



MỤC TIÊU, CHUẨN ĐẦU RA CỦA CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO
NGÀNH QUẢN TRỊ KINH DOANH
CHUYÊN NGÀNH QUẢN TRỊ MARKETING

(Ban hành kèm theo Quyết định số 6299/QĐ-ĐHDT ngày 06 tháng 9 năm 2024
của Hiệu trưởng Trường Đại học Đồng Tháp)

1. THÔNG TIN TỔNG QUÁT

STT	TÊN	NỘI DUNG
1	Tên chương trình đào tạo (tiếng Việt):	Quản trị kinh doanh (Chuyên ngành Quản trị Marketing)
2	Tên chương trình đào tạo (tiếng Anh):	Business Administration (Marketing Management)
3	Trình độ đào tạo:	Đại học
4	Mã ngành đào tạo:	7340101
5	Đối tượng tuyển sinh:	Tốt nghiệp THPT hoặc tương đương theo quy định hiện hành
6	Thời gian đào tạo:	4 năm (8 học kỳ)
7	Loại hình đào tạo:	Chính quy
8	Số tín chỉ yêu cầu:	120 tín chỉ (không bao gồm Giáo dục thể chất, Giáo dục quốc phòng và Ngoại ngữ)
9	Thang điểm:	Thang điểm 4
10	Điều kiện tốt nghiệp:	Theo quy định hiện hành
11	Văn bằng tốt nghiệp:	Bằng Cử nhân
12	Vị trí việc làm:	Sau khi tốt nghiệp, cử nhân ngành Quản trị Marketing có thể ứng tuyển vào các vị trí chuyên viên /nhân viên Marketing, truyền thông Marketing, Marketing số tương ứng với chuyên ngành được đào tạo và có cơ hội thăng tiến lên các vị trí cấp cao tại các đơn vị trong nước và quốc tế, tại các tập đoàn đa quốc gia, các tập đoàn, doanh nghiệp lớn: - Các doanh nghiệp, tổ chức với các công việc liên quan phối thức Marketing từ nghiên cứu thị trường, xây dựng kế hoạch Marketing chiến lược, quản trị sản phẩm, thương hiệu, phân

STT	TÊN	NỘI DUNG
		phối, bán hàng và truyền thông. - Các công ty chuyên cung ứng dịch vụ Marketing với các công việc về tư vấn Marketing, nghiên cứu thị trường, phân tích dữ liệu, tối ưu hoá trên các công cụ tìm kiếm, sáng tạo nội dung, quảng cáo, truyền thông, quan hệ công chúng, chiêu thị, Marketing trực tuyến. - Các cơ quan Bộ, Sở, ban ngành... về công việc Marketing địa phương, xây dựng thương hiệu địa phương, điểm đến, nhằm thu hút đầu tư, du lịch. Ngoài ra, cử nhân ngành Quản trị Marketing được trang bị những kiến thức, tạo dựng cơ hội để khởi nghiệp hoặc tiếp tục học tập, nghiên cứu ở bậc sau đại học trong nước và quốc tế hoặc giảng dạy về Marketing tại các tổ chức giáo dục.
13	Khả năng nâng cao trình độ:	Người tốt nghiệp có thể học lên bậc thạc sĩ, tiến sĩ trong nước và ngoài nước
14	Chương trình đào tạo tham khảo trong và ngoài nước	1. Ngành Quản trị Marketing, Trường Đại học Đà Nẵng, Việt Nam 2. Ngành Quản trị Marketing, Trường Đại học Tài chính - Marketing, Việt Nam 3. Ngành Quản trị Marketing, Đại học Thái Nguyên, Việt Nam 4. Ngành Marketing Administration, Trường University of Canberra, Úc

2. MỤC TIÊU VÀ CHUẨN ĐẦU RA CỦA CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO

2.1. Mục tiêu của Chương trình đào tạo (Program Objectives - POs)

2.1.1. Mục tiêu chung

Chương trình đào tạo cử nhân chuyên ngành Quản trị Marketing tập trung vào phát triển năng lực chuyên môn, kỹ năng thực hành và giá trị đạo đức, nhằm đáp ứng nhu cầu nhân lực chất lượng cao cho khu vực Đồng bằng Sông Cửu Long và cả nước.

