H6.06.05.07]. Đến thời điểm hiện tại, 100% GV của Khoa có chứng chỉ nghiệp vụ sư phạm và đạt chuẩn chức danh GV theo quy định.

Học viện phân bổ kinh phí cho GV đi đào tạo bồi dưỡng thể hiện trong quy chế chi tiêu nội bộ [H6.06.01.13]. Trong đó đặc biệt khuyến khích đội ngũ GV, nghiên cứu viên tham gia các hoạt động đào tạo, bồi dưỡng nâng cao trình độ chuyên môn: GV học tập tại Việt Nam được hỗ trợ học phí, chi phí đi lại và được thanh toán đầy đủ lương và phúc lợi. GV học ở nước ngoài được hỗ trợ bảo hiểm xã hội và 40% tiền lương cơ bản được đảm bảo các chế độ Bảo hiểm, nâng lương thường xuyên theo quy định của Học viện và pháp luật. Kế hoạch đào tạo, bồi dưỡng và phát triển chuyên môn, nghiệp vụ của GV, NCV được triển khai thực hiện. Có ít nhất 75% số GV, NCV được đào tạo, bồi dưỡng và phát triển chuyên môn, nghiệp vụ theo kế hoạch của CSGD.

Trong giai đoạn từ tháng 10/2017 đến tháng 10/2022, Học viện đã cử 175 lượt GV của Bộ môn Marketing đi đào tạo, bồi dưỡng, tham gia các hội nghị, hội thảo, học tập kinh nghiệm trong và ngoài nước (đạt tỷ lệ 500%). Trong đó có 02 GV đào tạo trình độ lý luận chính trị, 05 GV đi đào tạo nghiên cứu sinh, 164 lượt GV đi bồi dưỡng, tập huấn và 06 lượt GV đi học tập kinh nghiệm, tham gia các hội nghị, hội thảo.

Tổng kinh phí chi cho đào tạo dài hạn và ngắn hạn trong 5 năm của chu kỳ KĐCLGD trong toàn Học viện là 6,228 tỷ đồng (chiếm 0,5% tổng nguồn chi). Số lượng và nguồn kinh phí dành cho đào tạo, bồi dưỡng, tập huấn trong giai đoạn này được thể hiện trong Bảng tổng hợp kinh phí dành cho đào tạo bồi dưỡng đối với đội ngũ GV của Bộ môn Marketing từ năm 2017 đến năm 2022 [H6.06.05.08]. Ngoài ra, để phát triển năng lực nguồn nhân lực, Học viện và Khoa đã tích cực hợp tác với các đối tác trong và ngoài nước để xây dựng và triển khai một số chương trình hợp tác đào tạo.

Đối với GV được cử tham gia các khóa bồi dưỡng ngắn hạn trong nước, Học viện giao Trung tâm Đào tạo Bưu chính Viễn thông I tổ chức quản lý các khóa học theo quy trình tổ chức do Giám đốc Trung tâm ban hành [H6.06.05.09]. Kết thúc khóa học, Trung tâm tổ chức cấp chứng chỉ, chứng nhận cho học viên hoàn thành khóa học và gửi Báo cáo tổng kết khóa học về Phòng Tổ chức cán bộ - Lao động [H6.06.05.10]. Định kỳ ngày 23 hàng tháng, Phòng Tổ chức cán bộ - Lao động có báo cáo tổng hợp công tác đào tạo, bồi dưỡng gửi Văn phòng để tổng hợp báo cáo Bộ TT&TT [H6.06.05.11].

2. Điểm mạnh

Trong 5 năm, Học viện đã cử 164 lượt GV Bộ môn Marketing tham gia các khóa bồi dưỡng ngắn hạn, đạt tỷ lệ 410% và quy trình giám sát tổ chức đào tạo bồi dưỡng được chuẩn hóa.

3. Điểm tồn tại

Học viện chưa cử được GV đi đào tạo tiến sĩ tại nước ngoài do nguyên nhân chưa tìm được nguồn kinh phí để cấp học bổng cho GV có nhu cầu.

4. Kế hoạch hành động

Kể từ năm 2023, Bộ môn Marketing làm việc với các doanh nghiệp ngành tài chính trong ngành TT&TT để hợp tác tìm kiếm nguồn tài trợ của các doanh nghiệp hỗ trợ kinh phí cho GV tham gia đào tạo NCS nước ngoài.

5. *Tự đánh giá*: Mức đạt được của tiêu chí 5/7.

Tiêu chí 6.6: Việc quản trị theo kết quả công việc của giảng viên, nghiên cứu viên (gồm cả khen thưởng và công nhận) được triển khai để tạo động lực và hỗ trợ cho đào tạo, nghiên cứu khoa học và các hoạt động phục vụ cộng đồng.

1. *Mô tả hiện trạng*

Vào đầu mỗi năm học, Phòng Giáo vụ trình Lãnh đạo Học viện ban hành kế hoạch đào tạo của Học viện theo năm học đối với các hình thức và trình độ đào tạo [H6.06.06.01].

Căn cứ kế hoạch của Học viện; Quy định chế độ làm việc đối với GV và GV thỉnh giảng tại Học viện ban hành năm 2009 [H6.06.6.02] và quyết định sửa đổi, bổ sung phương án tính khối lượng thực hiện nhiệm vụ giảng dạy của GV tại Học viện năm 2020 [H6.06.06.03], Bộ môn Marketing xây dựng kế hoạch phân công nhiệm vụ cho GV tham gia công tác giảng dạy tại khoa [H6.06.6.04], với nội dung về giảng dạy, NCKH và các hoạt động khác (CVHT, GVCN, phụ trách phong trào SV, ...). Kế hoạch tổng thể của Khoa hàng năm chi tiết đến từng GV và được gửi Phòng Giáo vụ để phân công giảng dạy; Phòng QLKH - HTQT để giao nhiệm vụ NCKH và thực hiện việc quy đổi ra giờ NCKH và việc bù trừ giữa giờ NCKH và giờ giảng được thực hiện theo quy định về quy đổi giờ NCKH của Học viện [H6.06.6.05].

Vào đầu năm học, Bộ môn Marketing tổ chức cho GV đăng ký mức khuyến khích GV theo Quy định về các tiêu chí khuyến khích đối với cán bộ giảng dạy của Học viện với các mức khuyến khích A, B và C báo cáo Học viện để theo dõi, đánh giá mức độ hoàn thành nhiệm vụ GV hàng năm [H6.06.06.06]. Đồng thời, Khoa tổ chức cho GV đăng ký các danh hiệu thi đua năm học theo hướng dẫn của Học viện [H6.06.06.07].

Trên cơ sở kế hoạch của Khoa hàng năm, Học viện quản trị theo các bước sau:

- Đánh giá việc hoàn thành nhiệm vụ giảng dạy:

+ GV lên lớp hàng ngày đều kê khai thông tin trên sổ theo dõi nhật ký giảng dạy do Phòng Giáo vụ quản lý [H6.06.06.08]; cuối học kỳ, Phòng Giáo vụ thống kê khối lượng giảng dạy của từng GV gửi Khoa xác nhận.

+ Cuối học kỳ: Trung tâm KT&ĐBCLGD triển khai lấy ý kiến phản hồi của SV về hoạt động giảng dạy của GV đối với mỗi học phần căn cứ theo Quy định lấy ý kiến phản hồi của người học về hoạt động giảng dạy của giảng viên [H6.06.04.06] và tổng hợp thành Báo cáo kết quả lấy ý kiến phản hồi sinh viên về hoạt động giảng dạy của giảng viên sau từng học kỳ trong giai đoạn 2017-2022 [H3.03.02.01]

- Đánh giá hoàn thành nhiệm vụ NCKH: Phòng Quản lý KH-CN-HTQT quản trị tiến độ thực hiện đề tài theo quy định hoạt động KH-CN đối với cán bộ, GV Học viện [H6.06.06.09]: Đầu năm học, Phòng tổ chức cho GV đăng ký, xét duyệt và trình Lãnh đạo Học viện phê duyệt giao đề tài KH-CN cho GV; GV thực hiện và báo cáo tiến độ thực hiện giữa kỳ; khi hoàn thành Phòng tổ chức nghiệm thu, đánh giá mức độ đạt của đề tài. Cuối năm, từng GV kê khai giờ NCKH, gửi Phòng Quản lý KH-CN-HTQT để xác định giờ NCKH.

- Ngoài ra để quản trị tổng thể, hàng quý GV được đánh giá theo các tiêu chí đánh giá viên chức của Bộ TT&TT và kết quả đánh giá được Phòng TCCB-LĐ tổng hợp theo quý để Báo cáo về Bộ TT&TT [H6.06.06.10].

- Hoạt động khác: Công tác phục vụ cộng đồng của GV và nghiên cứu viên cũng được Học viện và Khoa quan tâm và được coi là một trong những tiêu chí đánh giá xếp loại lao động của cán bộ viên chức. Cán bộ GV khoa CNTT thường xuyên tham gia các hoạt động tình nghĩa, ủng hộ người nghèo, đồng bào lũ lụt, và nhiều hoạt động tuyên truyền, vận động cộng đồng về bảo vệ môi trường, ... [H6.06.06.11].

- Tổng kết thi đua khen thưởng qua đánh giá viên chức; bình xét các danh hiệu thi đua khen thưởng, Học viện có chính sách công nhận và khen thưởng bao gồm các danh hiệu thi đua (lao động tiên tiến, chiến sĩ thi đua các cấp) và các hình thức khen thưởng (giấy khen, bằng khen) thông qua hướng dẫn công tác đánh giá kết quả thực hiện công việc và bình xét danh hiệu thi đua khen thưởng của Học viện [H6.06.06.12]. Quy trình như sau:

- Vào cuối năm học, GV sẽ tự đánh giá thành tích cá nhân, sau đó đồng nghiệp tham gia góp ý. Riêng đối với các danh hiệu Chiến sĩ thi đua các cấp, khoa tiến hành bỏ phiếu GV; sau khi có kết quả, hồ sơ được tổng hợp và gửi phòng TCCB-LĐ để Hội đồng thi đua khen thưởng họp xét thi đua và công nhận các danh hiệu.

- GV được đánh giá trên các tiêu chí chính là khối lượng giảng dạy, NCKH và các nhiệm vụ khác được Khoa và Học viện phân công.

- Dự thảo đánh giá mức độ hoàn thành nhiệm vụ của CBGV và quyết định phê duyệt công nhận mức khuyến khích GV của năm được gửi đến từng đơn vị, cá nhân để có phản hồi trước khi ban hành quyết định công nhận đánh giá, xếp loại [H6.06.06.13].

Thành tích thi đua và khen thưởng của GV Bộ môn Marketing cụ thể theo bảng 6.1 (*Phụ lục 02*). Tỷ lệ đánh giá mức độ hoàn thành nhiệm vụ viên chức: 35% hoàn thành nhiệm vụ, 50% hoàn thành tốt nhiệm vụ và 15% hoàn thành xuất sắc nhiệm vụ. Đánh giá thi đua của Bộ môn Marketing trong 5 năm của chu kỳ đánh giá: có 69 lượt giảng viên đạt LĐTT; 13 lượt GV đạt CSTĐ cấp cơ sở. Kết quả đánh giá, phân loại và danh sách GV, NCV được khen thưởng hàng năm được gửi tới các đơn vị và công khai cho tất cả CBVC Học viện [H6.06.06.14].

Định kỳ hàng năm, Học viện tổ chức khảo sát về mức độ hài lòng của GV về điều kiện, môi trường làm việc và các dịch vụ hỗ trợ đào tạo [H6.06.06.15]. Kết quả khảo sát hàng năm cho thấy 93,75% CBGV hài lòng về việc quản trị theo kết quả công việc được triển khai để tạo động lực và hỗ trợ cho đào tạo, NCKH và các hoạt động phục vụ cộng đồng; cũng như chế độ phụ cấp, tiền lương, khen thưởng, phúc lợi, bảo hiểm xã hội, bảo hiểm y tế, khám sức khỏe định kỳ và an sinh của Học viện được triển khai thực hiện theo đúng quy định. Tuy nhiên, vẫn còn 6,52% CBGV còn phân vân với nội dung công tác đào tạo, bồi dưỡng, NCKH đáp ứng yêu cầu về chuyên môn, hỗ trợ GV/NCV trong giảng dạy, nghiên cứu và hoạt động cộng đồng. Tại các Báo cáo tổng kết năm học của Bộ môn Marketing và Hội nghị CBVC hàng năm đều không nhận được thông tin về việc khiếu kiện của cán bộ, GV [H6.06.06.16].

Việc ghi nhận đúng thành tích cho cán bộ đã tạo động lực cho cán bộ phát huy hết khả năng trong giảng dạy và nghiên cứu, 100% cán bộ, GV hài lòng về kết quả thi đua, khen thưởng, không có đơn phản ánh hoặc khiếu nại về công tác thi đua, khen thưởng.

2. Điểm mạnh

Tỷ lệ giảng viên đạt danh hiệu Chiến sĩ thi đua cấp bộ, cấp cơ sở, khen thưởng của Giám đốc Học viện và có xu hướng tăng lên từng năm.

Hệ thống quản trị của Học viện được quản trị dưới nhiều góc độ khác nhau, với nhiều hình thức quản trị kết quả công việc và sự tham gia của các bên liên quan trong Học viện.

3. Điểm tồn tại

Vẫn còn 6,52% CBGV còn phân vân với nội dung công tác đào tạo, bồi dưỡng, NCKH đáp ứng yêu cầu về chuyên môn, hỗ trợ GV/NCV trong giảng dạy, nghiên cứu và hoạt động cộng đồng.

4. Kế hoạch hành động

Đầu năm học 2023-2024, Phòng TCCB-LĐ phối hợp với Bộ môn Marketing có kế hoạch tìm hiểu nguyên nhân của sự không hài lòng để có kế hoạch điều chỉnh phù hợp.

5. Tự đánh giá: Mức đạt được của tiêu chí: 5/7.

Tiêu chí 6.7: Các loại hình và số lượng các hoạt động nghiên cứu của giảng viên, nghiên cứu viên được xác lập, giám sát và đối sánh để cải tiến chất lượng.

1. Mô tả hiện trạng

Các loại hình và số lượng sản phẩm NCKH mà GV, NCV của Học viện phải thực hiện được quy định tại các văn bản, bao gồm: Quy định về hoạt động KHCN Học viện ban hành theo Quyết định số 1630/QĐ-TCCB-QLNCKH&TTTL ngày 18/12/1999 [H6.06.07.01]; Quy định về nhiệm vụ trong hoạt động đào tạo và NCKH của các cán bộ tại các đơn vị thuộc Học viện ban hành theo Quyết định số 316/QĐ-HV ngày 18/5/2020 [H6.06.07.02]; Quy định về hoạt động NCKH của SV Học viện ban hành theo Quyết định số 521/QĐ-HV ngày 25/06/2020 [H6.06.07.03]; Quy định quản lý thực hiện báo cáo chuyên đề khoa học cấp Học viện năm 2014 ban hành theo Quyết định số 503/QĐ-HV ngày 30/6/2014 [H6.06.07.04]; Quy chế Quản lý đề tài KHCN cấp Học viện năm 2020 ban hành theo Quyết định số 338/QĐ-HV ngày 21/5/2020 [H6.06.07.05]; Quy định chế độ làm việc đối với GV và GV thỉnh giảng tại Học viện năm 2009 và được sửa đổi, bổ sung một số điều năm 2015 [H6.06.06.03]; Quy định hỗ trợ kinh phí cho các bài báo khoa học đã được công bố trên tạp chí quốc tế thuộc danh mục ISI/Scopus ban hành theo Quyết định số 951/QĐ-HV ngày 23/10/2019 [H6.06.07.06].

Các loại hình sản phẩm NCKH mà GV, NCV của Học viện phải thực hiện được nêu trong các quy định bao gồm: Thực hiện các chương trình, đề tài NCKH các cấp [H6.06.07.02]; NCKH và công nghệ để phục vụ xây dựng CTĐT mới, bồi dưỡng ngắn hạn, biên soạn giáo trình, sách chuyên khảo, sách tham khảo, đổi mới phương pháp giảng dạy và kiểm tra, đánh giá môn học [H6.06.07.05]; công bố kết quả nghiên cứu trên các tạp chí khoa học trong và ngoài nước theo quy định của pháp luật

[H6.06.07.06]; Viết bài, báo cáo khoa học tại các hội nghị, hội thảo khoa học trong và ngoài nước; Hướng dẫn SV NCKH, học viên cao học viết luận văn Thạc sĩ, nghiên cứu sinh viết Luận án tiến sĩ; Tham gia Hội đồng đánh giá, nghiệm thu các công trình, đề tài NCKH các cấp; Thực hiện báo cáo chuyên đề cấp Học viện [H6.06.07.04] và các nhiệm vụ NCKH khác được Giám đốc Học viện giao.

Học viện quy định số lượng sản phẩm NCKH thông qua định mức giờ NCKH hằng năm, đối với NCV thì gộp chung nhiệm vụ đào tạo và NCKH là 1.454 giờ, đối với GV là 590 giờ NCKH [H6.06.07.03], [H6.06.07.04]. Để đạt được định mức giờ NCKH theo quy định, GV, NCV Học viện tự xác định số lượng sản phẩm NCKH cần thực hiện hằng năm.

Để định hướng cho các hoạt động KHCN của GV, NCV, Học viện ban hành Chiến lược phát triển KHCN giai đoạn 2017-2022 ban hành theo Quyết định số 691/QĐ-HV ngày 11/8/2017 [H6.06.07.07], với mục tiêu xác định các loại hình KHCN đến năm 2022: Hoạt động KHCN đóng vai trò nòng cốt trong sự phát triển của Học viện và hỗ trợ cho việc đổi mới CTĐT để đáp ứng các yêu cầu của cuộc cách mạng công nghiệp 4.0; Phát triển các bài báo khoa học trong nước và quốc tế cả số lượng và chất lượng, đặc biệt là các bài báo thuộc danh mục ISI và Scopus; Hình thành một số sản phẩm, dịch vụ KHCN thương mại hóa, chiếm lĩnh được thị trường, tạo sự phát triển bền vững. Hàng năm, có trên 70% GV cơ hữu, nghiên cứu viên tham gia nghiên cứu khoa học có bài báo, công trình được công bố trên các tạp chí và kỷ yếu khoa học công nghệ chuyên ngành có uy tín cao ở trong nước và quốc tế.

Để định hướng cho sự phát triển của Học viện, Giám đốc Học viện ký Quyết định số 156/QĐ-HV ngày 05/03/2020 và Hội đồng Học viện ban hành Nghị quyết số 42/NQ-HV ngày 25/11/2021 về Chiến lược phát triển của Học viện giai đoạn 2020-2025 tầm nhìn 2030 [H1.01.01.09], [H1.01.01.10]. Nội dung chiến lược xác định cụ thể các hoạt động KHCN với loại hình và số lượng sản phẩm NCKH mà GV, NCV Học viện cần thực hiện: Học viện có các nhóm nghiên cứu và các Viện nghiên cứu mạnh với nhiều đề tài, nhiệm vụ các cấp; có số lượng công bố, bài báo quốc tế (ISI, Scopus) và số lượt trích dẫn thuộc nhóm trường đại học dẫn đầu ở Việt Nam; sở hữu các phát minh, bằng sáng chế có giá trị và có các sản phẩm khoa học công nghệ có tính ứng dụng cao, được chuyển giao cho doanh nghiệp và thương mại hóa.

Hàng năm, căn cứ kế hoạch kinh phí do Học viện phân bổ cho hoạt động NCKH, Phòng Quản lý KH-CN&HTQT tổ chức cho GV, NCV đăng ký đề tài, nhiệm vụ NCKH và tổng hợp báo cáo Lãnh đạo Học viện phê duyệt kế hoạch giao nhiệm vụ, đề tài NCKH cho CB, GV [H6.06.07.08]. Đề tài cấp Học viện được chia thành 04 loại, bao gồm: Đề tài nhóm A là đề tài hỗ trợ NCKH với mục đích tạo môi trường nghiên cứu, hỗ trợ hoạt động NCKH cho GV Học viện nâng cao trình độ nghiên cứu khoa học, kỹ năng trình bày báo cáo khoa học và xây dựng báo cáo tổng luận khoa học về sản phẩm nghiên cứu của đề tài KH-CN. Kết quả đề tài nhóm A phải có áp dụng hiệu quả phục vụ công tác giảng dạy và nghiên cứu khoa học cho các Khoa, Bộ môn đào tạo của Học viện; Đề tài nhóm B là đề tài hỗ trợ học thuật có nội dung nghiên cứu mang tính học thuật cao, kết quả của đề tài có tối thiểu là một bài báo đăng tải công bố trên tạp chí khoa học hoặc kỷ yếu hội nghị khoa học được tính điểm công trình khoa học theo quy định của Hội đồng Giáo sư nhà nước hoặc đăng tải trên Tạp chí KH-CN Thông tin và Truyền thông của Học viện theo yêu cầu của Học viện; Đề tài nhóm C là đề tài có mục đích tạo ra hoặc hình thành các sản phẩm ứng dụng, dịch vụ KH-CN có công nghệ tiên tiến và mang thương hiệu Học viện. Đề tài nhóm C phải có kết quả được ứng dụng trong Học viện hay phát triển thành sản phẩm thương mại hóa; Đề tài nhóm D là đề tài có mục đích nghiên cứu hình thành các sản phẩm KH-CN áp dụng cho công tác quản lý điều hành của Học viện, các nghiên cứu đổi mới công tác quản lý, xác định luận điểm khoa học cho xây dựng phương hướng, chiến lược, cơ chế chính sách, nâng cao hiệu quả quản lý của Học viện [H6.06.07.09].

Học viện đã có sự phân công, ủy quyền cho các đơn vị thực hiện giám sát, đánh giá kết quả thực hiện đề tài cấp Học viện theo từng loại như sau [H6.06.07.10]:

- Đối với các đề tài nhóm A và nhóm B: Học viện ủy quyền cho các Trường khoa đào tạo đại học (và các trường đơn vị đào tạo tương đương), Viện trưởng Viện nghiên cứu và các Trường đơn vị đào tạo tương đương khác có trách nhiệm tổ chức, quản lý thực hiện kế hoạch đề tài, phê duyệt và ký đề cương KH-CN, ký kết hợp đồng KH-CN với chủ trì đề tài KH-CN, nghiệm thu kết quả đề tài KH-CN và ký duyệt các thủ tục thực hiện đề tài KH-CN đã được giao. Các đơn vị được ủy quyền có trách nhiệm quản lý thực hiện đề tài theo đúng nội dung Học viện đã phê duyệt, đảm bảo tiến độ, chất lượng nghiên cứu và tuân thủ các quy định liên quan.

- Đối với các đề tài nhóm C, nhóm D: Học viện quản lý thực hiện đề tài, phê duyệt và ký đề cương KHCN, ký kết hợp đồng KHCN, nghiệm thu kết quả và các thủ tục khác trong quá trình thực hiện đề tài KHCN thông qua đầu mối phòng Quản lý KHCN&HTQT. Đơn vị chủ trì đề tài có trách nhiệm triển khai và báo cáo thực hiện nghiên cứu, hội thảo khoa học và hội nghị đánh giá kết quả thực hiện đề tài.

- Đối với các đề tài KHCN do Cơ sở Học viện tại Thành phố Hồ Chí Minh thực hiện: Giám đốc Học viện giao Phó Giám đốc Học viện phụ trách Cơ sở Học viện tại Thành phố Hồ Chí Minh tổ chức quản lý, ký duyệt đề cương, ký kết hợp đồng KHCN, quyết định thành lập hội đồng nghiệm thu, ký kết các văn bản liên quan đến thực hiện và thanh quyết toán các đề tài. Cơ sở Học viện tại Thành phố Hồ Chí Minh có trách nhiệm quản lý thực hiện đề tài theo đúng nội dung Quyết định giao đề tài KHCN của Học viện, đảm bảo tiến độ, chất lượng nghiên cứu và tuân thủ các quy định liên quan. Trong quá trình thực hiện, phòng QL KHCN&HTQT có chức năng giám sát việc thực hiện đề tài, yêu cầu chủ trì đề tài báo cáo tiến độ định kỳ và tổ chức nghiệm thu các đề tài theo tiến độ [H6.06.07.11].

Bên cạnh đó, Học viện thực hiện đánh giá số lượng và chất lượng các hoạt động NCKH của GV, NCV thông qua việc hoàn thành định mức giờ NCKH hằng năm của GV, NCV và được đối sánh hàng năm [H6.06.07.12]. Để cải tiến, đẩy mạnh hoạt động NCKH, Học viện đã ban hành Quy định tạm thời về các tiêu chí khuyến khích đối với cán bộ giảng dạy của Học viện Công nghệ Bru chính Viễn thông [H6.06.04.09] và Quy định hỗ trợ kinh phí cho các bài báo khoa học đã được công bố trên tạp chí quốc tế thuộc danh mục ISI/Scopus để thúc đẩy cả số lượng và chất lượng các bài báo khoa học công bố quốc tế [H6.06.07.06].

Học viện giao nhiệm vụ cụ thể cho các đơn vị trong việc tổ chức quản lý và đánh giá các hoạt động NCKH của GV, NCV: Bộ môn Marketing được giao nhiệm vụ tổ chức cho GV của Khoa đăng ký các hoạt động KHCN hàng năm, báo cáo Học viện phê duyệt và tổ chức thực hiện và được quy định cụ thể tại Quy định chức năng nhiệm vụ của Bộ môn Marketing [H6.06.07.13]. Phòng Quản lý KHCN và HTQT căn cứ chức năng, nhiệm vụ [H6.06.07.14] xây dựng các văn bản quản lý, hướng dẫn tổ chức thực hiện các hoạt động KHCN đối với GV, NCV trong toàn Học viện;

Trong quá trình thực hiện, Phòng QL KHCN-HTQT có chức năng giám sát việc thực hiện đề tài, yêu cầu chủ trì đề tài báo cáo tiến độ định kỳ và tổ chức nghiệm thu

các đề tài theo tiến độ thông qua các báo cáo tiến độ thực hiện đề tài các cấp của Bộ môn Marketing [H6.06.07.15].

Hàng năm, có trên 70% GV cơ hữu, nghiên cứu viên tham gia nghiên cứu khoa học có bài báo, công trình được công bố trên các tạp chí và kỷ yếu khoa học công nghệ chuyên ngành có uy tín cao ở trong nước và quốc tế. Trong giai đoạn 2017-2022, Bộ môn Marketing đã thực hiện 2 đề tài cấp Nhà nước, 6 đề tài NCKH cấp Bộ và tương đương; 56 đề tài NCKH cấp Học viện; đã công bố 3 bài báo tạp chí khoa học quốc tế (trong đó có 3 bài báo được đăng trên các tạp chí thuộc nhóm ISI/Scopus Q2), 55 bài đăng trên tạp chí khoa học cấp ngành trong nước, 19 bài đăng Tạp chí/ tập san của Học viện; xuất bản được 17 cuốn giáo trình, sách tham khảo và hướng dẫn. Kết quả thực hiện đề tài NCKH của GV Bộ môn Marketing giai đoạn 2017-2022 cụ thể theo các bảng Thống kê thành tích thi đua và khen thưởng của GV Bộ môn Marketing (Bảng 6.1-*Phụ lục 02*), bảng thống kê số lượng bài báo được công bố giai đoạn 2017 - 2022 do giảng viên Bộ môn Marketing thực hiện (Bảng 6.2-*Phụ lục 02*), Bảng thống kê số lượng bài báo được công bố giai đoạn 2017 - 2022 do giảng viên Bộ môn Marketing thực hiện (Bảng 6.3-*Phụ lục 02*) và Bảng thống kê số lượng bài báo được công bố trên các tạp chí khoa học quốc tế thuộc danh mục ISI/Scopus 2017 - 2022 do GV Bộ môn Marketing thực hiện (Bảng 6.4-*Phụ lục 02*)

Định mức chi cho hoạt động NCKH của giảng viên trong Quy chế chi tiêu nội bộ của Học viện chưa đạt đến mức hấp dẫn cao do đó Bộ môn Marketing xem xét có thể liên hệ với các doanh nghiệp Tài chính trong ngành để có thể tăng định mức chi cho hoạt động NCKH của giảng viên nhằm đạt được mức hấp dẫn cao đối với giảng viên, khiến các GV ngày càng đam mê nghiên cứu và tạo ra thêm nhiều hơn nữa những sản phẩm khoa học có hàm lượng chất xám cao hơn và hình thành nhóm nghiên cứu chuyên sâu của Khoa .

2. Điểm mạnh

Giai đoạn 2017-2022, GV Bộ môn Marketing đã chủ trì thực hiện 5 đề tài KHCN cấp Bộ, các đề tài đều được nghiệm thu đúng tiến độ và đạt yêu cầu. Số lượng bài báo quốc tế thuộc danh mục tạp chí ISI/Scopus là 8 bài, trong đó có 8 bài xếp loại Q2.

3. Điểm tồn tại

Các quy định về hoạt động KHCN của GV, NCV được quy định ở nhiều văn bản khác nhau, chưa tổng hợp trong một văn bản cụ thể để thuận tiện trong công tác tổ chức thực hiện.

4. Kế hoạch hành động

Năm học 2023-2024, Phòng Quản lý KHCN-HTQT nghiên cứu, đề xuất ban hành Quy định hoạt động KHCN để tổng hợp các nội dung NCKH của GV, NCV tại các văn bản khác nhau, bao gồm các loại hình KHCN đối với CBGV trong Học viện.

5. Tự đánh giá: Mức đạt được của tiêu chí: 5/7

Kết luận về Tiêu chuẩn 6

Qua phân tích, đánh giá có thể nhận thấy Bộ môn Marketing nói riêng và Học viện nói chung trong những năm qua đã nỗ lực hoàn thành tốt nhiệm vụ quy hoạch đội ngũ GV, nghiên cứu viên (bao gồm việc thu hút, tiếp nhận, bổ nhiệm, bố trí, chấm dứt hợp đồng và cho nghỉ hưu), nhờ đó mà đội ngũ GV và nghiên cứu viên cơ bản đáp ứng yêu cầu đào tạo, NCKH và các hoạt động phục vụ cộng đồng. Tỷ lệ GV/người học và khối lượng công việc của đội ngũ GV luôn được đo lường, giám sát thường xuyên với mục đích làm căn cứ cải tiến chất lượng hoạt động đào tạo, NCKH và phục vụ cộng đồng. Học viện đã ban hành, phổ biến rộng rãi và công khai các tiêu chí tuyển dụng và lựa chọn GV, nghiên cứu viên (bao gồm cả đạo đức và năng lực chuyên môn) để bổ nhiệm, điều chuyển cán bộ. Năng lực của đội ngũ GV, nghiên cứu viên được đánh giá một cách chính xác và khách quan dựa trên những quy định, quy chế đã xây dựng với sự thống nhất cao trong đội ngũ GV trong Học viện. Bên cạnh đó, nhu cầu về đào tạo và phát triển chuyên môn của đội ngũ GV, nghiên cứu viên được Học viện xác định rất rõ thông qua các chiến lược, văn bản và có nhiều hoạt động triển khai sâu rộng để đáp ứng nhu cầu đó. Việc quản trị theo kết quả công việc của GV, nghiên cứu viên (gồm cả khen thưởng và công nhận) được triển khai sâu rộng và nghiêm túc để tạo động lực và hỗ trợ cho đào tạo, NCKH và các hoạt động phục vụ cộng đồng. Các loại hình và số lượng các hoạt động nghiên cứu của GV và nghiên cứu viên đã được Học viện, Khoa xác định, giám sát và đối sánh để cải tiến chất lượng.

Hoạt động phục vụ cộng đồng của giảng viên chưa được lượng hóa cụ thể nên công tác đánh giá hoạt động phục vụ cộng đồng không thuận lợi. Chính sách và cơ chế đặc thù để thu hút GV có trình độ học vị và học hàm cao cao (PGS, GS) chưa đạt được mức hấp dẫn và cạnh tranh cao để thu hút được nhiều hơn nữa các GV có học vị tiến

sỹ và học hàm PGS và GS về làm GV cơ hữu của Học viện. Tiêu chí đánh giá năng lực giảng viên tham gia phục vụ cộng đồng chưa rõ ràng.

Tiêu chuẩn 6 có 7 tiêu chí: 5,00/7.

Tiêu chuẩn 7: Đội ngũ nhân viên

Mở đầu

Học viện luôn chú trọng việc phát triển đội ngũ nhân viên để đáp ứng các yêu cầu về đào tạo, NCKH và các hoạt động phục vụ cộng đồng; thực hiện các giải pháp nâng cao chất lượng đội ngũ nhân viên hỗ trợ qua việc tổ chức các lớp đào tạo, bồi dưỡng và phát triển chuyên môn, nghiệp vụ, có cơ chế đánh giá năng lực, khen thưởng, kỷ luật đối với đội ngũ nhân viên nhằm đáp ứng mục tiêu phát triển của Học viện trong từng giai đoạn.

Đội ngũ nhân viên Học viện bao gồm nhân viên làm việc tại thư viện, phòng thí nghiệm, thực hành, phòng máy tính, các bộ phận hỗ trợ SV khác và được bố trí tại các đơn vị chức năng Học viện gồm Phòng Tổ chức cán bộ-lao động, Phòng Đào tạo, Phòng Giáo vụ, Phòng Tài chính, Phòng Quản lý KHCN và HTQT, Văn phòng, Trung tâm Dịch vụ, Trung tâm Thí nghiệm thực hành, Phòng Chính trị và Công tác SV, Trung tâm Khảo thí và Đảm bảo CLGD và Trợ lý Bộ môn Marketing. Đồng thời, đội ngũ nhân viên còn được bố trí tại các Viện nghiên cứu trực thuộc Học viện và các đơn vị quản lý tại Cơ sở Học viện tại Thành phố Hồ Chí Minh.

Tiêu chí 7.1: Việc quy hoạch đội ngũ nhân viên (làm việc tại thư viện, phòng thí nghiệm, hệ thống công nghệ thông tin và các dịch vụ hỗ trợ khác) được thực hiện đáp ứng nhu cầu về đào tạo, nghiên cứu khoa học và các hoạt động phục vụ cộng đồng

1. Mô tả hiện trạng

Năm 2014, khi chuyển từ Tập đoàn Bru chính viễn thông Việt Nam về trực thuộc Bộ TT&TT, căn cứ yêu cầu phát triển của Ngành TT&TT giai đoạn 2015-2020, yêu cầu của cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ 4 và để phục vụ việc quy hoạch đội ngũ nhân viên, Học viện xây dựng Đề án vị trí việc làm [H6.06.03.01], trong đó xác định rõ số lượng đội ngũ nhân viên quản lý, hỗ trợ của các đơn vị chức năng, các khoa thuộc Học viện. Đồng thời, Trong Đề án vị trí việc làm xác định cụ thể các vị trí lao động gồm vị trí kỹ thuật viên, nhân viên làm việc tại trung tâm thí nghiệm - thực hành, hệ thống Data center, tổ ứng dụng CNTT, nhân viên thư viện và hỗ trợ SV, GV trong công tác đào tạo, NCKH tại các đơn vị chức năng và Trung tâm giao dịch một cửa của

Học viện. Năm 2020, căn cứ yêu cầu phát triển của Học viện và yêu cầu chuyển đổi số trong ngành giáo dục, Học viện thực hiện điều chỉnh đề án vị trí việc làm và ban hành theo Quyết định số 449/QĐ-HV ngày 29/6/2020, quy định các vị trí nhân viên hỗ trợ với số lượng người cụ thể cho từng đơn vị chức năng Học viện [H6.06.03.02].

Để xác định định biên lao động hỗ trợ công tác đào tạo, NCKH của CBGV và NH, Học viện xây dựng bản mô tả công việc, xác định danh mục vị trí công việc tại các phòng, ban, trung tâm chức năng thuộc Khối Quản lý và đào tạo phía Bắc, Học viện [H6.06.02.04] và Hệ thống bản MTCV chuẩn đối với các vị trí công việc tại Khối Quản lý và Đào tạo Học viện [H6.06.01.03].

Việc phân tích, dự báo, xác định nhu cầu của đội ngũ nhân viên được nêu trong chiến lược phát triển của Học viện ban hành năm 2020 [H1.01.01.09] và được điều chỉnh, bổ sung hoàn chỉnh năm 2021 sau khi thành lập Hội đồng Học viện [H1.01.01.10]. Trong bản chiến lược năm 2021 có nội dung phân tích bối cảnh trong nước, khu vực, quốc tế; thực trạng Học viện trong các lĩnh vực hoạt động, trong đó có nội dung xác định “*Cơ cấu lao động của Học viện cần tiếp tục điều chỉnh, tỷ lệ lao động gián tiếp còn cao...*”, đồng thời xác định mục tiêu về nguồn nhân lực và quản trị đại học “*Học viện có bộ máy tinh gọn, hiệu quả; có nguồn nhân lực chất lượng cao với quy mô và cơ cấu phù hợp*”.

Hàng năm, Học viện xây dựng kế hoạch lao động, trong đó có kế hoạch phát triển nguồn nhân lực cho các đơn vị [H6.06.01.06]. Nội dung kế hoạch lao động xác định cụ thể số lượng, trình độ chuyên môn của đội ngũ nhân viên của các đơn vị Trợ lý Bộ môn Marketing .

Tính đến 31/10/2022, tổng số cán bộ chuyên viên và nhân viên của Học viện là 261 người. Trong đó có 5 nhân sự làm việc tại thư viện, 5 nhân sự làm việc tại phòng thực hành, thí nghiệm, Bộ môn Marketing có 2 nhân sự làm Trợ lý khoa, bộ môn, Tổ ứng dụng CNTT thuộc Văn phòng có nhiệm vụ quản lý hệ thống ứng dụng CNTT toàn Học viện có 2 nhân sự, bộ phận một cửa hỗ trợ SV giải quyết các thủ tục hành chính trong quá trình học tập có 5 nhân sự. Có danh sách trích ngang đội ngũ nhân viên của từng bộ phận [H7.07.01.01]. Đến thời điểm hiện tại, số lượng nhân viên làm việc tại thư viện, phòng thí nghiệm, hệ thống CNTT và các dịch vụ hỗ trợ khác là đủ để hoàn thành công việc và không có sự phàn nàn của đội ngũ này về những vướng mắc, khó khăn trong quá trình làm việc.

Trong giai đoạn 2017-2022, Học viện đã ban hành Quy chế tuyển dụng năm 2014 và chỉnh sửa ban hành chính thức năm 2020 theo Quyết định số 1166/QĐ-HV ngày 24/12/2018 [H6.06.01.07], trong đó quy định chính sách và các tiêu chuẩn tuyển dụng được xác định theo từng vị trí việc làm tại Học viện.

Hàng năm, trước khi xây dựng kế hoạch lao động, phòng TCCB -LD gửi văn bản hướng dẫn các đơn vị để xác định nhu cầu tuyển dụng và điều chuyển cán bộ giữa các vị trí công việc; các đơn vị có tờ trình đề nghị và Học viện tổ chức tuyển dụng lao động cho các vị trí cần tuyển (hồ sơ tuyển dụng, quyết định tiếp nhận, điều động, luân chuyển giữa các đơn vị). Trong giai đoạn 2017-2022, Học viện đã tuyển dụng 25 nhân viên, trong đó có 2 tiến sĩ và được bố trí làm việc theo các vị trí công việc cụ thể, điều này được cụ thể tại danh mục hồ sơ tuyển dụng, quyết định tiếp nhận, điều động, luân chuyển cán bộ giữa các đơn vị Học viện trong giai đoạn 2017-2022 [H7.07.01.02].

Việc quy hoạch đội ngũ nhân viên được nêu trong chiến lược phát triển của Học viện ban hành năm 2020 [H1.01.01.09] và được điều chỉnh, bổ sung hoàn chỉnh năm 2021 sau khi thành lập Hội đồng Học viện [H1.01.01.10]. Trong bản chiến lược năm 2021 có nội dung phân tích bối cảnh trong nước, khu vực, quốc tế; thực trạng Học viện trong các lĩnh vực hoạt động, trong đó có nội dung xác định “*Cơ cấu lao động của Học viện cần tiếp tục điều chỉnh, tỷ lệ lao động gián tiếp còn cao...*”, đồng thời xác định mục tiêu về nguồn nhân lực và quản trị đại học: Học viện có bộ máy tinh gọn, hiệu quả; có nguồn nhân lực chất lượng cao với quy mô và cơ cấu phù hợp.

Công tác quy hoạch phát triển đội ngũ cán bộ, nhân viên Học viện được đề cập tại Nghị quyết Đại hội Đảng bộ Học viện nhiệm kỳ 2015-2020 [H6.06.01.01] và nhiệm kỳ 2020-2025 [H6.06.01.02]. Nghị quyết nêu rõ tổng số lao động đến năm 2025 là 750 người; phát triển đội ngũ cán bộ đủ về số lượng, đảm bảo về chất lượng và đồng bộ về cơ cấu nguồn nhân lực Học viện.

Hàng năm, Học viện xây dựng kế hoạch lao động, trong đó có kế hoạch phát triển đội ngũ nhân viên các đơn vị [H6.06.01.06]. Nội dung kế hoạch lao động xác định cụ thể số lượng, trình độ chuyên môn của đội ngũ nhân viên của các đơn vị Trợ lý các khoa.

Danh sách nhân viên làm việc tại thư viện, phòng thí nghiệm, hệ thống CNTT và các dịch vụ hỗ trợ đào tạo khác có 75 người [H7.07.01.03] và được bố trí tại các bộ phận chi tiết theo Bảng 7.1, *Phụ lục 02*.

Để đánh giá khả năng đáp ứng nhu cầu của đội ngũ cán bộ hỗ trợ, Học viện đã tiến hành khảo sát ý kiến phản hồi của SV và GV về công tác phục vụ của đội ngũ nhân viên, chất lượng các dịch vụ, tiện ích hỗ trợ người học theo Quy định khảo sát CSVC phục vụ công tác quản lý, giảng dạy và NCKH tại Học viện ban hành theo Quyết định 1059/QĐ-HV ngày 30/11/2019 [H7.07.01.04]. Qua Báo cáo kết quả khảo sát sinh viên về mức độ hài lòng đối với các bộ phận hỗ trợ CTĐT ngành Marketing trong chu kỳ KĐCL [H7.07.01.05] cho thấy tỷ lệ sinh viên cơ bản đồng ý (hài lòng) và hoàn toàn đồng ý (hoàn toàn hài lòng) chiếm tỷ lệ 87,56%. Đây chính là cơ sở để Khoa, Học viện có giải pháp điều chỉnh kế hoạch phát triển nhân sự, đề án vị trí việc làm và từng bước xây dựng đội ngũ nhân viên chuyên nghiệp, giàu kinh nghiệm đáp ứng nhu cầu về đào tạo, nghiên cứu khoa học và các hoạt động phục vụ cộng đồng được tốt hơn.

Việc quy hoạch đội ngũ nhân viên làm việc tại thư viện, phòng thí nghiệm, hệ thống công nghệ thông tin và các dịch vụ hỗ trợ khác chưa thực sự chú ý đến tính đặc thù của từng chuyên ngành đào tạo, trong đó có ngành Marketing. Kết quả khảo sát cho thấy vẫn còn tỷ lệ 5.36% sinh viên chưa hài lòng về việc thay thế, sửa chữa kịp thời các trang thiết bị, máy móc của Trung tâm thực hành thí nghiệm.

2. Điểm mạnh

Kết quả khảo sát cho thấy SV và GV rất hài lòng về công tác phục vụ của đội ngũ nhân viên, chất lượng các dịch vụ, tiện ích hỗ trợ đào tạo và NCKH.

3. Điểm tồn tại

Kết quả khảo sát cho thấy vẫn còn tỷ lệ 5.36% sinh viên chưa hài lòng về việc thay thế, sửa chữa kịp thời các trang thiết bị, máy móc của Trung tâm TNTH.

4. Kế hoạch hành động

Học kỳ I, Năm học 2023-2024, Trung tâm TNTH lập phương án và đề xuất các giải pháp thay thế, sửa chữa kịp thời các trang thiết bị, máy móc để phục vụ hiệu quả cho công tác đào tạo.

5. Tự đánh giá: Mức đạt được của tiêu chí: 5/7

Tiêu chí 7.2: Các tiêu chí tuyển dụng và lựa chọn nhân viên để bổ nhiệm, điều chuyển được xác định và phổ biến công khai.

1. Mô tả hiện trạng

Học viện có quy trình tuyển dụng và các tiêu chí tuyển dụng các vị trí nhân viên được quy định cụ thể tại Quy chế tuyển dụng của Học viện [H6.06.01.07], đồng thời, các tiêu chí tuyển dụng còn được cụ thể trên cơ sở Bản mô tả công việc theo Đề án vị trí việc làm được triển khai tại Bộ môn Marketing từ năm 2014 [H6.06.03.01] và điều chỉnh năm 2020 [H6.06.03.02].

Để thực hiện tuyển dụng nhân viên, các đơn vị đề xuất kỹ năng, năng lực của nhân viên gửi phòng TCCB-LĐ để tổng hợp và xây dựng tiêu chí tuyển dụng nhân viên hỗ trợ cụ thể tại văn bản phê duyệt rà soát, bổ sung quy hoạch các chức danh lãnh đạo, quản lý giai đoạn 2017-2020 và quy hoạch các chức danh lãnh đạo, quản lý nhiệm kỳ 2020-2025 của Học viện theo văn bản số 275-QĐ/BCSD ngày 20/03/2017 của Bộ TT&TT [H6.06.01.03] và Kế hoạch rà soát, bổ sung quy hoạch các chức danh lãnh đạo cấp Học viện, cấp Phòng, ban và tương đương giai đoạn 2018-2020 và nhiệm kỳ 2020-2025 theo Kế hoạch số 830/KH-HV ngày 02/11/2018 [H7.07.02.01].

Thông báo tuyển dụng lao động của Học viện các năm từ 2017 đến 2021 [H6.06.03.03] đều nêu rõ các tiêu chí tuyển dụng về: trình độ chuyên môn, có năng lực sáng tạo, tư duy đổi mới; có đạo đức tốt, sức khỏe tốt; có ý thức tự chủ, tự chịu trách nhiệm trước công việc; yêu nghề, gắn bó với Học viện. Sau khi có kết quả trúng tuyển, các nhân viên được bố trí làm việc tại các đơn vị chức năng theo vị trí tuyển dụng. Thông báo tuyển dụng lao động bao gồm các thông tin về vị trí tuyển dụng; số lượng cần tuyển; tiêu chuẩn tuyển dụng và cơ hội việc làm, thăng tiến, ... Học viện thành lập Hội đồng tuyển dụng để xét tuyển hồ sơ và phỏng vấn trao đổi, đánh giá năng lực chuyên môn, ngoại ngữ, tin học [H6.06.03.04].

Hàng năm, trên cơ sở chiến lược phát triển Học viện giai đoạn 2020-2025 tầm nhìn 2030 của Hội đồng Học viện và Quy chế tuyển dụng của Học viện, Bộ môn Marketing và các đơn vị căn cứ kế hoạch phát triển của đơn vị và năng lực đội ngũ nhân viên hiện có để cân đối, đề xuất nhu cầu và các tiêu chí tuyển dụng phù hợp với thực tiễn triển khai công việc gửi về phòng TCCB-LĐ [H7.07.02.02]. Phòng TCCB-LĐ căn cứ định hướng phát triển chung của toàn Học viện, nhu cầu cán bộ của các đơn vị, kế hoạch lao động, khả năng tài chính của Học viện để thống nhất chỉ tiêu cần tuyển, báo cáo lãnh đạo Học viện để thực hiện các quy trình tuyển dụng [H7.07.02.03]. Các thông tin tuyển dụng về chỉ tiêu, tiêu chí tuyển dụng và lựa chọn đội ngũ nhân viên: có phẩm chất đạo đức tốt, lý lịch rõ ràng; ngoại hình cân đối, không có dị tật, có

đủ sức khỏe để đảm nhận công việc theo quy định, có bằng tốt nghiệp phù hợp với vị trí việc làm và chuyên ngành đăng ký dự tuyển; đáp ứng yêu cầu theo chức danh nghề nghiệp và vị trí việc làm do Học viện và cơ quan cấp trên quy định và được nêu cụ thể trong thông báo tuyển dụng và được công khai gửi tới các đơn vị, cá nhân trong và ngoài Học viện theo quy định.

Thông báo tuyển dụng nhân viên được đăng tải trên website Học viện tại địa chỉ: Portal.ptit.edu.vn/hoc-vien-cong-nghe-buu-chinh-vien-thong-thong-bao-tuyen-dung/ và trên các báo việc làm và các trang mạng xã hội về tuyển dụng [H6.06.03.03]. Tuy nhiên, Thông báo tuyển dụng của Học viện trong một số thời điểm chưa được phổ biến rộng rãi nên ứng viên có trình độ cao, chất lượng tốt chưa tiếp cận được với thông tin tuyển dụng. Tuy nhiên, Nguồn tuyển dụng và hình thức thông báo tuyển dụng của Học viện chưa phong phú và đa dạng để thu hút được rộng rãi nhiều ứng viên tiềm năng từ ngoài xã hội về công tác tại Học viện.

Trong giai đoạn 2017-2022, Học viện đã tuyển dụng 25 nhân viên, trong đó có 2 tiến sĩ và được bố trí làm việc theo các vị trí công việc cụ thể, điều này được cụ thể tại danh mục hồ sơ tuyển dụng, quyết định tiếp nhận, điều động, luân chuyển cán bộ giữa các đơn vị Học viện trong giai đoạn 2017-2022 [H7.07.01.02].

Định kỳ Học viện có kế hoạch rà soát, bổ sung quy hoạch các chức danh lãnh đạo cấp Học viện, cấp Phòng và tương đương giai đoạn 2018-2020 và nhiệm kỳ 2020-2025 [H7.07.02.01] theo chỉ đạo của Bộ Thông tin và Truyền thông và yêu cầu chung về phẩm chất, năng lực đối với từng chức vụ quản lý trong giáo dục, các đơn vị giới thiệu đưa vào danh sách quy hoạch để đảm bảo sự ổn định, kế thừa và phát triển đội ngũ cán bộ lãnh đạo quản lý [H7.07.02.04]. Danh sách và Quyết định phê duyệt quy hoạch các chức danh lãnh đạo, quản lý được Học viện gửi đến các đơn vị thông qua hệ thống văn của Học viện để phổ biến cho toàn thể các cán bộ, viên chức của các đơn vị [H6.06.01.05].

Trong giai đoạn 2017-2022, Học viện đã thực hiện bổ nhiệm mới và bổ nhiệm lại 92 lượt cán bộ vào các vị trí quản lý từ cấp bộ môn trở lên và luân chuyển 13 cán bộ vào các vị trí quản lý trong Học viện [H7.07.02.05]. Kết quả bổ nhiệm giai đoạn 2017-2022 được thể hiện trên hồ sơ của đội ngũ nhân viên gồm các hợp đồng lao động, quyết định tuyển dụng, bổ nhiệm, điều chuyển nhân viên và được lưu trữ tại Phòng TCCB-LĐ Học viện [H7.07.02.06].

2. Điểm mạnh

Học viện và Bộ môn Marketing có kế hoạch, quy trình, tiêu chí tuyển dụng và lựa chọn nhân viên để bổ nhiệm được xác định rõ ràng và được phổ biến công khai.

3. Điểm tồn tại

Nguồn tuyển dụng và hình thức thông báo tuyển dụng của Học viện chưa phong phú và đa dạng để thu hút được rộng rãi nhiều ứng viên tiềm năng từ ngoài xã hội về công tác tại Học viện.

4. Kế hoạch hành động

Năm 2023, Phòng TCCB-LĐ và các đơn vị liên quan cần nghiên cứu phương thức thông báo tuyển dụng phổ biến và rộng rãi hơn để nguồn ứng viên có thể dễ dàng tiếp cận thông tin tuyển dụng của Học viện.

5. Tự đánh giá: Mức đạt được của tiêu chí: 5/7.

Tiêu chí 7.3: Năng lực của đội ngũ nhân viên được xác định và được đánh giá

1. Mô tả hiện trạng

Năng lực của đội ngũ nhân viên được xác định và được đánh giá theo các tiêu chuẩn quy định của Học viện dựa trên các tiêu chí như trình độ chuyên môn, Tiếng Anh, kỹ năng nghề nghiệp, CNTT, đạo đức, trách nhiệm, kết quả thực hiện nhiệm vụ.... và được thực hiện theo Quy định đánh giá kết quả công việc cá nhân của Khối QLĐT phía Bắc ban hành theo Quyết định số 207/QĐ-HV ngày 26/3/2018 [H6.06.02.11]; Hướng dẫn hệ thống tiêu chí đánh giá chất lượng lao động, phân loại cán bộ, viên chức và bình xét danh hiệu thi đua, khen thưởng cuối năm [H7.07.03.01]; Quy định về đánh giá kết quả thực hiện hàng tháng [H7.07.03.02], với quy trình: Cá nhân làm báo cáo tự đánh giá nhiệm vụ được giao theo mẫu của Học viện với từng vị trí đánh giá theo mô tả CV và thang điểm 10, có nhận xét của trưởng phòng để xác định mức độ khen thưởng và trình bày báo cáo tự đánh giá tại cuộc họp đơn vị để mọi người đóng góp ý kiến; các đơn vị thông qua phân loại xét thi đua và thông qua kết quả và trình Học viện; Hội đồng thi đua khen thưởng đánh giá và báo cáo Giám đốc Học viện phê duyệt quyết định phân loại, xét danh hiệu thi đua; các cá nhân phản hồi về kết quả thi đua (nếu có); Học viện chuẩn y danh sách phân loại thi đua, khen thưởng.

Việc đánh giá năng lực của nhân viên được thực hiện định kỳ theo từng thời điểm trong năm và dựa trên các tiêu chí đánh giá cụ thể tại Quy định danh mục vị trí

công việc tại các phòng/trung tâm chức năng thuộc Khối QLĐTPB, Học viện và Hệ thống bản MTCV chuẩn đối với các vị trí công việc tại Khối QLĐTPB Học viện [H6.06.01.03], [H6.06.02.04]. Cụ thể:

- Đánh giá hàng tháng: Cuối mỗi tháng, các đơn vị họp xét chất lượng công tác để đánh giá năng lực giám sát và tự đánh giá chất lượng công việc của từng nhân viên và gửi kết quả đánh giá về Phòng TCCB-LĐ để tổng hợp, họp Hội đồng lương xác định mức lương chi trả hàng tháng cho cán bộ, viên chức [H6.06.04.04].

- Đánh giá theo quý: Nhân viên được đánh giá theo các tiêu chí đánh giá viên chức của Bộ TT&TT và kết quả đánh giá được Phòng TCCB-LĐ tổng hợp theo quý để Báo cáo về Bộ TT&TT [H6.06.04.05]. Cá nhân tự đánh giá theo mức điểm của từng tiêu chí với tổng điểm 100, sau đó khoa, bộ môn tổ chức cuộc họp cán bộ chủ chốt đánh giá từng nhân viên, xác nhận kết quả đánh giá gửi Phòng TCCB-LĐ. Các Phiếu đánh giá từng cá nhân có xác nhận của Trưởng đơn vị được lưu tại đơn vị [H6.06.04.06].

- Đánh giá viên chức để bình xét thi đua khen thưởng: Vào cuối mỗi năm học, các nhân viên đều thực hiện việc tự đánh giá kết quả thực hiện nhiệm vụ năm học và xây dựng kế hoạch trong năm học tới, việc tự đánh giá căn cứ theo hướng dẫn của Học viện [H6.06.04.12]. Sau đó, trưởng đơn vị đánh giá, cuối cùng Hội đồng Thi đua - Khen thưởng cấp Học viện đánh giá, bình xét xếp loại thi đua. Kết quả đánh giá 5 năm qua cho thấy đa số các nhân viên của có kết quả đánh giá ở mức tương đối cao điểm đạt từ 90% đến 96%, xếp loại hoàn thành nhiệm vụ, 100% các nhân viên được Học viện đánh giá hoàn thành nhiệm vụ [H6.06.04.13].

Ngoài việc thực hiện đánh giá năng lực của đội ngũ nhân viên thông qua tự đánh giá, cấp trên đánh giá. Học viện còn tiến hành khảo sát ý kiến phản hồi của SV và GV về tính chuyên nghiệp, thái độ phục vụ của nhân viên các phòng, khoa, trung tâm căn cứ theo Quy định khảo sát CSVC phục vụ công tác quản lý, giảng dạy và NCKH tại Học viện [H7.07.01.04] và Quy định khảo sát ý kiến phản hồi của cán bộ, giảng viên về điều kiện cơ sở vật chất phục vụ công tác quản lý, giảng dạy, NCKH về Tiêu chuẩn Y tế, Môi trường theo Quyết định số 519/QĐ-HV ngày 22/6/2021 [H7.07.03.03]. Kết quả đánh giá ở mức hài lòng và rất hài lòng chiếm tỷ lệ cao trên 90% Việc đánh giá hàng năm của Học viện và các đợt khảo sát từ các GV và SV cho thấy rằng các nhân viên hỗ trợ cung cấp một mức độ thỏa đáng của dịch vụ cho cả SV và GV. Tuy nhiên,

hoạt động lấy ý kiến về sự hài lòng của người học, GV đối với đội ngũ nhân viên hỗ trợ còn chưa thường xuyên do tình hình dịch bệnh trong năm 2019 và 2020.

2. Điểm mạnh

Việc đánh giá năng lực của đội ngũ nhân viên của Học viện được thực hiện qua 2 bộ tiêu chí đánh giá và qua khảo sát CBGV, SV. Tỷ lệ khảo sát hài lòng cao chiếm hơn 90%.

3. Điểm tồn tại

Hoạt động lấy ý kiến về sự hài lòng của người học, GV đối với đội ngũ nhân viên hỗ trợ còn chưa thường xuyên do tình hình dịch bệnh trong năm 2019 và 2020.

4. Kế hoạch hành động

Từ năm 2023, Văn phòng Học viện và Trung tâm KT&ĐBCLGD tổ chức khảo sát lấy ý kiến GV và SV định kỳ (1 năm/1 lần) trực tuyến để kịp thời có phân tích, đánh giá cụ thể nhằm cải tiến các hoạt động hỗ trợ của đội ngũ nhân viên. Đồng thời, Học viện và các đơn vị phục vụ CTĐT cần lập kế hoạch kiểm tra, giám sát chất lượng phục vụ của đội ngũ NV do đơn vị quản lý hàng tháng, học kỳ và năm học để kịp thời có những điều chỉnh về nhân sự hoặc kế hoạch làm việc để đáp ứng được nhu cầu của sinh viên.

5. Tự đánh giá: Mức đạt được của tiêu chí: 5/7

Tiêu chí 7.4: Nhu cầu về đào tạo và phát triển chuyên môn, nghiệp vụ của nhân viên được xác định và có các hoạt động triển khai để đáp ứng nhu cầu đó

1. Mô tả hiện trạng

Để chuẩn hóa tiêu chuẩn chức danh cán bộ, viên chức, năm 2017, Học viện ban hành Quy chế đào tạo, bồi dưỡng đối với cán bộ, viên chức, người lao động thuộc Học viện. Quy chế đào tạo, bồi dưỡng đối với cán bộ, viên chức, người lao động thuộc Học viện ban hành theo Quyết định số 647/QĐ-HV ngày 27/7/2017, trong đó có quy trình thực hiện xác định nhu cầu đào tạo bồi dưỡng nhân viên [H6.06.01.07].

Vào đầu năm, Học viện có văn bản gửi các đơn vị hướng dẫn việc đăng ký nhu cầu đào tạo, bồi dưỡng trong năm với các khóa bồi dưỡng nâng cao trình độ chuyên môn, chuẩn hóa chức danh nghề nghiệp, bồi dưỡng nghiệp vụ sư phạm, bồi dưỡng kỹ năng giảng dạy, NCKH, ... [H6.06.01.09]; căn cứ hướng dẫn của Học viện về xác định nhu cầu đào tạo bồi dưỡng, các đơn vị đã rà soát, đề xuất nhu cầu bồi dưỡng, đào tạo nhân viên của đơn vị hàng năm gửi Học viện [H6.06.05.03]; trên cơ sở nhu cầu đào

tạo, bồi dưỡng của đội ngũ nhân viên hàng năm Học viện ban hành kế hoạch đào tạo, bồi dưỡng cán bộ, viên chức để các đơn vị tổ chức thực hiện [H6.06.01.01]. Loại hình đào tạo, bồi dưỡng đội ngũ nhân viên gồm đào tạo dài hạn và ngắn hạn và các CTĐT bồi dưỡng đối với cán bộ, nhân viên chủ yếu tập trung vào việc nâng cao trình độ chuyên môn, nghiệp vụ; chuẩn chức danh nghề nghiệp, lý luận chính trị, tiếng Anh và các kỹ năng phục vụ công việc, tăng cường ứng dụng CNTT hỗ trợ cho công tác đào tạo, NCKH, ... dựa trên yêu cầu của từng vị trí công việc thông qua Kế hoạch đào tạo bồi dưỡng hàng năm và danh sách đội ngũ cán bộ, nhân viên được đào tạo, bồi dưỡng chuyên môn nghiệp vụ hàng năm [H6.06.05.04].

Căn cứ kế hoạch đào tạo, bồi dưỡng và phát triển chuyên môn, nghiệp vụ cho đội ngũ nhân viên hàng năm, các đơn vị đăng ký nhu cầu đào tạo bồi dưỡng nhân viên (Thí nghiệm thực hành, Thư viện, tổ công nghệ thông tin) [H7.07.04.01] và Học viện phân bổ kinh phí cho nhân viên đi đào tạo bồi dưỡng thể hiện trong Quy chế chi tiêu nội bộ ban hành theo Quyết định số 1233/QĐ-HV ngày 31/12/2019, trong đó đặc biệt khuyến khích đội ngũ nhân viên tham gia các hoạt động đào tạo, bồi dưỡng nâng cao trình độ chuyên môn để chuyển sang chức danh GV. Nhân viên học ở nước ngoài được hỗ trợ bảo hiểm xã hội và 40% tiền lương cơ bản được đảm bảo các chế độ bảo hiểm, nâng lương thường xuyên theo quy định của Học viện và pháp luật [H6.06.01.13]. Trên cơ sở các kế hoạch được giao, các đơn vị lựa chọn và cử cán bộ tham gia các khóa đào tạo bồi dưỡng phù hợp trình độ chuyên môn, vị trí công việc và thời gian làm việc, lập danh sách gửi phòng TCCB-LĐ Học viện để trình giám đốc ký quyết định cử cán bộ tham gia các khóa đào tạo, bồi dưỡng [H7.07.04.02].

Hầu hết, các nhân viên đều có cơ hội tham gia các khóa đào tạo bồi dưỡng chuyên môn, nghiệp vụ, điều này được cụ thể qua danh sách các khóa đào tạo, bồi dưỡng có sự tham gia của nhân viên các bộ phận TNTH, Thư viện, Tổ Ứng dụng CNTT giai đoạn 2017 - 2022 [H7.07.04.03]. Một số cán bộ hỗ trợ có thể theo học các mức độ cao hơn với sự hỗ trợ của Học viện, của Bộ Thông tin và Truyền thông cũng như từ các nguồn học bổng khác.

Trong giai đoạn 2017 - 2022, Học viện đã tổ chức khoảng 43 khóa đào tạo bồi dưỡng chuyên môn nghiệp vụ cho đội ngũ nhân viên, với khoảng 1066 lượt người tham gia, trong đó có đội ngũ cán bộ chuyên viên và nhân viên của đơn vị Thí nghiệm thực hành, Thư viện, tổ công nghệ thông tin [H7.07.04.04]. Tổng kinh phí chi cho đào

tạo dài hạn và ngắn hạn 5 năm toàn Học viện là 6,228 tỷ đồng (chiếm 0,5% tổng nguồn chi) [H7.07.04.05]. Với những cán bộ được bổ nhiệm và cán bộ quy hoạch chức danh lãnh đạo đơn vị, Học viện đã chi trả toàn bộ kinh phí để cử 76 cán bộ tham gia bồi dưỡng Lý luận chính trị trung cấp, cao cấp. Các cán bộ này sau khi hoàn thành khóa học đã được cấp bằng và nộp về Phòng TCCB-LĐ đảm bảo tiêu chuẩn cán bộ theo quy định [H7.07.04.06].

Tuy nhiên, các khóa bồi dưỡng, tập huấn và hội thảo nâng cao trình độ chuyên môn, nghiệp vụ giai đoạn 2017-2022 chủ yếu dành cho cán bộ lãnh đạo và một số cán bộ, nhân viên thuộc các phòng chuyên môn nghiệp vụ, chưa có nhiều các hoạt động bồi dưỡng chuyên môn cho các chuyên viên giáo vụ và công tác giáo viên chủ nhiệm kiêm cố vấn học tập.

2. Điểm mạnh

Học viện rất quan tâm đến nhu cầu về đào tạo và phát triển chuyên môn, nghiệp vụ của đội ngũ nhân viên.

