

Số: 324/QĐ-ĐHTM

Hà Nội, ngày 24 tháng 4 năm 2021

QUYẾT ĐỊNH

**Ban hành chương trình đào tạo thạc sĩ Marketing thương mại
định hướng nghiên cứu**

HIỆU TRƯỞNG TRƯỜNG ĐẠI HỌC THƯƠNG MẠI

Căn cứ Luật Giáo dục đại học số 08/2012/QH13 ngày 18/6/2012 của Quốc hội; Luật số 34/2018/QH14 ngày 19/11/2018 của Quốc hội sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật Giáo dục đại học 2012;

Căn cứ Nghị định số 99/2019/NĐ-CP ngày 30/12/2019 của Thủ tướng Chính phủ về Quy định chi tiết và hướng dẫn thi hành một số điều của Luật sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật Giáo dục Đại học;

Căn cứ Thông tư số 09/2017/TT-BGDĐT ngày 4/4/2017 của Bộ trưởng Bộ Giáo dục & Đào tạo ban hành Quy định điều kiện, trình tự, thủ tục mở ngành đào tạo và đình chỉ tuyển sinh, thu hồi quyết định mở ngành đào tạo trình độ thạc sĩ, tiến sĩ;

Căn cứ Quyết định số 1699/QĐ-ĐHTM ngày 26/11/2018 của Hiệu trưởng Trường Đại học Thương mại ban hành Quy định về xây dựng và hoàn thiện chương trình đào tạo của Trường Đại học Thương mại;

Căn cứ Nghị quyết của Hội đồng Trường Đại học Thương mại về việc xây dựng chương trình đào tạo thạc sĩ Marketing thương mại định hướng nghiên cứu;

Xét đề nghị của Ông Trưởng Phòng Quản lý khoa học,

QUYẾT ĐỊNH

Điều 1. Ban hành chương trình đào tạo thạc sĩ Marketing thương mại định hướng nghiên cứu (có bản chương trình kèm theo):

Ngành đào tạo: Kinh doanh thương mại

Mã ngành: 8340121

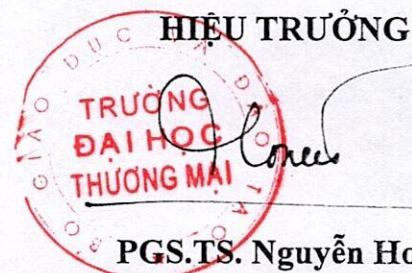
Chuyên ngành: Marketing thương mại

Điều 2. Quyết định này có hiệu lực thi hành kể từ ngày ký.

Điều 3. Các Ông (Bà) Trưởng Phòng Quản lý khoa học, Quản lý Sau Đại học, Trưởng khoa Marketing và các đơn vị liên quan chịu trách nhiệm thực hiện quyết định này;

Nơi nhân:

- Như điều 3 (để thực hiện);
- Lưu VT Trường;
- P.QLKH, P.QLSDH, K.Marketing.



CHUẨN ĐẦU RA CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO

Ngành đào tạo: Kinh doanh Thương mại

Chuyên ngành đào tạo: Marketing Thương mại

Trình độ đào tạo: Thạc sĩ

(Ban hành kèm theo Quyết định số 324/QĐ-ĐHTM ngày 2. tháng 4. năm 2021
của Hiệu trưởng Trường Đại học Thương mại)

1. Giới thiệu về chương trình đào tạo

- Tên chương trình đào tạo (tiếng Việt): Thạc sĩ Marketing Thương mại
- Tên chương trình đào tạo (tiếng Anh): Master of Commerce Business
- Trình độ đào tạo: Thạc sĩ
- Định hướng: Nghiên cứu
- Ngành đào tạo: Kinh doanh Thương mại Mã ngành: 8340121
- Chuyên ngành: Marketing Thương mại

2. Mục tiêu của chương trình

Chương trình đào tạo thạc sĩ ngành Kinh doanh Thương mại - chuyên ngành Marketing Thương mại được thiết kế để cung cấp người học nền tảng vững chắc về các kiến thức kinh doanh và marketing thương mại, kỹ năng, thái độ và năng lực tương ứng để thực hiện tổ chức quản lý kinh doanh và marketing thương mại. Người học tốt nghiệp có thể làm việc các loại hình tổ chức và doanh nghiệp khác nhau trong và ngoài nước: nhà nước, tư nhân, các tổ chức phi lợi nhuận và các tổ chức công.

