

Số: 1022/QĐ-HVCSPT

Hà Nội, ngày 01 tháng 8 năm 2025

QUYẾT ĐỊNH

V/v ban hành chương trình đào tạo trình độ đại học ngành Marketing

GIÁM ĐỐC HỌC VIỆN CHÍNH SÁCH VÀ PHÁT TRIỂN

Căn cứ Thông tư 17/2021/TT-BGDĐT ngày 22/06/2021 của Bộ Giáo dục và Đào tạo ban hành Quy định về chuẩn chương trình đào tạo; xây dựng, thẩm định và ban hành chương trình đào tạo các trình độ của giáo dục đại học;

Căn cứ Nghị định số 29/2022/NĐ-CP ngày 24/02/2025 của Chính phủ quy định chức năng, nhiệm vụ, quyền hạn và cơ cấu tổ chức của Bộ Tài chính;

Căn cứ Nghị quyết số 08/NQ-HĐHVCSPT ngày 02/11/2021 của Hội đồng học viện Học viện Chính sách và Phát triển ban hành Quy chế Tổ chức và hoạt động của Học viện Chính sách và Phát triển;

Căn cứ Nghị quyết số 11/NQ-HĐHVCSPT ngày 24/4/2025 của Hội đồng học viện Học viện Chính sách và Phát triển sửa đổi, bổ sung một số điều của Quy chế Tổ chức và hoạt động của Học viện Chính sách và Phát triển;

Căn cứ Quyết định số 390/QĐ-BTC ngày 26/02/2025 của Bộ trưởng Bộ Tài chính về việc tổ chức lại các đơn vị sự nghiệp công lập trong lĩnh vực đào tạo, bồi dưỡng thành Học viện Chính sách và Phát triển thuộc Bộ Tài chính;

Căn cứ Quyết định số 509/QĐ-HVCSPT ngày 06/07/2021 của Giám đốc Học viện Chính sách và Phát triển về việc ban hành quy định về chuẩn chương trình đào tạo; xây dựng, thẩm định và ban hành chương trình đào tạo tại Học viện Chính sách và Phát triển;"

Căn cứ đề xuất của khoa Quản trị kinh doanh và Biên bản thông qua chương trình đào tạo trình độ đại học ngành Marketing của Hội đồng khoa học và đào tạo Học viện;

Theo đề nghị của Trưởng phòng Phòng Quản lý đào tạo.

QUYẾT ĐỊNH:

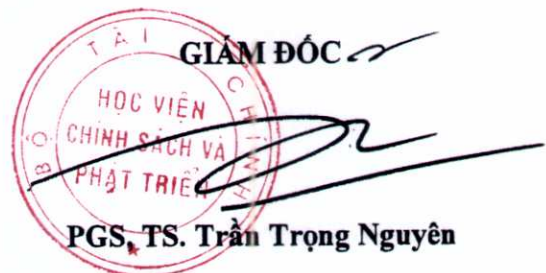
Điều 1. Ban hành kèm theo Quyết định này chương trình đào tạo trình độ đại học ngành Marketing của Học viện Chính sách và Phát triển. (Có chương trình đào tạo chi tiết kèm theo).


Điều 2. Quyết định này được áp dụng đào tạo cho các sinh viên đại học từ khoá tuyển sinh năm 2025 (Khoá 16) tại Học viện Chính sách và Phát triển.

Điều 3. Trưởng phòng Phòng Quản lý Đào tạo, Trưởng khoa Khoa Quản trị kinh doanh, Người đứng đầu các đơn vị và các cá nhân có liên quan chịu trách nhiệm thi hành Quyết định này./.

Nơi nhận:

- Như Điều 3;
- Các đơn vị thuộc HV;
- Lưu: VT, QLĐT (4b).


GIÁM ĐỐC
PGS, TS. Trần Trọng Nguyễn

**CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO**
(Ban hành kèm theo Quyết định số 1022/QĐ-HVCSPT ngày 01 tháng 8 năm 2025 của Giám đốc Học viện Chính sách và Phát triển)

NGÀNH ĐÀO TẠO:	MARKETING
MÃ SỐ:	7340115
TRÌNH ĐỘ ĐÀO TẠO:	ĐẠI HỌC
CHUYÊN NGÀNH:	QUẢN TRỊ MARKETING CLC

1. Mục tiêu

1.1. Mục tiêu chung

Chương trình đào tạo Quản trị marketing chất lượng cao nhằm đào tạo cử nhân có phẩm chất chính trị, đạo đức nghề nghiệp, sức khỏe tốt, có kiến thức nền tảng về kinh tế, chính sách, tài chính, quản trị kinh doanh, có kiến thức chuyên sâu về marketing và quản trị marketing để phân tích, dự báo, đánh giá, lập kế hoạch và thực thi các công việc thuộc chức năng marketing và xây dựng phát triển thương hiệu trong bối cảnh toàn cầu hóa và kỹ nguyên số. Có tư duy sáng tạo, khả năng làm việc độc lập và học tập suốt đời. Có khả năng đảm nhận được các vị trí chuyên viên, nhà quản lý trong lĩnh vực marketing tại các tổ chức, doanh nghiệp trong nước và quốc tế trong môi trường kinh doanh số và có thể tiếp tục tham gia học tập ở các bậc đào tạo cao hơn.

1.2. Mục tiêu cụ thể

PO1: Có kiến thức nền tảng về kinh tế - chính trị - xã hội, để xây dựng hệ tư duy kinh doanh và quản lý, kiến thức cốt lõi về marketing và quản trị marketing như xây dựng chiến lược, lập kế hoạch marketing.