3. Điểm tồn tại

Các khóa học, tập huấn và hội thảo nâng cao trình độ chuyên môn, nghiệp vụ giai đoạn 2017-2022 chủ yếu dành cho cán bộ lãnh đạo và một số cán bộ, nhân viên thuộc các phòng chuyên môn nghiệp vụ, chưa có nhiều các hoạt động bồi dưỡng chuyên môn cho các chuyên viên giáo vụ và công tác giáo viên chủ nhiệm kiêm cố vấn học tập.

4. Kế hoạch hành động

Kể từ năm 2023, Phòng TCCB-LĐ nghiên cứu, đề xuất tổ chức các khóa bồi dưỡng chuyên môn cho các chuyên viên giáo vụ và công tác giáo viên chủ nhiệm, cố vấn học tập theo từng năm học.

5. Tự đánh giá: Mức đạt được của tiêu chí: 5/7

Tiêu chí 7.5: Việc quản trị theo kết quả công việc của nhân viên (gồm cả khen thưởng và công nhận) được triển khai để tạo động lực và hỗ trợ cho đào tạo, nghiên cứu khoa học và các hoạt động phục vụ cộng đồng.

1. Mô tả hiện trạng

Đề án vị trí việc làm ban hành năm 2020 [H6.06.03.02] được chỉnh sửa, bổ sung trên cơ sở Đề án vị trí việc làm ban hành năm 2014 [H6.06.03.01] được bổ sung các tiêu chí về năng lực đội ngũ nhân viên về chuyên môn, ngoại ngữ, tin học; có yêu cầu về năng lực đối với Lãnh đạo các đơn vị về trình độ chuyên môn Thạc sỹ trở lên và có

trình độ tiếng Anh B1. Căn cứ Đề án vị trí việc làm, Học viện xây dựng Bản mô tả công việc của các vị trí công việc của nhân viên trong từng đơn vị năm 2014 và 20218 [H6.06.07.01], [H6.06.02.04], đây là cơ sở để quy định về khối lượng công việc cụ thể đối với nhân viên.

Khối lượng công việc của nhân viên được mô tả cụ thể theo từng vị trí tại Đề án việc làm, trên cơ sở đó các đơn vị xây dựng kế hoạch công tác cụ thể hàng năm, trong đó Bộ môn Marketing có kế hoạch phân công cụ thể cho từng cá nhân về khối lượng công việc cần thực hiện trong năm [H7.07.05.01].

Học viện ban hành quy định chức năng, nhiệm vụ của các Phòng, Khoa, Bộ môn, Trung tâm và đơn vị trực thuộc Học viện để phân định rõ chức năng, nhiệm vụ của các đơn vị, cá nhân làm căn cứ theo dõi, giám sát quá trình thực thi công việc [H7.07.05.02].

Việc quản trị theo kết quả công việc được thực hiện theo quy định đánh giá kết quả công việc cá nhân của Khối QLĐT phía Bắc [H6.06.02.11], trong đó quy định Phòng TCCB - LĐ trực tiếp theo dõi và đề nghị đơn vị, cá nhân có đánh giá hàng tháng, sau đó họp Hội đồng lương đánh giá hàng tháng và có đề nghị khen thưởng cá nhân hoàn thành tốt công việc, thể hiện thông qua Hồ sơ bình xét đánh giá chất lượng lao động hàng tháng đối với đội ngũ cán bộ, nhân viên [H7.07.05.03].

Học viện đã ban hành Nội quy lao động để quy định thực hiện giờ làm việc đối với cán bộ, viên chức khối hành chính, cụ thể thời gian làm việc buổi sáng từ 08h00-17h00 và gửi tới toàn thể CBVC tại các đơn vị được biết và thực hiện [H7.07.05.04]; Quy chế làm việc Học viện tại Quyết định số 1248/QĐ-HV ngày 31/12/2015 [H7.07.05.05]; Nội quy tiếp công dân của Học viện tại Quyết định số 529/QĐ-HV ngày 14/06/2017 [H7.07.05.06]. Các văn bản đều quy định việc chấp hành nội quy lao động và thời gian làm việc là một trong những tiêu chí quan trọng để xem xét, đánh giá chất lượng lao động hàng tháng của CBVC khối hành chính thông qua Hội đồng bình xét đánh giá chất lượng lao động và Hệ thống tiêu chí đánh giá chất lượng lao động. Kết quả bình xét chính là căn cứ để Học viện chi trả thu nhập trong tháng cho cán bộ, viên chức.

Học viện quy định công nhận và khen thưởng bao gồm các danh hiệu thi đua (lao động tiên tiến, chiến sĩ thi đua cấp các cấp) và các hình thức khen thưởng (giấy khen, bằng khen) thông qua văn bản hướng dẫn công tác đánh giá kết quả thực hiện công

việc và bình xét danh hiệu thi đua khen thưởng của Học viện [H6.06.06.07]. Ngoài ra, Học viện còn tiến hành khen thưởng theo chuyên đề, đột xuất đối với thành tích của tập thể và cá nhân trong từng thời điểm. Vào tháng 12 hàng năm, Học viện tổ chức đánh giá, phân loại viên chức theo quy định của Bộ TT&TT và bình xét danh hiệu TĐKT theo quy chế TĐKT với các danh hiệu cụ thể [H6.06.06.09]. Trong 5 năm đội ngũ nhân viên hỗ trợ có 22 lượt người được nhận Bằng khen Bộ Giáo dục & Đào tạo; 93 người đạt danh hiệu Chiến sĩ thi đua cấp cơ sở; 04 người đạt danh hiệu Chiến sĩ thi đua Bộ Giáo dục & Đào tạo; 01 người được nhận Bằng khen của Thủ tướng Chính phủ. Đánh giá thi đua nhân viên toàn Học viện giai đoạn 2017-2021 có 1106 lượt LĐTT và 88 lượt CSTĐ cấp Học viện.

Trên cơ sở các quy định nêu trên, Học viện triển khai việc theo dõi, giám sát và đánh giá hiệu quả công việc của đội ngũ nhân viên theo từng tháng, quý và tổng kết năm, cụ thể: Đánh giá hàng tháng để chi trả lương theo vị trí công việc; đánh giá viên chức hàng quý theo Phiếu đánh giá của Bộ TT&TT [H7.07.05.07]; đánh giá phân loại viên chức, bình xét TĐKT cuối năm [H7.07.05.08].

Trên cơ sở bản mô tả công việc đối với từng vị trí làm việc, mỗi nhân viên hỗ trợ đều được giao nhiệm vụ theo từng chức danh cụ thể, trong đó thể hiện rõ khối lượng công việc, thời gian hoàn thành, các nguồn lực cần thiết để thuận tiện cho việc theo dõi, giám sát tạo động lực hỗ trợ đào tạo, NCKH, đây là một trong những cơ sở để đánh giá tiến độ hoàn thành nhiệm vụ của mỗi nhân viên [H7.07.05.09].

Hàng năm, Học viện căn cứ vào khả năng hoàn thành nhiệm vụ làm cơ sở cho việc khen thưởng, nâng lương trước thời hạn cho những nhân viên có thành tích xuất sắc. Theo báo cáo tổng kết công tác thi đua khen thưởng hằng năm của Học viện. Kết quả đánh giá 5 năm thuộc chu kỳ KĐCLGD cho thấy đa số các nhân viên của Học viện có kết quả đánh giá ở mức tương đối cao; 100% các nhân viên được Học viện đánh giá hoàn thành nhiệm vụ. Đây là động lực lớn góp phần khuyến khích đội ngũ này tiếp tục nỗ lực phấn đấu trong công tác phục vụ Học viện [H7.07.05.10].

Học viện ban hành Quy chế dân chủ theo Nghị quyết số 30/NQ-HĐHV ngày 4/8/2021 của Hội đồng Học viện, trong đó quy định cụ thể các văn bản cần phải xin ý kiến CBVCNLD trước khi ban hành [H7.07.05.11], trong đó quy định cụ thể các văn bản cần phải xin ý kiến CBVCNLD trước khi ban hành, vì vậy khi soạn thảo và ban hành quy định đánh giá hiệu quả công việc đối với cán bộ, viên chức (Quy chế trả

lương, quy chế TĐKT, quy chế chi tiêu nội bộ, tiêu chí đánh giá chất lượng lao động hàng tháng, tiêu chí đánh giá phân loại và bình xét thi đua năm học...) đều có sự tham gia ý kiến đóng góp của CBVC: Để ban hành quy định, Học viện giao cho Phòng TCCB-LĐ chủ trì, dự thảo văn bản, hoặc đề xuất thành lập các tổ/ nhóm soạn thảo, xây dựng quy định bao gồm đại diện cán bộ một số phòng, khoa, trung tâm để thực hiện nhiệm vụ xây dựng bản dự thảo quy định gửi tới các đơn vị trong toàn Học viện xin ý kiến; Trên cơ sở đó, các đơn vị tổ chức cho CBVC tham gia góp ý và gửi báo cáo về thường trực hội đồng để tổng hợp, hoàn thiện quy định và báo cáo lãnh đạo Học viện xem xét, phê duyệt ban hành. Qua đó, giúp đội ngũ cán bộ, nhân viên cải thiện hiệu quả công việc, đồng thời khi được tham gia góp ý xây dựng các quy định sẽ giúp họ hài lòng hơn về việc đánh giá hiệu quả công việc và công tác thi đua khen thưởng của Học viện. Các văn bản xin ý kiến và ý kiến đóng góp của các đơn vị được phòng TCCB-LĐ lưu tại đơn vị tại hồ sơ tổng hợp ý kiến trình giám đốc Học viện ban hành.

Thông qua các Hội nghị CBVC và Hội nghị tổng kết công tác hàng năm của Khoa và Học viện đều không nhận được khiếu nại, phàn nàn về công việc, đặc biệt là công tác thi đua khen thưởng của Khoa và Học viện [H4.04.01.05], [H4.04.01.06], [H4.04.01.07].

Hàng năm, Văn phòng tổ chức khảo sát ý kiến phản hồi của CBVCNLD về điều kiện, môi trường làm việc [H7.07.01.04], tại Báo cáo kết quả khảo sát ý kiến phản hồi của cán bộ, giảng viên về điều kiện cơ sở vật chất phục vụ công tác quản lý, giảng dạy, NCKH giai đoạn 2017-2022, có các nội dung về sự hài lòng của người đánh giá về vị trí việc làm, đào tạo, bồi dưỡng và chế độ, chính sách [H7.07.05.12]. Kết quả khảo sát có tỷ lệ 94,56% nhân viên hài lòng về chế độ phụ cấp, tiền lương, khen thưởng, phúc lợi, bảo hiểm xã hội, bảo hiểm y tế, khám sức khỏe định kỳ và an sinh của Học viện và chế độ tiền lương, thu nhập tăng thêm phù hợp với năng lực và sự đóng góp trong hoàn thành công việc được giao cho cá nhân. Tuy nhiên, Trong công tác đào tạo, bồi dưỡng, vẫn còn khoảng 4,47% nhân viên chưa hài lòng về công tác đào tạo, bồi dưỡng, NCKH đáp ứng yêu cầu về chuyên môn, hỗ trợ GV/NCV trong giảng dạy, nghiên cứu và hoạt động cộng đồng.

2. Điểm mạnh

Hiệu quả công việc của từng CBNV được định lượng, đánh giá hàng tháng bằng các tiêu chí cụ thể và đa số đội ngũ nhân viên hài lòng về mức độ đáp ứng của Học viện đối với công việc hiện tại.

3. Điểm tồn tại

Trong công tác đào tạo, bồi dưỡng, vẫn còn khoảng 4,47% nhân viên chưa hài lòng về công tác đào tạo, bồi dưỡng, NCKH đáp ứng yêu cầu về chuyên môn, hỗ trợ GV/NCV trong giảng dạy, nghiên cứu và hoạt động cộng đồng.

4. Kế hoạch hành động

Hàng năm, Phòng TCCB-LĐ khảo sát và đề xuất các khóa đào tạo bồi dưỡng có hiệu quả, đáp ứng yêu cầu nâng cao trình độ chuyên môn, cho đội ngũ nhân viên.

5. Tự đánh giá: Mức đạt được của tiêu chí: 5/7

Kết luận về Tiêu chuẩn 7

Quy hoạch phát triển đội ngũ nhân viên của Học viện được xây dựng dựa trên quan điểm chỉ đạo từ Nghị quyết của Đảng ủy và Đề án vị trí việc làm đã được Giám đốc Học viện phê duyệt. Đội ngũ nhân viên của Học viện và của Bộ môn Marketing đảm bảo về chất và lượng, được tuyển dụng đúng quy trình của Học viện, có năng lực chuyên môn, có kinh nghiệm về lĩnh vực công tác của mình đảm nhận. Chất lượng đội ngũ cán bộ hỗ trợ hiện nay đảm bảo thực hiện tốt nhiệm vụ hỗ trợ, phục vụ công tác đào tạo và NCKH của Khoa và Học viện.

Việc tuyển dụng, điều chuyển nhân viên đáp ứng các tiêu chuẩn về chuyên môn nghiệp vụ. Các ứng viên sau khi được điều chuyển hay tuyển dụng đều đảm bảo được các yêu cầu của vị trí việc làm. Nhân viên được đánh giá theo qui trình và được thông báo công khai. Học viện có văn bản hướng dẫn cụ thể để đội ngũ nhân viên hỗ trợ CTĐT, xác định mức độ hoàn thành nhiệm vụ để tự đánh giá và được đánh giá qua các cấp, từ đó biết được năng lực, trình độ và thái độ phục vụ của nhân viên. Học viện đã kịp thời ban hành những quyết định cử cán bộ, viên chức, người lao động tham gia các khóa đào tạo, bồi dưỡng để đảm bảo quyền lợi về học tập và chế độ tài chính theo Quy chế chi tiêu nội bộ. Công tác thi đua khen thưởng đối với đội ngũ nhân viên được quy định rõ ràng và công khai,

Việc đánh giá hiệu quả công việc của đội ngũ cán bộ hỗ trợ được thực hiện một cách công bằng thông qua quy chế thi đua khen thưởng phù hợp đã khuyến khích, động viên kịp thời tinh thần làm việc của đội ngũ nhân viên.

Mặc dù Học viện đã có bộ tiêu chuẩn đánh giá năng lực cán bộ, giảng viên, nhân viên nhưng tính phân loại chưa cao của các tiêu chí đánh giá năng lực giữa các nhóm KTV, chuyên viên và nhân viên có đặc thù công việc khác nhau dẫn đến khó khăn nhất định trong việc đối sánh năng lực và mức độ hoàn thành nhiệm vụ của từng nhóm đối tượng phục vụ cho việc đánh giá hiệu quả công tác và công nhận các mức thi đua khen thưởng đạt được.

Một số nhân viên của Học viện chưa đăng ký đi học để đạt chuẩn năng lực theo quy định; một số nhân viên phòng thực hành chưa chủ động tìm các khóa tập huấn giúp nâng cao chất lượng công tác phục vụ giảng dạy.

Trong những năm tiếp theo, Học viện sẽ hoàn thiện bộ tiêu chí đánh giá công việc theo từng vị trí việc làm để có cơ sở theo dõi, giám sát và đánh giá hiệu quả công việc của đội ngũ nhân viên khoa học và hiệu quả hơn.

Tiêu chuẩn 7 có 5 tiêu chí: 5,00/7

Tiêu chuẩn 8: Người học và hoạt động hỗ trợ người học

Mở đầu

Người học là trung tâm của hoạt động đào tạo và chất lượng người học sẽ quyết định sự phát triển, tạo uy tín cho Học viện và ngành Marketing.

Trong giai đoạn 2017-2022, Học viện và Bộ môn Marketing đã xây dựng chính sách tuyển sinh rõ ràng, cụ thể; chính sách tuyển sinh được công khai và cập nhật thường xuyên tạo điều kiện thuận lợi cho thí sinh có đầy đủ thông tin hữu ích để lựa chọn ngành học. Tiêu chí tuyển sinh và phương pháp tuyển chọn người học được xác định rõ ràng, đảm bảo tính khách quan, công bằng và minh bạch.

Người học CTĐT ngành Marketing của Học viện được học tập và rèn luyện trong một môi trường năng động, sáng tạo và thân thiện và được tham gia vào tất cả các khâu trong tiến trình đào tạo, từ việc cơ cấu các học phần dựa trên hệ thống phần mềm quản lý đào tạo, đến việc quy hoạch lộ trình thực hiện tiến trình đào tạo tùy theo điều kiện và năng lực về tài chính về quỹ thời gian. Người học được giám sát sự tiến bộ trong học tập và rèn luyện chặt chẽ bởi một hệ thống kiểm soát phù hợp từ phần mềm đến hệ thống GV, giáo viên chủ nhiệm, cố vấn học tập, trợ lý khoa, các tổ chức đoàn thể, các đơn vị chức năng quản lý trực tiếp như Phòng Chính trị & CTSV, Phòng Giáo vụ và các hoạt động hỗ trợ người học được hầu hết các đơn vị chức năng như

Trung tâm Khảo thí & Đảm bảo Chất lượng giáo dục, Trung tâm Dịch vụ, Trung tâm giao dịch một cửa đều phối hợp hỗ trợ hiệu quả cho người học.

Ngoài ra, Học viện còn tạo môi trường tâm lý xã hội tích cực, cảnh quan xanh - sạch - đẹp, các phương tiện hỗ trợ tiện ích, từ đó nâng cao ý thức người học và chất lượng đào tạo ngành Marketing.

Tiêu chí 8.1: Chính sách tuyển sinh được xác định rõ ràng, được công bố công khai và được cập nhật

1. Mô tả hiện trạng

Hàng năm, trên cơ sở hướng dẫn của Bộ GD&ĐT, Học viện đã xây dựng Đề án tuyển sinh với nội dung cập nhật các thông tin về chính sách, quy định tuyển sinh, trong đó có các thông tin tuyển sinh của CTĐT ngành Marketing.

Trong chu kỳ kiểm định 2017-2022, Học viện có 6 đề án tuyển sinh và các phương án điều chỉnh đề án tuyển sinh (Đề án tuyển sinh năm 2017, ngày 09/2/2017; Đề án tuyển sinh năm 2018, ngày 05/7/2018; Đề án tuyển sinh năm 2019, ngày 22/3/2019; Đề án tuyển sinh năm 2020, ngày 04/9/2020; Đề án tuyển sinh năm 2021, ngày 27/8/2021; Đề án tuyển sinh năm 2022, ngày 22/6/2022) [H8.08.01.01], với các chính sách và quy định về tuyển sinh được mô tả rõ và đảm bảo đúng quy định Bộ GD&ĐT [H8.08.01.02]. Nội dung đề án đầy đủ thông tin chi tiết cho từng ngành tuyển sinh, đối tượng tuyển sinh và được điều chỉnh qua các năm cho phù hợp với tình hình thực tế theo quy định của Bộ GD&ĐT và theo quy mô đào tạo của Học viện.

Phạm vi tuyển sinh: Học viện tuyển sinh trên phạm vi cả nước (*thí sinh đăng ký xét tuyển vào Cơ sở đào tạo nào thì sẽ theo học tại Cơ sở đó theo mã vùng tuyển sinh là BVH hoặc BVS*) và quốc tế.

Đối tượng:

- Thí sinh đã tốt nghiệp chương trình THPT của Việt Nam (*theo hình thức giáo dục chính quy hoặc giáo dục thường xuyên*) hoặc đã tốt nghiệp trình độ trung cấp (*trong đó, người tốt nghiệp trình độ trung cấp nhưng chưa có bằng tốt nghiệp THPT phải học và thi đạt yêu cầu đủ khối lượng kiến thức văn hóa THPT theo quy định của Luật Giáo dục và các văn bản hướng dẫn thi hành*) hoặc đã tốt nghiệp chương trình THPT của nước ngoài (*đã được nước sở tại cho phép thực hiện, đạt trình độ tương đương trình độ THPT của Việt Nam*) ở nước ngoài hoặc ở Việt Nam (*sau đây gọi chung là tốt nghiệp THPT*);

- Có đủ sức khỏe để học tập theo quy định hiện hành.

Chính sách ưu tiên:

- Học viện thực hiện chính sách ưu tiên về đối tượng, khu vực theo Quy chế tuyển sinh của Bộ GD&ĐT;

- Học viện thực hiện tuyển thẳng và ưu tiên xét tuyển theo Quy chế tuyển sinh của Bộ GD&ĐT và Thông báo của Học viện, không giới hạn số lượng chỉ tiêu (*Có Thông báo riêng*) [H8.08.01.03].

- Học viện tuyển thẳng đối với các thí sinh có kết quả thi 3 môn thi tốt nghiệp THPT năm 2022 (tương ứng với tổ hợp xét tuyển của ngành xét tuyển) từ 27,0 điểm (chỉ tính điểm bài thi) trở lên; thí sinh tuyển thẳng được miễn 100% học phí trong năm học thứ nhất.

Hàng năm, Học viện xây dựng kế hoạch, thông báo tuyển sinh cho các hệ chính quy. VLVH, đại học từ xa, chất lượng cao [H8.08.01.04], nhằm công bố công khai chính sách và quy định tuyển sinh (đối tượng, quy trình thi/xét tuyển, đánh giá đầu vào; đối tượng thi tuyển, xét tuyển; đối tượng ưu tiên) trên website Học viện (<https://ptit.edu.vn>), cổng thông tin tuyển sinh của Học viện (<https://tuyensinh.ptit.edu.vn>), của Bộ GD&ĐT (<https://thituyensinh.vn>), các trang thông tin điện tử fanpage, facebook của Học viện [H8.08.01.05], trên các Brochure tuyển sinh - giới thiệu các CTĐT của Học viện tham gia các chương trình tư vấn tuyển sinh do Bộ GD&ĐT, các Sở Giáo dục và các đơn vị báo chí tổ chức [H8.08.01.06]. Trong mỗi năm tuyển sinh, Học viện thành lập Hội đồng tư vấn tuyển sinh và tổ chức báo cáo kết quả tuyển sinh, cũng như điều hành các công việc liên quan [H8.08.01.07].

Trong các năm từ 2016 đến 2019, Học viện tuyển sinh theo phương thức xét tuyển kết quả kỳ thi THPT Quốc gia. Bắt đầu từ năm 2020, Học viện mở rộng phương án tuyển sinh với 3 phương thức: (1) Xét tuyển thẳng và ưu tiên xét tuyển theo Quy chế tuyển sinh đại học của Bộ Giáo dục và Đào tạo và xét tuyển thẳng đối với thí sinh đạt 27,0 điểm trong kỳ thi tốt nghiệp THPT năm 2021; (2) Xét tuyển dựa vào kết quả kỳ thi THPT Quốc gia với khoảng 85% chỉ tiêu theo ngưỡng đảm bảo chất lượng Học viện công bố, xét trúng tuyển theo ngành và không có điểm chênh lệch giữa các tổ hợp bài thi/môn thi trong cùng một ngành; (3) Xét tuyển kết hợp giữa kết quả học tập ở bậc THPT với chứng chỉ quốc tế hoặc thành tích cá nhân trong kỳ thi tuyển chọn học sinh giỏi hoặc thành tích học tập tại các trường THPT chuyên của các tỉnh, thành phố. Năm

2022, Học viện có 4 phương thức tuyển sinh và bổ sung thêm (4) Xét tuyển dựa vào bài thi đánh giá năng lực hoặc đánh giá tư duy thì ngoài các yêu cầu theo quy định chung thì thí sinh cần có thêm một trong các điều kiện sau đây: Thí sinh có điểm thi đánh giá năng lực của Đại học Quốc gia Hà Nội năm 2022 từ 80 điểm trở lên; thí sinh có điểm thi đánh giá năng lực của Đại học Quốc gia Tp. Hồ Chí Minh năm 2022 từ 700 điểm trở lên; thí sinh có điểm thi đánh giá tư duy của Đại học Bách khoa Hà Nội năm 2022 từ 25 điểm trở lên.

Các chính sách tuyển sinh (đối tượng, quy trình thi xét tuyển, đánh giá đầu vào, đối tượng thi tuyển, xét tuyển, đối tượng ưu tiên, ...) được Học viện công bố công khai [H8.08.01.08]. Để thông tin được đến gần hơn với thí sinh cả nước, Học viện cũng chú trọng công tác truyền thông trên tất cả các kênh thông tin. Học viện đã xây dựng và triển khai kế hoạch tổng thể và chi tiết cho công tác tư vấn tuyển sinh, bao gồm: thông tin tuyển sinh, ngày hội tư vấn, tư vấn mùa thi và tuyên truyền trực tiếp thông qua các hình thức như đến các trường THPT tư vấn hướng nghiệp, trao học bổng và tham gia Ngày hội tư vấn tuyển sinh [H8.08.01.09].

Ngoài các chính sách ưu tiên trong tuyển sinh như của Bộ GD&ĐT, Học viện có thêm chính sách ưu tiên trong tuyển sinh thông qua việc cấp các suất học bổng toàn phần (miễn 100% học phí trong năm học thứ nhất) và học bổng bán phần (miễn 50% học phí trong năm học thứ nhất) cho các thí sinh có kết quả thi THPT hoặc có thành tích cá nhân, thành tích học tập cao. Minh chứng của Học viện cho thấy từ năm 2017 đến năm 2021, Học viện cấp 411 suất học bổng toàn phần và 1.395 suất học bổng bán phần cho các thí sinh đáp ứng yêu cầu nhận học bổng đầu vào các ngành đào tạo của Học viện.

Từ năm 2022, Học viện bổ sung chính sách học bổng đặc biệt với số lượng dự kiến tối đa là 30 suất học bổng có tổng trị giá học bổng khoảng 3 tỷ đồng. Đối tượng để được xét cấp học bổng đặc biệt này là các thí sinh tham dự kỳ thi chọn đội tuyển quốc gia dự thi Olympic quốc tế, thí sinh đạt giải Nhất, Nhì, Ba trong kỳ thi chọn học sinh giỏi quốc gia các môn Toán, Lý, Hóa và Tin học. Với học bổng đặc biệt này, thí sinh sẽ được miễn học phí trong toàn bộ thời gian học tập với điều kiện phải đảm bảo điểm trung bình chung tích lũy năm học liên tục đạt từ loại Giỏi trở lên. Học viện tiếp tục duy trì chính sách học bổng cho các thí sinh đạt thành tích cao; Học bổng miễn 100% học phí trong năm học thứ nhất với tối đa 100 suất cho các thí sinh đạt giải trong

kỳ thi học sinh giỏi quốc tế, quốc gia hoặc thí sinh đạt giải Nhất, Nhì, Ba trong kỳ thi Học sinh Giỏi cấp tỉnh, Thành phố trực thuộc Trung ương các môn Toán, Lý, Hóa và Tin học hoặc đạt kết quả cao trong kỳ thi tốt nghiệp THPT; Học bổng miễn 50% học phí trong năm học thứ nhất với tối đa 300 suất cho thí sinh đạt kết quả cao trong kỳ thi tốt nghiệp THPT (các thí sinh chưa đạt điều kiện để được xét cấp học bổng 100%). Thí sinh chỉ được xét và cấp một loại học bổng trong chính sách học bổng nêu trên. Ngoài ra, sinh viên còn có nhiều cơ hội để được nhận các suất học bổng của các doanh nghiệp hàng đầu như: Samsung, VNPT, Mobifone, Viettel, FPT, AGR... cụ thể tại Thông báo xét tuyển thẳng và ưu tiên xét tuyển vào đại học chính quy năm 2022 [H8.08.01.03].

Những thông tin dự báo về nhu cầu nhân lực của ngành Marketing luôn được theo dõi và phân tích nhằm đưa ra những chính sách tuyển sinh phù hợp với thực tế tại các cuộc họp thống nhất xác định chỉ tiêu tuyển sinh hàng năm [H1.01.01.10], [H8.08.01.11]. Bên cạnh đó, Học viện và Khoa cũng tham khảo ý kiến một số bên liên quan, đặc biệt là các nhà tuyển dụng để làm căn cứ xây dựng chính sách tuyển sinh [H8.08.01.12]. Tuy nhiên, việc tham khảo góp ý của các bên liên quan để xây dựng chính sách tuyển sinh chỉ dừng lại ở các đơn vị trong ngành, mà chưa có sự tham gia của các doanh nghiệp ngoài ngành và quốc tế.

Các thông tin tuyển sinh của khoa về ngành Marketing liên tục được cập nhật trên website và fanpage tuyển sinh của Học viện. Bộ môn Marketing phối hợp với Phòng Chính trị và Công tác SV luôn tổ chức các hoạt động tư vấn trực tuyến nhằm giới thiệu, quảng bá cũng như giải đáp tất cả các thắc mắc của thí sinh về thông tin tuyển sinh, hoạt động này thu hút được sự quan tâm của đông đảo học sinh và phụ huynh [H8.08.01.13]. Bên cạnh đó, thông qua các cuộc thi về chủ đề Marketing, hoặc thông qua các đợt tập huấn với giáo viên phổ thông, Bộ môn Marketing cũng được giới thiệu, đó cũng là hình thức đưa hình ảnh của Khoa/Bộ môn, Học viện đến với xã hội. Với chính sách tuyển sinh của Học viện đối với ngành Marketing, CTĐT ngành Marketing được xã hội biết đến, chất lượng đào tạo được công nhận, là sự lựa chọn của những học sinh có đam mê với lĩnh vực Marketing trên toàn quốc.

Sau khi kết thúc công tác tuyển sinh hàng năm, Học viện tổ chức hội nghị tổng kết công tác tuyển sinh nhằm mục đích đánh giá hiệu quả công tác tuyển sinh, từ đó xây dựng kế hoạch tuyển sinh cho năm học tới nhằm nâng cao hiệu quả công tác tuyển

sinh hằng năm [H8.08.01.14]. Tuy nhiên, việc tham khảo góp ý của các bên liên quan để xây dựng chính sách tuyển sinh chỉ dừng lại ở các đơn vị trong ngành, mà chưa có sự tham gia của các doanh nghiệp ngoài ngành và quốc tế.

2. Điểm mạnh

Chính sách tuyển sinh của Học viện được xác định rõ ràng, được công bố công khai qua các phương tiện truyền thông và cập nhật theo các quy định mới hàng năm của Bộ GD&ĐT.

3. Điểm tồn tại

Việc tham khảo góp ý của các bên liên quan để xây dựng chính sách tuyển sinh chỉ dừng lại ở các đơn vị trong ngành, mà chưa có sự tham gia của các doanh nghiệp ngoài ngành và quốc tế.

4. Kế hoạch hành động

Quý IV hàng năm, Phòng Đào tạo phối hợp với Bộ môn Marketing thực hiện việc khảo sát ý kiến các bên liên quan trong việc xây dựng chính sách tuyển sinh.

5. Tự đánh giá: Mức đạt được của tiêu chí: 5/7

Tiêu chí 8.2: Tiêu chí và phương pháp tuyển chọn người học được xác định rõ ràng và được đánh giá

1. Mô tả hiện trạng

Phương thức và tiêu chí tuyển chọn người học của ngành Marketing được quy định trong các Đề án tuyển sinh hằng năm với những nội dung cụ thể, rõ ràng về đối tượng tuyển sinh, các ngành tuyển sinh, chỉ tiêu, thời gian và phương thức tuyển sinh [H8.08.02.01].

Trong các năm từ 2016 đến 2019, Học viện chỉ sử dụng duy nhất kết quả kỳ thi tốt nghiệp THPT quốc gia để thực hiện xét tuyển thí sinh vào đại học. Từ năm 2020, Học viện mở rộng phương án tuyển sinh với 3 phương thức: (1) Xét tuyển thẳng và ưu tiên xét tuyển theo Quy chế tuyển sinh đại học của Bộ Giáo dục và Đào tạo và xét tuyển thẳng đối với thí sinh đạt 27,0 điểm trong kỳ thi tốt nghiệp THPT năm 2021; (2) Xét tuyển dựa vào kết quả kỳ thi THPT Quốc gia với khoảng 85% chỉ tiêu theo ngưỡng đảm bảo chất lượng Học viện công bố, xét trúng tuyển theo ngành và không có điểm chênh lệch giữa các tổ hợp bài thi/môn thi trong cùng một ngành; (3) Xét tuyển kết hợp giữa kết quả học tập ở bậc THPT với Chứng chỉ quốc tế hoặc thành tích

cá nhân trong kỳ thi tuyển chọn học sinh giỏi hoặc thành tích học tập tại các trường THPT chuyên của các tỉnh, thành phố, cụ thể như sau:

Phương thức 1 - Xét tuyển thẳng và ưu tiên xét tuyển: Học viện thực hiện xét tuyển thẳng và ưu tiên xét tuyển theo Quy chế tuyển sinh đại học của Bộ Giáo dục và Đào tạo và xét tuyển thẳng đối với thí sinh đạt 27,0 điểm trong kỳ thi tốt nghiệp THPT năm 2021.

Phương thức 2 - Xét tuyển dựa vào kết quả thi THPT năm 2021: Học viện dành khoảng 85% chỉ tiêu cho xét tuyển dựa vào kết quả thi THPT năm 2021; ngưỡng đảm bảo chất lượng được Học viện công bố sau khi có kết quả thi THPT; xét trúng tuyển theo ngành và không có điểm chênh lệch giữa các tổ hợp bài thi/môn thi trong cùng một ngành.

Phương thức 3 - Xét tuyển kết hợp: Năm 2021, Học viện xét tuyển theo phương thức kết hợp giữa kết quả học tập ở bậc THPT với Chứng chỉ quốc tế *hoặc* Thành tích cá nhân trong kỳ thi tuyển chọn học sinh giỏi *hoặc* Thành tích học tập tại các trường THPT chuyên. Cụ thể:

a. *Đối tượng 1:* Thí sinh có Chứng chỉ quốc tế SAT từ 1130/1600 trở lên *hoặc* ACT từ 25/36 trở lên và có kết quả điểm trung bình chung học tập lớp 10, 11, 12 (*hoặc học kỳ 1 lớp 12*) đạt từ 7,5 trở lên và có hạnh kiểm Khá trở lên.

b. *Đối tượng 2:* Thí sinh có Chứng chỉ tiếng Anh quốc tế trong thời hạn (*tính đến ngày xét tuyển*) đạt IELTS 5.5 trở lên *hoặc* TOEFL iBT 65 trở lên *hoặc* TOEFL ITP 513 trở lên và có kết quả điểm trung bình chung học tập lớp 10, 11, 12 (*hoặc học kỳ 1 lớp 12*) đạt từ 7,5 trở lên và có hạnh kiểm Khá trở lên.

c. *Đối tượng 3:* Thí sinh đạt giải Khuyến khích trong kỳ thi chọn học sinh giỏi quốc gia *hoặc* đã tham gia kỳ thi chọn học sinh giỏi quốc gia *hoặc* đạt giải Nhất, Nhì, Ba trong kỳ thi chọn học sinh giỏi cấp Tỉnh, Thành phố trực thuộc TW các môn Toán, Lý, Hóa, Tin học và có kết quả điểm chung bình chung học tập lớp 10, 11, 12 (*hoặc học kỳ 1 lớp 12*) đạt từ 7,5 trở lên và có hạnh kiểm Khá trở lên.

d. *Đối tượng 4:* Là học sinh chuyên các môn Toán, Lý, Hoá, Tin học của trường THPT chuyên trên phạm vi toàn quốc (*các trường THPT chuyên thuộc Tỉnh, Thành phố trực thuộc và các trường THPT chuyên thuộc Cơ sở giáo dục đại học*) *hoặc* hệ/lớp chuyên các môn Toán, Lý, Hoá, Tin học của các trường THPT trọng

điểm quốc; và có kết quả điểm trung bình chung học tập lớp 10, 11, 12 (hoặc học kỳ I lớp 12) đạt từ 8,0 trở lên và có hạnh kiểm Khá trở lên.

Năm 2022, Học viện có 4 phương thức tuyển sinh và bổ sung thêm (4) Xét tuyển dựa vào bài thi đánh giá năng lực hoặc đánh giá tư duy thì ngoài các yêu cầu theo quy định chung thì thí sinh cần có thêm một trong các điều kiện sau đây: Thí sinh có điểm thi đánh giá năng lực của Đại học Quốc gia Hà Nội năm 2022 từ 80 điểm trở lên; thí sinh có điểm thi đánh giá năng lực của Đại học Quốc gia Tp. Hồ Chí Minh năm 2022 từ 700 điểm trở lên; thí sinh có điểm thi đánh giá tư duy của Đại học Bách khoa Hà Nội năm 2022 từ 25 điểm trở lên.

Đối với đại học từ xa và đại học VLVH: Học viện sử dụng kết quả kỳ thi THPT hai năm liên tiếp hoặc kết quả 03 năm học THPT với các môn tương ứng với tổ hợp môn xét tuyển để thực hiện xét tuyển.

Đối tượng tuyển sinh Nhóm ngành Kinh tế:

- Thí sinh trúng tuyển vào đại học hệ chính quy trong năm của Học viện ở các ngành thuộc Nhóm ngành Kinh tế, gồm ngành: , Quản trị kinh doanh, Marketing, Thương mại điện tử, Truyền thông đa phương tiện, Công nghệ đa phương tiện, Công nghệ tài chính.

- Có trình độ tiếng Anh tối thiểu từ TOEFL iBT 30 điểm hoặc TOEFL ITP 360 điểm hoặc IELTS 4,0 điểm trở lên (tương đương với trình độ Bậc 2 khung năng lực ngoại ngữ 6 bậc của Việt Nam) hoặc tương đương. Các thí sinh chưa đạt yêu cầu trình độ tiếng Anh sẽ phải học khóa học tiếng Anh tăng cường trong học kỳ đầu tiên.

- Tự nguyện tham gia học và cam kết đóng học phí theo quy định của Học viện đối với chương trình chất lượng cao.

Ngành, mã ngành, tổ hợp xét tuyển:

TT	Ngành đào tạo	Mã ngành	Tổ hợp xét tuyển
1	Kỹ thuật Điện tử viễn thông	7520207	A00, A01
2	Công nghệ kỹ thuật Điện, điện tử	7510301	A00, A01
3	Kỹ thuật Điều khiển và tự động hóa	7520216	A00, A01
4	Công nghệ thông tin	7480201	A00, A01
5	An toàn thông tin	7480202	A00, A01
6	Công nghệ đa phương tiện	7329001	A00, A01, D01
7	Truyền thông đa phương tiện	7320104	A00, A01, D01

TT	Ngành đào tạo	Mã ngành	Tổ hợp xét tuyển
8	Quản trị kinh doanh	7340101	A00, A01, D01
9	Thương mại điện tử	7340122	A00, A01, D01
10	Marketing	7340115	A00, A01, D01
11		7340115	A00, A01, D01
12	Công nghệ tài chính (Fintech)	7340208	A00, A01, D01

Ghi chú:

- Tổ hợp A00: Toán, Vật lý, Hóa;
- Tổ hợp A01: Toán, Vật lý, Tiếng Anh;
- Tổ hợp D01: Toán, Văn, Tiếng Anh.

Các tiêu chí tuyển sinh và phương pháp tuyển chọn người học được rà soát, đánh giá theo đúng quy trình, quy định và quyết định bởi Hội đồng tuyển sinh hàng năm nhằm mục đích tuyển chọn được các thí sinh có chất lượng cao và phù hợp với ngành đào tạo. Căn cứ vào ý kiến phân tích, đánh giá của các chuyên gia, Hội đồng tuyển sinh đã đưa ra các phương hướng tuyển sinh đợt tiếp theo. Các vấn đề bất cập khác trong quy trình, hình thức tuyển sinh cũng được thảo luận trong các cuộc họp Hội đồng tuyển sinh [H8.08.02.02], đặc biệt là công tác giám sát, kiểm dò thông tin ưu tiên của các thí sinh trúng tuyển Đại học được rà soát hệ thống [H8.08.02.03]. Trước khi Đề án tuyển sinh được công khai trên các kênh truyền thông của Học viện, đề án được các đơn vị trong Học viện góp ý, đặc biệt là ý kiến của các khoa đề xuất những chỉ tiêu phù hợp với tầm nhìn, sứ mạng, năng lực của Học viện và chiến lược phát triển kinh tế xã hội của địa phương.

Điểm trúng tuyển được công bố sau khi có kết quả thi tốt nghiệp THPT quốc gia theo quy định của Bộ GD&ĐT căn cứ vào số lượng người đăng ký, kết quả thi thực tế của từng năm và ngưỡng đảm bảo chất lượng của Học viện.

Kết quả tuyển sinh ngành Marketing hàng năm của Học viện đều được công bố công khai trên website của Học viện. Các số liệu về số thí sinh đăng ký xét tuyển, trúng tuyển, số thí sinh trúng tuyển, tỷ lệ cạnh tranh, điểm tuyển đầu vào và số thí sinh nhập học thực tế được thông kê chi tiết tại Bảng 8.1, *Phụ lục 02*, nhằm phục vụ đánh giá công tác tuyển sinh và đưa ra những phương án cải tiến hoạt động này cho những năm tiếp theo.

Qua kết quả thống kê cho thấy số thí sinh đăng ký vào CTĐT ngành Marketing giảm theo xu thế có chọn lọc hiệu quả phù hợp với năng lực thí sinh khi lựa chọn ngành học. Số thí sinh trúng tuyển có chiều hướng ổn định theo chỉ tiêu tuyển sinh được phân bổ với điểm đầu vào luôn nằm trong tốp đầu các trường đại học có cùng ngành tuyển sinh.

Hình thức tư vấn tuyển sinh đa dạng, giúp thí sinh dễ dàng tiếp cận thông tin và đăng ký thi tuyển: Học viện và Khoa có nhiều cơ hội kết nối, thông tin đến các giáo viên phổ thông, vốn là cựu SV của Học viện về thông tin tuyển sinh, chính sách tuyển sinh đến các học sinh phổ thông [H8.08.01.13].

Tháng 12 hàng năm, Học viện tổ chức hội nghị tổng kết có sự tham gia của các đơn vị trong Học viện để rà soát lại nhu cầu nhân lực và nghiên cứu nội dung điều chỉnh phương thức tuyển sinh [H8.08.02.07]. Trên cơ sở các ý kiến rà soát về công tác tuyển sinh, Học viện có sự điều chỉnh, thay đổi về tiêu chí tuyển sinh và phương pháp tuyển sinh, cụ thể tăng từ 01 phương thức xét tuyển năm 2016 - 2019 lên 03 phương thức xét tuyển vào năm 2020 và 2021 và tăng lên thành 04 phương thức từ năm 2022; Hình thức tư vấn tuyển sinh đa dạng hơn, giúp thí sinh dễ dàng tiếp cận thông tin và đăng ký thi tuyển; thông tin về tuyển sinh của Học viện còn được thông báo rộng rãi đến học sinh các trường THPT thông qua việc kết nối với các giáo viên phổ thông, vốn là cựu SV của Học viện.

Sau khi kết thúc kỳ tuyển sinh, Học viện đều tổ chức buổi tổ chức buổi tổng kết công tác tuyển sinh, gửi Báo cáo Bộ GD&ĐT và đề nghị khen thưởng các đơn vị có thành tích trong công tác tuyển sinh [H8.08.01.14].

Mặc dù Học viện đã sử dụng phương thức tuyển thẳng, tuy nhiên trong giai đoạn 2017-2022, ngành Marketing mới tuyển thẳng được khoảng 10 thí sinh và chủ yếu tập trung ở năm 2021.

2. Điểm mạnh

Tiêu chí và phương pháp tuyển sinh được rà soát, đánh giá trong suốt quá trình tuyển sinh hàng năm để kịp thời điều chỉnh phương thức tuyển sinh.

3. Điểm tồn tại

Mặc dù Học viện đã sử dụng phương thức tuyển thẳng, tuy nhiên trong giai đoạn 2017-2022, ngành Marketing mới tuyển thẳng được 10 thí sinh và chủ yếu tập trung ở năm 2021.

4. Kế hoạch hành động

Từ khóa tuyển sinh năm 2023, Phòng CT&CTSV phối hợp với các khoa đề xuất các hình thức quảng bá truyền thông dạng hơn trong về phương thức tuyển thẳng với các ưu đãi đặc biệt về học bổng để có thể thu hút nhiều hơn thí sinh đăng ký tuyển thẳng vào học CTĐT ngành Marketing của Học viện.

5. Tự đánh giá: Mức đạt được của tiêu chí: 5/7.

Tiêu chí 8.3: Có hệ thống giám sát phù hợp về sự tiến bộ trong học tập và rèn luyện, kết quả học tập, khối lượng học tập của người học.

1. Mô tả hiện trạng

Theo chức năng, nhiệm vụ của các đơn vị, Học viện có hệ thống giám sát sự tiến bộ trong học tập, rèn luyện, kết quả học tập, khối lượng học tập, cảnh báo học vụ đối với người học, bao gồm: Phòng Giáo vụ, Phòng Đào tạo, Trung tâm Khảo thí & ĐBCLGD, Phòng CT&CTSV, Khoa chuyên môn, CVHT. Cụ thể: Phòng Giáo vụ có nhiệm vụ xây dựng khung kế hoạch đào tạo hằng năm; kế hoạch đào tạo cho các lớp, khoá, các hệ đào tạo theo chương trình, quy chế đào tạo; xử lý lên lớp, ngừng học, buộc thôi học, cảnh báo học vụ theo kết quả học tập; xét cấp học bổng khuyến khích học tập; xét điều kiện dự thi tốt nghiệp...; Phòng Đào tạo chịu trách nhiệm xét điều kiện tốt nghiệp và làm thủ tục cấp phát văn bằng tốt nghiệp cho SV; Phòng CT & CTSV có trách nhiệm tổ chức thực các hiện chế độ, chính sách có liên quan đối với SV, hỗ trợ và chăm sóc SV, phối hợp với các đơn vị, CVHT trong công tác Học sinh Sinh viên...; Trung tâm Khảo thí & ĐBCLGD tổ chức thực hiện công tác khảo thí, xây dựng kế hoạch, tổ chức thi; CVHT có trách nhiệm hướng dẫn SV tìm hiểu Quy chế, Quy định đào tạo của Bộ GD&ĐT và của Học viện; tư vấn cho SV đăng ký môn học, lập kế hoạch học tập trong từng học kỳ và toàn khoá học, chủ trì đánh giá kết quả rèn luyện của lớp SV theo đúng thời gian và đúng quy định của Học viện [H8.08.03.01], [H8.08.03.02], [H8.08.03.03], [H8.08.03.04], [H8.08.03.05].

Học viện ban hành Quy định tạm thời về công tác Cố vấn học tập tại Học viện theo Quyết định số 1235/QĐ-HV ngày 31/12/2015 [H8.08.03.06]. Đối với mỗi lớp SV, Học viện quy định cử 01 cán bộ là CVHT và một CVHT có thể phụ trách một hoặc nhiều lớp học cùng một khóa học hoặc các khóa học khác nhau. CVHT do Giám đốc Học viện ký quyết định phân công theo đề nghị của Phòng CT&CTSV [H8.08.03.07]. Hằng năm, các Khoa căn cứ trên năng lực, chuyên môn của GV thuộc

khoa đề đề xuất các GV đảm nhận công tác CVHT, Phòng CT & CTSV tổng hợp danh sách và trình Giám đốc ban hành Quyết định cử CVHT (Các QĐ: số 497/QĐ-HV ngày 10/10/2017; số 705/QĐ-HV ngày 06/08/2017; số 794/QĐ-HV ngày 01/10/2019; số 1053/QĐ-HV ngày 30/11/2020.) và các Quyết định thay đổi CVHT (Các QĐ: số 265/QĐ-HV ngày 04/4/2017; số 752/QĐ-HV ngày 29/8/2017; số 716/QĐ-HV ngày 11/3/2018; số 230/QĐ-HV ngày 02/4/2018; số 168/QĐ-HV ngày 22/3/2019.). Ví dụ, theo QĐ số 1053/QĐ-HV ngày 30/11/2020, Học viện cử 48 GV đảm nhiệm chức danh CVHT.

Để giám sát tiến trình học tập, rèn luyện của người học trong hệ thống đào tạo theo tín chỉ, Học viện đã ban hành các quy định:

Quy định về đào tạo tín chỉ [H5.05.01.01], [H5.05.01.02], [H5.05.01.03] , trong đó, tại điều 12, Quy chế đào tạo đã quy định rõ khối lượng học tập của người học phải đăng ký trong mỗi học kỳ căn cứ kết quả học tập: Đối với học kỳ chính, người học được đăng ký tối thiểu không thấp hơn 15 tín chỉ (CTĐT cử nhân) và 16 tín chỉ (CTĐT kỹ sư), tối đa không vượt quá 25 tín chỉ; Điều 14 Quy định về học lại và học cải thiện điểm; Điều 18. Đánh giá lớp học phần; Điều 23. Tiêu chí đánh giá kết quả học tập; Điều 24. Đánh giá kết quả học phần. Khối lượng tín chỉ của CTĐT được phân bổ hợp lý theo từng học kỳ để người học đăng ký học tập. Để đảm bảo người học hoàn thành được CTĐT đúng thời hạn, Học viện cho phép người học được đăng ký học lại, học cải thiện điểm vào các kỳ học chính, kỳ học phụ. Đồng thời, những SV có kết quả học tập yếu, kém sẽ bị cảnh báo học vụ theo các mức 1, 2, 3.

Quy chế đánh giá kết quả rèn luyện của SV kèm theo Phiếu đánh giá kết quả rèn luyện với các mức điểm chi tiết để đánh giá sự tiến bộ của người học về rèn luyện 2 lần/năm [H8.08.03.08]. Việc đánh giá điểm rèn luyện do cá nhân người học tự đánh giá và sau đó được đánh giá lại với sự tham gia của CVHT, Ban cán sự lớp, Đoàn thanh niên Cộng sản Hồ Chí Minh thông qua việc họp, bình xét. Kết quả rèn luyện của SV là căn cứ để xét học bổng khuyến khích học tập và các khen thưởng trong năm học cho SV theo quy định.

Thành lập các Hội đồng đánh giá và ban hành các quyết định về công tác rèn luyện, khen thưởng, kỷ luật SV [H8.08.03.09].

CTĐT ngành Marketing được xây dựng dựa trên sự đánh giá, khảo sát nhu cầu của thị trường lao động và luôn cập nhật những kiến thức mới để đảm bảo người học

khi ra trường có năng lực, trình độ và kỹ năng đáp ứng được yêu cầu của thị trường lao động. Khối lượng học tập được phân bổ hợp lý nhằm đảm bảo người học có học lực trung bình hoàn thành được CTĐT đúng hạn. CTĐT ngành Marketing có tổng cộng 130 tín chỉ chưa tính các học phần giáo dục quốc phòng và giáo dục thể chất, kỹ năng mềm. Khối lượng tín chỉ của CTĐT được phân bổ theo từng học kỳ để người học đăng ký học tập theo tiến trình học tập chuẩn theo Quy trình đăng ký môn học theo tín chỉ [H8.08.03.10]. Để đảm bảo người học hoàn thành được CTĐT đúng thời hạn, Học viện cho phép người học được đăng ký học lại, học cải thiện vào các kỳ học chính, kỳ học phụ [H5.05.01.03]. Đồng thời, những SV có kết quả học tập yếu, kém sẽ bị cảnh báo học vụ theo các mức 1, 2, 3 [H8.08.03.11].

Đề cương chi tiết các học phần của ngành Marketing quy định rõ mục tiêu đạt được, phương thức kiểm tra, đánh giá cụ thể đối với từng học phần như mức độ chuyên cần, thái độ học tập, hình thức và cách thức đánh giá giữa kỳ, cuối kỳ và được công khai cho người học vào tiết học đầu tiên của học phần [H8.08.03.12]. Bên cạnh đó, GV phụ trách học phần cũng tham gia giám sát quá trình học tập của người học thông qua điểm chuyên cần, điểm kiểm tra thường xuyên [H8.08.03.13] và kết quả học tập của SV được quản lý và lưu trữ trên Hệ thống quản lý đào tạo Edusoft [H8.08.03.14].

Đầu mỗi học kỳ, nhằm giúp SV có kết quả học tập kém biết thông tin và lập phương án học tập thích hợp để có thể tốt nghiệp trong thời gian tối đa cho phép được theo học chương trình, các CVHT phê duyệt đăng ký học phần của SV trong học kỳ tiếp theo của SV căn cứ theo Tờ trình và Danh sách các lớp môn học tổ chức đào tạo theo học kỳ từng năm học [H8.08.03.15]. Hệ thống Quản lý đào tạo cho phép từng CVHT có thể xem và cập nhật được kết quả học tập theo từng học kỳ của SV, giúp CVHT có những cảnh báo hoặc khuyến cáo, tư vấn đối với những SV không hoàn thành kế hoạch học tập đúng hạn [H8.08.03.16]. Đồng thời, Học viện ban hành quy định về việc cấp và sử dụng hộp thư điện tử (email) của sinh viên theo Quyết định số 1103/QĐ-HV ngày 06/12/2019 [H8.08.03.17] để có thể gửi các thông báo cảnh báo kết quả học tập của SV kịp thời theo đúng Quy chế đào tạo.

Thực hiện nhiệm vụ của CVHT theo quy định của Học viện, hàng tháng, cô vấn học tập phải họp với các lớp SV để nắm bắt tình hình học tập, rèn luyện của SV và kịp thời giám sát, nhắc nhở. Kết quả các cuộc họp lớp đều được gửi về Phòng Chính trị &

Công tác SV để phối hợp với Bộ môn Marketing giám sát sự tiến bộ trong học tập, rèn luyện của SV [H8.08.03.18].

Việc đánh giá điểm rèn luyện do SV tự đánh giá và được xác nhận thông qua cuộc họp với sự tham gia của CVHT, Ban cán sự lớp, Đoàn thanh niên CSHCM thông qua việc họp, bình xét [H8.08.03.19]. Đây cũng là căn cứ để đề nghị xét học bổng theo Quy định về tạo lập, quản lý và sử dụng Quỹ học bổng sinh viên tại Học viện ban hành theo Quyết định số 540/QĐ-HV ngày 20/06/2017 [H8.08.03.20] và triển khai công tác khen thưởng cho SV theo từng năm học [H8.08.03.21].

Căn cứ kết quả học tập và rèn luyện, phòng Chính trị & Công tác SV lập danh sách SV bị cảnh báo kết quả học tập gửi tới Bộ môn Marketing để phối hợp liên hệ với SV và gia đình bằng thư hoặc gọi điện thoại trực tiếp nhằm giúp SV tập trung học tập, cải thiện kết quả học tập [H1.01.02.22]. Kết quả rèn luyện hàng năm được Học viện tổ chức đánh giá công khai tại các lớp, hầu hết các SV ngành Marketing đều có kết quả rèn luyện loại tốt, xuất sắc. Cụ thể có: 31,46 % xuất sắc, 50,53 % tốt, 10,88%, khá, 0,15 %, trung bình, 6,44 % yếu, kém (các SV yếu, kém hầu hết là các SV bỏ học) [H8.08.03.23].

Kết quả trong 5 năm 2017-2022, Học viện đã tổ chức cho 404 lượt SV ngành Marketing học lại, học cải thiện điểm cùng các kỳ học chính, kỳ học phụ. [H8.08.03.24].

Học viện có hệ thống phần mềm Quản lý đào tạo tín chỉ, công thông tin quản lý đào tạo, các trang mạng xã hội: Để triển khai hoạt động đào tạo theo hệ thống tín chỉ, từ năm 2012, Học viện đã đầu tư phần mềm Quản lý đào tạo (có bản quyền) quản lý toàn bộ SV từ khi nhập học đến khi tốt nghiệp ra trường, gồm quản lý điểm học tập, rèn luyện, thôi học, nghỉ học tạm thời và bảo lưu kết quả học tập, buộc thôi học, quản lý thi đua, chế độ chính sách... Hệ thống này cho phép Học viện giám sát được kết quả học tập, tiến độ học tập của người học [H8.08.03.13], [H8.08.03.16]. Phòng Giáo vụ được phân quyền để giám sát, theo dõi và quản lý cơ sở dữ liệu sự tiến bộ của NH trong học tập và tỉ lệ chậm tiến độ, thôi học; Phòng CT&CTSV được phân quyền để giám sát, theo dõi và quản lý kết quả rèn luyện của người học.

Cơ sở dữ liệu về đăng ký học phần của SV, kết quả học tập của SV được cập nhật theo từng học kỳ vào phần mềm Quản lý đào tạo [H8.08.03.13]. Cơ sở dữ liệu kết

quả học tập của SV sẽ được lưu giữ trên hệ thống phần mềm quản lý đào tạo [H8.08.03.16].

Kết thúc mỗi học kỳ, căn cứ cơ sở dữ liệu kết quả học tập trên phần mềm quản lý đào tạo, Học viện theo dõi và nắm bắt được tình hình học tập của SV. Đây là cơ sở dữ liệu quan trọng để phòng Giáo vụ, phòng Chính trị & Công tác SV và Bộ môn Marketing theo dõi, đánh giá sự tiến bộ trong học tập, rèn luyện và tỷ lệ chậm tiến độ, thôi học của SV ngành Marketing [H8.08.03.13]. Đồng thời, CVHT được cấp tài khoản riêng để theo dõi tiến độ học tập của lớp SV do CVHT quản lý; SV được cấp tài khoản riêng để theo dõi tiến độ học tập của bản thân.

2. Điểm mạnh

Học viện có phần mềm quản lý đào tạo được phân quyền cho các đơn vị chức năng liên quan chủ động quản lý, giám sát và theo dõi sự tiến bộ của NH trong học tập và rèn luyện, cũng như theo dõi tỉ lệ chậm tiến độ và thôi học.

Mọi CVHT và SV đều được cấp một tài khoản riêng để truy cập phần mềm theo đúng phân quyền.

3. Điểm tồn tại

Phần mềm quản lý đào tạo chưa có hệ thống cảnh báo học vụ tự động khi người học thuộc trường hợp bị cảnh báo học vụ, việc nhắc nhở vẫn do CVHT và Bộ môn Marketing tư vấn trực tiếp cho từng SV.

4. Kế hoạch hành động

Quý I năm 2023, Phòng Giáo vụ phối hợp với Phòng Tài chính - làm việc với đơn vị cung cấp phần mềm để bổ sung tính năng tự động đưa ra cảnh báo cho các SV thuộc diện bị cảnh báo học vụ.

5. Tự đánh giá: Mức đạt được của tiêu chí: 5/7

Tiêu chí 8.4: Có các hoạt động tư vấn học tập, hoạt động ngoại khóa, hoạt động thi đua và các dịch vụ hỗ trợ khác để giúp cải thiện việc học tập và khả năng có việc làm của người học.

1. Mô tả hiện trạng

Học viện đã ban hành chức năng nhiệm vụ của các đơn vị chịu trách nhiệm tư vấn học tập, hoạt động ngoại khóa, hoạt động thi đua và các dịch vụ hỗ trợ khác đối với người học, trong đó có phòng CT&CTSV tại cơ sở đào tạo ở Hà Nội và phòng Công tác SV tại Học viện cơ sở Thành phố HCM [H8.08.04.01]. Sau đây được gọi

chung là phòng CT&CTSV được giao nhiệm vụ chủ trì và phối hợp với các đơn vị trong công tác tổ chức các hoạt động tư vấn học tập, hoạt động ngoại khóa, hoạt động thi đua và các dịch vụ hỗ trợ khác để giúp cải thiện việc học tập và khả năng có việc làm cho người học, Cụ thể:

- Phòng CT&CTSV phối hợp với phòng Giáo vụ, phòng Tài chính - để tổ chức thực hiện các chế độ, chính sách có liên quan đối với SV về học bổng hỗ trợ không thuộc quỹ học bổng khuyến khích học tập; học phí; khen thưởng, kỷ luật, trợ cấp xã hội; bảo hiểm; tín dụng đào tạo và các chế độ ưu tiên, hỗ trợ cho SV tàn tật, khuyết tật, SV diện chính sách, SV gặp hoàn cảnh khó khăn theo quy định và phân cấp của Học viện [H8.08.04.02].

- Phòng CT&CTSV phối hợp với Bộ môn Marketing trong việc bố trí cố vấn học tập cho các lớp SV, tư vấn việc làm, đào tạo kỹ năng mềm, ... Căn cứ Quy định tạm thời về công tác Cố vấn học tập [H8.08.03.06], Bộ môn Marketing đề xuất danh sách CVHT trong từng năm học gửi Phòng CT&CTSV để tổng hợp, trình Giám đốc Học viện ký Quyết định phân công nhiệm vụ CVHT cho GV Bộ môn Marketing [H8.08.04.03]. Công tác cố vấn học tập, hàng năm Học viện cử khoảng 70-80 cán bộ, GV từ các đơn vị phòng ban chức năng và Bộ môn Marketing làm cố vấn học tập cho các lớp SV ngành Marketing từ năm thứ 1 đến năm thứ 5 (đội ngũ Cố vấn học tập sẽ có sự thay đổi ở thời điểm năm thứ 3 khi các lớp được tách theo chuyên ngành đào tạo).

- Phòng CT&CTSV phối hợp với Đoàn thanh niên Học viện và các đơn vị có liên quan tổ chức các hoạt động phong trào: văn hóa văn nghệ, thể dục thể thao, hoạt động tình nguyện, giao lưu và các hình thức khuyến khích học tập khác; theo dõi công tác phát triển Đảng trong SV; quản lý các Đội, Câu lạc bộ và Diễn đàn SV để tạo điều kiện cho người học có môi trường học tập, rèn luyện, phấn đấu. Học viện cũng có trang Website kết nối các doanh nghiệp để hỗ trợ cho SV trong việc tìm kiếm việc làm phù hợp [H8.08.04.04] tại địa chỉ <https://www.topcv.vn/jobfair/ptit>. Ngoài các hoạt động ngoại khóa do Học viện tổ chức, Bộ môn Marketing cũng có những hoạt động riêng hỗ trợ cho SV trong lĩnh vực tìm kiếm việc làm, thực tập, thực tế, ... thông qua việc hợp tác với các doanh nghiệp để cử SV đi thực tập, thực tế và tổ chức tư vấn kỹ năng cho SV ngành Marketing.

Tại Cơ sở Hà Nội, Học viện đã thành lập Văn phòng Giao dịch một cửa do Phòng Chính trị và Công tác SV quản lý về hành chính và các phòng ban chức năng quản lý về chuyên môn, bố trí cán bộ làm việc tạo bộ phận một cửa để tiếp, tư vấn giải đáp thắc mắc, cũng như cung cấp các dịch vụ hành chính cho SV [H8.08.04.05].

Phòng CT&CTSV của 2 cơ sở đào tạo trong Học viện là các đơn vị chuyên trách, thực hiện nhiệm vụ tư vấn và hỗ trợ SV tìm kiếm việc làm. Phòng bố trí các cán bộ chuyên trách có kinh nghiệm và tâm huyết để giúp đỡ tư vấn việc làm cho SV. Bản mô tả công việc của chuyên viên phụ trách công tác SV - mục số 4 “tư vấn hỗ trợ SV” [H8.08.04.06].

Từ năm 2015 - 2018, Học viện triển khai dự án “Tăng cường cơ hội tiếp cận thị trường lao động cho SV Việt Nam” (gọi tắt là dự án VOYAGE”). Theo đó, Dự án Voyage cung cấp cho SV của 3 trường Đại học tại Việt Nam, trong đó có Học viện hệ thống khảo sát SV nhằm: (1) Tạo CV trực tuyến và giúp các doanh nghiệp lựa chọn ứng viên, đánh giá và tuyển dụng nhân sự chất lượng cao trong cơ sở dữ liệu SV và cựu SV của các trường Đại học tại Việt Nam; (2) Đánh giá chất lượng đào tạo của Học viện sau khi kết thúc khóa học (đây cũng là yêu cầu bắt buộc của Bộ Giáo dục và Đào tạo đối với các trường Đại học); (3) Tiếp cận các cơ hội việc làm được các doanh nghiệp đăng tải thông tin tuyển dụng trên hệ thống [H8.08.04.07].

Hàng năm, căn cứ vào Kế hoạch tổng thể của Học viện, phòng CT&CTSV xây dựng kế hoạch các hoạt động liên quan đến chức năng nhiệm vụ của đơn vị, theo đó các hoạt động liên quan đến hoạt động ngoại khóa, hoạt động hỗ trợ học tập SV như các cuộc thi chuyên môn, nói chuyện chuyên đề, lấy ý kiến người học được lên kế hoạch khung từ đầu năm, có sự phân công trách nhiệm chủ trì/phối hợp và kèm dự toán kinh phí [H8.08.04.08].

Vào đầu học kỳ thứ 2 của mỗi khóa học, phòng Giáo vụ sẽ có buổi tập chung SV trên hội trường (khoảng 200-250 SV ngành Marketing cho mỗi khóa học) để hướng dẫn SV cách thức đăng ký học phần theo tín chỉ bằng hình thức online trên hệ thống của Học viện. Đến thời điểm các lớp chuẩn bị tách chuyên ngành đào tạo, các SV lại được thông báo, hướng dẫn từ Bộ môn Marketing, phòng Giáo vụ để việc lựa chọn chuyên ngành đào tạo để phù hợp với bản thân mỗi SV. Năm thứ 4 của khóa học các SV sẽ được tư vấn và hỗ trợ liên hệ các công ty, đơn vị phù hợp để đi thực tập cuối khóa [H8.08.04.09].

