



CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO

(Ban hành theo Quyết định số: 1177/QĐ-ĐHNT, ngày 30 tháng 12 năm 2016
của Hiệu trưởng Trường Đại học Nha Trang)

I. THÔNG TIN CHUNG

I.1. Tên chương trình đào tạo

Tiếng Việt: **Marketing**

Tiếng Anh: **Marketing**

I.2. Tên ngành: Marketing

Mã số: 52 34 01 15

I.3. Trình độ đào tạo: Đại học

I.4. Hình thức đào tạo: Chính quy.

I.5. Định hướng đào tạo: Ứng dụng.

I.6. Thời gian đào tạo: 4 năm

I.7. Khối lượng kiến thức toàn khóa: 141 tín chỉ (bao gồm cả kiến thức giáo dục thể chất và quốc phòng)

I.8. Khoa/viện quản lý: Khoa Kinh tế

I.9. Giới thiệu về chương trình:

Mục tiêu chung của chương trình Cử nhân Marketing nhằm đào tạo nhân lực có trình độ, kiến thức chuyên sâu và hiện đại về marketing và các lĩnh vực kinh doanh liên quan. Sau khi hoàn thành chương trình đào tạo, sinh viên có khả năng: nghiên cứu và phân tích thị trường; nghiên cứu lựa chọn thị trường mục tiêu; nghiên cứu hành vi của người tiêu dùng; xây dựng và phát triển thương hiệu sản phẩm/dịch vụ; hoạch định và phát triển sản phẩm/dịch vụ mới; thiết kế và điều chỉnh chiến lược giá; thiết kế và quản trị hệ thống kênh phân phối; xây dựng và triển khai các chương trình marketing; nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng sự hài lòng và trung thành của khách hàng; kiểm tra và đánh giá các hoạt động marketing của doanh nghiệp.

Sau khi tốt nghiệp, sinh viên ngành Marketing có thể làm việc tại: phòng kinh doanh, phòng marketing, bộ phận nghiên cứu thị trường, bộ phận quản lý bán hàng các công ty; trung tâm xúc tiến thương mại; hội chợ thương mại; bộ phận quan hệ khách hàng; cơ quan quản lý nhà nước trong lĩnh vực thương mại; viện nghiên cứu, giảng dạy ở các trường đại học, cao đẳng và trung học chuyên nghiệp ngành Marketing.

Đối tượng của chương trình:

Chương trình sẽ tập trung nghiên cứu các vấn đề chuyên sâu về marketing cho các doanh nghiệp và làm thế nào để ứng dụng marketing thành công nhằm đem lại sự thịnh vượng cho doanh nghiệp. Với những vấn đề như vậy, chương trình Cử nhân Marketing thích hợp cho các ứng viên sau:

- (1) Những người dự định sẽ làm việc tại các Doanh nghiệp trong và ngoài nước.



(2) Những người yêu thích sự sáng tạo và đam mê trong lĩnh vực Marketing và kinh doanh.

(3) Những ai muốn trở thành các nhà tư vấn độc lập, hoặc làm việc cho các tổ chức tư vấn trong các lĩnh vực liên quan trực tiếp hoặc gián tiếp đến các lĩnh vực quảng cáo, tổ chức sự kiện, truyền thông, quản trị khủng hoảng,...

(4) Những ai muốn trở thành các nghiên cứu viên, giảng viên trong các viện nghiên cứu, cơ sở giáo dục và đào tạo.

II. MỤC TIÊU ĐÀO TẠO

II.1. Mục tiêu chung:

Mục tiêu tổng quát của chương trình Marketing nhằm đào tạo ra nguồn nhân lực có phẩm chất chính trị, đạo đức tốt, có ý thức và khát vọng làm giàu cho bản thân và xã hội; có kiến thức cơ bản và chuyên sâu về marketing, có kỹ năng nghề nghiệp tương xứng với trình độ đào tạo; có sức khỏe đáp ứng yêu cầu xây dựng và bảo vệ Tổ quốc.

II.2. Mục tiêu cụ thể:

Trên cơ sở đó, chương trình đào tạo marketing cần đạt được các mục tiêu cụ thể sau:

(1) Người học có thể vận dụng những kiến thức và kỹ năng cơ bản và chuyên sâu của marketing hiện đại vào trong thực tiễn quản trị marketing của một doanh nghiệp.

(2) Người học nắm vững những kiến thức nền tảng và hỗ trợ cho các hoạt động marketing trong doanh nghiệp, đồng thời phải có khả năng học hỏi và tiếp cận với những tri thức marketing hiện đại sau khi ra trường để áp dụng trong công việc với môi trường kinh doanh biến động không ngừng.

(3) Người học có được tinh thần và khát vọng khởi nghiệp, có khả năng làm việc độc lập, làm việc nhóm trong công việc liên quan.

