BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC NAM CẦN THƠ

CỘNG HOÀ XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM
Độc lập - Tự do - Hạnh phúc

CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO

(Ban hành kèm theo Quyết định số: /QĐ-ĐHNCT ngày tháng năm 2020 của Trường Đại học Nam Cần Thơ)

Tên chương trình: **Chương trình đào tạo Marketing**
Trình độ đào tạo: **Đại học**
Ngành đào tạo: **Marketing**
Mã số: **7340115**
Loại hình đào tạo: **Chính quy tập trung**

1. Mục tiêu đào tạo

1.1. Mục tiêu chung

Mục tiêu tổng quát của chương trình Marketing nhằm đào tạo ra nguồn nhân lực có phẩm chất chính trị, đạo đực 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.

1.2. Mục tiêu cụ thể

1.2.1. Kiến thức

- Hiểu,vận dụng các quy luật cơ bản trong lĩnh vực xã hội, tự nhiên vào việc giải thích, phân tích các vấn đề kinh tế;

- Vận dụng các quy luật kinh tế, kiến thức cơ bản về quản trị kinh doanh, marketing để thu thập và phân tích thông tin trong quá trình nghiên cứu, lập kế hoạch, triển khai thực hiện, và kiểm soát chương trình Marketing thuộc lĩnh vực sản xuất, thương mại, du lịch, xuất nhập khẩu, dịch vụ ...

- Có kiến thức chuyên sâu về marketing: Nghiên cứu marketing, Quan hệ công chúng, Quản trị Marketing, Marketing chiến lược, Marketing dịch vụ, Quản trị kênh phân phối, Quản trị bán hàng, Quản trị thương hiệu, Hành vi người tiêu dùng, Truyền thông Marketing;

- Thiết kế quy trình tổ chức công tác truyền thông marketing, quảng cáo; xây dựng kênh phân phối; xây dựngvà phát triển thương hiệu;… trong các loại hình doanh nghiệp.

1.2.2. Kỹ năng

- Phân tích môi trường kinh doanh, dự báo nhu cầu thị trường, xây dựng các chiến lược marketing;

- Lập kế hoạch, tổ chức thực hiện và quản lý các hoạt động nghiên cứu hành vi, nhu cầu khách hàng (thị trường của doanh nghiệp), tổ chức hệ thống thông tin Marketing;

- Quản lý, tổ chức thực hiện kế hoạch marketing - mix như: kế hoạch phát triển sản phẩm, xây dựng và phát triển thương hiệu, định giá bán sản phẩm, kế hoạch phân phối, kế hoạch truyền thông marketing, quảng cáo;

- Tổ chức và quản lý hoạt động quan hệ công chúng, chăm sóc khách hàng.

- Có khả năng làm việc độc lập, chuyên nghiệp trong công việc;

- Có khả năng làm việc nhóm;

- Thích ứng nhanh với môi trường kinh doanh không ngừng thay đổi;

- Có kỹ năng giao tiếp hiệu quả với đồng nghiệp, đối tác và khách hàng;

- Có kỹ năng bán hàng, kỹ năng thuyết trình và thuyết phục;

- Có khả năng sử dụng ngoại ngữ ở mức độ B1 theo khung đánh giá trình độ ngôn ngữ của Cộng đồng chung Châu Âu để đọc hiểu các văn bản thông thường, các tài liệu chuyên môn và biên soạn thư tín, các văn bản thông thường trong kinh doanh;

- Sử dụng thành thạo các phần mềm tin học văn phòng vào các phương thức giao tiếp điện tử:

1.2.3 Thái độ

- Sinh viên có nhận thức và vận dụng đúng đắn các nguyên tắc đạo đức nghề nghiệp, cư xử có trách nhiệm với xã hội.

- Có đạo đức nghề nghiệp trong công tác chuyên môn;

- Thấu hiểu các vấn đề liên quan đến đạo đức con người trong cuộc sống;

- Tôn trọng sự khác biệt về văn hóa, tín ngưỡng;

- Tuân thủ luật pháp.

1.2.4. Vị trí việc làm sau khi tốt nghiệp

Có khả năng làm việc về: Quản trị thương hiệu, xây dựng và phát triển thương hiệu; Xây dựng, hoạch định các chương trình quảng cáo; Quản trị truyền thông Marketing; Tổ chức và quản lý hoạt động quan hệ công chúng (PR); Tổ chức và quản lý hoạt động tổ chức sự kiện (Event); Xây dựng và hoạch định chiến lược thông điệp và phương tiện truyền thông tại các doanh nghiệp truyền thông, các tổ chức kinh tế - xã hội, các cơ quan nhà nước.