Đoàn TN chủ động tổ chức Đội cờ đỏ Sinh viên Học viện hàng năm để quản lý giờ lên lớp của SV tại các giảng đường [H8.08.04.10].

Phòng CT&CTSV phối hợp với Đoàn thanh niên Học viện tổ chức các lớp ngoại khóa: tọa đàm để nâng cao kỹ năng mềm cho SV, các câu lạc bộ học thuật, câu lạc bộ văn hóa nghệ thuật, ... giúp SV có thêm sân chơi bổ ích, như tham gia “Tổ chức hội thảo hướng nghiệp cùng doanh nghiệp”, kế hoạch hành động các năm của Đoàn thanh niên, trong các năm từ 2017-2021 [H8.08.04.11], Báo cáo kết quả công tác hàng năm của P.CT&CTSV [H8.08.04.12] và Chương trình hành động và Báo cáo kết quả hàng năm của Đoàn TN Học viện [H8.08.04.13].

Trong quá trình học tập, SV được khuyến khích tham gia các hội, nhóm, câu lạc bộ nghiên cứu khoa học, tham gia thực hiện các đề tài khoa học, tham gia các cuộc thi chuyên học phần thuật bổ ích thiết thực cho SV [H8.08.04.14].

Học viện có chính sách học bổng đãi ngộ cho SV ngoài học bổng khuyến khích học tập, cụ thể:

- Học bổng miễn giảm học phí cho các đối tượng chính sách xã hội của Nhà nước được Nhà nước cấp bù kinh phí. Tuy nhiên là trường đại học tự chủ tài chính, Học viện trích từ nguồn thu học phí cho Quỹ hỗ trợ SV để cấp bù thêm cho SV phần chênh lệch giữa học phí theo quy định của Nhà nước dành cho các trường đại học công lập chưa tự chủ và mức học phí của các trường đại học tự chủ tài chính. Chi tiết tại Bảng 8.1, *Phụ lục 02* về mức kinh phí cấp bù hàng năm năm

- Học viện cũng kêu gọi từ các nguồn học bổng hỗ trợ từ các doanh nghiệp như Ngân hàng Nông nghiệp Việt Nam Agribank, Ngân hàng Đầu tư phát triển BIDV, công ty Nastech, ... dành cho SV có hoàn cảnh khó khăn và trích từ quỹ hỗ trợ SV để trợ cấp khó khăn cho SV các dịp khai giảng năm học mới hoặc Tết nguyên đán [H8.08.04.10]. Đặc biệt trong năm 2020 và 2021, Học viện trích 6 tỷ đồng từ Quỹ hỗ trợ SV để hỗ trợ khó khăn đột xuất cho 12.000 SV Học viện gặp khó khăn do Covid, lũ lụt, hỗ trợ cước dữ liệu Internet cho SV trong năm 2020, hỗ trợ khó khăn cho SV ở Ký túc xá trong thời gian giãn cách dịch bệnh Covid-19 năm 2021 [H8.08.04.15], [H8.08.04.16].

- Bên cạnh đó, Học viện cũng tiếp tục tăng cường huy động các học bổng từ doanh nghiệp dành cho các SV có kết quả học tập, nghiên cứu xuất sắc như học bổng Honda, học bổng Panasonic, ... [H8.08.04.17].

Kết quả khen thưởng SV ngành Marketing giai đoạn 2017-2021: số SV khen thưởng trong các cuộc thi và khen thưởng học tập loại xuất sắc, giỏi là 2.508 lượt SV, cụ thể tại Bảng 8.3. *Phụ lục 02* về Kết quả khen thưởng SV ngành Marketing giai đoạn 2017-2022.

Thực hiện các quy định về công tác học sinh, SV của Bộ GD&ĐT, Học viện cũng hỗ trợ các thủ tục hành chính cho các SV có nhu cầu đủ điều kiện, thuận lợi trong việc vay vốn ngân hàng phục vụ việc học tập [H8.08.04.18].

Hoạt động ngoại khóa:

Đối với các hoạt động của Đoàn Thanh niên, phòng Chính trị và Công tác SV cũng phối hợp với Đoàn trong công tác xây dựng kế hoạch hoạt động của Đoàn trong từng quý và giám sát các hoạt động phong trào của SV [H8.08.04.19]. Hàng năm, Đoàn thanh niên Học viện phối hợp với Khoa Cơ bản 1 tổ chức cuộc thi tiếng hát SV cho SV toàn học viện, trong đó SV ngành Marketing cũng nhiệt tình hưởng ứng và tham gia [H8.08.04.20].

Thời gian qua, Học viện luôn quan tâm đến các hoạt động tư vấn hướng nghiệp cho SV, nhằm hỗ trợ kỹ năng nghề nghiệp, các kỹ năng mềm để phục vụ cho việc đáp ứng nhu cầu tìm việc làm phù hợp sau khi ra trường. Học viện thường xuyên liên kết, phối hợp với các doanh nghiệp tuyển dụng lao động là SV của Học viện cung cấp thông tin tuyển dụng trên website và fanpage của Học viện và của Bộ môn Marketing. Một năm 02 lần (thường vào tháng 4 và tháng 11), Học viện có tổ chức Ngày hội tuyển dụng và cơ hội việc làm PTIT tại cơ sở đào tạo Hà Đông, trong những dịp này Học viện có mời nhiều công ty, doanh nghiệp (Công ty VNPT, Mobifone, Sam sung Việt Nam, FPT, Viettel,...) có nhu cầu tuyển dụng lao động cùng tham gia giới thiệu với SV về nhu cầu tuyển dụng các vị trí lao động, các yêu cầu cần có khi làm việc tại doanh nghiệp, định hướng nghề nghiệp cho SV từ những năm còn ngồi trên ghế nhà trường [H8.08.04.21], [H8.08.04.22].

Ngoài 2 đợt tổ chức Ngày hội tuyển dụng hàng năm, còn có các buổi hội thảo của từng doanh nghiệp cụ thể như: Hội thảo tuyển dụng Samsung; Hội thảo tuyển dụng Luvina; Hội thảo tuyển dụng Sun Asterisk, ... Các Khoa chuyên môn cũng tham gia vào quá trình hỗ trợ SV tìm kiếm việc làm bằng cách giới thiệu SV thực tập, tập sự tại các công ty, doanh nghiệp đối tác, ... [H8.08.04.23].

Bên cạnh đó, Học viện thường xuyên phối hợp và hỗ trợ các doanh nghiệp khi được đề xuất để tổ chức các buổi kiến tập tại doanh nghiệp, các buổi tập huấn kỹ năng viết CV, kỹ năng phỏng vấn dành cho SV để trang bị hành trang cho SV khi bắt đầu tìm việc (các Website, đường link đăng thông tin tuyển dụng của Học viện cho doanh nghiệp: <https://portal.ptit.edu.vn/thong-tin-tuyen-dung/>, đường link kết nối doanh nghiệp với Học viện tại địa chỉ link <https://www.topcv.vn/jobfair/ptit,...>).

Bộ môn Marketing cũng có quan hệ chặt chẽ với nhiều doanh nghiệp để liên hệ cử SV thực tập, tổ chức các buổi tọa đàm về chuyên môn và nghề nghiệp cho SV năm thứ 3 và thứ 4 phối hợp với các doanh nghiệp trong công tác tuyển dụng nhân sự [H8.08.04.24].

Năm 2020, Học viện tổ chức Hội nghị bàn tròn với các doanh nghiệp tuyển dụng lao động [H8.08.04.25], thông qua hội nghị, có rất nhiều nội dung được đưa ra thảo luận để đưa tới một kết quả tốt nhất có lợi ích nhất cho SV. Phát huy kết quả này, trong những năm tới, Phòng CT&CTSV sẽ là đầu mối, phối hợp với các doanh nghiệp tổ chức nhiều buổi hội thảo tuyển dụng, buổi đào tạo trang bị kỹ năng mềm dành cho SV sắp tốt nghiệp.

Giai đoạn 2017-2022, Học viện đã triển khai nhiều hoạt động hỗ trợ SV tìm kiếm việc làm như: Tổ chức các khóa học tăng cường kỹ năng thực hành, kiến thức thực tế, kỹ năng mềm và kỹ năng giao tiếp trong phỏng vấn xin việc; tổ chức mời một số đại diện cơ quan tuyển dụng lao động đến giao lưu giới thiệu nhu cầu tuyển dụng cũng như yêu cầu năng lực và kỹ năng nghề nghiệp của ứng viên ... [H8.08.04.26].

Với những hoạt động kể trên, tỷ lệ có việc làm sau 6-12 tháng của SV ngành Marketing qua khảo sát việc làm của SV đã tốt nghiệp những năm vừa qua cụ thể tại Bảng 8.4, *Phụ lục 02* về tỷ lệ có việc làm sau 6-12 tháng của SV ngành Marketing.

Đánh giá chất lượng đào tạo của Học viện sau khi kết thúc khóa học (đây cũng là yêu cầu bắt buộc của Bộ Giáo dục và Đào tạo đối với các trường đại học); Nội dung đánh giá chất lượng đào tạo của Học viện cũng đã được nhóm nghiên cứu của Học viện tổng hợp. Cụ thể, 91% SV được hỏi đã đánh giá mức độ “hoàn toàn đồng ý” và sự hỗ trợ của Học viện trong quá trình thực tập của SV. Số liệu cụ thể theo biểu đồ tại Hình 8.1, *Phụ lục 02* về Đánh giá sự hài lòng của SV đối với hoạt động thực tập và Hình 8.2, *Phụ lục 02* về đánh giá mức độ hài lòng của SV về sự hỗ trợ của các đối tượng liên quan.

2. Điểm mạnh

Học viện đã có bộ phận chuyên trách (Phòng Chính trị và Công tác SV) và các đơn vị phối hợp (Đoàn Thanh niên HV, Các khoa đào tạo) đảm nhận nhiệm vụ tư vấn, hỗ trợ việc làm cho SV, tổ chức các hoạt động ngoại khóa, phát triển kỹ năng cho SV.

Tỷ lệ SV hài lòng về công tác hỗ trợ thực tập, việc làm ở mức cao (91%).

3. Điểm tồn tại

Kết quả khảo sát SV cho thấy vẫn còn tỷ lệ 5,3 % SV chưa thật sự hài lòng với hoạt động hỗ trợ của Học viện.

4. Kế hoạch hành động

Năm học 2023 - 2024, phòng CT&CTSV lập kế hoạch tổ chức khóa tập huấn kỹ năng mềm cho cán bộ quản lý, phục vụ để nâng cao chất lượng công tác hỗ trợ SV.

5. Tự đánh giá: Mức đạt được của tiêu chí: 5/7

Tiêu chí 8.5: Môi trường tâm lý, xã hội và cảnh quan tạo thuận lợi cho hoạt động đào tạo, nghiên cứu và sự thoải mái cho cá nhân người học.

1. Mô tả hiện trạng

Học viện ban hành Quy chế làm việc của Học viện Công nghệ Bưu chính viễn thông theo quyết định số 1248/QĐ-HV ngày 31/12/2015 [H8.08.05.01] và Nội quy lao động để CBGV thực hiện theo đúng quy định của ngành giáo dục [H8.08.05.02]. Các giảng đường đều có treo Nội quy giảng đường để SV thực hiện theo quy định [H8.08.05.03]. Ký túc xá của SV có nội quy Ký túc xá được treo tại các địa điểm thuận lợi để SV đều nhận biết thực hiện nội quy nhằm đảm bảo nếp sống văn minh, trật tự và an toàn trong ký túc xá. Ký túc xá B5 có bản nội quy treo ở sảnh các tầng [H8.08.05.04].

Đoàn Thanh niên Cộng sản Hồ Chí Minh (TNCSHCM) Học viện định kỳ tổ chức Chủ nhật xanh tại ký túc xá và khuôn viên Học viện để chỉnh trang và tạo lập môi trường sống lành mạnh cho SV. Năm 2019, Phòng Chính trị và Công tác SV đã phối hợp Đoàn thanh niên tổ chức cuộc thi “PTIT- Ký túc xá của tôi 2019” [H8.08.05.05] và tổ chức các chương trình tuyên truyền tư vấn về giới tính, sức khỏe sinh sản cho SV các trường Đại học, cao đẳng, tổ chức lớp tập huấn về kiến thức kỹ năng và mô hình thực hành lối sống xanh cho SV, tổ chức triển lãm Bảo vệ Động vật hoang dã, ... [H8.08.04.06].

Chi bộ Phòng CT&CTSV tổ chức các chuyên đề học tập và làm theo tấm gương đạo đức Hồ Chí Minh: Năm 2018 tổ chức cho các đảng viên đi thăm khu di tích lịch sử K9; Năm 2019 đi về Ninh Bình; năm 2020 viếng Lăng Hồ Chủ Tịch; năm 2021 do dịch Covid 19 nên không tổ chức được việc tham quan các di tích lịch sử, nhưng vẫn tổ chức được các buổi họp chuyên đề [H8.08.04.07].

Các hoạt động giải trí lành mạnh khác để tạo tâm lý và không khí thoải mái cho SV: vào các ngày lễ kỷ niệm lớn trong năm như 20/11; 8/3... Phòng Chính trị và Công tác SV phối hợp với Đoàn thanh niên Học viện tổ chức các hoạt động vui chơi văn nghệ thể thao, thi ảnh [H8.08.04.08]. Vào các ngày lễ lớn trong năm như 20/11; 8/3; 20/10 Công Đoàn Học viện thường tổ chức các hoạt động vui chơi như biểu diễn văn nghệ, thi kéo co, thi cắm hoa, ... giữa các đơn vị để tạo không khí và tâm lý thoải mái cho CB, GV và nhân viên.

Khuôn viên Học viện được cải tạo và trồng nhiều cây xanh tạo bóng mát trong điều kiện cho phép cũng như bố trí nhiều ghế đá để SV, khách đến liên hệ công tác nghỉ ngơi. Bên cạnh đó, Học viện cũng đã cải tạo sân bóng chuyền, xây dựng mới sân bóng đá mini để SV có thể sinh hoạt câu lạc bộ sau những giờ học tập căng thẳng. Đoàn Thanh niên Học viện thường xuyên tổ chức các hoạt động tình nguyện giữ gìn vệ sinh cảnh quan môi trường trong Học viện như: tình nguyện dọn dẹp vệ sinh khuôn viên Học viện, quét vôi gốc cây hoặc tổ chức cuộc thi “Ký túc xá trong tôi” để tuyên truyền ý thức văn minh ký túc xá và môi trường học đường. Đồng thời, tổ chức các sinh hoạt văn hóa lành mạnh định kỳ dành cho người học tạo môi trường tâm lý thoải mái sau những giờ học căng thẳng [H8.08.04.09].

Để đảm bảo an toàn, an ninh trật tự trong khu vực giảng đường, bên cạnh việc treo các quy định, nội quy học đường tạo nên trật tự, kỷ cương trong môi trường học đường. Học viện đã bố trí SV thuộc đội cờ đỏ kiểm tra thẻ SV, kiểm soát ra vào khu vực giảng đường; lắp camera theo dõi ở các khu vực hành lang lớp học.

Để quản lý và khai thác có hiệu quả cơ sở vật chất phục vụ công tác đào tạo, NCKH, Học viện giao cho văn phòng, các Trung tâm cơ sở vật chất và dịch vụ phối hợp quản lý [H8.08.05.10].

Để có được cảnh quan sư phạm sạch sẽ, đảm bảo vệ sinh, an toàn, tạo sự thuận lợi cho tất cả các đối tượng làm việc và học tập tại Học viện, Học viện đã và đang thực tốt những nội dung cụ thể sau:

Học viện có sơ đồ bố trí mặt bằng tổng thể; bố trí phòng làm việc của Hội đồng, Ban giám đốc Học viện; Sơ đồ bố trí khu hiệu bộ, giảng đường, các phòng/khoa, hội trường, thư viện, khu thực hành, thực tập, ký túc xá; để hướng dẫn mọi người đến làm việc và học tập tại Học viện và khách đến liên hệ công tác [H8.08.05.11]. Học viện cũng dành riêng một khu vực ngay cạnh cổng ra vào để thành lập Trung tâm giao dịch một cửa để tiếp nhận yêu cầu về hành chính, tư vấn giải đáp các thắc mắc của SV. Khu vực này được bố trí khoa học để SV dễ dàng tiếp cận thông tin cần tư vấn trong quá trình học tập tại Học viện [H8.08.05.12].

Để đảm bảo cảnh quan sư phạm sạch sẽ, an ninh, an toàn, Học viện đã thuê công ty dịch vụ bảo vệ, vệ sinh đảm bảo điều kiện vệ sinh và an ninh trong khuôn viên Học viện [H8.08.05.13]. Hàng ngày, các phòng học, giảng đường đều được vệ sinh 2 lần trước và sau mỗi kíp học; khuôn viên Học viện được chỉnh trang vệ sinh hàng ngày [H8.08.05.14].

Học viện bố trí Trạm Y tế tại Ký túc xá SV, giúp cho việc chăm sóc sức khỏe cho SV và cán bộ của Học viện kịp thời, nhất là trong mùa dịch của 2 năm gần đây [H8.08.05.15].

Công tác phòng chống cháy nổ, an toàn học đường luôn được Học viện quan tâm. Để đảm bảo công tác phòng chống cháy nổ, hàng năm Học viện đã cử cán bộ đi tập huấn công tác này, hệ thống phòng chống cháy nổ được đặt đúng vị trí theo yêu cầu và Học viện thường xuyên phối hợp với các cơ quan chức năng sở tại, công an Phường, thành phố để bảo vệ ANTT trong Học viện [H8.08.05.16].

Học viện cũng đã xây dựng mới nhiều khu vực làm việc, nghiên cứu, học tập dành cho cán bộ GV như Lab Viettel, Lab Trí tuệ nhân tạo (bên cạnh các lab đã được xây dựng trước đây, khu vực sánh sinh hoạt chung tại khu học tập của SV chất lượng cao [H8.08.05.17].

Để có thông tin về thực trạng môi trường tâm lý, xã hội và cảnh quan, Học viện tổ chức khảo sát SV về công tác đảm bảo điều kiện cơ sở vật chất, dịch vụ phục vụ người học tại cơ sở Hà Đông. Qua thống kê có 27406 lượt SV tham gia khảo sát với các nội dung khảo sát về thư viện, thiết bị dạy học, phương tiện và công cụ Tin học, Ký túc xá, Nhà ăn, căng tin; Trạm Y tế với tỷ lệ hài lòng đạt 86,67% [H8.08.05.18]; Định kỳ hàng năm, Học viện thực hiện khảo sát chất lượng dịch vụ tại Văn phòng Giao dịch một cửa qua hệ thống khảo sát trực tuyến để SV đánh giá về chất lượng dịch

vụ tại văn phòng một cửa, tác phong, thái độ của từng cán bộ tiếp nhận hồ sơ và tư vấn cho SV [H8.08.05.19]. Kết quả khảo sát cho thấy:

Về điều kiện cơ sở vật chất: có 96,7% là các ý kiến đồng ý và hoàn toàn đồng ý với nhận định: Thư viện đáp ứng nhu cầu về cơ sở vật chất, phòng đọc và các trang thiết bị phục vụ cho việc tra cứu tài liệu.

Về điều kiện an ninh của ký túc xá đảm bảo an toàn: có 93% ý kiến đồng ý và hoàn toàn đồng ý.

Số thuốc được cung cấp sau khi khám/sơ khám đáp ứng điều trị bệnh: có 76,6% ý kiến đồng ý và hoàn toàn đồng ý.

Về điều kiện vệ sinh an toàn thực phẩm của nhà ăn, canteen Học viện sạch sẽ: có 93,3% ý kiến đồng ý và hoàn toàn đồng ý.

Phòng Thí nghiệm Thực hành được trang bị đầy đủ đáp ứng nhu cầu thực hành các học phần trong CTĐT: có 89,7% ý kiến đồng ý và hoàn toàn đồng ý.

Qua số liệu thống kê cho thấy, mức độ hài lòng trung bình về các bên liên quan đến cơ sở vật chất, chất lượng dịch vụ và môi trường tâm lý, xã hội và cảnh quan của Học viện cho thấy khoảng 90% các ý kiến được khảo sát hài lòng. Tuy nhiên vẫn còn 5,3% ý kiến của SV phản hồi chưa tích cực về công tác giao tiếp với SV tại Văn phòng một cửa.

2. Điểm mạnh

Học viện có nhiều hoạt động để tạo tâm lý và môi trường thân thiện cho NH và CBGV, nhân viên của Học viện. Khuôn viên của Học viện an toàn, sạch sẽ và thân thiện tạo không khí thoải mái và điều kiện tốt cho việc thực hiện hoạt động giảng dạy, học tập và nghiên cứu.

3. Điểm tồn tại

Vẫn còn 5,3% ý kiến của SV phản hồi chưa tích cực về công tác giao tiếp với SV tại Văn phòng một cửa.

4. Kế hoạch hành động

Học kỳ I, Năm học 2023-2024, Phòng CT&CTSV ban hành quy tắc giao tiếp, ứng xử văn minh với sinh viên tại văn phòng một cửa.

5. Tự đánh giá: Mức đạt được của tiêu chí: 5/7.

Kết luận về Tiêu chuẩn 8

Chính sách, tiêu chí tuyển sinh, phương pháp tuyển chọn người học rõ ràng, đầy đủ, chi tiết trong Đề án tuyển sinh hằng năm của Học viện. Chính sách, tiêu chí tuyển sinh, phương pháp tuyển chọn được cập nhật trên cơ sở các quy định của Bộ GD&ĐT và thực tế của Học viện. Ngoài các chính sách ưu tiên trong tuyển sinh như của Bộ GD&ĐT, Học viện có thêm chính sách ưu tiên trong tuyển sinh thông qua việc cấp các suất học bổng toàn phần (miễn 100% học phí trong năm học thứ nhất) và học bổng bán phần (miễn 50% học phí trong năm học thứ nhất) cho các thí sinh có kết quả thi THPT hoặc có thành tích cá nhân, thành tích học tập cao.

Học viện có hệ thống giám sát sự tiến bộ trong học tập, rèn luyện, kết quả học tập, khối lượng học tập, cảnh báo học vụ đối với người học, bao gồm: Phòng Giáo vụ, Phòng Đào tạo, Phòng Chính trị và Công tác Sinh viên (CT & CTSV)/Công tác Sinh viên, Trung tâm Khảo thí và ĐBCLGD và cố vấn học tập (CVHT). Học viện sử dụng phần mềm Quản lý đào tạo Edusolf để hỗ trợ quá trình giám sát tiến trình học tập và rèn luyện của SV trong suốt khóa học.

Học viện đã chú trọng xây dựng môi trường sự phạm, tổ chức các hoạt động văn hoá, văn nghệ, thể dục thể thao và các hoạt động tình nguyện, tạo sân chơi lành mạnh, nhân văn trong Học viện; môi trường tâm lý, xã hội, làm việc thân thiện, tạo điều kiện thoải mái để thực hiện các hoạt động giảng dạy, học tập và nghiên cứu của CB, GV, NV và NH.

Số mẫu được khảo sát lấy ý kiến phản hồi về chất lượng, hiệu quả các hoạt động tư vấn, hỗ trợ việc làm chưa đủ lớn so với quy mô SV của CTĐT vì thế kết quả khảo sát mang tính đại diện chưa cao. Phiếu khảo sát ý kiến phản hồi của người học về công tác đảm bảo điều kiện cơ sở vật chất phục vụ người học chưa bao quát được trên phổ rộng các vấn đề thuộc môi trường tâm lý, xã hội và cảnh quan vì thế kết quả khảo sát chưa thu thập được nhiều thông tin sát thực để phục vụ cho việc cải tiến chất lượng. Một số câu hỏi khảo sát còn đa nghĩa nên khó thu được câu trả lời chính xác cho nội dung cần hỏi.

Tiêu chuẩn 8 có 05 tiêu chí: 5,00/7 .

Tiêu chuẩn 9: Cơ sở vật chất và trang thiết bị

Mở đầu

Trong nhiều năm qua, Học viện đã rất chú trọng đến việc trang bị trang thiết bị và cơ sở vật chất phục vụ nhu cầu học tập và NCKH của SV và GV của CTĐT ngành Marketing. Ngoài việc trang bị đầy đủ thiết bị các phòng học, phòng thực hành, phòng làm việc, phòng máy tính, thư viện... hệ thống mạng wifi phủ sóng toàn bộ khuôn viên Học viện. Đặc biệt được sự hỗ trợ của các doanh nghiệp, các phòng máy thực hành được đầu tư trang bị hiện đại và đáp ứng được các xu hướng phát triển của ngành Marketing trên thế giới. Học viện cũng quan tâm đến sức khỏe, an toàn vệ sinh học đường, và công tác phòng cháy, chữa cháy.

Tiêu chí 9.1: Có hệ thống phòng làm việc, phòng học và các phòng chức năng với các trang thiết bị phù hợp để hỗ trợ các hoạt động đào tạo và nghiên cứu.

1. Mô tả hiện trạng

Học viện có trụ sở chính tại số 122 Hoàng Quốc Việt, Phường Nghĩa Tân, Quận Cầu Giấy, Thành phố Hà Nội, có cơ sở đào tạo tại Phường Mộ Lao, Quận Hà Đông, Thành phố Hà Nội và Cơ sở Học viện tại Thành phố Hồ Chí Minh với tổng diện tích là 127.694,90 m² phục vụ công tác đào tạo, nghiên cứu khoa học và PVCĐ (trong đó miền Bắc là 63.464,70m², miền Nam là 64.230,20 m²). Tổng diện tích sàn phục vụ đào tạo, NCKH là 79.376 m², diện tích sàn phục vụ đào tạo đạt bình quân 6,337m²/sinh viên, đáp ứng Khoản 2 Điều 6 Thông tư 06/2018/TT-BGDĐT ngày 28 tháng 02 năm 2018 [H9.09.01.01], [H9.09.01.02].

Học viện có 118 phòng làm việc với tổng diện tích là 3.977 m², trong đó Cơ sở Hà Nội có 68 phòng, và Cơ sở Thành phố HCM là 50 phòng. Phòng làm việc của Bộ môn Marketing 1 tại tầng 9 nhà A2, Cơ sở Hà Đông với diện tích 164,7m², phòng làm việc Bộ môn Tài chính Khoa Quản trị kinh doanh 2 tại phòng 2B17 khu nhà B với diện tích 90 m² [H9.09.01.03]. Tại các khu vực làm việc của Học viện có bố trí Phòng làm việc của Hội đồng Học viện, Ban giám đốc, các đơn vị chức năng Học viện, lãnh đạo khoa và các phòng sinh hoạt chung của CBGV từng khoa.

Học viện có 122 phòng học với tổng diện tích là 11.991m², trong đó Cơ sở Hà Nội có 65 phòng học, Cơ sở Thành phố HCM có 57 phòng học. Các phòng học lý thuyết được sử dụng chung cho tất cả các ngành đào tạo của Học viện, trong đó có ngành Marketing [H9.09.01.04].

Học viện có 09 phòng hội trường, hội thảo phục vụ tổ chức các sự kiện, hội nghị, hội thảo với phòng hội trường A2 có diện tích 1200 m² đáp ứng tối đa 700 chỗ ngồi, 44 phòng học từ 100-200 chỗ ngồi, 38 phòng học từ 50-100 chỗ ngồi, 21 phòng học dưới 50 chỗ ngồi [H9.09.01.05].

Diện tích xây dựng phục vụ trực tiếp đào tạo của Học viện luôn đáp ứng được yêu cầu về tỷ lệ diện tích trên người học theo quy định. Tỷ số diện tích sàn xây dựng trên SV chính quy 3.723 m²/SV (46.640/12.526).

Toàn bộ phòng làm việc của HV đều được trang bị đầy đủ máy tính cho cán bộ GV, máy photocopy, máy scan phục vụ cho công tác quản lý đào tạo, bàn ghế làm việc và các tủ tài liệu được trang bị đầy đủ theo quy chuẩn làm việc, các phòng làm việc được lắp đặt điều hoà, quạt trần, quạt treo tường đảm bảo nhiệt độ, độ ẩm cho sức khoẻ cán bộ GV. Phòng làm việc của khoa được trang bị các tủ để chứa tài liệu, hồ sơ hoạt động của khoa với tủ đựng tư liệu, máy tính, bàn làm việc, dây bàn dành cho hoạt động hội họp để phục vụ công tác quản lý hồ sơ, giải quyết vấn đề học vụ của khoa [H9.09.01.06].

Toàn bộ phòng học đều được trang bị thiết bị trình chiếu (máy chiếu, tivi, máy tính), các hệ thống âm thanh, bảng viết, bảng từ, bàn ghế, hệ thống đèn chiếu sáng (102 trngng thiết bị) đáp ứng tiêu chuẩn thiết kế phòng học theo quy định của Nhà nước. 100% phòng học đều được trang bị điều hoà không khí và thông gió phù hợp cho các hoạt động đào tạo [H9.09.01.07]. Tuy nhiên, một số phòng học ở cơ sở phía Nam chưa được trang bị điều hoà không khí.

Hàng năm, các đơn vị thực hiện rà soát nhu cầu về trang thiết bị cơ sở vật chất, đề xuất thay thế các trang thiết bị cũ đáp ứng cho nhu cầu nghiên cứu và đào tạo gửi phòng Kế hoạch Đầu tư để tổng hợp, báo cáo Giám đốc học viên giao kế hoạch kinh phí đầu tư cải tạo cơ sở vật chất, mua sắm trang thiết bị, công cụ dụng cụ [H9.09.01.08].

Nhằm tăng cường trang thiết bị phục vụ đào tạo, NCKH, Học viện làm việc với các doanh nghiệp như Tập đoàn Công nghiệp và Viễn thông Viettel, Samsung, VNPT, Mobifone... để thu hút nguồn tài trợ từ phía các doanh nghiệp trong việc xây dựng các phòng Lab và tài trợ phòng máy tính [H9.09.01.09].

2. Điểm mạnh

Học viện có mối quan hệ truyền thông, gắn bó chặt chẽ với các doanh nghiệp, tập đoàn lớn trong ngành TT&TT, nên thường xuyên nhận được sự hỗ trợ trong việc tăng cường các nguồn lực về trang thiết bị phục vụ đào tạo, NCKH.

3. Điểm tồn tại

Một số phòng học ở cơ sở phía Nam chưa được trang bị điều hoà không khí.

4. Kế hoạch hành động

Năm học 2023-2024, Phòng Kế hoạch đầu tư triển khai việc bổ sung đủ các trang thiết bị cho phòng học, đặc biệt là trang bị điều hoà không khí cho cơ sở phía Nam.

5. Tự đánh giá: Mức đạt được của tiêu chí: 5/7.

Tiêu chí 9.2: Thư viện và các nguồn học liệu phù hợp và được cập nhật để hỗ trợ các hoạt động đào tạo và nghiên cứu.

1. Mô tả hiện trạng

Học viện có hai thư viện tại Cơ sở đào tạo Hà Đông và Cơ sở đào tạo phía Nam tại Quận 9 - Tp. Hồ Chí Minh (gọi tắt là Thư viện Học viện cơ sở) phục vụ cán bộ, GV, SV trong toàn Học viện [H9.09.02.01]. Hai Thư viện có kết nối với nhau qua phần mềm Thư viện điện tử Libol 6.0 và phần mềm Thư viện số Dspace [H9.09.02.02].

Thư viện Cơ sở đào tạo Hà Đông (TV CSHĐ) tại tầng 1 nhà A3 có tổng diện tích 500m², có một phòng đọc, một phòng mượn, các khu vực của Thư viện được bố trí liên hoàn nhau; phòng đọc, kho sách tổ chức theo chuẩn thư viện và có phòng đọc, phòng mượn dành cho GV, SV riêng biệt [H9.09.02.03], được phân chia cụ thể:

+ Khu vực sảnh với diện tích 66,5 m² có chứa 02 máy tra cứu và khu vực chờ, có các tủ gửi đồ để bạn đọc đến gửi đồ trước khi vào phòng đọc, mượn; có khu vực quầy thủ thư dành cho 2 phòng đọc và mượn có diện tích 21 m².

+ Kho sách Mở diện tích 56 m², là nơi bạn đọc vào tự chọn sách tại các giá sách; kho mượn diện tích 56,5 m² được tổ chức kho đóng, bạn đọc mượn sách về nhà qua thủ thư.

+ Khu vực học nhóm của bạn đọc có diện tích 22 m² được bố trí riêng để thuận tiện cho việc học nhóm.

+ Khu vực đọc sách có diện tích 189,5 m² được bố trí các bàn, ghế ngồi và khu vực đa phương tiện với 24 máy tính để bàn dành cho bạn đọc tra cứu và sử dụng các

tài liệu trên mạng. Tuy nhiên, so với qui mô đào tạo của Học viện thì diện tích Thư viện chưa được đầu tư đúng mức, phòng đọc chật, thiếu chỗ ngồi vào thời điểm trước các kỳ thi khi SV có nhu cầu mượn sách cao.

Thư viện Cơ sở đào tạo Hà Đông hiện có 5 cán bộ đều có trình độ đại học phù hợp với nghiệp vụ để phục vụ hiệu quả cho cán bộ, GV, nghiên cứu viên và SV

Thư viện Học viện cơ sở (TV HVCS) có diện tích 710m², được tổ chức đủ hai bộ phận riêng biệt là bộ phận nghiệp vụ và bộ phận phục vụ. Bộ phận phục vụ với hai hệ thống phòng: phòng đọc mở và phòng mượn. phòng đọc mở có sức chứa khoảng 150 SV trong cùng một thời điểm, phòng mượn mỗi ngày có thể phục vụ khoảng 200 SV, ngày cao điểm khoảng 300 SV cùng lúc. Thư viện Học viện Cơ sở tại Tp. HCM hiện có 2 cán bộ đều có trình độ đại học phù hợp với nghiệp vụ để phục vụ hiệu quả cho cán bộ, GV, nghiên cứu viên và SV.

Ngoài ra, Thư viện còn có kho lưu và Phòng xử lý nghiệp vụ với tổng diện tích 50m² để cán bộ thu nhận tài liệu, xử lý và lưu kho.

Học viện ban hành văn bản hướng dẫn về việc mượn và trả sách đối với SV, quy định về quản lý và cung cấp Học liệu, các quy định này được thông báo tới các lớp SV trong tuần lễ công dân đầu khóa học và trong sổ tay SV hàng năm của Học viện [H9.09.02.04]; Nội quy sử dụng thư viện, qui định giờ phục vụ thư viện được treo tại sảnh lối vào thư viện [H9.09.02.05], [H9.09.02.06]; quy định về tổ chức kho tài liệu và qui định về qui trình xử lý tài liệu [H9.09.02.07].

Trang thiết bị phục vụ triển khai nghiệp vụ công tác thư viện (bàn ghế, máy tính, thiết bị, phần mềm tra cứu, thiết bị in ấn, pho tô copy, ...) được Học viện đầu tư đồng bộ [H9.09.02.08] và được định kỳ bảo dưỡng, bổ sung, thay thế hàng năm, cụ thể theo danh mục các trang thiết bị Học viện đầu tư cho Thư viện hàng năm [H9.09.02.09].

Nguồn tài nguyên thông tin của thư viện bao gồm cả tài liệu in ấn, cơ sở dữ liệu điện tử, tài liệu điện tử (E-book) và các bộ sưu tập số; có nhiều tài liệu chuyên ngành đặc thù về ngành thông tin và truyền thông, đặc biệt là các loại tài liệu sách, tạp chí ngoại văn chuyên ngành; tài liệu trong diện bổ sung của thư viện đều dựa trên danh mục các tài liệu được đề cập trong đề cương học phần trong CTĐT ngành Marketing đã được ban hành và cập nhật thường xuyên [H9.09.02.10]. Tổng số tài liệu về bản giấy là 11.406 nhan đề tài liệu với 93.725 bản, (TV CSHĐ có 6.882 nhan đề tài liệu, 57.901 bản sách; TVHVCS có 4.524 nhan đề sách; 35.824 bản sách). Trong đó sách

tiếng Việt chiếm tỷ lệ 98%; còn lại là sách tiếng nước ngoài (Tiếng Anh, Pháp, Nga) để bổ sung thêm nguồn tài liệu cho CTĐT ngành Marketing.

Giáo trình, bài giảng do GV Học viện biên soạn đáp ứng các học phần trong CTĐT ngành Marketing [H9.09.02.11]. Học viện đặc biệt chú trọng đến việc phát triển tài liệu nội sinh bao gồm các giáo trình, bài giảng, đề tài NCKH, luận văn, luận án, ... của các GV, cán bộ, học viên trong Học viện [H9.09.02.12]. Toàn bộ bài giảng, giáo trình của Học viện sau khi nghiệm thu được xuất bản dưới dạng bản giấy và học liệu điện tử để đưa lên Thư viện số, đảm bảo phục vụ đầy đủ cho các chuyên ngành đào tạo của Học viện, trong đó có học liệu điện tử ngành Marketing [H9.09.02.13]. Tính đến thời điểm này, nguồn tài liệu không công bố của Học viện gồm có 5.560 luận án tiến sỹ, luận văn thạc sỹ, đề án, khóa luận tốt nghiệp đại học đã được cập nhật, đồng thời tiếp nhận một số đề tài NCKH đã được tổ chức nghiệm thu [H9.09.02.14]. Về tài liệu điện tử, hiện thư viện có 2119 E-book, 01 Cơ sở dữ liệu Ebrary Academic Complete với 130.000 đầu sách thuộc các chủ đề KH-CN - kỹ thuật - tự nhiên và xã hội [H9.09.02.15]. Về bộ sưu tập số, Thư viện đã xây dựng các bộ sưu tập nội sinh bao gồm 1.921 giáo trình, bài giảng, tóm tắt các luận văn, luận án, đề tài NCKH, ... [H9.09.02.16].

Việc biên soạn, phát hành và bổ sung giáo trình, tài liệu học tập được thực hiện theo Quy định về việc biên soạn, phát hành và bổ sung giáo trình, tài liệu học tập được thực hiện theo Quy định công tác học liệu của Học viện tại quyết định số 249/QĐ-HV ngày 30/3/2017 [H9.09.02.17].

Thư viện đã tham gia các tổ chức, liên hiệp trong và ngoài nước để thiết lập các chính sách trao đổi, nhận biếu tặng tài liệu. Học viện là thành viên chính thức của Quỹ Châu Á, thành viên CLB các trường đại học kỹ thuật, Thư viện Học viện đã tham gia vào Consortium và được chia sẻ nguồn tài nguyên điện tử phục vụ cho đào tạo và NCKH [H9.09.02.18]. Hàng năm thư viện được nhận tài trợ là các sách ngoại văn phù hợp với các chuyên ngành đào tạo của Học viện. Ngoài ra thư viện còn nhận tài trợ từ các cơ quan trong và ngoài nước, các tổ chức phi chính phủ, các cá nhân [H9.09.02.19].

Học viện quan tâm đến chất lượng phục vụ bạn đọc, định kỳ hàng năm, thư viện tổ chức lấy ý kiến của bạn đọc qua hộp thư góp ý, phiếu điều tra thăm dò ý kiến độc

giả về nhu cầu đọc, mức độ đáp ứng về tài liệu, phong cách làm việc của cán bộ thư viện để từ đó nâng cao chất lượng phục vụ của của thư viện [H9.09.02.20].

Hệ thống quản lý thư viện thực hiện bằng phần mềm, nguồn thông tin tư liệu được tổ chức phân loại theo chuẩn quốc tế, việc quản lý lưu hành (mượn, trả tài liệu), hồ sơ độc giả được cập nhật thường xuyên và quản lý bằng mã vạch. Thư viện CSHĐ được đầu tư phần mềm quản trị thư viện tích hợp Libol 6.0 và phần mềm mã nguồn mở Dspace để tổ chức quản lý nguồn tài nguyên thông tin tư liệu và đưa vào khai thác sử dụng. TV HVCS sử dụng phần mềm quản trị thư viện Hilib 6.0 để xử lý và quản lý tài liệu. Hiện nay, các cơ sở dữ liệu của thư viện với 8.096 biểu ghi đã được đưa lên mạng Lan và mạng Internet để người học tra cứu và sử dụng tại địa chỉ <https://portal.ptit.edu.vn/tttv/>.

Theo thống kê lượt bạn đọc hàng năm qua các kênh như phần mềm thư viện điện tử, thông báo của nhà cung cấp CSDL điện tử, sổ nhật ký theo dõi tại thư viện cho thấy số lượng bạn đọc sử dụng thư viện trung bình là 2.481 lượt người/tháng [H9.09.02.20]. Trong giai đoạn 2017-2021 có 148.860 lượt bạn đọc sử dụng thư viện điện tử (trong đó có khoảng hơn 20.000 lượt sinh viên ngành Marketing chiếm tỉ lệ 13,44%).

Hệ thống thư viện của Học viện từng bước được đầu tư hiện đại, tiếp cận với các tiêu chuẩn nghiệp vụ tiên tiến, phù hợp với lộ trình phát triển chung của hệ thống thư viện đại học trong nước và khu vực, đồng thời đáp ứng đầy đủ những yêu cầu cơ bản cho các chuyên ngành đào tạo của Học viện, nhu cầu của GV và người học.

2. Điểm mạnh

Tài liệu nội sinh của Học viện đã được xây dựng khá đầy đủ, đáp ứng tốt những yêu cầu cơ bản cho các chuyên ngành đào tạo của Học viện, nhu cầu của GV và người học.

3. Điểm tồn tại

So với qui mô đào tạo của Học viện thì diện tích phòng đọc của thư viện nhỏ, thiếu chỗ ngồi cho SV vào thời điểm trước mỗi kỳ thi.

4. Kế hoạch hành động

Năm 2024, Phòng Kế hoạch đầu tư nghiên cứu, đề xuất phương án để mở rộng diện tích Thư viện của cả hai cơ sở đào tạo.

5. Tự đánh giá: Mức đạt được của tiêu chí: 4/7

Tiêu chí 9.3: Phòng thí nghiệm, thực hành và trang thiết bị phù hợp và được cập nhật để hỗ trợ các hoạt động đào tạo và nghiên cứu.

1. Mô tả hiện trạng

Để nâng cao chất lượng dạy và học, gắn liền giữa lý thuyết và thực hành, Học viện đã đầu tư xây dựng 55 phòng thực hành, thí nghiệm với tổng diện tích là 4819 m², trong đó Cơ sở Hà Nội có 32 phòng với diện tích là 2.096 m², Cơ sở Thành phố HCM có 33 phòng với 2.723 m². Trong đó có 5 phòng thí nghiệm vật lý, 21 Phòng thực hành điện tử viễn thông, 25 phòng thực hành CNTT và 04 phòng thực hành đa phương tiện [H9.09.03.01]. Ngoài ra, Học viện có các phòng Lab bao gồm: Phòng LAB học máy và ứng dụng, phòng LAB Toán ứng dụng và tính toán, phòng LAB Hệ thống vô tuyến và ứng dụng, phòng LAB viễn thông, phòng LAB thông tin vô tuyến, phòng LAB Samung, phòng LAB Block Chain, phòng LAB 4G Viettel, phòng LAB Naver, phòng LAB Viễn thông FPT và hệ thống các phòng LAB An toàn thông tin (ATTT) [H9.09.03.02].

Ngoài việc sử dụng các phòng thí nghiệm thực hành để SV ngành Marketing học các học phần về CNTT trong CTĐT, GV Bộ môn Marketing còn sử dụng phòng LAB của Học Viện để phục vụ giảng dạy các môn học có liên quan đến ứng dụng phần mềm các chuyên ngành Marketing [H9.09.03.03].

Ngoài các phòng thực hành truyền thống, năm 2020, nền tảng thực hành thông minh PTIT D-Lab được Học viện triển khai, áp dụng cho các môn học thực hành của CTĐT khối ngành kỹ thuật và hệ thống có thể đáp ứng lưu lượng cho 15.000 SV tham gia thực hành trong cùng thời điểm [H9.09.03.04].

Các phòng thí nghiệm, thực hành được trang bị đầy đủ các trang thiết bị CNTT như máy tính, wifi, máy chiếu, máy in, màn chiếu, thiết bị điện tử, phần mềm mô phỏng, ... phục vụ đào tạo và NCKH, cụ thể:

- Phòng thí nghiệm vật lý được trang bị các thiết bị thí nghiệm vật lý về khảo sát điện trường biến thiên; hiện tượng giao thoa ánh sáng và máy tính; hiện tượng nhiễu xạ ánh sáng và máy tính; chuyển động của điện tử trong điện từ trường; hiện tượng phân cực ánh sáng và máy tính; ...

- Phòng thực hành An toàn thông tin được trang bị: Máy tính, wifi, Switch 24 port; Smart Tivi Samsung 55 inch UA55K5500; HT cáp mạng LAN, Thiết bị Web Application Firewall Fortinet FortiWeb 400C (USA); Thiết bị Firewall Fortinet

Fortigate 500D; Phần mềm ảo hóa máy chủ VMware vSphere 6; Phần mềm InsightUBA (formerly UserInsight); Phần mềm NXEXPP256 - NEXPOSE EXPRESS PERPETUAL LICENSE (256 IPs); Phần mềm dò quét lỗ hổng bảo mật Website Acunetix Vulnerability Scanner phiên bản Enterprise Edition; McAfee Network Security IPS-VM100 Virtual Software; Phần mềm COSEINC Automated Malware Analysis Lab (CAMAL); Thiết bị máy chủ quản trị hệ thống: Fujitsu RX2540 M2; Hệ thống phòng chống tấn công AntiDDoS: Fortinet FortiGate 600D; Hệ thống quản lý Log và phân tích sự kiện an ninh (SIEM) - McAfee Enterprise Security, Enterprise Log Manager and Event Receiver 5700 Combination (ETM-5700-ELM); Hệ thống Sandbox phân tích và phát hiện các tấn công ATP; Hệ thống giả lập tấn công hệ thống mạng: Ixia PerfectStorm ONE.

- Phòng thực hành công nghệ phần mềm, hệ thống thông tin, trí tuệ nhân tạo được trang bị máy tính, các thiết bị nhúng, các phần mềm để giảng viên xây dựng các bài thí nghiệm thực hành đào tạo công nghệ, an toàn thông tin.

Ngoài các trang thiết bị CNTT, các phòng LAB được trang bị đồng bộ về các hệ thống nguồn, PCCC, chiếu sáng, điều hoà, bàn ghế, ... để phục vụ các quy mô từ 20 đến 50 người sử dụng trong cùng thời điểm [H9.09.03.05]:

- Phòng LAB rà quét lỗ hổng ATBM - LAB An toàn thông tin: Máy tính, server, Phần mềm dò quét lỗ hổng bảo mật Website Acunetix Vulnerability Scanner phiên bản Enterprise Edition; Phần mềm InsightUBA (formerly UserInsight); Phần mềm NXEXPP256 - NEXPOSE EXPRESS PERPETUAL LICENSE (256 IPs); McAfee Network Security IPS-VM100 Virtual Software; Phần mềm COSEINC Automated Malware Analysis Lab (CAMAL).

- Phòng LAB giả lập tấn công ATBM - LAB An toàn thông tin: Máy tính, server, Thiết bị máy chủ quản trị hệ thống: Fujitsu RX2540 M2, Hệ thống phòng chống tấn công AntiDDoS: Fortinet FortiGate 600D, Hệ thống giả lập tấn công hệ thống mạng: Ixia PerfectStorm ONE,

- Phòng LAB phân tích mã độc - LAB An toàn thông tin: Máy tính, server, Hệ thống quản lý Log và phân tích sự kiện an ninh (SIEM) - McAfee Enterprise Security; Enterprise Log Manager and Event Receiver 5700 Combination (ETM-5700-ELM; Hệ thống Sandbox phân tích và phát hiện các tấn công ATP; ...

Với hệ thống phòng thí nghiệm, thực hành chuyên ngành và các phòng Lab được trang bị đủ các trang thiết bị, phần mềm đảm bảo đáp ứng yêu cầu đào tạo, NCKV của GV, người học các CTĐT tại Học viện, trong đó có ngành Marketing.

Tình trạng của các trang thiết bị phục vụ TNTH như: đang hoạt động/ đang sử dụng, đang hư hỏng, không có nhu cầu sử dụng, ... được ghi nhận, đánh dấu vào biên bản kiểm kê tài sản làm cơ sở cho việc đề nghị thanh lý tài sản, hay lập kế hoạch mua sắm máy móc thiết bị, bổ sung dụng cụ, sửa chữa nhà cửa vật kiến trúc/hệ thống kỹ thuật, trong biên bản xác định cụ thể nguyên giá, giá trị còn lại của từng trang thiết bị tại Phòng TNTH [H9.09.03.06]. Hàng năm, căn cứ kế hoạch của Học viện, Trung tâm TNTH phối hợp với các Khoa tiến hành kiểm tra, đánh giá chất lượng các trang thiết bị, đề xuất các biện pháp cải tạo nâng cấp, mua sắm, sửa chữa trang thiết bị theo yêu cầu của CTĐT gửi Phòng Kế hoạch Đầu tư để tổng hợp nhu cầu đầu tư trang thiết bị toàn Học viện. Căn cứ đề xuất của các đơn vị, Học viện ban hành kế hoạch và giao kinh phí để các đơn vị thực hiện việc bảo trì, nâng cấp, duy tu, bảo dưỡng các máy móc, trang thiết bị được giao quản lý sử dụng [H9.09.03.07]. Kinh phí dành cho các hoạt động duy tu, bảo dưỡng máy móc, thiết bị, sửa chữa nhỏ của các phòng TNTH được trích từ nguồn kinh phí thường xuyên do Học viện phân bổ hàng năm và tổng kinh phí đầu tư cho các trang thiết bị của các phòng TNTH trong chu kỳ KĐCL là hơn 1,89 tỷ VNĐ và chi sửa chữa Phòng TNTH là 1,29 tỷ VNĐ.

Để nâng cao chất lượng hướng dẫn TNTH, năm 2018 Học viện đã bổ sung các phòng LAB An toàn thông tin; năm 2020, dự án tài trợ của Tập đoàn Công nghiệp và Viễn thông Quân đội Viettel trang bị phòng LAB 4G với giá trị trên 5 tỷ [H9.09.03.08]; năm 2021, dự án tài trợ LAB AI của Tập đoàn NAVER trị giá 3 tỷ [H9.09.03.09].

Trong chu kỳ KĐCL, Học viện luôn quan tâm đến việc huy động các nguồn tài trợ từ các doanh nghiệp, tập đoàn lớn của Ngành TT&TT trong việc đầu tư các phòng Lab, các trang thiết bị phục vụ công tác TNTH. Tuy các trang thiết bị trong phòng thí nghiệm, phòng thực hành được duy tu, bảo dưỡng và nâng cấp hàng năm, nhưng vẫn còn 267 máy tính tại các phòng thí nghiệm, thực hành được trang bị từ trước năm 2015, nên cấu hình không đáp ứng được việc sử dụng các chương trình phần mềm có dung lượng lớn.

Nhằm nâng cao hiệu quả quản lý các trang thiết bị TNTH, Học viện thành lập Trung tâm TNTH tại Cơ sở Hà Đông [H9.09.03.10] và ban hành Quy định quản lý và hướng dẫn TNTH theo Quyết định số 233/QĐ-HV ngày 04/02/2018 của Giám đốc Học viện [H9.09.03.11]. Trung tâm TNTH được bố trí 7 cán bộ, có 02 cán bộ là GV giảng dạy thực hành và 5 kỹ thuật viên có chuyên môn được đào tạo phù hợp để quản lý các máy móc, thiết bị [H9.09.03.12].

Tại các Phòng TNTH, các máy móc, thiết bị đều được dán mã quản lý; có bảng hướng dẫn sử dụng và các nguyên tắc an toàn, xử lý sự cố trong thực hành, thí nghiệm; sổ sách mượn - trả, theo dõi, ghi nhận hiện trạng cũng như tần suất sử dụng; nhật ký ra vào phòng TNTH. GV và SV phải tuân thủ các quy định của Trung tâm TNTH khi vào học tập hay NCKH, đồng thời phải ghi nhật ký sử dụng trước và sau khi sử dụng [H9.09.03.13]. Để đánh giá hiệu quả sử dụng, hằng năm Học viện có báo cáo công tác rà soát thực trạng CSVC của Học viện. Qua nhật ký sử dụng phòng TNTH cho thấy các phòng TNTH được khai thác và sử dụng có hiệu quả.

Hàng năm, Trung tâm KT&ĐBCLGD tổ chức khảo sát sinh viên về CSVC phục vụ hoạt động dạy và học, Báo cáo kết quả khảo sát lấy ý kiến phản hồi của NH trong giai đoạn 2017-2022 cho thấy có 95% ý kiến đánh giá hài lòng về các trang thiết bị, máy móc, nội quy, quy định và trang thiết bị bảo hộ an toàn lao động của phòng thí nghiệm, xưởng thực hành được trang bị đầy đủ và được cập nhật [H9.09.03.14].

2. Điểm mạnh

Các Phòng TNTH với các trang thiết bị phù hợp, được cập nhật thường xuyên để đáp ứng tốt hoạt động đào tạo và NCKH. Hệ thống phòng Lab chuyên sâu được đầu tư với các trang thiết bị hiện đại (phòng Lab ATTT, phòng Lab Samsung, Lab NAVER...)

3. Điểm tồn tại

Một số máy tính trong phòng thí nghiệm thực hành được trang bị từ trước năm 2015, nên cấu hình không đáp ứng được việc sử dụng các chương trình phần mềm có dung lượng lớn.

4. Kế hoạch hành động

Năm 2023, Trung tâm TNTH đề xuất để Học viện đầu tư, nâng cấp máy tính đã cũ trong các phòng thí nghiệm, thực hành.

5. Tự đánh giá: Mức đạt được của tiêu chí: 5/7

Tiêu chí 9.4: Hệ thống công nghệ thông tin (bao gồm cả hạ tầng cho học tập trực tuyến) phù hợp và được cập nhật để hỗ trợ các hoạt động đào tạo và nghiên cứu.

1. Mô tả hiện trạng

Năm 2011, Học viện thành lập Trung tâm tích hợp dữ liệu Datacenter theo Quyết định số 90/QĐ-TTTV ngày 24/02/2011 [H9.09.04.01] để thống nhất quản lý toàn bộ cơ sở dữ liệu về các lĩnh vực hoạt động của Học viện. Đồng thời, Học viện thành lập Tổ Ứng dụng CNTT thuộc Văn phòng Học viện nhằm thống nhất quản lý một có hiệu quả hệ thống công nghệ thông tin hỗ trợ các hoạt động đào tạo và nghiên cứu khoa học, quản lý và bảo trì các thiết bị máy chủ, thiết bị mạng và đường truyền kết nối liên thông mạng nội bộ đảm bảo hệ thống mạng của Học viện hoạt động thông suốt [H9.09.04.02]. Hệ thống công nghệ thông tin với hơn 20 máy chủ chuyên dụng, hiện đại cùng mạng nội bộ (LAN), đường truyền Internet tốc độ cao, điểm truy cập wifi và hệ thống phần mềm quản lý tích hợp đã giúp Học viện tin học hóa hầu hết các hoạt động đào tạo, quản lý và NCKH [H9.09.04.03].

Hệ thống wifi của Học viện phủ sóng tại giảng đường, thư viện, văn phòng các bộ môn... Cán bộ, GV, SV Học viện được cấp tài khoản email theo tên miền (@ptit.edu.vn) và miễn phí khi sử dụng Internet thông qua hệ thống kết nối không dây (wifi), hệ thống mạng nội bộ để truy cập vào hệ thống mạng để sử dụng các phần mềm ứng dụng, quản lý, điều hành của Học viện, để chia sẻ dữ liệu. SV Học viện được truy cập mạng (wifi) miễn phí tại các Hội trường lớn, khu giảng đường. Một số thời điểm, lượng SV đăng ký học phần tập trung quá đông nên hệ thống đôi lúc bị quá tải, làm ảnh hưởng đến hoạt động truy cập của SV và GV.

Học viện ban hành Quy định về hoạt động quản lý, vận hành và cung cấp thông tin trên trang thông tin điện tử của Học viện [H9.09.04.04] và tổ chức cung cấp các ứng dụng CNTT trên website của Học viện tại địa chỉ <https://portal.ptit.edu.vn/> để cung cấp mọi thông tin cần thiết cho GV và NH về các hoạt động quản lý, đào tạo, nghiên cứu và khả năng liên kết trang web với Bộ môn Marketing và các đơn vị trực thuộc Học viện.

Để đảm bảo an toàn thông tin người dùng trên hệ thống mạng, Học viện ban hành Quy định khai thác và sử dụng thư điện tử của cán bộ và sinh viên trong Học viện ban hành theo Quyết định số 231/QĐ ngày 12/4/2013 [H9.09.04.05]; Quy định quản lý, vận hành và khai thác sử dụng Hệ thống Quản lý thông tin cán bộ Học viện ban hành

theo Quyết định số 652/QĐ-TH ngày 30/9/2014 [H9.09.04.06], cùng với việc triển khai chuyển đổi hệ thống thư điện tử toàn Học viện; Quy định về Nội quy diễn đàn Sinh viên theo Quyết định số 264/QĐ-GV&CTSV ngày 29/4/2010 [H9.09.04.07].

Tổng số máy tính của Học viện là 1.317 máy, trong đó số máy sử dụng cho học tập và nghiên cứu là 840 máy, số máy được dùng cho quản lý là 297 máy [H9.09.04.08], tỷ lệ bình quân tính theo NH hệ đại học chính quy là 0,09 máy tính/NH. Tất cả các máy tính được kết nối mạng tới các đơn vị và hệ thống wifi miễn phí phủ sóng toàn Học viện. Các máy tính được cài đặt với nhiều phần mềm có bản quyền và luôn cập nhật các phiên bản mới nhất. Học viện sử dụng nhiều kênh thuê riêng có băng thông từ 2 Mbps (quốc tế) đến 30 Mbps (trong nước) để kết nối Internet và đào tạo, hội thảo khoa học, tổ chức các cuộc họp và đào tạo trực tuyến. Phòng Hội thảo của Học viện (03 phòng họp trực tuyến, 02 hội trường họp trực tuyến) đều được trang bị hệ thống CNTT hiện đại, hệ thống máy chiếu, cầu truyền hình đảm bảo tổ chức được các hoạt động khoa học chất lượng.

Học viện triển khai đồng bộ các ứng dụng CNTT vào công tác quản lý các hoạt động đào tạo, đặc biệt là quản lý thống nhất dữ liệu về SV (tuyển sinh, kết quả học tập,thời học, tốt nghiệp, ...), dữ liệu về CTĐT, đề cương chi tiết... đối với tất cả cơ sở đào tạo của Học viện tại phần mềm tuyển sinh, do phòng Đào tạo quản lý; phần mềm quản lý học phí , do phòng Tài chính- quản lý; phần mềm thi trắc nghiệm; phần mềm quản lý SV edusoft; phần mềm quản lý quy cập internet; phần mềm quản lý đào tạo trực tuyến trans; phần mềm quản lý nhân sự; phần mềm quản trị thư viện Libol 6.0; phần mềm tra cứu xác thực phát hiện văn bằng chứng chỉ giả; ... [H9.09.04.09].

Học viện có các phòng Lab an toàn thông tin được trang bị các thiết bị đồng bộ, hiện đại phục vụ hoạt động đào tạo trực tuyến, thi trực tuyến, giảng dạy E-learning, tập huấn các ứng dụng CNTT cho GV và NH [H9.09.03.05].

Hệ thống ứng dụng công nghệ thông tin của Học viện trong những năm qua luôn được duy trì, bảo dưỡng định kỳ, hoạt động ổn định, an toàn, hiệu quả để hỗ trợ các hoạt động đào tạo và nghiên cứu của cán bộ, GV, nghiên cứu viên và SV [H9.09.04.10].

Triển khai chuyển đổi số theo mô hình “Quốc gia số thu nhỏ”, Học viện đã nghiên cứu, tham khảo các định hướng, chính sách của quốc gia trong hoạt động chuyển đổi số và xây dựng phương án chuyển đổi số bám theo 3 trục của Chương trình

chuyển đổi số quốc gia. Học viện cũng xây dựng các mục tiêu chuyển đổi số theo 3 trục là Quản trị số – Dịch vụ số – Xã hội số, Sau gần 1 năm từ khi quyết liệt triển khai nhiệm vụ do Bộ trưởng giao, các ứng dụng, nền tảng như PTIT-SLink; Hệ thống thực hành ảo D-Lab; Mô hình lớp học thông minh, Trung tâm điều hành số, mô hình dịch vụ công cấp 4, mạng xã hội cựu SV đã được phát triển, kết nối và dần trở thành hệ sinh thái ban đầu ở Học viện số [H9.09.04.11]. Năm 2021, Học viện đã triển khai cấp mã định danh cho SV ngay khi trúng tuyển và SV có thể truy cập vào phần mềm PTITS-link để phục vụ cho việc nhập học trực tuyến, tra cứu điểm, tình trạng học phí, xét duyệt học bổng, theo dõi thời khóa biểu, ... trên tất cả các thiết bị di động [H9.09.04.12].

Từ năm 2020, trước tình hình dịch Covid bùng phát, Học viện đã triển khai hoạt động giảng dạy - học tập trực tuyến được thực hiện qua phần mềm TranS và hệ thống hỗ trợ học tập thông qua hệ thống quản lý học tập trực tuyến - LMS [H9.09.04.13]. Đồng thời, Học viện triển khai nền tảng thực hành thông minh PTIT D-Lab giúp SV có thể thực hành trực tuyến qua mạng [H9.09.04.14]. Do mới đưa vào sử dụng nên trong một số thời điểm, lượng SV đăng ký học phân tập trung quá đông nên hệ thống đôi lúc bị quá tải, làm ảnh hưởng đến hoạt động truy cập của SV và GV.

Các phần mềm quản lý, hệ thống mạng, máy tính được nâng cấp, cập nhật thường xuyên nhằm đảm bảo hiệu quả hoạt động của Học viện. Trong chu kỳ KDCL, Học viện dành một khoản ngân sách nhất định đầu tư và bảo trì cho hệ thống CNTT của Học viện với tổng đầu tư trong giai đoạn 2017-2021 là 682 triệu VNĐ [H9.09.04.15].

Thực hiện Quy định khảo sát ý kiến phản hồi của cán bộ, giảng viên, sinh viên về điều kiện cơ sở vật chất phục vụ công tác quản lý, giảng dạy, học tập, NCKH, định kỳ hàng năm Học viện lấy ý kiến phản hồi của CBGV, NH về mức độ đáp ứng nhu cầu về đào tạo và nghiên cứu của hệ thống công nghệ thông tin, theo Báo cáo kết quả khảo sát về tiêu chí đánh giá “hệ thống CNTT phù hợp và hiện đại để hỗ trợ các hoạt động học tập và NCKH, có 97,16% ý kiến SV tham gia khảo sát hài lòng và 95% ý kiến CBGV tham gia khảo sát hài lòng [H9.09.04.16].

2. Điểm mạnh

Học viện là trường đại học đầu tiên trong cả nước đi đầu trong công cuộc chuyển đổi số, đây là mô hình nền tảng số đầu tiên được công bố trong việc liên thông dữ liệu thông qua ứng dụng phần mềm PTIT-Slink, nhằm tạo ra một cơ sở dữ liệu dùng

chung, làm tiền đề phát triển hệ thống các ứng dụng hỗ trợ GV, SV trong quá trình đào tạo/học tập; tối ưu hoá hiệu suất lao động của cán bộ, nhân viên hỗ trợ.

3. Điểm tồn tại

Một số thời điểm, lượng SV đăng ký học phần tập trung quá đông nên hệ thống đôi lúc bị quá tải, làm ảnh hưởng đến hoạt động truy cập của SV và GV.

4. Kế hoạch hành động

Năm 2023, Phòng Giáo vụ sẽ đánh giá lại việc phân nhóm đăng ký học phần, nhằm tránh tình trạng SV tập trung truy cập hệ thống quá đông trong cùng một thời điểm.

5. Tự đánh giá: Mức đạt được của tiêu chí: 5/7

Tiêu chí 9.5: Các tiêu chuẩn về môi trường, sức khỏe, an toàn được xác định và triển khai có lưu ý đến nhu cầu đặc thù của người khuyết tật.