3. Yêu cầu về kiến thức

- Nắm vững và vận dụng các phương pháp luận, các phương pháp nghiên cứu hữu ích trong quản lý các dự án, các nghiên cứu.
- Phân tích và đánh giá tác động tiềm ẩn của các yếu tố môi trường trong và ngoài nước đối với quản lý chiến lược, hoạt động kinh doanh và thương mại của các tổ chức;
- Phân tích và đánh giá các lĩnh vực then chốt của kinh doanh thương mại, gồm: kinh tế, quản lý, kinh doanh, chiến lược; các kiến thức của chuyên ngành marketing thương mại: marketing chiến lược, quan hệ khách hàng, nghiên cứu marketing và thị trường, quản lý hoạt động marketing thương mại của các tổ chức;
- Thực hành tốt quản lý kinh doanh và marketing thương mại hiện đại, bền vững trong bối cảnh phát triển nền kinh tế tri thức và kinh tế số; thực hành tốt các hành vi có đạo đức và quan hệ lao động có hiệu quả;

4. Yêu cầu về kỹ năng

- Thực hành tốt các kỹ năng nghiên cứu và phân tích các thông tin và các vấn đề phức tạp để hỗ trợ các quyết định kinh doanh và marketing thương mại, kỹ năng nghiên cứu nhận biết và phân tích tác động tiềm ẩn của môi trường kinh tế toàn cầu, khu vực, quốc gia.

- Thực hành tốt các kỹ năng quản lý tổng hợp phát triển chuyên môn theo tư duy chiến lược, phân tích có tính phản biện đa chiều, đánh giá có tính phê phán các phát hiện nghiên cứu nhằm giải quyết các vấn đề về kinh doanh và marketing thương mại;

- Thực hành tốt các kỹ năng hoạch định, phát triển, đánh giá các kế hoạch kinh doanh và marketing thương mại;

- Thực hành tốt các kỹ năng ra quyết định trong điều kiện kinh doanh bất ổn;

- Thực hành tốt các kỹ năng phát hiện, nghiên cứu phân tích, từ đó phát triển và thử nghiệm những giải pháp mới cho các vấn đề khó khăn của tổ chức và ngành trong kinh doanh và marketing thương mại.

- Thực hành tốt các kỹ năng làm việc độc lập, làm việc theo nhóm, tương tác hiệu quả để hoàn thành nhiệm vụ

- Thực hành tốt các kỹ năng tự học, tự nghiên cứu, vận dụng các phương pháp nghiên cứu, ; thực hành tốt các kỹ năng giao tiếp và trình bày bằng lời và văn bản.

- Kỹ năng tin học: Vận dụng các phần mềm tin học ứng dụng trong nghiên cứu khoa học để giải quyết các vấn đề trong kinh doanh và marketing kinh doanh và quản trị.

- Đạt chuẩn tiếng Anh tương đương bậc 4/6 Khung năng lực ngoại ngữ; hiểu được một báo cáo hay bài phát biểu về hầu hết các chủ đề trong công việc liên quan đến ngành kinh doanh và thương mại; diễn đạt bằng Tiếng Anh trong hầu hết các tình huống chuyên môn thông thường; viết báo cáo liên quan đến công việc chuyên môn; trình bày rõ ràng các ý kiến và phản biện một vấn đề kỹ thuật bằng Tiếng Anh.

5. Yêu cầu về thái độ

- Có phẩm chất đạo đức nghề nghiệp, tôn trọng luật pháp, có kỷ luật;

- Có trách nhiệm xã hội; có tinh thần trách nhiệm cao với cộng đồng, hướng tới phục vụ cộng đồng;

- Có tinh thần hợp tác trong công việc, có quan hệ đúng mực với đối tác, có quan hệ tốt với đồng nghiệp;

- Có bản lĩnh, dám nghĩ dám làm, có trách nhiệm với bản thân, công việc, nghề nghiệp và xã hội;

- Có ý thức kỷ luật và trách nhiệm cao và tác phong chuyên nghiệp;

- Trung thực, khách quan, năng động và sáng tạo.

7. Yêu cầu về năng lực tự chủ và trách nhiệm

- Có tư duy khoa học, tư duy chiến lược, tư duy phản biện, có khả năng lập luận, có kỹ năng xử lý tình huống và giải quyết vấn đề trong thực tiễn và công việc, có năng lực sáng tạo, đổi mới trong mọi tình huống.