- Công việc có thể đảm nhận: Nhân viên marketing, quảng cáo, tổ chức sự kiện, nghiên cứu thị trường, PR,… tại các doanh nghiệp truyền thông, các tổ chức kinh tế - xã hội, các cơ quan nhà nước.

- Có khả năng làm việc về quản trị marketing tại các doanh nghiệp sản xuất kinh doanh - dịch vụ ở những bộ phận như: quản trị chiến lược, chính sách và kế hoạch kinh doanh; quản trị phát triển thị trường, khách hàng; quản trị phát triển, thử nghiệm và đánh

giá sản phẩm; quản trị hệ thống phân phối; quản trị xúc tiến thương mại và đầu tư; quản trị bán hàng và dịch vụ bán hàng, quản trị chất lượng và thương hiệu sản phẩm

- Công việc có thể đảm nhận: Nhân viên thị trường, nhân viên kinh doanh trong các doanh nghiệp sản xuất kinh doanh - dịch vụ.

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

Sau khi ra trường các cử nhân marketing đềucó khả năng tiếp cận những kiến thức chuyên ngành mới, có khả năng nghiên cứu sáng tạo và có khả năng học tập nghiên cứu ở các cấp học cao hơn để có bằng thạc sĩ, tiến sĩ kinh tế về marketing. Đặc biệt:

* Nhóm nhân viên marketing, quảng cáo, tổ chức sự kiện, nghiên cứu thị trường, PR: Triển vọng trong tương lai có thể trở thành: chuyên gia trong lĩnh vựcquảng cáo, tổ chức sự kiện, nghiên cứu thị trường, PR trongdoanh nghiệp truyền thông hoặc Giám đốc, phó giám đốcmarketing trongcác doanh nghiệp sản xuất kinh doanh - dịch vụ.

* Nhóm nhân viên thị trường, kinh doanh: Triển vọng trong tương lai có thể trở thành: Chuyên gia về: phát triển thị trường, khách hàng; quản trị phát triển, thử nghiệm và đánh giá sản phẩm; quản trị hệ thống phân phối; quản trị xúc tiến thương mại và đầu tư; quản trị bán hàng và dịch vụ bán hàng, quản trị chất lượng và thương hiệu sản phẩm hoặc Giám đốc, phó giám đốc thị trường, giám đốc, phó giám đốc kinh doanh trong các doanh nghiệp sản xuất kinh doanh - dịch vụ. .

* Nhóm nghiên cứu viên và giảng viên: Triển vọng trong tương lai có thể trở thành: Giảng viên cao cấp, Chuyên gia cao cấp trong lĩnh vực marketing.

2. Chuẩn đầu ra

2.1. Kiến thức

- Nắm vững về các nguyên lý cơ bản chủ nghĩa Mác – Lênin; Đường lối cách mạng của Đảng Cộng sản Việt Nam; Tư tưởng Hồ Chí Minh.

- Nắm vững kiến thức về khoa học xã hội và nhân văn, khoa học tự nhiên phù hợp với chuyên ngành đào tạo.

- 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 lượt 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 hành của khách hàng; kiểm tra và đánh giá các hoạt động marketing của doanh nghiệp.

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

2.2. Kỹ năng

- 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.

- 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.

- 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.

2.3. Năng lực tự chủ và trách nhiệm

- Chấp hành nghiêm túc pháp luật của Nhà nước và các quy định của cơ quan.

- 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.

- Năng động, bản lĩnh, cải tiến, tự tin khẳng định bản thân và có tinh thần phục vụ cộng đồng.

- Hợp tác, thân thiện với đồng nghiệp và các cá nhân bên ngoài tổ chức.

- Sẵn sàng thực hiện các nghiệp vụ liên quan đến marketing tại doanh nghiệp, tổ chức nơi làm việc.

3. Khối lượng kiến thức toàn khóa: 130 tín chỉ, không bao gồm Giáo dục Thể chất và Giáo dục Quốc phòng – An ninh

Khối lượng kiến thức	Số TC
A. Khối kiến thức giáo dục đại cương	**39**
B. Khối kiến thức giáo dục chuyên nghiệp	**91**
1. Khối kiến thức cơ sở ngành	35
2. Khối kiến thức cơ sở của ngành	46
3. Tốt nghiệp	10

4. Đối tượng tuyển sinh

Công dân đã có bằng tốt nghiệp THPT hoặc tương đương theo quy định Quy chế tuyển sinh đại học, cao đẳng hệ chính quy hiện hành của Bộ Giáo dục và Đào tạo.