1. Mô tả hiện trạng

Trên cơ sở các quy định của pháp luật: Luật an toàn vệ sinh lao động (số 84/2015/QH13 ngày 25/6/2015); Luật PCCC (số 27/2001/QH10; số 40/2013/QH13); Nghị định quy định chi tiết một số điều của Luật Phòng cháy chữa cháy (Nghị định số 79/2014/NĐ-CP ngày 31/7/2014); Nghị định quy định về môi trường giáo dục an toàn, lành mạnh, thân thiện, phòng, chống bạo lực học đường (Nghị định số 80/2017/NĐ-CP ngày 17/7/2017); Quy chế công tác học sinh, sinh viên nội trú tại các cơ sở giáo dục (Thông tư số 27/2011/TT-BGDĐT ngày 27/6/2011); Quy định về tổ chức và hoạt động của Trạm Y tế trong các đại học, học viện, trường đại học, cao đẳng và trung cấp chuyên nghiệp (Thông tư số 17/2007/QĐ-BGDĐT ngày 24/5/2007); Hướng dẫn thực hiện nhiệm vụ giáo dục thể chất, hoạt động thể thao và y tế học đường (Công văn số 3946/BGDĐTGDTC ngày 31/8/2018); Quy định các tiêu chí về môi trường, sức khỏe và an toàn (CV số 3946/BGDĐT-GDTC ngày 31/8/2018); Quy định về công tác y tế trường học (Thông tư liên tịch Số 13/2016/TTLT-BYT-BGDĐT của Bộ Y tế và Bộ giáo dục và Đào tạo); Hướng dẫn khám sức khỏe (TT số 14/TT-BYT ngày 06/5/2013) [H9.09.05.01], Học viện đã ban hành các quy định, nội quy thể hiện rõ các yêu cầu, tiêu chí về môi trường, sức khỏe và an toàn cho NH tại Học viện như: Quy chế làm việc Học viện (QĐ số 1248/QĐ-HV ngày 31/12/2015) [H9.09.05.02]; Nội quy lao động (QĐ số 550/QĐ-TCCB ngày 12/8/2009) [H9.09.05.03]; Nội Quy Giảng đường, lớp học (QĐ số 353/QĐ-T.Tr ngày 07/08/2009) [H9.09.05.04]; Quy định về việc đo

thể đối với cán bộ và giảng viên [H9.09.05.05]; Nội quy Ký túc xá [H9.09.05.06]; Quy định về tổ chức, quản lý và sử dụng phòng TNTH (QĐ số 233/QĐ-HV ngày 02/04/2018) [H9.09.05.07]; ... Các quy định, nội quy được tóm tắt thành bảng và treo ở các khu nhà trong khuôn viên của Học viện để toàn thể CB, GV, NV, người học biết và thực hiện.

Học viện có Trạm y tế ở các cơ sở đào tạo, trong đó ở cơ sở miền Bắc được biên chế 03 y sỹ và cơ sở miền Nam có 01 y sỹ [H9.09.05.08]. Trạm y tế có giường bệnh để chăm sóc sức khỏe ban đầu cho người học, có thuốc dự phòng theo quy định. Vào đầu mỗi năm học, Học viện tổ chức khám sức khỏe đầu năm cũng như đăng ký bảo hiểm y tế cho SV tại các địa phương nơi Học viện có trụ sở. Trạm Y tế có trách nhiệm xây dựng kế hoạch lịch khám sức khỏe cho CB, GV, SV; định kỳ hàng năm tổ chức các đợt phun thuốc phòng chống dịch bệnh và được giám sát bởi những cán bộ có chuyên môn. Học viện đã thực hiện nghiêm túc công tác chăm sóc sức khỏe ban đầu đối với SV theo Thông tư liên tịch Số: 13/2016/TTLTBYT-BGDĐT của Bộ Y tế và Bộ GD&ĐT quy định về công tác y tế trường học.

Học viện đầu tư sân bãi phục vụ các hoạt động thể dục thể thao, cụ thể có 02 sân bóng chuyền, 02 sân bóng đá, 02 sân bóng rổ tại các cơ sở đào tạo Hà Nội và Thành phố HCM [H9.09.05.09]. Học viện có căng tin và căng tin của Học viện thực hiện các tiêu chuẩn đảm bảo an toàn thực phẩm và có giấy chứng nhận về sinh an toàn thực phẩm của cơ quan y tế địa phương [H9.09.05.10].

Học viện đã ký các hợp đồng và phụ lục gia hạn hợp đồng về dịch vụ dọn dẹp vệ sinh cơ sở vật chất của Học viện (các Hợp đồng số 08/PTIT-THM ngày 29/4/2016, số 12/PTIT-P&C ngày 12/7/2017 ngày 01/1/2017, số 466/HV-KHĐT ngày 29/6/2017, số 01/PTIT-P&C ngày 02/1/2019, số 03/2020/PLHĐ-PTIT-P&C ngày 21/9/2020, số 02/2020/PLHĐ-PTIT-P&C ngày 27/3/2020) theo đó bên cung ứng dịch vụ có trách nhiệm dọn dẹp vệ sinh các khu vực của Học viện [H9.09.05.11]. Cơ sở Học viện tại Tp. HCM có bố trí nhân viên làm nhiệm vụ dọn dẹp vệ sinh khuôn viên hàng ngày.

Học viện đã ký hợp đồng với công ty Cổ phần Dịch vụ Bảo vệ An ninh Yên Việt để bảo đảm công tác an ninh trật tự trong khuôn viên Học viện [H9.09.05.12] (các hợp đồng: số 30062017/PTIT-YV ngày 30/6/2017, số 27122018/PTIT-YV ngày 27/12/2018) và Phụ lục gia hạn hợp đồng (số 01/27122018/PTIT-YV ngày 24/12/2020). Căn cứ theo hợp đồng, công tác bảo vệ an ninh trật tự của Học viện đã

được triển khai thực hiện, lực lượng bảo vệ túc trực ở các địa điểm của Học viện 24/24 để đảm bảo an ninh cho các khu vực của Học viện. Học viện ký hợp đồng với Công ty cổ phần dịch vụ bảo vệ khu công nghệ cao Hoà Lạc (HHSSC): hợp đồng số 29103/18/HĐKT/PTIT-HHSSC ngày 29/3/2018; phụ lục gia hạn hợp đồng số 01-29/03/18/HĐKT/PTIT-HHSSC ngày 28/9/2018; phụ lục gia hạn hợp đồng số 01-29/03/18/HĐKT/PTIT-HHSSC ngày 30/12/2018... Cơ sở ở miền Nam có nhân viên làm nhiệm vụ bảo vệ.

Học viện có lực lượng tự vệ, việc thành lập kiện toàn bộ máy của Trung đội tự vệ được thực hiện thông qua các quyết định kiện toàn nhân sự hàng năm [H9.09.05.13] (QĐ số 441/QĐ-QS ngày 04/5/2016, QĐ số 453/QĐ-QS ngày 11/5/2017, QĐ số 152/QĐ-QS ngày 18/3/2019, QĐ số 621/QĐ-HV ngày 22/7/2021).

Học viện luôn quan tâm đến công tác phòng cháy chữa cháy với việc thành lập Ban chỉ huy PCCC hàng năm theo quy định (QĐ số 582/QĐHCBV/HV ngày 16/8/2013, QĐ số 427/QĐ-HV ngày 05/6/2019), Đội PCCC (QĐ số 584/QĐ-HCBV/HV ngày 16/8/2013, QĐ số QĐ số 428/QĐ-HV ngày 05/6/2019) với nhân sự là đội ngũ CB, GV, NV. Học viện đã ban hành Quy chế phân cấp trách nhiệm về công tác PCCC (QĐ số 430/QĐHV, ngày 05/6/2019), theo văn bản này Học viện đã phân cấp trách nhiệm của Ban chỉ PCCC, trách nhiệm của Đội PCCC, trách nhiệm của Trưởng các Phòng, ban, khoa, trung tâm và các đơn vị trực thuộc cũng như trách nhiệm của cán bộ công nhân viên và Học sinh sinh viên về công tác PCCC. Học viện đã ban hành Nội quy phòng cháy và chữa cháy (QĐ số 463/NQ-PCCC/HV ngày 13/6/2019). Phương án PCCC cơ sở đã được Cảnh sát PCCC Thành phố Hà Nội/Thành phố Hồ Chí Minh phê duyệt. Học viện có hệ thống PCCC được bố trí ở các toà nhà. Đội PCCC được tập huấn theo thông báo của Phòng cảnh sát PCCC địa phương; đã phối hợp với Cảnh sát PCCC Thành phố Hà Nội triển khai tập huấn cho CB, GV, NV và SV tại Trường, diễn tập các phương án chữa cháy. Hằng năm, cơ quan PCCC địa phương đã tiến hành kiểm tra công tác PCCC tại Học viện. Các biên bản về kiểm tra PCCC cho thấy Học viện đã thực hiện đúng quy định về công tác PCCC và Học viện đã thực hiện nghiêm túc công tác PCCC. Trong chu kỳ KĐCLGD, không có hiện tượng mất an toàn, an ninh trật tự trong khuôn viên Học viện [H9.09.05.14].

Trong giai đoạn 2020 - 2021 khi dịch bệnh COVID diễn ra, Học viện đã nhanh chóng thực hiện các chỉ đạo của Thủ tướng Chính phủ, của Bộ Thông tin và Truyền

thông, kịp thời ra các văn bản để phòng chống đại dịch, phân công cụ thể trách nhiệm cho từng đơn vị để cùng bảo vệ sức khỏe của CB, GV, NV và SV. Học viện có nhiều hoạt động phòng chống Covid-19 [H9.09.05.15], ví dụ: Năm 2020 Học viện đã ban hành Quyết định thành lập Ban chỉ đạo phòng chống dịch bệnh viêm đường hô hấp do chủng mới của vi rút Corona (nCoV) của Học viện Công nghệ Bưu chính Viễn thông (QĐ số 26/QĐ-HV ngày 31/01/2020); đã có Thông báo về việc thực hiện chỉ thị 17/CT-UBND của UBND Thành phố Hà Nội về việc thực hiện giãn cách xã hội trên địa bàn Thành phố (số 646/TB-HV ngày 24/7/2021), ...

Khi thiết kế xây dựng khu giảng đường, Học viện đã có những ưu tiên nhất định dành cho người khuyết tật trong việc bố trí xếp phòng học ở tầng 1 [H9.09.05.16], đồng thời đã thiết kế lối đi, thang máy dành cho người khuyết tật thuộc dãy nhà A2 [H9.09.05.17]. Học viện quan tâm tới môi trường học tập, làm việc, điều kiện đảm bảo sức khỏe và an toàn cho người khuyết tật, nhưng chưa thể hiện rõ tiêu chuẩn, quy định qua các văn bản hiện hành.

Học viện đã lấy ý kiến phản hồi từ người học về một số nội dung liên quan đến các vấn đề về môi trường, sức khỏe và an toàn và lưu ý đến nhu cầu của người khuyết tật [H9.09.05.18]. Báo cáo tổng hợp kết quả khảo sát SV giai đoạn 2017-2021 cho thấy có 69,9 % số người được khảo sát trả lời đồng ý và hoàn toàn đồng ý cho câu hỏi “Dịch vụ y tế đáp ứng được nhu cầu chăm sóc sức khỏe ban đầu của sinh viên” và 79,2% trả lời là đồng ý và hoàn toàn đồng ý cho câu hỏi “Công tác đảm bảo, an ninh trật tự trong trường học được thực hiện tốt”.

2. Điểm mạnh

Học viện đã triển khai thực hiện công tác đảm bảo về môi trường, an toàn, sức khỏe cho CBGV và NH trên nhiều phương diện, có kiểm tra, đánh giá thường xuyên.

3. Điểm tồn tại

Các chính sách đặc thù dành cho người khuyết tật đã được quan tâm nhưng chưa được thể hiện thành các văn bản cụ thể..

4. Kế hoạch hành động

Năm 2023, Phòng Chính trị và Công tác SV phối hợp với Văn phòng đề xuất các giải pháp quan tâm nhiều hơn nữa đến nhu cầu đặc thù của người khuyết tật và thể hiện rõ trong các văn bản có liên quan.

5. Tự đánh giá: Mức đạt được của tiêu chí: 5/7

Kết luận về Tiêu chuẩn 9

Các điểm mạnh về tiêu chuẩn này bao gồm: 1) Diện tích khuôn viên và diện tích xây dựng phục vụ trực tiếp đào tạo của Học viện đáp ứng tốt yêu cầu về tỷ lệ diện tích trên người học. Phòng học cơ sở phía Bắc đều được trang bị điều hoà không khí đảm bảo nhiệt độ, độ ẩm và thông gió phù hợp cho các hoạt động đào tạo; 2) Tài liệu nội sinh của Học viện đã được xây dựng khá đầy đủ, đáp ứng tốt những yêu cầu cơ bản cho các chuyên ngành đào tạo của Học viện, nhu cầu của GV và người học; 3) Hệ thống phòng Lab chuyên sâu được đầu tư tốt, trang thiết bị hiện đại (phòng Lab ATTT, phòng Lab Samsung, Lab NAVER...); 4) Học viện liên tục đầu tư tập trung vào CSVC, hạ tầng cho CNTT; phòng máy chủ, hệ thống mạng, hệ thống máy tính cho các phòng Lab... được đảm bảo, hoạt động liên tục cho SV trong toàn trường nói chung và SV ngành Marketing nói riêng; 5) Học viện đã ban hành các quy định liên quan đến môi trường, sức khỏe và an toàn, như: Nội quy giảng đường; Nội quy ký túc xá; Quy định về tổ chức, quản lý và sử dụng phòng thí nghiệm, thực hành; Nội quy căng tin; nội quy PCCC; Quy định về phòng tránh dịch Covid-19...; thành lập Ban chỉ huy PCCC, Đội PCCC với nhân sự là đội ngũ CB, GV, NV. Học viện đã ban hành Quy chế phân cấp trách nhiệm về công tác PCCC.

Bên cạnh đó, vẫn còn những hạn chế như: cơ sở vật chất chưa được đầu tư đồng bộ giữa 2 miền Nam và Bắc,; So với qui mô đào tạo của Học viện thì diện tích và trang thiết bị của 2 Thư viện đều chưa được đầu tư, phòng đọc chật, thiếu chỗ ngồi; nội dung các câu hỏi trong phiếu khảo sát các đối tượng liên quan chưa bao phủ được hết nội dung khảo sát về mức độ đáp ứng của hệ thống CNTT đối với hoạt động đào tạo và NCKH; các chính sách đặc thù dành cho người khuyết tật đã được quan tâm nhưng chưa được thể hiện thành các văn bản cụ thể.

Tiêu chuẩn 9 có 05 tiêu chí: 4,80 /7.

Tiêu chuẩn 10: Nâng cao chất lượng

Mở đầu

Nâng cao chất lượng trong giáo dục đại học gắn liền với việc cải tiến các yếu tố bao gồm: Kiến thức, kỹ năng và thái độ hoặc năng lực của người học; Môi trường và các cơ hội học tập; Chất lượng đào tạo của Học viện hoặc đơn vị thực hiện CTĐT ngành Marketing. Nâng cao chất lượng đào tạo là việc triển khai các sáng kiến một

cách có kế hoạch nhằm mục tiêu đảm bảo và cải tiến chất lượng. Đây là quá trình liên tục nỗ lực cải tiến và áp dụng các kinh nghiệm tốt (best practices).

Sự tin tưởng của người học cũng như các bên liên quan khác đối với Học viện được xây dựng và duy trì thông qua các hoạt động đảm bảo và cải tiến chất lượng. Các hoạt động này giúp đảm bảo chương trình được thiết kế tốt, được theo dõi thường xuyên và định kỳ rà soát, qua đó đảm bảo tính cập nhật và phù hợp. Hoạt động đảm bảo và cải tiến chất lượng chương trình bao gồm các nội dung sau: Xây dựng các chuẩn đầu ra; quy trình thiết kế và phát triển CTĐT; cách tiếp cận trong giảng dạy, học tập và đánh giá người học; các nguồn lực, cơ sở vật chất và trang thiết bị, dịch vụ hỗ trợ; việc ứng dụng các thành quả nghiên cứu; cơ chế thu thập thông tin phản hồi từ các bên liên quan.

Học viện và Bộ môn Marketing luôn xác định nâng cao chất lượng trong giáo dục đại học là yêu cầu bắt buộc trong quá trình đào tạo. Bộ môn luôn cải tiến các yêu cầu cơ bản về kiến thức, kỹ năng và thái độ, năng lực của người học; môi trường và các cơ hội học tập cũng như chất lượng của CTĐT. Đây là một quá trình liên tục nỗ lực cải tiến và áp dụng các kinh nghiệm tốt từ các CTĐT tiên tiến trong và ngoài nước. Để đảm bảo nâng cao chất lượng đào tạo, tạo sự tin tưởng của người học cũng như các bên liên quan, CTĐT ngành Marketing được thường xuyên định kỳ rà soát, qua đó đảm bảo tính cập nhật và phù hợp. Hoạt động đảm bảo và cải tiến chất lượng chương trình luôn chú trọng đến các vấn đề sau: xây dựng CDR, quy trình thiết kế và phát triển CTĐT, cách tiếp cận trong giảng dạy, học tập và đánh giá người học, các nguồn lực, cơ sở vật chất và trang thiết bị, dịch vụ hỗ trợ, việc ứng dụng các thành quả nghiên cứu, xây dựng cơ chế thu thập thông tin phản hồi từ các bên liên quan một cách hiệu quả.

Tiêu chí 10.1: Thông tin phản hồi và nhu cầu của các bên liên quan được sử dụng làm căn cứ để thiết kế và phát triển chương trình dạy học.

1. Mô tả hiện trạng

Căn cứ Quy định về khối lượng kiến thức tối thiểu, yêu cầu về năng lực mà người học đạt được sau khi tốt nghiệp đối với mỗi trình độ đào tạo của giáo dục đại học và quy trình xây dựng, thẩm định, ban hành CTĐT trình độ đại học, thạc sĩ, tiến sĩ của Bộ GDĐT [H10.10.01.01] và quy định về chuẩn CTĐT các trình độ của giáo dục đại học; xây dựng, thẩm định và ban hành chuẩn CTĐT cho các lĩnh vực và ngành đào

tạo; xây dựng, thẩm định và ban hành CTĐT các trình độ của giáo dục đại học của Bộ GDĐT [H10.10.01.02], Học viện hướng dẫn Bộ môn Marketing triển khai việc thiết kế, xây dựng và phát triển CTDH; rà soát, cập nhật định kỳ CTDH cho phù hợp với tình hình thực tế và sự phát triển của ngành Marketing trong nước và thế giới theo Kế hoạch số 111/KH-HV ngày 05/3/2018 [H1.01.03.03] và Kế hoạch số 10/KH-HV ngày 09/01/2020 [H1.01.03.04].

Nhiệm vụ thu thập thông tin về nhu cầu nguồn nhân lực khi thiết kế CTDH và phản hồi từ các bên liên quan được thực hiện theo các văn bản:

- Quy định khảo sát ý kiến phản hồi của cán bộ, giảng viên về điều kiện cơ sở vật chất phục vụ công tác quản lý, giảng dạy, NCKH ban hành theo Quyết định số 519/QĐ- HV ngày 22/6/2021 [H10.10.01.03] với các đối tượng bao gồm NH, cựu NH, CBGVNV, doanh nghiệp

- Quy định lấy ý kiến phản hồi từ người học về hoạt động giảng dạy của GV tại Học viện CNBCVT ban hành theo Quyết định số 816/QĐ-HV ngày 23/11/2015 [H10.10.01.04].

- Quy định về việc lấy ý kiến về tình trạng việc làm của sinh viên sau khi tốt nghiệp tại Học viện CNBCVT ban hành theo Quyết định số 642/QĐ-HV ngày 09/08/2018 [H10.10.01.05].

- Quy định về công tác khảo sát CSVC phục vụ công tác quản lý, giảng dạy và NCKH tại Học viện CNBCVT ban hành theo Quyết định số 1059/QĐ-HV ngày 30/11/2019 [H10.10.01.06].

- Khảo sát SV năm cuối về CĐR, mục tiêu CTĐT, CTDH, chất lượng và các hoạt động hỗ trợ đào tạo trong thời gian SV học tập tại Học viện của Bộ môn Marketing 5 năm giai đoạn 2017-2022 [H10.10.01.07].

- Khảo sát lấy ý kiến khảo sát các bên liên quan (DN, chuyên gia, các nhà khoa học, giảng viên, SV tốt nghiệp) về Dự thảo mục tiêu, yêu cầu của CTĐT, CĐR, Nội dung CTĐT, CTDH, vị trí việc làm sau tốt nghiệp [H10.10.01.08].

Để chỉ đạo triển khai công tác khảo sát thu thập thông tin phản hồi đến việc thực hiện công tác đào tạo, NCKH, Học viện tổ chức Hệ thống tổ chức chỉ đạo gồm: Ban Giám đốc Học viện chỉ đạo, giao đơn vị đầu mối là Trung tâm KT&ĐBCLGD, các đơn vị phối hợp gồm Văn phòng, Phòng Đào tạo, Phòng Giáo vụ, Phòng Chính trị và Công tác sinh viên, Thư viện và Bộ môn Marketing.

Hệ thống đảm bảo chất lượng và mạng lưới đảm bảo chất lượng Học viện: Hội đồng đảm bảo chất lượng của Học viện do Giám đốc Học viện thành lập theo Quyết định số 389/QĐ-HV ngày 07/05/2021 [H10.10.01.09]. Hội đồng có 71 thành viên, gồm Lãnh đạo Học viện, lãnh đạo các phòng, khoa, ban Học viện và các cán bộ làm công tác đảm bảo CLGD tại các đơn vị. Theo các văn bản nêu trên, Trung tâm KT & ĐBCLGD chịu trách nhiệm chủ trì lấy ý kiến SV về hoạt động giảng dạy của GV, CSVC, trang thiết bị, hệ thống CNTT, thí nghiệm, thực hành đối với SV; Phòng Đào tạo lấy ý kiến khảo sát liên quan đến thiết kế phát triển CTDH, CDR, CTĐT; Phòng Chính trị và Công tác SV khảo sát ý kiến liên quan về việc làm sinh viên đối với cựu SV và doanh nghiệp; Văn phòng lấy ý kiến khảo sát liên quan về CSVC, trang thiết bị, hệ thống CNTT, phòng thí nghiệm/thực hành đối với CB, GV, NV; Bộ môn phối hợp với Phòng Đào tạo lấy ý kiến khảo sát các bên liên quan về việc điều chỉnh mục tiêu, CDR CTĐT và xây dựng, phát triển CTDH. Việc thu thập thông tin phản hồi thực hiện bằng các hình thức khác nhau, tùy thuộc vào đối tượng khảo sát (dùng bảng hỏi, khảo sát trực tuyến, phỏng vấn...) [H10.10.01.10] và thông qua các buổi trao đổi, tọa đàm giữa Bộ môn Marketing với doanh nghiệp và người học do Bộ môn Marketing tổ chức [H10.10.01.11]; các cuộc họp của Bộ môn năm 2018, 2020 về việc điều chỉnh mục tiêu, CDR CTĐT và xây dựng, phát triển CTDH [H1.01.01.04], [H1.01.01.06]. Văn phòng lấy ý kiến khảo sát CBGVNV về CSVC, trang thiết bị, hệ thống CNTT, TNTH phục vụ công tác đào tạo và NCKH. Khoa phối hợp lấy ý kiến khảo sát các bên liên quan về việc điều chỉnh mục tiêu, CDR CTĐT; xây dựng, phát triển CTDH, ... đối với sinh viên năm cuối, cựu SV, doanh nghiệp, chuyên gia, người sử dụng lao động.

Trong chu kỳ KĐCLGD, Học viện và Bộ môn Marketing đã triển khai lấy ý kiến phản hồi các bên liên quan về CTĐT và CDR năm 2018 và năm 2022. Trong các đợt rà soát điều chỉnh CTĐT, Học viện đều xây dựng kế hoạch, tổ chức lấy ý kiến của các bên liên quan để xây dựng, triển khai, rà soát, điều chỉnh CTĐT và CDR theo các kế hoạch: số 111/KH- HV ngày 05/3/2018 [H1.01.03.03], số 1101/KH-HV ngày 10/11/2018 [H10.10.01.12] và Kế hoạch số 10/KH-HV ngày 09/1/2020 [H1.01.03.04] và thu thập thông tin về nhu cầu nguồn nhân lực khi thiết kế CTDH và ý kiến phản hồi từ các bên liên quan (gồm chuyên gia, nhà khoa học, cán bộ quản lý, GV, NCV, NV, NH, người sử dụng lao động và NH đã tốt nghiệp) đã thực hiện trong phiếu khảo sát,

xin ý kiến các bên liên quan và báo cáo tổng hợp ý kiến khảo sát về dự thảo CTĐT và bản mô tả CTĐT năm 2018 [H1.01.03.01] và năm 2022 [H1.01.03.02].

Hệ thống thu thập thông tin phản hồi đã có, nhưng còn phân tán ở nhiều văn bản khác nhau, do đó Trung tâm KT & ĐBCLGD chịu trách nhiệm phối hợp các Phòng Đào tạo, Phòng Công tác SV, Phòng Giáo vụ, Bộ môn Marketing để thống nhất có quy định chung việc sử dụng bộ công cụ và hình thức lấy ý kiến của các bên liên quan... và khảo sát bằng nhiều hình thức khác nhau, tùy thuộc vào đối tượng khảo sát (dùng bảng hỏi, khảo sát trực tuyến, phỏng vấn...) để hướng dẫn các đơn vị thực hiện. Học viện chưa có văn bản của quy định về quy trình khảo sát, thu thập ý kiến nhà tuyển dụng và người học về CTDH.

Bộ môn Marketing và Học viện trong quá trình điều chỉnh CTĐT các năm 2018 và 2022 đã triển khai thu thập thông tin phản hồi trong quá trình thiết kế, phát triển CTDH, cụ thể:

- Phiếu khảo sát và bảng tổng hợp ý kiến về chương trình dạy học ngành Marketing năm 2018 và 2022 [H3.03.01.01], [H3.03.01.02]. Khoa tiến hành tổng hợp, phân tích ý kiến của các bên liên quan, làm căn cứ để xây dựng, hiệu chỉnh và phát triển CTDH. Kết quả phản hồi cho thấy: Hầu hết các nhà tuyển dụng nhất trí với mục tiêu, thời gian đào tạo, nội dung chương trình phù hợp với thị trường lao động. Các ý kiến cụ thể của các nhà tuyển dụng như cần tăng thêm kỹ năng thực hành, kỹ năng mềm và môn chuyên ngành đã được Học viện, Bộ môn xem xét và điều chỉnh CTDH như đã trình bày trong các tiêu chí trước. Ngoài ra, tại cuộc họp khoa, hội thảo, tổng kết, hội trợ việc làm, kỷ niệm thành lập Học viện, Khoa cũng đã có nhiều trao đổi để lấy ý kiến của họ về SV tốt nghiệp và những thay đổi cần thiết trong CTDH ngành Marketing.

- Biên bản họp Bộ môn Marketing về đóng góp ý kiến cho dự thảo CTDH ngành Marketing năm 2022 [H3.03.01.03]; Biên bản nghiệm thu CTĐT ngành Marketing năm 2018 [H1.01.01.05] và 2022 [H1.01.01.07].

- Báo cáo tổng hợp ý kiến phản hồi của người học về hoạt động giảng dạy của giảng viên trong từng học kỳ giai đoạn 2017-2022 [H4.04.02.13]. Mỗi GV đều được lấy ý kiến của sinh viên về hoạt động giảng dạy học phần trong kỳ học đó. Sinh viên vừa đánh giá chất lượng giảng dạy của GV vừa được tham gia nhận xét học phần, chương trình dạy học. Các ý kiến phản hồi là một kênh thông tin quan trọng cho việc

thiết kế và phát triển CTDH ngành Marketing. Đa số sinh viên cho ý kiến phản hồi tích cực. Điều này phần nào phản ánh CTDH ngành Marketing đang được xây dựng và phát triển đúng hướng.

Các đợt khảo sát thu thập thông tin phản hồi của đơn vị sử dụng lao động tập trung đánh giá hai khía cạnh: (i) Sự hài lòng của nhà tuyển dụng về chất lượng cử nhân tốt nghiệp (đánh giá mức độ đáp ứng về kiến thức, kỹ năng, thái độ nghề nghiệp, mức độ tự chủ và trách nhiệm cá nhân); (ii) Đánh giá về mức độ cần thiết và sự phù hợp của kiến thức CĐR và CTDH, nhằm cung cấp các thông tin hữu ích phục vụ cho việc điều chỉnh các hoạt động của chương trình dạy học.

Ý kiến phản hồi của đơn vị sử dụng lao động về SV sau khi tốt nghiệp được Bộ môn khai thác nhằm điều chỉnh nội dung chương trình dạy học ngành Marketing cho phù hợp với yêu cầu thực tế của thị trường lao động. Bên cạnh đó, các kết quả khảo sát lấy ý kiến của SV về CTDH tại Học viện cũng được Bộ môn sử dụng như là một kênh thông tin quan trọng giúp Bộ môn có bức tranh chung về chất lượng sản phẩm đầu ra và hiệu quả của CTDH ngành Marketing. Kết quả khảo sát cũng được Bộ môn Marketing sử dụng làm cơ sở điều chỉnh các hoạt động hỗ trợ dạy học phù hợp, giúp Bộ môn có lộ trình điều chỉnh và phát triển CTDH ngành Marketing.

Căn cứ ý kiến phản hồi các bên liên quan, Học viện và Bộ môn đã rà soát, điều chỉnh nội dung CTĐT; Hội đồng Khoa học và Đào tạo Học viện đã họp thông qua CTĐT ngành Marketing trình độ đại học và Giám đốc Học viện ký các Quyết định ban hành CĐR, CTĐT, Chương trình khung giáo dục đại học/Chương trình chi tiết ngành Marketing năm 2016, 2018 và 2022 [H1.01.01.01], [H1.01.01.02], [H1.01.01.03], [H1.01.02.01].

Trong các buổi sinh hoạt học thuật của Bộ môn, các hội thảo chuyên đề, Bộ môn phân công giảng viên/nhóm GV chịu trách nhiệm xây dựng đề cương học phần. Sau đó các chuyên gia, hội đồng khoa học của Khoa cho ý kiến thẩm định, góp ý. Ngoài ra, Khoa còn tổ chức các hội thảo mời các chuyên gia đến trao đổi, góp ý về đề cương và nội dung giảng dạy của các học phần. Mục tiêu của CTDH ngành Marketing được cụ thể hóa ở mục tiêu học phần và được thể hiện ở các đề cương của tất cả các học phần có trong CTDH. Đề cương chi tiết học phần là bản mô tả các nội dung giảng dạy, sự phân phối kiến thức cho từng tiết học cùng với CĐR của học phần, đồng thời cũng là cơ sở để GV và người học thực hiện đúng trách nhiệm của mình. Mỗi CĐR chi tiết của

từng học phần luôn được gắn liền với từng hoạt động dạy và học cũng như hoạt động đánh giá tương ứng. Bộ môn Marketing đã bám sát các quy định và hướng dẫn của Bộ GD&ĐT và kế hoạch sửa đổi và cập nhật CTDH ngành Marketing của Học viện. Các nội dung điều chỉnh đều căn cứ trên dữ liệu khảo sát, dựa trên quy định của Bộ GD&ĐT và mục tiêu giáo dục của Học viện, đồng thời có so sánh với CTDH của các trường tiên tiến trên thế giới và trong khu vực.

Những thay đổi cụ thể trong CTĐT năm 2022: So với đề cương chi tiết học phần công bố năm 2016, 2018 có điểm mới về nội dung đó là đã nâng mức độ đáp ứng chuẩn đầu ra từ mức độ 3 lên mức độ 3,5-4. Các nội dung cập nhật trong các học phần và chuẩn đầu ra từ truyền thụ kiến thức sang dạy học phát triển năng lực, bao gồm sự điều chỉnh tên học phần, thay đổi cấu trúc chương, bài học, thay đổi sự tương quan giữa lý thuyết và thực hành, điều chỉnh nội dung kiến thức, áp dụng các phương pháp dạy học hiện đại.

2. Điểm mạnh

Học viện có quy định thu thập thông tin phản hồi các bên liên quan bằng nhiều hình thức khác nhau, trên nhiều kênh phản hồi khác nhau và là cơ sở quan trọng để Bộ môn sử dụng hiệu chỉnh mục tiêu, CDR, CTDH của CTĐT ngành Marketing.

3. Điểm tồn tại

Học viện chưa ban hành văn bản quy định về quy trình khảo sát, thu thập ý kiến nhà tuyển dụng và người học về CTDH.

4. Kế hoạch hành động

Năm học 2023-2024, Trung tâm KT&ĐBCLGD phối hợp với các Khoa, bộ môn nghiên cứu, đề xuất Học viện ban hành quy định/quy trình khảo sát, thu thập ý kiến nhà tuyển dụng và NH về CTDH.

5. Tự đánh giá: Mức đạt được của tiêu chí: 5/7

Tiêu chí 10.2: Việc thiết kế và phát triển chương trình dạy học được thiết lập, được đánh giá và cải tiến.

1. Mô tả hiện trạng

Căn cứ Quy định về khối lượng kiến thức tối thiểu, yêu cầu về năng lực mà người học đạt được sau khi tốt nghiệp đối với mỗi trình độ đào tạo của giáo dục đại học và quy trình xây dựng, thẩm định, ban hành CTĐT trình độ đại học, thạc sĩ, tiến sĩ của Bộ GD&ĐT [H10.10.01.01].

Căn cứ Quy định về khối lượng kiến thức tối thiểu, yêu cầu về năng lực mà người học đạt được sau khi tốt nghiệp đối với mỗi trình độ đào tạo của giáo dục đại học và quy trình xây dựng, thẩm định, ban hành CTĐT trình độ đại học, thạc sĩ, tiến sĩ [H10.10.01.01], Học viện hướng dẫn Bộ môn Marketing triển khai việc thiết kế, xây dựng và phát triển CTDH; rà soát, cập nhật định kì CTDH cho phù hợp với tình hình thực tế và sự phát triển của ngành Marketing trong nước và thế giới theo Kế hoạch số 111/KH-HV ngày 05/3/2018 [H1.01.03.03], Kế hoạch số 1101/KH-HV ngày 10/11/2018 [H10.10.01.12] và Kế hoạch số 10/KH-HV ngày 09/01/2020 [H1.01.03.02].

Học viện đã tiến hành xây dựng các kế hoạch và tiến hành rà soát, phát triển CĐR và CTĐT và ban hành văn bản hướng dẫn qui trình xây dựng, cập nhật, bổ sung CTĐT theo chu kỳ sau 2 năm, Hội đồng KH&ĐT Học viện có trách nhiệm đánh giá CTĐT hiện có của Khoa, điều chỉnh bổ sung CTĐT nhằm mở rộng qui mô hoặc nâng cao chất lượng đào tạo, đáp ứng nhu cầu của xã hội. Các quyết định, văn bản hướng dẫn nêu trên quy định việc rà soát, cập nhật CĐR/CTĐT trình độ đại học hệ chính quy thực hiện theo quy trình gồm các bước:

- Bước 1: Các Khoa rà soát, khảo sát, đánh giá nội dung CĐR CTĐT hiện tại.
- Bước 2: Trên cơ sở kết quả khảo sát, rà soát đánh giá hiện trạng, khoa đề xuất việc hiệu chỉnh (nội dung CĐR, cấu trúc CTĐT, nội dung CTĐT), dự kiến các nội dung cần điều chỉnh và báo cáo Ban giám đốc Học viện phê duyệt.
- Bước 3: Khoa tổ chức triển khai hiệu chỉnh, sửa đổi CĐR, CTĐT; tổ chức hội thảo nội bộ Khoa; xin ý kiến của Hội đồng KHĐT của Khoa để thống nhất.
- Bước 4: Tổ chức xin ý kiến chuyên gia, tổ chức hội thảo chung trong Học viện về nội dung CĐR và CTĐT mới.
- Bước 5: Hoàn thiện CĐR, CTĐT để xin ý kiến Hội đồng Khoa học và Đào tạo Học viện và trình Giám đốc Học viện phê duyệt ban hành.

Trong quá trình tổ chức thiết kế và phát triển CTĐT, Học viện đã tiến hành rà soát, đánh giá và xem xét lại quy trình thực hiện các công việc và ban hành văn bản hướng dẫn về xây dựng đề cương chi tiết học phần [H10.10.02.01], căn cứ hướng dẫn Học viện, Bộ môn đề xuất quy trình thiết kế và phát triển CTDH, sau đó gửi bản đề xuất quy trình thiết kế và phát triển CTDH để lấy ý kiến đến các bên liên quan, gồm: các chuyên gia, nhà khoa học, giảng viên thuộc các cơ sở giáo dục đại học, ... việc lấy

ý kiến được thực hiện thông qua cuộc họp Bộ môn và thảo luận với chuyên gia về việc quy trình thiết kế và phát triển CTDH trước và sau khi cải tiến [H10.10.02.02].

Năm 2022, căn cứ vào hướng dẫn tại Thông tư số 17/2021/TT-BGDĐT ngày 22 tháng 6 năm 2021 của Bộ trưởng Bộ Giáo dục và Đào tạo quy định về chuẩn CTĐT các trình độ của giáo dục đại học; xây dựng, thẩm định và ban hành CTĐT các trình độ của giáo dục đại học [H10.10.01.02], Học viện đã tổ chức hội thảo lấy ý kiến của đại diện các bên liên quan trong Học viện về dự thảo Quy định xây dựng, cải tiến và phát triển CTĐT (tại Biên bản hội thảo ngày 24/02/2022 và ngày 16/3/2022) [H10.10.02.03]. Quy định xây dựng, cải tiến và phát triển CTĐT của Học viện được ban hành theo Quyết định số 393/QĐ-HV ngày 23/3/2022 [H10.10.02.04] quy định cụ thể Quy trình các bước xây dựng CDR gồm 9 bước (Điều 11); Quy trình rà soát, phát triển CTĐT gồm 9 bước (Điều 12) và Quy trình thẩm định và ban hành CTĐT gồm 3 bước (Điều 13). Ngoài ra, trong quy trình thiết kế và phát triển CTDH hiện hành có điểm mới so với quy trình trước đây đó là việc lấy ý kiến phản hồi của các bên liên quan và quy định rõ về các bên liên quan.

CTDH ngành Marketing được thiết lập một cách rõ ràng, được đánh giá, điều chỉnh và cải tiến để đáp ứng nhu cầu thực tiễn của xã hội trong khi không ngừng nâng cao chất lượng đào tạo. Theo chu kỳ 2 năm/lần, khi tổ chức xây dựng và phát triển CTDH, Học viện đều tiến hành rà soát, đánh giá và xem xét lại quy trình thực hiện các công việc này. Phòng đào tạo là đơn vị được giao nhiệm vụ chủ trì và phối hợp với Bộ môn Marketing rà soát, cải tiến qui trình thiết kế CTDH, Bộ môn đã ban hành kế hoạch điều chỉnh CTDH ngành Marketing giai đoạn 2017-2021 [H10.10.02.05] với việc định kỳ tiến hành 2 năm/ lần: Lần 1 năm 2018; lần 2 năm 2022. Nội dung rà soát là toàn bộ các bước trong quy trình thiết kế CTDH ngành Marketing năm 2018 và năm 2022 như: mục tiêu, CDR, nội dung đào tạo, phương pháp đánh giá và thời lượng; các bước xây dựng CTDH; thiết kế phiếu khảo sát; khảo sát lấy ý kiến về CTDH; tổng hợp ý kiến; hội thảo và nghiệm thu CTDH. Đồng thời trong quá trình giảng dạy, khi các GV thấy có sự bất cập về nội dung dạy học, thời lượng hay phương pháp đánh giá trong CTDH sẽ đưa ra thảo luận thông qua các cuộc họp Bộ môn, bằng cách này các GV đều được tham gia vào việc thiết kế và phát triển CTDH. Kế hoạch này giúp Bộ môn thực hiện theo đúng nội dung và qui định của các thông tư hướng dẫn của Cục Quản lý chất lượng Giáo dục, Bộ GD&ĐT.

Trong giai đoạn 2017-2022, hoạt động rà soát và đánh giá CTĐT của ngành Marketing đã được thực hiện bằng nhiều hình thức như:

- Khảo sát lấy ý kiến phản hồi của các bên liên quan về quy trình thiết kế, phát triển CTDH. Thông tin phản hồi của các đối tượng khảo sát đã được sử dụng trong đợt hiệu chỉnh năm 2022 bao gồm: Phiếu khảo sát, xin ý kiến các bên liên quan và báo cáo tổng hợp ý kiến khảo sát về dự thảo CTĐT và bản mô tả CTĐT năm 2022 [H1.01.03.02]; Báo cáo kết quả tổng hợp lấy ý kiến người học về tầm quan trọng, năng lực đạt được và mức năng lực mong muốn đạt trong các học phần trong CTDH ngành Marketing (từ 2017 đến 2022) [H3.03.02.03]; các mẫu phiếu xin ý kiến phản biện của chuyên gia về xây dựng CDR, CTĐT [H10.10.01.10]; Báo cáo tổng hợp ý kiến phản hồi của người học về hoạt động giảng dạy của GV trong từng học kỳ giai đoạn 2017-2021 [H4.04.02.13]. Tuy nhiên, số lượng phiếu khảo sát lấy ý kiến chuyên gia, nhà tuyển dụng, sinh viên và cựu sinh viên còn ít.

- Các báo cáo, biên bản thu được từ thảo luận, trao đổi nhóm, đối thoại, điều tra,... phản hồi về CTDH và học phần [H1.01.01.06], [H1.01.01.07].

- Biên bản họp Bộ môn Marketing về rà soát, đánh giá đề cương chi tiết học phần nhằm phục vụ công tác xây dựng kế hoạch hiệu chỉnh, cập nhật đề cương chi tiết các học phần và học liệu hàng năm (từ 2017 đến 2022) [H3.03.02.04].

Trong chu kỳ kiểm định CTĐT, CTĐT ngành Marketing đã điều chỉnh 2 lần, đó là các năm 2018 và 2022 với việc điều chỉnh, cập nhật có sự đối sánh từ các CTĐT ngành Marketing của các trường đại học có uy tín trong nước và nước ngoài [H3.03.03.03]. Trong mỗi lần điều chỉnh, Bộ môn đều thực hiện theo đúng quy trình thiết kế và phát triển CTDH theo hướng dẫn của Bộ GD&ĐT và Học viện.

2. Điểm mạnh

Việc đánh giá và cải tiến CTDH được thực hiện định kỳ tuân thủ quy định của Bộ GD&ĐT và theo hướng dẫn của Học viện; CTDH được cập nhật, điều chỉnh một cách chủ động, tích cực nhằm nâng cao chất lượng đào tạo.

3. Điểm tồn tại

Số lượng phiếu khảo sát lấy ý kiến chuyên gia, nhà tuyển dụng, sinh viên và cựu sinh viên còn ít.

4. Kế hoạch hành động

Quý IV năm 2023, Bộ môn Marketing sẽ phối hợp với phòng CT&CTSV lập danh sách đầy đủ các cựu sinh viên, nhà tuyển dụng lao động, tổ chức nghề nghiệp và các chuyên gia sau đó gửi phiếu khảo sát đến các đối tượng này.

5. *Tự đánh giá*: Mức đạt được của tiêu chí: 4/7.

Tiêu chí 10.3: Quá trình dạy và học, việc đánh giá kết quả học tập của người học được rà soát và đánh giá thường xuyên để đảm bảo sự tương thích và phù hợp với chuẩn đầu ra.

1. *Mô tả hiện trạng*

Học viện đã ban hành hệ thống các văn bản quy định việc rà soát, đánh giá quá trình dạy - học và đánh giá kết quả học tập của người học để đảm bảo sự gắn kết giữa CĐR của các học phần với CĐR của CTĐT:

- Quy chế đào tạo đại học và cao đẳng chính quy theo hệ thống tín chỉ của Học viện (QĐ số 897/QĐ-HV ngày 11/12/2012; số 474/QĐ-HV ngày 19/6/2018; số 838/QĐ-HV ngày 11/10/2021) [H5.05.01.01-3]. Bản quy định năm 2021 được điều chỉnh, bổ sung đầy đủ các nội dung về quá trình dạy và học, việc đánh giá kết quả học tập của NH. Trong đó các nội dung về đánh giá kết quả học tập của NH được quy định như quy định tương tự như quy định đào tạo đại học theo hệ thống tín chỉ ban hành năm 2012: Điều 23 quy định tiêu chí đánh giá kết quả học tập; điều 24 quy định việc đánh giá kết quả học phần (các hình thức đánh giá và hình thức thi kết thúc học phần); điều 25 quy định thang điểm đánh giá (theo thang điểm 10, điểm quy đổi sang điểm chữ và thang điểm 4); điều 29 quy định việc tổ chức kỳ thi kết thúc học phần.

- Quy trình về xây dựng và quản lý kế hoạch giảng dạy - học tập (số 03/GV ngày 02/01/2015 [H10.10.03.01];

- Hướng dẫn việc thay đổi giờ giảng của giảng viên [H10.10.03.02];

- Quy định về tổ chức thi kết thúc học phần ĐH, CĐ theo học chế tín chỉ (QĐ số 797/QĐ-KT&ĐBCLGD ngày 05/11/2012; số 691/QĐ-KT ngày 13/9/2013; số 1150/QĐ-HV ngày 31/12/2018 và QĐ số 1037/QĐ-HV ngày 12/11/2021) [H5.05.01.04-6]. Trong đó quy định hướng dẫn về việc đánh giá kết quả học tập của NH với các nội dung gồm các hình thức đánh giá và tổ chức kỳ thi kết thúc học phần.

- Quy trình Tổ chức thực hiện Đồ án/ Khóa luận tốt nghiệp ban hành theo Quyết định số 1277/QĐ-HV ngày 31/12/2018 “*Quyết định sửa đổi, bổ sung nội dung của Quy định tổ chức thi kết thúc học phần hệ cao đẳng, đại học chính quy theo học chế*

tín chỉ ban hành kèm theo Quyết định số 691/QĐ-KT&ĐBCLGD ngày 13/9/2013”
[H5.05.01.07]: Hàng năm tính đến cuối học kì thứ 7, Bộ môn căn cứ vào thông báo của Học viện để tổ chức cho SV thực tập tốt nghiệp và đánh giá kết quả thực tập tốt nghiệp. Sau đó, căn cứ mức điểm Học viện đưa ra, Bộ môn tổ chức cho SV làm Khóa luận tốt nghiệp. Mức điểm cụ thể căn cứ theo từng năm học trên cơ sở kết luận của Hội đồng xét thi, giao Khóa luận tốt nghiệp.

- Quy trình về tổ chức thực tập tốt nghiệp và hướng dẫn việc đánh giá kết quả thực tập tốt nghiệp của SV (Số 05/QĐ-KT&ĐBCLGD ngày 10/01/2011) [H5.05.01.09];

- Quy định về tổ chức tốt nghiệp, thi tốt nghiệp đại học và cao đẳng chính quy tại Học viện CNBCVT (QĐ số 924/QĐ-HV ngày 15/11/2011) [H5.05.01.10]. Hàng năm tính đến cuối học kì thứ 8, Khoa căn cứ vào thông báo của Học viện để tổ chức cho SV thực tập tốt nghiệp và đánh giá kết quả thực tập tốt nghiệp. Sau đó, căn cứ mức điểm Học viện đưa ra, Khoa tổ chức cho SV làm Đồ án tốt nghiệp. Mức điểm cụ thể căn cứ theo từng năm học trên cơ sở kết luận của Hội đồng xét thi, giao Đồ án tốt nghiệp.

- Trong thời gian diễn ra dịch bệnh, Học viện đã ban hành các văn bản hướng dẫn công tác đánh giá KQHT của NH:

+ Quy định về việc Tổ chức thi trực tuyến trong thời gian phòng, chống đại dịch Covid19 (QĐ số 470/QĐ-HV ngày 06/9/2021; số 654/QĐ-HV ngày 08/4/2021) [H5.05.01.07-8];

+ Hướng dẫn tạm thời quy trình tổ chức thi kết thúc học phần và đánh giá bảo vệ đồ án, khóa luận theo hình thức trực tuyến (QĐ số 291/QĐ-HVCS ngày 15/6/2021) [H5.05.01.11];

+ Quy định tổ chức đánh giá đồ án, khóa luận, luận văn tốt nghiệp theo hình thức trực tuyến trong thời gian dịch Covid 19 tại Học viện CNBCVT (QĐ số 594/QĐ-HV ngày 15/7/2021) [H5.05.01.12].

- Quy định về quản lý và hướng dẫn thực hành trực tuyến (QĐ số 752/QĐ-HV ngày 21/9/2021) [H10.10.03.03];

- Quy định lấy ý kiến phản hồi của SV về hoạt động giảng dạy của GV sau khi kết thúc học phần [H10.10.01.06]. Phiếu đánh giá chất lượng giảng dạy để khảo sát SV gồm 10 nội dung, trong đó có tiêu chí liên quan đến giảng dạy và kiểm tra đánh giá.

Các quy định/quy trình nêu trên đã hướng dẫn cụ thể việc đánh giá quá trình giảng dạy và kết quả học tập của người học; việc lựa chọn phương pháp giảng dạy, phương pháp kiểm tra đánh giá để đạt được chuẩn đầu ra của từng bài học, từng học phần và chuẩn đầu ra của CTĐT; phương pháp thu thập thông tin phản hồi các bên liên quan để rà soát, đánh giá quá trình dạy và học, việc đánh giá kết quả học tập của người học. Nội dung kiểm tra, đánh giá kết quả học tập của người học còn được quy định rõ trong các đề cương chi tiết học phần và được công bố công khai trên cổng thông tin điện tử của Học viện [H2.02.02.05-09]. Theo đó, việc kiểm tra đánh giá kết quả học tập của SV được quy định rõ trong đề cương học phần, chỉ rõ hình thức, thời gian (theo từng tuần trong một học kỳ) và trọng số của từng loại điểm cho từng lần kiểm tra, đánh giá; các lần kiểm tra, đánh giá trong một học kỳ bao gồm: tham dự giờ học, đánh giá thường xuyên, đánh giá giữa kỳ và đánh giá cuối kỳ. Các hình thức kiểm tra đánh giá cho mỗi học phần cũng được đa dạng hoá theo yêu cầu và sự chủ động của giảng viên và đáp ứng mục tiêu học phần, bao gồm: bài tập nhóm, bài thảo luận trên lớp, tiểu luận, tự luận, trắc nghiệm.

Trong các văn bản trên có quy định rõ ràng về việc đánh giá thường xuyên quá trình dạy học, việc đánh giá kết quả hoạt động của NH, các phương pháp dạy và học, phương pháp đánh giá kết quả học tập của NH trong CTĐT để đảm bảo sự tương thích với CDR của học phần và CTĐT. Cụ thể:

- Việc tổ chức kiểm tra thường xuyên, giữa kỳ được giao cho GV giảng dạy học phần; việc thi kết thúc học phần giao cho Trung tâm KT&ĐBCLGD; việc đánh giá rèn luyện của người học được giao cho cố vấn học tập và Phòng CT&CTSV; việc lấy ý kiến phản hồi của SV về hoạt động giảng dạy của GV sau khi kết thúc học phần giao cho Trung tâm KT&ĐBCLGD.

- Việc tổ chức thực tập tốt nghiệp được giao cho Phòng Giáo vụ và Viện.

- Việc hướng dẫn đánh giá và chấm điểm TTTN được giao cho các Hội đồng do giám đốc Học viện thành lập trên cơ sở đề nghị của Viện, Bộ môn Marketing. Trong đó việc rà soát, kiểm tra các điều kiện bảo vệ Khóa luận tốt nghiệp do Bộ môn Marketing đảm nhận.

- Quá trình SV học tập trên giảng đường, GV giảng dạy học phần có trách nhiệm điểm danh SV và ghi chép vào sổ theo dõi học tập cho từng học phần thuộc CTĐT ngành Marketing [H10.10.03.04].

Định kỳ, Học viện và Khoa đã triển khai rà soát, đánh giá việc sử dụng các phương pháp dạy và học, phương pháp đánh giá kết quả học tập của người học trong CTĐT của ngành Marketing để đảm bảo sự tương thích và phù hợp với CĐR. Đầu mỗi kỳ học, Bộ môn có tổ chức góp ý, rà soát về công tác đảm bảo chất lượng với nội dung bàn về quy trình dạy và quá trình học tập, quy trình kiểm tra đánh giá, phương pháp kiểm tra đánh giá và tự đánh giá của SV thông qua các Biên bản họp khoa về việc rà soát, đánh giá các nội dung trong CTDH trước và sau khi cải tiến CTĐT [H3.03.01.03].

Học viện cũng tiến hành khảo sát về chất lượng giảng dạy các giảng viên về nội dung bài giảng, cách thức tổ chức dạy học, các phương pháp giảng dạy, cách thức tiến hành kiểm tra-đánh giá kết quả học tập của sinh viên thông qua báo cáo kết quả khảo sát SV sau từng học kỳ [H10.10.03.05]. Hàng năm, Trung tâm KT&ĐBCLGD phối hợp với Khoa thực hiện lấy ý kiến người học (mỗi năm 2 lần) về hoạt động giảng dạy của GV. Kết quả khảo sát cho thấy: SV đánh giá cao chất lượng giảng dạy của GV. Ví dụ, Học kỳ 2 năm học 2018-2019, Trung tâm KT&ĐBCLGD khảo sát 36 GV tham gia dạy học 52 lớp/môn học với 3.177 phiếu; kết quả có 3.056/3.177 (96,19%) hài lòng với chất lượng dạy học của GV. Kết quả đánh giá được gửi về cho các khoa để xem xét và tiến hành các điều chỉnh hoạt động dạy học. Ngoài ra, Học viện thực hiện khảo sát các bên liên quan: SV năm cuối và cựu SV về chất lượng khóa học. Khoa dùng thông tin này như là một căn cứ đánh giá lại hoạt động dạy học của GV, hoạt động học tập của sinh viên, từ đó có những điều chỉnh kịp thời trong công tác giảng dạy.

Vào đầu năm học, Văn phòng xây dựng và thực hiện kế hoạch thanh tra, kiểm tra hàng năm, trong đó có kế hoạch thanh tra các kỳ thi được tổ chức trong từng học kỳ, năm học (Các kế hoạch: số 735/KH-HV ngày 25/9/2017; số 724/KH-HV ngày 28/9/2018; số 705/KH-HV ngày 01/10/2019; số 1079/KHHV ngày 22/11/2021) [H10.10.03.06].

Căn cứ quy định dự giờ giảng của Học viện [H10.10.03.07], Bộ môn Marketing lập kế hoạch dự giờ đánh giá chất lượng giảng dạy của GV vào đầu mỗi năm học và tổ chức thực hiện, trong đó quan tâm tới các GV trẻ hoặc GV được phân công giảng dạy học phần mới trong CTĐT. Sau mỗi buổi dự giờ, thành viên tham gia đều có ý kiến góp ý với GV về: Phương pháp sư phạm (công tác chuẩn bị; phương pháp sư phạm; sử dụng phương tiện dạy học; năng lực làm chủ nội dung bài giảng); nội dung công tác

chuyên môn (Nội dung bài giảng phù hợp với đề cương, chương trình; nội dung bài giảng có tính liên kết, logic chặt chẽ; nội dung kiến thức chuẩn xác và gần thực tế; nội dung kiến thức được mở rộng...). Kết quả dự giờ được thông báo tới GV nhằm giúp cho các GV rà soát, điều chỉnh phương pháp giảng dạy, nội dung bài giảng nhằm giúp người học đạt được CĐR của CTĐT [H10.10.03.08].

Trong các đợt rà soát, điều chỉnh, bổ sung CTĐT và đề cương học phần theo định kỳ (năm 2018 và năm 2022), bên cạnh rà soát về nội dung, cấu trúc các học phần, Bộ môn đã tiến hành rà soát, đánh giá các phương pháp giảng dạy và kiểm tra đánh giá được sử dụng. Khi rà soát, điều chỉnh đề cương chi tiết các học phần hàng năm giai đoạn 2017-2022 đã bổ sung thêm phương pháp đánh giá các học phần với các hình thức kiểm tra, cơ cấu và tỷ trọng điểm thành phần, điểm kết thúc các học phần phù hợp với quy định về kiểm tra đánh giá học phần. So với đề cương chi tiết học phần ban hành năm 2018 [H2.02.02.05], đề cương chi tiết học phần ban hành năm 2022 [H2.02.02.09], đã bổ sung các nội dung giúp cho việc tổ chức các hoạt động dạy học và kiểm tra đánh giá tương thích và phù hợp với CĐR của học phần: (i) Mục 3 (Mục tiêu môn học và CĐR) bổ sung các mục 3.2 (Chuẩn đầu ra môn học) và 3.3 (Ma trận CĐR của môn học và học phần); (ii) Bổ sung Mục 9 (Phương pháp dạy và học).

Để nâng cao chất lượng CTĐT, Học viện và Bộ môn đã chú trọng triển khai rà soát, đánh giá việc sử dụng các phương pháp dạy và học, phương pháp đánh giá kết quả học tập của NH trong CTĐT để đảm bảo sự tương thích và phù hợp với chuẩn đầu ra. Việc rà soát, đánh giá được thực hiện bằng đa dạng các hình thức khác nhau như tiến hành khảo sát lấy ý kiến định kỳ từ các đối tượng liên quan, thu thập thông tin trực tiếp từ hoạt động thực tế, hay qua việc tổ chức các hội nghị, hội thảo chuyên đề của Bộ môn, Viện và Học viện.

Để đánh giá quá trình dạy và học, Bộ môn định kỳ mỗi năm 1 lần tổ chức hội thảo, sinh hoạt học thuật tại Bộ môn hoặc thông tin khoa học bàn về đổi mới phương pháp giảng dạy, bàn về quy trình đánh giá kết quả học tập, kết quả đầu ra của SV. Trong mỗi buổi hội thảo đều có sự tham gia của các Phòng/Ban của Học viện, cựu SV và đại diện doanh nghiệp. Các kết quả đánh giá của cựu SV, của các doanh nghiệp về SV đầu ra được tổng hợp, tiếp thu và sử dụng để hiệu chỉnh CTĐT, phương pháp giảng dạy. Trong các đợt rà soát, điều chỉnh, bổ sung CTĐT và đề cương học phần theo định kỳ (năm 2018 và 2022), bên cạnh rà soát về nội dung, cấu trúc của các học

phần, Viện/ Bộ môn đã tiến hành rà soát, đánh giá các phương pháp giảng dạy và kiểm tra đánh giá được sử dụng [H3.03.01.01] [H3.03.01.02].

Các hoạt động đánh giá quá trình dạy, học khác cũng được tiến hành thường xuyên như chấm điểm thi đua hằng năm đối với GV [H10.10.03.09].

Việc rà soát các phương pháp, cách thức đánh giá kết quả học tập của SV còn được tiến hành thông qua một số hoạt động như định kỳ tổ chức gặp mặt SV đầu năm học và sinh hoạt của tổ chức Đoàn TNCS HCM Học viện [H10.10.03.10].

Theo kết quả khảo sát người học, cựu người học, nhà tuyển dụng, GV thì kết quả học tập của SV được GV đánh giá chính xác, khách quan, công bằng và được đánh giá, rà soát thường xuyên [H3.03.01.02].

Trong việc thực hiện các phương pháp đánh giá kết quả học tập của NH, Học viện có nhiều giải pháp đánh giá chất lượng thi, kiểm tra, nhưng công tác này chưa được triển khai bài bản do Học viện chưa tổ chức các buổi tập huấn về phương pháp đánh giá, thiết kế đề thi. Đồng thời, Việc tổ chức các hội nghị, hội thảo, các lớp tập huấn về đổi mới phương pháp dạy-học và kiểm tra đánh giá chưa được thực hiện đều đặn hằng năm cả ở cấp Học viện và cấp Khoa/ Bộ môn.

2. Điểm mạnh

Bộ môn Marketing đã tổ chức hoạt động NCKH cho sinh viên theo hướng tiếp cận mới với sinh viên (nghiên cứu định lượng). Hướng dẫn sinh viên làm khóa luận tốt nghiệp hướng đến công việc sau khi ra trường của sinh viên.

3. Điểm tồn tại

Việc tổ chức các hội nghị, hội thảo, các lớp tập huấn về đổi mới phương pháp dạy-học và kiểm tra đánh giá chưa được thực hiện đều đặn hằng năm cả ở cấp Học viện và cấp Khoa.

4. Kế hoạch hành động

Định kỳ hằng năm Phòng Đào tạo phối hợp với các khoa, bộ môn tổ chức các hội nghị, hội thảo hoặc mở các lớp tập huấn về đổi mới phương pháp dạy - học và kiểm tra đánh giá.

5. Tự đánh giá: Mức đạt được của tiêu chí: 5/7.

Tiêu chí 10.4: Các kết quả nghiên cứu khoa học được sử dụng để cải tiến việc dạy và học.

1. Mô tả hiện trạng

Giai đoạn 2017 - 2022, GV các đơn vị thực hiện CTĐT ngành Marketing (Bộ môn Marketing, đã chủ trì/tham gia thực hiện 6 đề tài cấp Bộ và tương đương; 56 đề tài cấp Học viện, công bố 8 bài báo trong tạp chí ISI/Scopus (trong đó có 3 bài nằm trong danh mục SCI/SCIE thuộc nhóm Q2), được thể hiện thông qua danh mục các đề tài các cấp hàng năm [H10.10.04.01] và danh mục các bài báo quốc tế [H10.10.04.02] do Bộ môn Marketing thực hiện; xuất bản 2 cuốn sách; hướng dẫn 170 SV thực hiện 93 đề tài NCKH, thể hiện qua danh mục các đề tài cấp Học viện do SV ngành Marketing thực hiện giai đoạn 2017-2022 [H10.10.04.03].

Kết quả nghiên cứu là những kiến thức/kinh nghiệm thuộc các lĩnh vực quản lý kinh tế, Marketing là cơ sở để nâng cao chất lượng dạy và học ngành Marketing. Kết quả nghiên cứu của 20 đề tài do GV ngành Marketing thực hiện được chuyển tải vào nội dung giảng dạy, vừa nâng cao năng lực NCKH của GV, vừa giúp SV có thêm những bài học, kiến thức chuyên sâu và góp phần cải tiến hoạt động giảng dạy của GV và hoạt động học tập của người học (*chi tiết tại Phụ lục 02*).

Quá trình triển khai hoạt động KHCN tại Học viện, sự kết nối giữa các nhóm nghiên cứu còn hạn chế, do đó chưa có nhiều sản phẩm/ấn phẩm NCKH được xuất bản trong Hội nghị hoặc tạp chí có thứ hạng cao. Mặt khác, kinh phí cho các đề tài NCKH cấp cơ sở và SV còn rất hạn chế, nên còn khó khăn trong việc mua/thuê các tài nguyên phục vụ cho NCKH.

2. Điểm mạnh

Nhiều đề tài NCKH cấp Học viện đều có các kết quả được áp dụng vào việc giảng dạy các học phần lý thuyết cũng như học phần thực tập, thực tế của SV. Đồng thời đóng góp trực tiếp nâng cao trình độ của các giảng viên chủ nhiệm và tham gia đề tài NCKH, cũng như nâng cao kiến thức cập nhật đối với giảng viên và sinh viên. Hơn thế nữa, các kết quả NCKH cũng góp phần đáng kể cho việc nâng cao chất lượng các đề án khóa luận của SV.

3. Điểm tồn tại

Đề tài NCKH cấp cơ sở và đề tài SV còn hạn chế về kinh phí cho mỗi đề tài. Hầu hết các nhóm sinh viên nghiên cứu khoa học còn khó khăn trong việc mua/thuê các tài nguyên phục vụ cho NCKH.

4. Kế hoạch hành động

Kể từ năm 2023, Viện KTBD và Khoa QTKD2 nghiên cứu đề xuất với Học viện chính sách đa dạng hóa để huy động kinh phí NCKH từ các doanh nghiệp trong ngành và các quỹ nghiên cứu trong và ngoài nước để hỗ trợ công tác NCKH của GV và NH.

5. *Tự đánh giá*: Mức đạt được của tiêu chí: 5/7.

Tiêu chí 10.5: Chất lượng các dịch vụ hỗ trợ và tiện ích (tại thư viện, phòng thí nghiệm, hệ thống công nghệ thông tin và các dịch vụ hỗ trợ khác) được đánh giá và cải tiến.

1. *Mô tả hiện trạng*

Học viện đã ban hành các văn bản hướng dẫn về việc đánh giá chất lượng giáo dục từ các bên liên quan, bao gồm các nội dung liên quan đến các dịch vụ hỗ trợ của thư viện, phòng thí nghiệm, hệ thống CNTT và các dịch vụ hỗ trợ khác:

Quy định khảo sát ý kiến phản hồi của cán bộ, giảng viên về điều kiện cơ sở vật chất phục vụ công tác quản lý, giảng dạy, NCKH (QĐ số 519/QĐ-HV ngày 22/6/2021) [H10.10.01.03] và Quy định khảo sát CSVC phục vụ công tác quản lý, giảng dạy và NCKH tại Học viện (QĐ số 1059/QĐ-HV ngày 30/11/2019) [H10.10.01.06].