2.2.2. Mục tiêu cụ thể

MỤC TIÊU	NỘI DUNG
PO1:	Có kiến thức cơ bản về khoa học chính trị và pháp luật, khoa học xã hội, kiến thức kinh doanh để thực hiện các hoạt động của tổ chức.
PO2:	Có năng lực quản trị marketing từ việc lập kế hoạch đến thực hiện và đánh giá hiệu quả hoạt động Marketing của tổ chức.
PO3:	Có năng lực khởi nghiệp và điều hành một doanh nghiệp trong các lĩnh vực khác nhau.
PO4:	Thông hiểu về chuẩn mực đạo đức và trách nhiệm xã hội trong kinh doanh trong kỷ nguyên số hoá và toàn cầu hoá.

2.2. Chuẩn đầu ra

Người học sau khi tốt nghiệp Chương trình đào tạo chuyên ngành Quản trị Marketing của Trường Đại học Đồng Tháp có khả năng:

CĐR		NỘI DUNG
PLO1:	Vận dụng được những kiến thức cơ bản về khoa học chính trị, giáo dục thể chất, quốc phòng - an ninh, pháp luật trong thực tiễn	
	PI1.1	Vận dụng được kiến thức cơ bản về khoa học xã hội trong thực tiễn.
	PI1.2	Vận dụng được kiến thức cơ bản về giáo dục thể chất trong thực tiễn.
	PI1.3	Vận dụng được kiến thức cơ bản về quốc phòng-an ninh trong thực tiễn.
	PI1.4	Vận dụng được kiến thức cơ bản về pháp luật trong thực tiễn.
PLO2:	Áp dụng được các kiến thức cơ bản về kinh tế học, tài chính -tiền tệ, kế toán, các phương pháp nghiên cứu để đánh giá các hiện tượng kinh tế, tài chính	
	PI2.1	Nhận định được các quy luật, các hiện tượng kinh tế, xã hội trên cơ sở các kiến thức cơ bản về kinh tế học, tài chính -tiền tệ.
	PI2.2	Giải thích được các mối liên hệ giữa các chỉ tiêu kinh tế - xã hội dựa trên các phương pháp định tính và định lượng.
	PI2.3	Lập kế hoạch hoạt động kinh doanh dựa trên các kiến thức về quản trị học, marketing, kế toán cơ bản.
PLO3:	Đề xuất được kế hoạch marketing chuyên nghiệp cho các tổ chức	
	PI3.1	Phân tích được môi trường marketing và hoạt động kinh doanh của tổ chức
	PI3.2	Vận dụng phương pháp và công cụ để đánh giá hoạt động marketing của tổ chức
	PI3.3	Xác định được các phương án Marketing phù hợp cho tổ chức
PLO4:	Triển khai được kế hoạch marketing trong các tình huống kinh doanh khác nhau	
	PI4.1	Tổ chức thực hiện các hoạt động marketing trong tổ chức
	PI4.2	Phân bổ nguồn lực thực hiện hoạt động marketing trong tổ chức
	PI4.3	Đánh giá được việc thực hiện các hoạt động marketing trong tổ chức
PLO5:	Phát triển tư duy khởi nghiệp, đổi mới sáng tạo và khả năng nghiên cứu khoa học	
	PI5.1	Đề xuất được ý tưởng khởi nghiệp
	PI5.2	Áp dụng các lý thuyết và phương pháp nghiên cứu nhằm phát triển năng lực nghiên cứu khoa học và tự học.
PLO6:	Thể hiện được năng lực truyền thông và hợp tác nhằm phục vụ tốt cho công việc	

CĐR		NỘI DUNG
	PI6.1	Vận dụng hiệu quả kỹ năng giao tiếp, kỹ năng truyền đạt và tư duy phản biện trong giải quyết vấn đề, thích ứng trong môi trường hội nhập quốc tế, đa văn hóa và chuyển đổi số.
	PI6.2	Phối hợp làm việc nhóm hiệu quả
PLO7:	Thể hiện tác phong chuyên nghiệp, tinh thần trách nhiệm, có tính tổ chức kỷ luật cao	
	PI7.1	Có thái độ làm việc nghiêm túc, tự tin, tinh thần đổi mới sáng tạo trong công việc và khát vọng cống hiến
	PI7.2	Thể hiện được đạo đức nghề nghiệp, có trách nhiệm xã hội và ý thức xây dựng cộng đồng