5. Quy trình đào tạo, điều kiện tốt nghiệp

5.1. Quy trình đào tạo

Chương trình thực hiện theo Quy chế đào tạo đại học và cao đẳng hệ chính quy theo hệ thống tín chỉ ban hành kèm theo Quyết định số 43/2007/QĐ-BGDĐT ngày 15 tháng 8 năm 2007, được sửa chữa, bổ sung một số điều tại Thông tư số 57/2012/TT-BGDĐT ngày 27 tháng 12 năm 2012 của Bộ Giáo dục và Đào tạo và Quy chế học vụ theo học chế tín chỉ hiện hành của Trường Đại học Nam Cần Thơ.

5.2. Điều kiện tốt nghiệp

Sinh viên được công nhận tốt nghiệp khi hội đủ các điều kiện được quy định tại điều 27 Quy chế đào tạo đại học và cao đẳng hệ chính quy theo hệ thống tín chỉ ban hành kèm theo Quyết định số 43/2007/QĐ-BGDĐT ngày 15 tháng 8 năm 2007, được sửa chữa, bổ sung một số điều tại Thông tư số 57/2012/TT-BGDĐT ngày 27 tháng 12 năm 2012 của Bộ Giáo dục và Đào tạo và điều 26 Quy chế học vụ theo học chế tín chỉ hiện hành của Trường Đại học Nam Cần Thơ, cụ thể như sau:

- Cho đến thời điểm xét tốt nghiệp không bị truy cứu trách nhiệm hình sự hoặc không đang trong thời gian bị kỷ luật ở mức đình chỉ học tập;
- Tích lũy đủ số tín chỉ môn học và khối lượng kiến thức quy định cho CTĐT mỗi khóa;
- Điểm trung bình chung tích lũy của toàn khóa học đạt từ 5,0 trở lên;
- Có chứng chỉ Giáo dục Quốc phòng – An ninh và Giáo dục Thể chất.

6. Thang điểm

Chương trình đào tạo sử dụng thang điểm 10 và quy tương đương sang điểm chữ theo quy định của nhà trường.

7. Nội dung chương trình

7.1. Kiến thức giáo dục đại cương: 39 TC

7.1.1 Lý luận chính trị:

STT	Tên học phần	TC	LT	TH
1	Triết học	3	3	
2	Kinh tế chính trị	2	2	
3	Chủ nghĩa xã hội khoa học	2	2	
4	Đường lối cách mạng của Đảng Cộng sản Việt Nam	2	2	
5	Tư tưởng Hồ Chí Minh	2	2	
Tổng		**11**	**11**	

7.1.2 Khoa học xã hội:

STT	Tên học phần	TC	LT	TH
	Học phần bắt buộc	**4**	**4**	
1	Pháp luật đại cương	2	2	
2	Tâm lý ứng dụng trong kinh doanh	2	2	
	Học phần tự chọn (chọn 1 trong 3 học phần)	**2**	**2**	
3	Tâm lý học đại cương	2	2	
4	Xã hội học đại cương	2	2	
5	Logic học đại cương	2	2	
Tổng		**6**	**2**	

7.1.3 Nhân văn – nghệ thuật

STT	Tên học phần	TC	LT	TH

1	Giao tiếp trong kinh doanh	2	2	
2	Hành vi khách hàng	2	2	
Tổng		**4**	**4**	

7.1.4 Ngoại ngữ:

STT	Tên học phần	TC	LT	TH
1	Tiếng Anh căn bản 1	3	3	
2	Tiếng Anh căn bản 2	3	3	
3	Tiếng Anh căn bản 3	3	3	
Tổng		**9**	**9**	

7.1.5 Toán – Tin học – Khoa học tự nhiên:

STT	Tên học Phần	TC	LT	TH
1	Toán kinh tế	3	3	
2	Lý thuyết xác suất và thống kê toán	3	3	
3	Tin học căn bản	3	2	1
Tổng		**9**	**8**	**1**

