

PHỤ LỤC ĐH4

Chương trình đào tạo ngành Marketing

(Quyết định số 1454/QĐ-HV ngày 27/10/2022 về việc ban hành Chương trình giáo dục đại học ngành Marketing - trình độ đại học hệ chính quy)

1. ĐIỀU KIỆN TUYỂN SINH

a) Quy định chung:

- Đối tượng dự tuyển được xác định tại thời điểm xét tuyển (trước khi công bố kết quả xét tuyển chính thức), bao gồm:

+) Người đã được công nhận tốt nghiệp trung học phổ thông (THPT) của Việt Nam hoặc có bằng tốt nghiệp của nước ngoài được công nhận trình độ tương đương;

+) Người đã có bằng tốt nghiệp trung cấp ngành nghề thuộc cùng nhóm ngành dự tuyển và đã hoàn thành đủ yêu cầu khối lượng kiến thức văn hóa cấp THPT theo quy định của pháp luật.

- Có đủ sức khỏe để học tập theo quy định hiện hành;

- Có đủ sức khỏe để học tập theo quy định hiện hành;

b) Đối với phương thức xét tuyển dựa vào kết quả thi THPT năm 2022:

Ngoài các yêu cầu theo quy định chung ở mục a) thì thí sinh phải tham dự kỳ thi tốt nghiệp THPT năm 2022 với các bài thi/môn thi theo tổ hợp xét tuyển tương ứng các ngành của Học viện.

c) Đối với phương thức xét tuyển kết hợp thi ngoài các yêu cầu theo quy định chung ở mục a) thì thí sinh cần có thêm một trong các điều kiện sau đây:

- Thí sinh có Chứng chỉ quốc tế SAT, trong thời hạn 02 năm (tính đến ngày xét tuyển) 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 đạt từ 7,5 trở lên và có hạnh kiểm Khá trở lên;
- 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 đạt từ 7,5 trở lên và có hạnh kiểm Khá trở lên;
- 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 Trung ương (TW) các môn Toán, Lý, Hóa, Tin học và có kết quả điểm trung bình chung học tập lớp 10, 11, 12 đạt từ 7,5 trở lên và có hạnh kiểm Khá trở lên.
- Là học sinh chuyên các môn Toán, Lý, Hóa, Tin học của trường THPT chuyên trên phạm vi toàn quốc (các trường THPT chuyên thuộc Tỉnh, Thành phố trực thuộc TW và các trường THPT chuyên thuộc Cơ sở giáo dục đại học) hoặc hệ chuyên thuộc

các trường THPT trọng điểm quốc gia; **Và** có kết quả điểm trung bình chung học tập lớp 10, 11, 12 đạt từ 8,0 trở lên và có hạnh kiểm Khá trở lên (*Như danh sách các trường THPT chuyên kèm theo*).

d) Đối với phương thức xét tuyển dựa vào kết quả bài thi đánh giá năng lực hoặc đánh giá tư duy thì ngoài các yêu cầu theo quy định chung ở mục a) 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 20 điểm trở lên.**

2. MỤC TIÊU

2.1. Mục tiêu chung (Goals)

Chương trình đào tạo Cử nhân ngành Marketing với định hướng về marketing số của Học viện Công nghệ Bru 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.

Việc triển khai chương trình đào tạo này nằm trong khuôn khổ những giải pháp cụ thể thực hiện chiến lược phát triển của Học viện Công nghệ Bru chính Viễn thông trở thành trường đại học có quy mô và chất lượng đào tạo, nghiên cứu hàng đầu Việt Nam về công nghệ số, là một trong các đơn vị chủ lực cung cấp nhân lực, tri thức, chuyển giao công nghệ phục vụ chuyển đổi số quốc gia.

2.2. Mục tiêu cụ thể (Program Objective – POs)

Mục tiêu cụ thể của chương trình đào tạo cử nhân ngành Marketing chuyên sâu về marketing số của Học viện Công nghệ Bru chính Viễn thông nhằm đào tạo cử nhân marketing có:

2.2.1. 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 để có thể vận dụng vào hiểu các hoạt động kinh tế của các tổ chức, doanh nghiệp.