Các quy định nêu trên phân công trách nhiệm các đơn vị thực hiện việc khảo sát ý kiến các bên liên quan, cụ thể:

- Trung tâm KT&ĐBCLGD chịu trách nhiệm lấy ý kiến sinh viên về hoạt động giảng dạy của GV, về chất lượng phục vụ của Học viện;
- Phòng Chính trị - Công tác sinh viên chịu trách nhiệm khảo sát SVTN sau 3 tháng về chất lượng khóa học và khảo sát SVTN sau 12 tháng về tình hình việc làm; khảo sát các doanh nghiệp về chất lượng SVTN;
- Phòng CTSV cơ sở Học viện tại Thành phố HCM có nhiệm vụ khảo sát sinh viên về chất lượng phục vụ của Học viện; khảo sát SVTN sau 3 tháng về chất lượng đào tạo toàn khóa và SVTN sau 12 tháng về tình hình việc làm; khảo sát nhà tuyển dụng về chất lượng SVTN;
- Văn phòng Học viện (Phòng Tổ chức hành chính ở cơ sở phía Nam) có nhiệm vụ khảo sát GV về môi trường làm việc; Khoa Sau Đại học (Phòng ĐT&KHCV ở cơ sở phía Nam) khảo sát học viên cao học về chất lượng giảng dạy và phục vụ của Học viện;
- Phòng Đào tạo khảo sát các bên liên quan về CTĐT;

- Phòng Quản lý KH&HTQT khảo sát các bên liên quan về chất lượng thư viện; Trung tâm Dịch vụ khảo sát công tác phục vụ tại ký túc xá;

- Trung tâm Thực hành - Thí nghiệm khảo sát các bên liên quan về công tác thực hành - thí nghiệm.

Quy định cũng nêu rõ quy trình thực hiện việc khảo sát ý kiến phản hồi được thực hiện theo các bước: (1) Xây dựng kế hoạch, hiệu chỉnh mẫu khảo sát, trình lãnh đạo Học viện phê duyệt; (2) Thu thập và xử lý thông tin các bên liên quan (Gửi phiếu khảo sát; thu thập thông tin từ đối tượng khảo sát; xử lý và phân tích số liệu; báo cáo kết quả..); (3) Chuyển báo cáo kết quả khảo sát đến lãnh đạo Học viện; Trung tâm KT&ĐBCLGD và các đơn vị liên quan; (4) Đề xuất, triển khai và phê duyệt các biện pháp cải tiến (Các đơn vị liên quan phân tích nguyên nhân và đề xuất biện pháp cải tiến; Ban Giám đốc xem xét, phê duyệt các biện pháp cải tiến và chỉ đạo thực hiện; các đơn vị liên quan tổ chức thực hiện biện pháp cải tiến và báo cáo kết quả theo yêu cầu của Lãnh đạo Học viện).

Hàng năm, Trung tâm KT&ĐBCLGD, Phòng CT&CTSV, Phòng CTSV, Văn phòng, Khoa và các đơn vị chịu trách nhiệm cung cấp các dịch vụ hỗ trợ xây dựng kế hoạch và tổ chức lấy ý kiến phản hồi của CB, GV, nhân viên và các bên liên quan khác về chất lượng của các dịch vụ hỗ trợ (Các báo cáo: ngày 28/4/2022; 21/12/2021; ngày 29/12/2020; ngày 27/9/2019; ...). Cụ thể:

- Báo cáo kết quả khảo sát ý kiến phản hồi của SV về CSVC phục vụ công tác quản lý, giảng dạy và NCKH tại Học viện của Trung tâm KT&ĐBCLGD các năm từ 2017-2021 [H10.10.05.01]: Thực hiện kế hoạch năm học 2017-2018, Trung tâm KT&ĐBCLGD đã tiến hành lấy ý kiến của 1200 SV về các (i) Mức độ đáp ứng của Thư viện (3 tiêu chí); (ii) Mức độ đáp ứng yêu cầu của thiết bị dạy và học (3 tiêu chí); (iii) Về phương tiện và công cụ tin học; (iv) Về mức hướng dẫn các SV quy chế, quy chế, quy định và quy trình và thời gian giải quyết các công việc liên quan đến người học được quy định rõ ràng; (v) Trạm y tế đáp ứng yêu cầu khám chữa bệnh; (vi) Công tác vệ sinh môi trường, giáo dục thể chất, nhà ăn, ký túc xá đáp ứng yêu cầu của người học. Kết quả khảo sát cho thấy: 90,67% SV đồng ý “Thư viện có đủ tài liệu tham khảo”; 93,42% SV hài lòng về “Thái độ phục vụ của CB, NV thư viện”; 92,50% SV hài lòng về “CSVC của Thư viện, phòng đọc”; 82,24% SV hài lòng về “Giảng đường, phòng học”; 87,75% SV hài lòng về “Trang thiết bị các phòng thực hành, thí nghiệm”;

90,25% SV hài lòng về “Trình độ chuyên môn, thái độ phục vụ của đội ngũ nhân viên, kỹ thuật viên”; 86,50% SV hài lòng về “Website của Học viện có đủ thông tin, cập nhật và sẵn sàng truy cập”; 81,58% SV hài lòng về mức độ đáp ứng của mạng máy tính, thiết bị tin học; 91,92% SV hài lòng về “Người học được cung cấp, hướng dẫn đầy đủ về quy chế, quy định”; 90,25% SV hài lòng về “Trạm Y tế đáp ứng yêu cầu khám chữa bệnh ban đầu”; 92,50% SV hài lòng về “Công tác vệ sinh môi trường, giáo dục thể chất, nhà ăn, ký túc xá”.

- Báo cáo kết quả khảo sát CBGVNV về điều kiện môi trường làm việc của Văn phòng và Phòng TCHC-CSHV các năm từ 2017-2021 [H10.10.05.02]. Văn phòng/Phòng Tổ chức - Hành chính cũng tiến hành khảo sát CBGV về điều kiện môi trường làm việc trong đó có nội dung về mức độ đáp ứng của các dịch vụ hỗ trợ của thư viện, phòng thí nghiệm, hệ thống công nghệ thông tin và các dịch vụ hỗ trợ khác (Các báo cáo: số 266/BC-VP ngày 25/11/2017; số 239/BC-VP ngày 28/11/2018; số 293/BC-VP ngày 05/12/2019; số 286/Bc-VP ngày 10/12/2020...). Ví dụ, năm 2018 ,Văn phòng đã khảo sát 372 CB, GV (có 320 CBGV phản hồi). Kết quả 81% CB, GV hài lòng về “Hệ thống CNTT (bao gồm hạ tầng cho học tập trực tuyến) phù hợp và được cập nhật để hỗ trợ các hoạt động đào tạo và nghiên cứu”; 84% CBGV hài lòng về “Thư viện và các nguồn tài liệu phù hợp và được cập nhật để hỗ trợ các hoạt động đào tạo và nghiên cứu”; 82% CBGV hài lòng về “Thư viện điện tử và các phần mềm quản lý sách, tài liệu, học liệu đáp ứng nhu cầu của người sử dụng”; 78% CBGV hài lòng về “Chất lượng các trang thiết bị tại các phòng làm việc, phòng học, phòng chức năng phù hợp để hỗ trợ các hoạt động đào tạo và nghiên cứu”; 80% CBGV hài lòng về “Các trang thiết bị, máy móc, nội quy, quy định và trang thiết bị bảo hộ an toàn lao động của các phòng thí nghiệm, xưởng thực hành được trang bị đầy đủ và được cập nhật”; 76% CBGV hài lòng về “Trang thiết bị giảng dạy, nghiên cứu được hỗ trợ sửa chữa hoặc thay thế kịp thời”.

- Để thu thập được đầy đủ thông tin và có kế hoạch cải tiến hoạt động phục vụ bạn đọc kịp thời, Phòng Quản lý KHCN và HTQT đã xây dựng và triển khai kế hoạch lấy ý kiến phản hồi của bạn đọc về chất lượng phục vụ của Thư viện [H10.10.05.03]. (Các báo cáo: số 25/BC-ĐT&KHCN ngày 07/9/2018; số 20/BC-ĐT&KHCN ngày 05/8/2018; số 22/BC-ĐT&KHCN ngày 04/8/2020; số 18/BC-ĐT&KHCN này 09/8/2021).

- Hàng năm, Bộ môn Marketing tổ chức lấy ý kiến của người học chuẩn bị tốt nghiệp về chất lượng đào tạo của Học viện [H10.10.05.04], trong đó có nội dung về mức độ đáp ứng của các dịch vụ hỗ trợ của thư viện, phòng thí nghiệm/thực hành, hệ thống CNTT, hoạt động tư vấn học tập/việc làm, các hoạt động ngoại khóa, hoạt động đoàn thể. Ví dụ: Kết quả khảo sát SV ngành Marketing về mức độ đáp ứng của các dịch vụ hỗ trợ của thư viện, phòng thí nghiệm, hệ thống công nghệ thông tin và các dịch vụ hỗ trợ khác năm học khóa SV tốt nghiệp năm 2022 cho thấy: 21,71% SV không hài lòng về “Thư viện đảm bảo đủ số lượng, chất lượng sách báo, không gian và chỗ ngồi”; 30,43% SV không hài lòng về “Thiết bị công nghệ thông tin phục vụ tốt cho công tác giảng dạy và học tập”; 39,13% SV không hài lòng về “Cơ sở vật chất của học viện (Giảng đường, phòng thí nghiệm thực hành, bàn ghế, các phương tiện nghe nhìn, chỗ gửi xe, vệ sinh...) đáp ứng nhu cầu đào tạo, học tập và nghiên cứu”; 15,95% SV không hài lòng về “Hoạt động tư vấn học tập, nghề nghiệp cung cấp đầy đủ thông tin đáp ứng nhu cầu tìm hiểu, chọn lựa và học tập của SV”; 20,29% không hài lòng về “Các hoạt động ngoại khóa hỗ trợ thiết thực cho học tập và nghiên cứu”; Ngoài ra, cuối mỗi năm học, Khoa sẽ tổ chức cuộc họp tổng kết để đánh giá toàn diện các hoạt động của Khoa trong đó có đánh giá về chất lượng các dịch vụ hỗ trợ và tiện ích [H10.10.05.05].

- Các đơn vị hỗ trợ SV như Trung tâm TNTH, Thư viện cũng chủ động tổ chức thiết kế phiếu và tổ chức khảo sát SV về mức độ đáp ứng các dịch vụ TNTH, thư viện [H10.10.05.06], [H10.10.05.07]. Kết quả khảo sát cho thấy có trung bình 94,61% SV hài lòng với các hoạt động của Thư viện, Trung tâm TNTH.

- Phòng CT&CTSV thực hiện khảo sát chất lượng dịch vụ tại Văn phòng Giao dịch một cửa qua hệ thống khảo sát trực tuyến để SV đánh giá về chất lượng dịch vụ tại văn phòng một cửa, tác phong, thái độ của từng cán bộ tiếp nhận hồ sơ và tư vấn cho SV [H10.10.05.08]. Kết quả khảo sát cho thấy các ý kiến đồng ý và hoàn toàn đồng ý về các nội dung: có 96,7%; về thư viện đáp ứng nhu cầu về cơ sở vật chất, phòng đọc và các trang thiết bị phục vụ cho việc tra cứu tài liệu; về điều kiện an ninh của ký túc xá đảm bảo an toàn có 93%; số thuốc được cung cấp sau khi khám/sơ khám đáp ứng điều trị bệnh có 76,6%; về điều kiện vệ sinh an toàn thực phẩm của nhà ăn, canteen Học viện sạch sẽ có 93,3%; về phòng thí nghiệm thực hành được trang bị đầy đủ đáp ứng nhu cầu thực hành các học phần trong CTĐT có 89,7%.

Trên cơ sở khảo sát ý kiến phản hồi của SV, cựu SV và CBGV, các dịch vụ hỗ trợ đã được cải tiến và nâng cao chất lượng phục vụ như:

- Sử dụng hệ thống đào tạo trực tuyến để cung cấp các dịch vụ học tập, nghiên cứu của người học 24/7 [H10.10.05.09]

- Học viện là trường Đại học đầu tiên trong cả nước đi đầu trong công cuộc Chuyển đổi số, PTIT- SLink là mô hình nền tảng số đầu tiên được công bố trong việc liên thông dữ liệu đối trong Học viện với mục đích phát triển hệ thống các ứng dụng hỗ trợ GV/SV trong quá trình đào tạo/học tập; tối ưu hoá hiệu suất lao động của cán bộ, hỗ trợ [H10.10.05.10]. Với quá trình chuyển đổi số của Học viện, hầu hết các dịch vụ hỗ trợ cho NH được cung cấp thông qua môi trường số, trong khi Học viện chưa quan tâm đến việc tập huấn để nâng cao kỹ năng hoạt động cho đội ngũ cố vấn học tập, do đó hiệu quả hoạt động của đa số các CVHT chưa được đổi mới và nâng cao hiệu quả.

- Thiết lập quan hệ với các đối tác bổ sung thêm các phòng TNTH, phòng Lab phục vụ nghiên cứu chuyên sâu về CNTT như Phòng Thí nghiệm trí tuệ nhân tạo; Phòng Lab 4G Viettel; Phòng Lab Samsung, có máy tính và phần mềm chuyên dụng được mô tả cụ thể tại Đề án tuyển sinh Học viện năm 2021 [H10.10.05.11]. Học viện đầu tư 2545 triệu đồng mua sắm trang thiết bị mới phục vụ hoạt động đào tạo, NCKH.

- Đầu tư, nâng cấp hệ thống thư viện và đầu tư mua sắm các tài liệu tham khảo phục vụ công tác giảng dạy/học tập [H10.10.05.12], trong đó có việc số hóa các học liệu cung cấp cho thư viện điện tử để SV có thể truy cập sử dụng mọi lúc, mọi nơi; giai đoạn 2017 - 2022, Thư viện Học viện được bổ sung 502 đầu sách/2878 bản, trong đó CTĐT ngành Marketing được bổ sung 15 đầu sách/32bản; Thư viện tăng thời gian mở cửa phục vụ bạn đọc từ 8 lên 12 giờ/ngày.

- Phòng CT&CTSV, Bộ môn Marketing tăng cường kết nối kết nối với các doanh nghiệp và nhà tuyển dụng thông qua hội chợ việc làm, kết nối tuyển sinh và hội thảo với doanh nghiệp [H10.10.05.13].

- Hoạt động của tổ chức đoàn thể và ngoại khoá giúp SV nâng cao kỹ năng mềm và tham gia hoạt động cộng đồng được tổng kết đánh giá hàng năm và có những cải tiến về hình thức, nội dung hoạt động ... [H10.10.05.14].

Kết quả nghiên cứu các báo cáo tổng kết năm học hằng năm của Học viện giai đoạn 2017-2022 và của các đơn vị tổ chức thực hiện các dịch vụ hỗ trợ cho thấy việc đánh giá, cải tiến các dịch vụ hỗ trợ và tiện ích đã được triển khai hằng năm.

2. Điểm mạnh

Công tác chuyển đổi số tại Học viện đã đạt được những kết quả nhất định, hỗ trợ có hiệu quả cho Học viện thông qua môi trường mạng.

3. Điểm tồn tại

Với quá trình chuyển đổi số của Học viện, hầu hết các dịch vụ hỗ trợ cho NH được cung cấp thông qua môi trường số, trong khi Học viện chưa quan tâm đến việc tập huấn để nâng cao kỹ năng hoạt động cho đội ngũ cố vấn học tập, do đó hiệu quả hoạt động của đa số các CVHT chưa được đổi mới và nâng cao hiệu quả.

4. Kế hoạch hành động

Năm học 2022-2023, phòng CT&CTSV phối hợp với Bộ môn Marketing tổ chức tập huấn cho đội ngũ cố vấn học tập trong môi trường chuyển đổi số.

5. Tự đánh giá: Mức đạt được của tiêu chí: 5/7.

Tiêu chí 10.6: Cơ chế phản hồi của các bên liên quan có tính hệ thống, được đánh giá và cải tiến.

1. Mô tả hiện trạng

Học viện đã ban hành các văn bản quy định về hoạt động thu thập ý kiến phản hồi các bên liên quan như: Quy định khảo sát ý kiến phản hồi của cán bộ, giảng viên về điều kiện cơ sở vật chất phục vụ công tác quản lý, giảng dạy, NCKH (QĐ số 519/QĐ-HV ngày 22/6/2021) [H10.10.06.03]; Quy định lấy ý kiến phản hồi từ người học về hoạt động giảng dạy của GV tại Học viện CNBCVT ban hành theo Quyết định số 816/QĐ-HV ngày 23/11/2015 [H10.10.01.04]; Quy định về việc lấy ý kiến về tình trạng việc làm của sinh viên sau khi tốt nghiệp tại Học viện CNBCVT ban hành theo Quyết định số 642/QĐ-HV ngày 09/08/2018 [H10.10.01.05]; Quy định lấy ý kiến phản hồi của người học về hoạt động giảng dạy của giảng viên (QĐ số 861/QĐ-HV ngày 23/11/2015) [H10.10.01.06]; Quy định về việc lấy ý kiến về tình trạng việc làm của sinh viên sau khi tốt nghiệp tại Học viện Công nghệ Bưu chính viễn thông (QĐ số 642/QĐ-HV ngày 09/08/2018) [H10.10.06.07]; Quy định về công tác khảo sát cơ sở vật chất phục vụ cho công tác quản lý, giảng dạy, nghiên cứu khoa học tại Học viện CNBCVT (QĐ số 1059/QĐ-HV ngày 30/11/2018) [H10.10.06.08]; Khảo sát SV năm

cuối về CDR, mục tiêu CTĐT, CTDH, chất lượng và các hoạt động hỗ trợ đào tạo trong thời gian SV học tập tại Học viện của Bộ môn Marketing [H10.10.01.07]; Khảo sát lấy ý kiến khảo sát các bên liên quan (DN, chuyên gia, các nhà khoa học, giảng viên, SV tốt nghiệp) về Dự thảo mục tiêu, yêu cầu của CTĐT, CDR, Nội dung CTĐT, CTDH, vị trí việc làm sau tốt nghiệp [H10.10.01.08].

Các văn bản này quy định cụ thể chức năng, nhiệm vụ của các đơn vị trong thực hiện cơ chế lấy ý kiến phản hồi của các bên liên quan: (i) Trung tâm Khảo thí và Đảm bảo chất lượng giáo dục là đơn vị chủ trì khảo sát có trách nhiệm phối hợp với các đơn vị liên quan xây dựng kế hoạch và thực hiện việc khảo sát; thiết kế, hiệu chỉnh nội dung phiếu khảo sát được phân công; quản lý, bảo quản, lưu trữ hồ sơ gốc liên quan đến nhiệm vụ khảo sát được phân công; lập báo cáo kết quả khảo sát gửi lãnh đạo Học viện (ii) Trung tâm Khảo thí và Đảm bảo chất lượng giáo dục có nhiệm vụ phối hợp với đơn vị chủ trì khảo sát để thiết kế, điều chỉnh, bổ sung định kỳ nội dung các Phiếu khảo sát phù hợp với tình hình hoạt động của Học viện về yêu cầu thu thập ý kiến phản hồi của các bên liên quan; làm đầu mối hướng dẫn, đôn đốc, kiểm tra và tổng hợp các kết quả khảo sát tại các đơn vị để báo cáo Ban Giám đốc Học viện; (iii) Trưởng đơn vị thuộc Học viện có trách nhiệm nhắc nhở cán bộ, viên chức thuộc đơn vị tham gia khảo sát đầy đủ và nghiêm túc theo thông báo của Học viện; lập kế hoạch cải tiến các hoạt động thuộc chức năng, nhiệm vụ được giao qua kết quả, số liệu khảo sát có tỷ lệ hài lòng thấp.

Các văn bản trên cũng quy định các đơn vị chịu trách nhiệm thực hiện khảo sát, trong đó: (i) Trung tâm KT&ĐBCLGD chịu trách nhiệm chủ trì, lấy ý kiến SV về hoạt động giảng dạy của GV; mức độ đáp ứng của CSVC, trang thiết bị, hệ thống CNTT, phòng thực hành/thí nghiệm; (ii) Phòng Đào tạo lấy ý kiến khảo sát liên quan để thiết kế phát triển CTDH, CDR, CTĐT, ... Phòng Chính trị và Công tác SV (Phòng CTSV) lấy ý kiến khảo sát cựu SV, nhà tuyển dụng về việc làm SV; (iii) Văn phòng (Phòng Tổ chức - Hành chính) lấy ý CB, GV về điều kiện CSVC, môi trường làm việc; (iv) Khoa Sau ĐH (Phòng ĐT&KH-CN) khảo sát học viên cao học về chất lượng giảng dạy và phục vụ của Học viện; (v) Phòng Đào tạo khảo sát các bên liên quan khi điều chỉnh mục tiêu, CDR CTĐT và xây dựng, phát triển CTDH; (vi) Phòng Quản lý KH-CN&HTQT khảo sát các bên liên quan về chất lượng phục vụ của Thư viện; Trung

tâm khảo sát công tác phục vụ tại ký túc xá; (vii) Trung tâm Thí nghiệm - Thực hành lấy ý kiến các bên liên quan về chất lượng phòng thí nghiệm - thực hành.

Hàng năm, Học viện đã tiến hành các hoạt động khảo sát để thu thập thông tin phản hồi của các bên liên quan: (i) Khảo sát SV về hoạt động giảng dạy của GV theo từng học kỳ [H10.10.03.05]; (ii) Khảo sát SV, HV về chất lượng phục vụ của Học viện [H10.10.06.06]; (iii) Khảo sát sinh viên trước tốt nghiệp về chất lượng khóa học [H10.10.05.04]; (iv) Khảo sát SVTN về tình hình việc làm và chất lượng khóa học [H8.08.04.26]; (v) Khảo sát CB, GV về môi trường làm việc [H7.07.01.05]; (vi) Khảo sát doanh nghiệp về tình hình sử dụng lao động sinh viên tốt nghiệp [H10.10.06.01], [H10.10.06.02]; (vii) Khảo sát các bên liên quan khi rà soát thiết kế CTĐT [H10.10.06.03]; (viii) Các khảo sát khác (Khảo sát các bên liên quan trong công tác xây dựng, bổ sung, hiệu chỉnh CTDH [H10.10.06.04]; về chất lượng Thư viện [H10.10.05.07]; Báo cáo kết quả khảo sát về chất lượng dịch vụ tại Văn phòng giao dịch một cửa 3 năm (2017, 2019 và 2021) [H10.10.05.08]; công tác phục vụ tại KTX) do các đơn vị thực hiện theo yêu cầu công việc của các đơn vị, nhằm không ngừng nâng cao chất lượng đào tạo và phục vụ của đơn vị mình (Phòng Đào tạo, Phòng Quản lý KHCN&HTQT; Trung tâm dịch vụ...).

Hệ thống mẫu phiếu khảo sát của từng khảo sát được thiết kế theo mục tiêu của từng loại khảo sát và được điều chỉnh phù hợp với từng đối tượng [H10.10.06.05]. Tùy từng trường hợp cụ thể, Học viện đã sử dụng phương pháp khảo sát phù hợp để đảm bảo sự tiện ích và tính khách quan trong thu thập các thông tin phản hồi. Việc thu thập ý kiến phản hồi có thể thực hiện bằng các phương pháp khác nhau: phát phiếu hỏi trực tiếp hoặc online hoặc qua điện thoại; tổ chức hội thảo, hội nghị, trao đổi, đối thoại; thông qua các cuộc họp của bộ môn, tổng kết hàng năm của Khoa và Học viện ...

Việc thu thập, xử lý và sử dụng thông tin phản hồi từ các bên liên quan được thực hiện theo quy trình 4 bước: (i) Lập kế hoạch trình lãnh đạo Học viện phê duyệt; (ii) Phổ biến, tổ chức triển khai khảo sát theo kế hoạch; (iii) Tổng hợp, xử lý số liệu, gửi báo cáo Lãnh đạo Học viện và các bên liên quan theo yêu cầu của Giám đốc Học viện; (iv) Các đơn vị/cá nhân có liên quan triển khai hoạt động cải tiến chất lượng [H10.10.01.03].

Năm 2017, các khảo sát của Học viện chủ yếu dừng lại ở tờ trình xin chủ trương và tổ chức khảo sát, mà chưa có quy định để thống nhất thực hiện. Năm 2018, Học

viện, đã cải tiến các nội dung, tiêu chí, mẫu phiếu khảo sát SV tốt nghiệp và ban hành quy định khảo sát SV tốt nghiệp [H10.10.06.07]. Năm 2021, Học viện ban hành quy định về khảo sát các bên liên quan để thống nhất thực hiện trong toàn Học viện [H10.10.01.03]. Phương pháp khảo sát chuyển dần từ khảo sát trực tiếp (phát phiếu) sang hình thức khảo sát trực tuyến qua hệ thống webstie các đơn vị và phần mềm khảo sát PtitS’link [H10.10.05.10]. Đồng thời, chức năng, nhiệm vụ thực hiện hoạt động khảo sát cũng được điều chỉnh phù hợp với cơ cấu tổ chức của Học viện. Căn cứ chức năng, nhiệm vụ của các đơn vị, Học viện đã phân công cho văn phòng tổ chức khảo sát các điều kiện về CSVC, đồng thời, khuyến khích các đơn vị chủ động đề xuất và tổ chức khảo sát ý kiến các bên liên quan.

Trên cơ sở các ý kiến góp ý, Học viện đang thực hiện một số giải pháp cải tiến có hiệu quả như: Điều chỉnh CTĐT để nâng cao chất lượng giảng dạy; tăng cường cơ sở vật chất cho công tác đào tạo, cải tạo giảng đường lớp học, hệ thống CNTT...; bổ sung giáo trình, tài liệu cho Thư viện điện tử trên cơ sở số hóa các học liệu của thư viện.

Đối với Bộ môn Marketing, sau khi nhận được báo cáo kết quả khảo sát từ các đơn vị chủ trì khảo sát, báo cáo kết quả khảo sát chuyên sâu do Khoa thực hiện, Khoa đã tiến hành họp với các bộ môn/ giảng viên liên quan phân tích nguyên nhân, dẫn đến các tiêu chí có kết quả đánh giá sự hài lòng thấp, từ đó xây dựng kế hoạch để khắc phục, cải tiến chất lượng [H10.10.06.02]: Bổ sung thêm đối tượng Nhà tuyển dụng, cựu SV vào đối tượng lấy ý kiến khảo sát; bổ sung hình thức lấy ý kiến phản hồi trực tuyến trên nhiều kênh: email, mạng xã hội, S-Link; bổ sung thêm các câu hỏi về cơ sở vật chất, hoạt động tư vấn, hỗ trợ SV, kỹ năng mềm trong phiếu khảo sát [H3.03.01.01-03].

Trong việc khảo sát các bên liên quan, việc khảo sát cựu SV vẫn còn hạn chế do dữ liệu về mạng lưới cựu SV đang được triển khai và hoạt động thu thập thông tin phản hồi do nhiều đầu mối chịu trách nhiệm tổ chức triển khai thực hiện.

2. Điểm mạnh

Học viện đã ban hành Quy định/Quy trình công tác lấy ý kiến phản hồi của các bên liên quan và hàng năm Học viện chủ động bố trí kinh phí cho hoạt động khảo sát.

3. Điểm tồn tại

Hoạt động thu thập thông tin phản hồi tại Học viện do nhiều đầu mối chịu trách nhiệm tổ chức triển khai thực hiện.

4. Kế hoạch hành động

Năm 2023, Trung tâm KT&ĐBCLGD phối hợp với Phòng CT&CTSV và các khoa xây dựng quy định lấy ý kiến phản hồi của các bên liên quan một cách thống nhất, rõ ràng với hướng dẫn cụ thể, chặt chẽ, đảm bảo tính hệ thống cho thu thập và sử dụng ý kiến phản hồi của các bên liên quan và thống nhất nhiệm vụ khảo sát ý kiến các bên liên quan vào 1 đầu mối để điều hành và tổ chức chung.

5. Tự đánh giá: Mức đạt được của tiêu chí 4/7

Kết luận về Tiêu chuẩn 10

Học viện đã ban hành các văn bản quy định việc thu thập thông tin phản hồi các bên liên quan trong các lần rà soát điều chỉnh CDR và CTĐT, xây dựng kế hoạch và triển khai khảo sát ý kiến phản hồi của các bên liên quan; các văn bản quy định việc rà soát, đánh giá quá trình dạy học và kết quả học tập của người học để đảm bảo sự gắn kết giữa CDR của các học phần với CDR của CTĐ; các văn bản quy định cụ thể về nội dung, quy trình và chức năng, nhiệm vụ của các đơn vị trong thực hiện cơ chế lấy ý kiến phản hồi của các bên liên quan; Học viện đã có quy định và định kỳ tổ chức việc đánh giá chất lượng các dịch vụ hỗ trợ và tiện ích phục vụ người học thông qua các phương thức khác nhau để tạo lập cơ sở cho đề xuất cải tiến các dịch vụ này.

Công tác rà soát, đánh giá quá trình dạy học và kiểm tra đánh giá được thực hiện thông qua việc cập nhật, điều chỉnh về CTDH và ĐCCT học phần; hoạt động dự giảng; hoạt động lấy ý kiến phản hồi của người học về chất lượng dạy học; kết quả nghiên cứu của 20 đề tài được chuyển thành nội dung giảng dạy và áp dụng để cải tiến hoạt động dạy học các học phần của CTDH ngành Marketing trình độ đại học.

Khi tiến hành rà soát, đánh giá quy trình thiết kế và phát triển chương trình dạy học của ngành Marketing, số lượng các nhóm đối tượng bên ngoài Học viện (Nhà sử dụng lao động, cựu SV, các chuyên gia, ...) được khảo sát ý kiến còn hạn chế; việc tổ chức các hội nghị, hội thảo, các lớp tập huấn về đổi mới phương pháp dạy-học và kiểm tra đánh giá chưa được thực hiện đều đặn hằng năm cả ở cấp Học viện và cấp Khoa; việc rà soát, đánh giá cơ chế phản hồi của các bên liên quan thực hiện chưa bài bản.

Mặc dù có nhiều bên tham gia khảo sát, nhưng trong nhiều trường hợp chất lượng khảo sát có thể chưa tốt. Chẳng hạn, trong quá trình đưa ra các ý kiến phản hồi, vẫn còn một số lượng nhỏ các SV chưa thật sự nghiêm túc hoặc các ý kiến còn mang tính cá nhân, cảm tính và chưa khách quan. Quá trình lấy ý kiến khảo sát SV, GV còn

thiếu đồng bộ giữa Văn phòng, Thư viện, Trung tâm TNTH và Trung tâm KT&ĐBCLGD do các đơn vị thực hiện theo kế hoạch riêng, chưa thống nhất. Các quy trình thu thập ý kiến phản hồi các bên liên quan chưa được tổng hợp đầy đủ trong hệ thống tài liệu quản lý chất lượng của Học viện.

Tiêu chuẩn 10 có 06 tiêu chí: 4,66/7.

Tiêu chuẩn 11: Kết quả đầu ra

Mở đầu

Khi đánh giá hệ thống đảm bảo chất lượng, Học viện không chỉ đánh giá chất lượng của quá trình đào tạo, mà còn cần đánh giá chất lượng đầu ra và người học tốt nghiệp. Để đánh giá chất lượng người học tốt nghiệp, cần thiết phải giám sát việc đạt được các chuẩn đầu ra, tỷ lệ tốt nghiệp và tỷ lệ thôi học, thời gian tốt nghiệp trung bình và tỷ lệ có việc làm của người học sau khi tốt nghiệp. Nghiên cứu khoa học cũng là một chuẩn đầu ra quan trọng của quá trình đào tạo và các thể loại nghiên cứu khoa học của người học phải đáp ứng yêu cầu của các bên liên quan.

Kết quả đầu ra của CTĐT nhằm phản ánh chất lượng người học. Kết quả CDR của ngành Marketing được xác lập qua tỉ lệ thôi học, tỉ lệ tốt nghiệp, thời gian tốt nghiệp trung bình, tỉ lệ có việc làm sau tốt nghiệp, số lượng và loại hình nghiên cứu của người học và mức độ hài lòng của các bên liên quan. Với chất lượng đầu vào tương đối cao và quá trình đào tạo chất lượng đào tạo của ngành Marketing, Học viện đảm bảo CDR. Các tỉ lệ thôi học, tỉ lệ tốt nghiệp, thời gian tốt nghiệp trung bình, tỉ lệ có việc làm sau tốt nghiệp, số lượng và loại hình nghiên cứu của người học và mức độ hài lòng của các bên liên quan được đối sánh với các CTĐT khối ngành kinh tế trong Học viện và một số trường khác để có những biện pháp khả thi nhằm nâng cao chất lượng đầu ra của người học.

Sau khi phân tích đầu vào, quá trình và đầu ra, Học viện cần phân tích sự hài lòng của các bên liên quan và thiết lập một hệ thống thu thập và đo lường sự hài lòng của các bên liên quan. Các thông tin thu thập cần được phân tích và đối sánh, từ đó xây dựng và triển khai các hoạt động cải tiến CTĐT thông qua hoạt động của hệ thống đảm bảo chất lượng bên trong Học viện.

Tiêu chí 11.1: Tỉ lệ thôi học, tốt nghiệp được xác lập, giám sát và đối sánh để cải tiến chất lượng.

1. Mô tả hiện trạng

Căn cứ Điều 2, Quy định chức năng, nhiệm vụ, quyền hạn và cơ cấu tổ chức ban hành kèm theo Quyết định số 621/QĐ-HV ngày 08/08/2018 [H11.11.01.01], Phòng Giáo vụ có nhiệm vụ theo dõi, cập nhật danh sách, tỷ lệ thôi học, tốt nghiệp đối với SV hệ đại học chính quy theo Bản mô tả công việc các vị trí công việc theo chức năng, nhiệm vụ của phòng Giáo vụ [H11.11.01.02].

Hệ thống giám sát quá trình học tập, đánh giá kết quả học tập, quy định về thôi học, tốt nghiệp, cảnh báo học vụ được thực hiện theo Quy định đào tạo đại học theo hệ thống tín chỉ của Học viện (QĐ số 897/QĐ-HV ngày 11/12/2012; số 474/QĐ-HV ngày 19/6/2018; số 838/QĐ-HV ngày 11/10/2021)) [H5.05.01.01-03], trong đó quy định về việc đăng ký học phần, hủy/rút đăng ký học phần (Điều 12, 13), đăng ký lại, học cải thiện điểm (Điều 14), nghỉ học tạm thời (Điều 15), cảnh báo kết quả học tập (Điều 33), buộc thôi học (Điều 32). Ngoài ra, Học viện còn ban hành Quy trình quản lý và cập nhật CSDL sinh viên (Số 01/GV ngày 02/01/2015) [H11.11.01.03], đồng thời, dữ liệu SV ngừng học, thôi học, tốt nghiệp được xử lý trực tiếp trên phần mềm quản lý đào tạo và được phân quyền theo nhiệm vụ của các đơn vị/ cá nhân để có thể theo dõi và lập danh sách SV thôi học, tốt nghiệp theo học kỳ, năm học [H11.11.01.04].

Khi SV trúng tuyển đến nhập học, Phòng Giáo vụ lập và cung cấp cho mỗi SV một tài khoản cá nhân, sau khi đã hoàn thành đầy đủ cơ sở dữ liệu, để đăng nhập vào vào phần mềm quản lý đào tạo để theo dõi thông tin học tập; lịch trình thời khóa biểu học tập, học phí các kỳ học [H11.11.01.05]. Đồng thời đây cũng là cơ sở để Học viện xác lập kết quả học tập, tỷ lệ thôi học, tốt nghiệp trong tiến trình đào tạo toàn khóa học của SV ngành Marketing và kết quả học tập của SV được cập nhật thường xuyên và kịp thời trên hệ thống cũng như qua tài khoản cá nhân để giúp SV theo dõi và có kế hoạch cải thiện kết quả học tập theo từng mốc thời gian cụ thể. Danh sách SV thôi học được cập nhật theo năm học và được lưu tại Phòng Giáo vụ, Phòng Đào tạo, trên phần mềm quản lý đào tạo [H11.11.01.07].

Hàng năm, Học viện tiến hành 4 đợt xét tốt nghiệp và ban hành các quyết định công nhận tốt nghiệp cho SV. Danh sách thôi học, tốt nghiệp được cập nhật hằng năm trên phần mềm quản lý đào tạo [H11.11.01.08].

Học viện thống kê, giám sát chặt chẽ tiến độ học tập, tỷ lệ tốt nghiệp của SV thông qua hệ thống CVHT, trợ lý Khoa và cán bộ Phòng Đào tạo, Giáo vụ. Theo kết quả thống kê của các khóa học: khóa 2013-2017, khóa 2014-2018, khóa 2015-2019,

khóa 2016-2020, khóa 2017-2021. Cụ thể thông tin về tỷ lệ tốt nghiệp và thôi học của 5 khóa gần đây được thể hiện qua bảng 11.1 và 11.2, *Phụ lục 02*.

Số liệu ở Bảng 11.1 cho thấy: Tỷ lệ SV ngành Marketing thôi học các khóa dao động từ 1% - 3,5% và số liệu thống kê ở Bảng 11.2 tỉ lệ SV ngành Marketing tốt nghiệp so với số tuyển đầu vào của Học viện giữ mức ổn định từ 91% đến 98% và tỷ lệ SV ngành Marketing tốt nghiệp đúng hạn dao động từ 82% - 85% và có xu hướng tăng.

Theo báo cáo tổng kết năm học của Học viện cho thấy số SV tốt nghiệp chậm hơn thời gian quy định phần lớn là do SV thiếu các điều kiện như chưa tích lũy đủ khối kiến thức theo quy định hoặc không đạt yêu cầu CDR về ngoại ngữ. Hàng năm, tỷ lệ SV ngành Marketing tốt nghiệp và thôi học được xác lập, giám sát chặt chẽ.

Phòng Giáo vụ đã thống kê nguyên nhân nghỉ học. Thông qua số liệu thống kê cho thấy, các nguyên nhân thôi học bao gồm: (i) SV thôi học vì lý do cá nhân (Đi du học, thi lại vào trường khác, do sức khỏe, điều kiện kinh tế..); (ii) Bị buộc thôi học do kết quả học tập [H11.11.01.09].

Để giảm tỷ lệ thôi học của SV, Học viện đã giao cho đội ngũ cố vấn học tập giám sát chặt chẽ tình hình học tập, tư tưởng SV và liên hệ với đội ngũ cán bộ lớp, Đoàn thanh niên thường xuyên nắm bắt tình hình học tập và rèn luyện của SV để tư vấn, cảnh báo các SV có nguy cơ thôi học; gặp gỡ, trao đổi trực tiếp tháo gỡ những khó khăn trong học tập, đời sống của SV; kết hợp liên lạc với gia đình quan tâm động viên để giúp SV cải thiện kết quả học tập, rèn luyện [H11.11.01.10].

Kết quả đối sánh tỷ lệ tốt nghiệp, thôi học giai đoạn 2017-2022 của ngành Marketing với các CTĐT khác của Học viện được trình bày ở các bảng 11.3, *Phụ lục 02*. Kết quả đối sánh cho thấy: Tỷ lệ thôi học của SV ngành Marketing các khóa dao động từ 9% - 11%, cao hơn khối ngành kỹ thuật và tương đương với các ngành kinh tế.

Kết quả đối sánh tỷ lệ SV tốt nghiệp và thôi học ngành Marketing với cùng ngành Marketing của các trường đại học khác được trình bày ở bảng 11.4, *Phụ lục 02*.

Kết quả tổng hợp, đối sánh, phân tích về tỉ lệ thôi học, tốt nghiệp được Phòng Đào tạo, Phòng Giáo vụ, Bộ môn Marketing và CVHT, Đoàn Thanh niên phối hợp thực hiện các biện pháp hỗ trợ đối với từng trường hợp cụ thể: (i) Đoàn Thanh niên tổ chức các hoạt động ngoại khóa để định hướng nghề nghiệp cho người học

[H8.08.04.14] (ii) Xét, trao học bổng cho các SV nghèo vượt khó, SV có hoàn cảnh đặc biệt [H8.08.04.15-18]; (iii) Làm tốt công tác quán triệt các quy chế, quy định giúp người học xác định đúng đắn động cơ học tập, mục đích học tập thông qua Tuần sinh hoạt công dân đầu năm học [H4.04.01.08]; (iv) CVHT hỗ trợ SV về phương pháp học tập, giúp SV trong việc lập kế hoạch, xây dựng lộ trình học tập hợp lý...) [H4.04.02.12].

Học viện là trường tiên phong trong việc triển khai chuyển đổi số, với việc triển khai các ứng dụng CNTT: Mỗi SV đều được cấp tài khoản phần mềm Quản lý đào tạo, trên các ứng dụng của Học viện dễ dàng theo dõi các thông báo từ Học viện/Bộ môn Marketing /phòng Giáo vụ để có những thay đổi, điều chỉnh kịp thời nhằm đáp ứng tiến độ học tập.

2. Điểm mạnh

Danh sách SV tốt nghiệp và thôi học được cập nhật trên phần mềm hệ thống quản lý đào tạo của Học viện, điều này thuận tiện cho việc giám sát tình hình, kết quả học tập của SV trong quá trình đào tạo.

3. Điểm tồn tại

Trong năm 2020 và 2021, tỷ lệ SV ngừng học/gián đoạn học tăng cao hơn các năm trước do tình hình dịch Covid-19, SV học trực tuyến, nên sự giám sát đối với SV trong quá trình học tập môn tiếng Anh thiếu chặt chẽ.

4. Kế hoạch hành động

Từ năm học 2023-2024, Phòng Giáo vụ phối hợp với Bộ môn Ngoại ngữ, Khoa Cơ bản nghiên cứu triển khai thực giải pháp hỗ trợ người học trong việc lập kế hoạch và chọn phương pháp học tập phù hợp để đạt CĐR tiếng Anh theo tiến độ đào tạo của khóa học, tăng tỷ lệ SV tốt nghiệp đúng kế hoạch và có sinh viên tốt nghiệp sớm.

5. Tự đánh giá: Mức đạt được của tiêu chí: 5/7

Tiêu chí 11.2: Thời gian tốt nghiệp trung bình được xác lập, giám sát và đối sánh để cải tiến chất lượng.

1. Mô tả hiện trạng

Từ năm học 2012 - 2013, Học viện đã chính thức thực hiện đào tạo theo hệ thống tín chỉ cho tất cả các CTĐT trình độ của Học viện. Theo Mục 2, Chương trình giáo dục đại học ngành Marketing năm 2016 [H1.01.01.01], Chương trình giáo dục đại học ngành Marketing năm 2018 [H1.01.01.02] và Chương trình khung giáo dục đại học

ngành Marketing năm 2022 [H1.01.01.03], CTĐT ngành Marketing trình độ đại học theo hệ thống tín chỉ của Học viện có thời gian học chuẩn là 4 năm và tối đa là 8 năm. CTĐT ngành Marketing có sự linh hoạt rút ngắn thời gian đào tạo đối với những SV có khả năng và nguyện vọng (tốt nghiệp sớm trước thời hạn), tuy nhiên việc triển khai chưa được thực hiện. Kể từ năm 2014, Học viện áp dụng Chuẩn đầu ra tiếng Anh cho SV khoá 2014 [H11.11.02.01].

Theo Điều 2 Quy định chức năng, nhiệm vụ, quyền hạn và cơ cấu tổ chức của Phòng Giáo vụ ban hành kèm theo QĐ số 621/QĐ-HV ngày 08/08/2018 [H11.11.01.01], Phòng Giáo vụ phối hợp cùng Phòng Đào tạo có nhiệm vụ theo dõi, giám sát thời gian tốt nghiệp trung bình. Thời gian tốt nghiệp trung bình của sinh viên ngành Marketing được trình bày Bảng 11.5, *Phụ lục 02*. Số liệu đối sánh cho thấy, thời gian tốt nghiệp trung bình của ngành Marketing là 4,05 năm, so với số năm thiết kế trong CTĐT là 4 năm. Như vậy thời gian tốt nghiệp trung bình gần đúng với thời gian thiết kế CTĐT [H1.01.01.03]. Kết quả đối sánh cho thấy thời gian tốt nghiệp trung bình của SV ngành Marketing của Học viện thấp hơn so với các ngành kinh tế khác.

Thời gian tốt nghiệp trung bình của SV ngành Marketing các khóa dao động từ 4,01- 4,12 năm và thời gian tốt nghiệp trung bình của SV ngành Marketing ở cơ sở Thành phố Hồ Chí Minh có xu hướng dài hơn cơ sở tại Hà Nội. Trên cơ sở thống kê thời gian tốt nghiệp trung bình của SV ngành Marketing, Học viện tiến hành đối sánh thời gian tốt nghiệp trung bình của SV ngành Marketing với thời gian tốt nghiệp trung bình của SV các ngành thuộc khối Kinh tế trong Học viện và với ngành Marketing các trường đại học khác, cụ thể tại Bảng 11.6 và 11.7, *Phụ lục 02*.

Trên cơ sở các số liệu theo dõi thống kê về thời gian tốt nghiệp trung bình của SV, khi SV bị chậm tiến độ, nợ môn, chưa hoàn thành chương trình học, Phòng Giáo vụ có bảng tổng hợp nguyên nhân chậm tốt nghiệp của SV: các môn nợ SV nợ theo CTĐT; các nguyên nhân khác: chuẩn đầu ra, chứng chỉ GDQP, GDTC, nợ học phí để thông báo kịp thời cho SV [H11.11.01.09].

Hàng năm, Học viện tổ chức họp giữa các đơn vị để phân tích nguyên nhân SV chậm tốt nghiệp để từ đó đánh giá, đề xuất biện pháp hỗ trợ người học giảm thời gian học tập [H11.11.02.02]. Năm 2022, Học viện đã tổ chức hội nghị đánh giá chất lượng đào tạo các khóa nhập học từ năm 2012 đến năm 2017. Nguyên nhân SV tốt nghiệp muộn chủ yếu là: SV còn chưa trả nợ xong các môn học; nợ học phí, nợ chứng chỉ

GDQP, GDTC, nợ CĐR tiếng Anh (theo báo cáo của Phòng Giáo vụ tỷ lệ nợ Tiếng Anh của SV Học viện 29,2% (Cơ sở Hà Nội là 36,8%, Cơ sở Thành phố Hồ Chí Minh là 14,7%), trong đó ngành Marketing là 8,3% (Cơ sở Hà Nội là 3,1%, Cơ sở Thành phố Hồ Chí Minh là 5,2%).

Để giúp SV rút ngắn thời gian học tập, Học viện đã triển khai các biện pháp:

- Ngoài 02 học kỳ chính, tùy thuộc vào điều kiện thực tế của Học viện và nhu cầu của SV mà Học viện tổ chức thêm học kỳ hè (còn gọi là học kỳ 3), thời gian học tập là 02 tháng hè hoàn toàn tự nguyện, không bắt buộc nhằm mục đích đáp ứng nhu cầu học tập tăng tiến độ hoặc cải thiện điểm cho SV (Các kế hoạch: số 203/KH-HV ngày 11/4/2018; số 209/KH-HV ngày 08/4/2019; 337/KH-HV ngày 20/05/2020; số 285/KH-HV ngày 22/4/2021...); [H11.11.02.03]. Hoạt động này nhận được sự ủng hộ và tham gia học tập nhiệt tình của hầu khắp SV các khoa, các ngành đào tạo trong Học viện.

- Mỗi năm học, Học viện tổ chức 2 kỳ xét tốt nghiệp chính cho SV (kỳ 1: tháng 12); kì 2: tháng 8 hàng năm và 02 kỳ tốt nghiệp phụ [H11.11.02.04]. Việc tổ chức các đợt xét tốt nghiệp nhằm đáp ứng kịp thời, nhanh chóng nhu cầu của SV, tăng thêm tỷ lệ SV tốt nghiệp đúng hạn của CTĐT.

- Trong các buổi lễ tổng kết các khóa đào tạo và phát bằng tốt nghiệp SV các khóa [H11.11.02.05], Phòng Giáo vụ tiến hành thống kê, phân tích tỷ lệ SV tốt nghiệp, thời gian tốt nghiệp của người học ngành Marketing. Báo cáo đã phân tích, đánh giá tỷ lệ SVTN, tốt nghiệp đúng kế hoạch, thảo luận, phân tích nguyên nhân sinh viên chậm tốt nghiệp, đánh giá hiệu quả các biện pháp hỗ trợ người học và các kiến nghị, đề xuất.

- Trong các hội nghị tổ chức hằng năm, thông qua báo cáo tổng kết, phương hướng hoạt động năm của Học viện, Đoàn Thanh niên, các GVCN, CVHT tham gia sinh hoạt Đoàn Thanh niên đã có các ý kiến tham luận, đề xuất biện pháp để nâng cao hiệu quả các biện pháp hỗ trợ SV rút ngắn thời gian tốt nghiệp [H11.11.02.06]. Đồng thời, Báo cáo tại Hội nghị CBVC và Báo cáo tổng kết năm học của Bộ môn Marketing hàng năm, các giảng viên cũng đề xuất các biện pháp hỗ trợ SV trong học tập [H11.11.02.07].

- Học viện phối hợp với Công ty IIG tổ chức các CTĐT tiếng Anh theo chuẩn TOEIC quốc tế cho SV CTĐT ngành Marketing để hỗ trợ chuẩn đầu ra tiếng Anh cho SV, giúp SV tốt nghiệp đúng thời hạn [H11.11.02.08].

- Thông qua hồ sơ đại hội lớp - chi đoàn; báo cáo tổng kết, phương hướng hoạt động Đoàn Thanh niên theo năm học, các ý kiến tham luận, các CVHT, GVCN đưa ra những định hướng để hỗ trợ SV trong học tập và NCKH [H11.11.02.09].

Mặc dù Học viện có nhiều biện pháp hỗ trợ để giúp cho SV tốt nghiệp đúng thời hạn, nhưng một số SV chưa chủ động với kế hoạch học tập của cá nhân, mặc dù đã hoàn thành các học phần trong CTĐT nhưng chưa hoàn thành các điều kiện chuẩn đầu ra.

2. Điểm mạnh

Học viện và Bộ môn Marketing có quy định rõ ràng, có cơ chế giám sát chặt chẽ tỷ lệ tốt nghiệp, thời gian tốt nghiệp, tạo mọi điều kiện thuận lợi, kịp thời để đáp ứng nhu cầu tốt nghiệp của SV.

3. Điểm tồn tại

Mặc dù đã triển khai đào tạo theo học chế tín chỉ được nhiều năm, song cho đến nay Bộ môn Marketing vẫn chưa có SV tốt nghiệp sớm.

4. Kế hoạch hành động

Kể từ năm học 2023-2024, Bộ môn Marketing chỉ đạo đội ngũ CVHT tích cực hỗ trợ SV chủ động trong xây dựng kế hoạch học tập, đăng ký học phần để hạn chế số lượng SV tốt nghiệp muộn và có được SV tốt nghiệp sớm so với kế hoạch, phù hợp với phương thức đào tạo theo tín chỉ.

5. Tự đánh giá: Mức đạt được của tiêu chí: 5/7

Tiêu chí 11.3: Tỷ lệ có việc làm sau tốt nghiệp được xác lập, giám sát và đối sánh để cải tiến chất lượng.

1. Mô tả hiện trạng

Theo Quy định chức năng, nhiệm vụ quyền hạn, cơ cấu tổ chức Phòng CT&CTSV (QĐ số 622/QĐ-HV ngày 08/08/2018) [H11.11.03.01] và Quy định chức năng nhiệm vụ quyền hạn và cơ cấu tổ chức Phòng Công tác sinh viên thuộc cơ sở đào tạo Học viện tại Thành phố Hồ Chí Minh (QĐ số 326/QĐ-HV ngày 31/3/2016) [H11.11.03.02], Phòng CT&CTSV/Phòng CTSV có chức năng, nhiệm vụ: Thực hiện khảo sát tình trạng việc làm SV Học viện sau khi tốt nghiệp tại các cơ sở đào tạo của Học viện.

Quy định lấy ý kiến về tình trạng việc làm của sinh viên sau khi tốt nghiệp tại Học viện CNBCVT (QĐ số 642/QĐ-HV ngày 09/08/2018) [H10.10.06.03] đã quy

định cụ thể về Quy trình, biểu mẫu khảo sát; đối tượng khảo sát; phương pháp khảo sát và các tiêu chí khảo sát. Theo đó, quy trình khảo sát việc làm của cựu sinh viên gồm các bước sau: (i) Xây dựng kế hoạch khảo sát; (ii) Trình Giám đốc phê duyệt; (iii) Thực hiện khảo sát; (iv) Xử lý, thống kê số liệu; (v) Viết báo cáo; (vi) Trình BGH phê duyệt; (vii) Công bố kết quả khảo sát; (viii) Các đơn vị lập kế hoạch cải tiến; (ix) Lưu hồ sơ. Đối tượng khảo sát là SV hệ đại học chính quy đã tốt nghiệp tại Học viện; phương pháp khảo sát bằng hai phương pháp: Khảo sát trực tiếp bằng Phiếu khảo sát và gián tiếp qua mã QR CODE.

Theo Mẫu phiếu khảo sát SVTN của Học viện; các tiêu chí khảo sát: tình trạng việc làm, mức thu nhập, lĩnh vực công tác, loại hình làm việc của SV sau khi tốt nghiệp ra trường, vấn đề SV ra trường làm “đúng nghề” (liên quan tới ngành được đào tạo) hoặc “trái nghề” (những công việc ít hoặc không liên quan tới kiến thức được ĐT), thu nhập bình quân/ tháng của SV tốt nghiệp, Mức độ ứng dụng kiến thức được đào tạo vào công việc,... [H11.11.03.03].

Từ năm 2017, Phòng CT&CTSV/Phòng CTSV định kỳ 2 lần trong một năm, tổ chức khảo sát việc làm của sinh viên sau khi tốt nghiệp tại Lễ phát bằng định kỳ vào khoảng tháng 4 và tháng 11 hàng năm với các hình thức: Khảo sát trực tiếp bằng Phiếu khảo sát và khảo sát trực tuyến qua mã QR CODE về các nội dung: tình trạng việc làm, mức thu nhập, lĩnh vực công tác, loại hình làm việc của sinh viên sau khi tốt nghiệp ra trường, vấn đề sinh viên ra trường làm “đúng ngành” hoặc “trái ngành”, thu nhập bình quân/tháng của sinh viên tốt nghiệp, mức độ ứng dụng kiến thức được đào tạo vào công việc. Đối với những sinh viên không dự lễ phát bằng mà nhận bằng trực tiếp tại Phòng Đào tạo, Học viện cũng tổ chức phát phiếu khảo sát khi sinh viên tốt nghiệp đến nhận bằng để đảm bảo sinh viên cung cấp dữ liệu về tình trạng việc làm khi đến nhận bằng. Qua đó nắm bắt được tình hình việc làm của sinh viên sau khi tốt nghiệp ra trường từ 6 đến 12 tháng, đặc biệt lưu ý đến các thông tin về sự phù hợp công việc với CTĐT, những kỹ năng còn thiếu cần bổ sung trong quá trình làm việc, những góp ý liên quan đến CTĐT ngành Marketing và các ngành khác tổ chức đào tạo tại Học viện [H11.11.03.04]. Báo cáo kết quả khảo sát SVTN tại Học viện trong các năm từ 2017-2021 của Phòng CT&CTSV cho thấy: tỷ lệ SV tốt nghiệp ngành Marketing tham gia trả lời phiếu hỏi ở các đợt khảo sát dao động từ 90% - 93% so với số SV tốt nghiệp được khảo sát. Kết quả khảo sát cho thấy, tỷ lệ SV ngành Marketing

có việc làm 89% - 95% (Các báo cáo: số 1051/HV-CTSV ngày 22/12/2016; số 1051/HV-CTSV ngày 29/12/2017; số 1015/HV-CTSV ngày 28/12/2018; số 968/HV-CTSV ngày 31/12/2019; số 1051/HV-CTSV ngày 31/12/2020; 1226/HV-CTSV ngày 31/12/2021).

Định kỳ vào cuối tháng 12 hàng năm, Học viện đã tổng hợp báo cáo khảo sát việc làm của SV sau khi tốt nghiệp từ các số liệu khảo sát được thực hiện trong năm và gửi cho Bộ GD&ĐT [H11.11.03.05] và công khai danh sách việc làm SV sau tốt nghiệp trên Website của Học viện tại địa chỉ: <https://portal.ptit.edu.vn/bao-caotinh-hinh-viec-lam-cua-sinh-vien-tot-nghiep-2020-cua-hoc-vien-cong-nghe-buuchinh-vien-thong/>.

Các số liệu thống kê khảo sát được tổng hợp, lưu trữ trên hệ thống phần mềm quản lý dữ liệu khảo sát SV tốt nghiệp [H11.11.03.06] và có thể xuất file dữ liệu dưới định dạng excel thành Danh sách sinh viên tốt nghiệp tại Học viện có việc làm giai đoạn 2017 - 2022 khi thực hiện các báo cáo theo yêu cầu [H11.11.03.07]. Tỷ lệ có việc làm sau khi tốt nghiệp 1 năm của ngành Marketing được trình bày ở Bảng 11.8, *Phụ lục 02*.

Tỷ lệ thu nhập bình quân của sinh viên ngành Marketing tốt nghiệp giai đoạn 2017-2022 tại Học viện được thể hiện ở Bảng 11.9, *Phụ lục 02*.

Học viện đã tiến hành đối sánh tỷ lệ SV có việc làm giữa ngành Marketing trình độ đại học với tỷ lệ SV có việc làm các CTĐT trình độ đại học khác tại Học viện, cụ thể tại Bảng 11.10, *Phụ lục 02*. Qua bảng thống kê cho thấy tỷ lệ SV có việc làm ngành Marketing luôn tương đương với các CTĐT thuộc khối ngành kinh tế và thấp hơn khối ngành kỹ thuật trong Học viện.

Học viện cũng tiến hành đối sánh tỷ lệ SVTN có việc làm CTĐT ngành Marketing với cùng ngành đào tạo của các trường đại học khác (như Đại học Kinh tế Quốc dân, Đại học Thương mại và Đại học Tài chính-Marketing, ...), cụ thể tại Bảng 11.11, *Phụ lục 02*. Kết quả đối sánh cho thấy: Tỷ lệ SV ngành Marketing có việc làm của Học viện khá cao so với SV ngành Marketing tốt nghiệp có việc làm của các trường khác.

Để hỗ trợ NH tốt nghiệp có việc làm, hàng năm, Học viện và Bộ môn Marketing tổ chức các hội nghị, hội thảo với các doanh nghiệp ngành Marketing có tiếp nhận SV tốt nghiệp đề thảo luận về tình hình việc làm của SV ngành Marketing [H11.11.03.08].

Học viện triển khai công tác tư vấn hỗ trợ việc làm và định hướng nghề nghiệp cho SV thông qua các ngày hội việc làm, chương trình thực tập sinh, hội thảo tuyển dụng [H11.11.03.09]. Ví dụ, Hội nghị bàn tròn với các doanh nghiệp tuyển dụng lao động được tổ chức ngày 18 tháng 11 năm 2020 với sự tham gia của đại diện của 21 doanh nghiệp trên địa bàn các tỉnh phía Bắc (Biên bản ngày 18/11/2020). Tại hội nghị nhiều nội dung được các đưa ra thảo luận phân tích nguyên nhân, biện pháp để hỗ trợ hiệu quả SV trong tìm kiếm việc làm: Bổ sung cho SVTN các kỹ năng mềm (viết email, làm việc theo deadline, giao tiếp, kỹ năng tiếng Anh,..); hỗ trợ sinh viên trong bồi dưỡng kỹ năng mềm; hỗ trợ nâng cấp phòng học; phối hợp tham gia giảng dạy.

Học viện và Bộ môn Marketing thực hiện các giải pháp hỗ trợ SV tìm việc làm [H11.11.03.10]: (i) Tổ chức các khóa học tăng cường kỹ năng thực hành, kiến thức thực tế, kỹ năng mềm và kỹ năng giao tiếp trong phỏng vấn xin việc; (ii) Tổ chức mời đại diện cơ quan tuyển dụng lao động đến giao lưu giới thiệu nhu cầu tuyển dụng cũng như yêu cầu năng lực và kỹ năng nghề nghiệp của ứng viên; (iii) Định kỳ hàng năm tổ chức “Chương trình hội thảo tuyển dụng” với sự tham gia của các doanh nghiệp (Các Tờ trình: số 20/TTr-CT&CTSV ngày 23/3/2017; số 63A/TTr-CT&CTSV ngày 24/4/2017; số 111/TTr-CT&CTSV ngày 24/9/2018; số 124/TTr-CT&CT ngày 10/10/2018; số 27/TTr-CT&CTSV ngày 05/3/2018; số 32/TTr-CT&CTSV ngày 12/3/2018; số 06/TTr-CT&CTSV ngày 15/01/2018; số 45/TTr-CT&CTSV ngày 30/3/2018; số 101/TTr-CTSV ngày 08/10/2019; số 85/TTr-CT&CTSV ngày 22/8/2019; số 46/TTr-CT&CTSV ngày 12/10/2020; số 42/TTr-CT&CTSV ngày 25/4/2022; số 51/TTr-CT&CTSV ngày 27/9/2021); (iv) Hợp tác với doanh nghiệp tiếp nhận SV đến thực tập cuối khóa (Biên bản thỏa thuận với Công ty Cổ phần Viễn thông FPT; Công ty Cổ phần tập đoàn công nghệ CMC; Công ty TNHH HINORI TECHNO; ...). Thông qua các hoạt động này, Phòng CT&CTSV và Bộ môn Marketing thường xuyên trao đổi với các doanh nghiệp nhằm nắm bắt thông tin về chất lượng đào tạo của Học viện, đánh giá năng lực, phẩm chất của SV tốt nghiệp của Học viện từ đó tiếp thu và có biện pháp cải tiến, khắc phục các bất cập nếu có nhằm mục tiêu nâng cao tỷ lệ SV có việc làm và có năng lực, kỹ năng đáp ứng nhu cầu công việc của doanh nghiệp. Tuy tỷ lệ có việc làm của SV CTĐT ngành Marketing khá cao, nhưng vẫn còn tỷ lệ nhỏ SVTN sau 1 năm chưa tìm được việc làm phù hợp với ngành đào tạo.

2. Điểm mạnh

Công tác khảo sát, báo cáo, phân tích về tình trạng việc làm của SV tốt nghiệp đã được thực hiện thường xuyên và có hệ thống CNTT hỗ trợ đảm bảo số liệu khách quan, trung thực và khoa học. Tỷ lệ có việc làm cao và tăng dần hàng năm.

3. Điểm tồn tại

Vẫn còn tỷ lệ nhỏ SVTN sau 1 năm chưa tìm được việc làm phù hợp với ngành đào tạo.

4. Kế hoạch hành động

Từ năm học 2023-2024, phòng CT&CTSV phối hợp với các khoa và Đoàn Thanh niên Học viện tiếp tục nghiên cứu đưa thêm các giải pháp mới phù hợp với sự phát triển của thị trường lao động để hỗ trợ SVTN tìm được việc làm và làm việc đúng với ngành nghề đào tạo.

5. Tự đánh giá: Mức đạt được của tiêu chí: 5/7

Tiêu chí 11.4: Loại hình và số lượng các hoạt động nghiên cứu của người học được xác lập, giám sát và đối sánh để cải tiến chất lượng để cải tiến chất lượng.

1. Mô tả hiện trạng

Nghiên cứu khoa học của sinh viên là hoạt động trí tuệ giúp sinh viên: (i) Nâng cao chất lượng đào tạo nguồn nhân lực trình độ cao, góp phần phát hiện và bồi dưỡng nhân tài; (ii) Phát huy tính năng động, sáng tạo, khả năng nghiên cứu khoa học độc lập của sinh viên, hình thành năng lực tự học cho sinh viên; (iii) Góp phần tạo ra tri thức, sản phẩm mới góp phần nâng cao chất lượng đào tạo của Trường; (iv) vận dụng phương pháp luận và phương pháp nghiên cứu khoa học một cách tổng hợp những kiến thức đã học để bước đầu giải quyết những vấn đề khoa học do thực tiễn cuộc sống và nghề nghiệp đặt ra.

Loại hình hoạt động NCKH của SV được quy định tại Điều 4 của Quy định về hoạt động NCKH của sinh viên (QĐ số 630/QĐ-HV ngày 21/8/2008; số 521/QĐ-HV ngày 17/7/2020) [H11.11.04.01], [H11.11.04.02]. Theo đó, hằng năm người học thực hiện các loại hình NCKH: (i) Tham gia thực hiện đề tài NCKH dành cho SV; (ii) Tham gia các hội thảo khoa học dành cho SV ở các cấp; (iii) Công bố các kết quả NCKH trên các tạp chí khoa học;; (iv) Tham gia các cuộc thi về KHCN; (v) Tham gia nhóm nghiên cứu do GV làm chủ nhiệm; (vi) Tham dự các buổi báo cáo seminar được tổ chức ở các cấp Học viện (Bộ môn, khoa, Học viện).

