

Số: 2261/QĐ-HV

Hà Nội, ngày 29 tháng 12 năm 2023

QUYẾT ĐỊNH

Về việc Ban hành Chuẩn đầu ra chương trình đào tạo Chất lượng cao trình độ đại học ngành Marketing (định hướng Marketing số)

GIÁM ĐỐC HỌC VIỆN CÔNG NGHỆ BƯU CHÍNH VIỄN THÔNG

Căn cứ Nghị quyết số 22/NQ-HĐHV ngày 12 tháng 4 năm 2021 của Hội đồng học viện về việc ban hành Quy chế tổ chức và hoạt động của Học viện Công nghệ Bưu chính Viễn thông;

Căn cứ Thông tư số 07/2015/TT-BGDĐT ngày 16 tháng 04 năm 2015 của Bộ trưởng Bộ Giáo dục và Đào tạo về việc ban hành Quy định về khối lượng kiến thức tối thiểu, yêu cầu về năng lực mà người học cần đạt được sau khi tốt nghiệp đối với mỗi trình độ của giáo dục đại học và quy trình xây dựng, thẩm định, ban hành chương trình đào tạo trình độ đại học, thạc sĩ, tiến sĩ;

Căn cứ Quyết định số 393/QĐ-HV ngày 23 tháng 3 năm 2022 của Giám đốc Học viện Công nghệ Bưu chính Viễn thông về việc ban hành Quy định xây dựng, cải tiến và phát triển chương trình đào tạo;

Xét đề nghị của Trưởng phòng Đào tạo và Trưởng Bộ môn Marketing,

QUYẾT ĐỊNH:

Điều 1. Ban hành kèm theo Quyết định này Chuẩn đầu ra chương trình đào tạo Chất lượng cao trình độ đại học ngành Marketing (định hướng Marketing số - Digital Marketing) của Học viện Công nghệ Bưu chính Viễn thông (Chi tiết kèm theo).

Điều 2. Quyết định có hiệu lực thi hành kể từ ngày ký và thay thế Quyết định số 419/QĐ-HV ngày 29/3/2023 của Giám đốc Học viện.

Điều 3. Phó Giám đốc Phụ trách Cơ sở Học viện tại Tp. Hồ Chí Minh, Chánh văn phòng, Trưởng các Phòng: Đào tạo, Giáo vụ, Chính trị & Công tác sinh viên, Tài chính kế toán, Quản lý Khoa học công nghệ & hợp tác quốc tế; Trưởng Trung tâm Khảo thí & Đảm bảo chất lượng giáo dục, Trưởng các Khoa đào tạo 1 và 2, Trưởng Bộ môn Marketing, Giám đốc Trung tâm Đào tạo quốc tế và Trưởng các đơn vị có liên quan chịu trách nhiệm thi hành Quyết định./.

Nơi nhận:

- Như Điều 3;
- Bộ GD&ĐT (để b/c);
- Bộ TT&TT (để b/c);
- Hội đồng HV (để b/c);
- Ban Giám đốc HV;
- Lưu VT, ĐT (03).

KT. GIÁM ĐỐC
PHÓ GIÁM ĐỐC
HỌC VIỆN
CÔNG NGHỆ
BƯU CHÍNH
VIỄN THÔNG
PGS.TS Trần Quang Anh

KHUNG CHUẨN ĐẦU RA CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO CHẤT LƯỢNG CAO NGÀNH MARKETING (DIGITAL MARKETING)

(Kèm theo Quyết định số 2261/QĐ-HV ngày 29 tháng 12 năm 2023 của Giám đốc Học viện)

1. GIỚI THIỆU VỀ CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO (INTRODUCTION TO THE EDUCATION PROGRAM)

- Tên ngành (tiếng Việt): **Marketing**
- Tên ngành (tiếng Anh): **Marketing**
- Tên chương trình: **Marketing số - Chất lượng cao (Digital Marketing)**
- Trình độ đào tạo: **Đại học/Bachelor**
- Mã ngành: **7340115**
- Thời gian đào tạo: **04 năm**
- Hình thức đào tạo: **Chính quy**

2. MỤC TIÊU ĐÀO TẠO (GOALS AND OBJECTIVES)

2.1. Mục tiêu chung (Goals)

Chương trình đào tạo chất lượng cao trình độ đại học ngành Marketing định hướng Marketing số (Digital Marketing) của Học viện Công nghệ Bưu chính Viễn thông được thiết kế nhằm đào tạo và cung cấp nguồn nhân lực chất lượng cao về marketing số ở trình độ đại học trong bối cảnh hội nhập kinh tế thế giới và cách mạng công nghiệp 4.0.