PO2: Có kiến thức chuyên sâu về marketing như phân tích hành vi khách hàng, dự báo xu hướng tiêu dùng, chiến lược thương hiệu, nhượng quyền thương hiệu, dự án xây dựng và phát triển thương hiệu, quản trị nội dung số, quản trị quảng cáo, quản trị bán hàng, thương mại điện tử và truyền thông marketing tích hợp;

PO3: Có khả năng kết hợp các kỹ năng cần thiết và kỹ năng chuyên sâu về marketing nhằm phát hiện và giải quyết nhanh các vấn đề trong lập và triển khai dự án marketing, xây dựng và phát triển thương hiệu; có khả năng sử dụng thành thạo các phương pháp, công cụ vào nghiên cứu thị trường, vận hành kênh bán, thiết kế và triển khai truyền thông trên các nền tảng; có tư duy khởi nghiệp, tạo việc làm cho mình và cho người khác;

PO 4: Có khả năng sử dụng thành thạo ngoại ngữ và ứng dụng công nghệ thông tin trong marketing và có tư duy về chuyển đổi số, nắm bắt xu hướng công nghệ mới trong marketing, kinh tế và kinh doanh, kỹ năng sử dụng các công cụ, phần mềm phục vụ phân tích dữ liệu và ra quyết định về chiến lược, kế hoạch marketing

- Lĩnh vực giảng dạy và nghiên cứu: Học bậc cao hơn để giảng dạy hoặc làm việc tại các trường đại học, viện nghiên cứu.
- Quản lý hoạt động tuyển dụng cho các cơ quan nhà nước
- Đến lĩnh vực Marketing, Marketing số, quản lý thông tin Marketing.
- Tự lập nghiệp bằng việc khởi sự kinh doanh, tạo lập doanh nghiệp có liên quan kiện, nhân viên kinh doanh, chăm sóc khách hàng.
- Các doanh nghiệp/ tổ chức sản xuất kinh doanh: Với các vị trí như phát triển sản phẩm, xây dựng kênh phân phối, digital marketing, tuyển dụng marketing, tổ chức sự kiện và phân tích thị trường, phân tích dữ liệu khách hàng.
- Các công ty/ tổ chức về nghiên cứu thị trường: Đàm nhân các công việc nghiên cứu và phân tích thị trường, phân tích dữ liệu khách hàng.
- Làm việc tại Công ty đa quốc gia về Marketing và quản lý thương hiệu.
- Các công ty/ tổ chức về nghiên cứu thị trường, phân tích dữ liệu của người dùng trên nền tảng số.
- Các công ty dịch vụ về marketing (Agency): Thực hiện các công việc lập thực thi kế hoạch xây dựng và tuyển dụng thông tin marketing, kế hoạch marketing mạng xã hội, thực hiện kế hoạch marketing liên kết, thiết kế trải nghiệm người dùng, nghiên cứu hành vi, phân tích dữ liệu của người dùng trên nền tảng số.

thể làm việc tại: marketing của các doanh nghiệp, tổ chức. Cử nhân chuyên ngành Marketing số cũng có thể làm việc ở các công ty về marketing hay làm chuyên viên, quản trị Người học sau khi tốt nghiệp cử nhân ngành Marketing, chuyên ngành Marketing

Vị trí việc làm sau khi tốt nghiệp

bậc cao hơn như chương trình đào tạo sau đại học. Có khả năng nghiên cứu chuyên sâu và tiếp tục học tập ở các chương trình đào tạo chuyên môn, nghiệp vụ; Có khả năng tự hoạch định kế hoạch đào tạo và tự đào tạo để nâng cao trình độ

❖ Khả năng học tập, năng cao trình độ sau khi tốt nghiệp

- 1.4. Khả năng học tập, năng cao trình độ và vị trí việc làm sau khi tốt nghiệp sâu.
- trong thực tiễn, đặc biệt là sử dụng các công cụ phân tích, xử lý dữ liệu ở mức độ chuyên Office Specialist); sử dụng Tin học một cách thành thạo để giải quyết vấn đề hiệu quả Certification), ICDL (International Computer Driving Licence) hoặc MOS (Microsoft
- Đạt trình độ tin học: Chứng chỉ tin học quốc tế IC3 (Internet and Computing Core lực ngoại ngữ 6 bậc dùng cho Việt Nam.
- Có khả năng nghe, nói, đọc, viết Tiếng Anh trình độ tương đương bậc 3 theo khung năng
- Đạt trình độ về ngoại ngữ: Theo chuẩn đầu ra của Học viện Chính sách và Phát triển.

1.3. Trình độ ngoại ngữ và tin học

trong pháp luật nhằm phục vụ tốt cho sự phát triển bên trong xã hội và cộng đồng. cũng như học tiếp các chương trình đào tạo ở trình độ cao hơn; có ý thức kỷ luật và tôn các kỹ năng làm việc độc lập, có khả năng thích ứng cao, tự học và học tập suốt đời, nhiệm, có định hướng nghề nghiệp rõ ràng, có sức khỏe, bản lĩnh chính trị và đạo đức, PO 5: Có khả năng tự chủ, sáng tạo và đổi mới trong công việc, có tinh thần trách

2. Chuẩn đầu ra

2.1. Chuẩn đầu ra CTĐT

2.1.1. Chuẩn về kiến thức

a) Chuẩn đầu ra chung của Học viện

PLO 1.1: Nắm vững được phương pháp luận của chủ nghĩa Mác – Lê nin; hiểu về thể chế nhà nước, quy trình và tác động của chính sách, vận dụng vào giải quyết vấn đề thực tiễn trong quá trình phát triển nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa.