(4) Người học có khả năng sử dụng thành thạo tiếng Anh và tin học trong công việc, học tập và nghiên cứu.

III. CHUẨN ĐẦU RA

III.1. Nội dung chuẩn đầu ra

A. Phẩm chất đạo đức, nhân văn và sức khỏe

1. Chấp hành nghiêm túc pháp luật của Nhà nước và các quy định của cơ quan.
2. Yêu nghề, có đạo đức cá nhân và đạo đức nghề nghiệp, có trách nhiệm với công việc, có tinh thần kỷ luật cao, có tinh thần cải tiến, sáng kiến, chuyên nghiệp trong công việc, tôn trọng luật bản quyền.
3. Năng động, bản lĩnh, cầu tiến, tự tin khẳng định bản thân và có tinh thần phục vụ cộng đồng.
4. Hợp tác, thân thiện với đồng nghiệp và các cá nhân bên ngoài tổ chức.
5. Sẵn sàng thực hiện các nghiệp vụ liên quan đến marketing tại doanh nghiệp, tổ chức nơi làm việc.

B. Kiến thức

1. Nắm vững về các nguyên lý cơ bản của chủ nghĩa Mác - Lênin; Đường lối cách mạng của Đảng Cộng sản Việt Nam; Tư tưởng Hồ Chí Minh.
2. Nắm vững kiến thức về khoa học xã hội và nhân văn, khoa học tự nhiên phù hợp với

chuyên ngành đào tạo.

3. Có kiến thức chuyên sâu về Marketing như: nghiên cứu và phân tích thị trường; nghiên cứu lựa chọn thị trường mục tiêu; nghiên cứu hành vi của người tiêu dùng; xây dựng và phát triển thương hiệu sản phẩm/dịch vụ; hoạch định và phát triển sản phẩm/dịch vụ mới; thiết kế và điều chỉnh chiến lược giá; thiết kế và quản trị hệ thống kênh phân phối; xây dựng và triển khai các chương trình marketing; nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng sự hài lòng và trung thành của khách hàng; kiểm tra và đánh giá các hoạt động marketing của doanh nghiệp.

4. Có đủ kiến thức để tiếp tục được đào tạo chuyên sâu hay lên trình độ cao.

C. Kỹ năng

1. Có kỹ năng làm việc độc lập, tự học, học suốt đời và làm việc nhóm nhằm giải quyết các vấn đề nảy sinh trong lĩnh vực marketing nói riêng và trong kinh doanh nói chung.

2. Có kỹ năng cơ bản về công nghệ thông tin (theo chuẩn do Bộ Thông tin và Truyền thông ban hành) và ngoại ngữ (bậc 2 theo Khung năng lực ngoại ngữ 6 bậc của Việt Nam) trong giao tiếp và tiếp cận giải quyết công việc chuyên môn

3. Có kỹ năng giao dịch, đàm phán và tổ chức thực hiện hoạt động marketing trong doanh nghiệp phù hợp với bối cảnh kinh doanh cụ thể. Có khả năng thích ứng với môi trường kinh doanh trong bối cảnh hội nhập quốc tế sâu rộng.

III.2. Định hướng nghề nghiệp sau khi tốt nghiệp

Sau khi tốt nghiệp, sinh viên ngành Marketing có thể làm việc tại: phòng kinh doanh, phòng marketing, bộ phận nghiên cứu thị trường, bộ phận quản lý bán hàng các công ty; trung tâm xúc tiến thương mại; hội chợ thương mại; bộ phận quan hệ khách hàng; cơ quan quản lý nhà nước trong lĩnh vực thương mại; viện nghiên cứu, giảng dạy ở các trường đại học, cao đẳng và trung học chuyên nghiệp ngành Marketing.

IV. NỘI DUNG CHƯƠNG TRÌNH

IV.1. Cấu trúc chương trình đào tạo

KHỐI KIẾN THỨC	Tổng		Kiến thức bắt buộc		Kiến thức tự chọn	
	Tín chỉ	Tỷ lệ %	Tín chỉ	Tỷ lệ %	Tín chỉ	Tỷ lệ %
I. Kiến thức giáo dục đại cương	54	38	42	30	12	9
1. Khoa học xã hội và nhân văn	22	16	14	10	8	6
2. Toán, khoa học tự nhiên và môi trường	13	9	11	8	2	1
3. Ngoại ngữ	8	6	8	6	-	-
4. Giáo dục thể chất và QP-AN	11	8	9	6	2	1
II. Kiến thức giáo dục chuyên nghiệp	87	62	67	48	20	14
1. Kiến thức cơ sở ngành	36	26	28	20	8	6
2. Kiến thức ngành	41	29	29	21	12	9
3. Tốt nghiệp	10	7	10	7	-	-
Tổng cộng	141	100	109	77	32	23



IV.2. Đối tượng tuyển sinh

Theo Quy chế tuyển sinh của Bộ Giáo dục và Đào tạo hiện hành và các quy định khác trong đề án tuyển sinh của Trường.