Được xây dựng trên nền Chương trình đào tạo bậc đại học ngành Marketing (định hướng Digital Marketing) của Học viện Công nghệ Bưu chính Viễn thông, chương trình chất lượng cao marketing số nhấn mạnh vào hai điểm khác biệt chính. **Một là** chương trình tập trung cung cấp cho sinh viên các kiến thức, kỹ năng cơ bản và cập nhật về công nghệ số cũng như ứng dụng chúng trong các cấp độ qui trình (từ cấp lập kế hoạch đến cấp tác nghiệp) và hoạt động/chức năng marketing; trong hoạt động thu thập khai thác dữ liệu nhằm phân tích, đánh giá và tối ưu các quyết định marketing trong tổ chức/doanh nghiệp. **Hai là** chương trình tăng cường khả năng sử dụng tiếng Anh của sinh viên trong việc học tập, nghiên cứu, phục vụ công việc chuyên môn và hoà nhập nhanh với cộng đồng marketing trong khu vực và quốc tế sau khi ra trường. Chương trình được thiết kế một cách khoa học với những định hướng, mục tiêu đào tạo rõ ràng và cụ thể nhằm giúp sinh viên tốt nghiệp gia nhập tốt vào thị trường nhân lực chuyên nghiệp về marketing số - thị trường nhân lực đang ngày càng phát triển và bùng nổ tại Việt Nam.

The advanced quality education program in Digital Marketing delivered by Post and Telecommunications Institute of Technology is designed to develop and provide advanced quality human resources in digital marketing with a university degree in the era of international economic integration and industrial revolution 4.0.

Basing on the actual marketing education graduate program with digital marketing orientation of the Posts and Telecommunications Institute of Technology, the advanced quality education program in digital marketing emphasizes two key differences. The first difference is to provide students with basic and up-to-date knowledge and skills in digital

technologies and their application at different levels and marketing activities/functions; in data collection and data mining to analyze, evaluate and optimize marketing decisions of organizations/enterprises. The second difference is to equip and enhance students' ability to use English in studying, researching, serving professional activities as well as quickly integrating into the regional and international marketing community after graduation. The program is designed academically with clear and specific orientation and objectives to help graduates enter the labor market in digital marketing which is rapidly growing in Vietnam.

2.2 Mục tiêu cụ thể (Program Learning Objectives - POs)

Chương trình đào tạo chất lượng cao ngành Marketing định hướng Marketing số nhằm vào mục tiêu trang bị cho sinh viên những kiến thức chuyên môn, kỹ năng và năng lực cần thiết để giải quyết các thách thức gây ra bởi sự phát triển của công nghệ số và nền kinh tế vừa phân khúc vừa toàn cầu hóa hiện nay.

The advanced quality education program in digital marketing aims to equips students with the knowledge, skills and competencies to meet the challenges caused by the development of digital technologies and a fractionalized, globalized economy.

2.2.1. Kiến thức (Knowledge)

[PO1] Kiến thức cơ bản về lý luận chính trị, hệ thống pháp luật Việt Nam, an ninh quốc phòng, các nguyên lý kinh tế, môi trường kinh doanh và marketing hiện đại

[PO2] Kiến thức chuyên môn về marketing số để vận dụng trong việc triển khai áp dụng trong các tổ chức, doanh nghiệp, từ lập kế hoạch, tổ chức và triển khai, kiểm soát, đánh giá.

[PO3] Kiến thức chuyên môn và thực tiễn về các công nghệ số và các công cụ marketing số để có thể vận dụng vào thực tiễn môi trường kinh doanh phức tạp và biến động: đánh giá, lựa chọn và ứng dụng các công nghệ số, công cụ marketing

[PO4] Kiến thức chuyên môn về phân tích, đánh giá thành tích hoạt động marketing số và đề xuất các hoạt động cải thiện nhằm tối hoạt động marketing số của các tổ chức, doanh nghiệp

[PO5] Kiến thức thực tiễn về các xu hướng, viễn cảnh nghề nghiệp về marketing số và các vấn đề đạo đức nghề nghiệp liên quan đến marketing số

[PO1] Basic knowledge related to political theories, the Vietnamese legal system, national security, economic principles, modern business environment and marketing

[PO2] Advanced professional knowledge in order to practice digital marketing in enterprises/organizations, including planning, organizing, implementing, controlling and evaluation activities.

PO3. Professional and practical knowledge on digital technologies and digital marketing tools in order to be able to evaluate, select and apply digital technologies and digital marketing tools in the complex and challenging business environment, innovation.

