

CHUẨN ĐẦU RA CỦA CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO

(Ban hành theo Quyết định số 142./QĐ-ĐHTM ngày 13/02/2023.....
của Hiệu trưởng Trường Đại học Thương mại)

Chương trình đào tạo:	Marketing số Digital Marketing
Trình độ đào tạo:	Đại học
Ngành đào tạo:	Marketing
Mã ngành:	7340115
Chuyên ngành đào tạo:	Marketing số
Ngôn ngữ đào tạo:	Tiếng Việt

1. Mục tiêu của chương trình đào tạo

- *Mục tiêu chung:* Chương trình Marketing số (Digital Marketing) thuộc ngành Marketing là chương trình đào tạo (CTĐT) định hướng ứng dụng, có mục tiêu là đào tạo người học có phẩm chất chính trị, đạo đức, có thái độ đúng đắn, có năng lực tự chủ và trách nhiệm, có năng lực tự học và học tập suốt đời, có sức khỏe tốt nắm vững nguyên lý, quy luật tự nhiên - xã hội, nguyên lý và qui luật trong kinh tế và kinh doanh, hiểu biết rộng và bao quát những kiến thức cơ bản, cơ sở và bổ trợ về kinh tế - quản lý - kinh doanh, có kiến thức toàn diện về ngành Marketing, nắm vững các kiến thức chuyên sâu về Marketing số; có được các kiến thức lý luận, thực tiễn cốt lõi của ngành Marketing và Marketing số cần thiết đối với nhà làm marketing và nhà quản trị Marketing số, thành thạo các kỹ năng nghề nghiệp của ngành đào tạo marketing và Marketing số; đạt chuẩn chất lượng đầu ra và có năng lực cơ bản nhận dạng và giải quyết các vấn đề liên quan đến quản trị, điều hành các quá trình marketing và Marketing số chủ yếu của doanh nghiệp, đáp ứng nhu cầu xã hội về nguồn nhân lực có trình độ đại học thuộc các lĩnh vực thương mại hiện đại trong môi trường kinh doanh luôn biến động và sự phát triển mạnh mẽ của môi trường kinh doanh số và tri thức.

- *Mục tiêu cụ thể:*

Chương trình đào tạo Marketing số thuộc ngành Marketing có mục tiêu cụ thể là đào tạo người học vận dụng được kiến thức, đại cương, kiến thức kinh tế, quản lý, kinh doanh và thương mại.

Người học tốt nghiệp vận dụng tốt kiến thức lý thuyết và thực tiễn, các kỹ năng của ngành Marketing, vận dụng và thực hành được các kiến thức và các kỹ năng căn bản, cập nhật và phát triển của ngành marketing và các kiến thức và các kỹ năng chuyên sâu của Marketing số.

Họ vận dụng tốt các kiến thức và kỹ năng về lập kế hoạch, tổ chức, đánh giá và giám sát các quá trình Marketing số để bán và quảng bá sản phẩm/ dịch vụ của đơn vị/ tổ chức kinh doanh trong môi trường số hóa, kỹ năng vận dụng các công cụ marketing số nhằm hỗ trợ chiến lược marketing số và marketing chung của đơn vị/ tổ chức, kỹ năng phân tích để theo dõi và đo lường các hoạt động marketing số.

Người học tốt nghiệp sẽ có lộ trình phát triển nghề nghiệp từ chuyên viên marketing số đến nhà quản trị marketing cấp thấp, cấp trung và cấp cao marketing số ở các đơn vị kinh doanh hoặc đơn vị cung ứng dịch vụ và tư vấn về marketing, truyền thông, và nghiên cứu marketing và marketing số, hoặc các đơn vị nhà nước hoặc phi chính phủ.

Các vị trí việc làm: chuyên viên marketing số, SEO, phương tiện số, bán hàng, truyền thông marketing, quảng cáo, nghiên cứu thị trường và nghiên cứu khách hàng, phân tích marketing, sáng tạo và thiết kế nội dung cho marketing và marketing số, quản trị bán hàng trong marketing và marketing số.