7.1.6 Giáo dục thể chất: **3 TC**

7.1.7 Giáo dục quốc phòng – An ninh: **8 TC**

7.2. Kiến thức giáo dục chuyên nghiệp: 91 TC

7.2.1. ***Kiến thức cơ sở ngành: 36 TC***

STT	Tên học phần	TC	LT	TH
	Bắt buộc	***30***	***30***	
1	Kinh tế vi mô	3	3	
2	Kinh tế vĩ mô	3	3	
3	Nguyên lý thống kê kinh tế	3	3	
4	Phương pháp nghiên cứu trong kinh doanh	2	2	
5	Luật kinh tế	2	2	
6	Quản trị học	3	3	
7	Markerting căn bản	3	3	
8	Nguyên lý kế toán	3	3	
9	Lý thuyết tài chính – tiền tệ	3	3	
10	Pháp phương tư duy và kỹ năng giải quyết vấn đề	3	3	
11	Tâm lý và nghệ thuật lãnh đạo	2	2	
	Tự chọn (chọn 06 tín chỉ)	***6***	***6***	
12	Quản trị nhân lực	3	3	
13	Kế toán quản trị	3	3	
14	Kinh tế quốc tế	3	3	
15	Kinh tế lượng	3	3	
16	Thuế	3	3	

STT	Tên học phần	TC	LT	TH
17	Quản trị chiến lược	3	3	
	Tổng cộng	**36**	**36**	

7.2.2 Kiến thức chuyên ngành: 45 TC

STT	Tên học phần	TC	LT	TH
	Bắt buộc	***35***	***33***	***2***
1	Nghiên cứu marketing	3	3	
2	Quản trị Marketing	3	3	
3	Marketing quốc tế	3	3	
4	Quản trị thương hiệu	3	3	
5	Kiến tập marketing	2		2
6	Marketing thương mại	3	3	
7	Chiêu thị và truyền thông marketing	2	2	
8	Quản trị bán hàng	2	2	
9	Kỹ thuật đàm phán	2	2	
10	Hành vi tổ chức	2	2	
11	Văn hóa doanh nghiệp và đạo đức kinh doanh	2	2	
12	Anh văn chuyên ngành marketing	3	3	
13	Thương mại điện tử	2	2	
14	Phân tích hoạt động kinh doanh	3	3	
	Tự chọn (chọn 10 TC)	***10***		
15	Chuyên đề marketing	2		2
16	Quan hệ công chúng	2	2	
17	Marketing địa phương	2	2	
18	Quản trị quan hệ khách hàng	2	2	
19	Marketing nông nghiệp	3	3	
20	Marketing ngân hàng	3	3	
21	Marketing du lịch	3	3	
22	Mô phỏng tình huống trong kinh doanh	3	3	
23	Khởi tạo doanh nghiệp	3	3	
24	Thanh toán quốc tế	3	3	
25	Kinh doanh quốc tế	3	3	
26	Quản trị dự án	2	2	
27	Quản trị chất lượng sản phẩm	2	2	
	Tổng cộng	**45**		

7.2.3 Thực tập cuối khóa và viết khoá luận tốt nghiệp: 10 TC

STT		TC	LT	TH
1	Thực tập cuối khóa	4		4
2	Khóa luận tốt nghiệp	6		6
Môn thay thế khóa luận				
1	E-Marketing	3		
2	Quản trị rủi ro trong kinh doanh	3		
3	Dự báo kinh tế	3		
4	Marketing trực tiếp	3		
Tổng		**10**		

Kế hoạch giảng dạy (Dự kiến)

Học kỳ 1

STT	Tên học phần	Tổng		Lý thuyết		Thực hành	
		TC	Tiết	TC	Tiết	TC	Tiết
1	*Giáo dục quốc phòng – an ninh*	*8*	*165*	*5*	*75*	*3*	*90*
2	*Giáo dục thể chất 1*	*1*	*30*			*1*	*30*
3	Anh văn căn bản 1	3	45	3	45		
4	Pháp luật đại cương	2	30	2	30		
5	Triết học	3	45	3	45		
6	Tin học căn bản	3	45	3	45		
7	Toán kinh tế	3	45	3	45		
	Tự chọn (chọn 2 TC)	***2***	30	2	30		
8	Tâm lý học đại cương	2	30	2	30		
9	Xã hội học đại cương	2	30	2	30		
10	Logic học đại cương	2	30	2	30		
	Tổng	**16**	**240**	**16**	**240**	***4***	***120***

