

CHUẨN ĐẦU RA CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO CHẤT LƯỢNG CAO

CHUYÊN NGÀNH NGÂN HÀNG

(ban hành kèm theo Quyết định số 01/QĐ-ĐHKTQĐ ngày 03/01/2017)

1. Tên Chương trình đào tạo

a. Tên tiếng Việt: Quản trị Marketing

b. Tên tiếng Anh: Marketing management.

2. Trình độ đào tạo: Đại học

3. Yêu cầu về kiến thức:

a. Kiến thức cơ bản:

- Kiến thức chung về kinh tế - xã hội:
 - Có kiến thức sâu rộng về kinh tế thị trường và các quy luật kinh tế - xã hội;
 - Nắm vững đường lối chính sách và pháp luật của Đảng và Nhà nước;
 - Hiểu biết các vấn đề văn hoá xã hội của Việt Nam và thế giới.
- Kiến thức về kinh doanh và quản lý:
 - Có kiến thức toàn diện về hoạt động kinh doanh của các doanh nghiệp và quản trị kinh doanh;
 - Nắm vững các lý thuyết và thực tế về quản lý và điều hành doanh nghiệp/tổ chức;
 - Hiểu biết đầy đủ các vấn đề về pháp luật kinh doanh của Việt Nam và quốc tế;
 - Nắm vững kiến thức cơ bản về tài chính – tiền tệ, kế toán, thống kê;
 - Nắm vững các kiến thức cơ bản về quản trị các chức năng khác nhau của doanh nghiệp/tổ chức: tác nghiệp, nhân sự, tài chính, marketing, hành chính và mối quan hệ giữa các chức năng này.

b. Kiến thức chuyên sâu:

- Nắm vững kiến thức toàn diện và sâu về nghiên cứu marketing; xây dựng và quản lý hệ thống thông tin marketing;
- Nắm vững các phương pháp và quy trình phân tích môi trường marketing trong nước và quốc tế;
- Nắm vững các kiến thức về thị trường và hành vi người tiêu dùng;
- Có kiến thức toàn diện về các yếu tố của môi trường kinh doanh trong nước và quốc tế;

- Nắm vững kiến thức đầy đủ để phát triển được các chiến lược và kế hoạch marketing cho các loại hình doanh nghiệp/tổ chức khác nhau.
- Có kiến thức toàn diện về nội dung và quy trình quản trị các hoạt động marketing cụ thể trong các doanh nghiệp/tổ chức: quản trị và phát triển sản phẩm, quản trị thương hiệu, quản trị giá, quản trị phân phối và bán hàng và quản trị truyền thông marketing, quản trị quan hệ khách hàng...
- Có kiến thức sâu rộng về tổ chức bộ phận quản trị marketing, tổ chức thực hiện các kế hoạch và chương trình marketing;
- Hiểu biết sâu sắc về hệ thống chỉ tiêu, phương pháp kiểm tra đánh giá hoạt động marketing;
- Có đủ kiến thức để vận dụng marketing trong các loại hình doanh nghiệp/tổ chức và trong các lĩnh vực khác nhau;
- Có kiến thức về những phát triển mới về lý thuyết và thực tiễn trong khoa học marketing trên thế giới.

4. Yêu cầu về kỹ năng:

a. Kỹ năng cứng

- Kỹ năng chuyên môn:
 - + Thành thạo trong xây dựng và triển khai các dự án nghiên cứu marketing
 - + Thành thạo về xây dựng hệ thống thông tin marketing và hệ thống báo cáo, thiết kế các mẫu biểu báo cáo nội bộ.
 - + Có kỹ năng tốt trong lập các chiến lược, kế hoạch, xây dựng các chính sách marketing cụ thể của tổ chức/doanh nghiệp
 - + Kỹ năng triển khai các kế hoạch marketing và các hoạt động marketing cụ thể tới các bộ phận và cá nhân thực hiện của tổ chức/doanh nghiệp.
 - + Kỹ năng thành thạo trong thực hiện kiểm tra, đánh giá hoạt động marketing.
 - + Kỹ năng thành thạo trong tổ chức thực hiện các hoạt động marketing cụ thể: quản trị thương hiệu, quản trị giá, phân phối và bán hàng, quản trị các hoạt động truyền thông, quản trị quan hệ khách hàng.
- Năng lực thực hành nghề nghiệp:
 - + Thành thạo về thực hành thu thập thông tin thị trường, xử lý và phân tích thông tin đáp ứng yêu cầu ra quyết định marketing.
 - + Thành thạo về viết báo cáo phân tích tổng hợp về một vấn đề marketing
 - + Độc lập thực hiện được các công việc chuyên môn về marketing được giao.
 - + Độc lập triển khai được các công việc được giao tới nhóm làm việc hoặc khách hàng.