- Có năng lực sáng tạo, có sáng kiến và tư duy đổi mới trong quản lý và điều hành hoạt động kinh doanh nói chung và kinh doanh thương mại nói riêng.

- Có năng lực phát hiện và giải quyết các vấn đề thuộc chuyên môn đào tạo và đề xuất những sáng kiến có giá trị;

- Có năng lực tự định hướng phát triển năng lực cá nhân, thích nghi với môi trường làm

việc có tính cạnh tranh cao và năng lực dẫn dắt chuyên môn;

- Có năng lực đưa ra được những kết luận mang tính chuyên gia về các vấn đề phức tạp của chuyên môn, nghiệp vụ;

- Có năng lực bảo vệ và chịu trách nhiệm về những kết luận chuyên môn;

- Có năng lực nhận định đánh giá và quyết định phương hướng phát triển nhiệm vụ công việc được giao; có khả năng dẫn dắt chuyên môn để xử lý những vấn đề lớn của doanh nghiệp và của ngành.

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

Người học tốt nghiệp chương trình thạc sĩ ngành Kinh doanh Thương mại - chuyên ngành Marketing Thương mại có thể đảm nhiệm vị trí lãnh đạo, quản lý cấp cao và cấp trung ở các tổ chức (doanh nghiệp, tổ chức kinh tế - xã hội, các đơn vị và cơ quan quản lý nhà nước, các cơ sở giáo dục và đào tạo, các viện và đơn vị nghiên cứu..) trong và ngoài nước.

- Lãnh đạo, quản lý cấp cao và cấp trung, chuyên viên, chuyên gia trong lĩnh vực kinh doanh và marketing thương mại, quản lý và kinh tế ở các tổ chức.

- Làm chuyên gia tham mưu cho lãnh đạo trong kinh doanh và marketing, cán bộ nguồn về quản lý kinh doanh và marketing thương mại của các tổ chức.

- Người khởi sự kinh doanh và tạo lập doanh nghiệp;

- Cán bộ giảng dạy, cán bộ nghiên cứu khoa học về kinh doanh thương mại, quản lý và kinh tế.

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

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

- Nâng cao trình độ qua các chương trình đào tạo, bồi dưỡng trong và ngoài nước đúng ngành, ngành gần và ngành phù hợp để đạt trình độ, bằng cấp cao hơn (tiến sĩ) ở tất cả các bậc đào tạo theo tiêu chuẩn; Có thể liên thông sang các ngành đào tạo khác;

- Tự nghiên cứu, học tập, bổ sung các tri thức và kỹ năng còn thiếu nhằm đáp ứng với yêu cầu của vị trí công tác và quy hoạch phát triển nhân sự ở đơn vị công tác.

- Tự phát triển kiến thức, kinh nghiệm, và trình độ chuyên môn thông qua việc không ngừng học tập, nghiên cứu và thực hành công tác.

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

10.1. Trong nước

- Chuẩn đầu ra trình độ thạc sĩ "Quản trị kinh doanh" Học viên nông nghiệp Việt Nam,

- Chuẩn đầu ra trình độ thạc sĩ "Quản trị kinh doanh" và của Viện Kinh tế và Quản lý - Trường Đại học Bách khoa Hà Nội.

10.2. Ngoài nước

- Chuẩn đầu ra của chương trình "Master of Business" của trường đại học UTS, của Australia.

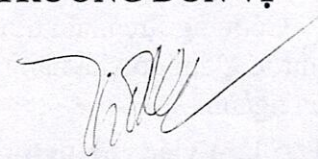
- Chuẩn đầu ra của chương trình "Master of Business" trường đại học Swinburn của Australia.

- Chuẩn đầu ra của chương trình "Master of Business" trường đại học Flinder của Australia.

Chuẩn đầu ra đã được thông qua Hội đồng khoa Marketing ngày tháng năm 2021.