PLO 1.2: Vận dụng các quy luật của kinh tế thị trường, ứng dụng công cụ phân tích kinh tế vào thực tiễn để giải quyết vấn đề kinh tế - xã hội, đưa ra các quyết định kinh doanh thích ứng với sự thay đổi, phát triển của kinh tế thế giới.

b) Chuẩn đầu ra chung của ngành

PLO 1.3: Vận dụng kiến thức kinh tế, quản trị kinh doanh và kiến thức cốt lõi về marketing và quản trị marketing để giải thích các hiện tượng kinh tế, kinh doanh, đặc điểm thị trường và hành vi khách hàng nhằm đề xuất giải pháp giúp doanh nghiệp/tổ chức thích ứng với sự thay đổi của nền kinh tế trong kỷ nguyên số.

c) Chuẩn đầu ra của chuyên ngành

PLO 1.4: Phân tích, kết hợp các kiến thức chuyên sâu về marketing để lập kế hoạch, thực thi, đánh giá và đo lường hiệu quả kế hoạch marketing, xây dựng và phát triển thương hiệu phục vụ cho việc ra quyết định marketing của doanh nghiệp.

2.1.2. Chuẩn về kỹ năng

PLO 2.1: Năng lực ngoại ngữ đạt bậc 3/6 Khung năng lực ngoại ngữ của Việt Nam và ứng dụng công nghệ thông tin đáp ứng yêu cầu công việc.

PLO 2.2: Vận dụng các kiến thức khoa học xã hội, khoa học chính trị, pháp luật và các kiến thức kinh tế, quản trị kinh doanh, tài chính và kiến thức lõi về marketing nhằm nhận biết, đánh giá và giải quyết các vấn đề của hoạt động marketing trong doanh nghiệp và tổ chức.

PLO 2.3: Thiết kế, triển khai thực hiện các kế hoạch marketing và kế hoạch xây dựng, phát triển thương hiệu cho doanh nghiệp và tổ chức.

PLO 2.4: Có khả năng nghiên cứu, tư duy logic, nghệ thuật, sáng tạo, làm việc độc lập, làm việc nhóm, quản lý thời gian, khả năng giao tiếp và xây dựng và duy trì các mối quan hệ.

2.1.3. Chuẩn đầu ra năng lực tự chủ & trách nhiệm nghề nghiệp

PLO 3.1: Thái độ, tác phong làm việc chuyên nghiệp và khả năng học tập suốt đời để phát triển năng lực cá nhân.

PLO 3.2: Năng lực làm việc độc lập và tinh thần chịu trách nhiệm cá nhân đối với hoạt động chuyên môn.

2.2. Tiêu chí đánh giá (Ma trận PI)

DR của CTĐT (PLO)	Mã PI	Nội dung tiêu chí đánh giá
PLO 1.1: Nắm vững được phương pháp luận của chủ nghĩa Mác – Lê nin; hiểu về thể chế nhà nước, quy trình và tác động của chính sách, vận dụng vào giải quyết vấn đề thực tiễn trong quá trình phát triển nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa.	PI 1.1.1	Trình bày được phương pháp luận, tri thức khoa học của chủ nghĩa Mác- Lê nin, tư tưởng HCM, vận dụng vào giải quyết các vấn đề thực tiễn
	PI 1.1.2	Hiểu về thể chế Nhà nước; trình bày được quy trình xây dựng và thực thi chính sách. Phân tích được tình huống tác động của chính sách tới tình hình kinh tế xã hội tại Việt Nam.
PLO 1.2: Hiểu, vận dụng các quy luật của kinh tế thị trường, ứng dụng công cụ phân tích kinh tế vào thực tiễn để giải quyết vấn đề kinh tế - xã hội, đưa ra các quyết định kinh doanh thích ứng với sự thay đổi, phát triển của kinh tế thế giới.	PI 1.2.1	Nắm vững kiến thức toán, thống kê, phương pháp nghiên cứu, vận dụng vào giải bài toán kinh tế, tìm điểm tối ưu trong kinh doanh.
	PI 1.2.2	Nắm vững nguyên lý của kinh tế học, lý thuyết về kinh tế thị trường, vận dụng vào giải quyết các vấn đề thực tiễn. Phân tích, bình luận được các tình huống kinh tế - xã hội.
PLO 1.3: Vận dụng kiến thức kinh tế, quản trị kinh doanh và kiến thức cốt lõi về marketing và quản trị marketing để giải thích các hiện tượng kinh tế, kinh doanh, đặc điểm thị trường và hành vi khách hàng nhằm đề xuất giải pháp giúp doanh nghiệp/tổ chức thích ứng với sự thay đổi của nền kinh tế trong kỷ nguyên số.	PI 1.3.1	Giải thích và vận dụng được các nguyên lý, chức năng quản trị, marketing căn bản, tâm lý kinh doanh nhằm giải quyết các vấn đề thực tế của doanh nghiệp.
	PI 1.3.2	Liệt kê, mô tả và phân tích được các chiến lược kinh doanh, marketing, các mô hình đổi mới sáng tạo, khởi sự kinh doanh, các bước xây dựng chiến lược kinh doanh và marketing, cho doanh nghiệp/ tổ chức
	PI 1.3.3	Sử dụng được các công cụ để nghiên cứu thị trường, phân tích được đặc điểm thị trường, hành vi khách hàng, phân tích hiệu quả kinh doanh, đề xuất được kế hoạch marketing, nghiên cứu thị trường, quản trị thương hiệu cho doanh nghiệp và tổ chức.