- Kỹ năng xử lý tình huống:
 - + Có kỹ năng nắm bắt tình huống, phân tích đánh giá tình huống, tìm hiểu nguyên nhân của vấn đề;
 - + Có khả năng nhanh nhạy trong đề xuất các phương án và giải pháp xử lý vấn đề;
 - + Có kỹ năng tốt về xử lý khủng hoảng truyền thông;
 - + Có kỹ năng tốt về khắc phục và giảm thiểu các hậu quả của sự cố khủng hoảng trên thị trường của doanh nghiệp.
- Kỹ năng giải quyết vấn đề:
 - + Kỹ năng phân tích xử lý độc lập các vấn đề marketing
- Các kỹ năng cứng khác (nếu có):
 - + Kỹ năng phân tích định tính và định lượng
 - + Thông tin và thuyết phục các bộ phận khác ủng hộ, hỗ trợ các hoạt động marketing.

b. Kỹ năng mềm

- Kỹ năng giao tiếp:
 - + Thành thạo trong soạn thảo và truyền tin các văn bản tài liệu chuyên môn;
 - + Kỹ năng thành thạo trong thuyết trình các vấn đề chuyên môn;
 - + Kỹ năng giao tiếp hàng ngày thân thiện hòa đồng.
- Kỹ năng làm việc theo nhóm:
 - + Có kỹ năng tốt trong phối hợp với các thành viên trong nhóm;
 - + Có khả năng phân công công việc và điều hành nhóm
- Khả năng sử dụng tin học, ngoại ngữ,...:
 - + Đạt trình độ ngoại ngữ theo chuẩn chung của ĐH Kinh tế Quốc dân. Khả năng sử dụng thành thạo ngôn ngữ tiếng Anh trong công việc chuyên môn.
 - + Trình độ tin học theo chuẩn chung của ĐH Kinh tế Quốc dân. Sử dụng được các phần mềm ứng dụng trong lĩnh vực marketing: CRM, SPSS,....
- Các kỹ năng mềm khác (nếu có):
 - + Kỹ năng quản lý công việc hàng ngày
 - + Kỹ năng quản lý bản thân.
 - + Kỹ năng quản lý thời gian
 - + Kỹ năng làm việc độc lập và thích ứng nhanh với môi trường làm việc.

5. Yêu cầu về thái độ

- Phẩm chất đạo đức, ý thức nghề nghiệp, trách nhiệm công dân:

Theo các tiêu chuẩn của Quyết định số 50/2007/QĐ-BGD&ĐT;

+ Có lập trường, tư tưởng chính trị đúng đắn; có ý thức tôn trọng và chấp hành nghiêm các chính sách, pháp luật của nhà nước:

+ Có tinh thần trách nhiệm cao trong công việc

- Trách nhiệm, đạo đức, tác phong nghề nghiệp, thái độ phục vụ:

+ Hợp tác và giúp đỡ các thành viên khác trong tập thể.

+ Có tinh thần yêu nghề, cầu tiến, hợp tác và giúp đỡ đồng nghiệp.

+ Có thái độ thân thiện, chu đáo với khách hàng và đối tác.

- Khả năng cập nhật kiến thức, sáng tạo trong công việc:

+ Khả năng sáng tạo trong mọi hoạt động

+ Tích cực, chủ động học tập nâng cao trình độ

6. Vị trí làm việc sau khi tốt nghiệp

Chuyên viên marketing, giám đốc thương hiệu, trưởng các bộ phận chức năng marketing, giám đốc marketing, chuyên viên quản trị thông tin marketing, chuyên viên nghiên cứu thị trường, giám đốc bán hàng, giám sát bán hàng, chuyên viên truyền thông marketing, quảng cáo, PR... trong các doanh nghiệp đa quốc gia, doanh nghiệp FDI, các tập đoàn kinh tế lớn; giảng viên marketing của các trường đại học.

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

- Có khả năng tự học tập để nâng cao trình độ trong mọi môi trường làm việc;
- Có khả năng học lấy bằng đại học thứ 2 các chuyên ngành khác;
- Có khả năng học tập và nghiên cứu ở các cấp đào tạo cao hơn: thạc sỹ và tiến sỹ trong và ngoài nước;
- Có khả năng liên thông học lấy bằng của các trường đại học nước ngoài.

8. Các chương trình, tài liệu, chuẩn quốc tế tham khảo

- Chương trình đào tạo và chuẩn đầu ra của ngành quản trị kinh doanh, quản trị marketing của các trường: Đại học Kinh tế Thành phố Hồ Chí Minh; Đại học Ngoại thương; Học viện Ngân hàng; Đại học Thương mại.

- Chương trình đào tạo và chuẩn đầu ra của ngành quản trị kinh doanh, quản trị marketing của các trường: California State University Longbeach (USA), RMIT (Aus), Sheffield Hallam University (UK)