IV.3. Quy trình đào tạo, điều kiện tốt nghiệp

Theo quy định đào tạo trình độ đại học, cao đẳng hệ chính quy theo hệ thống tín chỉ của Trường Đại học Nha Trang.

IV.2. Nội dung chương trình đào tạo

TT	Tên học phần	Số tín chỉ	Phân bổ theo giờ tín chỉ		Mã số/ Học phần tiên quyết	Phục vụ chuẩn đầu ra
			Lý thuyết	Thực hành		
A. KIẾN THỨC GIÁO DỤC ĐẠI CƯƠNG		54				
I	Khoa học Xã hội & Nhân văn	22				
<i>I.1</i>	<i>Các học phần bắt buộc</i>	<i>14</i>				
1	Những NL cơ bản của CN Mác – Lênin (1)	2			Không	B.1
2	Những NL cơ bản của CN Mác – Lênin (2)	3			1	B.1
3	Tư tưởng Hồ Chí Minh	2			1, 2	B.1
4	Đường lối cách mạng của ĐCS Việt Nam	3			1, 2, 3	A.1, B.1
5	Pháp luật đại cương	2			Không	A.1, A.2, B.2
6	Kỹ năng giao tiếp và làm việc nhóm	2			Không	A.4, C.1
<i>I.2</i>	<i>Các học phần tự chọn</i>	<i>8</i>				
7	Cơ sở văn hóa Việt Nam	2			Không	A.4
8	Tâm lý học đại cương	2			Không	A.3, C.3
9	Kỹ năng giải quyết vấn đề và ra quyết định	2			Không	A.3, C.1, C.3
10	Lịch sử văn minh thế giới	2			Không	A.2, A.3
11	Kỹ năng soạn thảo văn bản	2			Không	B.2, C.2
12	Nhập môn hành chính nhà nước	2			5	A.1, C.3
13	Logic học đại cương	2			Không	A.3
II	Toán, Khoa học tự nhiên, Công nghệ và môi trường	13				
<i>II.1</i>	<i>Học phần bắt buộc</i>	<i>11</i>				
14	Đại số tuyến tính	2			Không	B.2
15	Giải tích	3			Không	B.2, B.4
16	Lý thuyết xác suất và thống kê toán	3			14, 15	B.2, B.4

TT	Tên học phần	Số tín chỉ	Phân bổ theo giờ tín chỉ		Mã số/ Học phần tiên quyết	Phục vụ chuẩn đầu ra
			Lý thuyết	Thực hành		
17	Tin học cơ sở	2			Không	C.2
18	Thực hành Tin học cơ sở	1			17	C.2
II.2	Học phần tự chọn	2				
19	Con người và môi trường	2			Không	B.2
20	Biến đổi khí hậu	2			19	B.2
III	Ngoại ngữ	8				
21	Ngoại ngữ 1	4			Không	B.2, C.2
22	Ngoại ngữ 2	4			21	B.2, C.2
IV	Giáo dục thể chất và Quốc phòng an ninh	11				
IV.1	Các học phần bắt buộc	9				
23	Điền kinh	1			Không	A.4
24	Đường lối quân sự của Đảng CSVN	3			Không	A.1
25	Công tác quốc phòng - an ninh	2			Không	A.1
26	Quân sự chung và chiến thuật, kỹ thuật bắn súng tiểu liên AK và CKC	3			Không	A.1
IV.2	Các học phần tự chọn	2				
27	Bóng đá	1			Không	A.3
28	Bóng chuyền	1			Không	A.3
29	Cầu lông	1			Không	A.3
30	Võ thuật	1			Không	A.3
31	Bơi lội	1			Không	A.3
B. KIẾN THỨC GIÁO DỤC CHUYÊN NGHIỆP		87				
I	Kiến thức cơ sở	36				
I.1	Các học phần bắt buộc	26				
32	Kinh tế vi mô	3			2	B.3, B.4
33	Kinh tế vĩ mô	3			32	B.3, B.4
34	Nguyên lý thống kê kinh tế	3			16, 32	B.3, B.4
35	Kinh tế lượng	3			14, 15, 16, 17, 32, 33, 34	A.5, B.3, B.4
36	Luật kinh doanh	3			5	A.1, B.3, C.3