[PO4] Professional knowledge related to analyze, evaluate digital marketing performance and propose activities to optimize digital marketing of business/ organization.

[PO5] Practical knowledge related to career positions and perspectives as well as professional ethics in the field of digital marketing.

2.2.2. Kỹ năng (skills)

[PO6] Các kỹ năng chuyên môn cơ bản để có thể triển khai thực hiện hoạt động marketing và marketing số trong thực tiễn các doanh nghiệp, tổ chức

[PO7] Các kỹ năng bổ trợ và kỹ năng mềm để có thể làm việc hiệu quả trong môi trường năng động và chuyên nghiệp

[PO6] Basic professional skills to apply marketing and digital marketing in practical situations of enterprises/organization.

[PO7] Complementary and soft skills as well as to work effectively in a professional and dynamic environment.

2.2.3. Thái độ (Attitude)

[PO8] Phẩm chất đạo đức, ý thức nghề nghiệp, trách nhiệm công dân, chủ động sáng tạo, có ý thức phối hợp, hợp tác trong công việc.

[PO8] Qualities related to professional ethics, civic responsibility, initiative, creativity, sense of coordination and cooperation at work.

2.2.4 Trình độ ngoại ngữ và tin học (Foreign languages and informatics)

[PO9] Khả năng sử dụng tốt tiếng Anh để có thể làm việc hiệu quả trong môi trường mang tính quốc tế

[PO10] Khả năng sử dụng tốt các công cụ tin học và phần mềm chuyên môn cơ bản phục vụ cho công việc, học tập và nghiên cứu

[PO9] Good ability to use English in order to effectively work in an international environment.

[PO10] Good ability to use computer and common and professional software tools for working, studying and researching.

2.3. Vị trí việc làm sau tốt nghiệp (Job and career positions after graduating)

Được trang bị những kiến thức, kỹ năng nền tảng vững chắc, hiện đại và thực tiễn trong chương trình chất lượng cao Digital marketing của Học viện Công nghệ Bưu chính Viễn thông, sau khi tốt nghiệp, sinh viên sẽ có nhiều cơ hội việc làm hấp dẫn cũng như có những cơ hội thăng tiến, từ nhân viên đến các chức danh quản trị trung gian và cấp cao trong lĩnh vực digital marketing trong doanh nghiệp, tổ chức, cơ quan. Ngoài ra, sau khi hoàn thành chương trình học, sinh viên có thể có nhiều cơ hội việc làm trong các công ty cung cấp dịch vụ marketing/marketing số cũng như cơ hội học tập nâng cao hơn hoặc làm việc trong môi trường giảng dạy, nghiên cứu...

After graduating the advanced quality digital marketing program in Digital marketing at PTIT, students will have various attractive job and career from employees to middle and senior management positions in the field of digital marketing in businesses and organizations. In addition, after completing the program, students can have interesting job and career opportunities in marketing agencies or companies providing digital marketing/marketing services as well as career opportunities for further study or work in a teaching and research environment.

➤ ***Các vị trí việc làm trong các doanh nghiệp hoặc các tổ chức, cơ quan (Job and career opportunities in businesses and organizations)***

Sinh viên tốt nghiệp chương trình chất lượng cao về digital marketing có thể đảm nhiệm hầu hết các công việc liên quan đến marketing số trong các doanh nghiệp hoặc các tổ chức, cơ quan. Các công việc rất đa dạng tùy vào đặc thù của các doanh nghiệp, tổ chức.

Graduates of a advanced quality digital marketing program can take on most digital marketing-related jobs in businesses or organizations. The jobs are diverse depending on the characteristics of businesses and organizations.

- Chuyên viên hoặc nhà quản trị digital marketing/*Digital marketing specialist or manager*
- Chuyên viên hoặc nhà quản trị truyền thông marketing số/*Digital marketing communication specialist or manager*
- Chuyên viên hoặc nhà quản trị marketing nội dung số/*Digital content marketing specialist or manager*
- Chuyên viên phân tích chiến dịch marketing/*Marketing campaign analyst*
- Chuyên viên nghiên cứu thị trường/*Market research specialist*
- Chuyên viên SEO or SEM/*Search Engine Optimisation (SEO) or Search engine marketing (SEM) specialist*
- Chuyên viên phân tích web/*Web Analyst*
- Chuyên viên thương mại điện tử/*E-commerce specialist*
- Chuyên viên phân tích Insight khách hàng/*Customer Insight Analyst*
- Chuyên viên phân tích SMM/*Social Media Marketing Analyst*
- Chuyên viên công nghệ Marketing/*Marketing technologist*
- Chuyên viên phân tích chiến lược Marketing/*Marketing Strategy Analyst*
- Chuyên viên phân tích marketing/*Marketing analyst*
- Chuyên viên hoặc nhà quản trị bán hàng và marketing trực tuyến/*Sales & online marketing specialist or manager*
-
- ***Các vị trí việc làm trong các công ty cung cấp dịch vụ marketing, marketing số (Job and career in marketing, digital marketing agencies)***
- Chuyên viên hoặc nhà quản trị digital marketing/*Digital marketing specialist of manager*
- Chuyên viên lập kế hoạch digital marketing/*Digital marketing planner*
- Chuyên viên tư vấn digital marketing/*Digital marketing consultant*
- Chuyên viên hoặc nhà quản trị marketing nội dung số/*Digital content marketing specialist or manager*