HIỆU TRƯỞNG

PGS.TS Nguyễn Hoàng

TRƯỞNG ĐƠN VỊ

PGS,TS Phan Thị Thu Hoài

CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO

(Ban hành theo Quyết định số 321 ngày 2 tháng 4 năm 2020
của Hiệu trưởng Trường Đại học Thương mại)

Tên chương trình đào tạo: Thạc sĩ Marketing Thương mại
Tên chương trình đào tạo: Master of Commerce Business in Marketing
Trình độ đào tạo: Thạc sĩ
Định hướng: Nghiên cứu
Ngành đào tạo: Kinh doanh Thương mại Mã ngành: 8340121
Chuyên ngành: Marketing Thương mại

1. Mục tiêu đào tạo

Chương trình đào tạo thạc sĩ ngành Kinh doanh Thương mại - chuyên ngành Marketing Thương mại được thiết kế để cung cấp người học nền tảng vững chắc về các kiến thức kinh doanh và marketing thương mại, kỹ năng, thái độ và năng lực tương ứng để thực hiện tổ chức quản lý kinh doanh và marketing thương mại. Người học tốt nghiệp có thể làm việc các loại hình tổ chức và doanh nghiệp khác nhau trong và ngoài nước: nhà nước, tư nhân, các tổ chức phi lợi nhuận và các tổ chức công.

2. Chuẩn đầu ra

2.1. Kiến thức

- Nắm vững và vận dụng các phương pháp luận, các phương pháp nghiên cứu hữu ích trong quản lý các dự án, các nghiên cứu.
- Phân tích và đánh giá tác động tiềm ẩn của các yếu tố môi trường trong và ngoài nước đối với quản lý chiến lược, hoạt động kinh doanh và thương mại của các tổ chức;
- Phân tích và đánh giá các lĩnh vực then chốt của kinh doanh thương mại, gồm: kinh tế, quản lý, kinh doanh, chiến lược; các kiến thức của chuyên ngành marketing thương mại: marketing chiến lược, quan hệ khách hàng, nghiên cứu marketing và thị trường, quản lý hoạt động marketing thương mại của các tổ chức;
- Thực hành tốt quản lý kinh doanh và marketing thương mại hiện đại, bền vững trong bối cảnh phát triển nền kinh tế tri thức và kinh tế số; thực hành tốt các hành vi có đạo đức và quan hệ lao động có hiệu quả;

2.2. Kỹ năng

- Thực hành tốt các kỹ năng nghiên cứu và phân tích các thông tin và các vấn đề phức tạp để hỗ trợ các quyết định kinh doanh và marketing thương mại, kỹ năng nghiên cứu nhận biết và phân tích tác động tiềm ẩn của môi trường kinh tế toàn cầu, khu vực, quốc gia.

- Thực hành tốt các kỹ năng quản lý tổng hợp phát triển chuyên môn theo tư duy chiến lược, phân tích có tính phản biện đa chiều, đánh giá có tính phê phán các phát hiện nghiên cứu nhằm giải quyết các vấn đề về kinh doanh và marketing thương mại;

- Thực hành tốt các kỹ năng hoạch định, phát triển, đánh giá các kế hoạch kinh doanh và marketing thương mại;

- Thực hành tốt các kỹ năng ra quyết định trong điều kiện kinh doanh bất ổn;

- Thực hành tốt các kỹ năng phát hiện, nghiên cứu phân tích, từ đó phát triển và thử nghiệm những giải pháp mới cho các vấn đề khó khăn của tổ chức và ngành trong kinh doanh và marketing thương mại.

- Thực hành tốt các kỹ năng làm việc độc lập, làm việc theo nhóm, tương tác hiệu quả để hoàn thành nhiệm vụ

- Thực hành tốt các kỹ năng tự học, tự nghiên cứu, vận dụng các phương pháp nghiên cứu, ; thực hành tốt các kỹ năng giao tiếp và trình bày bằng lời và văn bản.

- Kỹ năng tin học: Vận dụng các phần mềm tin học ứng dụng trong nghiên cứu khoa học để giải quyết các vấn đề trong kinh doanh và marketing kinh doanh và quản trị.

- Đạt chuẩn tiếng Anh tương đương bậc 4/6 Khung năng lực ngoại ngữ; hiểu được một báo cáo hay bài phát biểu về hầu hết các chủ đề trong công việc liên quan đến ngành kinh doanh và thương mại; diễn đạt bằng Tiếng Anh trong hầu hết các tình huống chuyên môn thông thường; viết báo cáo liên quan đến công việc chuyên môn; trình bày rõ ràng các ý kiến và phản biện một vấn đề kỹ thuật bằng Tiếng Anh.

2.3. Năng lực tự chủ và trách nhiệm

- Có tư duy khoa học, tư duy chiến lược, tư duy phản biện, có khả năng lập luận, có kỹ năng xử lý tình huống và giải quyết vấn đề trong thực tiễn và công việc, có năng lực sáng tạo, đổi mới trong mọi tình huống.