Người học tốt nghiệp có thể học ở các bậc học cao hơn về marketing số, marketing và kinh doanh và thương mại trong và ngoài nước.

2. Yêu cầu về kiến thức

Sinh viên tốt nghiệp vận dụng các kiến thức sau

(PLO1). Vận dụng sáng tạo các kiến thức nguyên lý, quy luật, lý luận và thực tiễn của tự nhiên, xã hội, kinh tế, chính trị Việt Nam và thế giới vào hoạt động kinh doanh và marketing số của đơn vị/ doanh nghiệp

4. Yêu cầu về kỹ năng

Sinh viên tốt nghiệp đạt chuẩn đánh giá kiến thức và biết thực hành các kỹ năng của ngành marketing và chuyên ngành Marketing số gồm:

(PLO2). Quản trị nghiên cứu marketing, phân tích marketing và giải quyết các vấn đề của marketing và quản trị nghiên cứu marketing, phân tích marketing và giải quyết các vấn đề của marketing số

(PLO3). Lập và kiểm soát chiến lược marketing và chiến lược marketing số

(PLO4). Quản trị từng thành tố marketing mix trong hoạt động marketing số của doanh nghiệp với SF/ DV doanh nghiệp, thương hiệu sản phẩm và thương hiệu doanh nghiệp.

(PLO5). Quản trị marketing số của doanh nghiệp, quản trị các hoạt động marketing qua mạng xã hội, marketing nội dung, phân tích marketing số của doanh nghiệp

(PLO6). Kỹ năng giao tiếp và truyền thông tốt, kỹ năng làm việc nhóm tốt

5. Yêu cầu về mức độ tự chủ và trách nhiệm

Sinh viên tốt nghiệp làm chủ được năng lực và hình thành được các thái độ sau:

(PLO9). Có năng lực phân tích, lập kế hoạch, đánh giá và dẫn dắt, điều phối về nghiệp vụ, các hoạt động chuyên môn marketing số của nhóm, của đơn vị/ doanh nghiệp

(PLO10). Có năng lực tự học tập suốt đời, năng lực cập nhật kiến thức và kỹ năng nghề nghiệp, năng lực thích ứng, cải tiến, sáng tạo trong quá trình thực hiện nhiệm vụ được giao

(PLO11). Có ý thức vượt khó, phấn đấu vươn lên trong học tập, trong thực hiện các nhiệm vụ, có tinh thần khởi nghiệp

(PLO12). Có ý thức và thực hiện nghiêm chỉnh chấp hành nội quy, quy chế, và các qui định, Có ý thức tích cực tham gia các hoạt động tập thể, ngoại khóa

6. Yêu cầu về ngoại ngữ và tin học

Sinh viên tốt nghiệp đạt chuẩn biết thực hiện các kỹ năng:

(PLO7). Đạt chuẩn tiếng Anh trình độ bậc 3/6 theo Khung năng lực ngoại ngữ 6 bậc dùng cho Việt Nam theo Quy định chuẩn đầu ra Tiếng Anh đối với sinh viên trình độ đại học của Trường Đại học Thương mại; Có kỹ năng sử dụng tiếng Anh trong giao tiếp.

(PLO8). Đạt chuẩn kỹ năng sử dụng công nghệ thông tin cơ bản theo Quy định về yêu cầu chuẩn kỹ năng sử dụng công nghệ thông tin đối với sinh viên trình độ đại học của Trường Đại học Thương mại; Có kỹ năng sử dụng các phần mềm tin học văn phòng và phần mềm trong marketing số

7. Vị trí làm việc của người học sau khi tốt nghiệp

Sinh viên tốt nghiệp ngành marketing và marketing số có khả năng làm việc tốt ở các vị trí công việc là chuyên viên hay nhà quản trị về marketing và marketing số, cụ thể phát triển từ chuyên viên, đến chuyên gia hoặc nhà quản trị marketing cấp thấp, cấp trung và cấp cao.

