



# CÔNG BỐ CHUẨN ĐẦU RA

## 1. Mục tiêu

### 1.1. Mục tiêu chung

Chương trình Marketing (bậc Đại học) đào tạo người học có phẩm chất chính trị, đạo đức, có ý thức phục vụ nhân dân, cộng đồng, có lòng bao dung, yêu thương gia đình, có ý thức bảo vệ môi trường và tôn trọng các giá trị xã hội có kiến thức; có năng lực thực hành nghề nghiệp tương xứng với trình độ đào tạo, có sức khỏe, đáp ứng yêu cầu xây dựng và bảo vệ Tổ quốc.

### 1.2. Mục tiêu cụ thể: Kiến thức, kỹ năng, thái độ, trình độ ngoại ngữ, tin học...

1.2.1. Vận dụng các kiến thức sâu rộng về marketing hiện đại và các kỹ năng vào trong thực tế của môi trường kinh doanh hội nhập toàn cầu thông qua việc tiếp cận một cách có hệ thống tiến trình marketing và triển khai các hoạt động marketing xuyên suốt trong các hoạt động của tổ chức.

1.2.2. Nắm vững các kiến thức nền tảng bắt buộc cho các công việc liên quan đến marketing và có thể tiếp cận các kiến thức, kỹ năng chuyên sâu về quản trị các hoạt động marketing, vận dụng phù hợp trong từng tình huống cụ thể.

1.2.3. Sử dụng kiến thức sâu rộng, thể hiện sự am tường với thế giới và cuộc sống; đủ khả năng dẫn thân, khởi nghiệp, đảm nhận các vị trí then chốt tại các thực thể, tổ chức trong và ngoài nước.

1.2.4. Có những kiến thức và kỹ năng xã hội cơ bản phù hợp với chuyên ngành được đào tạo; có khả năng bao quát, kiểm soát, thích ứng và làm chủ trước mọi hoàn cảnh để tạo ảnh hưởng tích cực ở tầm quốc gia và quốc tế; có khả năng làm việc độc lập và kỹ năng làm việc nhóm; có khả năng giao tiếp tiếng Anh trong công việc, học tập và nghiên cứu.

## 2. Chuẩn đầu ra

Tốt nghiệp chương trình Marketing (trình độ Đại học) sinh viên đạt được các chuẩn đầu ra sau:

### 2.1. Kiến thức

- PLO1 : Sử dụng các công cụ phân tích chuyên môn để có thể dự kiến những thay đổi của môi trường vĩ mô và vi mô có thể tác động đến hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp.
- PLO2 : Áp dụng các kiến thức chuyên môn vào việc lập kế hoạch tổ chức nghiên cứu marketing và vận dụng các công cụ Marketing thích hợp trong các tổ chức kinh doanh.
- PLO3 : Xây dựng chiến lược marketing phù hợp để phát triển thương hiệu và tạo dựng lợi thế cạnh tranh dài hạn cho doanh nghiệp và đánh giá được hiệu quả của các công cụ và chiến lược Marketing này.

### 2.2. Kỹ năng

- PLO4 : Kỹ năng tư duy phản biện, khả năng sáng tạo, phân tích lập luận đánh giá các quy trình và giải pháp hợp lý.
- PLO5 : Có chứng chỉ trình độ tiếng Anh tương đương trình độ B1 hoặc các chứng chỉ khác tương đương.

- PLO6 : Có kỹ năng tự học các kiến thức bổ trợ các chuyên ngành khác và khả năng làm việc độc lập để phục vụ cho hướng công việc tương lai.
- PLO7 : Có kỹ năng lãnh đạo và tích lũy kinh nghiệm thực tế để có cơ hội tự làm chủ trong kinh doanh.

### 2.3. Năng lực tự chủ và trách nhiệm

- PLO8 : Áp dụng các nguyên tắc đạo đức cá nhân và chuẩn mực đạo đức kinh doanh vào hoạt động chuyên môn và trách nhiệm xã hội
- PLO9 : Trung thực, năng động, tự tin, có trách nhiệm đối với khách hàng và cộng đồng
- PLO10 : Hợp tác với người khác trong đa dạng bối cảnh làm việc chuyên nghiệp

### 3. Cơ hội nghề nghiệp

Sinh viên sau khi tốt nghiệp sẽ có đủ năng lực đảm nhận các vị trí chuyên viên hoặc quản lý ở các tổ chức, công ty sản xuất hoặc dịch vụ trong các lĩnh vực như: Tổ chức sự kiện, Nghiên cứu thị trường, Quảng cáo, Xây dựng kênh phân phối, Bán hàng, Phát triển sản phẩm mới, Tổ chức hoạt động khuyến mãi, Trưng bày hàng hóa, Chăm sóc khách hàng, Thương hiệu, ...

TP.HCM, ngày 11 tháng 11 năm 2021

Trưởng Khoa

Nguyễn Hữu Hải

TP.HCM, ngày 11 tháng 11 năm 2021

Giám đốc chương trình

Nguyễn Trần Kiều Vân