- Có năng lực sáng tạo, có sáng kiến và tư duy đổi mới trong quản lý và điều hành hoạt động kinh doanh nói chung và kinh doanh thương mại nói riêng.

- Có năng lực phát hiện và giải quyết các vấn đề thuộc chuyên môn đào tạo và đề xuất những sáng kiến có giá trị;

- Có năng lực tự định hướng phát triển năng lực cá nhân, thích nghi với môi trường làm việc có tính cạnh tranh cao và năng lực dẫn dắt chuyên môn;

- Có năng lực đưa ra được những kết luận mang tính chuyên gia về các vấn đề phức tạp của chuyên môn, nghiệp vụ;

- Có năng lực bảo vệ và chịu trách nhiệm về những kết luận chuyên môn;

- Có năng lực nhận định đánh giá và quyết định phương hướng phát triển nhiệm vụ công việc được giao; có khả năng dẫn dắt chuyên môn để xử lý những vấn đề lớn của doanh nghiệp và của ngành.

2.4. Thái độ

- Có phẩm chất đạo đức nghề nghiệp, tôn trọng luật pháp, có kỷ luật;

- Có trách nhiệm xã hội; có tinh thần trách nhiệm cao với cộng đồng, hướng tới phục vụ cộng đồng;
- Có tinh thần hợp tác trong công việc, có quan hệ đúng mực với đối tác, có quan hệ tốt với đồng nghiệp;
- Có bản lĩnh, dám nghĩ dám làm, có trách nhiệm với bản thân, công việc, nghề nghiệp và xã hội;
- Có ý thức kỷ luật và trách nhiệm cao và tác phong chuyên nghiệp;
- Trung thực, khách quan, năng động và sáng tạo.

3. Yêu cầu đối với người dự tuyển

Người dự tuyển có bằng tốt nghiệp đại học:

- Thuộc ngành đúng (ngành Kinh doanh thương mại) không phải học bổ sung kiến thức.

- Thuộc ngành gần (các ngành đào tạo thuộc nhóm ngành Kinh doanh, mã 73401) phải học 2 học phần để bổ sung kiến thức: Marketing Thương mại (3TC), Marketing căn bản (3TC).

- Thuộc các ngành đào tạo khác (bằng tốt nghiệp đại học thuộc khối ngành kỹ thuật, tự nhiên, xã hội, ngôn ngữ) phải học bổ sung kiến thức 5 học phần: Marketing căn bản (3 TC), Marketing Thương mại (3TC), Quản trị marketing 1 (3TC), Nghiên cứu marketing (3TC), Quản trị thương hiệu 1 (3TC).

- Người dự tuyển tốt nghiệp đại học ở nước ngoài / chương trình liên kết quốc tế. Trường sẽ thành lập Hội đồng xét công nhận khối lượng chuyên đổi kết quả học tập và các học phần phải học bổ sung.

4. Phương thức tuyển sinh

Theo đề án tuyển sinh thạc sĩ hiện hành của Trường Đại học Thương mại.

5. Điều kiện tốt nghiệp

Người học sẽ được công nhận và cấp bằng tốt nghiệp sau khi hoàn thành chương trình đào tạo và đáp ứng các điều kiện theo Quy chế đào tạo trình độ thạc sĩ của Trường Đại học Thương mại.