PO3. Kiến thức cơ bản về các nguyên lý và thực tiễn về lĩnh vực quản trị kinh doanh để có thể vận dụng vào thực tế hoạt động quản trị kinh doanh của các tổ chức và doanh nghiệp.

PO4. 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.

Chuyên ngành Internet Marketing

PO5. 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.

Chuyên ngành Phân tích Dữ liệu Marketing số

PO6. 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.

Chuyên ngành Truyền thông Marketing

PO7. 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.

2.2.2. Kỹ năng

PO8. 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.

PO9. Các kỹ năng hỗ trợ và kỹ năng mềm để có thể làm việc hiệu quả trong môi trường năng động và chuyên nghiệp.

2.2.3. Thái độ

PO10. 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.

2.2.4 Trình độ ngoại ngữ và tin học

PO11. Khả năng sử dụng tiếng Anh trong các hoạt động liên quan đến nghề nghiệp được đào tạo.

PO12. 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.

3. CHUẨN ĐẦU RA (Learning Outcomes – LOs)

3.1. Chuẩn về kiến thức

Sinh viên tốt nghiệp chương trình đào tạo cử nhân ngành marketing của Học viện Công nghệ Bưu 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 tế và kinh doanh của các tổ chức doanh nghiệp như về toán kinh tế, xác suất thống kê, kinh tế lượng, quản trị học, kế toán, 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, chiến lược 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.

Chuyên ngành Internet Marketing

LO9. Hiểu và vận dụng 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 vào thực tiễn lập kế hoạch, triển khai và kiểm tra, đánh giá hoạt động và chiến dịch marketing trong môi trường số.

Chuyên ngành Phân tích Dữ liệu Marketing số

LO10. Hiểu và vận dụng 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.

Chuyên ngành Truyền thông Marketing

LO11. Hiểu và vận dụng được các kiến thức chuyên sâu về chiến lược phương tiện truyền thông và các hình thức/công cụ truyền thông marketing cơ bản (bao gồm: quan

hệ công chúng, marketing trực tiếp và quảng cáo) vào thực tiễn lập kế hoạch, triển khai, đánh giá các hoạt động/chiến dịch truyền thông marketing của các tổ chức, doanh nghiệp.

3.2. Kỹ năng

3.2.1. Kỹ năng chuyên môn

Sinh viên tốt nghiệp chương trình đào tạo 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 marketing vào thực tiễn. Cụ thể là:

LO12. Có khả năng sử dụng các kỹ năng cơ bản về phân tích môi trường marketing và phân tích thị trường, khách hàng

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

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.

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.

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.

3.2.2. Kỹ năng bổ trợ và kỹ năng mềm

Sinh viên tốt nghiệp chương trình đào tạo cử nhân ngành Marketing của Học viện sẽ đạt các chuẩn đầu ra về kỹ năng bổ 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...) để phân tích dữ liệu kinh doanh và marketing cơ bản, phục vụ cho việc đưa ra quyết định marketing của các doanh nghiệp, tổ chức.

3.3. Ngoại ngữ

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

LO21. Đạt năng lực tiếng Anh 450 điểm TOEIC quốc tế trở lên (tương đương 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.

3.4. Năng lực tự chủ và trách nhiệm

Sinh viên tốt nghiệp chương trình đào tạo 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.

4. CÁC CHÍNH SÁCH, HOẠT ĐỘNG HỖ TRỢ HỌC TẬP, SINH HOẠT CHO NGƯỜI HỌC

- Người học được cấp email riêng, cấp tài khoản để sử dụng phần mềm quản lý đào tạo trực tuyến để quản lý và theo dõi quá trình học tập của mình, tự tra cứu tiến độ kế hoạch học tập, kinh phí, học phí, kết quả học tập của cá nhân.