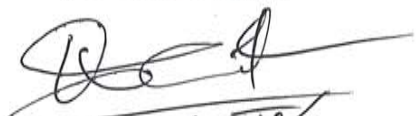
	Tên học phần	Số tín chỉ	Phân bổ theo giờ tín chỉ		Mã số/ Học phần tiên quyết	Phục vụ chuẩn đầu ra
			Lý thuyết	Thực hành		
37	Dự báo kinh tế và kinh doanh	3			35	A.5, B.3, B.4
38	Quản trị học	3			Không	A.5, B.3, B.4
39	Nguyên lý kế toán	2			32, 33	B.3
40	Chiến lược kinh doanh	3			32, 33, 36, 38	A.5, B.3, B.4
II.2	Học phần tự chọn	10				
41	Khởi sự kinh doanh	2			32, 33, 36, 38, 40	A.5, B.3, B.4, C.3
42	Giao tiếp trong kinh doanh	2			32, 33, 36, 38, 40, 41	A.5, B.3, B.4, C.3
43	Lập và thẩm định dự án đầu tư	2			39, 47	A.5, B.3, B.4, C.3
44	Kinh doanh xuất – nhập khẩu	2			38, 42	A.5, B.3, B.4, C.3
45	Phân tích hoạt động kinh doanh	2			34, 39	A.5, B.3, B.4, C.3
46	Quản trị nguồn nhân lực	2			38	A.5, B.3, B.4, C.3
47	Quản trị chuỗi cung ứng	2			32, 33, 38	A.5, B.3, B.4, C.3
48	Quản trị chất lượng	2			34, 38	A.5, B.3, B.4, C.3
49	Đạo đức và văn hóa kinh doanh	2			32, 33	A.5, B.3, B.4, C.3
II	Kiến thức ngành	41				
II.1	Các học phần bắt buộc	29				
50	Marketing căn bản	3			32, 33, 38	A.5, B.3, B.4, C.3
51	Nghiên cứu marketing	3			34, 35, 50	A.5, B.3, B.4, C.3
52	Hành vi khách hàng	3			32, 33, 50	A.5, B.3, B.4, C.3
53	Marketing quốc tế	2			32, 33, 50	A.5, B.3, B.4, C.3
54	Quản trị chiến lược sản phẩm	2			50	A.5, B.3,



TT	Tên học phần	Số tín chỉ	Phân bổ theo giờ tín chỉ		Mã số/ Học phần tiên quyết	Phục vụ chuẩn đầu ra
			Lý thuyết	Thực hành		
						B.4, C.3
55	Quản trị chiến lược định giá	2			50	A.5, B.3, B.4, C.3
56	Quản trị chiến lược phân phối	2			50	A.5, B.3, B.4, C.3
57	Quản trị chiến lược xúc tiến	2			50	A.5, B.3, B.4, C.3
58	Tổ chức sự kiện	2			50, 52	A.5, B.3, B.4, C.3
59	Quản trị thương hiệu	2			38, 50, 51	A.5, B.3, B.4, C.3
60	Quan hệ công chúng và quản trị khủng hoảng	2			50, 52, 57	A.5, B.3, B.4, C.3
61	Thực tập nghề nghiệp	4				
II.2	Các học phần tự chọn	12				
62	Marketing du lịch	2			50	A.5, B.3, B.4, C.3
63	Marketing thủy sản	2			50	A.5, B.3, B.4, C.3
64	Marketing B2B (Marketing công nghiệp)	2			32, 33, 50	A.5, B.3, B.4, C.3
65	Marketing nông nghiệp	2			32, 33, 50	A.5, B.3, B.4, C.3
66	Marketing dịch vụ	2			50	A.5, B.3, B.4, C.3
67	Marketing địa phương	2			50	A.5, B.3, B.4, C.3
68	E-Marketing	2			50	A.5, B.3, B.4, C.3
69	Hệ thống thông tin marketing	2			17, 32, 33, 50	A.5, B.3, B.4, C.3
70	Quản trị bán hàng	2			38, 50, 52, 55, 67	A.5, B.3, B.4, C.3
71	Marketing trực tiếp	2			50, 56, 57	A.5, B.3, B.4, C.3
III	Tốt nghiệp	10				
72	Đề án nghiên cứu marketing	5			Tất cả	A.5, B.3, B.4, C.3
73	Đề án lập kế hoạch marketing	5			Tất cả	A.5, B.3, B.4, C.3

TT	Tên học phần	Số tín chỉ	Phân bổ theo giờ tín chỉ		Mã số/ Học phần tiên quyết	Phục vụ chuẩn đầu ra
			Lý thuyết	Thực hành		
Số tín chỉ bắt buộc (i)		109				
Số tín chỉ tự chọn (ii)		32				
Tổng số tín chỉ (i+ii)		141				

TỔ CẬP NHẬP


Nguyễn Thị Hoài

TRƯỜNG KHOA/VIỆN


Hà Mạnh Phúc

PHÒNG ĐÀO TẠO


Trần Doãn Hùng



HIỆU TRƯỞNG


Trương Sĩ Trung