<p>PLO 1.4: Phân tích, kết hợp các kiến thức chuyên sâu về marketing để lập kế hoạch, thực thi, đánh giá và đo lường hiệu quả kế hoạch marketing, xây dựng và phát triển thương hiệu phục vụ cho việc ra quyết định marketing của doanh nghiệp.</p>	PI 1.4.1	Ghi nhớ, phân loại, phân tích và tổ chức triển khai được các bước thực hiện xây dựng chiến lược thương hiệu, nhượng quyền thương hiệu nhằm lập kế hoạch xây dựng thương hiệu cho doanh nghiệp/ tổ chức. Phân tích, bình luận được các tình huống thực tiễn.
	PI 1.4.2	Biết sử dụng các công cụ, ứng dụng AI vào marketing, thiết kế và sáng tạo nội dung, các công cụ mạng xã hội, quảng cáo nhằm xây dựng kế hoạch truyền thông thương hiệu cho một doanh nghiệp /tổ chức
<p>PLO 2.1: Năng lực ngoại ngữ đạt bậc 3/6 Khung năng lực ngoại ngữ của Việt Nam và ứng dụng công nghệ thông tin đáp ứng yêu cầu công việc.</p>	PI 2.1.1	Có khả năng nghe, nói, đọc, viết Tiếng Anh trình độ tương đương bậc 3 theo khung năng lực ngoại ngữ 6 bậc dùng cho Việt Nam đáp ứng yêu cầu công việc
	PI 2.1.2	Sử dụng tin học một cách hiệu quả để truyền đạt thông tin và giải quyết vấn đề trong thực tiễn.
<p>PLO 2.2: Vận dụng các kiến thức khoa học xã hội, khoa học chính trị, pháp luật và các kiến thức kinh tế, quản trị kinh doanh, tài chính và kiến thức lõi về marketing nhằm nhận biết, đánh giá và giải quyết các vấn đề của hoạt động marketing trong doanh nghiệp và tổ chức.</p>	PI 2.2.1	Nhận biết và đánh giá được những vấn đề kinh tế, chính trị, văn hoá, xã hội theo đường lối, chính sách, pháp luật của Đảng và Nhà nước
	PI 2.2.2	Áp dụng các công cụ phân tích dữ liệu, các mô hình đổi mới sáng tạo nhằm xây dựng chiến lược kinh doanh và chiến lược marketing cho doanh nghiệp/ tổ chức
	PI 2.2.3	Xác định được các bước xây dựng kế hoạch nhân sự, tài chính cho các kế hoạch marketing tổng thể dựa trên đặc điểm văn hóa của doanh nghiệp.
<p>PLO 2.3: Thiết kế, triển khai thực hiện các kế hoạch marketing và kế hoạch xây dựng, phát triển thương hiệu cho doanh nghiệp và tổ chức.</p>	PI 2.3.1	Thiết kế và triển khai dự án nghiên cứu thị trường nhằm phân tích được chân dung khách hàng từ đó tổ chức các sự kiện, kế hoạch về sản phẩm, giá, phân phối nhằm xây dựng mối quan hệ khách hàng và phát triển thương hiệu cho doanh nghiệp.

	PI 2.3.2	Thiết kế và triển khai kế hoạch xây dựng, phát triển và nhượng quyền thương hiệu cho doanh nghiệp/ tổ chức.
	PI 2.3.3	Thiết kế triển khai kế hoạch truyền thông thương hiệu cho doanh nghiệp/ tổ chức thông qua các công cụ, phần mềm digital marketing và AI marketing.
<p>PLO 2.4: Có khả năng nghiên cứu, tư duy logic, nghệ thuật, sáng tạo, làm việc độc lập, làm việc nhóm, quản lý thời gian, khả năng giao tiếp và xây dựng và duy trì các mối quan hệ.</p>	PI 2.4.1	Có khả năng nghiên cứu, làm việc độc lập và làm việc nhóm
	PI 2.4.2	Có kỹ năng giao tiếp và xây dựng duy trì các mối quan hệ
	PI 2.4.3	Có tư duy logic, sáng tạo, khả năng lãnh đạo và quản lý thời gian
<p>PLO 3.1: Thái độ, tác phong làm việc chuyên nghiệp và khả năng học tập suốt đời để phát triển năng lực cá nhân.</p>	PI 3.1.1	Có phẩm chất chính trị; sức khoẻ tốt; lối sống lành mạnh; có trách nhiệm xã hội; tuân thủ các quy tắc và đạo đức nghề nghiệp.
	PI 3.1.2	Có khả năng tự học tập, tích lũy kiến thức, kinh nghiệm để nâng cao trình độ chuyên môn nghiệp vụ
<p>PLO 3.2: Năng lực làm việc độc lập và tinh thần chịu trách nhiệm cá nhân đối với hoạt động chuyên môn.</p>	PI 3.2.1	Chủ động và tự giác thực thi nhiệm vụ được giao phó; tinh thần tự chịu trách nhiệm; trung thực; thái độ hợp tác; sẵn sàng giúp đỡ các thành viên trong tập thể.
	PI 3.2.2	Làm việc độc lập trong các môi trường khác nhau và thích ứng với sự thay đổi của môi trường

3. Ma trận liên kết giữa mục tiêu và CDR của CTĐT

Chuẩn đầu ra của CTĐT	Mục tiêu của CTĐT				
	PO1	PO2	PO3	PO4	PO5
PLO 1.1	X		X		
PLO 1.2	X		X		
PLO 1.3	X	X	X		
PLO 1.4		X	X		
PLO 2.1				X	
PLO 2.2			X		
PLO 2.3			X		
PLO 2.4				X	
PLO 3.1					X
PLO 3.2					X