- Chuyên viên phân tích chiến dịch marketing số/ *Digital marketing campaign analyst*
- Chuyên viên quản trị khách hàng/ *Account manager*
- ...
- **Các cơ hội nghề nghiệp khác (Other career opportunities)**

Bên cạnh đó, với nền tảng kiến thức lý thuyết và thực tiễn vững chắc về marketing và marketing số, sau khi tốt nghiệp chương trình chất lượng cao về marketing số, sinh viên có thể có nhiều sự lựa chọn về nghề nghiệp khác như:

- Khởi sự kinh doanh, tạo lập doanh nghiệp riêng
- Tiếp tục học cao hơn ở trình độ cao học (quản trị kinh doanh, marketing) ở trong và ngoài nước.
- Đảm nhiệm các vị trí công việc liên quan đến nghiên cứu, giảng dạy/đào tạo về marketing số tại các cơ sở giáo dục/đào tạo và doanh nghiệp

Besides, with a solid foundation of theoretical and practical knowledge in marketing and digital marketing, after graduating from this advanced quality education program in digital marketing, students can have many other career opportunities such as:

- *Start up a business or create their own business*
- *Continue to study further at the master's level in business administration or marketing*
- *Be able to work on positions related to research, teaching/training in digital marketing at educational or training institutions*

3. CHUẨN ĐẦU RA (LEARNING OUTCOMES – LOs)

3.1. Chuẩn về kiến thức (Knowledge)

[LO1] Hiểu được những vấn đề chung về lý luận chính trị, hệ thống pháp luật Việt Nam, an ninh quốc phòng, các nguyên lý kinh tế, môi trường kinh doanh và marketing hiện đại, hành vi khách hàng, tư duy marketing và quan điểm quản trị/marketing hiện đại; có khả năng vận dụng được những hiểu biết này trong triển khai các hoạt động marketing;

[LO2] Hiểu được những khái niệm, qui trình và nguyên lý nền tảng về marketing, các chứng năng marketing; có khả năng vận dụng các kiến thức liên quan vào thực tiễn hoạt động marketing của doanh nghiệp/tổ chức;

[LO3] Hiểu và có khả năng vận dụng các công cụ marketing cơ bản, gồm phân tích, đánh giá và sử dụng một cách phối hợp chúng, vào thực tế hoạt động marketing của doanh nghiệp/tổ chức trong môi trường cạnh tranh và biến động;

[LO4] Hiểu và đánh giá được các công nghệ số để triển khai chúng vào thực tiễn hoạt động marketing hiện đại; có thể phân tích và đánh giá được xu hướng công nghệ marketing số;

[LO5] Hiểu về các kênh và công cụ marketing số cơ bản (liên quan đến web, social media, search engine...); có thể giải thích, đánh giá và đề xuất việc sử dụng chúng trong những bối cảnh cụ thể nhằm thấu hiểu và kết nối với khách hàng với mục tiêu tối ưu hóa hoạt động marketing của tổ chức/doanh nghiệp;

[LO6] Hiểu, vận dụng và giải thích được nguyên tắc, công việc và qui trình lập kế hoạch (chiến lược) marketing nói chung và marketing số nói riêng trong thực tiễn bối cảnh cụ thể của các doanh nghiệp/tổ chức;

[LO7] Hiểu, phân biệt và áp dụng được các loại hình nội dung (content) và cách thức tạo ra chúng; có thể tạo ra những nội dung phù hợp với thực tiễn hoạt động marketing số của tổ chức/doanh nghiệp;

[LO8] Hiểu và giải thích được bản chất, vai trò, các loại hình dữ liệu kinh doanh/marketing, các phương pháp thu thập và phân tích dữ liệu kinh doanh/marketing, quản trị dữ liệu; có thể vận dụng kiến thức về dữ liệu, quản trị dữ liệu để tối ưu các quyết định marketing của tổ chức/doanh nghiệp;

[LO9] Hiểu và có thể vận dụng được các nguyên tắc và các phương pháp, kỹ thuật căn bản nhằm phân tích marketing (đặc biệt là phân tích marketing số) nhằm đánh giá thành tích và kết quả hoạt động marketing của thương hiệu, doanh nghiệp/tổ chức;

[LO10] Hiểu được các xu hướng, vị trí việc làm và những vấn đề cơ bản về đạo đức nghề nghiệp trong lĩnh vực marketing, đặc biệt trong marketing số.