Quy định về hoạt động NCKH của sinh viên đã quy định trình tự thủ tục, quy trình triển khai thực hiện hoạt động nghiên cứu khoa học của sinh viên. Việc triển khai NCKH thực hiện theo Quy trình gồm các bước: (i) Khoa thông báo cho GV và SV đăng ký thực hiện đề tài NCKH; (ii) Đề xuất đề tài, xác định danh mục đề tài; (iii) Hội đồng khoa học của Khoa sẽ duyệt danh mục đề tài, đề xuất kinh phí, phân công GV hướng dẫn; (iv) Khoa đăng ký kế hoạch với Học viện; (v) Phòng Quản lý KH-CN & HTQT là đơn vị đầu mối tổng hợp, trình Lãnh đạo Học viện; (vi) Lãnh đạo Học viện phê duyệt kế hoạch thực hiện đề tài NCKH của SV từng đơn vị. SV tham gia các hoạt động KH-CN dưới sự định hướng, hỗ trợ, hướng dẫn của GV, điều này được quy định cụ thể trong quy định của Học viện.

Căn cứ Thông tư 19/2012/TT-BGDĐT ngày 01/6/2012 của Bộ trưởng Bộ giáo dục và Đào tạo về việc ban hành Quy định về hoạt động nghiên cứu khoa học của sinh viên trong các cơ sở giáo dục [H11.11.04.03] và để định hướng cho các hoạt động KH-CN của GV, NCV, NH, Học viện ban hành Chiến lược phát triển KH-CN giai đoạn 2017-2022 [H11.11.04.04]. Sau khi thành lập Hội đồng Học viện, Hội đồng đã ban hành Nghị quyết về Chiến lược phát triển của Học viện giai đoạn 2020-2025 tầm nhìn 2030, trong đó xác định cụ thể các hoạt động KH-CN với loại hình và số lượng sản phẩm NCKH mà GV, NCV và NH tại Học viện phải thực hiện [H1.01.01.08].

Học viện giao nhiệm vụ cụ thể cho các đơn vị trong việc tổ chức quản lý các hoạt động NCKH của NH, cụ thể: Khoa được giao nhiệm vụ tổ chức cho SV của Khoa đăng ký các hoạt động KH-CN hàng năm, báo cáo Học viện phê duyệt và tổ chức thực hiện và nội dung này được quy định cụ thể tại Quy định chức năng nhiệm vụ của Bộ môn Marketing [H11.11.04.05] và Phòng Quản lý KH-CN & HTQT là đơn vị chức năng được giao nhiệm vụ quản lý, các hoạt động NCKH của người học, có nhiệm vụ xây dựng các văn bản quản lý, hướng dẫn tổ chức thực hiện các hoạt động KH-CN đối với NH trong toàn Học viện [H11.11.04.06].

Phòng Quản lý KH-CN & HTQT, Khoa và GV hướng dẫn có trách nhiệm quản lý, giám sát các hoạt động nghiên cứu của SV, nội dung giám sát được thực hiện theo quy định tại Quy chế quản lý đề tài KH-CN được Học viện ban hành năm 2020 [H11.11.04.07]. Theo đó việc tổ chức thực hiện các đề tài NCKH của SV từ khi đăng ký, xét duyệt, đến nghiệm thu, công nhận kết quả được hướng dẫn và tổ chức triển khai đầy đủ, chi tiết theo đúng quy trình, quy định, thể hiện tại Hồ sơ quản lý đề tài

NCKH của SV hàng năm được lưu tại Phòng Quản lý KH&CN & HTQT. Sau khi được giao nhiệm vụ nghiên cứu, chủ trì đề tài và GV hướng dẫn triển khai thực hiện đề tài theo quy trình: xây dựng và bảo vệ đề cương; sau khi đề cương được thông qua, GV hướng dẫn SV thực hiện đề tài; sau đó phối hợp Phòng Quản lý KH&CN&HTQT kiểm tra tiến độ thực hiện đề tài NCKH của SV, theo dõi tiến độ NCKH của SV. Sau khi hoàn thành nghiên cứu, chủ trì đề tài tổ chức hội thảo báo cáo hướng thực hiện/kết quả đạt được; GV hướng dẫn góp ý hoàn thiện đề tài; Khoa tổ chức nghiệm thu đề tài với sự tham gia của Phòng Quản lý KH&CN&HTQT; Khoa gửi hồ sơ xác nhận hoàn thành đề tài cho Phòng Quản lý KH&CN&HTQT và thanh quyết toán đề tài theo quy định. Nội dung này được thể hiện qua quyết định giao kế hoạch kinh phí đề tài NCKH của sinh viên các năm từ 2017 đến năm 2022 cho Bộ môn Marketing [H11.11.04.08] và Hồ sơ quản lý đề tài NCKH của SV hàng năm lưu tại Khoa, Phòng QL KH&CN&HTQT (bộ phận thư viện) [H11.11.04.09].

Đối với các đề tài đạt kết quả loại xuất sắc, Học viện sẽ in ấn trong các tài liệu báo cáo tại Hội nghị NCKH SV hàng năm [H11.11.04.10], trao thưởng cho SV [H11.11.04.11] và đăng ký dự thi NCKH VS hàng năm ở cấp Bộ GD&ĐT [H11.11.04.12].

Để đảm bảo nguyên tắc trong việc tham gia hoạt động KH&CN của GV, NH, Học viện ban hành Quy định về tiêu chuẩn và ứng xử đạo đức trong hoạt động KH&CN của Học viên CNBCVT theo QĐ số 1023/QĐ-HV ngày 22/11/2018 [H11.11.04.13] và thường xuyên, kiểm tra nhắc nhở GV hướng dẫn và SV thực hiện đề tài hoàn thành đúng tiến độ và đảm bảo hiệu quả, chất lượng, nên SV của Bộ môn Marketing không có tình trạng thực hiện chậm tiến độ hay nghiệm thu không đạt.

Tổng kết giai đoạn 2017-2022 về hoạt động KH&CN của NH ngành Marketing: có 181 SV tham gia thực hiện 78 đề tài NCKH (chiếm tỷ lệ 17,54% tổng số SV ngành Marketing), trong đó 02 SV tham gia đề tài cấp bộ và đạt giải tại các cuộc thi ngành Marketing [H11.11.04.14]; đạt 07 giải thưởng nghiên cứu khoa học, sáng tạo [H11.11.04.15].

Căn cứ Quy chế chi tiêu nội bộ Học viện của Học viện ban hành theo Quyết định số 1233/QĐ-HV ngày 31/12/2019 [H11.11.04.16], kinh phí dành cho NCKH nâng cao chất lượng đào tạo của Học viện được huy động từ nhiều nguồn như khác nhau: kinh phí sự nghiệp của nhà nước; kinh phí hợp tác với các địa phương, doanh nghiệp; kinh

phí hợp tác quốc tế về NCKH và kinh phí từ hoạt động chuyên giao các sản phẩm khoa học và công nghệ trong 5 năm, Học viện đã đầu tư trên 1,365 tỷ VNĐ để thực hiện đề tài, tham gia hội nghị hội thảo, đăng bài báo trên tạp chí khoa học, mua trang thiết bị, nguyên vật liệu phục vụ hoạt động NCKH của SV, trong đó đầu tư cho SV ngành Marketing là 585 triệu VNĐ.

Để hỗ trợ hoạt động KHCN của SV, năm 2019, 2020 Học viện xúc tiến 03 chương trình Khởi nghiệp theo đề án 844 của Nhà nước với kinh phí tương đương 3 tỷ VNĐ [H11.11.04.17] và thành lập Trung tâm Khởi nghiệp đối với SV Học viện vào tháng 06 năm 2021 để qua đó phát động phong trào sáng tạo và khởi nghiệp của SV Học viện [H11.11.04.18].

Bộ môn Marketing đã thực hiện đối sánh kết quả NCKH hàng năm của người học CTĐT ngành Marketing với kết quả NCKH của người học các CTĐT khác của Học viện, cụ thể tại Bảng 11.12, *Phụ lục 02*. Kết quả đối sánh cho thấy hàng năm, SV ngành Marketing của Học viện thực hiện được từ 8-20 đề tài NCKH.

Bộ môn Marketing đã thực hiện đối sánh tỷ lệ SV NCKH ngành Marketing của Học viện với ngành Marketing của các trường đại học khác, cụ thể tại Bảng 11.13, *Phụ lục 02*. Kết quả đối sánh cho thấy, tỷ lệ SV ngành Marketing của Học viện tham gia đề tài NCKH chỉ ở mức trung bình khá so với các trường đại học khác và chỉ tập trung ở các SV khá, giỏi, mà phong trào NCKH chưa lan tỏa đến mọi đối tượng SV của ngành Marketing. Việc đối sánh kết quả NCKH của người học với các chương trình tương ứng quốc tế chưa được thực hiện.

2. Điểm mạnh

SV ngành Marketing rất tích cực tham gia các cuộc thi về , tài chính dành cho SV và đạt được nhiều giải thưởng, thành tích cao trong nước và quốc tế.

3. Điểm tồn tại

Hoạt động NCKH của SV ngành Marketing chỉ tập trung ở các SV khá, giỏi, mà phong trào NCKH chưa lan rộng đến mọi đối tượng SV ngành Marketing.

4. Kế hoạch hành động

Từ năm học 2023-2024, Bộ môn Marketing lập kế hoạch, đưa các giải pháp và tuyên truyền để tăng tỷ lệ SV của khoa tham gia NCKH hàng năm.

5. Tự đánh giá: Mức đạt được của tiêu chí: 5/7

Tiêu chí 11.5: Mức độ hài lòng của các bên liên quan được xác lập, giám sát và đối sánh để cải tiến chất lượng.

1. Mô tả hiện trạng

Việc khảo sát, thống kê, phân tích, đánh giá mức độ hài lòng của các bên liên quan về hoạt động NCKH, dịch vụ hỗ trợ giảng viên, người học, cơ sở vật chất được thực hiện theo các văn bản: Quy định khảo sát CSVC phục vụ công tác quản lý, giảng dạy và NCKH tại Học viện (QĐ số 1059/QĐ-HV ngày 30/11/2019) [H10.10.05.03]; Quy định lấy ý kiến về tình trạng việc làm của sinh viên sau khi tốt nghiệp tại Học viện CNBCVT (QĐ số 642/QĐ-HV ngày 09/08/2018) [H10.10.06.02]; Quy định tạm thời lấy ý kiến phản hồi các bên liên quan (QĐ số 519/QĐ-HV ngày 22/6/2021) [H7.07.03.06], ...

Căn cứ theo mục đích và đối tượng cần thu thập thông tin phản hồi, việc khảo sát được tiến hành theo các hình thức khảo trực tuyến hoặc phát phiếu khảo sát trực tiếp với công cụ sử dụng lấy ý kiến phản hồi là phiếu khảo sát, được thiết kế ở dạng câu hỏi về mức hài lòng/mức đồng ý của người được hỏi được thể hiện qua giá trị thang đo 4 hoặc 5 bậc về các nội dung: Mức độ hài lòng đối với cơ sở vật chất, mức độ hài lòng đối với công tác phục vụ học tập SV, mức độ hài lòng về hoạt động giảng dạy của GV, mức độ hài lòng về hoạt động khoa học công nghệ; mức độ hài lòng về môi trường làm việc, ... [H11.11.05.01].

Sau mỗi đợt khảo sát, các đơn vị được giao nhiệm vụ chủ trì hoạt động khảo sát đều tiến hành xử lý thông tin phản hồi thu thập được, viết báo cáo kết quả, gửi về Ban Giám đốc Học viện (Các báo cáo: số 82/BC-CTSV ngày 21/12/2021; số 259/BC-HVCS ngày 27/12/2021; số 06/BC-CTSV ngày 30/11/2018; số 260/BC-HVCS ngày 27/12/2021; số 96/BC-CTSV ngày 27/9/2019; số 93/BC-CTSV ngày 29/12/2020; số 82/BC-CTSV ngày 21/12/2021.). Ngoài ra, việc thu thập thông tin phản hồi còn được thực hiện thông qua các hội nghị, hội thảo giữa Học viện/ Khoa với các tổ chức, doanh nghiệp, ... [H11.11.05.02]. Để ngày càng nâng cao chất lượng đào tạo và khả năng tiếp ứng công việc khi ra trường, Học viện cũng đã triển khai một số đợt khảo sát ý kiến của các doanh nghiệp về khả năng chuyên môn, kỹ năng mềm, ý thức trách nhiệm với vị trí công việc được giao trong đơn vị, doanh nghiệp. Kết quả đa số các doanh nghiệp đều đánh giá tốt về khả năng chuyên môn của SV ngành Marketing tốt nghiệp tại Học viện. Tuy nhiên, Học viện chưa đưa vào nội dung khảo sát doanh nghiệp về các nội

dung liên quan đến hoạt động nghiên cứu khoa học của trường và phân tích tác động của nó đến người học hoặc doanh nghiệp.

Trong chu kỳ KĐCLGD, Học viện và Bộ môn Marketing đã triển khai thực hiện các hoạt động khảo sát và kết quả được thể hiện qua các báo cáo về các nội dung:

- Khảo sát SV về hoạt động giảng dạy của GV [H11.11.05.03]: Mỗi học kỳ, Trung tâm KT&ĐBCLGD đã khảo sát lấy ý kiến của SV về hoạt động giảng dạy của GV. Theo kết quả khảo sát SV về hoạt động giảng dạy của GV qua các học kỳ, tỷ lệ hài lòng trung bình qua các năm (từ 2017 đến 2021) của SV đối với các nội dung khảo sát đạt 96%. Điều này cho thấy SV hài lòng về hoạt động giảng dạy của GV.

- Khảo sát SV về đảm bảo điều kiện cơ sở vật chất phục vụ công tác đào tạo tại Học viện [H11.11.05.04].

- Khảo sát SV chuẩn bị tốt nghiệp về chất lượng đào tạo toàn khoá học [H11.11.05.05].

+ Mức độ hài lòng của SV ngành Marketing sắp tốt nghiệp về chất lượng đào tạo toàn khoá học được khảo sát hàng năm. Kết quả cho thấy tỷ lệ SV sắp tốt nghiệp hài lòng với CTĐT có xu hướng tăng dần qua các năm từ 2017-2021.

+ Học viện tham gia Dự án tăng cường cơ hội tiếp cận thị trường lao động cho SV Việt Nam” VOYAGE” [H11.11.05.06], SV chuẩn bị tốt nghiệp cũng được khảo sát lấy ý kiến về cơ sở vật chất và sự hỗ trợ của GV đối với người học. Theo báo cáo dự án, hầu hết những người được hỏi cũng thể hiện sự chấp nhận của họ đối với cơ sở hạ tầng, tức là phòng học, thiết bị, cơ sở CNTT mà Học viện cung cấp. Tuy nhiên, vẫn còn một số lượng đáng kể các câu trả lời chỉ ra rằng cơ sở hạ tầng được trang bị chưa được đầy đủ (dao động từ 9,2% đến 12,8% câu trả lời). Điều này dẫn đến thực tế là ban lãnh đạo của Học viện và những người phụ trách nên có cái nhìn tổng thể về sự đầy đủ của cơ sở hạ tầng để cung cấp và đầu tư tốt hơn cho SV. Tiếp thu những ý kiến này, trong những năm từ 2019 đến nay, Học viện đã và đang không ngừng cải thiện điều kiện cơ sở vật chất để đáp ứng nhu cầu học tập, sinh hoạt của người học.

- Khảo sát CBGV về môi trường làm việc [H11.11.05.07]:

+ GV tham gia giảng dạy chương trình ngành Marketing được Văn phòng thực hiện khảo sát ý kiến về điều kiện, môi trường làm việc. Kết quả khảo sát cho thấy, 81% CBGV được khảo sát hài lòng về điều kiện, môi trường làm việc. Tuy nhiên, công cụ giảng dạy hay đáp ứng nhu cầu NCKH được đánh giá chưa cao.

+ Hoạt động khảo sát GV, nhân viên và chuyên viên về môi trường làm việc cho kết quả khá khả quan. Tiêu chí nhu cầu đào tạo, bồi dưỡng chuyên môn, nghiệp vụ là 87,5% cho thấy Học viện đã có những chính sách về đào tạo, bồi dưỡng phù hợp, giúp cho người lao động nâng cao được chuyên môn, nghiệp vụ trong quá trình làm việc. Đối với hoạt động NCKH là 84,38%. Các tiêu chí còn lại về hệ thống phòng làm việc, phòng học phòng chức năng; các trang thiết bị hỗ trợ hoạt động đào tạo, nghiên cứu và phục vụ cộng đồng; công tác thư viện, tài liệu dạy và học, phòng thí nghiệm, thực hành và trang thiết bị hỗ trợ các hoạt động đào tạo và nghiên cứu; hệ thống công nghệ thông tin hỗ trợ cho các hoạt động đào tạo và nghiên cứu và phục vụ cộng đồng; công tác tổ chức kiểm tra, thi kết thúc học phần, công tác hành chính giáo vụ khoa và chế độ, chính sách cho người lao động đạt từ 68,75% đến 97,5%.

- Khảo sát SV về dịch vụ hỗ trợ SV tại bộ phận một cửa và tư vấn việc làm cho SV [H11.11.05.08]. Định kỳ hàng năm, Học viện thực hiện khảo sát chất lượng dịch vụ tại Văn phòng Giao dịch một cửa qua hệ thống khảo sát trực tuyến để SV đánh giá về chất lượng dịch vụ tại văn phòng một cửa, tác phong, thái độ của từng cán bộ tiếp nhận hồ sơ và tư vấn cho SV. Kết quả khảo sát cho thấy các ý kiến đồng ý và hoàn toàn đồng ý với nhận định: có 96,7% đồng ý nội dung thư viện đáp ứng nhu cầu về cơ sở vật chất, phòng đọc và các trang thiết bị phục vụ cho việc tra cứu tài liệu, có 93% đồng ý về điều kiện an ninh của ký túc xá đảm bảo an toàn: 76,6% đồng ý về số thuốc được cung cấp sau khi khám/sơ khám đáp ứng điều trị bệnh, 93,3% đồng ý về điều kiện vệ sinh an toàn thực phẩm của nhà ăn, căng-tin Học viện sạch sẽ, có 89,7% ý kiến đồng ý về phòng Thí nghiệm Thực hành được trang bị đầy đủ đáp ứng nhu cầu thực hành các học phần trong CTĐT. Qua số liệu thống kê cho thấy, mức độ hài lòng trung bình về các bên liên quan đến cơ sở vật chất, chất lượng dịch vụ và môi trường tâm lý, xã hội và cảnh quan của Học viện cho thấy khoảng 90% các ý kiến được khảo sát hài lòng. Tuy nhiên vẫn còn một số ý kiến của SV phản hồi chưa tích cực về công tác giao tiếp với SV tại Văn phòng một cửa.

- Khảo sát các bên liên quan về mục tiêu, CDR CTĐT, CTDH, chất lượng đào tạo, được Bộ môn Marketing thực hiện trước mỗi lần điều chỉnh CTĐT [H11.11.05.09]:

+ Các ý kiến phản hồi của nhà sử dụng lao động có ý nghĩa rất quan trọng trong việc điều chỉnh CTĐT ngành Marketing cho phù hợp với nhu cầu xã hội. Các nhà sử

dụng lao động đánh giá cao kiến thức chuyên ngành và vận dụng kiến thức chuyên môn vào thực tiễn của SV ngành Marketing, khoảng 82% nhà sử dụng lao động hài lòng, đánh giá cao năng lực chuyên môn và vận dụng kiến thức chuyên môn vào thực tiễn công việc.

+ Trong các lần điều chỉnh CĐR/CTĐT các năm 2019, 2022, Khoa/Bộ môn sử dụng ý kiến phản hồi của các bên liên quan như ý kiến GV, SV, người sử dụng lao động, cựu SV, các nhà khoa học... để điều chỉnh, cải tiến CTĐT và CĐR, đề cương học phần, cập nhật tài liệu học tập.

- Khảo sát cựu SV tốt nghiệp sau 3 tháng, 1 năm và khảo sát doanh nghiệp về tình hình sử dụng SV tốt nghiệp [H11.11.05.10].

- Khảo sát nhu cầu và kế hoạch tổ chức hoạt động ngoại khóa, hỗ trợ học tập cho sinh viên lớp CLC năm 2020 và 2021 [H11.11.05.11].

- Ngoài ra, qua các báo cáo tổng kết của Bộ môn Marketing và Học viện, cũng như qua các hội nghị CBVC hàng năm tạo điều kiện CBGV đóng góp ý kiến về các hoạt động của Học viện [H11.11.05.12], [H11.11.05.13].

Từ việc xác lập, giám sát kết quả điều tra mức độ hài lòng của các bên liên quan, Học viện và Bộ môn Marketing đã tiến hành đối sánh để cải tiến chất lượng CTĐT. Cơ sở vật chất của Học viện được chú trọng đầu tư. Hệ thống công nghệ thông tin của trường đáp ứng nhu cầu của người học. Hiện nay, tất cả hệ thống máy tính được nối mạng Internet, hệ thống mạng Internet và Wifi được sử dụng miễn phí trong toàn trường phục vụ hoạt động đào tạo và nghiên cứu của GV và người học. Kết quả đánh giá của SV về việc điều kiện CSVC phục vụ cho việc học tập cho thấy, hầu hết SV hài lòng về hệ thống công nghệ thông tin của trường, các trang thiết bị đáp ứng tốt được nhu cầu phục vụ đào tạo và nghiên cứu. Như vậy, có thể thấy việc xác lập, giám sát kết quả điều tra mức độ hài lòng của các bên liên quan có ý nghĩa khoa học và thực tiễn, giúp Học viện và Bộ môn Marketing có giải pháp cải tiến chất lượng CTĐT ngành Marketing.

2. Điểm mạnh

Chuẩn đầu ra của CTĐT ngành Marketing được các bên liên quan đánh giá cao. CTĐT có sự cân đối giữa lý thuyết và thực hành, đảm bảo cho SV có cơ hội được áp dụng kiến thức vào thực tế.

3. Điểm tồn tại

Nội dung phiếu khảo sát chưa thật sự bao phủ toàn diện các thông tin cần thu thập để có thể thu thập đầy đủ các thông tin liên quan về mức độ hài lòng của các bên liên quan về “Hoạt động NCKH, dịch vụ hỗ trợ GV, người học, cơ sở vật chất..” để làm cơ sở để cải tiến nâng cao chất lượng các dịch vụ hỗ trợ của các đơn vị/bộ phận trong Học viện. Trong một số báo cáo kết quả khảo sát chưa có nội dung đề xuất, kiến nghị.

4. Kế hoạch hành động

Năm học 2022-2023, Trung tâm Khảo thí và Đảm bảo chất lượng giáo dục phối hợp với các đơn vị liên quan tiếp tục nghiên cứu hoàn thiện các mẫu phiếu khảo sát để có thể thu thập được đầy đủ các thông tin hữu ích từ các bên liên quan phục vụ cho hoạt động cải tiến chất lượng các hoạt động của Học viện. Đồng thời, trong kết cấu các báo cáo kết quả khảo sát nên bổ sung thêm nội dung đề xuất, kiến nghị để tham mưu cho Giám đốc Học viện các chủ trương, giải pháp để cải tiến chất lượng các hoạt động của Học viện.

5. Tự đánh giá: Mức đạt được của tiêu chí: 4/7

Kết luận về Tiêu chuẩn 11

Tỷ lệ thi học và tỷ lệ tốt nghiệp, số năm tốt nghiệp trung bình của người học thuộc CTĐT ngành Marketing đã được Học viện xác lập, giám sát theo Quy định đào tạo đại học theo hệ thống tín chỉ của Học viện và Quy trình quản lý số liệu, danh sách học viên, sinh viên tại Học viện Công nghệ bưu chính viễn thông.

Hàng năm, Học viện đã thực hiện đối sánh tỷ lệ sinh viên thi học, tỷ lệ sinh viên tốt nghiệp và tình hình việc làm của người học tốt nghiệp của CTĐT ngành Marketing với các CTĐT trình độ đại học khác của Học viện và với các CTĐT ngành Marketing của các CSGD khác trong nước; tỷ lệ SV tốt nghiệp ngành Marketing có việc làm/có việc làm phù hợp với ngành đào tạo đạt mức khá cao.

Quy định về hoạt động nghiên cứu khoa học của sinh viên đã ghi rõ các loại hình NCKH đối với SV và trình tự thủ tục, quy trình triển khai, giám sát việc thực hiện đề tài nghiên cứu khoa học của sinh viên.

Định kỳ hàng năm, Học viện đã tổ chức khảo sát, thống kê, phân tích, đánh giá mức độ hài lòng của các bên liên quan về hoạt động NCKH, dịch vụ hỗ trợ giảng viên, người học, cơ sở vật chất.

Mặc dù đã triển khai đào tạo theo học chế tín chỉ được nhiều năm, song cho đến nay Khoa vẫn chưa có SV tốt nghiệp sớm, trong khi tỷ lệ SV tốt nghiệp muộn vẫn còn khá cao.

Nội dung phiếu khảo sát chưa thật sự bao phủ toàn diện các thông tin cần thu thập để có thể thu thập đầy đủ các thông tin liên quan về mức độ hài lòng của các bên liên quan về “Hoạt động NCKH, dịch vụ hỗ trợ GV, NH, cơ sở vật chất..” để làm cơ sở để cải tiến nâng cao chất lượng các dịch vụ hỗ trợ của các đơn vị/bộ phận trong Học viện. Trong một số báo cáo kết quả khảo sát chưa có nội dung đề xuất, kiến nghị

Tiêu chuẩn 11 có 05 tiêu chí: 4,80 / 7.

PHẦN III. KẾT LUẬN

Sau khi tiến hành tự đánh giá lần thứ nhất CTĐT ngành Marketing trình độ đại học, Học viện đã rút ra các kết luận sau:

1. Tóm tắt những điểm mạnh và những điểm cần phát huy của CTĐT

1.1. Tiêu chuẩn 1: Mục tiêu và chuẩn đầu ra của CTĐT

Mục tiêu của CTĐT ngành Marketing được xác định rõ ràng và được thể hiện rõ trong bản mô tả CTĐT vào các năm 2016, năm 2018 và năm 2022. Các mục tiêu của CTĐT ngành Marketing phù hợp với Sứ mạng và Tầm nhìn của Học viện qua các giai đoạn khác nhau. Các mục tiêu của CTĐT ngành Marketing Học viện Công nghệ phù hợp với mục tiêu của giáo dục đại học (GDDH).

Chuẩn đầu ra (CĐR) của CTĐT ngành Marketing Học viện đã được xác định và được thể hiện cụ thể trong CTĐT ngành Marketing các năm 2018 và năm 2022. Học viện đã có 2 lần ban hành CĐR của CTĐT theo các quyết định ban hành CĐR trình độ ĐH hệ chính quy theo hệ thống tín chỉ ngành Marketing năm 2018 và năm 2022. CĐR của CTĐT ngành Marketing đã nêu cụ thể về kiến thức, kỹ năng, mức tự chủ và trách nhiệm đối với người học (NH) tốt nghiệp và triển vọng việc làm trong tương lai.

Bộ môn Marketing đã có kế hoạch khảo sát ý kiến các bên liên quan (bao gồm các nhà tuyển dụng; cán bộ quản lý (CBQL), giảng viên (GV); cựu sinh viên (SV) và SV năm cuối) về CĐR của CTĐT ngành Marketing. Trong quy trình rà soát điều chỉnh CĐR năm 2022, Bộ môn Marketing đã khảo sát ý kiến của các bên liên quan, bao gồm cơ quan, doanh nghiệp, các chuyên gia, nhà khoa học, giảng viên và cựu sinh viên về bản Dự thảo CĐR đã được Ban Lãnh đạo Khoa đề xuất.

1.2. Tiêu chuẩn 2: Bản mô tả CTĐT

Bản mô tả CTĐT ngành Marketing của Học viện ban hành năm 2022 có đầy đủ các mục nội dung theo quy định và có những thay đổi về nội dung các mục, đặc biệt là thay đổi trong CĐR và cấu trúc CTĐT.

CTĐT ngành Marketing có 47 học phần với các đề cương chi tiết học phần có đủ các thông tin theo quy định. Tất cả các đề cương chi tiết học phần trong CTĐT ngành Marketing được định kỳ rà soát, bổ sung/điều chỉnh/cập nhật theo kế hoạch của Học viện. Việc cập nhật các đề cương học phần được triển khai theo hai hướng là cập nhật số mục trong mỗi đề cương và cập nhật nội dung đề cương.

Bản mô tả CTĐT sau khi được Giám đốc Học viện phê duyệt chính thức đã được công bố trên Cổng thông tin điện tử của Học viện; tất cả các đề cương chi tiết học phần cũng được đăng tải trên Cổng thông tin điện tử của Học viện. Đồng thời, đề cương chi tiết học phần cũng được các GV giới thiệu với SV trong giờ học đầu tiên của mỗi học phần. Các bên liên quan như cơ quan quản lý, nhà sử dụng lao động, GV, NH, cựu NH v.v... đều có thể tiếp cận với bản mô tả CTĐT ngành Marketing trên website của Học viện.

1.3. Tiêu chuẩn 3. Cấu trúc và nội dung chương trình dạy học

CTDH ngành Marketing của Học viện được thiết kế và đưa vào sử dụng dựa trên các yêu cầu của CĐR về kiến thức, kỹ năng, mức tự chủ và trách nhiệm nghề nghiệp.

Phiên bản CTDH năm 2022 được thiết kế với 47 học phần/130 tín chỉ, bao gồm khối kiến thức giáo dục đại cương (không bao gồm giáo dục thể chất và quốc phòng an ninh), khối kiến thức giáo dục chuyên nghiệp và khối thực tập và tốt nghiệp. Tất cả các học phần trong CTDH đều có sự tương thích về nội dung và đáp ứng cụ thể cho từng CĐR của CTĐT ngành Marketing được thể hiện qua ma trận kỹ năng về sự đóng góp của mỗi học phần cho CĐR của CTĐT, được mô tả trong bản mô tả CTĐT ban hành năm 2022.

1.4. Tiêu chuẩn 4. Phương pháp tiếp cận trong dạy và học

Học viện đã ban hành Triết lý giáo dục và mục tiêu giáo dục, với nội dung: “Tri thức - Sáng tạo - Đạo đức - Trách nhiệm”. Nội dung Triết lý giáo dục, phù hợp với mục tiêu của Học viện: “Phát triển Học viện CNBCVT trở thành trung tâm giáo dục của đất nước và khu vực, định hướng ứng dụng vào năm 2030”.

Tổ hợp các phương pháp giảng dạy được thiết kế và thực hiện trong các đề cương chi tiết học phần/môn học của CTĐT ngành Marketing tương đối đa dạng và phù hợp để đạt được CĐR. Các hình thức dạy học được mô tả trong CTDH bao gồm thuyết giảng, nêu vấn đề và giải quyết vấn đề, tổ chức thảo luận nhóm, giao bài tập, giao chủ đề môn học hoặc tiểu luận môn học để SV làm báo cáo thuyết trình, tăng tương tác giữa GV với SV, xây dựng bài giảng điện tử, bài giảng online có mô phỏng.

CTĐT ngành Marketing năm 2022 có 47/47 đề cương chi tiết học phần mô tả rõ việc sử dụng các hoạt động dạy và học được đa dạng hóa nhằm thúc đẩy SV rèn luyện các kỹ năng làm việc nhóm, tư duy độc lập, kỹ năng thuyết trình, phản biện giải quyết vấn đề, giải quyết các bài toán thực tế. Mỗi bài giảng trong các đề cương chi tiết học

phần ngành Marketing đều nêu cụ thể hình thức tự học, tự nghiên cứu và trong đó chỉ rõ nội dung chính, những yêu cầu đối với người học. Học viện và Khoa thực hiện khảo sát ý kiến của các doanh nghiệp, cựu sinh viên, để cải tiến chương trình và chất lượng đào tạo nhằm đáp ứng các yêu cầu của các doanh nghiệp.

1.5. Tiêu chuẩn 5. Đánh giá kết quả học tập của người học

Học viện đã ban hành Quy định đào tạo hệ đại học chính quy theo hệ thống tín chỉ; ban hành Quy định tổ chức thi kết thúc học phần (trong đó quy định về việc ra đề thi, hình thức thi, chấm thi và số lần được dự thi kết thúc học phần) áp dụng cho thi kết thúc học phần với các hình thức trắc nghiệm, tự luận, vấn đáp, viết tiểu luận, làm bài tập lớn, bảo vệ chuyên đề, hoặc kết hợp giữa các hình thức trên. Dựa vào các quy định này, Trung tâm Khảo thí và Đảm bảo chất lượng giáo dục tổ chức đánh giá và quản lý kết quả học tập của SV. Quy trình này nêu rõ về việc cho điểm quá trình, xếp lịch thi, ra đề, tổ chức thi, chấm thi, nhập điểm, phúc tra, lưu trữ bài thi và công bố điểm.

Học viện đã ban hành Quy định tổ chức thi kết thúc học phần, thi các học phần thay thế tốt nghiệp, Quy định đào tạo hệ ĐH chính quy theo hệ thống tín chỉ và cuốn Sổ tay sinh viên hằng năm. Hình thức, phương pháp, tiêu chí và trọng số đánh giá kết quả NH được trình bày tại đề cương chi tiết của mỗi học phần, được giảng viên phổ biến cho sinh viên ngay trong tuần giảng dạy đầu tiên của học phần.

Bộ môn Marketing cũng đưa ra phương pháp đánh giá phù hợp đối với CĐR của CTĐT và đối với CĐR mỗi học phần. Hình thức kiểm tra phong phú, đa dạng gồm: tự luận, trắc nghiệm, viết tiểu luận, thực hành, thực tập hoặc kết hợp các hình thức nêu trên tùy theo đặc điểm của từng học phần. Các phương pháp kiểm tra đánh giá đã được Bộ môn Marketing sử dụng có các tiêu chí đánh giá rõ ràng nhằm đảm bảo tính công bằng. Đề cương chi tiết học phần cũng chỉ rõ nội dung phương thức đánh giá SV với CĐR học phần.

Đầu mỗi năm học, trong tuần sinh hoạt công dân, GV và NH được phổ biến về quy định đào tạo có đề cập đến nội dung phản hồi kết quả học tập. Ngoài ra, các quy định này được công khai trên website của Học viện và trong Sổ tay sinh viên.

Toàn bộ quy trình khiếu nại về kết quả học tập của NH được chi tiết và cụ thể trong Quy định tổ chức thi kết thúc học phần, thi các học phần thay thế tốt nghiệp, Quy định đào tạo hệ ĐH chính quy theo hệ thống tín chỉ. Tất cả các văn bản này đều được phổ biến tới SV qua “Tuần sinh hoạt công dân đầu năm học”. Báo cáo kết quả

chăm thi phúc tra trong 5 năm gần đây (từ năm học 2016-2021) cho thấy tỷ lệ khiếu nại về kết quả học tập của NH toàn Học viện nhỏ hơn 1,5% tính trên quy mô đào tạo của các ngành học. Kết quả khảo sát cho thấy có trên 90% SV được hài lòng với kết quả học tập.

1.6. Tiêu chuẩn 6: Đội ngũ giảng viên, nghiên cứu viên

Công tác quy hoạch, phát triển đội ngũ giảng viên (GV) của Học viện nói chung và Bộ môn Marketing nói riêng được thực hiện theo đúng quy trình và phù hợp với cơ cấu đào tạo ngành Marketing. Khoa đủ đội ngũ GV để thực hiện CTĐT ngành Marketing. Tỷ lệ GV/SV đảm bảo đúng theo quy định của Bộ Giáo dục và Đào tạo. Khối lượng công việc của GV được đo lường, giám sát để làm căn cứ cải tiến chất lượng hoạt động đào tạo, NCKH và phục vụ cộng đồng.

Các tiêu chí tuyển chọn giảng viên tuân thủ theo đúng quy trình, tiêu chuẩn và tiêu chí tuyển dụng, bố trí, bổ nhiệm, chấm dứt hợp đồng của Nhà nước và của Học viện. Năng lực của đội ngũ giảng viên được xác định rõ trong các văn bản quy định của Học viện. Việc đánh giá năng lực GV khá đa dạng về hình thức và ở nhiều cấp độ khác nhau. Nhu cầu đào tạo và phát triển chuyên môn của đội ngũ giảng viên được xây dựng theo kế hoạch và định kỳ được rà soát, điều chỉnh, bổ sung hằng năm.

Việc quản trị theo kết quả công việc của GV được quy định và triển khai theo đúng quy định. Tất cả GV ngành Marketing đều hoàn thành các nhiệm vụ trong từng năm học. Hoạt động NCKH của GV được triển khai và giám sát chặt chẽ; kết quả NCKH được ghi nhận và làm căn cứ để cải tiến chất lượng. Số lượng và loại hình NCKH do đội ngũ GV thực hiện được xác lập rõ ràng và được thực hiện hằng năm, được đối sánh và đóng góp đáng kể vào công tác đào tạo, phát triển cộng đồng.

1.7. Tiêu chuẩn 7: Đội ngũ nhân viên

Quy hoạch phát triển đội ngũ nhân viên (NV) của Học viện được xây dựng dựa trên quan điểm chỉ đạo từ Nghị quyết của Đảng ủy và Đề án vị trí việc làm đã được Giám đốc Học viện phê duyệt năm 2014 và năm 2020. Đội ngũ NV tại các bộ phận hỗ trợ đủ về số lượng, có năng lực đáp ứng các yêu cầu về đào tạo, NCKH và phục vụ cộng đồng.

Việc tuyển dụng, điều chuyển NV đáp ứng các tiêu chuẩn về chuyên môn nghiệp vụ. Các ứng viên sau khi được điều chuyển hay tuyển dụng đều đảm bảo được các yêu cầu của vị trí việc làm. Nhân viên được đánh giá theo qui trình và được thông báo

công khai. Học viện có văn bản hướng dẫn cụ thể để đội ngũ nhân viên hỗ trợ CTĐT, xác định mức độ hoàn thành nhiệm vụ để tự đánh giá và được đánh giá qua các cấp, từ đó biết được năng lực, trình độ và thái độ phục vụ của NV. Học viện đã kịp thời ban hành những quyết định cử cán bộ, viên chức, người lao động tham gia các khóa đào tạo, bồi dưỡng để đảm bảo quyền lợi về học tập và chế độ tài chính theo Quy chế chi tiêu nội bộ. Công tác thi đua khen thưởng đối với đội ngũ nhân viên được quy định rõ ràng và công khai, Học viện đã chi thu nhập tăng thêm góp phần tạo động lực cho cán bộ, viên chức, người lao động. Các cán bộ chuyên viên và nhân viên có trình độ chuyên môn và năng lực phù hợp với vị trí đảm nhiệm theo quy định hiện hành.

1.8. Tiêu chuẩn 8: Người học và hoạt động hỗ trợ người học

Chính sách, tiêu chí tuyển sinh, phương pháp tuyển chọn người học rõ ràng, đầy đủ, chi tiết trong Đề án tuyển sinh hằng năm của Học viện. Chính sách, tiêu chí tuyển sinh, phương pháp tuyển chọn được cập nhật trên cơ sở các quy định của Bộ GD&ĐT và thực tế của Học viện.

Ngoài các chính sách ưu tiên trong tuyển sinh như của Bộ GD&ĐT, Học viện có thêm chính sách ưu tiên trong tuyển sinh thông qua việc cấp các suất học bổng toàn phần (miễn 100% học phí trong năm học thứ nhất) và học bổng bán phần (miễn 50% học phí trong năm học thứ nhất) cho các thí sinh có kết quả thi THPT hoặc có thành tích cá nhân, thành tích học tập cao. Các chính sách và quy định tuyển sinh được Học viện công bố công khai thông qua các hình thức như: công bố công khai trên cổng thông tin điện tử của Học viện <https://ptit.edu.vn>; cổng thông tin tuyển sinh <https://tuyensinh.ptit.edu.vn>; các trang mạng xã hội chính thức của Học viện: facebook.com/ptittuyensinh, [facebook.cpm/ptitwebsite](https://facebook.com/ptitwebsite); quảng bá trên các Brochure tuyển sinh; trên cổng thông tin tuyển sinh của Bộ GD&ĐT (<https://thituyensinh.vn>).

Học viện có hệ thống giám sát sự tiến bộ trong học tập, rèn luyện, kết quả học tập, khối lượng học tập, cảnh báo học vụ đối với người học, bao gồm: Phòng Giáo vụ, Phòng Đào tạo, Phòng Chính trị và Công tác Sinh viên (CT & CTSV)/Công tác Sinh viên, Phòng Khảo thí và ĐBCLGD và cố vấn học tập (CVHT). Học viện sử dụng phần mềm Quản lý đào tạo Edusolf để hỗ trợ quá trình giám sát tiến trình học tập và rèn luyện của SV trong suốt khóa học.

Học viện có phân công các đơn vị, bộ phận tham gia tư vấn học tập, tổ chức hoạt động ngoại khóa, hoạt động thi đua và các dịch vụ hỗ trợ khác để cải thiện việc học tập

của NH, theo đó hoạt động tư vấn học tập, hoạt động ngoại khóa, hoạt động thi đua và các dịch vụ hỗ trợ khác để cải thiện việc học tập của NH đã được Học viện triển khai thực hiện.

Học viện đã chú trọng xây dựng môi trường sự phạm, tổ chức các hoạt động văn hoá, văn nghệ, thể dục thể thao và các hoạt động tình nguyện, tạo sân chơi lành mạnh, nhân văn trong Học viện; môi trường tâm lý, xã hội, làm việc thân thiện, tạo điều kiện thoải mái để thực hiện các hoạt động giảng dạy, học tập và nghiên cứu của CB, GV, NV và NH.

1.9. Tiêu chuẩn 9. Cơ sở vật chất và trang thiết bị

Học viện có trụ sở chính tại số 122 Hoàng Quốc Việt, Phường Nghĩa Tân, Quận Cầu Giấy, Thành phố Hà Nội, có cơ sở đào tạo tại Phường Mộ Lao, Quận Hà Đông, Thành phố Hà Nội và Cơ sở Học viện tại Thành phố Hồ Chí Minh với tổng diện tích là 127.694,90 m² phục vụ công tác đào tạo, nghiên cứu khoa học và PVCD (trong đó miền Bắc là 63.464,70m², miền Nam là 64.230,20 m²). Tổng diện tích sàn phục vụ đào tạo, NCKH là 79.376 m², diện tích sàn phục vụ đào tạo đạt bình quân 6,337m²/sinh viên, đáp ứng Khoản 2 Điều 6 Thông tư 06/2018/TT- BGDĐT ngày 28 tháng 02 năm 2018.

Học viện có hệ thống phòng làm việc, phòng học, phòng thí nghiệm, thực hành/Lab đáp ứng yêu cầu cho việc giảng dạy, học tập và NCKH. Các phòng làm việc của Học viện được trang bị máy tính, máy in, máy photocopy, bàn ghế làm việc và các tủ đựng tài liệu; các phòng làm việc được lắp đặt điều hoà, quạt treo tường. Các phòng học đều được trang bị thiết bị trình chiếu (máy chiếu, tivi, máy tính), hệ thống âm thanh, bảng viết, bảng từ, bàn ghế, hệ thống đèn chiếu sáng. Trong các phòng thí nghiệm, thực hành/LAB được trang bị các thiết bị cần thiết phục vụ cho các giờ học thực hành và phù hợp với CTĐT ngành Marketing.

Hệ thống CNTT của Học viện đáp ứng yêu cầu của việc giảng dạy, học tập và NCKH. Học viện đã triển khai hoạt động giảng dạy - học tập trực tuyến thông qua phần mềm TranS và hỗ trợ học tập thông qua hệ thống quản lý học tập trực tuyến - LMS, đặc biệt là trong giai đoạn dịch Covid 19.

Năm 2021, Học viện đã triển khai cấp mã định danh cho SV ngay khi trúng tuyển để SV có thể truy cập vào phần mềm PTIT-Slink để phục vụ cho việc nhập học trực tuyến, tra cứu điểm, tình trạng học phí, xét duyệt học bổng, theo dõi thời khóa biểu...

trên tất cả các thiết bị di động. Trong giai đoạn 2017-2021, không xảy ra hiện tượng mất dữ liệu, mất an toàn hệ thống CNTT, mất an ninh trật tự, không xảy ra dịch bệnh trong khuôn viên của Học viện.

Học viện đã ban hành các quy định liên quan đến môi trường, sức khỏe và an toàn, như: Nội quy giảng đường; Nội quy ký túc xá; Quy định về tổ chức, quản lý và sử dụng phòng thí nghiệm, thực hành; Nội quy căng tin; nội quy PCCC; Quy định về phòng tránh dịch Covid-19...; thành lập Ban chỉ huy PCCC, Đội PCCC với nhân sự là đội ngũ CB, GV, NV. Học viện đã ban hành Quy chế phân cấp trách nhiệm về công tác PCCC.

1.10. Tiêu chuẩn 10: Nâng cao chất lượng

Học viện đã ban hành các văn bản quy định việc thu thập thông tin phản hồi các bên liên quan. Trong các lần rà soát điều chỉnh CĐR và CTĐT, Bộ môn Marketing đã xây dựng kế hoạch và triển khai khảo sát ý kiến phản hồi của các bên liên quan.

Học viện đã ban hành các văn bản quy định việc rà soát, đánh giá quá trình dạy học và kết quả học tập của người học để đảm bảo sự gắn kết giữa CĐR của các học phần với CĐR của CTĐT. Công tác rà soát, đánh giá quá trình dạy học và kiểm tra đánh giá được thực hiện thông qua việc cập nhật, điều chỉnh về CTDH và ĐCCT học phần; hoạt động dự giảng; hoạt động lấy ý kiến phản hồi của người học về chất lượng dạy học.

Kết quả nghiên cứu của 20 đề tài được chuyển thành nội dung giảng dạy và áp dụng để cải tiến hoạt động dạy học các học phần của CTDH ngành Marketing.

Học viện đã có quy định và định kỳ tổ chức việc đánh giá chất lượng các dịch vụ hỗ trợ và tiện ích phục vụ người học thông qua các phương thức khác nhau để tạo lập cơ sở cho đề xuất cải tiến các dịch vụ này. Học viện đã ban hành các văn bản quy định cụ thể về nội dung, quy trình và chức năng, nhiệm vụ của các đơn vị trong thực hiện cơ chế lấy ý kiến phản hồi của các bên liên quan.

1.11. Tiêu chuẩn 11: Kết quả đầu ra

Tỷ lệ thôi học và tỷ lệ tốt nghiệp, số năm tốt nghiệp trung bình của người học thuộc CTĐT ngành Marketing đã được xác lập, giám sát theo Quy định đào tạo đại học theo hệ thống tín chỉ của Học viện và Quy trình quản lý số liệu, danh sách học viên, sinh viên tại Học viện Công nghệ bưu chính viễn thông.

Hàng năm, Học viện đã thực hiện đối sánh tỷ lệ sinh viên thôi học, sinh viên tốt nghiệp và tình hình việc làm của người học tốt nghiệp của CTĐT ngành Marketing với các CTĐT trình độ đại học khác của Học viện và với các CTĐT ngành Marketing của các CSGD khác trong nước; tỷ lệ SV tốt nghiệp ngành Marketing có việc làm phù hợp với ngành đào tạo ở mức khá cao.

Quy định về hoạt động nghiên cứu khoa học của sinh viên đã ghi rõ các loại hình NCKH đối với SV và trình tự thủ tục, quy trình triển khai, giám sát việc thực hiện đề tài nghiên cứu khoa học của sinh viên.

Định kỳ hằng năm, Học viện đã tổ chức khảo sát, thống kê, phân tích, đánh giá mức độ hài lòng của các bên liên quan về hoạt động NCKH, dịch vụ hỗ trợ giảng viên, người học, cơ sở vật chất.

2. Tóm tắt những điểm tồn tại và những vấn đề cần cải tiến chất lượng của CTĐT.

2.1. Tiêu chuẩn 1: Mục tiêu và chuẩn đầu ra của CTĐT

Việc khảo sát các nhà tuyển dụng về mục tiêu giáo dục của Học viện và mức độ phù hợp Mục tiêu và Sứ mạng, Tâm nhìn của Học viện chưa được triển khai trên diện rộng với đông đảo sự tham gia của các nhà tuyển dụng.

Bộ môn Marketing đã khảo sát các bên liên quan về CĐR của CTĐT, tuy nhiên mẫu khảo sát của các nhà tuyển dụng chưa đa dạng (doanh nghiệp tư nhân, nhà nước, tổ chức nước ngoài) để đảm bảo tính đại diện cao.

Phương thức truyền thông về CĐR của ngành Marketing chưa đa dạng nên chưa thu hút được sự quan tâm của đông đảo các đối tượng bên ngoài Học viện.

2.2. Tiêu chuẩn 2: Bản mô tả CTĐT

Các ý kiến đóng góp cho Bản mô tả CTĐT mới nhất năm 2022 của các bên liên quan ngoài Học viện chưa thật sự sâu để có thể khai thác được các thông tin hữu ích phục vụ cho việc điều chỉnh Bản mô tả CTĐT ngành Marketing.

Một số câu hỏi trong phiếu khảo sát không được đối tượng được khảo sát trả lời hoặc trả lời với cùng một mức cho các câu hỏi khác nhau, điều này dẫn đến độ tin cậy của kết quả khảo sát không cao.

Học viện đã công bố công khai bản mô tả CTĐT và các đề cương chi tiết các học phần, nhưng vẫn còn có bên liên quan chưa quan tâm đến bản mô tả CTĐT và các đề cương chi tiết các học phần.

2.3. Tiêu chuẩn 3. Cấu trúc và nội dung chương trình dạy học

Kết quả khảo sát SV đánh giá giảng viên chưa được xử lý một cách khoa học để có thể đúc kết ra được những khuyến nghị hữu ích phục vụ cho việc giảng viên cải tiến hoạt động giảng dạy và kiểm tra đánh giá kết quả học tập.

Khi đối sánh và tham khảo các CTĐT của các cơ sở giáo dục đại học khác, Khoa chỉ đối sánh về số lượng tín chỉ và số lượng các học phần, tên gọi của các học phần, chưa đối sánh sâu về các kiến thức và kỹ năng được truyền tải trong từng học phần, phương pháp dạy-học và phương pháp kiểm tra đánh giá được sử dụng trong từng học phần.

2.4. Tiêu chuẩn 4. Phương pháp tiếp cận trong dạy và học

Phiếu khảo sát SV về hoạt động giảng dạy của giảng viên được thiết kế chưa khoa học, nên chưa thu thập được nhiều thông tin hữu ích phục vụ cho việc đổi mới/cải tiến các phương pháp giảng dạy đáp ứng nhu cầu của SV.

Trong một một vài đề cương học phần, việc hướng dẫn việc tự học, tự nghiên cứu cho SV còn khá chung chung.

2.5. Tiêu chuẩn 5. Đánh giá kết quả học tập của người học

Khoa chưa tổ chức đánh giá một cách khoa học về mức độ đáp ứng yêu cầu, sự phù hợp của từng hoạt động/phương pháp kiểm tra đánh giá kết quả học tập của SV đã được thiết kế đối với việc đo lường được mức độ đạt CĐR.

Học viện chưa tiến hành phân tích phổ điểm, đánh giá độ giá trị, độ tin cậy và mức độ khó/dễ của các câu hỏi thi/đề thi để điều chỉnh các đề thi phù hợp với yêu cầu đánh giá được CĐR của học phần.

Việc thông báo các điểm thường xuyên đặc biệt là điểm giữa kỳ vào thời điểm sau khi thi kết thúc học phần là chưa hợp lý.

Phần mềm quản lý đào tạo của Học viện chưa tích hợp chức năng xin/cho phép phúc khảo bài thi của sinh viên vào phần mềm.

2.6. Tiêu chuẩn 6: Đội ngũ giảng viên, nghiên cứu viên

Học viện có quy hoạch chung cho đội ngũ GV của Học viện, nhưng chưa chi tiết hóa quy hoạch cho từng ngành đào tạo.

Hoạt động phục vụ cộng đồng của giảng viên chưa được lượng hóa cụ thể nên công tác đánh giá hoạt động phục vụ cộng đồng không thuận lợi.

Chính sách và cơ chế đặc thù để thu hút GV có trình độ học vị và học hàm cao (PGS, GS) chưa đạt được mức hấp dẫn và cạnh tranh cao để thu hút được nhiều hơn nữa các GV có học vị tiến sĩ và học hàm PGS và GS về làm GV cơ hữu của Học viện.

Mức chi kinh phí hỗ trợ GV tham gia các lớp đào tạo, bồi dưỡng chưa thật sự cao để tạo được nhiều động lực hơn nữa cho việc GV luôn đam mê tự học và bồi dưỡng nghiệp vụ chuyên môn nghề nghiệp.

2.7. Tiêu chuẩn 7: Đội ngũ nhân viên

Việc quy hoạch đội ngũ nhân viên làm việc tại thư viện, phòng thí nghiệm, hệ thống công nghệ thông tin và các dịch vụ hỗ trợ khác chưa thực sự chú ý đến tính đặc thù của từng chuyên ngành đào tạo, trong đó có ngành Marketing.

Nguồn tuyển dụng và hình thức thông báo tuyển dụng của Học viện chưa phong phú và đa dạng để thu hút được rộng rãi nhiều ứng viên tiềm năng từ ngoài xã hội về công tác tại Học viện; mức thu nhập của từng vị trí việc làm chưa thực sự tạo sự hấp dẫn đối với ứng viên.

Nội hàm của các tiêu chí liên quan đến việc điều động/luân chuyển KTV, nhân viên, chuyên viên của Học viện chưa thể hiện rõ được tính đặc thù chuyên biệt của một số ngành đào tạo, đặc biệt đòi hỏi có những nhân viên am hiểu về lĩnh vực đặc thù của ngành đào tạo trong đó có ngành Marketing.

Mặc dù Học viện đã có bộ tiêu chuẩn đánh giá năng lực cán bộ, giảng viên, nhân viên nhưng tính phân loại chưa cao của các tiêu chí đánh giá năng lực giữa các nhóm KTV, chuyên viên và nhân viên có đặc thù công việc khác nhau dẫn đến khó khăn nhất định trong việc đối sánh năng lực và mức độ hoàn thành nhiệm vụ của từng nhóm đối tượng phục vụ cho việc đánh giá hiệu quả công tác và công nhận các mức thi đua khen thưởng đạt được. Học viện chưa tách thành bộ tiêu chuẩn riêng biệt để đánh giá năng lực chuyên môn, nghiệp vụ của nhân viên theo từng nhóm nhân viên: Thư viện, quản lý ứng dụng CNTT, phòng thí nghiệm, thực hành, hành chính ...

Các khóa học, tập huấn và hội thảo nâng cao trình độ chuyên môn, nghiệp vụ giai đoạn 2017-2022 do Học viện tổ chức, chủ yếu dành cho cán bộ lãnh đạo và một số cán bộ, nhân viên thuộc các phòng chuyên môn nghiệp vụ; chưa có nhiều các hoạt động bồi dưỡng chuyên môn cho các chuyên viên làm công tác giáo vụ, giáo viên chủ nhiệm và cố vấn học tập.

2.8. Tiêu chuẩn 8: Người học và hoạt động hỗ trợ người học

Đội ngũ GV đảm nhận chức vụ CVHT chưa được định kỳ thường xuyên bồi dưỡng những kỹ năng tư vấn cho người học vì thế hiệu quả của hoạt động tư vấn/hỗ trợ người học chưa đạt được kết quả như mong muốn.

Số mẫu được khảo sát lấy ý kiến phản hồi về chất lượng, hiệu quả các hoạt động tư vấn, hỗ trợ việc làm chưa đủ lớn so với quy mô SV của CTĐT vì thế kết quả khảo sát mang tính đại diện chưa cao.

Phiếu khảo sát ý kiến phản hồi của người học về công tác đảm bảo điều kiện cơ sở vật chất phục vụ người học chưa bao quát được trên phổ rộng các vấn đề thuộc môi trường tâm lý, xã hội và cảnh quan vì thế kết quả khảo sát chưa thu thập được nhiều thông tin sát thực để phục vụ cho việc cải tiến chất lượng. Một số câu hỏi khảo sát còn đa nghĩa nên khó thu được câu trả lời chính xác cho nội dung cần hỏi.

2.9. Tiêu chuẩn 9. Cơ sở vật chất và trang thiết bị

Một số phòng học tại khu giảng đường ở cơ sở Thành phố Hồ Chí Minh chưa lắp máy điều hoà không khí. Một số phòng học của Học viện đã cũ và bắt đầu xuống cấp.

Diện tích phòng đọc của Thư viện cơ sở Hà Nội còn hẹp, số chỗ ngồi trong phòng đọc còn ít nếu so với quy mô SV của Học viện. Kinh phí chi cho mua bổ sung giáo trình, tài liệu của Thư viện trong giai đoạn KĐCLGD chỉ chiếm 0,07% tổng kinh phí chi của Học viện.

Học viện hiện còn 267 máy tính được trang bị từ trên 05 năm trở lên (chiếm tỉ lệ 20,27%) đã hết thời hạn khấu hao sử dụng.

Nội dung các câu hỏi trong phiếu khảo sát các đối tượng liên quan chưa bao phủ được hết nội dung khảo sát về mức độ đáp ứng của hệ thống CNTT đối với hoạt động đào tạo và NCKH.

Các chính sách đặc thù dành cho người khuyết tật đã được quan tâm nhưng chưa được thể hiện thành các văn bản cụ thể.

2.10. Tiêu chuẩn 10: Nâng cao chất lượng

Số lượng các nhà tuyển dụng, tổ chức xã hội nghề nghiệp được khảo sát ý kiến trong các đợt thiết kế/điều chỉnh CĐR/CTĐT ngành Marketing chưa được rộng rãi nên kết quả khảo sát mang tính đại diện chưa cao.

Khi tiến hành rà soát, đánh giá quy trình thiết kế và phát triển chương trình dạy học của ngành Marketing, số lượng các nhóm đối tượng bên ngoài Học viện (Nhà sử dụng lao động, cựu SV, các chuyên gia...) được khảo sát ý kiến còn hạn chế.

Việc tổ chức các hội nghị, hội thảo, các lớp tập huấn về đổi mới phương pháp dạy - học và kiểm tra đánh giá chưa được thực hiện đều đặn hằng năm cả ở cấp Học viện và cấp Khoa.

Trong một số báo cáo kết quả khảo sát, chưa tách xuất các dữ liệu khảo sát các bên liên quan đánh giá chất lượng các dịch vụ hỗ trợ tiện ích (tại thư viện, phòng thí nghiệm, hệ thống công nghệ thông tin và các dịch vụ hỗ trợ khác) đối với từng CTĐT, dẫn đến việc hạn chế những đề xuất cải tiến liên quan đến chất lượng dịch vụ hỗ trợ cho từng CTĐT.

2.11. Tiêu chuẩn 11: Kết quả đầu ra

Tỷ lệ sinh viên tốt nghiệp đúng hạn thấp phần lớn là do sinh viên chưa đạt chuẩn đầu ra tiếng Anh theo quy định của CTĐT. Mặc dù đã triển khai đào tạo theo học chế tín chỉ được nhiều năm, song cho đến nay Khoa/Bộ môn vẫn chưa có SV tốt nghiệp sớm, trong khi tỷ lệ SV tốt nghiệp muộn vẫn còn khá cao.

Tuy tỷ lệ có việc làm của SV CTĐT ngành Marketing khá cao, nhưng vẫn còn tỷ lệ nhỏ SVTN sau 1 năm chưa tìm được việc làm phù hợp với ngành đào tạo; hoạt động NCKH của SV ngành Marketing tập trung chủ yếu ở các SV có học lực khá, giỏi, mà chưa lan rộng đến mọi đối tượng SV ngành Marketing

Nội dung phiếu khảo sát chưa thật sự bao phủ toàn diện các thông tin cần thu thập để có thể thu thập đầy đủ các thông tin liên quan về mức độ hài lòng của các bên liên quan về “Hoạt động NCKH, dịch vụ hỗ trợ GV, NH, cơ sở vật chất” để làm cơ sở để cải tiến nâng cao chất lượng các dịch vụ hỗ trợ của các đơn vị/bộ phận trong Học viện. Trong một số báo cáo kết quả khảo sát chưa có nội dung đề xuất, kiến nghị.

3. Tóm tắt các kế hoạch cải tiến chất lượng CTĐT

3.1. Tiêu chuẩn 1: Mục tiêu và chuẩn đầu ra của CTĐT

Phòng CT&CTSV phối hợp với Khoa/Bộ môn định kỳ hằng năm huy động cựu SV tham gia vào việc thu hút đồng đảo các nhà tuyển dụng cho ý kiến về mục tiêu giáo dục của Học viện và mục tiêu của riêng ngành Marketing, cũng như mức độ mục tiêu giáo dục phù hợp với Sứ mạng và Tầm nhìn của Học viện.

Bộ môn Marketing phối hợp với Phòng CT&CTSV định kỳ hằng năm huy động các cựu SV tham gia truyền thông về CDR của CTĐT ngành Marketing và động viên đông đảo và đa dạng về thành phần các nhà tuyển dụng (doanh nghiệp tư nhân, nhà nước, nước ngoài, cơ quan ...) tham gia các đợt khảo sát ý kiến của Học viện để có thể thu thập được nhiều ý kiến đa chiều mang tính đại diện cao về CDR của CTĐT ngành Marketing.

3.2. Tiêu chuẩn 2: Bản mô tả CTĐT

Trong lần rà soát và điều chỉnh bản mô tả CTĐT ngành Marketing năm 2024, Phòng Đào tạo phối hợp với Bộ môn Marketing nghiên cứu đề xuất những giải pháp hữu hiệu hơn thông qua các mối liên kết với các cựu SV để kết nối được đông đảo các nhà tuyển dụng, hiệp hội nghề nghiệp tham gia đóng góp nhiều ý kiến thiết thực nhằm cải tiến và cập nhật nhất bản mô tả CTĐT ngành Marketing của Học viện.

Trung tâm KT&ĐBCLGD phối hợp với các đơn vị rà soát lại các câu hỏi trong các loại phiếu khảo sát và bổ sung/hoàn thiện các câu hỏi theo sát mục tiêu khảo sát và phù hợp với từng nhóm đối tượng để đảm bảo người được khảo sát không hiểu nhầm ngữ nghĩa của câu hỏi hoặc bỏ trống không trả lời. Đồng thời, Khoa cần có giải pháp thu hút và động viên các nhóm đối tượng được khảo sát nhiệt tình trả lời tất cả các câu hỏi trong phiếu khảo sát; cần có quy định cụ thể về những vấn đề Báo cáo kết quả khảo sát cần chỉ rõ để có được các thông tin cần thiết cùng với những đề xuất để cập nhật các đề cương chi tiết học phần và các biện pháp cải tiến các hoạt động liên quan.

Phòng CT&CTSV phối hợp với Khoa nghiên cứu về phương thức truyền thông về bản mô tả CTĐT và các đề cương chi tiết học phần để các bên liên quan đều được biết về bản mô tả CTĐT ngành Marketing và các học phần của CTĐT để có thể có những đóng góp ý kiến cho việc rà soát và hoàn thiện hơn bản mô tả CTĐT và các đề cương chi tiết học phần trong lần rà soát và cập nhật tiếp theo.

3.3. Tiêu chuẩn 3. Cấu trúc và nội dung chương trình dạy học

Trung tâm KT&ĐBCLGD xây dựng quy định hướng dẫn chung về từng loại công cụ khảo sát, việc chọn mẫu khảo sát, định lượng thống kê, phân tích các kết quả khảo sát, biểu mẫu báo cáo kết quả khảo sát, trong đó nhất thiết cần có việc đánh giá được các thông tin và số liệu đã được phân tích và đưa ra các khuyến nghị hữu ích để các đối tượng liên quan có thể sử dụng phục vụ việc điều chỉnh và cải tiến hoạt động giảng dạy và kiểm tra đánh giá kết quả học tập.

Bộ môn Marketing và các Khoa/Viện cần thảo luận và lấy ý kiến các bên liên quan để xem xét một cách khoa học, chính xác sự đóng góp của các học phần vào việc đạt được của CDR của CTĐT ngành Marketing.

Khi tham khảo và đối sánh CTĐT ngành Marketing của Học viện với các CTĐT ngành Marketing của các trường ĐH khác, Khoa nghiên cứu sâu các nội dung về kiến thức và kỹ năng được truyền tải trong mỗi học phần, CDR của từng học phần, phương pháp giảng dạy và phương pháp kiểm tra đánh giá của từng học phần để tạo lập cơ sở điều chỉnh và hoàn thiện các học phần thuộc CTĐT ngành Marketing của Học viện.

3.4. Tiêu chuẩn 4. Phương pháp tiếp cận trong dạy và học

Bộ môn Marketing cần thường xuyên với các hình thức đa dạng hơn trong việc phổ biến và giải thích rõ và sâu rộng hơn về Triết lý giáo dục của Học viện để các bên liên quan đặc biệt là cán bộ, giảng viên và sinh viên của khoa hiểu rõ ý nghĩa của Triết lý giáo dục của Học viện.

Trung tâm KT&ĐBCLGD rà soát và hoàn thiện lại các câu hỏi trong Phiếu khảo sát để đảm bảo các câu hỏi bám sát các mục tiêu khảo sát nhằm thu thập được nhiều thông tin hữu ích giúp cho việc cải tiến, đổi mới phương pháp giảng dạy của GV.