4. Ma trận đóng góp của học phần vào mức độ đạt được chuẩn đầu ra của chương trình đào tạo

TT	Mã số	Tên học phần/ Môn học	Số Tin chỉ	CHUẨN ĐẦU RA CỦA CTDĐT										
				PLO 1.1	PLO 1.2	PLO 1.3	PLO 1.4	PLO 2.1	PLO 2.2	PLO 2.3	PLO 2.4	PLO 3.1	PLO 3.2	
1. Kiến thức Giáo dục đại cương			41											
1	THKT05	Kinh tế Chính trị Mác – Lênin	2	2						X			X	
2	KHMI01	Kinh tế vi mô 1	3		3					X			X	
3	KHMA02	Kinh tế vĩ mô 1	3		3					X			X	
4	THLD07	Lịch sử Đảng cộng sản Việt Nam	2	2						X			X	
5	MATH01	Cơ sở toán học cho kinh tế	4		3					X			X	
6	LUDC01	Pháp luật đại cương	3	2						X			X	
7	PPNC01	Phương pháp nghiên cứu khoa học	3		3					X			X	
8	TODC06	Tin học đại cương	3		3					X			X	
9	THCN06	Chủ nghĩa xã hội khoa học	2	2	3					X			X	
10	THML04	Triết học Mác – Lênin	3	2	3					X			X	
11	THTT02	Tư tưởng Hồ Chí Minh	2	2						X				X
12	QTKN01	Phát triển kỹ năng*	3		3							X	X	
13	TACB01	Tiếng Anh cơ bản 1 *	3						X				X	
14	TACB02	Tiếng Anh cơ bản 2	3						X				X	
15	TACB03	Tiếng Anh cơ bản 3	3						X				X	
16	TACB04	Tiếng Anh cơ bản 4	2						X				X	

TT	Mã số	Tên học phần/ Môn học	Số Tin chỉ	CHUẨN ĐẦU RA CỦA CTĐT										
				PLO 1.1	PLO 1.2	PLO 1.3	PLO 1.4	PLO 2.1	PLO 2.2	PLO 2.3	PLO 2.4	PLO 3.1	PLO 3.2	
2. Giáo dục quốc phòng			8											
1	GDQP02	Giáo dục quốc phòng*	8	3									X	
3. Giáo dục thể chất			6											
1	GDTC08	Giáo dục thể chất 1*	2										X	
2	GDTC06	Giáo dục thể chất 2*	2										X	
3	GDTC07	Giáo dục thể chất 3*	2										X	
KIẾN THỨC CƠ SỞ NGÀNH			27											
4. Kiến thức Cơ sở ngành (Bắt buộc)			18											
1	QTHO06	Quản trị học	3			3			X					X
2	QTMC02	Marketing căn bản	3			3			X					X
3	TODL01	Dữ liệu lớn trong kinh tế và kinh doanh	3			3			X					X
4	TCKT01	Nguyên lý kế toán	3			3			X					X
5	QTMA09	Quản trị Marketing	3			3			X					X
6	QTKS07	Khởi nghiệp đổi mới sáng tạo	3			3			X					X
5. Kiến thức Cơ sở ngành (Lựa chọn)			9											
5.1 Tự chọn 1														
1	QTVH01	Văn hóa doanh nghiệp	3			3			X					X
2	QTTL01	Tâm lý học quản trị kinh doanh	3			3			X					X
3	QTOB01	Hành vi tổ chức	3			3			X					X
5.2 Tự chọn 2														

TT	Mã số	Tên học phần/ Môn học	Số Tin chỉ	CHUẨN ĐẦU RA CỦA CTĐT									
				PLO 1.1	PLO 1.2	PLO 1.3	PLO 1.4	PLO 2.1	PLO 2.2	PLO 2.3	PLO 2.4	PLO 3.1	PLO 3.2
4	QHDL07	Địa lý kinh tế	3			3			X				X
5	KHDT05	Kinh tế đầu tư	3			3			X				X
6	ĐNQT09	Kinh tế quốc tế	3										
5.3 Tự chọn 3													
7	QTĐT08	Quản lý dự án đầu tư	3			3			X				X
8	QTCL01	Quản trị chiến lược	3			3			X				X
9	KTKD06	Các mô hình kinh doanh số	3			3			X				X
KIẾN THỨC NGÀNH			28										
6. Kiến thức Ngành (Bắt buộc)			19										
1	QTDM01	Digital marketing	3			3			X				X
2	QTTT11	Nghiên cứu thị trường	3			3			X	X	X	X	X
3	QTTH01	Quản trị thương hiệu	3			3			X	X	X		X
4	TCDN03	Tài chính doanh nghiệp	2			3			X	X	X		X
5	QTHV01	Hành vi người tiêu dùng	3			3			X	X	X		X
6	QTCD01	Chuyên đề thực tế	2			3			X	X	X		X
7	CSCS11	Chính sách công	3			3			X				X
7. Kiến thức Ngành (Lựa chọn)			9										
7.1 Tự chọn 1													
1	QTNL03	Quản trị nhân lực	3			3			X		X		X

TT	Mã số	Tên học phần/ Môn học	Số Tín chỉ	CHUẨN ĐẦU RA CỦA CTĐT									
				PLO 1.1	PLO 1.2	PLO 1.3	PLO 1.4	PLO 2.1	PLO 2.2	PLO 2.3	PLO 2.4	PLO 3.1	PLO 3.2
2	QTCC01	Quản trị tổ chức sự kiện	3			3			X	X	X		X
3	TCQT24	Quản trị tài chính doanh nghiệp	3			3			X		X		X
7.2 Tự chọn 2													
4	QTMX01	Marketing xã hội	3			3			X		X		X
5	QTMS01	Marketing dịch vụ	3			3			X		X		X
6	ĐNMA05	Marketing quốc tế	3			3			X		X		X
7.3 Tự chọn 3													
7	QMTM07	Logistics cơ bản	3			3			X		X		X
8	QTCU04	Quản trị chuỗi cung ứng	3			3			X		X		X
9	PTDL25	Trí tuệ nhân tạo và ứng dụng trong Kinh doanh	3			3			X		X		X
KIẾN THỨC CHUYÊN NGÀNH			27										
8. Kiến thức Chuyên ngành (Bắt buộc)			18										
1	QTSP43	Quản trị sản phẩm	3				4			X	X		X
2	QTKPP38	Quản trị kênh phân phối	2				4			X	X		X
3	QTG44	Quản trị giá	2				4			X	X		X
4	QTTT01	Truyền thông marketing tích hợp	3				4			X	X		X
5	QTTH48	Chiến lược thương hiệu	3				4			X	X		X
6	QTND50	Hệ thống nhận diện thương hiệu	2				4			X	X		X
7	QTCC01	Quan hệ công chúng	3				4			X	X		X

