

CHUẨN ĐẦU RA CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO TRÌNH ĐỘ ĐẠI HỌC

DỰ THẢO

Ngành: Marketing

Mã ngành:

7340115

(Ban hành kèm theo Quyết định số ...../QĐ-ĐHDL ngày ... tháng  
....năm 2024 của Trường Đại học Điện lực)

1. Thông tin về chương trình đào tạo

Chương trình đào tạo trình độ Đại học

|                                 |                           |
|---------------------------------|---------------------------|
| Tên chương trình (Tiếng Việt)   | : Marketing               |
| Tên chương trình (Tiếng Anh)    | : Marketing               |
| Mã ngành đào tạo                | : 7340115                 |
| Trình độ đào tạo                | : Đại học                 |
| Thời gian đào tạo               | : 04 năm                  |
| Loại hình đào tạo               | : Chính quy               |
| Tên văn bằng sau khi tốt nghiệp | : Cử nhân                 |
| Tên đơn vị cấp bằng             | : Trường Đại học Điện lực |

Trường Đại học Điện lực được công nhận kiểm định chất lượng giáo dục theo Quyết định số 796/QĐ-KĐCL do Trung tâm Kiểm định chất lượng giáo dục (Đại học Quốc Gia Hà Nội) cấp ngày 23 tháng 8 năm 2023.

Thời điểm cập nhật bản mô tả chuẩn đầu ra: ngày 12/12/2024

2. Mục tiêu của chương trình đào tạo (PEO)

2.1 Mục tiêu chung

Đào tạo người học có kiến thức toàn diện theo định hướng ứng dụng, có sức khỏe tốt, có phẩm chất chính trị, đạo đức nghề nghiệp, tự chủ và trách nhiệm, có ý thức phục vụ nhân dân, bảo đảm quốc phòng an ninh; nắm vững kiến thức cơ bản về kinh tế - xã hội; có phẩm chất chính trị, đạo đức, có kiến thức toàn diện về Marketing (marketing số), kỹ năng thực hành nghề nghiệp, đổi mới và ứng dụng khoa học công nghệ trong tổ chức công việc thuộc lĩnh vực Marketing; khả năng giao tiếp hiệu quả; khả năng học tập suốt đời; có khả năng xác định và giải quyết các vấn đề trong chuyên môn; có khả năng sáng tạo, thích nghi môi trường làm việc; có đạo đức nghề nghiệp và ý thức phục vụ cộng đồng, hội nhập quốc tế.

2.2 Mục tiêu cụ thể

- **PEO1:** Kiến thức chuyên môn toàn diện, khả năng ứng dụng và đổi mới sáng tạo trong lĩnh vực Marketing.
- **PEO2:** Khả năng lập kế hoạch, tổ chức thực hiện, giải quyết các vấn đề chuyên môn, thích nghi trong môi trường làm việc khác nhau trong lĩnh vực Marketing.
- **PEO3:** Có đạo đức và trách nhiệm trong công việc, có thái độ tích cực và ý thức phục vụ cộng đồng.

### 3. Chuẩn đầu ra của chương trình đào tạo ngành Marketing

#### 3.1 Chuẩn đầu ra

| PLOs                                  | Nội dung chuẩn đầu ra                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|---------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Kiến thức</b>                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| PLO1                                  | Hiểu biết kiến thức cơ bản về khoa học chính trị và pháp luật; về khoa học tự nhiên; khoa học xã hội, kiến thức về công nghệ thông tin; ngoại ngữ để xác định, xây dựng và giải quyết các vấn đề liên quan đến Marketing.                                                                                                                     |
| PLO2                                  | Vận dụng kiến thức cơ bản và chuyên sâu, các công cụ, phần mềm hiện đại, các phương pháp trong hoạch định Marketing và các hoạt động kinh doanh; giải quyết các vấn đề kỹ thuật liên quan đến công việc của ngành Marketing như phân tích, đánh giá tình hình thị trường; tham gia đề xuất và thực hiện các kế hoạch Marketing và kinh doanh. |
| <b>Kỹ năng</b>                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| PLO3                                  | Có khả năng tư duy phản biện, tư duy hệ thống, đổi mới sáng tạo, tổ chức và quản lý công tác Marketing thuộc doanh nghiệp nói chung và doanh nghiệp mới khởi nghiệp nói riêng.                                                                                                                                                                |
| PLO4                                  | Tổ chức làm việc nhóm hiệu quả, vận dụng được KPI trong doanh nghiệp; sử dụng kỹ năng giao tiếp hiệu quả và có thái độ hợp tác trong triển khai các hoạt động tác nghiệp marketing trong doanh nghiệp                                                                                                                                         |
| PLO5                                  | Vận dụng năng lực số trong công tác Marketing tại doanh nghiệp nói chung và doanh nghiệp mới khởi nghiệp nói riêng                                                                                                                                                                                                                            |
| <b>Năng lực tự chủ và trách nhiệm</b> |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| PLO6                                  | Nhận thức đầy đủ về trách nhiệm và tự chủ về chuyên môn trên cơ sở đạo đức nghề nghiệp và bối cảnh toàn cầu, môi trường, kinh tế và xã hội đương đại.                                                                                                                                                                                         |