Sinh viên sau khi tốt nghiệp có khả năng làm việc ở các đơn vị kinh doanh hoặc đơn vị cung ứng dịch vụ và tư vấn về marketing, truyền thông, và nghiên cứu marketing và marketing số, hoặc các đơn vị nhà nước hoặc phi chính phủ. Cụ thể như:

- Các loại hình doanh nghiệp kinh doanh hàng hoá, dịch vụ, đặc biệt là các doanh nghiệp có kinh doanh thương mại như: ngân hàng và các tổ chức tài chính, bệnh viện và các cơ sở chăm sóc sức khỏe và y tế, các công ty dược, các sở công thương, các đơn vị

xúc tiến thương mại, các đơn vị nghiên cứu thị trường, các trường và các tổ chức đào tạo, các viện nghiên cứu, các đơn vị đầu tư và sở hữu trí tuệ.

- Các loại hình doanh nghiệp sản xuất - kinh doanh ở bộ phận quản trị và thương mại, thị trường, khách hàng, marketing, thương hiệu

- Các đơn vị và doanh nghiệp cung ứng các dịch vụ liên quan đến marketing và marketing số, thương hiệu, nghiên cứu marketing, truyền thông marketing....

- Các tổ chức kinh tế, tổ chức phi lợi nhuận, các viện nghiên cứu, các trường trung học nghề, cao đẳng, đại học, các đơn vị đào tạo ở các bộ phận giảng dạy, nghiên cứu và phát triển, dịch vụ về marketing và marketing số... của các tổ chức và đơn vị này.

- Các tổ chức và đơn vị quản lý thị trường và thương mại ở các cơ quan quản lý nhà nước các cấp

Các vị trí việc làm của sinh viên sau khi tốt nghiệp: gồm chuyên viên, chuyên gia và phát triển thành nhà quản trị marketing số, SEO, phương tiện số, truyền thông marketing, quảng cáo, thương hiệu, sản phẩm nghiên cứu thị trường và khách hàng, phân tích marketing, sáng tạo và thiết kế nội dung cho marketing số, quản trị bán hàng/dịch vụ khách hàng/ chăm sóc khách hàng trong marketing và marketing số.

- Hơn nữa, sinh viên tốt nghiệp có thể làm việc ở các bộ phận giảng dạy và nghiên cứu tại các trường đại học, viện nghiên cứu và tổ chức và đơn vị nghiên cứu thị trường và các tổ chức của chính phủ và phi chính phủ... có liên quan đến về thị trường, khách hàng, thương hiệu, marketing, marketing số

- Ngoài ra, sinh viên tốt nghiệp có thể có khả năng tự nghiên cứu chuyển đổi nhanh để làm việc được ở các bộ phận thuộc chức năng, quá trình quản trị kinh doanh khác (quản trị nhân lực, quản trị tác nghiệp, quản trị tài chính kinh doanh, quản trị kinh doanh XNK, logistics.....) ở các doanh nghiệp

8. Khả năng học tập, nâng cao trình độ sau khi tốt nghiệp

Trên nền tảng các kiến thức và kỹ năng đã được trang bị, sinh viên sau khi tốt nghiệp có khả năng:

- Sinh viên có khả năng tiếp tục học tập ở bậc cao hơn (Thạc sĩ, Tiến sĩ) ngành marketing, ngành kinh doanh thương mại và quản trị kinh doanh ở các đơn vị đào tạo trong và ngoài nước. Họ cũng có điều kiện liên thông sang các ngành đào tạo khác thuộc khối ngành kinh tế, quản lý và kinh doanh; - Sinh viên có khả năng chuyển đổi và liên thông sang các ngành đào tạo khác, đặc biệt các ngành thuộc khối ngành kinh tế, quản lý và kinh doanh;

- Sinh viên có khả năng tự nghiên cứu, học tập, bổ sung các tri thức và kỹ năng còn thiếu nhằm đáp ứng với yêu cầu của vị trí và môi trường công tác cụ thể.

