

## 7.2. Nội dung và kế hoạch giảng dạy (dự kiến)

TT	CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO (NGÀNH MARKETING)		MÃ HP/BM	SỐ TC	PHÂN BỐ CÁC HỌC KỲ							
					1	2	3	4	5	6	7	8
<b>Tổng số tín chỉ</b>				<b>128</b>	<b>17</b>	<b>18</b>	<b>17</b>	<b>18</b>	<b>18</b>	<b>18</b>	<b>12</b>	<b>10</b>
<b>1. KIẾN THỨC GIÁO DỤC ĐẠI CƯƠNG</b>				<b>43</b>	<b>17</b>	<b>15</b>	<b>11</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<i>1.1. Các học phần chung</i>				<b>19</b>	<b>8</b>	<b>6</b>	<b>5</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>1</b>	1	Những nguyên lý cơ bản của CN Mác-Lênin 1 Principles of Maxism-Leninism 1	LLNL1103	2	2							
<b>2</b>	2	Những nguyên lý cơ bản của CN Mác-Lênin 2 Principles of Maxism-Leninism 2	LLNL1104	3		3						
<b>3</b>	3	Tư tưởng Hồ Chí Minh Ho Chi Minh Ideology	LLTT1101	2			2					
<b>4</b>	4	Đường lối Cách mạng của Đảng Cộng sản Việt Nam Political Revolution Roadmap of the Communist Party of Vietnam	LLDL1101	3	3							
<b>5</b>	5	Ngoại ngữ Foreign Language	NNKC	9	3	3	3					
	5	Giáo dục Thể chất Physical Education	GDTC	4								
	6	Giáo dục Quốc phòng Military Education	GDQP	8								
<i>1.2. Các học phần của Trường</i>				<b>12</b>	<b>9</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>6</b>	1	Kinh tế Vi mô 1 Microeconomics 1	KHMI1101	3	3							
<b>7</b>	2	Kinh tế Vĩ mô 1 Macroeconomics 1	KHMA1101	3		3						
<b>8</b>	3	Pháp luật Đại cương Fundamentals of Laws	LUCS1129	3	3							
<b>9</b>	4	Toán cho các nhà kinh tế Mathematics for Economics	TOCB1110	3	3							
<i>1.3. Các học phần của ngành</i>				<b>12</b>	<b>0</b>	<b>6</b>	<b>6</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>10</b>	1	Marketing Căn bản Principles of Marketing	MKMA1104	3			3					
<b>11</b>	2	Phương pháp Nghiên cứu Kinh tế - Xã hội Research Methods for Socio - Economic	PTCC1128	3			3					
<b>12</b>	3	Quản lý học 1 Essentials of Management 1	QLKT1101	3		3						
<b>13</b>	4	Quản trị Kinh doanh 1 Business Management 1	QTTH1102	3		3						
<b>2. KIẾN THỨC GIÁO DỤC CHUYÊN NGHIỆP</b>				<b>85</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>6</b>	<b>18</b>	<b>18</b>	<b>18</b>	<b>12</b>	<b>10</b>
<i>2.1. Kiến thức cơ sở ngành</i>				<b>15</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>6</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>14</b>	1	Quản trị Marketing Marketing management	MKMA1110	3					3			
<b>15</b>	2	Quản trị Nhân lực Human Resource Management	NLQT1103	3			3					
<b>16</b>	3	Phân tích Kinh doanh Business Analysis	KTQT1107	3			3					