TT	Mã số	Tên học phần/ Môn học	Số Tin chỉ	CHUẨN ĐẦU RA CỦA CTDĐT									
				PLO 1.1	PLO 1.2	PLO 1.3	PLO 1.4	PLO 2.1	PLO 2.2	PLO 2.3	PLO 2.4	PLO 3.1	PLO 3.2
9. Kiến thức Chuyên ngành (Lựa chọn)			9										
9.1 Tự chọn 1													
1	QTBH01	Quản trị bán hàng	3				4			X	X		X
2	QTBB42	Marketing tới khách hàng tổ chức	3				4			X	X		X
3	QTQH02	Quản trị quan hệ khách hàng	3				4			X	X		X
9.2 Tự chọn 2			3				4			X	X		X
4	QTST53	Chiến lược sáng tạo trong truyền thông	3				4			X	X		X
5	ĐTQL03	Thương mại điện tử	3				4			X	X		X
6	PTDL20	Phân tích dữ liệu marketing	3				4			X	X		X
9.3 Tự chọn 3			3				4			X	X		X
7	QTBV59	Marketing bền vững	3				4			X	X		X
8	QH BV01	Phát triển bền vững	3				4			X	X		X
9	KHPT07	Kinh tế phát triển	3				4			X	X		X
10. Thực tập và Khóa luận tốt nghiệp			10										
1	TTTN01	Thực tập tốt nghiệp	4			3	4		X	X	X	X	X
2	KLTN	Khóa luận tốt nghiệp	6			3	4		X	X	X	X	X
TỔNG			133										

5. Thời gian đào tạo: 3,5 – 4 năm

6. Khối lượng kiến thức toàn khóa: 133 tín chỉ

7. Đối tượng tuyển sinh

Đối tượng tuyển sinh theo quy chế hiện hành của Bộ Giáo dục và Đào tạo về tuyển sinh đại học hệ chính quy. Đề án tuyển sinh đại học hệ chính quy của Học viện Chính sách và Phát triển. Đối tượng tuyển sinh của Chương trình phải đáp ứng các tiêu chuẩn sau: Tốt nghiệp THPT hoặc trình độ tương đương và đạt yêu cầu về các tiêu chuẩn đánh giá năng lực để được chọn vào Chương trình Cử nhân ngành Marketing.

8. Quy trình đào tạo, điều kiện tốt nghiệp

Đào tạo theo hệ thống tín chỉ, tích lũy đủ số tín chỉ theo quy định của Chương trình đào tạo và Quy chế đào tạo đại học hiện hành của Bộ Giáo dục và Đào tạo, Quy định của Học viện Chính sách và Phát triển.

9. Thang điểm

Đánh giá theo thang điểm 10, thang điểm 4 và thang điểm chữ theo quy định hiện hành của Bộ Giáo dục và Đào tạo và quy định của Học viện.

10. Cấu trúc kiến thức của Chương trình đào tạo

Nội dung	Khối lượng kiến thức (tín chỉ)	Số học phần	Tỷ lệ (%)
1. KIẾN THỨC GIÁO DỤC ĐẠI CƯƠNG (không bao gồm GDTC & GDQP, TACB1, phát triển kỹ năng)	41	14	30,8
2. KIẾN THỨC GIÁO DỤC CHUYÊN NGHIỆP	92	30	69,2
2.1. Kiến thức cơ sở ngành	27	9	20,4
2.1.1. Cơ sở ngành bắt buộc	18	6	13,6
2.1.2. Cơ sở ngành tự chọn	9	3	6,8
2.2. Kiến thức ngành	28	10	21,0
2.2.1. Ngành bắt buộc	19	7	14,3
2.2.2. Ngành tự chọn	9	3	6,7
2.3. Kiến thức chuyên ngành	27	10	20,4
2.3.1. Chuyên ngành bắt buộc	18	7	13,6
2.3.2. Chuyên ngành tự chọn	9	3	6,8
2.4 Thực tập và khóa luận tốt nghiệp	10	2	7,4
Thực tập tốt nghiệp	4	1	3,0
Khóa luận tốt nghiệp	6	1	4,5
TỔNG SỐ TÍN CHỈ (không bao gồm GDTC & GDQP, TACB1, phát triển kỹ năng)	133	44	100

11. Nội dung chương trình đào tạo

TT	Mã số	Tên học phần/ Môn học	Số Tín chỉ	Học kỳ
1. Kiến thức giáo dục đại cương			41	
1	THKT05	Kinh tế Chính trị Mác – Lênin ✓	2	1
2	KHMI01	Kinh tế vi mô 1 ✓	3	3
3	KHMA02	Kinh tế vĩ mô 1 ✓	3	3
4	THLD07	Lịch sử Đảng cộng sản Việt Nam ✓	2	1
5	MATH01	Cơ sở toán học cho kinh tế ✓	4	2
6	LUĐC01	Pháp luật đại cương ✓	3	1
7	PPNC01	Phương pháp nghiên cứu khoa học ✓	3	3
8	TOĐC06	Tin học đại cương ✓	3	1
9	THCN06	Chủ nghĩa xã hội khoa học ✓	2	4
10	THML04	Triết học Mác – Lênin ✓	3	2
11	THTT02	Tư tưởng Hồ Chí Minh ✓	2	1
12	OTKN01	Phát triển kỹ năng* ✓	3	3
13	TACB01	Tiếng Anh cơ bản 1 *	3	1
14	TACB02	Tiếng Anh cơ bản 2	3	2
15	TACB03	Tiếng Anh cơ bản 3	3	3
16	TACB04	Tiếng Anh cơ bản 4	3	4
2	Giáo dục quốc phòng		8	
1	GDQP02	Giáo dục quốc phòng*	8	2
3	Giáo dục thể chất		6	
1	GDTC08	Giáo dục thể chất 1*	2	1
2	GDTC06	Giáo dục thể chất 2*	2	2
3	GDTC07	Giáo dục thể chất 3*	2	3
4	Kiến thức Cơ sở ngành (Bắt buộc)		18	
1	QTHO06	Quản trị học ✓	3	2
2	QTMC02	Marketing căn bản ✓	3	2
3	TODL01	Dữ liệu lớn trong kinh tế và kinh doanh ✓	3	4
4	TCKT01	Nguyên lý kế toán ✓	3	4
5	QTMA09	Quản trị Marketing	3	3
6	QTKS07	Khởi nghiệp đổi mới sáng tạo	3	4
5	Kiến thức Cơ sở ngành (Lựa chọn 9 tín chỉ)		9	
5.1	Tự chọn 1		3	
1	QTVH01	Văn hóa doanh nghiệp	3	4
2	QTTL01	Tâm lý học quản trị kinh doanh	3	4
3	QTOB01	Hành vi tổ chức	3	4
5.2	Tự chọn 2		3	
4	QHDL07	Địa lý kinh tế	3	4
5	KHĐT05	Kinh tế đầu tư	3	4
6	ĐNQT09	Kinh tế quốc tế	3	4
5.3	Tự chọn 3		3	