[LO1] Understand the general issues of political theories, the Vietnamese legal system, national security, economic principles, modern business environment and marketing, customer behavior, marketing mindset and modern management/marketing approaches; apply this knowledge and understanding in implementing marketing activities;

[LO2] Understand the fundamental concepts, processes, principles of marketing and marketing areas/functions; be able to practice related knowledge in future marketing activities;

[LO3] Understand and be able to apply basic marketing tools, including analyzing, evaluating and combining these ones, in practical marketing activities of business/organization in a competitive and volatile environment;

[LO4] Understand and make judgments about digital technologies in order to apply them in modern marketing activities; be able to analyze and evaluate digital marketing technology trends;

[LO5] Know and understand basic digital marketing channels and tools (related to web, social media, search engine...); be able to explain, evaluate and recommend their use in specific contexts to understand and connect with customers to optimize marketing activities of the organization/business;

[LO6] Understand, be able to apply and explain the principles, tasks and process of marketing (strategic) planning in general and digital marketing in particular in specific contexts of businesses/organizations;

[LO7] Understand, be able to distinguish and apply different types of content and the way to create them; be able to create suitable content for the digital marketing practice of the organization/enterprise;

[LO8] Be able to explain the nature, roles, types of business/marketing data, methods of collecting, analyzing and managing data; be able to apply knowledge of data and data management to optimize the marketing decisions of organizations/enterprises;

[LO9] Understand and be able to apply basic principles, methods and techniques for marketing analysis (especially digital marketing analysis) in order to evaluate the performance of marketing activities;

[LO10] Understand trends, job positions, and ethical basics in the field of marketing, especially in digital marketing.

3.2. Kỹ năng (Skills)

3.2.1. Kỹ năng chuyên môn (Professional skills)

[LO11] Có thể sử dụng các kỹ năng cơ bản về phân tích môi trường marketing và thấu hiểu người tiêu dùng;

[LO12] Có thể sử dụng kỹ năng cơ bản liên quan đến thu thập, phân tích và diễn giải các loại dữ liệu cơ bản (dữ liệu sơ cấp, dữ liệu thứ cấp, dữ liệu người dùng để lại trong môi trường Internet, dữ liệu số); quản trị dữ liệu nhằm phục vụ cho các quyết định marketing;

[LO13] Có thể lập kế hoạch cho hoạt động marketing số của doanh nghiệp/tổ chức;

[LO14] Có thể đánh giá, lựa chọn và phối hợp các kênh và công cụ/kỹ thuật marketing nhằm triển khai các chương trình và chiến dịch marketing số trong môi trường kinh doanh đầy biến động;

[LO15] Có thể tạo ra những nội dung cơ bản phù hợp với các kênh và công cụ/nền tảng marketing số;

[LO16] Có thể sử dụng các kỹ năng phân tích marketing và phân tích marketing số cơ bản nhằm đánh giá thành tích và kết quả hoạt động marketing nhằm phục vụ cho các quyết định điều chỉnh chiến lược, kế hoạch và các chương trình marketing để mang lại thành tích tốt hơn.

[LO11] Be able to use basic skills in analyzing the marketing environment and understanding consumers;

[LO12] Be able to apply basic skills in collecting, analyzing and interpreting basic data types (primary data, secondary data, user data left in the Internet environment, digital data); Data management for marketing decisions;

[LO13] Be able to planning digital marketing activities for business/organizations;

[LO14] Be able to evaluate, select and combine marketing channels and tools/techniques to optimize digital marketing programs and campaigns in a volatile business environment;

[LO15] Be able to apply basic skills in creating content suitable for various digital marketing channels and tools/platforms;

[LO16] Be able to apply marketing and digital marketing analytical skills to evaluate marketing performance to adjust marketing activities such as marketing strategy, marketing plan and marketing program or campaign in order to achieve optimized results.

