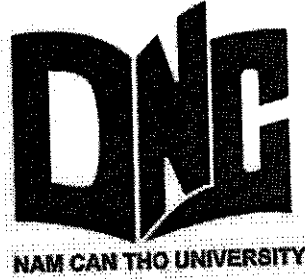


BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC NAM CẦN THƠ



QUY ĐỊNH
CHUẨN ĐẦU RA NGÀNH MARKETING
TRÌNH ĐỘ ĐẠI HỌC

*(Ban hành kèm theo Quyết định số: 302/QĐ-ĐHNCT ngày 15 tháng 5 năm 2024
của Hiệu trưởng Trường Đại học Nam Cần Thơ)*

Cần Thơ, 2024

BỘ GIÁO



QUY ĐỊNH CHUẨN ĐẦU RA NGÀNH MARKETING

*(Ban hành) kèm theo quyết định số: 302/QĐ-ĐHNCT ngày 15 tháng 5 năm 2024
của Hiệu trưởng trường Đại học Nam Cần Thơ)*

A. GIỚI THIỆU CHƯƠNG TRÌNH

1. Chương trình đào tạo.

Tên ngành đào tạo - Tiếng việt: Chương trình đào tạo Marketing

- Tiếng anh: Marketing

Mã ngành đào tạo: 73401115

Trình độ đào tạo: Đại học (4 năm)

Bằng cấp sau khi tốt nghiệp: Cử nhân Marketing

2. Mục tiêu chung

Đào tạo cử nhân ngành Marketing có phẩm chất chính trị, đạo đức, có kiến thức cơ bản và chuyên môn, có kỹ năng thực hành nghề nghiệp, năng lực nghiên cứu, xây dựng chiến lược, ra quyết định, giải quyết vấn đề đáp ứng yêu cầu của chuyên viên marketing; có sức khỏe, kỹ năng giao tiếp; có khả năng sáng tạo và trách nhiệm nghề nghiệp, thích nghi với môi trường làm việc tại các doanh nghiệp trong nước và quốc tế.

3. Mục tiêu cụ thể

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 nghiên cứu marketing, quản trị Marketing, chiến lược Marketing, Marketing dịch vụ, quản trị bán hàng, quản trị thương hiệu, truyền thông Marketing;

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

Kỹ năng

JUC
TRU
ĐẠI
NAM C
/

- Phân tích môi trường kinh doanh, xây dựng các chiến lược marketing; quản lý, tổ chức thực hiện kế hoạch, xây dựng và phát triển thương hiệu, định giá bán sản phẩm, kế hoạch phân phối, kế hoạch truyền thông marketing, quảng cáo;

- Có khả năng làm việc độc lập, chuyên nghiệp trong công việc; Khả năng làm việc nhóm; thích ứng nhanh với môi trường kinh doanh không ngừng thay đổi; kỹ năng giao tiếp hiệu quả với đồng nghiệp, đối tác và khách hàng; 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 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;

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. Tuân thủ luật pháp.

B. CHUẨN ĐẦU RA CỦA CHƯƠNG TRÌNH

Sinh viên tốt nghiệp ngành Marketing tế phải có những kiến thức, kỹ năng, năng lực tự chủ và trách nhiệm, cụ thể như sau:

PO1: Áp dụng kiến thức cơ bản về khoa học xã hội và nhân văn, chính trị, pháp luật và công nghệ thông tin để đáp ứng yêu cầu công việc trong lĩnh vực marketing.

PO2: Có kiến thức chuyên sâu về nghiên cứu và phân tích thị trường; nghiên cứu hành vi của người tiêu dùng; xây dựng và phát triển thương hiệu sản phẩm/dịch vụ; thiết kế và điều chỉnh chiến lược giá, hệ thống kênh phân phối.

PO3: Nhận diện và giải quyết các vấn đề liên quan đến hoạt động marketing: đánh giá và cải thiện hiệu quả hoạt động marketing.

PO4: Kỹ năng xây dựng chiến lược truyền thông marketing tích hợp.

PO5: 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.

PO6: 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.

PO7: Kỹ năng cơ bản về công nghệ thông tin và ngoại ngữ trong giao tiếp và tiếp cận giải quyết công việc chuyên môn.

PO8: Thể hiện quan điểm chuyên môn cá nhân bằng tư duy phản biện, tư duy khởi nghiệp và đổi mới sáng tạo.

1. Vị trí việc làm của Cử nhân Marketing

Sau khi tốt nghiệp, sinh viên có thể đảm nhận những công việc sau:

Chuyên viên 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; Xây dựng và hoạch định chiến lược thông điệp và phương tiện truyền thông tại các doanh nghiệp.

Chuyên viên 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

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

Được trang bị nền tảng tốt để tiếp tục học lên bậc học cao hơn như Thạc sĩ, Tiến sĩ của các trường khác trong nước và nước ngoài;

Có năng lực làm việc tại các tổ chức, doanh nghiệp, tập đoàn có khả năng thăng tiến lên cấp quản trị cấp trung (trong vòng 3 - 5 năm) và cấp cao (5 - 10 năm):

Có khả năng tự học để nâng cao trình độ;

Người học chương trình này sẽ đáp ứng tốt với các khóa học ngắn hạn để cập nhật kiến thức chuyên sâu về kỹ năng quản trị hoặc các nghiệp vụ chuyên môn trong lĩnh vực ngành nghề công tác để phát triển sự nghiệp.

C. TÀI LIỆU THAM KHẢO

Chuẩn đầu ra chương trình đào tạo đại học ngành Marketing của Trường Đại học Nam Cần Thơ được xây dựng dựa trên cơ sở tham khảo :

- Northeastern University (Mỹ);
- Curtin Singapore University (Singapore);
- Monash University (Úc);

Các chương trình đào tạo ngành Marketing của một số trường đại học trong nước:

- Trường Đại học Kinh tế Luật (Việt Nam).
- Trường Đại học Cần Thơ (Việt Nam)

Nơi nhận:

- HĐQT;
- P.QLĐT, Khoa Kinh tế;
- Lưu VT, TC-HC, MC