- Bên cạnh các hoạt động nằm trong chương trình đào tạo, sinh viên còn được đào tạo các kỹ năng mềm như kỹ năng thuyết trình, kỹ năng làm việc nhóm, kỹ năng tạo lập văn bản tiếng Việt. Đặc biệt, sinh viên còn được tham gia các hoạt động nghiên cứu khoa học, các câu lạc bộ do Học viện tổ chức.

- Chế độ, chính sách đối với sinh viên được thực hiện trên tinh thần công khai, công bằng và đúng quy định. Tổ chức xét khen thưởng, kỷ luật được tiến hành thường xuyên và đúng quy chế.

5. CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO

KHỐI LƯỢNG KIẾN THỨC TOÀN KHÓA: 128 tín chỉ (không bao gồm Giáo dục thể chất, Giáo dục quốc phòng và các môn kỹ năng)

NỘI DUNG CHƯƠNG TRÌNH

5.1 Cấu trúc chương trình:

STT	Khối kiến thức	Số tín chỉ
1.	Kiến thức giáo dục đại cương	47
1.1	Khối kiến thức chung	29
1.1.1	Lý luận chính trị	11
1.1.2	Tiếng Anh	14
1.1.3	Tin học	4
1.2	Khối kiến thức khoa học cơ bản/khoa học xã hội	18
2.	Kiến thức giáo dục chuyên nghiệp	81
2.1	Khối kiến thức cơ sở (nhóm ngành và ngành)	57
2.2	Khối kiến thức chuyên chuyên ngành	14
2.3	Thực tập và Tốt nghiệp	10
Tổng cộng		128

5.2 Nội dung chương trình

5.2.1 Khối kiến thức chung

TT	Tên môn học	Mã số học phần	Số tín chỉ	Lên lớp (tiết)		Thí nghiệm /Thực hành (tiết)	Tự học (tiết)	Mã số môn học tiên quyết
				Lý thuyết	Chữa bài tập /Thảo luận			
1	Triết học Mác-Lênin	BAS1150	3	34	10		1	
2	Kinh tế chính trị Mác- Lênin	BAS1151	2	24	6			
3	Chủ nghĩa xã hội khoa học	BAS1152	2	24	6			
4	Lịch sử Đảng cộng sản Việt Nam	BAS1153	2	24	6			
5	Tư tưởng Hồ chí Minh	BAS1122	2	24	6			
6	Tiếng Anh Course 1 (*)	BAS1157	4					
7	Tiếng Anh Course 2	BAS1158	4					
8	Tiếng Anh Course 3	BAS1159	4					
9	Tiếng Anh Course 3 Plus	BAS1160	2					
10	Tin học cơ sở 1	INT1154	2	20	4	4	2	
11	Tin học cơ sở 3	INT1156	2	20	4	4	2	
	Tổng:		29					
Giáo dục thể chất và Giáo dục quốc phòng								
1	Giáo dục thể chất 1	BAS1106	2	2		26	2	
2	Giáo dục thể chất 2	BAS1107	2	2		26	2	
3	Giáo dục Quốc phòng	BAS1105	7,5					

TT	Tên môn học	Mã số học phần	Số tín chỉ	Lên lớp (tiết)		Thí nghiệm /Thực hành (tiết)	Tự học (tiết)	Mã số môn học tiên quyết
				Lý thuyết	Chữa bài tập /Thảo luận			
Giáo dục thể chất và Giáo dục quốc phòng								
1	Kỹ năng thuyết trình	SKD1101	1	6	8		1	
2	Kỹ năng làm việc nhóm	SKD1102	1	6	8		1	
3	Kỹ năng tạo lập Văn bản	SKD1103	1	6	8		1	
4	Kỹ năng lập kế hoạch và tổ chức công việc	SKD1104	1	6	8		1	
5	Kỹ năng giao tiếp	SKD1105	1	6	8		1	
6	Kỹ năng giải quyết vấn đề	SKD1106	1	6	8		1	
7	Kỹ năng tư duy sáng tạo	SKD1107	1	6	8		1	

(*). Điều kiện để đăng ký học phần tiếng Anh Course 1 trong chương trình là sinh viên phải đạt trình độ tiếng Anh từ 225 điểm theo bài thi TOEIC Placement Test trở lên; các sinh viên chưa đạt mức điểm trên sẽ phải hoàn thành học phần tiếng Anh bổ trợ Course 0 (mã BAS1156). Kế hoạch học tập môn học tiếng Anh thực hiện theo chương trình chi tiết riêng.