6. Chương trình đào tạo trình độ thạc sĩ

6.1. Khái quát chương trình

Tổng số tín chỉ tích lũy: 60

Kiến thức chung: 06

Kiến thức ngành: BB: 06; TC: 06

Kiến thức chuyên ngành: BB: 06; TC: 12

Nghiên cứu khoa học: 09

Luận văn tốt nghiệp: 15

6.2. Cấu trúc chương trình

| STT | TÊN HỌC PHẦN | SỐ TC | CẤU TRÚC |
|-----|-----------------|-------|----------|
| 1 | KIẾN THỨC CHUNG | 6 | |

| | | | |
|-------------|--|-----------|-------|
| 1 | Triết học | 4 | 42,18 |
| 2 | Phương pháp nghiên cứu khoa học | 2 | 20,10 |
| 2 | KIẾN THỨC CƠ SỞ NGÀNH | 12 | |
| 2.1. | Các học phần bắt buộc | 6 | |
| 1 | Kinh tế vĩ mô | 2 | 20,10 |
| 2 | Quản lý Nhà nước về kinh tế | 2 | 20,10 |
| 3 | Quản trị chiến lược | 2 | 20,10 |
| 2.2 | Các học phần tự chọn (chọn 3 trong 6 HP sau) | 6 | |
| 1 | Quản trị sự thay đổi | 2 | 20,10 |
| 2 | Chiến lược chuỗi cung ứng | 2 | 20,10 |
| 3 | Quản trị tài chính nâng cao | 2 | 20,10 |
| 4 | Luật kinh tế nâng cao | 2 | 20,10 |
| 5 | Quản trị chất lượng hiện đại | 2 | 20,10 |
| 6 | Kinh tế nguồn nhân lực | 2 | 20,10 |
| 3 | KIẾN THỨC CHUYÊN NGÀNH | 18 | |
| 3.1 | Các học phần bắt buộc | 6 | |
| 1 | Marketing Thương mại trong môi trường số | 2 | 20,10 |
| 2 | Nghiên cứu hành vi khách hàng | 2 | 20,10 |
| 3 | Quản trị quan hệ khách hàng | 2 | 20,10 |
| 3.2 | Các học phần tự chọn (chọn 6 trong 12 HP sau) | 12 | |
| 1 | Quản trị dịch vụ nâng cao | 2 | 20,10 |
| 2 | Kinh tế học tiền tệ, ngân hàng và thị trường tài chính | 2 | 20,10 |
| 3 | Quản trị thương hiệu sản phẩm và doanh nghiệp | 2 | 20,10 |
| 4 | Ứng dụng thương mại điện tử trong doanh nghiệp | 2 | 20,10 |
| 5 | Quản trị thị trường chiến lược | 2 | 20,10 |
| 6 | Dự án nghiên cứu marketing | 2 | 20,10 |
| 7 | Lãnh đạo và quản lý | 2 | 20,10 |
| 8 | Thương mại và đầu tư quốc tế | 2 | 20,10 |
| 9 | Marketing xuất khẩu | 2 | 20,10 |
| 10 | Marketing tài chính và ngân hàng nâng cao | 2 | 20,10 |
| 11 | Kiểm toán hoạt động | 2 | 20,10 |
| 12 | Truyền thông và PR của doanh nghiệp | 2 | 20,10 |

| | | | |
|---|---------------------|----|--|
| 4 | NGHIÊN CỨU KHOA HỌC | 9 | |
| 5 | LUẬN VĂN TỐT NGHIỆP | 15 | |
| | Tổng số tín chỉ | 60 | |

6.3. Mô tả các học phần trong chương trình đào tạo

Mục tiêu và tóm tắt nội dung chính của các học phần trong chương trình đào tạo (Xem phụ lục kèm theo)

7. Kế hoạch đào tạo

| STT | Kỳ học (Số TC) | Khối kiến thức, học phần đào tạo | Giảng viên |
|-----|--------------------|--|---|
| 1 | Kì thứ nhất (14TC) | I/Kiến thức chung (các học phần bắt buộc) | |
| | | Triết học | 1. PGS.TS Phương Kỳ Sơn 2. TS. Tạ Thị Vân Hà 3. TS. Đặng Minh Tiến |
| | | Phương pháp NCKH | 1. TS Lê Tiến Đạt 2. TS Phạm Thị Minh Uyên |
| | | II/Kiến thức cơ sở ngành (các học phần bắt buộc) | |
| | | Kinh tế vĩ mô | 1. PGS.TS Phạm Thị Tuệ 2. TS. Phan Thế Công 3. TS. Nguyễn Thị Thu Hiền 4. TS. Trần Việt Thảo |
| | | Quản lý Nhà nước về kinh tế | 1. PGS, TS Hà Văn Sự 2. TS Thân Danh Phúc 3. TS Chu Thị Thùy |
| | | Quản trị chiến lược | 1. TS Đỗ Thị Bình 2. PGS, TS Nguyễn Hoàng Long 3. PGS, TS Nguyễn Hoàng Việt 4. PGS, TS Nguyễn Hoàng 5. PGS, TS Nguyễn Đức Nhuận |
| | | II/Kiến thức cơ sở ngành (các học phần tự chọn, chọn 03 học phần tổng 6TC) | |
| | | Luật kinh tế nâng cao | 1. PGS. TS. Trần Thị Thu Phương |