17	4	Hành vi Người tiêu dùng Consumer Behavior	MKMA1101	3				3				
18	5	Tài chính Doanh nghiệp Corporate Finance	NHTC1120	3		3						
<b>2.2. Kiến thức ngành</b>				<b>42</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>12</b>	<b>12</b>	<b>12</b>	<b>6</b>	<b>0</b>
<b>2.2.1 Các học phần bắt buộc</b>				<b>27</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>9</b>	<b>9</b>	<b>6</b>	<b>3</b>	<b>0</b>
19	1	Nghiên cứu Marketing Marketing Research	MKMA1109	3				3				
20	2	Marketing Công nghệ số Digital Marketing	MKBH1116	3				3				
21	3	Quản trị Bán hàng Sales Management	MKBH1105	3					3			
22	4	Quản trị Sản phẩm Product Management	MKMA1164	3						3		
23	5	Quản trị Giá Price Management	MKDG1120	3							3	
24	6	Quản trị Kênh Phân phối Channel Management in Distribution	MKBH1108	3						3		
25	7	Truyền thông Marketing Tích hợp Integrated Marketing Communications	MKTT1102	3				3				
26	8	Quản trị Thương hiệu Brand Management	MKTT1114	3					3			
27	9	Đề án Ngành Marketing Essay on Marketing Major	MKMA1163	3					3			
<b>2.2.2 Các học phần tự chọn (SV tự chọn 05 học phần trong tổ hợp sau)</b>				<b>15</b>				3	3	6	3	
28	1	Marketing Quốc tế International Marketing	MKMA1108	3				3				
	2	Marketing Dịch vụ Services marketing	MKMA1107	3							3	
	3	Marketing Chiến lược Strategic Marketing	MKMA1106	3					3			
	4	Marketing Khách hàng Tổ chức Marketing B2B	MKBH1112	3						3		
	5	Quản trị Quan hệ Khách hàng Customer Relationship Management	MKBH1108	3							3	
	6	Quản trị Bán lẻ Retail Management	MKBH1106	3						3		
	7	Quan hệ Công chúng Public Relations	MKTT1109	3				3				
	8	Quản trị Quảng cáo Advertising Management	MKTT1112	3					3			
	9	Nguyên lý Căn bản về Thẩm định giá Principles of Valuation	MKDG1116	3				3				
	10	Thẩm định giá Thương hiệu và Tài sản Vô hình Trade Mark and Intangible Assets Valuation	MKDG1121	3							3	
<b>2.3. Kiến thức chuyên sâu (SV tự chọn 6 học phần trong tổ hợp sau)</b>				<b>18</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>6</b>	<b>6</b>	<b>0</b>
1	Marketing Xã hội Social Marketing	MKMA1159	3							3		

	2	Marketing Dịch vụ Công Public Service Marketing	MKMA1157	3							3	
33	3	Tiếng Anh ngành Marketing English for Marketing	MKMA1112	3					3			
34	4	Kỹ năng Bán hàng Selling Skills	MKBH1110	3					3			
35	5	Thẩm định giá Sản phẩm Xây dựng và Bất động sản Construction cost & Real Estate Valuation	MKDG1118	3						3		
36	6	Đánh giá Giá trị Doanh nghiệp Corporate Valuation	MKDG1114	3							3	
37	7	Thẩm định giá Máy móc và Thiết bị Machinery and Equipment Valuation	MKDG1117	3					3			
38	8	Phương tiện và Thông điệp Truyền thông Media and Message	MKTT1153	3						3		
	9	Quản trị Doanh nghiệp Truyền thông Communication Enterprise Management	MKTT1110	3					3			
	10	Xúc tiến và Tổ chức Sự kiện Promotion and Event	MKTT1156	3							3	
39	<b>2.4. Chuyên đề thực tập (Internship Programme)</b>		MKMA1162	<b>10</b>								<b>10</b>
<b>Đạt Chuẩn đầu ra ngoại ngữ, tin học và GDQP &amp; AN, GDTC theo quy định của Trường</b>												
<b>Ghi chú: Sinh viên Ngành Marketing được khuyến khích tham gia các hoạt động ngoại khóa, tích lũy điểm rèn luyện về năng khiếu và sở thích; ví dụ: khiêu vũ, ca nhạc, thể thao năng khiếu, chụp ảnh, quay phim, dựng clip quảng cáo v.v..</b>												

### 8. Hướng dẫn thực hiện

- CTĐT được thực hiện trong 04 năm, mỗi năm có 02 học kỳ chính và 01 học kỳ phụ (học kỳ hè) theo học chế tín chỉ. Sinh viên nhập học được đăng ký học mặc định trong học kỳ 1, các học kỳ sau sinh viên tự đăng ký học theo kế hoạch giảng dạy của trường. Các học phần được sắp xếp linh hoạt theo từng học kỳ, sinh viên có thể đăng ký học trước hoặc sau các học phần, không bắt buộc theo trình tự của kế hoạch dự kiến nếu đáp ứng các điều kiện của học phần đăng ký. Sinh viên có thể học vượt để tốt nghiệp sớm so với thời gian thiết kế.
- Nội dung cần đạt được của từng học phần, khối lượng kiến thức (Lý thuyết/Thực hành/Tự học) và cách đánh giá học phần được quy định trong Đề cương chi tiết mỗi học phần.
- Điều kiện tốt nghiệp: sinh viên cần tích lũy đủ khối lượng kiến thức của CTĐT, đạt chuẩn đầu ra tin học và ngoại ngữ, có chứng chỉ GDQP và AN và hoàn thành các học phần GDTC và các quy định khác của trường.

**TRƯỞNG KHOA MARKETING**

(đã ký)

**PGS.TS. VŨ HUY THÔNG**

**HIỆU TRƯỞNG**

(đã ký)

**PGS.TS. PHẠM HỒNG CHƯƠNG**