Khoa đề xuất có cơ chế đi kèm các chính sách hỗ trợ để khuyến khích sinh viên tham gia NCKH; rà soát lại các đề cương học phần để bổ sung và hoàn thiện hơn với những hướng dẫn chi tiết cho SV về việc tự học, tự nghiên cứu các vấn đề trong từng chương mục của học phần và rèn luyện cho SV khả năng tự học tự nghiên cứu và học tập suốt đời.

3.5. Tiêu chuẩn 5. Đánh giá kết quả học tập của người học

Trung tâm KT&ĐBCLGD phối hợp với các Khoa đề xuất việc sử dụng các phần mềm chuyên dụng để đánh giá mức độ đáp ứng yêu cầu, sự phù hợp của từng hoạt động/phương pháp kiểm tra đánh giá kết quả học tập của SV đã được thiết kế đối với việc đo lường được mức độ đạt CDR; ban hành hệ thống văn bản hướng dẫn việc xây dựng ngân hàng câu hỏi thi để thống nhất sử dụng chung cho tất cả các CTĐT hiện hành của Học viện về kết cấu số lượng câu hỏi thi cũng như mức độ đánh giá với từng chương mục phù hợp với CDR của học phần thông qua ma trận tương quan giữa CDR của học phần và chương mục của học phần.

Trung tâm KT&ĐBCLGD rà soát và bổ sung vào văn bản quản lý liên quan đến việc đánh giá kết quả học tập của người học nội dung quy định về việc định kỳ đánh

giá độ tin cậy và độ giá trị của câu hỏi thi (đề thi) bằng các phần mềm chuyên dụng để đảm bảo các đề thi đo lường được chính xác mức độ SV đạt CĐR của học phần.

Trung tâm KT&ĐBCLGD xây dựng kế hoạch rà soát các văn bản hướng dẫn chi tiết về việc xây dựng đề thi, đáp án thi, tổ chức thi, chấm thi hết học phần và hướng dẫn về quy trình giám sát việc chấm thi, hậu kiểm sau mỗi kỳ thi để hạn chế tối đa những sai sót có thể có trong quá trình tổ chức đánh giá kết quả học tập từng học phần và đảm bảo việc người chấm thi tuân thủ các quy định về chấm thi hết học phần.

Phòng Giáo vụ đề xuất với Học viện nên nâng cấp phần mềm quản lý đào tạo, bổ sung thêm một số tác vụ, như chức năng xin/cho phép phúc khảo bài thi để tạo điều kiện thuận lợi cho sinh viên khi muốn đăng ký phúc khảo bài thi.

3.6. Tiêu chuẩn 6: Đội ngũ giảng viên, nghiên cứu viên

Phòng TCCB-LĐ chi tiết hóa quy hoạch cho từng ngành đào tạo của Học viện và đề xuất các chính sách để thu hút GV có trình độ cao về làm việc tại Học viện.

Phòng QL KHCN&HTQT nghiên cứu để định mức khối lượng NCKH cho GV theo hạng bậc và chức danh GV; cần có quy định cụ thể về số lượng đề tài NCKH các cấp và số bài báo công bố trên các tạp chí trong và ngoài nước cho từng hạng bậc và chức danh giảng viên, ví dụ đối với GV là giáo sư, GV là phó giáo sư yêu cầu thực hiện đề tài NCKH cấp nào, số lượng bài báo được công bố trên các tạp chí khoa học có uy tín trong và ngoài nước ...; định lượng các hoạt động phục vụ cộng đồng của GV để thuận lợi cho việc đo lường và đánh giá mức độ hoàn thành của từng giảng viên.

Khoa phối hợp với các đơn vị đề xuất việc khai thác các nguồn thu hợp pháp bổ sung thêm cho quỹ NCKH của Học viện để có thể tăng định mức chi cho hoạt động NCKH của giảng viên trong Quy chế chi tiêu nội bộ của Học viện nhằm đạt được mức hấp dẫn cao đối với giảng viên khiến các GV ngày càng đam mê nghiên cứu và tạo ra thêm nhiều hơn nữa những sản phẩm khoa học có hàm lượng chất xám cao hơn.

3.7. Tiêu chuẩn 7: Đội ngũ nhân viên

Phòng TCCB-LĐ chú ý đến tính đặc thù của từng chuyên ngành đào tạo, trong đó có ngành Marketing khi quy hoạch đội ngũ nhân viên của các Khoa, các phòng chức năng để cân đối điều chỉnh kế hoạch phát triển đội ngũ nhân viên, kỹ thuật viên toàn Trường.

Phòng TCCB-LĐ nghiên cứu để có các phương thức thông báo tuyển dụng phong phú và đa dạng để thu hút được rộng rãi nhiều ứng viên tiềm năng từ ngoài xã

hội về công tác tại Trường; mức thu nhập của từng vị trí việc làm cần thực sự tạo sự hấp dẫn đối với ứng viên và được xác định trong Quy chế chi tiêu nội bộ.

Phòng TCCB-LĐ nghiên cứu tách các tiêu chí đánh giá năng lực thành những bộ tiêu chuẩn riêng biệt để đánh giá cụ thể năng lực chuyên môn, nghiệp vụ của nhân viên theo từng nhóm đối tượng nhân viên, như: nhân viên Thư viện; nhân viên CNTT; nhân viên các phòng thí nghiệm, nhân viên văn phòng, trung tâm dịch vụ, ...

Phòng TCCB-LĐ thiết kế một lộ trình đào tạo, bồi dưỡng đội ngũ NV hỗ trợ CTĐT theo từng vị trí việc làm để đảm bảo số lượng các đợt đào tạo, bồi dưỡng, tập huấn cho đội ngũ NV giữa các đơn vị phục vụ CTĐT được phân bổ đồng đều hơn; cần có cơ chế để nhân viên các phòng thực hành chủ động tìm các khóa tập huấn giúp nâng cao chất lượng công tác phục vụ giảng dạy; cần quan tâm hơn tới số cán bộ, nhân viên thuộc các phòng chuyên môn nghiệp vụ và các chuyên viên làm công tác giáo vụ, giáo viên chủ nhiệm và cố vấn học tập.

3.8. Tiêu chuẩn 8: Người học và hoạt động hỗ trợ người học

Phòng CT&CTSV nghiên cứu đề xuất các hình thức quảng bá truyền thông về phương thức tuyển thẳng với các ưu đãi đặc biệt về học bổng để có thể thu hút được nhiều thí sinh đăng ký tuyển thẳng vào học CTĐT ngành Marketing của Học viện.

Phòng TCCB-LĐ đề xuất việc định kỳ bồi dưỡng những kỹ năng tư vấn/hỗ trợ cho người học đặc biệt là kỹ năng tư vấn trong học tập để nâng cao hiệu quả của hoạt động tư vấn/hỗ trợ người học trong thời gian tới.

Trung tâm KT&ĐBCLGD rà soát lại mẫu phiếu khảo sát ý kiến phản hồi của người học về công tác đảm bảo điều kiện cơ sở vật chất phục vụ người học, trong đó cần bổ sung thêm các câu hỏi để có thể bao quát được trên phổ rộng các nội dung liên quan đến môi trường tâm lý, xã hội và cảnh quan để đảm bảo có thể thu thập được nhiều thông tin phục vụ cho việc cải tiến chất lượng; đảm bảo mỗi câu hỏi trong phiếu khảo sát đơn nghĩa và sát với nội dung cần khảo sát.

3.9. Tiêu chuẩn 9. Cơ sở vật chất và trang thiết bị

Phòng Kế hoạch Đầu tư lập kế hoạch ngân sách để phân bổ kinh phí cho việc lắp đặt máy điều hoà không khí ở các phòng học chưa có máy điều hoà, cũng như để duy tu và nâng cấp các phòng học đã xuống cấp.

Phòng QL KHCN&HTQT đề xuất kinh phí đầu tư để nâng cấp phần mềm quản lý Thư viện nhằm hỗ trợ cho công tác quản lý cũng như phục vụ bạn đọc; giải pháp để

mở rộng diện tích và tăng số chỗ ngồi trong phòng đọc của Thư viện để có nhiều SV hơn nữa có thể đến học tập tại Thư viện, đặc biệt là vào những thời điểm chuẩn bị có các kỳ thi; phân bổ thêm kinh phí hằng năm để mua bổ sung giáo trình, tài liệu tham khảo để đảm bảo Thư viện có đủ giáo trình, tài liệu phục vụ cho các CTĐT của Học viện.

Phòng CT&CTSV cụ thể các chính sách đặc thù dành cho người khuyết tật của Học viện bằng các văn bản để thuận lợi cho quá trình triển khai thực hiện.

3.10. Tiêu chuẩn 10: Nâng cao chất lượng

Khoa mở rộng quy mô khảo sát đối với đối tượng là các nhà tuyển dụng lao động, các tổ chức xã hội nghề nghiệp để thu thập được nhiều ý kiến đa chiều phục vụ cho việc điều chỉnh, cập nhật CTDH ngành Marketing của Học viện, đáp ứng nhu cầu của thị trường lao động rộng lớn.

Khi rà soát, đánh giá quy trình thiết kế, phát triển CTDH, Khoa nghiên cứu đề xuất các giải pháp để có thể huy động được đông đảo và rộng rãi các bên liên quan, như: các nhà tuyển dụng, cựu sinh viên tham gia trả lời các phiếu khảo sát để có thể thu thập được các ý kiến hữu ích phục vụ cho việc cải tiến quy trình thiết kế và phát triển CTDH của ngành Marketing.

Định kỳ hằng năm, Trung tâm KT&ĐBCLGD đề xuất tổ chức các hội nghị, hội thảo hoặc mở các lớp tập huấn về đổi mới phương pháp dạy - học và kiểm tra đánh giá, để thúc đẩy các bộ môn, GV thường xuyên xem xét lại và cải tiến công tác giảng dạy và kiểm tra đánh giá của bộ môn và của từng cá nhân.

Trung tâm KT&ĐBCLGD phối hợp với các đơn vị định kỳ tổ chức các hội nghị/hội thảo/họp bàn để rà soát, đổi mới cơ chế phản hồi với sự tham gia của đầy đủ các bên liên quan (CB, GV, người học, cựu người học, nhà tuyển dụng...) để thu được nhiều ý kiến hữu ích phục vụ cho việc cải tiến cơ chế phản hồi.

3.11. Tiêu chuẩn 11: Kết quả đầu ra

Phòng Giáo vụ phối hợp với các đơn vị tiếp tục nghiên cứu, phân tích, đánh giá kỹ nguyên nhân tỷ lệ SV thôi học các khóa vẫn đang ở mức khá cao để đưa ra các giải pháp hiệu quả hơn nhằm giảm thiểu tỷ lệ SV thôi học và chậm tốt nghiệp.

Phòng CT&CTSV phối hợp với Khoa Cơ bản tổ chức tập huấn nghiệp vụ cho đội ngũ CVHT để có các biện pháp hỗ trợ người học trong việc lập kế hoạch và chọn

phương pháp học tập phù hợp để đạt CĐR tiếng Anh theo tiến độ đào tạo của khóa học, tăng tỷ lệ SV tốt nghiệp đúng kế hoạch và có sinh viên tốt nghiệp sớm.

Trung tâm Khảo thí và Đảm bảo chất lượng giáo dục phối hợp với các đơn vị liên quan tiếp tục nghiên cứu hoàn thiện các mẫu phiếu khảo sát để có thể thu thập được đầy đủ các thông tin hữu ích từ các bên liên quan phục vụ cho hoạt động cải tiến chất lượng các hoạt động của Học viện. Trong kết cấu các báo cáo kết quả khảo sát nên bổ sung thêm nội dung đề xuất, kiến nghị để tham mưu cho Giám đốc Học viện các chủ trương, giải pháp để cải tiến chất lượng các hoạt động của Học viện.

4. Bảng tổng hợp kết quả tự đánh giá CTĐT ngành Marketing

(Theo Thông tư số 04/2016/TT-BGDĐT ngày 14/03/2016, Phụ lục 6.a)

Tên cơ sở giáo dục: Học viện Công nghệ Bưu chính Viễn thông

Mã: BVH (BVS)

Tên CTĐT: Marketing

Mã CTĐT: 7340115

Tiêu chuẩn, tiêu chí	Thang đánh giá							Tổng hợp theo tiêu chuẩn		
	Chưa đạt			Đạt				Mức trung bình	Số tiêu chí đạt	Tỷ lệ số tiêu chí đạt (%)
	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦			
<i>Tiêu chuẩn 1</i>								4,67	3	100
Tiêu chí 1.1					5					
Tiêu chí 1.2				4						
Tiêu chí 1.3					5					
<i>Tiêu chuẩn 2</i>								5,00	3	100
Tiêu chí 2.1					5					
Tiêu chí 2.2					5					
Tiêu chí 2.3					5					
<i>Tiêu chuẩn 3</i>								5,00	3	100
Tiêu chí 3.1					5					
Tiêu chí 3.2					5					
Tiêu chí 3.3					5					
<i>Tiêu chuẩn 4</i>								5,00	3	100
Tiêu chí 4.1					5					
Tiêu chí 4.2					5					
Tiêu chí 4.3					5					
<i>Tiêu chuẩn 5</i>								4,80	5	100
Tiêu chí 5.1					5					
Tiêu chí 5.2					5					
Tiêu chí 5.3				4						
Tiêu chí 5.4					5					
Tiêu chí 5.5					5					

Tiêu chuẩn, tiêu chí	Thang đánh giá							Tổng hợp theo tiêu chuẩn		
	Chưa đạt			Đạt				Mức trung bình	Số tiêu chí đạt	Tỷ lệ số tiêu chí đạt (%)
	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦			
Tiêu chuẩn 6								5,00	7	100
Tiêu chí 6.1					5					
Tiêu chí 6.2					5					
Tiêu chí 6.3					5					
Tiêu chí 6.4					5					
Tiêu chí 6.5					5					
Tiêu chí 6.6					5					
Tiêu chí 6.7					5					
Tiêu chuẩn 7								5,00	5	100
Tiêu chí 7.1					5					
Tiêu chí 7.2					5					
Tiêu chí 7.3					5					
Tiêu chí 7.4					5					
Tiêu chí 7.5					5					
Tiêu chuẩn 8								5,00	5	100
Tiêu chí 8.1					5					
Tiêu chí 8.2					5					
Tiêu chí 8.3					5					
Tiêu chí 8.4					5					
Tiêu chí 8.5					5					
Tiêu chuẩn 9								4,80	5	100
Tiêu chí 9.1					5					
Tiêu chí 9.2				4						
Tiêu chí 9.3					5					
Tiêu chí 9.4					5					
Tiêu chí 9.5					5					

Tiêu chuẩn, tiêu chí	Thang đánh giá							Tổng hợp theo tiêu chuẩn		
	Chưa đạt			Đạt				Mức trung bình	Số tiêu chí đạt	Tỷ lệ số tiêu chí đạt (%)
	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦			
Tiêu chuẩn 10								4,66	6	100
Tiêu chí 10.1					5					
Tiêu chí 10.2				4						
Tiêu chí 10.3					5					
Tiêu chí 10.4					5					
Tiêu chí 10.5					5					
Tiêu chí 10.6				4						
Tiêu chuẩn 11								4,80	5	100
Tiêu chí 11.1					5					
Tiêu chí 11.2					5					
Tiêu chí 11.3					5					
Tiêu chí 11.4					5					
Tiêu chí 11.5				4						
Đánh giá chung CTĐT								4,88	50	100

Hà Nội, ngày 25 tháng 11 năm 2022

GIÁM ĐỐC



Đặng Hoài Bắc

PHẦN IV. PHỤ LỤC

Phụ lục 01: Cơ sở dữ liệu kiểm định chất lượng CTĐT ngành Marketing

Thời điểm báo cáo: Tính đến ngày 31/10/ 2022

I. Thông tin chung về cơ sở giáo dục

1. Tên cơ sở giáo dục (theo quyết định thành lập):

Tiếng Việt: Học viện Công nghệ Bưu chính Viễn thông

Tiếng Anh: Posts & Telecommunications Institute of Technology

2. Tên viết tắt của cơ sở giáo dục:

Tiếng Việt: HV CN BCVT

Tiếng Anh: PTIT

3. Tên trước đây (nếu có): Không

4. Cơ quan/Bộ chủ quản: Bộ Thông tin và Truyền thông

5. Địa chỉ: Số 122 Đường Hoàng Quốc Việt, Quận Cầu Giấy, Thành phố Hà Nội

6. Thông tin liên hệ: Điện thoại: +84.24.3756.2186 Số fax: +84.24.3756.2036

E-mail: vanphonghv@ptit.edu.vn Website: <http://www.ptit.edu.vn>

7. Năm thành lập trường (theo quyết định thành lập): Năm 1997

8. Thời gian bắt đầu đào tạo khóa I: Năm 1997

9. Thời gian cấp bằng tốt nghiệp cho khoá I: Năm 2002

10. Loại hình cơ sở giáo dục:

Công lập

Bán công

Dân lập

Tư thực

11. Loại hình khác (đề nghị ghi rõ): Không

II. Thông tin chung về cơ sở giáo dục thực hiện CTĐT

12. Tên Khoa/Bộ môn thực hiện CTĐT (theo Quyết định thành lập)

Tiếng Việt: Bộ môn Marketing

Tiếng Anh: Department of Marketing

13. Tên viết tắt của Khoa/Bộ môn thực hiện CTĐT:

Tiếng Việt:

Tiếng Anh:

14. Tên trước đây (nếu có)

Tiếng Việt:

Tiếng Anh:

15. Mã CTĐT: 7340115

16. Tên trước đây của CTĐT (nếu có):

17. Địa chỉ của Khoa/Bộ môn thực hiện CTĐT:

Bộ môn Marketing - Viện KTBD: Tầng 9, nhà A2, Km10, Nguyễn Trãi, Hà Đông, Hà Nội.

Bộ môn Marketing - Khoa Quản trị kinh doanh 2: Số 11 Nguyễn Đình Chiểu, Phường Đa Kao, Quận 1, Thành phố Hồ Chí Minh.

18. Số điện thoại liên hệ:

- Bộ môn Marketing thuộc Viện Kinh tế Bưu điện: Điện thoại: 04-35746799;

Email: Website: <https://eript.ptit.edu.vn>.

- Bộ môn Marketing thuộc Khoa QTKD 2: Điện thoại: 028-3822 9372;

Email: hvbcvthcm@ptithcm.edu.vn; Website: <https://fba.ptithcm.edu.vn/>.

19. Năm thành lập Khoa/Bộ môn (theo Quyết định thành lập):

- Bộ môn Marketing thuộc Viện Kinh tế Bưu điện: Năm 2016

- Bộ môn Marketing thuộc Khoa Quản trị kinh doanh 2: Năm 2016

20. Thời gian bắt đầu đào tạo khóa I (của CTĐT): Năm 2013

21. Thời gian cấp bằng tốt nghiệp cho khóa I (của CTĐT): Năm 2017

22. Khái quát về lịch sử phát triển, tóm tắt thành tích nổi bật của đơn vị thực hiện CTĐT (nêu tóm tắt các giai đoạn phát triển, tổng số ngành, chương trình, ... quan hệ hợp tác, thành tích nổi bật).

Bộ môn Marketing là đơn vị trực thuộc Viện Kinh tế Bưu điện, thực hiện sự chỉ đạo thống nhất của Học viện về mọi mặt hoạt động trong công tác tổ chức thực hiện CTĐT và có chức năng đào tạo và nghiên cứu khoa học thuộc lĩnh vực Marketing.

Bộ môn Marketing được thành lập năm 2016, tổ chức đào tạo trình độ đại học chính quy với 3 chuyên ngành đào tạo là Internet Marketing, Truyền thông Marketing và Phân tích dữ liệu Marketing số.

Trực tiếp giảng dạy tại Bộ môn Marketing gồm giảng viên của Bộ môn Marketing (Cơ sở Hà Nội), Bộ môn Marketing thuộc Khoa Quản trị kinh doanh 2 (Cơ sở Học viện tại Thành phố Hồ Chí Minh) và Viện Kinh tế Bưu điện đều là đơn vị thực hiện CTĐT ngành Marketing, sau đây gọi chung là Bộ môn Marketing.

Trong giai đoạn 2017-2022, Bộ môn Marketing đã triển khai thực hiện các nhiệm vụ:

- Nghiên cứu khoa học: Bộ môn Marketing đã thực hiện 06 đề tài cấp Bộ, và 56 đề tài cấp Học viện; công bố 27 bài đăng trên tạp chí khoa học quốc tế, 66 bài đăng trên tạp chí khoa học cấp ngành trong nước và 11 bài đăng Tạp chí/ tạp san của Học viện; xuất bản được 03 cuốn sách.

- Các hoạt động hợp tác đào tạo và NCKH: Các chương trình đào tạo của Học viện nói chung và ngành Marketing nói riêng đều được xây dựng với phương châm gắn kết chặt chẽ giữa lý thuyết và thực hành, giữa đào tạo, nghiên cứu khoa học và sản xuất kinh doanh, vì vậy, Bộ môn Marketing đã xây dựng mối quan hệ hợp tác đào tạo và NCKH với nhiều đối tác trong và ngoài nước như Urah Network, Ichip, ...

- Tổ chức phong trào sinh viên:

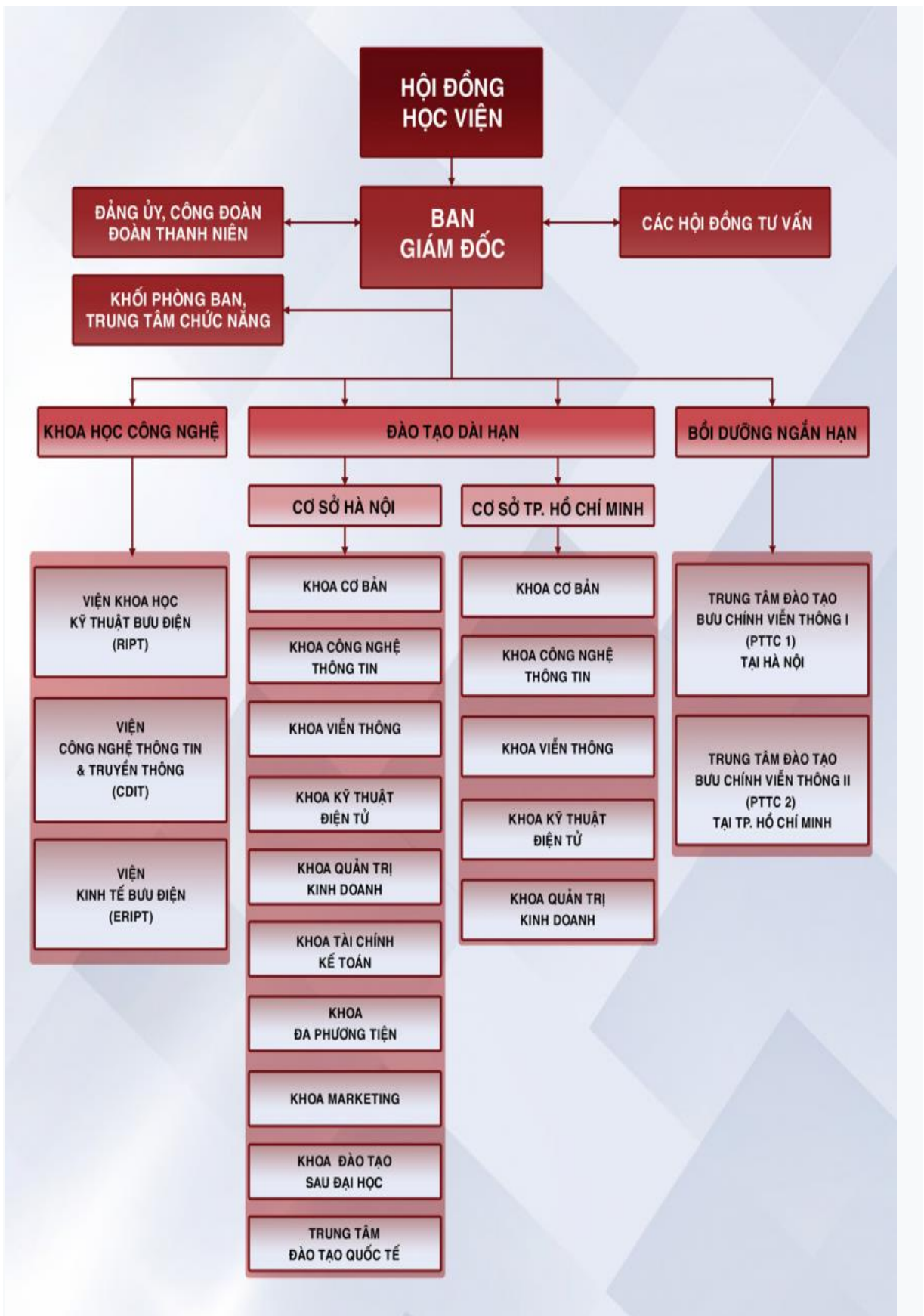
+ Bộ môn Marketing tổ chức cho sinh viên tham gia các cuộc thi chuyên môn về lĩnh vực Marketing hàng năm như Marketing Big Day, Creative Factors.

+ Trong giai đoạn 2017-2022, SV ngành Marketing thực hiện 88 đề tài NCKH với sự tham gia của 212 lượt SV. Đồng thời, ngành Marketing còn tham gia sáng lập và hỗ trợ phát triển CLB Up Community với hơn 400 thành viên tham gia.

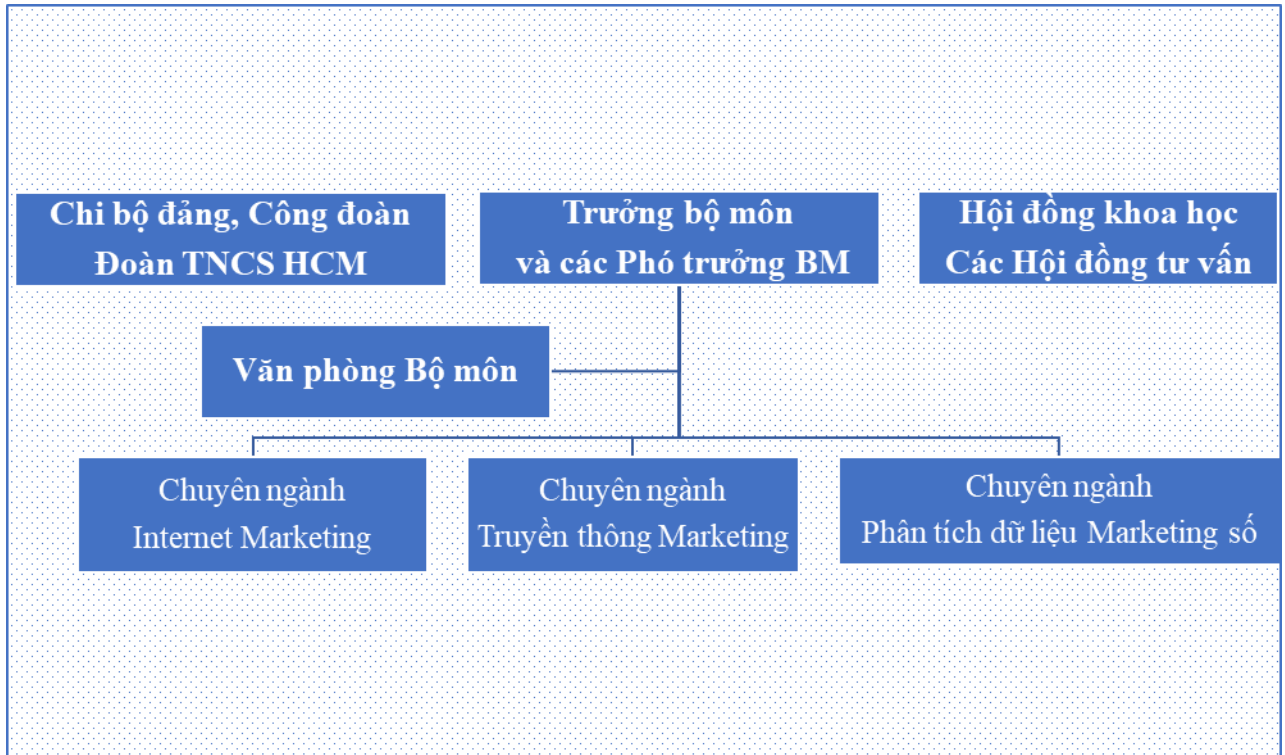
+ Bộ môn Marketing tổ chức nhiều hoạt động phong trào tạo sân chơi lành mạnh cho sinh viên: Cuộc thi Marketing big day; các cuộc thi tài năng, văn hóa, văn nghệ trong sinh viên và hỗ trợ phát triển Câu lạc bộ Up Community cho sinh viên với hơn 400 thành viên tham gia; tổ chức 08 buổi training online cho các thành viên câu lạc bộ về kỹ năng chuyên môn marketing, lập kế hoạch, sản tạo nội dung, tổ chức sự kiện và học tập. Để hỗ trợ các thành viên câu lạc bộ học tập và rèn luyện, phát triển kỹ năng nghề nghiệp, câu lạc bộ sinh viên đã tổ chức chương trình Talkshow “Hành trang Marketers” với trung bình 2-3 chương trình/năm. Bên cạnh đó, câu lạc bộ sinh viên đã cũng đã phối hợp, hỗ trợ các hoạt động, chương trình do Đoàn thanh niên Học viện và Bộ môn Marketing tổ chức.

23. Cơ cấu tổ chức hành chính của cơ sở giáo dục và đơn vị thực hiện CTĐT

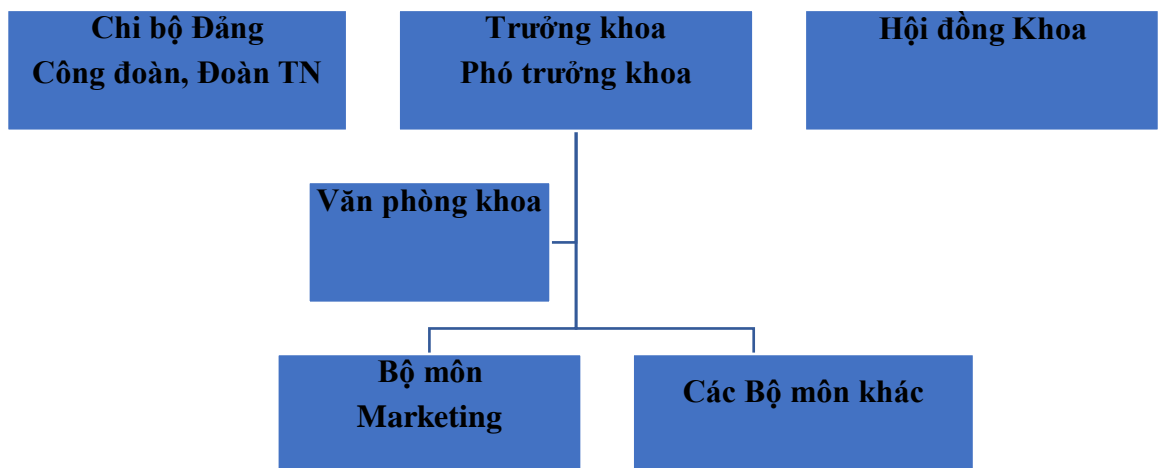
23.1 Cơ cấu tổ chức hành chính của cơ sở giáo dục (*Xem sơ đồ trang sau*)



23.2 Cơ cấu tổ chức hành chính của Bộ môn Marketing



23.3 Cơ cấu tổ chức hành chính của Khoa Quản trị kinh doanh 2



24. Danh sách Ban lãnh đạo cơ sở giáo dục và danh sách cán bộ lãnh đạo chủ chốt của đơn vị thực hiện CTĐT.

(*Riêng Ban lãnh đạo đơn vị thực hiện CTĐT ghi đầy đủ cả cấp trưởng, phó, còn lại các bộ phận khác chỉ ghi cấp trưởng*).

TT	Các bộ phận	Họ và tên	Năm sinh	Học vị, chức danh, chức vụ	Điện thoại	Email
Ban lãnh đạo cơ sở giáo dục						
1	Hội đồng Học viện	Từ Minh Phương	1971	GS.TS. Chủ tịch Hội đồng	0913507508	phuongtm@ptit.edu.vn
2	Ban Giám đốc	Đặng Hoài Bắc	1976	PGS.TS. Giám đốc	0903284728	bacdh@ptit.edu.vn
		Vũ Tuấn Lâm	1962	TS. Phó giám đốc	0903426232	lamvt@ptit.edu.vn
		Trần Quang Anh	1974	PGS.TS. Phó giám đốc	0911762222	tqanh@ptit.edu.vn
		Tân Hạnh	1964	TS, Phó giám đốc	0907106251	tanhanh@ptit.edu.vn
Danh sách cán bộ lãnh đạo chủ chốt của đơn vị thực hiện CTĐT						
I.	Lãnh đạo chủ chốt của đơn vị					
1	Bộ môn Marketing thuộc Viện Kinh tế Bưu điện	Nguyễn Thị Hoàng Yến	1979	TS, Trưởng bộ môn	0912483379	yennth@ptit.edu.vn
2	Bộ môn Marketing thuộc Khoa Quản trị kinh doanh 2	Nguyễn Văn Phước	1985	Tiến sĩ, Trưởng bộ môn	0935601439	nguyenvanphuoc@ptithcm.edu.vn
II.	Các tổ chức Đảng, Đoàn TN, Công đoàn, Hội SV					
1	Bí thư Chi bộ	Trần Đình Nam	1977	Tiến sĩ, Viện trưởng Viện Kinh tế Bưu điện	0911445586	namtd@ptit.edu.vn
2.	Chủ tịch Công đoàn	Đặng Việt Hà	1978	Thạc sĩ, Nghiên cứu viên, Trưởng phòng Nghiên cứu định mức	0903298869	viethavkt@gmail.com
3.	Bí thư Đoàn TN	Nguyễn Bảo Ngọc	1991	Thạc sĩ, Giảng viên	09837898686	ngocnb@ptit.edu.vn

25. Các ngành/chuyên ngành đào tạo của đơn vị thực hiện CTĐT Ngành Marketing gồm có 3 chuyên ngành: Internet Marketing, Truyền thông Marketing và Phân tích dữ liệu Marketing số.

26. Số lượng chuyên ngành đào tạo tiến sĩ: 0

27. Số lượng chuyên ngành đào tạo thạc sĩ: 0

28. Số lượng ngành đào tạo đại học: 01

29. Số lượng ngành đào tạo cao đẳng: 0

30. Số lượng ngành (chuyên ngành) đào tạo khác (đề nghị nêu rõ):

31. Các loại hình đào tạo của đơn vị thực hiện CTĐT

Có Không

Chính quy

Không chính quy

Từ xa

Liên kết đào tạo với nước ngoài

Liên kết đào tạo trong nước

Các loại hình đào tạo khác (nếu có, ghi rõ từng loại hình)

32. Tổng số các ngành đào tạo: 02.

IV. Cán bộ quản lý, GV, nhân viên của đơn vị thực hiện CTĐT

33. Thống kê số lượng cán bộ quản lý, GV và nhân viên của đơn vị thực hiện CTĐT

TT	Phân loại	Nam	Nữ	Tổng số
I	Đội ngũ cơ hữu¹ <i>Trong đó:</i>	13	27	40
I.1	Đội ngũ trong biên chế			
I.2	Đội ngũ hợp đồng dài hạn (từ 1 năm trở lên) và hợp đồng không xác định thời hạn	13	27	40
II	Các đối tượng khác Hợp đồng ngắn hạn (dưới 01 năm, bao gồm cả GV thỉnh giảng ²)	02	03	05
	Tổng số	15	30	45

¹ Đội ngũ cơ hữu là cán bộ quản lý, GV, nhân viên trong biên chế và cán bộ hợp đồng dài hạn (từ 1 năm trở lên) hoặc cán bộ hợp đồng không xác định thời hạn theo quy định của Luật lao động sửa đổi.

² GV thỉnh giảng là cán bộ ở các cơ quan khác hoặc cán bộ nghỉ hưu hoặc diện tự do được đơn vị thực hiện CTĐT mời tham gia giảng dạy theo những chuyên đề, khoá học ngắn hạn hoặc theo các học phần, thông thường được ký các hợp đồng thời vụ, hợp đồng ngắn hạn (dưới 1 năm) theo quy định của Luật lao động sửa đổi.

(Đơn vị thực hiện CTĐT cần có cơ sở dữ liệu về đội ngũ của đơn vị, bao gồm cả cơ hữu và hợp đồng ngắn hạn. Từ cơ sở dữ liệu lấy ra các thông tin trên).

34. Thống kê, phân loại GV

TT	Trình độ, học vị, chức danh	Số lượng GV	GV cơ hữu (GV)			GV thỉnh giảng trong nước	GV quốc tế
			GV trong biên chế trực tiếp giảng dạy	GV hợp đồng dài hạn ³ trực tiếp giảng dạy	GV kiêm nhiệm là cán bộ quản lý		
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
1	Giáo sư, Viện sĩ	0		0		0	0
2	Phó Giáo sư	0		0		0	0
3	Tiến sĩ khoa học	0		0		0	0
4	Tiến sĩ	10		8		2	0
5	Thạc sĩ	31		28		3	0
6	Đại học	4		4		0	0
7	Cao đẳng	0		0		0	0
8	Trình độ khác	0		0		0	0
	Tổng số	45		40		5	0

(Khi tính số lượng các TSKH, TS thì không bao gồm những GV vừa có học vị vừa có chức danh khoa học vì đã tính ở 2 dòng trên)

Tổng số GV cơ hữu = Cột (3) - cột (7) - cột (8) = 40 người

Tỷ lệ GV cơ hữu trên tổng số cán bộ cơ hữu: $40/45 = 88,89\%$

35. Quy đổi số lượng GV của đơn vị thực hiện CTĐT theo quy định hiện hành của Bộ GDĐT (nếu đơn vị có GV có trình độ TSKH nhưng không có học hàm thì tính ngang với Phó Giáo sư theo thứ tự như cột 3 trong Bảng 35).

Số liệu Bảng 35 được lấy từ Bảng 35 nhân với hệ số quy đổi (Ví dụ đối với cơ sở giáo dục đại học, học viện: áp dụng Thông tư số 06/2018/TT-BGDĐT ngày 28/02/2018 của Bộ trưởng Bộ GDĐT).

TT	Trình độ,	Hệ	Số	GV cơ hữu	GV	GV	GV
----	-----------	----	----	-----------	----	----	----

³Hợp đồng dài hạn (sử dụng ở đây) bao gồm hợp đồng dài hạn (từ 1 năm trở lên) và hợp đồng không xác định thời hạn.

	học vị, chức danh	số quy đổi	lượng GV	GV trong biên chế trực tiếp giảng dạy	GV hợp đồng dài hạn trực tiếp giảng dạy	GV kiêm nhiệm là cán bộ quản lý	thỉnh giảng	quốc tế	quy đổi
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)
	<i>Hệ số quy đổi</i>			1,0	1,0	0,3	0,2	0,2	
1	GS, VS	5,0	0		0	0	0	0	0
2	PGS	3,0	0		0	0	0	0	0
3	TSKH	3,0	0		0	0	0	0	0
4	Tiến sĩ	2	8		8	0	2	0	16,8
5	Thạc sĩ	1	28		28	0	3	0	28,6
6	Đại học	0,3	4		4	0	0	0	1,20
	Tổng		40		40	0	5	0	46,6

36. Thống kê, phân loại GV cơ hữu theo trình độ, giới tính và độ tuổi (số người):

TT	Trình độ/học vị	Số lượng	Tỷ lệ (%)	Phân loại theo giới tính (người)		Phân loại theo tuổi (người)				
				Nam	Nữ	< 30	30-40	41-50	51-60	> 60
1	GS, VS	0	0,00%	0	0	0	0	0	0	0
2	Phó GS	0	0,00%	0	0	0	0	0	0	0
3	TSKH	0	0,00%	0	0	0	0	0	0	0
4	Tiến sĩ	8	20,00%	3	5	0	3	3	2	0
5	Thạc sĩ	28	70,00%	8	20	0	13	14	1	0
6	Đại học	4	10,00%	3	1	1	0	2	1	0
	Tổng	40	100%	14	26	1	16	19	4	0

36.1. Tuổi trung bình của GV cơ hữu: 36,8 tuổi.

36.2. Tỷ lệ GV cơ hữu có trình độ tiến sĩ trở lên trên tổng số GV cơ hữu của đơn vị thực hiện CTĐT: $8/40 = 20\%$.

36.3. Tỷ lệ GV cơ hữu có trình độ thạc sĩ trên tổng số GV cơ hữu của đơn vị thực hiện CTĐT: $28/40 = 70\%$.

37. Thống kê, phân loại GV cơ hữu theo mức độ thường xuyên sử dụng ngoại

ngữ và tin học cho công tác giảng dạy và nghiên cứu

TT	Tần suất sử dụng	Tỷ lệ (%) GV cơ hữu sử dụng ngoại ngữ và tin học	
		Ngoại ngữ	Tin học
1	Luôn sử dụng (trên 80% thời gian của công việc)	6%	100%
2	Thường sử dụng (trên 60-80% thời gian của công việc)	9%	
3	Đôi khi sử dụng (trên 40-60% thời gian của công việc)	83%	
4	Ít khi sử dụng (trên 20-40% thời gian của công việc)	0%	
5	Hiếm khi sử dụng hoặc không sử dụng (0-20% thời gian của công việc)	2%	
	Tổng	100%	100%

V. Người học (chỉ tính số lượng người học của CTĐT)

38. Người học bao gồm học sinh, SV, học viên cao học và nghiên cứu sinh

Tổng số người đăng ký dự tuyển vào CTĐT, số người học trúng tuyển và nhập học trong 5 năm gần đây (hệ chính quy):

Năm học	Số thí sinh đăng ký vào CTĐT (người)	Số trúng tuyển (người)	Tỷ lệ cạnh tranh (%)	Số nhập học thực tế (người)	Điểm tuyển đầu vào/ thang điểm	Điểm trung bình của SV được tuyển	Số lượng SV quốc tế nhập học (người)
2016-2017	703	176	3,99	165	BVH: 21,5 BVS: 19,75	21,41	0
2017-2018	2179	226	9,64	221	BVH: 22,50 TTNV<=4 BVS: 21,25 TTNV <=5	22,99	0
2018-2019	3127	301	10,39	293	BVH: 20,30 TTNV=1 BVS: 19,30 TTNV<=7	20,66	0
2019-2020	5181	296	17,50	292	BVH: 22,35 TTNV<=5 BVS: 21,20 TTNV<=6	22,1	0
2020-2021	6774	301	22,50	299	BVH: 25,50 TTNV<=4 BVS: 24,60 TTNV<=6	25,60	0

39. Thống kê, phân loại số lượng người học theo học CTĐT trong 5 năm gần đây các hệ chính quy và không chính quy. Đơn vị: người

Các tiêu chí	2016-2017	2017-2018	2018-2019	2019-2020	2020-2021
1. Nghiên cứu sinh	0	0	0	0	0
2. Học viên cao học	0	0	0	0	0
3. SV đại học					
Trong đó:					
Hệ chính quy	652	688	789	914	1052
Hệ không chính quy	0	0	0	0	0
4. SV cao đẳng					
Trong đó:					
Hệ chính quy	0	0	0	0	0
Hệ không chính quy	0	0	0	0	0
5. Khác ...	0	0	0	0	0

40. Số SV quốc tế theo học CTĐT trong 5 năm gần đây:

Đơn vị: người

	Năm học				
	2016-2017	2017-2018	2018-2019	2019-2020	2020-2021
Số lượng (người)	0	0	0	0	0
Tỷ lệ (%) trên tổng số người học	0	0	0	0	0

41. Người học của CTĐT có chỗ ở trong ký túc xá/tổng số người học có nhu cầu:

Các tiêu chí	2016-2017	2017-2018	2018-2019	2019-2020	2020-2021
1. Tổng diện tích phòng ở (m ²)	5.727	5.727	5.727	5.727	5.727
2. Người học có nhu cầu về phòng ở (trong và ngoài ký túc xá) (người)	1.150	1.160	1.140	1.150	1.200
3. Người học được ở trong ký túc xá (người)	960	970	950	950	980
4. Tỷ số diện tích trên đầu người	5,9	5,9	6,0	6,0	5,8

học ở trong ký túc xá (m ² /người)					
---	--	--	--	--	--

42. Số lượng (người) và tỷ lệ (%) người học của CTĐT tham gia NCKH

	Năm học				
	2016-2017	2017-2018	2018-2019	2019-2020	2020-2021
Số lượng (người)	31	22	25	41	51
Tỷ lệ (%) trên tổng số SV	4.75%	3.20%	3.17%	4.49%	4.85%

43. Thống kê số lượng người học của CTĐT tốt nghiệp trong 5 năm gần đây

Đơn vị: người

Các tiêu chí	Năm tốt nghiệp				
	2016-2017	2017-2018	2018-2019	2019-2020	2020-2021
1. Nghiên cứu sinh bảo vệ thành công luận án tiến sĩ	0	0	0	0	0
2. Học viên tốt nghiệp cao học	0	0	0	0	0
3. SV tốt nghiệp đại học Trong đó:					
Hệ chính quy					
Hệ không chính quy	0	113	125	166	80
4. SV tốt nghiệp cao đẳng Trong đó:					
Hệ chính quy	0	0	0	0	0
Hệ không chính quy					
5. Khác...					

(Tính cả những người học đã đủ điều kiện tốt nghiệp theo quy định nhưng đang chờ cấp bằng)

44. Tình trạng tốt nghiệp của SV hệ chính quy của CTĐT:

Các tiêu chí	Năm tốt nghiệp				
	2016-2017 (TN năm 2017)	2017-2018 (TN năm 2018)	2018-2019 (TN năm 2019)	2019-2020 (TN năm 2020)	2020-2021 (TN năm 2021)
1. Số lượng người học tốt nghiệp (người).	0	113	125	166	80
2. Tỷ lệ người học tốt nghiệp so với số tuyển vào (%).	0.00%	51.13%	42.66%	56.85%	26.76%
3. Đánh giá của người học tốt					

nghiệp về chất lượng CTĐT: A. Cơ sở giáo dục/Đơn vị thực hiện CTĐT không điều tra về vấn đề này → chuyển xuống câu 4 B. Cơ sở giáo dục/Đơn vị thực hiện CTĐT có điều tra về vấn đề này → điền các thông tin dưới đây:					
3.1. Tỷ lệ người học trả lời đã học được những kiến thức và kỹ năng cần thiết cho công việc theo ngành tốt nghiệp (%).					
3.2. Tỷ lệ người học trả lời chỉ học được một phần kiến thức và kỹ năng cần thiết cho công việc theo ngành tốt nghiệp (%).					
3.3. Tỷ lệ người học trả lời không học được những kiến thức và kỹ năng cần thiết cho công việc theo ngành tốt nghiệp					
4. Người học có việc làm trong năm đầu tiên sau khi tốt nghiệp: A. Cơ sở giáo dục/đơn vị thực hiện CTĐT không điều tra về vấn đề này → chuyển xuống câu 5 B. Cơ sở giáo dục/ đơn vị thực hiện CTĐT có điều tra về vấn đề này → điền các thông tin dưới đây:					
4.1. Tỷ lệ người học có việc làm đúng ngành đào tạo (%).	88,78	96,37	94,16	91,74	92,34
- Sau 6 tháng tốt nghiệp.	21,62	24,12	22,00	81,42	84,36
- Sau 12 tháng tốt nghiệp.	88,78	96,37	94,16	91,74	92,34
4.2. Tỷ lệ người học có việc làm trái ngành đào tạo (%).	8.75%	12,02	16,47	13,25	11,94
4.3. Thu nhập bình quân/tháng của người học có việc làm.	5-10 triệu chiếm 44,08%	5-10 triệu chiếm 38,02%	5-10 triệu chiếm 11,73%	5-15 triệu chiếm: 3,98%	5-20 triệu chiếm: 2,19%
5. Đánh giá của nhà tuyển dụng về người học tốt nghiệp có việc làm đúng ngành đào tạo: A. Cơ sở giáo dục/đơn vị thực hiện CTĐT không điều tra về vấn đề này → chuyển xuống kết thúc bảng này. B. Cơ sở giáo dục/đơn vị thực hiện CTĐT có điều tra về vấn đề này → điền các thông tin dưới đây:					
5.1. Tỷ lệ người học đáp ứng yêu cầu của công việc, có thể sử dụng được ngay (%).	Ứng dụng cao và phù hợp: 54,80	Ứng dụng cao và phù hợp: 67,30	Ứng dụng cao và	Ứng dụng cao và	Ứng dụng cao và

			phù hợp: 68,35	phù hợp: 75,00	phù hợp: 75,00
5.2. Tỷ lệ người học cơ bản đáp ứng yêu cầu của công việc, nhưng phải đào tạo thêm (%).	Ứng dụng không cao: 21,0	Ứng dụng không cao: 31,7	Ứng dụng không cao: 30,75	Ứng dụng không cao: 15,2	Ứng dụng không cao: 15,2
5.3. Tỷ lệ người học phải được đào tạo lại hoặc đào tạo bổ sung ít nhất 6 tháng (%).	Không ứng dụng: 7,15	Không ứng dụng: 0	Không ứng dụng: 0	Không ứng dụng: 12,18	Không ứng dụng: 8,76

VI. Nghiên cứu khoa học và chuyển giao công nghệ

45. Số lượng đề tài nghiên cứu khoa học và chuyển giao khoa học công nghệ của đơn vị thực hiện CTĐT được nghiệm thu trong 5 năm gần đây:

TT	Phân loại đề tài	Hệ số**	Số lượng					Tổng (đã quy đổi)
			2017	2018	2019	2020	2021	
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)
1	Đề tài cấp NN	2,0	0	0	0	2	0	4
2	Đề tài cấp Bộ/Tỉnh*	1,0	1	1	1	2	1	6
3	Đề tài cấp trường	0,5	10	13	11	11	11	28
	Tổng		11	14	12	15	12	38

Cách tính: Cột 9 = cột 3*(cột 4 + cột 5 + cột 6 + cột 7 + cột 8)

Tổng số đề tài quy đổi: 38 đề tài

Tỷ số đề tài nghiên cứu khoa học và chuyển giao khoa học công nghệ (quy đổi) trên cán bộ cơ hữu của đơn vị thực hiện CTĐT: $38/40 = 0,95$

46. Doanh thu từ nghiên cứu khoa học và chuyển giao công nghệ của đơn vị thực hiện CTĐT trong 5 năm gần đây:

TT	Năm	Doanh thu từ NCKH và chuyển giao công nghệ (triệu VNĐ)	Tỷ lệ doanh thu từ NCKH và chuyển giao công nghệ so với tổng kinh phí đầu vào của đơn vị thực hiện CTĐT (%)	Tỷ số doanh thu từ NCKH và chuyển giao công nghệ trên cán bộ cơ hữu (triệu VNĐ/ người)
1	2017	128	0,12%	0,12
2	2018	230	0,2%	0,18
3	2019	380	0,6%	0,34
4	2020	215	0,2%	0,19
5	2021	412	0,4%	0,57

47. Số lượng đội ngũ cơ hữu của đơn vị thực hiện CTĐT tham gia thực hiện đề tài khoa học trong 05 năm gần đây:

Số lượng đề tài	Số lượng cán bộ tham gia			Ghi chú
	Đề tài cấp NN	Đề tài cấp Bộ*	Đề tài cấp trường	
Từ 1 đến 3 đề tài	2	3	16	
Từ 4 đến 6 đề tài	0	0	8	
Trên 6 đề tài				
Tổng số cán bộ tham gia	2	3	24	

* Bao gồm đề tài cấp Bộ hoặc tương đương, đề tài nhánh cấp Nhà nước

48. Số lượng đầu sách của đơn vị thực hiện CTĐT được xuất bản trong 5 năm gần đây:

TT	Phân loại sách	Hệ số**	Số lượng					Tổng (đã quy đổi)
			2016-2017	2017-2018	2018-2019	2019-2020	2020-2021	
1	Sách chuyên khảo	2,0	0	0	0	0	0	0
2	Sách giáo trình	1,5	0	0	0	0	1	1,5
3	Sách tham khảo	1,0	1	0	0	0	1	2
4	Sách hướng dẫn	0,5	3	3	2	2	4	7
	Tổng		1	0	0	0	2	10,5

Tổng số sách (quy đổi): 10,5

Tỷ số sách đã được xuất bản (quy đổi) trên cán bộ cơ hữu: $10,5/40 = 0,26$

49. Số lượng đội ngũ cơ hữu của đơn vị thực hiện CTĐT tham gia viết sách trong 5 năm gần đây:

Số lượng sách	Số lượng cán bộ cơ hữu tham gia viết sách			
	Sách chuyên khảo	Sách giáo trình	Sách tham khảo	Sách hướng dẫn
Từ 1 đến 3 cuốn sách	0	1	1	11
Từ 4 đến 6 cuốn sách	0	0	0	0
Trên 6 cuốn sách	0	0	0	1
Tổng số cán bộ tham gia	0	1	1	12

50. Số lượng bài của đội ngũ cơ hữu đơn vị thực hiện CTĐT được đăng tạp chí trong 5 năm gần đây:

TT	Phân loại tạp chí	Hệ số**	Số lượng					Tổng (đã quy đổi)
			2017	2018	2019	2020	2021	
1	Tạp chí khoa học quốc tế	1,5	0	0	1	1	1	4.5
2	Tạp chí khoa học cấp ngành trong nước	1,0	14	15	13	5	8	55
3	Tạp chí / tập san của cấp trường	0,5	2	1	1	6	9	9.5
	Tổng		16	16	15	12	18	69

**Hệ số quy đổi: Dựa trên nguyên tắc tính điểm công trình của Hội đồng GSNN

Tổng số bài đăng tạp chí (quy đổi): 69 bài.

Tỷ số bài đăng tạp chí (quy đổi) trên cán bộ cơ hữu: $69/40 = 1,73$

51. Số lượng đội ngũ cơ hữu của đơn vị thực hiện CTĐT tham gia viết bài đăng tạp chí trong 5 năm gần đây:

Số lượng cán bộ cơ hữu có bài báo đăng trên tạp chí	Nơi đăng		
	Tạp chí khoa học quốc tế (ISI, Scopus, ...)	Tạp chí khoa học cấp ngành trong nước	Tạp chí / tập san cấp trường
Từ 1 đến 5 bài báo	3	13	9

Số lượng cán bộ cơ hữu có bài báo đăng trên tạp chí	Nơi đăng		
	Tạp chí khoa học quốc tế (ISI, Scopus, ...)	Tạp chí khoa học cấp ngành trong nước	Tạp chí / tập san cấp trường
Từ 6 đến 10 bài báo	-	3	-
Từ 11 đến 15 bài báo	-	-	-
Trên 15 bài báo	-	-	-
Tổng số cán bộ tham gia	3	14	9

52. Số lượng báo cáo khoa học do đội ngũ cơ hữu của đơn vị thực hiện CTĐT báo cáo tại các hội nghị, hội thảo, được đăng toàn văn trong tuyển tập công trình hay kỷ yếu trong 5 năm gần đây:

TT	Phân loại hội thảo	Hệ số**	Số lượng					Tổng (đã quy đổi)
			2016 - 2017	2017 - 2018	2018 - 2019	2019 - 2020	2020 - 2021	
1	Hội thảo quốc tế	1,0	1	1	5	2	3	12
2	Hội thảo trong nước	0,5	2	1	2	0	1	3
3	Hội thảo cấp trường	0,25	2	0	0	0	0	0.5
	Tổng		5	2	7	2	4	15.5

Tổng số bài báo cáo (quy đổi): 15,5 bài

Tỷ số bài báo cáo (quy đổi) trên cán bộ cơ hữu: $15,5/40 = 0,39$

53. Số lượng đội ngũ cơ hữu của đơn vị thực hiện CTĐT có báo cáo khoa học tại các hội nghị, hội thảo được đăng toàn văn trong tuyển tập công trình hay kỷ yếu trong 05 năm gần đây:

Số lượng cán bộ cơ hữu có báo cáo khoa học tại các hội nghị, hội thảo	Cấp hội thảo		
	Hội thảo quốc tế	Hội thảo trong nước	Hội thảo ở trường
Từ 1 đến 5 báo cáo	9	3	8
Từ 6 đến 10 báo cáo	-	1	-
Từ 11 đến 15 báo cáo	-	-	-
Trên 15 báo cáo	-	-	-
Tổng số cán bộ tham gia	9	4	8

(Khi tính Hội thảo trong nước sẽ không bao gồm các Hội thảo của trường)

54. Số bằng phát minh, sáng chế được cấp: Không.

55. Nghiên cứu khoa học của người học

55.1. Số lượng người học của đơn vị thực hiện CTĐT tham gia thực hiện đề tài khoa học trong 5 năm gần đây:

Số lượng đề tài	Số lượng người học tham gia			Ghi chú
	Đề tài cấp NN	Đề tài cấp Bộ*	Đề tài cấp trường	
Từ 1 đến 3 đề tài	0	0	170	
Từ 4 đến 6 đề tài	0	0	0	
Trên 6 đề tài	0	0	0	
Tổng số người học tham gia	0	0	170	

* Bao gồm đề tài cấp Bộ hoặc tương đương, đề tài nhánh cấp Nhà nước

55.2. Thành tích nghiên cứu khoa học của SV: (Thống kê các giải thưởng NCKH, sáng tạo, các bài báo, công trình được công bố)

TT	Thành tích nghiên cứu khoa học	Số lượng				
		2016-2017	2017-2018	2018-2019	2019-2020	2020-2021
1	Số giải thưởng nghiên cứu khoa học, sáng tạo	0	0	0	0	0
2	Số bài báo được đăng, công trình được công bố	0	0	1	1	0

VII. Cơ sở vật chất, thư viện

56. Tổng diện tích đất sử dụng của cơ sở giáo dục (tính bằng m²): 127.694,70 m²

57. Tổng diện tích đất sử dụng của đơn vị thực hiện CTĐT (tính bằng m²): 79.376 m²

58. Diện tích sử dụng cho các hạng mục sau (tính bằng m²):

Nơi làm việc: 26.402,0 m² Nơi học: 46.640,0 m² Nơi vui chơi giải trí: 4.335 m²

59. Diện tích phòng học (tính bằng m²)

- Tổng diện tích phòng học: 11.991 m²

- Tỷ số diện tích phòng học trên NH chính quy: $11.991/12.107 = 0,98$ m²/sinh viên.

60. Tổng số đầu sách thuộc ngành đào tạo được sử dụng tại Trung tâm Thông tin
- Thư viện: 127 giáo trình và tài liệu tham khảo.

Tổng số đầu sách trong phòng tư liệu của đơn vị thực hiện CTĐT (nếu có): 0

61. Tổng số máy tính của đơn vị thực hiện CTĐT:

- Dùng cho hệ thống văn phòng: 477

- Dùng cho người học học tập: 840

Tỷ số máy tính dùng cho người học trên người học chính quy: $840/3695 = 0,23$

VIII. Tóm tắt một số chỉ báo quan trọng

Từ kết quả khảo sát ở trên, tổng hợp thành một số chỉ báo quan trọng dưới đây:

1. Giảng viên

Tổng số GV cơ hữu (người): 40

Tỷ lệ GV cơ hữu trên tổng số cán bộ cơ hữu: $40/45 = 88,89\%$

Tỷ lệ GV cơ hữu có trình độ tiến sĩ trở lên trên tổng số GV cơ hữu của đơn vị thực hiện CTĐT: $8/40 = 20\%$.

Tỷ lệ GV cơ hữu có trình độ thạc sĩ trên tổng số GV cơ hữu của đơn vị thực hiện CTĐT: $28/40 = 70\%$.

2. Người học:

Tổng số người học chính quy (người): 1.032 SV

Tỷ số người học chính quy trên GV trung bình trong 5 năm: 22,40

Tỷ lệ người học tốt nghiệp so với số tuyển vào (%): 92,34

3. Đánh giá của người học tốt nghiệp về chất lượng CTĐT:

Tỷ lệ người học trả lời đã học được những kiến thức và kỹ năng cần thiết cho công việc theo ngành tốt nghiệp (%): Không điều tra.

Tỷ lệ người học trả lời chỉ học được một phần kiến thức và kỹ năng cần thiết cho công việc theo ngành tốt nghiệp (%): Không điều tra.

4. Người học có việc làm trong năm đầu tiên sau khi tốt nghiệp:

Tỷ lệ người học có việc làm đúng ngành đào tạo (%): 87,12%

Tỷ lệ người học có việc làm trái ngành đào tạo (%): 8,27%

Thu nhập bình quân/tháng của NH có việc làm (triệu VNĐ): 9,6 triệu VNĐ.

5. Đánh giá của nhà tuyển dụng về NH tốt nghiệp có việc làm đúng ngành đào tạo:

Tỷ lệ NH đáp ứng yêu cầu của công việc, có thể sử dụng được ngay (%): 86,24%

Tỷ lệ NH cơ bản đáp ứng yêu cầu của công việc, nhưng phải đào tạo thêm (%):
14,26%

6. Nghiên cứu khoa học và chuyển giao công nghệ:

Tỷ số đề tài nghiên cứu khoa học và chuyển giao khoa học công nghệ (quy đổi) trên cán bộ cơ hữu của đơn vị thực hiện CTĐT: $38/40 = 0,95$.

Tỷ số doanh thu từ NCKH và chuyển giao công nghệ trên cán bộ cơ hữu: 0,28

Tỷ số sách đã được xuất bản (quy đổi) trên cán bộ cơ hữu: $10,5/40 = 0,26$

Tỷ số bài đăng tạp chí (quy đổi) trên cán bộ cơ hữu: $69/40 = 1,73$

Tỷ số bài báo cáo (quy đổi) trên cán bộ cơ hữu: $15,5/40 = 0,39$

7. Cơ sở vật chất:

Tỷ số máy tính dùng cho người học trên NH chính quy: $926/12.107 = 0,076$.

Tỷ số diện tích phòng học trên NH chính quy: $11.991/12.107 = 0,98 \text{ m}^2/\text{SV}$.

Tỷ số diện tích ký túc xá trên người học chính quy: $24.834/14.107 = 1,76$.

Phụ lục 02: Các tư liệu, tài liệu liên quan

1. Quyết định thành lập Hội đồng TĐG CTĐT trình độ đại học ngành Marketing, gồm Ban thư ký và các nhóm công tác chuyên trách (*Xem trang tiếp theo: 282*)

2. Kế hoạch Tự đánh giá CTĐT trình độ đại học ngành Marketing (*Xem trang 289*)

BỘ THÔNG TIN VÀ TRUYỀN THÔNG
HỌC VIỆN CÔNG NGHỆ
BƯU CHÍNH VIỄN THÔNG

Số: 1370 /QĐ-HV

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

Hà Nội, ngày 14 tháng 04 năm 2022

QUYẾT ĐỊNH

Về việc thành lập Hội đồng tự đánh giá chương trình đào tạo
trình độ đại học ngành Marketing

GIÁM ĐỐC HỌC VIỆN CÔNG NGHỆ BƯU CHÍNH VIỄN THÔNG

Căn cứ Nghị quyết số 22/NQ-HĐHV ngày 12 tháng 4 năm 2021 của Hội đồng học viện Học viện Công nghệ Bưu chính Viễn thông về việc ban hành Quy chế tổ chức và hoạt động của Học viện Công nghệ Bưu chính Viễn thông;

Căn cứ Thông tư số 38/2013/TT-BGDĐT ngày 29/11/2013 của Bộ trưởng Bộ Giáo dục và Đào tạo ban hành quy định về quy trình và chu kỳ kiểm định chất lượng chương trình đào tạo của các trường đại học, cao đẳng và trung cấp chuyên nghiệp;

Căn cứ Thông tư số 04/2016/TT-BGDĐT ngày 14/3/2016 của Bộ trưởng Bộ Giáo dục và Đào tạo quy định về tiêu chuẩn đánh giá chất lượng chương trình đào tạo các trình độ của giáo dục đại học;

Xét đề nghị của Trưởng phòng Tổ chức cán bộ - Lao động và Trường trung tâm Khảo thí và Đảm bảo chất lượng giáo dục,

QUYẾT ĐỊNH:

Điều 1. Thành lập Hội đồng Tự đánh giá chương trình đào tạo trình độ đại học ngành Marketing gồm các Ông/Bà có tên trong danh sách kèm theo.

Giúp việc cho Hội đồng Tự đánh giá chương trình đào tạo có Ban thư ký và các Nhóm công tác chuyên trách gồm các Ông/ Bà có tên trong danh sách kèm theo.

Điều 2. Hội đồng có nhiệm vụ triển khai tự đánh giá chương trình đào tạo trình độ đại học ngành Marketing theo Thông tư số 38/2013/TT-BGDĐT ngày 29/11/2013, Thông tư số 04/2016/TT-BGDĐT ngày 14/3/2016 của Bộ trưởng Bộ Giáo dục và Đào tạo và các văn bản hướng dẫn của Cục Quản lý chất lượng - Bộ Giáo dục và Đào tạo.

Nhiệm vụ cụ thể của các thành viên Hội đồng, Ban Thư ký và các nhóm công tác chuyên trách do Chủ tịch Hội đồng phân công.