5.2.2. Kiến thức khoa học cơ bản, khoa học xã hội

TT	Tên môn học	Mã số học phần	Số tín chỉ	Lên lớp (tiết)		Thí nghiệm /Thực hành (tiết)	Tự học (tiết)	Mã số môn học tiên quyết
				Lý thuyết	Chữa bài tập /Thảo luận			
12	Toán cao cấp 1	BAS1219	2	24	6			
13	Lý thuyết xác suất và thống kê	BAS1210	3	36	8		1	
14	Toán kinh tế	BSA1241	3	36	8		1	
15	Toán cao cấp 2	BAS1220	2	24	6			
16	Pháp luật đại cương	BSA1221	2	24	6			
17	Tâm lý quản lý	BSA1236	2	24	6			
18	Lịch sử các học thuyết kinh tế	BAS1109	2	24	6			
19	Phương pháp luận nghiên cứu khoa học	SKD1108	2	18	6		6	
Tổng:			18					

5.2.3 Khối kiến thức giáo dục chuyên nghiệp

5.2.3.1. Kiến thức cơ sở nhóm ngành và ngành

TT	Tên môn học	Mã số học phần	Số tín chỉ	Lên lớp (tiết)		Thí nghiệm /Thực hành (tiết)	Tự học (tiết)	Mã số môn học tiên quyết
				Lý thuyết	Chữa bài tập /Thảo luận			
20	Kinh tế vi mô 1	BSA1310	3	36	8		1	
21	Kinh tế vĩ mô 1	BSA1311	3	36	8		1	
22	Marketing căn bản	MAR1322	3	36	8		1	
23	Nguyên lý kế toán	FIA1321	3	36	8		1	
24	Kinh tế lượng	BSA1309	3	36	8		1	
25	Quản trị học	BSA1328	3	36	8		1	
26	Hành vi khách hàng	MAR1304	2	24	6			MAR1322
27	Các hệ thống thông tin trong doanh nghiệp	MAR1315	3	36	8		1	
28	Internet và ứng dụng trong kinh doanh	MAR1333	3	36	8		1	
29	Phát triển và ứng dụng web trong marketing	MAR1334	3	36	8		1	
30	Quản trị cơ sở dữ liệu kinh doanh	MAR1312	2	24	6			
31	Ứng dụng đa phương tiện trong kinh doanh	MAR1318	2	24	6			
32	Quản lý dự án	BSA1350	2	24	6			
33	Thương mại điện tử	MAR1323	2	24	6			
34	Quản trị marketing	MAR1424	2	24	6			MAR1322
35	Phương pháp nghiên cứu marketing	MAR1309	3	36	8		1	
36	Truyền thông marketing tích hợp	MAR1314	3	36	8		1	MAR1322
37	Marketing dịch vụ	MAR1425	2	24	6			MAR1322
38	Marketing công nghiệp	MAR1426	2	24	6			MAR1322
39	E- Marketing	MAR1427	2	24	6			MAR1322
Các môn học tự chọn (3/5, tổng số TC:6)								
40	Kế toán quản trị	FIA1334	2	24	6			
41	Quản trị thương hiệu	MAR1328	2	24	6			
42	Quản trị bán hàng	MAR1329	2	24	6			
43	Phân tích hoạt động kinh doanh	BSA1320	2	24	6			
44	Luật kinh doanh	BSA1314	2	24	6			
	Tổng :		57					

