

CHUẨN ĐẦU RA CHƯƠNG TRÌNH ĐỊNH HƯỚNG ỨNG DỤNG (POHE)
CHUYÊN NGÀNH TRUYỀN THÔNG MARKETING
(ban hành kèm theo Quyết định số 01/QĐ-ĐHKTQĐ ngày 03/01/2017)

1. Tên Chương trình đào tạo

a. Tên tiếng Việt: Truyền thông Marketing

b. Tên tiếng Anh: Marketing Communication

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 hiểu biết đầy đủ 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
- Có kiến thức rộng về văn hoá xã hội trong nước và quốc tế.
- Hiểu biết về xã hội thông tin và các phương tiện truyền thông đại chúng

❖ Kiến thức về kinh doanh và quản lý

- Có kiến thức cơ bản về hoạt động kinh doanh và quản trị kinh doanh của các doanh nghiệp/tổ chức
- Có kiến thức cơ bản về quản lý điều hành doanh nghiệp/tổ chức
- Hiểu biết đầy đủ về pháp luật kinh doanh
- Có kiến thức cơ bản về tài chính – tiền tệ, kế toán, thống kê
- Có kiến thức cơ bản về quản trị các chức năng khác nhau của tổ chức: tác nghiệp, nhân sự, tài chính, marketing

b. Kiến thức chuyên sâu:

Cử nhân Truyền thông Marketing POHE có kiến thức toàn diện cả về lý thuyết và thực tiễn về lĩnh vực marketing chung, đồng thời có kiến thức chuyên sâu về truyền thông marketing.

❖ Kiến thức chuyên sâu về nghiên cứu:

Có kiến thức chuyên sâu về nghiên cứu:

- Lĩnh vực truyền thông, các phương tiện truyền thông marketing;
- Hành vi người tiêu dùng;
- Quá trình nhận thức của công chúng nhận tin trong truyền thông;
- Quá trình phản ứng đáp lại của công chúng nhận tin trong truyền thông;
- Công cụ và phương tiện truyền thông;

- Nghiên cứu marketing phục vụ hoạt động truyền thông.

❖ Kiến thức chuyên sâu về quản trị trong lĩnh vực truyền thông

Nắm vững các kiến thức chuyên sâu về quản trị:

- Cập nhật về môi trường kinh doanh toàn cầu và hội nhập kinh tế quốc tế, những xu hướng phát triển mới về truyền thông trên thế giới;
- Khởi sự doanh nghiệp và quản trị doanh nghiệp trong lĩnh vực truyền thông;
- Thực hành phát triển các chiến lược và kế hoạch truyền thông marketing;
- Quản trị các hoạt động truyền thông marketing cụ thể cho các doanh nghiệp/tổ chức: truyền thông thương hiệu, quảng cáo, PR, bán hàng trực tiếp, marketing trực tiếp, xúc tiến bán, marketing trực tuyến;
- Tổ chức thực hiện các chương trình truyền thông marketing cụ thể;
- Hệ thống chỉ tiêu và phương pháp, quy trình kiểm tra đánh giá hoạt động truyền thông marketing;
- Hoạt động truyền thông marketing cho các loại hình doanh nghiệp/tổ chức và trong các lĩnh vực khác nhau.

❖ Kiến thức chuyên sâu về sáng tạo thông điệp truyền thông

Có kiến thức và khả năng:

- Sáng tạo ý tưởng chiến lược thông điệp truyền thông marketing;
- Sáng tạo ý tưởng cho chiến thuật thông điệp truyền thông marketing;
- Hiểu biết sâu về quy trình và phương pháp sáng tạo thông điệp truyền thông marketing;
- Phân tích và xử lý các yếu tố chi phối đến sáng tạo thông điệp truyền thông marketing;
- Tích hợp, phân phối thông điệp sáng tạo trong các chương trình truyền thông.