3.2.2. Kỹ năng bổ trợ và kỹ năng mềm (Complementary skills and soft skills)

[LO17] Có thể lựa chọn và định hướng phát triển nghề nghiệp trong lĩnh vực marketing;

[LO18] Có tư duy hệ thống, tư duy logic và sáng tạo nhằm có thể vận dụng tốt các kiến thức và kỹ năng chuyên môn được học vào thực tiễn hoạt động marketing của doanh nghiệp/tổ chức trong môi trường đầy biến động;

[LO19] Có thể sử dụng kỹ năng mềm phục vụ cho việc thực hiện các công việc một cách chuyên nghiệp, bao gồm: kỹ năng giao tiếp, kỹ năng đặt mục tiêu, kỹ năng quản trị thời gian, kỹ năng làm việc nhóm, kỹ năng phản biện để làm việc và tương tác hiệu quả trong các tình huống công việc khác nhau, trong môi trường làm việc đa ngành và hội nhập quốc tế;

[LO20] Có thể sử dụng những phần mềm phân tích dữ liệu cơ bản (Excel, SPSS...);

[LO21] Có những kỹ năng cơ bản để lựa chọn, vận dụng các phương pháp, kỹ thuật phân tích dữ liệu cơ bản để cung cấp những thông tin có ích nhằm đánh giá thành tích marketing và phục vụ cho việc ra quyết định marketing.

[LO17] Be able to choose and develop a career path in the field of marketing;

[LO18] Possess systematic, logical and creative thinking skills to be able to apply professional knowledge and skills to the practice of marketing activities of enterprise/organization in a volatile environment;

[LO19] Possess soft skills for performing jobs professionally, including communication skills, goal setting skills, time management skills, teamwork skills, critical thinking skills, in order to interact effectively in different work situations and in a multidisciplinary and international working environment;

[LO20] Be able to use basic data analysis softwares (Excel, SPSS ...);

[LO21] Possess basic skills in selecting and applying basic data analysis methods and techniques to provide useful information for evaluating marketing performance/effectiveness and for making decision.

3.3. Ngoại ngữ (Foreign language) và tin học (Informatics)

[LO22] Đạt trình độ tiếng Anh tối thiểu TOEFL iBT 70 điểm hoặc IELTS 6.0 điểm trở lên hoặc tương đương;

[LO23] Có khả năng sử dụng tiếng Anh phục vụ học tập, nghiên cứu, hoà nhập nhanh với cộng đồng marketing trong khu vực và quốc tế sau khi ra trường; có khả năng sử dụng tiếng Anh tốt trong các hoạt động liên quan đến nghề nghiệp, chuyên môn được đào tạo;

[LO24] Đạt chuẩn đầu ra tin học quốc tế MOS (Microsoft Office Specialist).

[LO22] Attain minimum scores in the following English language proficiency tests: TOEFL iBT 70 or IELTS 6.0 or equivalent

[LO23] Be able to use English in study and research, quickly integrate with the regional and international marketing community after graduation; Be able to use English at work and in related professional activities

[LO24] Attain MOS (Microsoft Office Specialist) international informatics learning outcome

3.4. Năng lực tự chủ, trách nhiệm và hành vi đạo đức (Autonomy, responsibility and ethical behavior)

[LO25] Nhận thức được những vấn đề đương đại trong marketing và tác động của chúng đến người tiêu dùng, doanh nghiệp/tổ chức và xã hội;

[LO26] Có khả năng tự định hướng, thích nghi với môi trường làm việc năng động và hội nhập quốc tế;

[LO27] Có khả năng đưa ra được các ý tưởng, sáng kiến trong quá trình thực thi các công việc, nhiệm vụ được giao;

[LO28] Có khả năng chủ động trong xử lý, giải quyết công việc, nhiệm vụ được giao;

[LO29] Ý thức được sự cần thiết phải thường xuyên học tập nâng cao trình độ, có năng lực chuyên môn và khả năng ngoại ngữ để tự học suốt đời;

[LO30] Hiểu rõ về các giá trị đạo đức và trách nhiệm nghề nghiệp.

[LO25] Be aware of contemporary issues in marketing and their impact on consumers, businesses/organizations and society;

[LO26] Be able to be self-directed and adapt to a dynamic working environment and international integration;

[LO27] Be able to come up with ideas and initiatives at work and in executing assigned tasks;

[LO28] Be able to be proactive in handling and solving assigned tasks;

[LO29] Be aware of the need for regular learning to increase qualifications, professional competence and foreign language ability for lifelong self-learning;

[LO30] Understand ethical values and professional responsibilities.