7	QTĐT08	Quản lý dự án đầu tư	3	2
8	QTCL01	Quản trị chiến lược	3	2
9	KTKD06	Các mô hình kinh doanh số	3	5
6	Kiến thức ngành (Bắt buộc)		19	
1	QTDM01	Digital marketing	3	5
2	QTTT11	Nghiên cứu thị trường	3	5
3	QTHH01	Quản trị thương hiệu	3	6
4	TCDN03	Tài chính doanh nghiệp	2	5
5	QTHV01	Hành vi người tiêu dùng	3	5
6	CSCS11	Chính sách công	3	4
7	QTCD01	Chuyên đề thực tế	2	4
7	Kiến thức ngành (Lựa chọn 9 tín chỉ)		9	
7.1	Tự chọn 1			
1	QTNL03	Quản trị nhân lực	3	5
2	QTCC01	Quản trị tổ chức sự kiện	3	5
3	TCQT24	Quản trị tài chính doanh nghiệp	3	5
7.2	Tự chọn 2			
4	QTMX01	Marketing xã hội	3	6
5	QTMS01	Marketing dịch vụ	3	6
6	ĐNMA05	Marketing quốc tế	3	6
7.3	Tự chọn 3			
7	QMTM07	Logistics cơ bản	3	6
8	QTCU04	Quản trị chuỗi cung ứng	3	6
9	PTDL25	Trí tuệ nhân tạo và ứng dụng trong Kinh doanh	3	6
8	Kiến thức Chuyên ngành (Bắt buộc)		18	
1	QTSP43	Quản trị sản phẩm	3	6
2	QTKPP38	Quản trị kênh phân phối	2	6
3	QTG44	Quản trị giá	2	6
4	QTTT01	Truyền thông marketing tích hợp	2	7
5	QTTH48	Chiến lược thương hiệu	3	6
6	QTND50	Hệ thống nhận diện thương hiệu	3	7
7	QTCC01	Quan hệ công chúng	3	7
9	Kiến thức Chuyên ngành (Lựa chọn 9 tín chỉ)		9	
9.1	Tự chọn 1			
1	QTBH01	Quản trị bán hàng	3	7
2	QTBB42	Marketing tới khách hàng tổ chức	3	7
3	QTQH02	Quản trị quan hệ khách hàng	3	7
9.2	Tự chọn 2			
4	QTST53	Chiến lược sáng tạo trong truyền thông	3	6
5	ĐTQL03	Thương mại điện tử	3	6
6	PTDL20	Phân tích dữ liệu marketing	3	6

9.3	Tự chọn 3			
7	QTBV59	Marketing bền vững	3	6
8	QHBV01	Phát triển bền vững	3	6
9	KHPT07	Kinh tế phát triển	3	6
10	Thực tập và khóa luận tốt nghiệp		10	
1	TTTN01	Thực tập tốt nghiệp	4	8
2	KLTN	Khóa luận tốt nghiệp	6	8
TỔNG SỐ (không bao gồm GDTC & GDQP, TACB1)			133	

(Những học phần đánh dấu * là những học phần không tính vào tổng số tín chỉ của CTĐT)

12. Đối sánh với một số CTĐT trong và ngoài nước

X: Học phần có nội dung tương thích

C (Close): Học phần có nội dung gần

Mã HP	Tên học phần	CT1	CT2	CT3	CT4	CT5
THML04	Triết học Mác – Lênin	X	X	X		
THLD07	Lịch sử Đảng cộng sản Việt Nam	X	X	X		
THCN06	Chủ nghĩa xã hội khoa học	X	X	X		
THKT05	Kinh tế Chính trị Mác – Lênin	X	X	X		
THTT02	Tư tưởng Hồ Chí Minh	X	X	X		
KHMI01	Kinh tế vi mô 1	X	X	X		C
KHMA02	Kinh tế vĩ mô 1	X	X	X		C
PPNC01	Phương pháp nghiên cứu khoa học			C		
MATH01	Cơ sở toán học cho kinh tế	X	X	X		
LUĐC01	Pháp luật đại cương	X	X	X		
TOĐC06	Tin học đại cương			X		
TACB01	Tiếng Anh cơ bản 1 *	X	X	X		
TACB02	Tiếng Anh cơ bản 2	X	X	X		
TACB03	Tiếng Anh cơ bản 3	X	X	X		
TACB04	Tiếng Anh cơ bản 4	X	X	X		
QTKN01	Phát triển kỹ năng*	X	X	X		
GDQP02	Giáo dục quốc phòng*	X	X			
GDTC08	Giáo dục thể chất 1*	X				