#### 3.2 Chỉ báo cho chuẩn đầu ra của chương trình đào tạo

| PLOs | PIs   | Nội dung chỉ báo                                                                                                                              | Trọng số (%) |
|------|-------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|
| PLO1 | PI1.1 | Vận dụng được kiến thức toán và xác suất để tối ưu hóa các bài toán kinh tế trong tình huống Marketing của doanh nghiệp.                      | 30           |
|      | PI1.2 | Vận dụng các kiến thức về khoa học xã hội, chính trị, kinh tế và pháp luật để giải quyết những vấn đề về kinh doanh và Marketing.             | 50           |
|      | PI1.3 | Đạt tối thiểu trình độ tin học ở mức “Chứng chỉ Ứng dụng công nghệ thông tin cơ bản” theo Thông tư 03-BTTTT của Bộ Thông tin và truyền thông. | 20           |

|      |       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |    |
|------|-------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| PLO2 | PI2.1 | Phân tích và hiểu rõ các hoạt động Marketing trong tổ chức ở các lĩnh vực khác nhau.                                                                                                                                                                                                                                  | 20 |
|      | PI2.2 | Vận dụng được những kiến thức cốt lõi và các kiến thức chuyên sâu trong lĩnh vực Marketing nói chung, Marketing số nói riêng để điều hành hoạt động Marketing.                                                                                                                                                        | 30 |
|      | PI2.3 | Phân tích hoạt động tác nghiệp trong Marketing để đề xuất hoạt động cải tiến, đổi mới nâng cao hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp.                                                                                                                                                                                   | 30 |
|      | PI2.4 | Vận dụng các kiến thức chuyên sâu trong lĩnh vực Marketing để triển khai các hoạt động Marketing như: nghiên cứu thị trường; thiết kế sản phẩm mới; tổ chức kênh phân phối; xây dựng thương hiệu; truyền thông cho thương hiệu, sản phẩm và công ty; bán hàng và phát triển thị trường;... trong thời đại kinh tế số. | 20 |
| PLO3 | PI3.1 | Có khả năng tư duy hệ thống, phản biện và đề xuất phương án xử lý các tình huống phát sinh trong hoạt động Marketing một cách linh hoạt phù hợp với điều kiện môi trường, trong doanh nghiệp nói chung và doanh nghiệp mới khởi nghiệp nói riêng.                                                                     | 40 |
|      | PI3.2 | Có kỹ năng phát hiện, phân tích và giải quyết các vấn đề trong lĩnh vực Marketing.                                                                                                                                                                                                                                    | 40 |
|      | PI3.3 | Có năng lực xây dựng kế hoạch chức năng trong Marketing, thực hiện triển khai các quyết định trong các hoạt động Marketing Mix trong thực tiễn kinh doanh với bối cảnh thời đại kinh tế số.                                                                                                                           | 20 |
| PLO4 | PI4.1 | Có kỹ năng căn bản về lập kế hoạch, tổ chức, lãnh đạo và kiểm soát cho các hoạt động Marketing trong tổ chức.                                                                                                                                                                                                         | 50 |
|      | PI4.2 | Thực hiện tốt kỹ năng làm việc nhóm, kỹ năng quản lý hoạt động Marketing và dự án Marketing trong lĩnh vực kinh doanh nói chung, Marketing nói riêng; đồng thời có khả năng truyền tải thông tin tới các bên liên quan.                                                                                               | 50 |
| PLO5 | PI5.1 | Đạt tối thiểu bậc 3/6 Khung năng lực ngoại ngữ Việt Nam hoặc tương đương; khả năng sử dụng tiếng anh tốt trong công việc.                                                                                                                                                                                             | 20 |
|      | PI5.2 | Vận dụng kỹ năng ứng dụng công nghệ thông tin, phân tích dữ liệu để hình thành phương pháp và kỹ năng vận dụng hoạt động Marketing số trong thực tiễn.                                                                                                                                                                | 30 |