4. MA TRẬN CHUẨN ĐẦU RA VỚI MỤC TIÊU ĐÀO TẠO (MATRIX OF LEARNING OUTCOMES AND LEARNING OBJECTIVES)

TT	Mục tiêu		PO1	PO2	PO3	PO4	PO5	PO6	PO7	PO8	PO9	PO10
	CĐR											
1	LO1		X	X			X					
2	LO2		X	X			X					
3	LO3		X	X			X					
4	LO4			X	X		X					
5	LO5			X	X							
6	LO6			X								
7	LO7			X								
8	LO8			X		X						X
9	LO9		X	X		X						
10	LO10			X								
11	LO11						X	X				
12	LO12					X		X				
13	LO13							X				
14	LO14				X			X				

TT	Mục tiêu CDR										
		PO1	PO2	PO3	PO4	PO5	PO6	PO7	PO8	PO9	PO10
15	LO15		X	X			X				
16	LO16		X		X		X				
17	LO17	X				X	X	X			
28	LO18	X	X	X	X		X	X			
19	LO19	X	X	X	X	X		X			
20	LO20	X			X		X	X			X
21	LO21	X			X		X	X			X
22	LO22	X	X	X						X	
23	LO23					X				X	
24	LO24										X
25	LO25	X	X	X	X		X		X		
26	LO26	X	X			X			X		
27	LO27		X	X	X				X		
28	LO28		X	X	X				X		
29	LO29		X			X			X		
30	LO30	X			X	X	X		X		

5. BẢNG MỨC ĐỘ NĂNG LỰC MONG MUỐN CHUẨN ĐẦU RA (TABLE OF DESIRED COMPETENCY LEVELS)

TT	NLMM (*) (Desired competency)	NỘI DUNG (CONTENT)	GHI CHÚ (NOTES)
1		KIẾN THỨC GIÁO DỤC ĐẠI CƯƠNG (GENERAL EDUCATION KNOWLEDGE)	
1.1		Khối kiến thức chung về lý luận chính trị (Knowledge related to political theory)	
1.1.1	(2.0)	Triết học Mác Lênin (Philosophy of marxism and Leninism)	
1.1.2	(2.0)	Kinh tế chính trị Mác Lênin (Political economics of Marxism and Leninism)	
1.1.3	(2.0)	Chủ nghĩa xã hội khoa học (Scientific socialism)	
1.1.4	(2.0)	Tư tưởng Hồ Chí Minh (Ho Chi Minh Ideology)	
1.1.5	(2.0)	Lịch sử Đảng cộng sản Việt Nam (History of Vietnamese communist party)	
1.2		Khối kiến thức khoa học tự nhiên và xã hội (Knowledge related to natural and social sciences)	
1.2.1	(3.0)	Toán cao cấp cho kinh tế (Advanced mathematics for economics)	
1.2.2	(3.0)	Xác suất và thống kê trong kinh tế (Probability & Statistics for Economics)	
1.2.3	(3.0)	Pháp luật đại cương (General law)	
2		KIẾN THỨC GIÁO DỤC CHUYÊN NGHIỆP (PROFESSIONAL EDUCATION KNOWLEDGE)	
2.1		Khối kiến thức cơ sở nhóm ngành và ngành (General knowledge of major field)	