5.2.3.2. Kiến thức chuyên ngành

Chuyên ngành Internet Marketing

TT	Tên môn học	Mã số học phần	Số tín chỉ	Lên lớp (tiết)		Thí nghiệm /Thực hành (tiết)	Tự học (tiết)	Mã số môn học tiên quyết
				Lý thuyết	Chữa bài tập /Thảo luận			
45	Phân tích web	MAR1408	3	36	8		1	BAS1210
46	Marketing qua phương tiện truyền thông xã hội	MAR1406	3	36	8		1	MAR1322
47	Tổng quan về biên tập web	MAR1413	3	36	8		1	
48	Marketing bằng công cụ tìm kiếm	MAR1405	3	36	8		1	MAR1322
49	Đề án: Kế hoạch Internet marketing	MAR1402	2	6	24			MAR1304, MAR1424, MAR1323, MAR1427
Tổng:			14					

Chuyên ngành Phân tích dữ liệu marketing số

TT	Tên môn học	Mã số học phần	Số tín chỉ	Lên lớp (tiết)		Thí nghiệm /Thực hành (tiết)	Tự học (tiết)	Mã số môn học tiên quyết
				Lý thuyết	Chữa bài tập /Thảo luận			
45	Phân tích Marketing	MAR1437	3	36	8		1	MAR1304, MAR1309
46	Khai phá dữ liệu trong Marketing	MAR1438	3	36	8		1	MAR1309
47	Phân tích web	MAR1408	3	36	8		1	BAS1210
48	Marketing qua phương tiện truyền thông xã hội	MAR1406	3	36	8		1	MAR1322
49	Trí tuệ Marketing	MAR1439	2	6	24			MAR1312, MAR1309
Tổng:			14					

Chuyên ngành Truyền thông Marketing

TT	Tên môn học	Mã số học phần	Số tín chỉ	Lên lớp (tiết)		Thí nghiệm /Thực hành (tiết)	Tự học (tiết)	Mã số môn học tiên quyết
				Lý thuyết	Chữa bài tập /Thảo luận			
45	Chiến lược phương tiện truyền thông	MAR1401	3	36	8		1	MAR1322
46	Quan hệ công chúng	MAR1411	3	36	8		1	MAR1322
47	Marketing trực tiếp	MAR1407	3	36	8		1	MAR1322

TT	Tên môn học	Mã số học phần	Số tín chỉ	Lên lớp (tiết)		Thí nghiệm /Thực hành (tiết)	Tự học (tiết)	Mã số môn học tiên quyết
				Lý thuyết	Chữa bài tập /Thảo luận			
48	Quản trị quảng cáo	MAR1410	3	36	8		1	MAR1322
49	Đề án: Kế hoạch Truyền thông marketing	MAR1403	2	6	24			MAR1322
Tổng:			14					

5.2.3.3. Thực tập và tốt nghiệp:

Thực tập tốt nghiệp – mã MAR1445 (4TC) và Luận văn tốt nghiệp – mã MAR1446 (6TC) hoặc học phần thay thế tốt nghiệp (chọn 02 trong 03 môn dưới đây).

TT	Tên môn học	Mã số học phần	Số tín chỉ	Lên lớp (tiết)		Thí nghiệm /Thực hành (tiết)	Tự học (tiết)	Mã số môn học tiên quyết
				Lý thuyết	Chữa bài tập /Thảo luận			
1.	Truyền thông nội bộ trong tổ chức	MAR1419	3	36	8		1	
2.	Marketing dựa trên giá trị	MAR1421	3	36	8		1	
3	Quản trị quan hệ khách hàng	MAR1440	3	36	8		1	

5. KHẢ NĂNG HỌC TẬP, NÂNG CAO TRÌNH ĐỘ SAU KHI RA TRƯỜNG

Có thể tiếp tục học cao hơn ở trình độ Cao học (quản trị kinh doanh, marketing) ở trong và ngoài nước.

6. VỊ TRÍ LÀM VIỆC SAU KHI TỐT NGHIỆP

Với những kiến thức nền tảng toàn diện, hiện đại và thực tiễn liên quan đến Marketing và marketing số từ chương trình đào tạo 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....