|      |       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |    |
|------|-------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
|      | PI5.3 | Hình thành ý tưởng và kế hoạch thực hiện hoạt động Marketing và quản trị Marketing trên cơ sở vận dụng sức mạnh công nghệ, kinh doanh số.                                                                                                                                                                               | 50 |
| PLO6 | PI6.1 | Hình thành năng lực làm việc chủ động, độc lập, tự định hướng hoạt động quản trị Marketing với tinh thần trách nhiệm cao để trở thành doanh nhân, nhà lãnh đạo, chuyên gia trong lĩnh vực quản trị kinh doanh nói chung, Marketing nói riêng.                                                                           | 30 |
|      | PI6.2 | Hình thành năng lực đánh giá chuyên môn, tự chịu trách nhiệm với công việc được giao trên cơ sở KPI (chỉ số đo lường hiệu quả, hiệu suất công việc của một cá nhân, đội nhóm, phòng ban, hay của cả một doanh nghiệp) được giao, với đạo đức nghề nghiệp và sự tuân thủ quy định của pháp luật trước các bên liên quan. | 30 |
|      | PI6.3 | Hình thành ý thức và năng lực về đảm bảo chất lượng, hiệu quả quản lý các nguồn lực trong thực hiện các hoạt động Marketing, đổi mới sáng tạo và luôn có tinh thần phục vụ cộng đồng.                                                                                                                                   | 40 |

#### 4. Vị trí việc làm sau tốt nghiệp

Chương trình đào tạo trình độ đại học ngành Marketing (mã ngành: 7340115) trang bị cho sinh viên tốt nghiệp những năng lực và điều kiện cần thiết để đáp ứng đa dạng nhu cầu của thị trường lao động. Bên cạnh đó, sinh viên hoàn toàn có thể chuyển đổi được vị trí công việc nếu như đáp ứng được các yêu cầu của nhà tuyển dụng về phẩm chất đạo đức, kiến thức, kỹ năng, mức tự chủ và trách nhiệm đối với công việc

Sinh viên sau khi tốt nghiệp có khả năng đảm nhiệm các vị trí tại 05 nhóm công việc, cụ thể như sau:

- **Nhóm 1:** Chuyên viên marketing và thương hiệu, chuyên viên sáng tạo, chuyên viên nghiên cứu thị trường, bán hàng, truyền thông và định giá, phân phối trong môi trường thực và môi trường internet trong mọi loại hình doanh nghiệp, các tổng công ty, các tập đoàn, cơ quan quản lý nhà nước, tổ chức tài chính – ngân hàng, tổ chức xã hội, quỹ đầu tư...
- **Nhóm 2:** Trưởng phòng (khi có đủ kinh nghiệm và các tiêu chuẩn) của bộ phận chức năng marketing, truyền thông.
- **Nhóm 3:** Nhân viên tại các phòng/ban Marketing của các doanh nghiệp; hoặc tại các cơ quan quản lý giá của Nhà nước như Sở Tài chính, Bộ Tài chính; cơ quan chính quyền các cấp.
- **Nhóm 4:** Giám đốc marketing (khi có đủ kinh nghiệm và các tiêu chuẩn), giám đốc thương hiệu, phụ trách trung tâm xúc tiến tại cơ quan quản lý nhà nước.
- **Nhóm 5:** Giảng viên hoặc nghiên cứu viên thuộc lĩnh vực Marketing ở các

cơ sở đào tạo (các trường Đại học, Cao đẳng, Trung cấp chuyên nghiệp và dạy nghề); các viện nghiên cứu, các trung tâm...

5. **Khả năng phát triển và nâng cao trình độ**

Người học sau khi tốt nghiệp trình độ đại học ngành Marketing có khả năng tiếp tục học tập và nghiên cứu khoa học ở bậc sau đại học (thạc sĩ, tiến sĩ) của các ngành, lĩnh vực theo qui định hiện hành tại các cơ sở đào tạo trong nước và quốc tế. Tham gia các khóa học bồi dưỡng nâng cao và trình độ.

6. **Các chương trình đào tạo trong nước và quốc tế đã tham khảo**

6.1. *Các chương trình đào tạo trong nước*

| TT | Tên trường                              | Chương trình đào tạo |
|----|-----------------------------------------|----------------------|
| 1  | Trường Đại học Cần Thơ                  | Marketing            |
| 2  | Trường Đại học Thương mại               | Marketing            |
| 3  | Đại học Kinh tế quốc dân                | Marketing            |
| 4  | Trường Đại học Tài nguyên Môi trường    | Marketing            |
| 5  | Học viện công nghệ Bưu chính viễn thông | Marketing            |

6.2. *Các chương trình đào tạo nước ngoài*

| TT | Tên trường            | Quốc gia | Chương trình đào tạo |
|----|-----------------------|----------|----------------------|
| 1  | Davenport University  | Mỹ       | Marketing            |
| 2  | Franklin University   | Mỹ       | Marketing            |
| 3  | Soutampton University | Anh      | Marketing            |

Hà Nội, ngày ..... tháng ..... năm 2024

**CHỦ TỊCH HỘI ĐỒNG**

**THƯ KÝ HỘI ĐỒNG**

**TS. Nguyễn Thị Vân Anh**

**TS. Trương Thị Thu Hương**