9. Các chương trình, chuẩn đầu ra quốc tế đã tham khảo

9.1. Trong nước

- Quyết định số 1982/QĐ-TTg ngày 18 tháng 10 năm 2016 của Thủ tướng Chính phủ quyết định phê duyệt Khung trình độ quốc gia Việt Nam;

- Học viện Bưu chính Viễn Thông (2018), Chương trình đào tạo chuyên Internet Marketing – Ngành Marketing, *Chuẩn đầu ra*, Khung CT, http://hcm.ptit.edu.vn/uploads/2014/03/ChuongTrinhDaoTaoDaiHoc_Marketing_289_QD-HV_16042018.pdf

- Trường Đại học Kinh tế - Đại học Đà Nẵng (2010), Chương trình đào tạo chuyên ngành Marketing số – Ngành Marketing, Mục tiêu, Chuẩn đầu ra, <https://due.udn.vn/vi-vn/khoa/marketing/gioi-thieu/cid/4545>

- Trường Đại học Kinh tế quốc dân (2019), Chương trình đào tạo chuyên ngành Quản trị Marketing – Ngành Marketing, Khung CT, <https://khoamarketing.neu.edu.vn/quyet-dinh-v-v-ban-hanh-cdr-ctdt-ban-mo-ta-ctdt-dccthp-ctdh-cac-ctdt-trinh-do-dai-hoc-he-chinh-quy-cua-truong-dai-hoc-kinh-te-quoc-dan/>

- Trường Đại học Tài chính- Marketing, Bộ Tài chính (2017), Chương trình đào tạo chuyên ngành Quản trị Marketing – Ngành Marketing, (Mục tiêu, CDR, Khung CT, mô tả các HF)

- Trường Đại học Thương mại (2016, 2017, 2018a, 2018b, 2019), Chương trình đào tạo ngành Marketing - chuyên ngành Marketing thương mại và chuyên ngành Quản trị thương hiệu

- RMIT Việt Nam (2021), Digital Marketing, Mục tiêu, CDR, Khung CT, <https://www.rmit.edu.vn/vi/hoc-tap-tai-rmit/chuong-trinh-cu-nhan/cu-nhan-digital-marketing#learning>

9.2. Ngoài nước

- University of Portsmouth (501st) (2021), BA Digital Marketing Honours, Chương trình áp dụng cho năm học 2021-2022, Mục tiêu, CDR, Khung CT, <https://hiu.vn/hoc-tap-tai-hiu/chuong-trinh-cu-nhan/khoi-nganh-kinh-doanh-quan-ly/nganh-digital-marketing/>

- Melbourne Institute of technology (801), Bachelor of business (digital marketing major), Mục tiêu, CDR, Khung CT, <https://www.mit.edu.au/study-with-us/programs/bachelor-business/digital-marketing>

- Arden Study Centre Berlin, (2021), BA (Hons) Business (Marketing), <https://arden.ac.uk/berlin/our-courses/undergraduate/business-degrees/ba-hons-business-marketing>

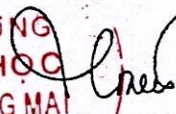
University of Kent, UK, BS Marketing (2018), (Xếp hạng: UK: 72, Toàn cầu: 801-850) (Topuniversities.com) Mục tiêu, CDR, Khung CT, <https://www.kent.ac.uk/courses/undergraduate/868/marketing-bsc>

- Eastern Illinois University, US (2019) BA Marketing, (Xếp hạng: US: 318, Toàn cầu: 1010) (4icu.org), Mục tiêu, Khung CT, https://catalog.eiu.edu/preview_program.php?catoid=23&poid=3023

- University of Louisiana – Lafayette (2018) BA Marketing, Xếp hạng (US: 418, Toàn cầu: 1316) (4icu.org), Mục tiêu, Khung CT, https://catalog.louisiana.edu/preview_program.php?catoid=20&poid=9766

HIỆU TRƯỞNG

TRƯỜNG ĐẠI HỌC THƯƠNG MẠI



PGS, TS Nguyễn Hoàng

TRƯỞNG KHOA



PGS, TS Phan Thị Thu Hoài