Học kỳ 2

STT	Tên học phần	Tổng		Lý thuyết		Thực hành	
		TC	Tiết	TC	Tiết	TC	Tiết
1	*Giáo dục thể chất 2*	*1*	*30*			*1*	*30*
2	Anh văn căn bản 2	3	45	3	45		
3	Kinh tế vi mô	3	45	3	45		
4	Kinh tế chính trị	2	30	2	30		
5	CNXH khoa học	2	30	2	30		
6	Lý thuyết xác suất và thống kê toán	3	45	3	45		
7	Tâm lý ứng dụng trong kinh doanh	2	30	2	30		
8	Giao tiếp trong kinh doanh	2	30	2	30		
	Tổng	**17**	**255**	**17**	**255**	***1***	***30***

Học kỳ 3

STT	Tên học phần	Tổng		Lý thuyết		Thực hành	
		TC	Tiết	TC	Tiết	TC	Tiết
1	Giáo dục thể chất 3	1	30			1	30
2	Anh văn căn bản 3	3	45	3	45		
3	Kinh tế vĩ mô	3	45	3	45		
4	Marketing căn bản	3	45	3	45		
5	Nguyên lý kế toán	3	45	3	45		
6	Quản trị học	3	45	3	45		
7	Hành vi khách hàng	2	30	2	30		
	Tổng	**17**	**255**	**17**	**255**	**1**	**30**

Học kỳ 4

STT	Tên học phần	Tổng		Lý thuyết		Thực hành	
		TC	Tiết	TC	Tiết	TC	Tiết
1	Luật kinh tế	2	30	2	30		
2	Lý thuyết tài chính - tiền tệ	3	45	3	45		
3	Tư tưởng Hồ Chí Minh	2	30	2	30		
4	Nghiên cứu marketing	3	45	3	45		
5	Tâm lý và nghệ thuật lãnh đạo	2	30	2	30		
6	Hành vi tổ chức	2	30	2	30		
	Tự chọn (chọn 3 TC)	***3***	***45***	***3***	***45***		
7	Kinh tế lượng	3	45	2	30		
8	Kế toán quản trị	3	45	3	45		
9	Thuế	3	45	3	45		
	Tổng	**17**					

Học kỳ 5

STT	Tên học phần	Tổng		Lý thuyết		Thực hành	
		TC	Tiết	TC	Tiết	TC	Tiết
1	Anh văn chuyên ngành	3	45	3	45		
2	Nguyên lý thống kê kinh tế	3	45	3	45		
3	Phương pháp tư duy và giải quyết vấn đề	3	45	3	45		
4	Văn hóa doanh nghiệp và đạo đức kinh doanh	2	30	2	30		
5	Quản trị marketing	3	45	3	45		
6	Quản trị bán hàng	2	30	2	30		
	Tự chọn	3	45	3	45		
7	Quản trị nhân lực	3	45	3	45		
8	Kinh tế quốc tế	3	45	3	45		
9	Quản trị chiến lược	3	45	3	45		
	Tổng	**19**					

Học kỳ 6

STT	Tên học phần	Tổng		Lý thuyết		Thực hành	
		TC	Tiết	TC	Tiết	TC	Tiết
1	Marketing quốc tế	3	45	3	45		
2	Quản trị thương hiệu	3	45	3	45		
3	Kiến tập marketing	2	60			2	60
4	Thương mại điện tử	2	30	2	30		
5	Marketing thương mại	3	45	3	45		
6	Đường lối CM của Đảng CS Việt Nam	2	30	2	30		
	Tự chọn (chọn 3 TC)	**3**	45	3	45		
7	Marketing nông nghiệp	3	45	3	45		
8	Marketing ngân hàng	3	45	3	45		
9	Marketing du lịch	3	45	3	45		
	Tổng	**18**	**270**	**18**	**270**		

Học kỳ 7

STT	Tên học phần	Tổng		Lý thuyết		Thực hành	
		TC	Tiết	TC	Tiết	TC	Tiết
1	Chiêu thị và truyền thông marketing	2	30	2	30		
2	Kỹ năng đàm phán	2	30	2	30		
3	Phân tích hoạt động kinh doanh	3	45	3	45		
4	Phương pháp nghiên cứu trong kinh doanh	2	30	2	30		
	Tự chọn (chọn 7 TC)	*7*					
5	Chuyên đề marketing	2	60	2	60		
6	Quan hệ công chúng	2	30	2	30		
7	Marketing địa phương	2	30	2	30		
8	Quản trị quan hệ khách hàng	2	30	2	30		
9	Quản trị dự án	2	30	2	30		
10	Quản trị chất lượng sản phẩm	2	30	2	30		
11	Mô phỏng tình huống trong kinh doanh	3	45	3	45		
12	Khởi tạo doanh nghiệp	3	45	3	45		
13	Thanh toán quốc tế	3	45	3	45		
	Tổng	**16**					