Điều 3. Các Ông, Bà: Chánh Văn phòng, Trưởng phòng Tổ chức cán bộ - Lao động, Trường Trung tâm Khảo thí và Đảm bảo chất lượng giáo dục, Viện trưởng Viện Kinh tế Bưu điện, Trưởng bộ môn Marketing, Trưởng các đơn vị có liên quan và các Ông/Bà có tên tại Điều 1 chịu trách nhiệm thi hành Quyết định này. *[Chữ ký]*

Nơi nhận:

- Chủ tịch HĐHV đề (b/c);
- Như Điều 3 (để t/h);
- Lưu VT, KT&ĐBCLGD.



PGS.TS. Đặng Hoài Bắc

**DANH SÁCH THÀNH VIÊN HỘI ĐỒNG TỰ ĐÁNH GIÁ
CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO NGÀNH MARKETING TRÌNH ĐỘ ĐẠI HỌC**

(Kèm theo Quyết định số 370/QĐ-HV ngày 14/10/2022 của Giám đốc Học viện)

STT	Họ và tên	Chức vụ	Nhiệm vụ
1.	PGS.TS. Đặng Hoài Bắc	Giám đốc Học viện, Phó Bí thư Đảng ủy Học viện	Chủ tịch
2.	PGS.TS. Trần Quang Anh	Phó Giám đốc Học viện	Phó chủ tịch
3.	TS. Tân Hạnh	Phó Giám đốc Học viện, Chủ tịch Công đoàn Học viện	Phó chủ tịch
4.	TS. Nguyễn Thị Hoàng Yến	Trưởng Bộ môn Marketing, Viện Kinh tế Bưu điện	Phó chủ tịch thường trực
5.	CN. Nguyễn Xuân Trường	Phó giám đốc Trung tâm ĐTBCVT1	Ủy viên thường trực
6.	TS. Trần Đình Nam	Phó viện trưởng, Phụ trách Viện Kinh tế Bưu điện	Ủy viên
7.	TS. Trương Đức Nga	Phụ trách Khoa QTKD2	Ủy viên
8.	TS. Nguyễn Văn Phước	Trưởng Bộ môn Marketing, Khoa Quản trị kinh doanh 2	Ủy viên
9.	TS. Nguyễn Bình Minh	Giảng viên Bộ môn Marketing, Viện Kinh tế Bưu điện	Ủy viên
10.	ThS. Lê Nguyễn Nam Trân	Giảng viên Bộ môn Marketing, Khoa Quản trị kinh doanh 2	Ủy viên
11.	ThS. Trần Thị Mỹ Hạnh	Trưởng trung tâm KT&ĐBCLGD	Ủy viên
12.	ThS. Nguyễn Thị Bích Liên	Kế toán trưởng, Trưởng phòng TCKT	Ủy viên
13.	ThS. Đặng Thu Hà	Trưởng phòng TCCB-LĐ	Ủy viên
14.	ThS. Nguyễn Chí Thành	Trưởng phòng Giáo vụ Thư ký Hội đồng Học viện	Ủy viên
15.	ThS. Đặng Văn Tùng	Quyền trưởng phòng Đào tạo Thành viên Hội đồng KH&ĐT	Ủy viên
16.	TS. Ngô Đức Thiện	Trưởng phòng QLKHCN&HTQT	Ủy viên
17.	ThS. Đỗ Hải Yến	Trưởng phòng Chính trị & CTSV	Ủy viên
18.	ThS. Trần Vũ Hải	Chánh văn phòng Học viện	Ủy viên
19.	ThS. Nguyễn Hoàng Thanh	Trưởng Trung tâm KT&ĐBCLGD - Cơ sở Học viện tại Tp.HCM	Ủy viên

STT	Họ và tên	Chức vụ	Nhiệm vụ
20.	ThS. Lê Quang Phú	Trưởng phòng ĐT&KHCN - Cơ sở Học viện tại Tp.HCM	Ủy viên
21.	ThS. Chung Hải Bằng	Bí thư Đoàn thanh niên Học viện	Ủy viên
22.	Nguyễn Đức Cả	Sinh viên Lớp.D20MR03	Ủy viên
23.	ThS. Phạm Hồng Minh	CV Trung tâm KT&ĐBCLGD	Thư ký

(Danh sách gồm có 23 người)



DANH SÁCH THÀNH VIÊN BAN THƯ KÝ

(Kèm theo Quyết định số 1370/QĐ-HV ngày 11/10/2022 của Giám đốc Học viện)

STT	Họ và tên	Chức danh, chức vụ	Nhiệm vụ
1	CN. Nguyễn Xuân Trường	Phó Giám đốc Trung tâm Đào tạo Bưu chính Viễn thông I	Trưởng Ban
2	ThS. Phạm Lê Huy	Phó trưởng phòng TCCB-LD	Thành viên
3	KS. Nguyễn Hải Ngọc	CV Trung tâm KT&ĐBCLGD	Thành viên
4	ThS. Nguyễn Hải Yên	CV Phòng QLKHCN&HTQT	Thành viên
5	ThS. Nguyễn Hồng Huệ	Phó trưởng phòng Đào tạo	Thành viên
6	CN. Nguyễn Hồng Minh	CV Phòng Giáo vụ	Thành viên
7	ThS. Lê Thị Cẩm Thuần	Phó Chánh Văn phòng HV	Thành viên
8	ThS. Lê Thị Hội An	CV Phòng CT&CTSV	Thành viên
9	CN. Hà Hương Giang	Văn thư Học viện	Thành viên
10	CN. Võ Thị Diễm	Văn thư Cơ sở Học viện	Thành viên
11	ThS. Đặng Thị Thu Huyền	Trợ lý Khoa- Viện Kinh tế Bưu điện	Thành viên
12	ThS. Nguyễn Thị Phương Dung	Giảng viên Bộ môn Marketing, Viện Kinh tế Bưu điện	Thành viên
13	ThS. Nguyễn Hoàng Thanh	Phó trưởng Trung tâm KT&ĐBCLGD Cơ sở Học viện tại Tp.HCM	Thành viên
14	ThS. Phạm Hồng Minh	CV Trung tâm KT&ĐBCLGD	Thư ký

(Danh sách gồm có 14 người)



DANH SÁCH CÁC NHÓM CÔNG TÁC CHUYÊN TRÁCH

(Kèm theo Quyết định số 1370/QĐ-HV ngày 14/10/2022 của Giám đốc Học viện)

Nhóm 1: Viết báo cáo Tiêu chuẩn 1, 2 và 3

TT	Họ và tên	Chức danh, chức vụ	Nhiệm vụ
1	TS. Nguyễn Thị Hoàng Yến	Trưởng Bộ môn Marketing, Viện Kinh tế Bưu điện	Trưởng nhóm
2	TS. Nguyễn Văn Phước	Trưởng Bộ môn Marketing, Khoa QTKD2	Thành viên
3	ThS. Đặng Văn Tùng	Q. Trưởng phòng Đào tạo	Thành viên
4	ThS. Lê Bảo Ngọc	Giảng viên Bộ môn Marketing, Viện Kinh tế Bưu điện 1	Thành viên
5	ThS. Nguyễn Thị Phương Dung	Giảng viên Bộ môn Marketing, Viện Kinh tế Bưu điện	Thư ký

Nhóm 2: Viết báo cáo Tiêu chuẩn 4 và Tiêu chí 10.1, 10.2 và 10.3

TT	Họ và tên	Chức vụ	Nhiệm vụ
1	TS. Nguyễn Bình Minh	Giảng viên Bộ môn Marketing, Viện Kinh tế Bưu điện	Trưởng nhóm
2	ThS. Nguyễn Việt Dũng	Giảng viên Bộ môn Marketing, Viện Kinh tế Bưu điện	Thành viên
3	ThS. Đỗ Hải Yến	Trưởng phòng CT&CTSV	Thành viên
4	ThS. Nguyễn Chí Thành	Trưởng phòng Giáo vụ	Thành viên
5	ThS. Trần Thanh Hương	Giảng viên Bộ môn Marketing, Viện Kinh tế Bưu điện	Thư ký

Nhóm 3: Viết báo cáo Tiêu chuẩn 5 và các tiêu chí 10.6 và 11.5

TT	Họ và tên	Chức vụ	Nhiệm vụ
1	ThS. Trần Thị Mỹ Hạnh	Trưởng TT. KT&ĐBCLGD	Trưởng nhóm
2	ThS. Lê Thị Hội An	CV Phòng CT&CTSV	Thành viên
3	ThS. Lê Thị Cẩm Thuần	Phó Chánh Văn phòng Học viện	Thành viên
4	KS. Nguyễn Hải Ngọc	CV Trung tâm KT&ĐBCLGD	Thành viên
5	ThS. Phạm Hồng Minh	CV Trung tâm KT&ĐBCLGD	Thư ký

Nhóm 4: Viết báo cáo Tiêu chuẩn 6 và 7 (trừ tiêu chí 6.7).

TT	Họ và tên	Chức vụ	Nhiệm vụ
1	ThS. Đặng Thu Hà	Trưởng phòng TCCB-LĐ	Trưởng nhóm
2	Ks Phan Văn Soát	Trưởng phòng TCHC CSHV	Thành viên

TT	Họ và tên	Chức vụ	Nhiệm vụ
3	ThS. Vũ Tuấn Anh	CV Phòng TCCB-LĐ	Thành viên
4	CN. Cao Hải Yến	CV Phòng TCCB-LĐ	Thành viên
5	ThS. Phạm Lê Huy	Phó Trưởng phòng TCCB-LĐ	Thư ký

Nhóm 5: Viết báo cáo Tiêu chí 6.7, 9.2, 10.4 và 11.4

TT	Họ và tên	Chức vụ	Nhiệm vụ
1	TS. Ngô Đức Thiện	Trưởng P. QL KHCN&HTQT	Trưởng nhóm
2	ThS. Phạm Lê Huy	Phó Trưởng phòng TCCB-LĐ	Thành viên
3	ThS. Lê Quang Phú	Trưởng phòng ĐT&KHCN Cơ sở Học viện tại Tp.HCM	Thành viên
4	CN. Bùi Minh Huệ	CV Phòng QLKHCN&HTQT	Thành viên
5	ThS. Nguyễn Hải Yến	CV Phòng QLKHCN&HTQT	Thư ký

Nhóm 6: Viết báo cáo Tiêu chí 8.1 và 8.2

TT	Họ và tên	Chức vụ	Nhiệm vụ
1	ThS. Đặng Văn Tùng	Quyền Trưởng phòng Đào tạo	Trưởng nhóm
2	ThS. Đinh Thị Bích Hạnh	CV Phòng Đào tạo	Thành viên
3	ThS. Chung Hải Bằng	Bí thư Đoàn thanh niên HV	Thành viên
4	ThS. Lê Quang Phú	Trưởng phòng ĐT&KHCN Cơ sở Học viện tại Tp.HCM	Thành viên
5	ThS. Nguyễn Hồng Huệ	Phó trưởng phòng Đào tạo	Thư ký

Nhóm 7: Viết báo cáo Tiêu chí 8.3, 11.1 và 11.2

TT	Họ và tên	Chức vụ	Nhiệm vụ
1	ThS. Nguyễn Chí Thành	Trưởng phòng Giáo vụ Thư ký Hội đồng Học viện	Trưởng nhóm
2	ThS Nguyễn Xuân Khánh	Trưởng phòng Giáo vụ CSHV	Thành viên
3	ThS. Đỗ Hải Yến	Trưởng phòng CT&CTSV	Thành viên
4	ThS. Nguyễn Trung Hiếu	CV Phòng Giáo vụ	Thành viên
5	CN. Nguyễn Hồng Minh	CV Phòng Giáo vụ	Thư ký

Nhóm 8: Viết báo cáo Tiêu chí 8.4, 8.5, 9.5 và 11.3

TT	Họ và tên	Chức vụ	Nhiệm vụ
1	ThS. Đỗ Hải Yến	Trưởng phòng CT&CTSV	Trưởng nhóm

TT	Họ và tên	Chức vụ	Nhiệm vụ
2	ThS. Trần Quang Thuận	Phó trưởng phòng, Phụ trách phòng Công tác Sinh viên CSHV	Thành viên
3	CN Vương Đình Bách	CVC Văn phòng	Thành viên
4	ThS. Chung Hải Bằng	Bí thư Đoàn thanh niên HV	Thành viên
5	ThS. Lê Thị Hội An	CV Phòng CT&CTSV	Thư ký

Nhóm 9: Viết báo cáo Tiêu chí 9.1, 9.3, 9.4 và 10.5

TT	Họ và tên	Chức vụ	Nhiệm vụ
1	ThS. Trần Vũ Hải	Chánh văn phòng Học viện	Trưởng nhóm
2	ThS. Nguyễn Thanh Vân	Trưởng phòng CSVC CSHV	Thành viên
3	TS. Nguyễn Quý Sỹ	Trưởng TT Thí nghiệm TH	Thành viên
4	ThS. Trần Quang Hưng	CV Phòng Kế hoạch Đầu tư	Thành viên
5	KS. Cao Xuân Hiền	Giám đốc Trung tâm Dịch vụ	Thành viên
6	CN. Vũ Thị Huyền	CV Phòng Tài chính - Kế toán	Thành viên
7	ThS. Lê Thị Cẩm Thuận	Phó chánh Văn phòng Học viện	Thư ký

BỘ THÔNG TIN VÀ TRUYỀN THÔNG CỘNG HOÀ XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM
HỌC VIỆN CÔNG NGHỆ
BUU CHÍNH VIỄN THÔNG

Độc lập - Tự do - Hạnh phúc

Số: 991 /KH-HV

Hà Nội, ngày 14 tháng 10 năm 2022

KẾ HOẠCH TỰ ĐÁNH GIÁ
CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO NGÀNH MARKETING TRÌNH ĐỘ ĐẠI HỌC

I. Mục đích tự đánh giá

Hoạt động tự đánh giá chất lượng chương trình đào tạo (CTĐT) ngành Marketing sẽ giúp Học viện và Bộ môn Marketing thuộc Viện Kinh tế, Bưu điện và Khoa Quản trị kinh doanh 2 (sau đây gọi chung là Bộ môn Marketing) đạt được các mục đích sau:

- Đo lường mức độ đáp ứng chất lượng đào tạo cử nhân Marketing so với Bộ tiêu chuẩn đánh giá chất lượng CTĐT ban hành kèm theo Thông tư 04/2016/TT-BGDĐT, ngày 14/03/2016 của Bộ GD&ĐT, từ đó có giải pháp phù hợp nhằm đảm bảo, nâng cao chất lượng và hiệu quả các lĩnh vực hoạt động của Học viện; tự xem xét, đánh giá CTĐT của Học viện để báo cáo về tình trạng chất lượng, hiệu quả hoạt động đào tạo, NCKH, nhân lực, cơ sở vật chất và các vấn đề liên quan khác thuộc CTĐT Marketing để điều chỉnh các nguồn lực và quá trình thực hiện nhằm đáp ứng được các mục tiêu đề ra và hoàn thành sứ mạng của Học viện đối với xã hội và cộng đồng.

- Thực hiện việc giải trình với cơ quản lý nhà nước có thẩm quyền và xã hội về thực trạng chất lượng của chương trình đào tạo, làm cơ sở cho người học lựa chọn chương trình và nhà tuyển dụng lao động lựa chọn nhân lực được đào tạo từ Học viện.

- Là cơ sở để Học viện cải tiến chất lượng của CTĐT, đồng thời thể hiện tính tự chủ và trách nhiệm giải trình của Học viện trong toàn bộ hoạt động đào tạo, nghiên cứu khoa học, dịch vụ xã hội. Tự đánh giá (TĐG) CTĐT đồng thời tạo cơ sở dữ liệu cơ bản, đảm bảo tính khoa học cho việc điều chỉnh mục tiêu cho giai đoạn tiếp theo, lập kế hoạch nâng cao chất lượng và triển khai thực hiện kế hoạch. Giúp các bên liên quan biết rõ các điểm mạnh cũng như các vấn đề còn tồn tại của CTĐT ngành Marketing theo hệ thống, qua đó đề xuất và thực hiện các biện pháp cải tiến và nâng cao chất lượng CTĐT ngành Marketing hiệu quả hơn.

- Là cơ sở để đăng ký đánh giá ngoài và đề nghị công nhận đạt tiêu chuẩn chất lượng CTĐT ngành Marketing.

II. Phạm vi tự đánh giá

Bộ môn Marketing tiến hành đánh giá các hoạt động thực hiện CTĐT ngành Marketing theo tiêu chuẩn đánh giá chất lượng CTĐT do Bộ trưởng Bộ Giáo dục và Đào tạo ban hành, dưới sự chỉ đạo của Hội đồng Học viện, Ban Giám đốc Học viện và sự cung cấp thông tin, minh chứng của các đơn vị chức năng Học viện, qua các thông tin và minh chứng trong 5

năm, giai đoạn 2018-2022 (Từ ngày 01/01/2017 đến ngày 30/6/2022).

III. Công cụ tự đánh giá

Quá trình tự đánh giá CTĐT ngành Marketing của Học viện được dựa theo từng tiêu chuẩn, tiêu chí của bộ tiêu chuẩn KĐCL CTĐT các trình độ của GDĐH ban hành kèm theo Thông tư số 04/2016/TT-BGD&ĐT ngày 14/3/2016 của BGD&ĐT và các tài liệu hướng dẫn của Cục Quản lý chất lượng, Bộ GD&ĐT.

IV. Hội đồng tự đánh giá

1. Thành phần Hội đồng tự đánh giá

Hội đồng tự đánh giá CTĐT ngành Marketing được thành lập theo Quyết định số 1370/QĐ-HV ngày 14 tháng 10 năm 2022 của Giám đốc Học viện Công nghệ Bưu chính Viễn thông (Học viện), Hội đồng gồm có 23 thành viên (danh sách kèm theo).

2. Ban thư ký và các nhóm công tác chuyên trách (danh sách kèm theo)

3. Phân công thực hiện nhiệm vụ

a) Ban thư ký:

- Phối hợp với các nhóm công tác chuyên trách tổ chức thu thập thông tin minh chứng cho các tiêu chí, tiêu chuẩn theo tài liệu hướng dẫn đánh giá chất lượng CTĐT các trình độ của giáo dục đại học (GDĐH) tại công văn số 1669/QLCL-KĐCLGD ngày 31/12/2019 của Cục Quản lý chất lượng, Bộ Giáo dục và Đào tạo.

- Tổ chức biên soạn phần I. Tổng quan và phần IV. Cơ sở dữ liệu kiểm định của Báo cáo TĐG CTĐT ngành Marketing.

b) Các nhóm công tác chuyên trách, cá nhân

TT	Tiêu chuẩn Tiêu chí	Cơ sở dữ liệu kiểm định	Nhóm công tác, cá nhân chịu trách nhiệm	Thời gian thu thập thông tin và minh chứng	Ghi chú
1	Tiêu chuẩn 1, 2 và 3	Mục 13 đến 21 Mục 25 đến 32	Nhóm 1	15/10/2022 - 15/11/2022	
2	- Tiêu chuẩn 4 - Tiêu chí 10.1, 10.2 và 10.3		Nhóm 2	15/10/2022 - 15/11/2022	
3	- Tiêu chuẩn 5 - Tiêu chí 10.6 và 11.5		Nhóm 3	15/10/2022 - 15/11/2022	
4	- Tiêu chuẩn 6 (trừ tiêu chí 6.7). - Tiêu chuẩn 7	Mục 22, 23, 24 Mục 33 đến 37	Nhóm 4	15/10/2022 - 15/11/2022	
5	Tiêu chí 6.7, 9.2, 10.4 và 11.4	Mục 42, 60 Mục 45 đến 55	Nhóm 5	15/10/2022 - 15/11/2022	
6	Tiêu chí 8.1 và 8.2	Mục 38, 39, 40	Nhóm 6	15/10/2022 - 15/11/2022	

TT	Tiêu chuẩn Tiêu chí	Cơ sở dữ liệu kiểm định	Nhóm chịu trách nhiệm	Thời gian thu thập thông tin và minh chứng	Ghi chú
7	Tiêu chí 8.3, 11.1 và 11.2	Mục 43	Nhóm 7	15/10/2022 - 15/11/2022	
8	Tiêu chí 8.4, 8.5, 9.5 và 11.3	Mục 44	Nhóm 8	15/10/2022 - 15/11/2022	
9	Tiêu chí 9.1, 9.3, 9.4 và 10.5	Mục 41, 56, 57, 58, 59, 61	Nhóm 9	15/10/2022 - 15/11/2022	

V. Tập huấn nghiệp vụ tự đánh giá

1. Thời gian: 05 ngày, dự kiến trong tháng 11/2022

2. Thành phần: Lãnh đạo Học viện; cán bộ giảng viên làm công tác đảm bảo CLGD; thành viên hội đồng tự đánh giá các chương trình đào tạo, Ban Thư ký và các nhóm công tác chuyên trách của các chương trình đào tạo đăng ký tự đánh giá năm 2022.

3. Nội dung, chương trình tập huấn:

- Tập huấn về kỹ năng viết báo cáo tự đánh giá để kiểm định chất lượng chương trình đào tạo theo Thông tư 04/2016/TT-BGDĐT ban hành ngày 14/3/2016. Các nội dung chính của khóa tập huấn gồm:

- Hướng dẫn xác định minh chứng và thực hành viết các tiêu chí theo Bộ tiêu chuẩn đánh giá chất lượng theo Thông tư 04/2016/TT-BGDĐT theo từng nhóm.

VI. Dự kiến các nguồn lực (nhân lực, tài chính, ...) và thời điểm cần huy động/cung cấp

Giao Trung tâm Khảo thí và Đảm bảo Chất lượng giáo dục xây dựng kế hoạch huy động các nguồn lực phục vụ cho công tác TĐG CTĐT ngành Marketing (Nhân sự, tài chính, CSVC, trang thiết bị, ...) báo cáo Lãnh đạo Học viện phê duyệt và tổ chức thực hiện.

VII. Dự kiến thu thập thông tin từ nguồn ngoài cơ sở giáo dục và đơn vị thực hiện chương trình đào tạo

Các thông tin cần thu thập từ bên ngoài do các nhóm chuyên trách đề nghị (cụ thể về nguồn cung cấp, thời gian cần thu thập, kinh phí cần có).

VIII. Dự kiến thuê chuyên gia tư vấn để giúp Hội đồng triển khai TĐG

Thuê chuyên gia hướng dẫn tìm minh chứng và thực hành viết các tiêu chí theo Bộ tiêu chuẩn đánh giá chất lượng theo Thông tư 04/2016/TT-BGDĐT cho Hội đồng TĐG, Ban Thư ký và các Nhóm công tác chuyên trách.

Khảo sát ý kiến của các chuyên gia, doanh nghiệp, cựu sinh viên tốt nghiệp ngành Kế toán tại Học viện

Đối sánh tỷ lệ sinh viên NCKH, tốt nghiệp, thôi học với cùng chuyên ngành của các trường đại học khác trong và ngoài nước.

....

IX. Lập Bảng danh mục mã minh chứng

Sau khi các nhóm công tác, cá nhân thực hiện xác định nội hàm, phân tích tiêu chí tìm minh chứng cho từng tiêu chí; phân loại và mã hoá các minh chứng thu được. Hội đồng TĐG thảo luận các minh chứng cho từng tiêu chí đã thu thập được và lập Bảng danh mục mã minh chứng.

Bảng danh mục mã minh chứng được trình bày bảng theo chiều ngang của khổ A4 (có thể để riêng và để ở phần Phụ lục của báo cáo TĐG).

X. Thời gian và nội dung hoạt động

Thời gian	Nội dung hoạt động
Tuần 1 (03/10/2022÷ 09/10/2022)	<ol style="list-style-type: none"> Họp Ban giám đốc Học viện và Lãnh đạo Bộ môn Marketing để thảo luận mục đích, yêu cầu, thời gian và xác định các thành viên của Hội đồng TĐG CTĐT. Giám đốc Học viện ký quyết định thành lập Hội đồng TĐT. Họp Hội đồng TĐG CTĐT để: <ul style="list-style-type: none"> Công bố quyết định thành lập Hội đồng TĐG. Thảo luận về nhiệm vụ cụ thể cho từng thành viên Hội đồng; phân công nhiệm vụ cho từng thành viên Hội đồng, Ban thư ký và các Nhóm công tác chuyên trách. Trao đổi, thống nhất Kế hoạch TĐG CTĐT. Thông nhất dự thảo Đề cương báo cáo TĐG.
Tuần 2-3 (10/10/2022÷ 23/10/2022)	<ol style="list-style-type: none"> Báo cáo Giám đốc Học viện phê duyệt và công bố kế hoạch TĐG. Phổ biến chủ trương triển khai TĐG đến toàn thể cán bộ quản lý, giảng viên, nhân viên và sinh viên tham gia thực hiện TĐG CTĐT. Tổ chức hội thảo về chuyên môn, nghiệp vụ triển khai TĐG cho đội ngũ cán bộ tham gia Hội đồng TĐG và cán bộ chủ chốt các đơn vị có liên quan. Phân tích tiêu chí, thu thập thông tin và minh chứng; phân tích và mã hoá các thông tin và minh chứng thu được. Phân tích, lý giải nội hàm của các minh chứng để xem xét sự phù hợp của minh chứng với các yêu cầu trong từng tiêu chí, tiêu chuẩn đánh giá chất lượng CTĐT.
Tuần 4-5 (24/10/2022÷ 06/11/2022)	<ol style="list-style-type: none"> Các nhóm công tác chuyên trách viết các báo cáo của từng tiêu chí (thu thập thông tin bổ sung nếu cần thiết). Trưởng các nhóm chuyên trách tổng hợp các báo cáo tiêu chí thành các báo cáo tiêu chuẩn (thu thập thông tin bổ sung nếu cần thiết).
Tuần 6 (07/11/2022÷ 13/11/2022)	<p>Hội đồng TĐG CTĐT:</p> <ul style="list-style-type: none"> Xem xét các báo cáo tiêu chuẩn, tiêu chí do các nhóm chuyên trách dự thảo; Kiểm tra lại các thông tin và minh chứng được sử dụng trong báo cáo TĐG; Xác định các vấn đề phát sinh từ các thông tin và minh chứng thu được; Xác định các thông tin cần thu thập bổ sung; Thư ký HĐ tập hợp các báo cáo tiêu chuẩn thành dự thảo báo cáo TĐG CTĐT.
Tuần 7 (14/11/2022÷ 20/11/2022)	<ol style="list-style-type: none"> Hội đồng TĐG CTĐT xem xét dự thảo báo cáo TĐG và đề xuất những chỉnh sửa (nếu cần). Hội đồng TĐG CTĐT họp với các khoa, phòng, ban, ... để thảo luận về báo cáo TĐG, xin ý kiến góp ý.

Thời gian	Nội dung hoạt động
Tuần 8 (21/11/2022÷ 27/11/2022)	1. Công bố bản báo cáo TĐG (đã chỉnh sửa sau góp ý của các khoa, bộ môn, phòng ban, ...) trong nội bộ Học viện và Bộ môn Marketing. 2. Các khoa, bộ môn, phòng ban, cán bộ quản lý, giảng viên, nhân viên, người học, đóng góp ý kiến phản biện về báo cáo TĐG.
Tuần 9 (28/11/2022÷ 04/12/2022)	1. Hội đồng TĐG CTĐT họp để tiếp tục bổ sung và hoàn thiện báo cáo TĐG theo các ý kiến phản biện. 2. Hội đồng TĐG CTĐT thông qua báo cáo TĐG, hoàn thiện báo cáo TĐG và trình Giám đốc Học viện phê duyệt.
Tuần 10 (05/12/2022÷ 11/12/2022)	1. Học viện gửi báo cáo TĐG và công văn cho Cục Quản lý chất lượng, Bộ GD&ĐT để đăng ký đánh giá ngoài. 2. Học viện bảo quản báo cáo TĐG, lưu giữ các thông tin minh chứng theo thứ tự mã minh chứng đã ghi trong báo cáo TĐG.

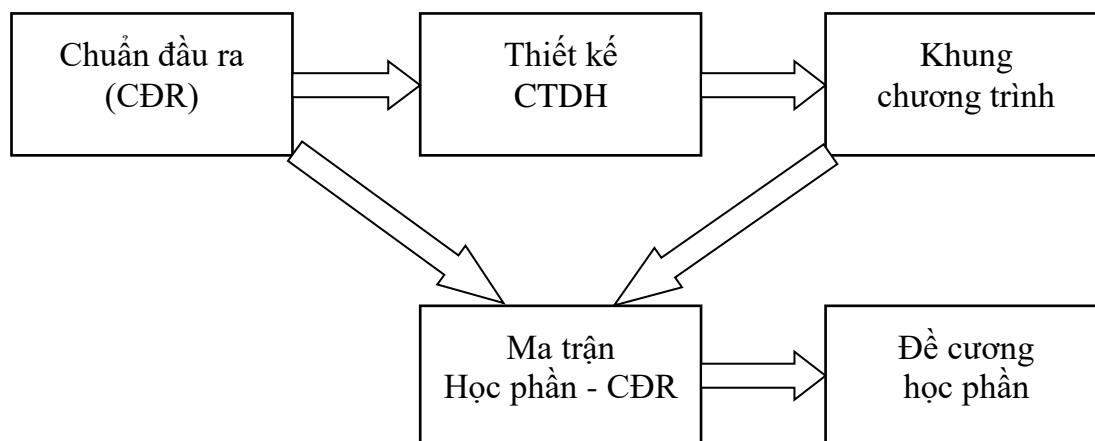
Nơi nhận:

- Bộ TT&TT (để b/c);
- Hội đồng TĐG (để t/h);
- Các đơn vị thuộc Học viện (để t/h);
- Lưu VT, KT&ĐBCLGD



Đặng Hoài Bắc

3. Các bảng biểu, sơ đồ tổng hợp, thống kê,... phục vụ tự đánh giá CTĐT



Hình 3.1: Quy trình thiết kế, xây dựng CTDH

Bảng 3.1: Tổng quát CĐR của CTDH ngành Marketing năm 2022

TT	Nhóm CĐR	Ký hiệu	Giải thích
1	Các CĐR về kiến thức	LO1 – LO11	<p>LO1. Hiểu và vận dụng được kiến thức cơ bản về lý luận chính trị Triết học Mác Lênin, Kinh tế chính trị Mác-Lênin, chủ nghĩa xã hội khoa học, tư tưởng Hồ Chí Minh, Lịch sử Đảng Cộng sản Việt Nam và các kiến thức về pháp luật Việt Nam vào giải quyết các vấn đề kinh tế-xã hội trong thực tiễn;</p> <p>LO2. Hiểu và vận dụng được các kiến thức cơ bản phục vụ hoạt động kinh doanh như về toán kinh tế, xác suất thống kê, kinh tế lượng, quản trị học, , quản trị dự án...vào giải quyết vấn đề kinh doanh và Marketing của tổ chức, doanh nghiệp;</p> <p>LO3. Phân tích và vận dụng được những vấn đề cơ bản của môi trường Marketing hiện đại, hành vi khách hàng vào thực tiễn hoạt động Marketing của tổ chức, doanh nghiệp;</p> <p>LO4. Hiểu và vận dụng được tư duy và quan điểm Marketing hiện đại; những khái niệm, quy trình và nguyên lý nền tảng về Marketing vào thực tiễn hoạt động Marketing của tổ chức, doanh nghiệp;</p> <p>LO5. Hiểu và vận dụng được lĩnh vực/chức năng và công</p>

TT	Nhóm CDR	Ký hiệu	Giải thích
			<p>cụ Marketing cơ bản; phân tích, đánh giá và sử dụng một cách phối hợp các công cụ Marketing tác nghiệp nhằm tối ưu hoạt động Marketing của doanh nghiệp/tổ chức trong môi trường cạnh tranh và biến động;</p> <p>LO6. Hiểu và vận dụng được các kiến thức nền tảng về Marketing số, các công nghệ và công cụ Marketing số, thương mại điện tử vào thực tiễn hoạt động Marketing của các tổ chức, doanh nghiệp trong môi trường số;</p> <p>LO7. Hiểu và vận dụng được các nguyên tắc và quy trình lập kế hoạch, triển khai và giám sát các hoạt động Marketing nói chung và Marketing số nói riêng trong thực tiễn bối cảnh cụ thể của các tổ chức, doanh nghiệp;</p> <p>LO8. Hiểu và phân tích được bản chất, vai trò, các loại hình dữ liệu kinh doanh/Marketing, các phương pháp thu thập và phân tích dữ liệu kinh doanh/Marketing, quản trị dữ liệu; có thể vận dụng kiến thức về dữ liệu, quản trị dữ liệu vào các quyết định Marketing của tổ chức/doanh nghiệp.</p> <p>LO9. Hiểu được các kiến thức chuyên sâu về các kênh Marketing số cơ bản (web, social media, search engine) và các công nghệ, công cụ Marketing số liên quan; vận dụng được các kiến thức chuyên sâu trên vào lập kế hoạch, triển khai và kiểm tra, đánh giá hoạt động và chiến dịch Marketing trong môi trường số;</p> <p>LO10. Hiểu được các kiến thức chuyên sâu về khai phá dữ liệu, phân tích, đánh giá thành tích hoạt động Marketing và Marketing số để có thể đề xuất các hoạt động cải thiện nhằm tối ưu hoạt động Marketing và Marketing số của các tổ chức, doanh nghiệp;</p> <p>LO11. Hiểu được các kiến thức chuyên sâu về các hình thức và công cụ truyền thông Marketing cơ bản; có khả năng lập kế hoạch, triển khai, đánh giá các hoạt động/chiến</p>

TT	Nhóm CDR	Ký hiệu	Giải thích
			dịch truyền thông Marketing của các tổ chức, doanh nghiệp.
2	CDR kỹ năng nghề nghiệp	LO12 – LO20	<p>LO12. Có khả năng sử dụng các kỹ năng cơ bản về phân tích môi trường Marketing và thấu hiểu người tiêu dùng;</p> <p>LO13. Có khả năng sử dụng các kỹ năng thu thập, phân tích và diễn giải các loại dữ liệu cơ bản (dữ liệu sơ cấp, dữ liệu thứ cấp, dữ liệu người dùng để lại trong môi trường Internet, dữ liệu số) và quản trị cơ sở dữ liệu nhằm phục vụ cho các quyết định Marketing;</p> <p>LO14. Có khả năng sử dụng kỹ năng lập kế hoạch, triển khai, đánh giá và theo dõi hoạt động Marketing nói chung, Marketing số nói riêng;</p> <p>LO15. Có khả năng sử dụng kỹ năng chuyên sâu để lựa chọn và phối hợp các kênh và công cụ Marketing số nhằm xây dựng kế hoạch và triển khai các chương trình và chiến dịch Marketing số</p> <p>LO16. Có khả năng sử dụng kỹ năng chuyên sâu về phân tích Marketing và phân tích Marketing số nhằm đánh giá thành tích và kết quả hoạt động Marketing nhằm phục vụ cho các quyết định điều chỉnh chiến lược, kế hoạch và các chương trình Marketing để mang lại thành tích tốt hơn cho tổ chức, doanh nghiệp;</p> <p>LO17. Có khả năng sử dụng kỹ năng chuyên sâu để lựa chọn và phối hợp các hình thức và công cụ truyền thông Marketing cơ bản; lập kế hoạch, triển khai, đánh giá các hoạt động/chiến dịch truyền thông Marketing của các tổ chức, doanh nghiệp.</p> <p>LO18. Có khả năng tư duy hệ thống, logic, sáng tạo và khoa học nhằm có thể vận dụng tốt các kiến thức và kỹ năng chuyên môn được học vào thực tiễn hoạt động Marketing của tổ chức, doanh nghiệp trong môi trường đầy biến động;</p>

TT	Nhóm CĐR	Ký hiệu	Giải thích
			LO19. Có khả năng sử dụng các kỹ năng mềm phục vụ cho việc thực hiện các công việc một cách chuyên nghiệp, bao gồm: kỹ năng lập kế hoạch, kỹ năng làm việc nhóm, kỹ năng giao tiếp, trình bày, kỹ năng giải quyết vấn đề... trong các tình huống công việc đa dạng; LO20. Có khả năng sử dụng những phần mềm phân tích dữ liệu cơ bản (Excel, SPSS...).
3	CĐR ngoại ngữ	LO21 – LO22	LO21. Đạt năng lực tiếng Anh tương đương với trình độ B1 khung tham chiếu chung Châu Âu (CEFR) hay Bậc 3 theo khung năng lực ngoại ngữ 6 bậc dùng cho Việt Nam; LO22. Có khả năng sử dụng tiếng Anh cơ bản trong các hoạt động liên quan đến nghề nghiệp được đào tạo.
4	CĐR năng lực tự chủ và trách nhiệm	LO23 – LO24	LO23. Có khả năng tự học tập, nghiên cứu, tích lũy kinh nghiệm để thích nghi với môi trường làm việc năng động; LO24. Có phẩm chất đạo đức, ý thức nghề nghiệp, trách nhiệm công dân, tôn trọng và chấp nhận pháp luật, có ý thức tổ chức kỷ luật và tinh thần hợp tác.

Bảng 3.2. Chuẩn đầu ra, khối kiến thức và học phần của CTDH

TT	Khối kiến thức	Số tín chỉ	Đáp ứng CĐR
1	Kiến thức giáo dục đại cương	47	Các CĐR chung
	<i>Trong đó:</i>		
	- Khối kiến thức chung về lý luận chính trị	29	
	- Khối kiến thức khoa học cơ bản/ khoa học xã hội	18	
2	Kiến thức giáo dục chuyên nghiệp	81	Các CĐR cơ sở ngành Các CĐR chuyên ngành
	<i>Trong đó:</i>		
	- Kiến thức cơ sở khối ngành và ngành	57	
	- Kiến thức chuyên ngành	14	
	- Thực tập và tốt nghiệp	10	
	Tổng cộng	128	

TT	Tên học phần	Chuẩn đầu ra																							
		LO1	LO2	LO3	LO4	LO5	LO6	LO7	LO8	LO9	LO10	LO11	LO12	LO13	LO14	LO15	LO16	LO17	LO18	LO19	LO20	LO21	LO22	LO23	LO24
Kiến thức giáo dục đại cương																									
30	Ứng dụng đa phương tiện trong kinh doanh					3.5																			
31	Quản lý dự án					3.5		3.5																	
32	Thương mại điện tử					3.5	3.5																		
33	Quản trị marketing				4	4		4							4										
34	Phương pháp nghiên cứu marketing					4			4				4	4	4						4				4
35	Truyền thông marketing tích hợp					4	4	4				4													4
36	Marketing dịch vụ					3.5						3.5													3.5
37	Marketing công nghiệp					3.5						3.5													3.5
38	E-Marketing						3.5	3.5				3.5	3.5	3.5											3.5
39	Kế toán quản trị (học phần lựa chọn)	3							3																
40	Quản trị thương hiệu (học phần lựa chọn)				3	3						3													
41	Quản trị bán hàng (học phần lựa chọn)				3	3																			
42	Phân tích hoạt động kinh doanh (học phần lựa chọn)	3							3																
43	Luật kinh doanh (học phần lựa chọn)	3							3																3
Chuyên ngành Internet marketing																									
44	Phân tích web								4						4				4						4
45	Marketing qua phương tiện truyền thông xã hội								4						4				4						4
46	Tổng quan về biên tập web								4						4				4						4
47	Marketing bằng công cụ tìm kiếm								4						4				4						4
48	Đề án: Kế hoạch Internet marketing								4						4				4						4
Chuyên ngành Phân tích Dữ liệu Marketing số																									
49	Phân tích Marketing									4						4			4						4
50	Khai phá dữ liệu trong Marketing									4						4			4						4
51	Phân tích web									4						4			4						4
52	Marketing qua phương tiện truyền thông xã hội									4						4			4						4
53	Trí tuệ Marketing									4						4			4						4
Chuyên ngành Truyền thông Marketing																									
54	Chiến lược phương tiện truyền thông										4								4	4					4
55	Quan hệ công chúng										4								4	4					4
56	Marketing trực tiếp										4								4	4					4

TT	Tên học phần	Chuẩn đầu ra																								
		LO1	LO2	LO3	LO4	LO5	LO6	LO7	LO8	LO9	LO10	LO11	LO12	LO13	LO14	LO15	LO16	LO17	LO18	LO19	LO20	LO21	LO22	LO23	LO24	
Kiến thức giáo dục đại cương																										
57	Quản trị quảng cáo																									
58	Đề án: Kế hoạch Truyền thông marketing																									
Kỹ năng																										
59	Kỹ năng thuyết trình																									
60	Kỹ năng làm việc nhóm																									
61	Kỹ năng tạo lập Văn bản																									
62	Kỹ năng lập kế hoạch và tổ chức công việc																									
63	Kỹ năng giao tiếp																									
64	Kỹ năng giải quyết vấn đề																									
65	Kỹ năng tư duy sáng tạo																									
Thực tập và tốt nghiệp																										
Tốt nghiệp																										

Bảng 3.4: Các phương pháp dạy – học, phương pháp kiểm tra đánh giá CTDH ngành Marketing (khối kiến thức chung)

STT	Mã học phần	Tên học phần	Các phương pháp giảng dạy				Các phương pháp đánh giá						
			Giảng lý thuyết	Đọc tài liệu và BC	Bài tập + case study	T.hành + thí nghiệm	Thi viết tự luận	Thi trắc nghiệm	Vấn đáp	Bài tập lớn + vấn	Tiểu luận + báo cáo	Thực hành + vấn đáp	
Khối kiến thức chung													
1	BAS1150	Triết học Mác - Lênin	X		X		X	X				X	
2	BAS1151	Kinh tế chính trị Mác - Lênin	X		X		X	X				X	
3	BAS1152	Chủ nghĩa xã hội khoa học	X		X		X	X				x	
4	BAS1122	Tư tưởng Hồ Chí Minh	X		X		X	X				X	
5	BAS1153	Lịch sử Đảng cộng sản Việt Nam	X		X		X	X				X	
6	BAS1157	Tiếng Anh (Course 1) (*)	X		X		X	X	X				
7	BAS1158	Tiếng Anh (Course 2)	X		X		X	X	X				
8	BAS1159	Tiếng Anh (Course 3)	X		X		X	X	X				
9	BAS1160	Tiếng Anh (Course 3 Plus)	X		X		X	X	X				
10	INT1154	Tin học cơ sở 1	X		X	X			X				X
11	INT1155	Tin học cơ sở 2	X		X	X					X		X

Bảng 3.5. Các phương pháp dạy - học, phương pháp kiểm tra đánh giá CTDH ngành Marketing (khối kiến thức chuyên ngành Phân tích dữ liệu Marketing số)

STT	Mã học phần	Tên học phần	Các phương pháp giảng dạy					Các phương pháp đánh giá				
			Giảng lý thuyết	Đọc tài liệu và BC	Bài tập + case study	T.hành + thí nghiệm	Thi viết tự luận	Thi trắc nghiệm	Vấn đáp	Bài tập lớn + vấn đáp	Tiểu luận + báo cáo	Thực hành + vấn đáp
Chuyên ngành Phân tích dữ liệu Marketing số												
1	MAR1437	Phân tích Marketing	X		X		X			X		
2	MAR1438	Khai phá dữ liệu trong Marketing	X		X				X	X		
3	MAR1408	Phân tích web	X		X		X			X		
4	MAR1406	Marketing qua phương tiện truyền thông xã hội	X		X		X			X		
5	MAR1439	Trí tuệ Marketing	X		X				X	X		

Bảng 6. 1: Thành tích thi đua và khen thưởng của GV Bộ môn Marketing

Năm	Giấy khen của GDHV	Giấy khen của Bộ TT&TT	Chiến sĩ thi đua cấp cơ sở	Chiến sĩ thi đua cấp bộ
2017	3	2	11	1
2018	4	2	6	1
2019	5	1	5	2
2020	3	2	6	0
2021	3	1	3	1
Tổng	18	8	31	5

Bảng 6.2: Bảng thống kê số lượng đề tài nghiên cứu các cấp giai đoạn 2017 - 2022 do Giảng viên Bộ môn Marketing thực hiện

TT	Phân loại đề tài	Năm học					Tổng
		2017	2018	2019	2020	2021	
1	Đề tài cấp NN	0	0	0	2	0	2
2	Đề tài cấp Bộ và tương đương	1	1	1	2	1	6
3	Đề tài cấp Học viện	10	13	11	11	11	56

Bảng 6.3: Bảng thống kê số lượng bài báo được công bố giai đoạn 2017 - 2022 do giảng viên Bộ môn Marketing thực hiện.

TT	Phân loại bài báo	Năm học					Tổng
		2017	2018	2019	2020	2021	
1	Bài báo trong nước	16	16	14	11	17	74
2	Bài báo quốc tế	0	0	1	1	1	3
	<i>Bài ISI/Scopus</i>	0	0	0	1	0	1
	Tổng	16	16	15	12	18	78

Bảng 6.4: Bảng thống kê số lượng bài báo được công bố trên các tạp chí khoa học quốc tế thuộc danh mục ISI/Scopus 2017 - 2022 do GV Bộ môn Marketing thực hiện.

STT	Năm học	ISI/Scopus	Q2	Ghi chú
1	2017	0	0	
2	2018	0	0	
3	2019	0	0	
4	2020	1	0	
5	2021	0	0	
	Tổng	1	0	

Bảng 7.1: Danh sách nhân viên làm việc tại thư viện, phòng thí nghiệm, hệ thống CNTT và các dịch vụ hỗ trợ khác

Nhân viên	Trình độ cao nhất đạt được				Tổng số
	Trung cấp	Đại học	Thạc sĩ	Tiến sĩ	
Nhân viên Thư viện	0	5	0	0	5
Nhân viên phòng TNTH	3	9	0	0	12
Nhân viên CNTT		3			3
Nhân viên hành chính	23	18	1		42
Nhân viên hỗ trợ người học (Trung tâm 1 cửa, Trạm y tế, TTDV, các đơn vị chức năng)	7	4	2	0	13

Nhân viên	Trình độ cao nhất đạt được				Tổng số
	Trung cấp	Đại học	Thạc sĩ	Tiến sĩ	
có liên quan đến việc hỗ trợ SV, ...)					
Tổng số	33	39	3	0	75

* Ghi chú: Trình độ trung cấp là lái xe, trực KTX, giảng đường.

Bảng 8.1: Tổng số người đăng ký dự tuyển vào CTĐT ngành Marketing, số người học trúng tuyển và nhập học trong 5 năm gần đây (hệ chính quy)

Năm học	Số thí sinh đăng ký vào CTĐT (người)	Số trúng tuyển (người)	Tỷ lệ cạnh tranh	Số nhập học thực tế (người)	Điểm tuyển đầu vào/ thang điểm
2016-2017	703	176	3.99	165	BVH: 21,5 BVS: 19,75
2017-2018	2179	226	9.64	221	BVH: 22,50 TTNV<=4 BVS: 21,25 TTNV <=5
2018-2019	3127	301	10.39	293	BVH: 20,30 TTNV=1 BVS: 19,30 TTNV<=7
2019-2020	5181	296	17.50	292	BVH: 22,35 TTNV<=5 BVS: 21,20 TTNV<=6
2020-2021	6774	301	22.50	299	BVH: 25,50 TTNV<=4 BVS: 24,60 TTNV<=6

Bảng 8.2: Mức kinh phí cấp bù hàng năm

TT	2016-2017	2017-2018	2018-2019	2019-2020	2020-2021
Số tiền cấp bù (VNĐ)	338.582.000	348.364.000	373.216.350	360.087.780	307.757.320

Bảng 8.3: Kết quả khen thưởng SV ngành Marketing giai đoạn 2017- 2021

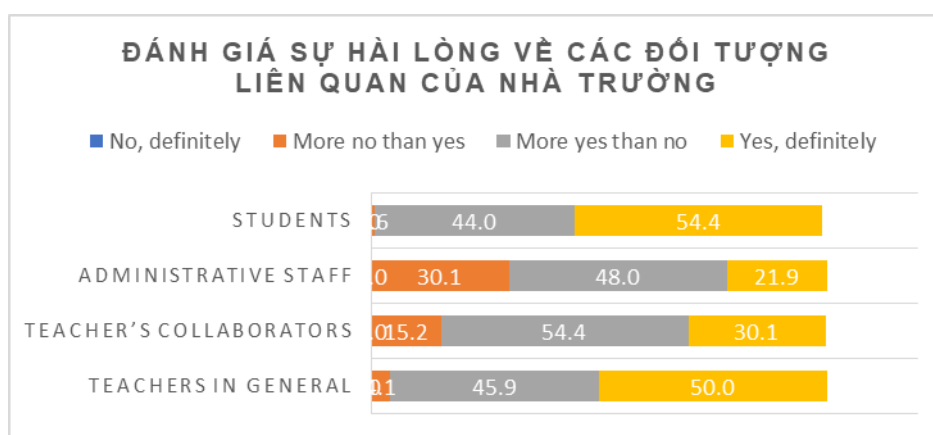
Nội dung	2016-2017	2017-2018	2018-2019	2019-2020	2020-2021
Số SV được khen thưởng	31	22	25	41	51
Số tiền khen thưởng (đồng)	4,116,273	3,460,093	5,369,897	9,073,512	10,792,147

Bảng 8.4: Tỷ lệ có việc làm sau 6-12 tháng của SV ngành Marketing

Năm	2017	2018	2019	2020	2021
Tỷ lệ %	88,78	96,37	94,16	91,74	92,34



Hình 8.1: Đánh giá sự hài lòng của SV đối với hoạt động thực tập



Hình 8.2: Đánh giá mức độ hài lòng của SV về sự hỗ trợ của các đối tượng liên quan

Bảng 10.1: Đề tài NCKH của giảng viên Bộ môn Marketing thực hiện chuyển thành nội dung trong CTDH

STT	Tên đề tài	Mã số - Năm	Chủ trì	Triển khai đào tạo
1	Các nhân tố ảnh hưởng đến hành vi mua hàng ngẫu hứng của người tiêu dùng tại Tp. Hồ Chí Minh	11-HV-2018-RD_QT2	Th.S. Lê Nguyễn Nam Trân	Sử dụng làm tài liệu giảng dạy các môn Marketing
2	Ảnh hưởng của động lực giá trị thiết thực trong tra cứu thông tin trực tuyến đến dự định mua hàng – Nghiên cứu trường hợp thị trường tiêu dùng tại TP. Hồ Chí Minh	02-HV-2019-RD_QT2	TS. Hoàng Lệ Chi	Sử dụng làm tài liệu giảng dạy các môn Marketing

STT	Tên đề tài	Mã số - Năm	Chủ trì	Triển khai đào tạo
3	Tác động của các hình thức Online Marketing ảnh hưởng lên ý định mua hàng của khách hàng cá nhân tại Tp. Hồ Chí Minh.	01-HV-2020-RD_QT2	TS. Trương Đức Nga	Sử dụng làm tài liệu giảng dạy các môn Marketing, đặc biệt là các môn liên quan tới Marketing trực tuyến
4	Nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến mức độ hài lòng của khách hàng khi thực hiện mua hàng online tại Tp. HCM.	11-HV-2020-RD_QT2	ThS. Nguyễn Thị Hải Uyên	Sử dụng làm tài liệu giảng dạy các môn Marketing, đặc biệt là các môn liên quan tới Marketing trực tuyến
5	Tác động của quảng cáo lên ý định sử dụng dịch vụ internet của khách hàng cá nhân tại TP Hồ Chí Minh	01-HV-2021-RD_QT2	TS. Trương Đức Nga	Sử dụng làm tài liệu giảng dạy các môn Marketing căn bản, Quản trị Marketing và các môn liên quan đến Marketing
6	Chuyển đổi số trong thanh toán - thanh toán số và sự chấp nhận của khách hàng Việt Nam	01-2020-HV-VKT-MARKETING	Ths. Nguyễn Ngọc Anh	Sử dụng làm tài liệu giảng dạy môn Thương mại điện tử, Hành vi khách hàng
7	Nghiên cứu ảnh hưởng của các yếu tố cấu thành bản sắc thương hiệu đến hình ảnh thương hiệu của Học Viện Công Nghệ Bưu Chính Viễn Thông	04-2021-HV-VKT-MARKETING	Ths. Nguyễn Thị Phương Dung	Sử dụng làm tài liệu giảng dạy môn Quản trị thương hiệu
8	Nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định mua trực tuyến sản phẩm điện máy của người tiêu dùng tại Hà Nội trong môi trường giá động	05-VKT-2019/RD-KT	Ths. Nguyễn Thị Phương Dung	Sử dụng làm tài liệu giảng dạy môn Thương mại điện tử, Hành vi khách hàng
9	Nghiên cứu nhân tố ảnh hưởng tới hoạt động quản trị mối quan hệ khách hàng của doanh nghiệp trong môi trường số tại Việt Nam	CTĐT 05-VKT-2018/RD-KT	Ths. Nguyễn Thị Phương Dung	Sử dụng làm tài liệu giảng dạy môn Quản trị quan hệ khách hàng
10	Nghiên cứu thói quen công nghệ của thế hệ Z (độ tuổi 9-23) tại Việt Nam	06-2021-HV-VKT-MAR	Ths. Phạm Thị Thái Quỳnh	Sử dụng làm tài liệu giảng dạy môn Quản trị quan hệ khách hàng
11	Nghiên cứu những nhân tố ảnh hưởng đến ý định sử dụng thương mại di động của người tiêu dùng Việt Nam.	07-VKT-2018/RD-KT	ThS. Lê Bảo Ngọc	Sử dụng làm tài liệu giảng dạy môn Thương mại điện tử, Hành vi khách hàng
12	Nghiên cứu cơ chế tác động của truyền miệng trên các phương tiện truyền thông xã hội đến ý định mua sản phẩm xanh của người tiêu dùng Việt Nam	01-VKT-2018/RD-KT	TS. Nguyễn Thị Hoàng Yến	Sử dụng làm tài liệu tham khảo và ví dụ cho Chương 2 (nội dung Lĩnh vực cộng đồng)- môn học Marketing qua phương tiện truyền thông XH.

STT	Tên đề tài	Mã số - Năm	Chủ trì	Triển khai đào tạo
13	Nghiên cứu vai trò của sự phù hợp với bản thân và việc xem xét đánh giá sản phẩm trực tuyến tới ý định mua sản phẩm xanh trong thể hệ thiên niên kỷ tại Việt Nam	01-VKT-2019/RD-KT	TS. Nguyễn Thị Hoàng Yến	Sử dụng làm tài liệu tham khảo cho Chương 2 (Xác định vấn đề và mục tiêu nghiên cứu), môn Phương pháp nghiên cứu Marketing
14	Nghiên cứu tác động của công nghệ Marketing đến thành tích Marketing (<i>Marketing performance</i>) của các doanh nghiệp vừa và nhỏ tại Việt Nam	02-2020-HV-VKT-MARKETING	TS. Nguyễn Thị Hoàng Yến	Sử dụng làm tài liệu tham khảo cho Chương 1 (Giới thiệu chung về trí tuệ Marketing), môn Trí tuệ marketing
15	Nghiên cứu về chuyển đổi số trong ngữ cảnh doanh nghiệp vừa và nhỏ	07-2021-HV-VKT-MARKETING	TS. Nguyễn Thị Hoàng Yến	Sử dụng làm tài liệu tham khảo cho Chương 3 (Trí tuệ Marketing và chiến lược kênh), môn Trí tuệ Marketing
16	Nghiên cứu chất lượng dịch vụ và sự hài lòng của khách hàng sử dụng các mạng điện thoại di động tại khu vực nội thành Hà Nội	07-VKT-2018/RD-KT	TS Nguyễn Bình Minh	Sử dụng làm tài liệu cho môn Marketing dịch vụ (Chương 3: Các quyết định về dịch vụ)
17	Nhân tố tác động đến hành vi mua hàng ngẫu hứng trực tuyến và hệ quả tại TP Hà Nội	02-2019-HV-VKT-MAR	TS Nguyễn Bình Minh	Sử dụng làm tài liệu giảng dạy môn Hành vi khách hàng
18	Chủ nghĩa dân tộc và các nhân tố tác động tới hành vi tiêu dùng thể hiện đẳng cấp trong giới trẻ	07-2019-HV-VKT-MAR	Th.S Nguyễn Bảo Ngọc	Sử dụng làm tài liệu giảng dạy môn Hành vi khách hàng, chương 4 môn Truyền thông Marketing tích hợp
19	Nghiên cứu tác động của tiêu dùng đẳng cấp và các nhân tố tác động tới ý định sử dụng điện thoại thông minh của giới trẻ tại Hà Nội	08-2021-HV-VKT-MARKETING	Th.S Nguyễn Bảo Ngọc	Sử dụng làm tài liệu giảng dạy môn Hành vi khách hàng, chương 4 môn Truyền thông Marketing tích hợp
20	Các nghiên cứu về Affiliate Marketing và Social Media Marketing và tiềm năng đối với các doanh nghiệp tại Việt Nam	05-2020-HV-VKT-MARKETING	ThS. Vũ Việt Tiến	Sử dụng làm tài liệu giảng dạy môn Internet và Ứng dụng trong Kinh Doanh

Bảng 11.1: Thống kê tỷ lệ sinh viên ngành Marketing thôi học, nghỉ học theo năm học

Năm học	Tổng số SV	Số SV thôi học	Tỉ lệ %
2016 - 2017	652	39	5,98%
2017 - 2018	688	38	5,52%
2018 - 2019	789	43	5,45%
2019 - 2020	914	47	5,14%
2020 - 2021	1052	23	2,19%

Bảng 11.2: Tỷ lệ tốt nghiệp của SV ngành Marketing giai đoạn 2017-2022

Năm	2017	2018	2019	2020	2021
Tỷ lệ (%)	88,78	96,37	94,16	91,74	92,34

Bảng 11.3: Đối sánh tỉ lệ SV thôi học giữa ngành Marketing với các ngành đào tạo khác của Học viện

CTĐT	Tỉ lệ thôi học theo năm học (%)					Trung bình
	2016-2017	2017-2018	2018-2019	2019-2020	2020-2021	
Ngành Marketing	5,98	5,52	5,45	5,14	2,19	3,13
Ngành Kế toán	3,98	3,05	3,51	2,96	2,13	3,12
Ngành QTKD	3,44	3,12	3,42	2,54	3,27	3,78
Ngành CNTT	4,08	5,92	4,35	2,18	2,37	2,62
Ngành KTĐTVT	3,36	4,34	3,32	1,13	0,96	3,19
Ngành ATTT	4,61	3,16	4,12	2,24	1,78	

Ghi chú: Tỷ lệ SV tốt nghiệp đúng hạn

Bảng 11.4: Đối sánh tỉ lệ SV tốt nghiệp và thôi học giữa ngành Marketing của Học viện với ngành Marketing của các trường đại học khác (đơn vị tính %)

Cơ sở Giáo dục	2017		2018		2018		2020		2021		TB	
	TN	TH	TN	TH	TN	TH	TN	TH	TN	TH	TN	TH
Học viện	88,78	5,98	96,37	5,52	94,16	5,45	91,74	5,14	92,34	2,19	92,68	4,85
ĐH KTQD	72,22	6,35	73,85	6,56	74,34	16,81	74,36	17,95	75,17	15,42	73,99	12,62
Đại học TC-Mar	87,4	0,36	73,7	0,22	76,8	0,59	90,17	2,96	92,0	2,13	89,56	3,13

Bảng 11.5: Thời gian tốt nghiệp trung bình của SV ngành Marketing theo khóa học giai đoạn 2017-2022

Năm học	2013-2017	2014-2018	2015-2019	2016-2020	2017-2021	Trung bình
Tỷ lệ (%)	4,03	4,01	4,12	4,07	4,02	4,05

Bảng 11.6: Đối sánh thời gian tốt nghiệp trung bình giữa ngành Marketing của Học viện với với các ngành đào tạo khác của Học viện

TT	Năm nhập học	Năm tốt nghiệp	Thời gian TN trung bình các ngành (năm)		
			MAR	QTKD	Kế toán
1	2013	2017	4,07	4,20	4,03
2	2014	2018	4,15	4,03	4,01
3	2015	2019	4,16	4,13	4,12
4	2016	2020	4,02	4,24	4,07
5	2017	2021	4,04	4,06	4,02

(Nguồn: Tổng hợp của phòng Giáo vụ)

Bảng 11.7: Đối sánh thời gian tốt nghiệp trung bình giữa ngành Marketing của Học viện với với ngành Marketing của các trường đại học khác

Trường	Khóa học					Trung bình
	2013-2017	2014-2018	2015-2019	2016-2020	2017-2021	
Học viện CNBCVT	4,03	4,01	4,12	4,07	4,02	4,05
Đại học Kinh tế Quốc dân	3,9	3,95	3,97	4,03	3,82	3,93
Đại học Tài chính - Marketing	4,04	4,03	4,06	4,04	4,00	4,03

Bảng 11.8: Tỷ lệ SV có việc làm sau khi tốt nghiệp 1 năm của ngành Marketing

Năm tốt nghiệp	Tỷ lệ phản hồi (%)	Tỷ lệ có việc làm (%)	Đúng ngành (%)	Liên quan ngành (%)	Không đúng ngành, (%)	Khu vực làm việc (Tỷ lệ %)			
						Cơ sở nhà nước	Cơ sở Tư nhân	Tự tạo việc làm	Có yếu tố nước ngoài
Năm 2017	93,42	88,78	84,43	6,82	8,75	16,94	67,74	1,21	14,11
Năm 2018	93,23	96,37	78,45	9,53	12,02	11,25	68,04	3,32	17,39
Năm 2019	75,59	94,16	83,74	1,79	16,47	14,66	65,45	4,14	15,75
Năm 2020	88,76	91,74	86,16	0,59	13,25	21,26	58,03	3,32	17,39
Năm 2021	91,37	92,34	87,12	0,94	11,94	14,07	53,27	5,27	27,39

Bảng 11.9: Tỷ lệ thu nhập bình quân trong tháng của SV ngành Marketing

Năm	Thu nhập bình quân dưới 5 triệu	Thu nhập bình quân từ 5-15 triệu	Trên 15 triệu
2017	4,40%	86%	9,60%
2018	7,76%	87,52%	5%
2019	7,60%	87%	5,20%
2020	6,32%	81,28%	12,40%
2021	5,50%	79,50%	15%

Bảng 11.10: Đối sánh tỷ lệ SV có việc làm ngành Marketing với các ngành đào tạo khác tại Học viện.

Ngành đào tạo	Tỷ lệ SV có việc làm (%)				
	2017	2018	2019	2020	2021
Marketing	88,78	96,37	94,16	91,74	92,34
Kế toán	95,17	93,54	93,58	96,28	95,23
Quản trị kinh doanh	94,50	90,58	92,35	95,15	94,29
Công nghệ thông tin	98,67	93,54	93,58	96,28	95,25
Kỹ thuật Điện tử viễn thông	88,14	87,62	91,49	94,02	93,33
Công nghệ Kỹ thuật Điện điện tử	85,66	89,72	88,24	92,66	93,29

Bảng 11.11: Đối sánh tỷ lệ SVTN có việc làm CTĐT ngành Marketing với cùng ngành Marketing của các trường đại học khác

Cơ sở giáo dục	Tỷ lệ SV có việc làm (%)					Trung bình
	2017	2018	2019	2020	2021	
Học viện CN BCVT	88,78	96,37	94,16	91,74	92,34	92,68
Đại học Thương mại	89,72	96,59	95,60	90,74	92,63	73,74
Đại học Tài chính - Marketing	79,07	76,7	90,63	94,17	97,12	87,54

Cơ sở giáo dục	Tỷ lệ SV có việc làm (%)					
	2017	2018	2019	2020	2021	Trung bình
Đại học Kinh tế Quốc dân	92.75	96.23	92,31	92,68	88,24	92.44

Bảng 11.12: Bảng đối sánh số lượng đề tài, số SV tham gia NCKH của sinh viên CTĐT ngành Marketing với các ngành đào tạo khác của Học viện

Năm	Ngành đào tạo					
	Marketing		Quản trị kinh doanh		Kế toán	
	Đề tài	SV tham gia	Đề tài	Đề tài	Đề tài	SV tham gia
2017	16	31	17	17	16	34
2018	9	22	10	10	20	46
2019	8	25	10	10	8	21
2020	25	41	13	13	24	49
2021	35	51	23	23	10	31
Tổng	93	170	73	73	78	181

Bảng 11.13: Đối sánh tỷ lệ % số lượng SV ngành Marketing của Học viện tham gia NCKH với ngành Marketing của các trường đại học khác (tỷ lệ SV/ĐT)

TT	Cơ sở giáo dục	2016-2017	2017-2018	2018-2019	2019-2020	2020-2021	Trung bình
1	Học viện CN BCVT	4,75	3,20	3,17	4,49	4,85	4,09
2	Đại học Tài chính - Marketing	3.6	3.35	3,29	4,75	4,23	3,84
3	Đại học Kinh tế Quốc dân	5,8	4,14	4,32	4,15	4,26	4,53

Phụ lục 03: Danh mục minh chứng sử dụng trong quá trình TĐG và viết báo cáo TĐG

Tại Quyển danh mục minh chứng kèm theo báo cáo TĐG CTĐT