TT	NLMM (*) (Desired competency)	NỘI DUNG (CONTENT)	GHI CHÚ (NOTES)
2.1.1	(3.0)	Kế toán quản trị phục vụ cho việc ra quyết định (Managerial accounting for decision making)	Kiến thức bắt buộc (required knowledge)
2.1.2	(3.5)	Kinh tế vi mô (Microeconomics)	
2.1.3	(3.5)	Kinh tế vĩ mô (Macroeconomics)	
2.1.4	(3.5)	Kinh tế lượng (Econometrics)	
2.1.5	(3.5)	Quản trị tổ chức (Organizational Leadership)	
2.1.6	(4)	Nguyên lý marketing (Principles of marketing)	
2.1.7	(4)	Hành vi người tiêu dùng (Consumer behavior)	
2.1.8	(4)	Marketing chiến lược (Strategic marketing)	
2.1.9	(4)	Nghiên cứu marketing (Marketing research)	
2.1.10	(3.5)	Hệ thống thông tin kinh doanh (Business Information Systems)	
2.1.11	(4)	Truyền thông marketing tích hợp (Integrated marketing communication)	Kiến thức lựa chọn (optional knowledge)
2.1.12	(3.5)	Quản trị thương hiệu (Brand management)	
2.1.13	(3.5)	Quản trị bán hàng (Sales management)	
2.1.14	(3.5)	Marketing dịch vụ (Service marketing)	
2.1.15	(4)	Đạo đức marketing (Marketing Ethics)	
2.1.16	(3)	Thương mại điện tử (E-commerce)	
2.1.17	(3)	Khởi sự doanh nghiệp (Entrepreneurship)	
2.1.18	(3)	Quản trị giá (Price management)	
2.1.19	(3)	Quản trị dự án marketing (Marketing project management)	
2.1.20	(3)	Marketing B2B (B2B Marketing)	
2.1.21	(3)	Marketing quốc tế (International marketing)	
2.1.22	(3)	Phân tích hoạt động sản xuất kinh doanh (Business analysis)	
2.1.23	(3)	Quản trị quan hệ khách hàng (Customer Relationship Management)	
2.1.24	(3)	Quản trị kênh phân phối (Distribution channel management)	
2.1.25	(3)	Phương pháp nghiên cứu khoa học trong marketing (academic research in marketing)	
2.2		Khối kiến thức chuyên ngành (Specialised professional knowledge)	Kiến thức bắt buộc (required knowledge)
2.2.1	(4)	Marketing số (Digital marketing)	
2.2.2	(4)	Phát triển sản phẩm mới và cải tiến (New Product Development & Innovation)	
2.2.3	(3.5)	Thiết kế UI/UX (UI/UX Design)	
2.2.4	(4)	Sáng tạo và phát triển nội dung số (Digital Content Creation and Development)	
2.2.5	(4)	Công nghệ marketing số (Digital marketing technologies)	
2.2.6	(4)	Phân tích marketing (Marketing analytics)	
2.2.7	(4)	Marketing qua phương tiện truyền thông xã hội (Social media Marketing)	
2.2.8	(4)	Chuyên đề: Xu hướng công nghệ marketing số (Perspectives of Digital Marketing Technologies)	

TT	NLMM (*) (Desired competency)	NỘI DUNG (CONTENT)	GHI CHÚ (NOTES)
2.2.9	(4)	Đề án Kế hoạch Marketing số (Digital Marketing Capstone Project)	
2.2.10	(3.5)	Marketing bằng công cụ tìm kiếm (Search Engine Marketing)	Kiến thức lựa chọn (Optional knowledge)
2.2.11	(3.5)	Marketing di động (Mobile Marketing)	
2.2.12	(3.5)	Phân tích web (Web analytics)	
2.2.13	(3.5)	Chỉ số marketing (Marketing Metrics)	
2.2.14	(3.5)	Trí tuệ kinh doanh và marketing (Marketing and Business Intelligence)	
2.2.15	(3.5)	Marketing xã hội (social marketing)	
2.2.16	(3.5)	Marketing đa kênh (Omnichannel marketing)	
3		TIN HỌC (INFORMATICS)	
	(3.5)	Tin học cơ sở (theo chuẩn quốc tế) ((Basic informatics- International standard)	
4		TIẾNG ANH (ENGLISH)	
4.1	(3.5)	Tiếng Anh (Course 1)_CLC (English – Course 1- High quality)	
	(3.5)	Tiếng Anh (Course 2)_CLC (English – Course 2- High quality)	
	(3.5)	Tiếng Anh (Course 3)- CLC (English – Course 3- High quality)	
5		KỸ NĂNG DÀNH CHO SINH VIÊN MARKETING (SKILLS FOR DIGITAL MARKETING STUDENTS)	
5.1	(3.5)	Phát triển nghề nghiệp Marketing (Professional development in Marketing)	
5.2	(3.5)	Kỹ năng truyền thông (Communication skills)	
5.3	(3.5)	Kỹ năng tương tác liên cá nhân (interpersonal skills)	
5.4	(3.5)	Kỹ năng tư duy sáng tạo và giải quyết vấn đề (reative thinking and problem-solving skills)	
5.5	(3.5)	Kỹ năng lập kế hoạch (planning skills)	

() Năng lực mong muốn (NLMM) phổ biến từ mức độ 3.0 đến 4.0. Được đánh giá trên cơ sở các kết quả khảo sát ý kiến của các đơn vị sử dụng lao động, các cựu sinh viên và sinh viên năm cuối về những năng lực cần thiết, quan trọng đối với sinh viên tốt nghiệp ngành marketing, định hướng digital marketing cũng như là ý kiến các chuyên gia về dự thảo khung chương trình*

Desired competency (NLMM) is commonly from the level 3.0 to 4.0. It is evaluated basing on survey results of employers, alumni and final-year students about necessary and important competencies for digital marketing graduates, as well as expert opinions on the draft program framework