Học kỳ 8

STT	Tên học phần	Tổng		Lý thuyết		Thực hành	
		TC	Tiết	TC	Tiết	TC	Tiết
1	Thực tập cuối khóa	4	120			4	120

STT	Tên học phần	Tổng		Lý thuyết		Thực hành	
		TC	Tiết	TC	Tiết	TC	Tiết
2	Khóa luận tốt nghiệp (hoặc môn thay thế 02 học phần)	6	180			6	180
2.1	E-Marketing	3	45	3	45		
2.2	Quản trị rủi ro trong kinh doanh	3	45	3	45		
2.3	Dự báo kinh tế	3	45	3	45		
2.4	Marketing trực tiếp	3	45	3	45		
	Tổng	**10**					

8. Hướng dẫn thực hiện chương trình

8.1 Tiết giảng quy đổi

01 tín chỉ (tc) = 15 tiết học lý thuyết

= 30 - 45 tiết thảo luận

= 30 giờ chuẩn bị cá nhân

= 40 - 90 giờ thực tập tại cơ sở

= 45 - 60 giờ làm tiểu luận, khóa luận tốt nghiệp

8.2. Tính liên thông

Chương trình đào tạo trình độ đại học đã chú ý đến tính liên thông, đảm bảo cho người học sau khi tốt nghiệp đại học có thể học lên trình độ Thạc sĩ, Tiến sĩ.

8.3. Xây dựng đề cương chi tiết các môn học

Trên cơ sở chương trình đào tạo, giảng viên biên soạn đề cương chi tiết theo qui định của Bộ Giáo dục và Đào tạo và của Trường với một số điểm cần lưu ý:

- Việc triển khai chi tiết các môn học phải đảm bảo tính logic của việc truyền đạt và tiếp thu các mảng kiến thức, cần qui định các môn học tiên quyết của môn học kế tiếp trong chương trình đào tạo.

- Về nội dung: Trừ phần kiến thức tự chọn, các môn học còn lại là bắt buộc thực hiện. Nội dung trong đề cương là những nội dung cốt lõi của môn học. Có thể bổ sung thêm nội dung hay thời lượng cho một môn học nào đó, phần thời lượng thêm vào được lấy từ thời lượng môn học tự học của khối kiến thức tương ứng;

- Phần kiến thức tự chọn: Sinh viên lựa chọn các môn học trên cơ sở số tín chỉ tích lũy quy định cho nhóm môn học tự chọn để đảm bảo tích lũy đủ số tín chỉ. Hàng năm, phần kiến thức tự chọn có thể được thay đổi, bổ sung để đáp ứng yêu cầu cập nhật và hội nhập. Ngoài ra còn có môn học Thực hành tại doanh nghiệp nhằm giúp cho sinh viên làm quen với thực tế doanh nghiệp (DN) từ năm thứ 2, dự kiến sẽ triển khai vào học kỳ 5 hoặc 6 của khóa học. Tùy theo nhu cầu của các DN, Khoa sẽ có kế hoạch triển

khai cho từng nhóm lớp cụ thể nếu theo học môn học này sẽ được giảm 1 môn trong phần kiến thức tự chọn;

- Về yêu cầu thực hiện số lượng bài tập (nếu có) của các môn học do giảng viên qui định nhằm giúp sinh viên nắm vững kiến thức lý thuyết, rèn luyện kỹ năng cần thiết;

- Tất cả các môn học đều phải có giáo trình, tập bài giảng, tài liệu tham khảo, tài liệu hướng dẫn… Tùy theo nội dung các môn học, giảng viên xác định phương pháp giảng dạy cho phù hợp.

8.4. Định hướng phương pháp dạy học

Chương trình được biên soạn theo hướng đổi mới các phương pháp dạy và học đại học: giảm số giờ lý thuyết, dành nhiều thời gian cho sinh viên tự nghiên cứu, đọc tài liệu, thảo luận, làm các bài tập và thực tập.

Khối kiến thức của chương trình phù hợp với khuôn khổ mà Bộ Giáo dục và Đào tạo đã quy định cho chương trình giáo dục trình độ đại học 4,0 năm.