| | | | |
|----|------------------------------|--|--|
| | | | 2. TS. Trần Thành Thọ 3. TS. Nguyễn Thị Tinh |
| 2. | Kì thứ hai (16TC) | Quản trị sự thay đổi | 1. PGS.TS Nguyễn Thị Bích Loan 2. PGS.TS Trần Hùng 3. PGS.TS Bùi Hữu Đức 4. TS. Nguyễn Thị Thanh Nhân 5. TS. Trần Thị Hoàng Hà 6. TS. Nguyễn Thanh Hải 7. GS.TS Phạm Vũ Luận |
| | | Chiến lược chuỗi cung ứng | 1. PGS,TS An Thị Thanh Nhân 2. PGS,TS Nguyễn Văn Minh (T) 3. TS Lục Thị Thu Hương |
| | | Quản trị tài chính nâng cao | 1. TS. Phạm Tuấn Anh 2. PGS.TS Lê Thị Kim Nhung 3. TS. Vũ Xuân Dũng |
| | | Kinh tế nguồn nhân lực | 1. PGS.TS Phạm Công Đoàn 2. PGS.TS Nguyễn Thị Nguyên Hồng 3. PGS.TS Nguyễn Thị Minh Nhân 4. TS. Chu Thị Thủy 5. TS. Nguyễn Thị Liên |
| | | Quản trị chất lượng hiện đại | PGS.TS Đỗ thị Ngọc TS Nguyễn Hóa TS Đặng Thu Hương |
| | | III/Kiến thức chuyên ngành (các học phần bắt buộc) | |
| | | Nghiên cứu hành vi khách hàng | PGS. TS. Phạm Thúy Hồng TS. Nguyễn Thị Thanh Nhân TS. Phùng Thị Thủy TS. Nguyễn Hoàng Giang T.S. Nguyễn Bảo Ngọc |
| | | Quản trị quan hệ khách hàng | 1. PGS.TS. Phan Thị Thu Hoài 2. PGS. TS. Phạm Thúy Hồng 3. PGS,TS. Cao Tuấn Khanh |
| | | Marketing thương mại trong môi trường số | 1. TS. Cao Tuấn Khanh 2. PGS.TS Phan Thị Thu Hoài |

| | | | |
|----|-------------------------|---|--|
| | | | 3. PGS.TS Nguyễn Tiến Dũng 4. PGS.TS Nguyễn Hoàng Long |
| | | III/Kiến thức chuyên ngành • <i>Học phần tự chọn</i> (chọn 6 trong 12 học phần) | |
| | | Quản trị dịch vụ nâng cao | 1. PGS.TS Bùi Xuân Nhân 2. PGS.TS Nguyễn Thị Nguyên Hồng 3. TS. Nguyễn Thị Tú 4. TS. Trần Thị Bích Hằng |
| | | Kinh tế học tiền tệ, ngân hàng và thị trường tài chính | 1. PGS,TS. Lê Thị Kim Nhung 2. TS. Vũ Xuân Dũng 3. TS. Nguyễn Thị Minh Hạnh 4. TS. Nguyễn Thanh Huyền |
| | | Quản trị thương hiệu sản phẩm và doanh nghiệp | 1. PGS.TS Nguyễn Quốc Thịnh 2. TS. Lục Thị Thu Hương 3. PGS.TS Doãn Kế Bôn |
| | | Ứng dụng TMĐT trong doanh nghiệp | 1. PGS.TS. Nguyễn Văn Minh (I) 2. TS. Nguyễn Trần Hưng 3. TS. Chử Bá Quyết 4. TS. Trần Hoài Nam |
| | | Dự án nghiên cứu marketing | PGS. TS. Phạm Thúy Hồng TS. Nguyễn Thị Thanh Nhân TS. Phùng Thị Thủy TS. Nguyễn Hoàng Giang T.S. Nguyễn Bảo Ngọc |
| | | Quản trị thị trường chiến lược | 1. PGS,TS Nguyễn Hoàng Long 2. PGS,TS Nguyễn Hoàng Việt |
| 3. | Kì thứ ba (14TC) | Lãnh đạo và quản lý | 1. PGS.TS Nguyễn Thị Bích Loan 2. PGS.TS Trần Hùng 3. PGS.TS Bùi Hữu Đức 4. TS. Nguyễn Thị Thanh Nhân 5. TS. Trần Thị Hoàng Hà 6. TS. Nguyễn Thanh Hải 7. GS.TS Phạm Vũ Luận |