GDTC06	Giáo dục thể chất 2*	X				
GDTC07	Giáo dục thể chất 3*	X				
QTHO06	Quản trị học	X	X	X		X
QTMC02	Marketing căn bản					C
TODL01	Dữ liệu lớn trong kinh tế và kinh doanh	X	X			
QTCL01	Quản trị chiến lược		C	X		X
QTMA09	Quản trị Marketing	X			X	
QTKS07	Khởi nghiệp đổi mới sáng tạo	C	C	C	X	
CSCS11	Chính sách công					
QTNL03	Quản trị nhân lực	X				
QTTL01	Tâm lý học quản trị kinh doanh			C		
QHDL07	Địa lý kinh tế					
DEDC01	Phát triển năng lực số	C	C	C		
TCKT01	Nguyên lý kế toán			X		
QTVH01	Văn hóa doanh nghiệp	X				
QTDM01	Digital marketing		X	C	C	X
QTTT11	Nghiên cứu thị trường	X	X			
QTSP43	Quản trị sản phẩm	C	X			
QTTH01	Quản trị thương hiệu	C	X	C	C	
QTKPP38	Quản trị kênh phân phối		X	C		
QTGC44	Quản trị giá		C	C		X
QTCĐ01	Chuyên đề thực tế	C	X	X		
QTCC01	Quản trị tổ chức sự kiện		C			
QTBC01	Hành vi người tiêu dùng			C	X	
TCCK25	Thị trường chứng khoán	X	X			
QTBB42	Marketing tới khách hàng tổ chức		X	C		C
QTCU04	Quản trị chuỗi cung ứng	X	X			
QTTH48	Chiến lược thương hiệu				C	
QTTT01	Truyền thông marketing tích hợp	C	X	X	X	C
ĐTQL03	Thương mại điện tử	C	C	C	X	

QTQC01	Quản trị bán hàng	X	X	C		X
QTAI51	Tri tuệ nhân tạo trong Kinh doanh	X	X			
QHBV01	Phát triển bền vững	C	C	C		
QTND50	Hệ thống nhận diện thương hiệu	C	X	X		C
KHPT07	Kinh tế phát triển	X	X	X		X
QTBV59	Marketing bền vững		C	X		C
QTST53	Chiến lược sáng tạo trong truyền thông	X	X			X
QTCC01	Quan hệ công chúng	C	X			
ĐNMA05	Marketing quốc tế			X	X	
QTQH01	Quản trị quan hệ khách hàng		X	X	X	C
QTMS01	Marketing dịch vụ	C	X	C		
QTMX01	Marketing xã hội	X	X	X		X
TCDN03	Tài chính doanh nghiệp	X	X	C	X	
TTTN01	Thực tập tốt nghiệp	X	X	X	X	X
KLTN	Khóa luận tốt nghiệp	X	X	X	X	X

Ký hiệu	CTĐT đối sánh	Địa chỉ tham chiếu
CT1	Học viện Ngân hàng	Chương trình đào tạo chất lượng cao trình độ đại học ngành Quản trị kinh doanh, chuyên ngành Marketing số của Học viện Ngân hàng (https://hvn.edu.vn/pdt/vn/ctdt/chuong-trinh-dao-tao-dai-hoc-chinh-quy-hvn-354.html)
CT2	Đại học Kinh tế Quốc dân	Chương trình đào tạo chất lượng cao trình độ đại học ngành Marketing chuyên ngành Digital Marketing (https://khoamarketing.neu.edu.vn/vi/chuong-trinh-dao-tao-2288/chuong-trinh-dao-tao-clc-pohe)
CT3	Đại học Ngoại thương	Chương trình định hướng nghề nghiệp quốc tế Marketing số, link bên dưới
CT4	Oxford Brookes University	Chương trình đào tạo trình độ đại học chuyên ngành Digital Marketing của Oxford Brookes University, UK (https://www.brookes.ac.uk/courses/undergraduate/digital-marketing)

CT5	University of New England	Chương trình đào tạo trình độ đại học chuyên ngành Digital Marketing của University of New England, Úc (https://www.une.edu.au/study/courses/bachelor-of-digital-marketing)
-----	---------------------------	---

13. Hướng dẫn thực hiện

- Kế hoạch đào tạo chuẩn của chương trình đào tạo là 04 năm, mỗi năm có 02 học kỳ chính, phương thức tổ chức đào tạo theo tín chỉ.
- Căn cứ kế hoạch đào tạo chuẩn, Học viện đăng ký mặc định thời khóa biểu từng học kỳ chính cho sinh viên, trừ học kỳ đầu tiên các học kỳ kế tiếp sinh viên được điều chỉnh đăng ký số tín chỉ/học phần tăng lên hoặc giảm đi theo quy định.
- Sinh viên có thể học vượt để tốt nghiệp sớm so với kế hoạch đào tạo chuẩn hoặc tốt nghiệp muộn nhưng không quá thời gian đào tạo tối đa theo quy định
- Khi sinh viên hoàn thành trình độ năm thứ nhất, nếu đạt các điều kiện theo yêu cầu của *Quy định sinh viên đại học hệ chính quy học cùng lúc hai chương trình đào tạo tại Học viện Chính sách và Phát triển* sinh viên có thể được đăng ký học cùng lúc hai chương trình vào bất kỳ chương trình/ngành của Học viện.
- Khối lượng kiến thức, phương pháp dạy và học, cách đánh giá học phần, nội dung cần đạt được chuẩn đầu ra (CLO) của từng học phần được mô tả, quy định trong đề cương chi tiết mỗi học phần.

LÃNH ĐẠO KHOA



TS. Trịnh Tùng

GIÁM ĐỐC



PGS, TS. Trần Trọng Nguyên