| | | | |
|----|------------------|--|--|
| | | | 3. PGS.TS Nguyễn Tiến Dũng 4. PGS.TS Nguyễn Hoàng Long |
| | | III/Kiến thức chuyên ngành • Học phần tự chọn (chọn 6 trong 12 học phần) | |
| | | Quản trị dịch vụ nâng cao | 1. PGS.TS Bùi Xuân Nhân 2. PGS.TS Nguyễn Thị Nguyên Hồng 3. TS. Nguyễn Thị Tú 4. TS. Trần Thị Bích Hằng |
| | | Kinh tế học tiền tệ, ngân hàng và thị trường tài chính | 1. PGS,TS. Lê Thị Kim Nhung 2. TS. Vũ Xuân Dũng 3. TS. Nguyễn Thị Minh Hạnh 4. TS. Nguyễn Thanh Huyền |
| | | Quản trị thương hiệu sản phẩm và doanh nghiệp | 1. PGS.TS Nguyễn Quốc Thịnh 2. TS. Lục Thị Thu Hương 3. PGS.TS Doãn Kế Bôn |
| | | Ứng dụng TMĐT trong doanh nghiệp | 1. PGS.TS. Nguyễn Văn Minh (I) 2. TS. Nguyễn Trần Hưng 3. TS. Chử Bá Quyết 4. TS. Trần Hoài Nam |
| | | Dự án nghiên cứu marketing | PGS. TS. Phạm Thúy Hồng TS. Nguyễn Thị Thanh Nhân TS. Phùng Thị Thủy TS. Nguyễn Hoàng Giang T.S. Nguyễn Bảo Ngọc |
| | | Quản trị thị trường chiến lược | 1. PGS.TS Nguyễn Hoàng Long 2. PGS.TS Nguyễn Hoàng Việt |
| 3. | Kì thứ ba (14TC) | Lãnh đạo và quản lý | 1. PGS.TS Nguyễn Thị Bích Loan 2. PGS.TS Trần Hùng 3. PGS.TS Bùi Hữu Đức 4. TS. Nguyễn Thị Thanh Nhân 5. TS. Trần Thị Hoàng Hà 6. TS. Nguyễn Thanh Hải 7. GS.TS Phạm Vũ Luận |
| | | Thương mại và Đầu tư | 1. PGS.TS. Doãn Kế Bôn |

| | | | |
|---|------------------|---|--|
| | | quốc tế | 2. TS. Lê Thị Việt Nga 3. TS. Nguyễn Bích Thủy |
| | | Marketing xuất khẩu | 1. PGS,TS. Cao Tuấn Khanh 2. GS,TS Nguyễn Bách Khoa 3. PGS. TS. Phạm Thúy Hồng 4. PGS,TS Nguyễn Tiến Dũng |
| | | Truyền thông và PR doanh nghiệp | 1. TS. Cao Tuấn Khanh 2. PGS,TS Phan Thị Thu Hoài 3. PGS,TS Nguyễn Tiến Dũng |
| | | Marketing tài chính và Ngân hàng nâng cao | 1. PGS,TS. Phan Thị Thu Hoài 2. PGS,TS. Nguyễn Tiến Dũng 3. TS Phùng Thị Thủy 4. TS. Nguyễn Hoàng Giang |
| | | Kiểm toán hoạt động | 1. PGS,TS Phạm Đức Hiếu 2. PGS,TS. Nguyễn Phú Giang 3. TS. Nguyễn Việt Tiên 4. TS Nguyễn Thị Hồng Lam |
| | | NGHIÊN CỨU KHOA HỌC – Thực hành dự án nghiên cứu marketing | 1. PGS,TS Nguyễn Hoàng Long 2. PGS. TS. Cao Tuấn Khanh 3. PGS,TS Phan Thị Thu Hoài 4. PGS,TS Nguyễn Tiến Dũng 5. PGS. TS. Phạm Thúy Hồng 6. TS. Nguyễn Thị Thanh Nhân 7. TS. Phùng Thị Thủy 8. TS. Nguyễn Hoàng Giang 9. TS. Nguyễn Bảo Ngọc 10. TS. Nguyễn Thu Quỳnh |
| 4 | Kì thứ tư (15TC) | LUẬN VĂN TỐT NGHIỆP | |

Lưu ý: Đóng kèm toàn bộ đề cương (mẫu số 4) các học phần trong CTĐT

HIỆU TRƯỞNG

(Ký và ghi rõ họ tên)



PGS,TS Nguyễn Hoàng

TRƯỞNG ĐƠN VỊ

(Ký và ghi rõ họ tên)

PGS,TS Phan Thị Thu Hoài