❖ Kiến thức chuyên sâu về hoạch định công cụ và phương tiện truyền thông

Có kiến thức và khả năng:

- Hiểu biết sâu về đặc điểm và bản chất công cụ và phương tiện truyền thông marketing;
- Hoạch định công cụ và phương tiện truyền thông marketing;
- Phân tích đánh giá công cụ và phương tiện truyền thông marketing;
- Phối hợp các công cụ và phương tiện truyền thông marketing trong một chương trình/chiến dịch;
- Hiểu biết các tiêu chuẩn để lựa chọn công cụ và phương tiện truyền thông marketing;
- Xây dựng kế hoạch và thời gian biểu sử dụng công cụ và phương tiện.

❖ Kiến thức về đánh giá hiệu quả truyền thông marketing

Nắm vững và hiểu biết:

- Vai trò, tầm quan trọng của đánh giá hiệu quả hoạt động truyền thông marketing;
- Hệ thống chỉ tiêu và phương pháp, quy trình kiểm tra, đánh giá hoạt động truyền thông marketing nói chung và các chương trình và phương tiện truyền thông nói riêng;
- Phân tích kết quả đánh giá hoạt động truyền thông marketing;
- Điều chỉnh và đề xuất chiến lược truyền thông sau đánh giá.

4. Yêu cầu về kỹ năng

❖ Kỹ năng chuyên môn (kỹ năng cứng):

Kỹ năng quản trị

- Có kỹ năng xây dựng các chương trình truyền thông, lập các dự án nghiên cứu về truyền thông marketing;
- Có kỹ năng xây dựng các chiến lược, kế hoạch, chương trình truyền thông marketing của tổ chức/doanh nghiệp cụ thể;
- Có kỹ năng kiểm tra, đánh giá hoạt động truyền thông marketing
- Có kỹ năng chuyên nghiệp trong phát triển và thực hiện các chương trình truyền thông marketing cụ thể.

Kỹ năng sáng tạo và thực hành nghề nghiệp

- Có kỹ năng sáng tạo các ý tưởng truyền thông;
- Thành thạo về một số công nghệ/kỹ thuật trong truyền thông: thiết kế Web, quay phim, chụp ảnh,...
- Thành thạo trong việc soạn thảo nội dung truyền thông
- Có kỹ năng tốt trong thực hiện các hoạt động truyền thông online, offline

Kỹ năng xử lý tình huống

- Có kỹ năng phát hiện các khả năng khủng hoảng truyền thông và xây dựng hệ thống cảnh báo;
- Có kỹ năng phân tích, đánh giá, hiểu nguyên nhân vấn đề;
- Kỹ năng đề xuất các giải pháp xử lý khủng hoảng truyền thông;
- Nắm vững các kỹ năng biến khủng hoảng thành cơ hội truyền thông.

Kỹ năng giải quyết vấn đề

- Kỹ năng phân tích và xử lý độc lập vấn đề, nhiệm vụ truyền thông được giao phó;
- Kỹ năng giải quyết các vấn đề phát sinh liên quan đến từng nội dung cụ thể trong một chiến dịch truyền thông như: điều chỉnh thông điệp, phối hợp công cụ, tích hợp phương tiện hay xác định công chúng mục tiêu...
- Kỹ năng giải quyết xung đột trong tổ chức hoạt động truyền thông trong công ty;
- Kỹ năng phối hợp và giải quyết xung đột giữa khách hàng (chủ thể truyền thông) và công ty cung ứng dịch vụ truyền thông cũng như các bên liên quan;
- Kỹ năng nghiên cứu, phân tích định tính, định lượng trong giải quyết vấn đề và đánh giá hiệu quả truyền thông.

❖ Kỹ năng mềm:

Hiểu biết và nắm vững các kỹ năng giao tiếp trong truyền thông:

- Kỹ năng truyền tải thông tin qua các văn bản tài liệu chuyên môn;
- Kỹ năng thuyết trình các vấn đề chuyên môn;
- Kỹ năng trình bày vấn đề liên quan đến truyền thông;
- Kỹ năng đặt câu hỏi về truyền thông;
- Kỹ năng xử lý tình huống trong giao tiếp;
- Kỹ năng thiết lập, duy trì và phát triển mối quan hệ với khách hàng, đối tác và công chúng trong truyền thông;

- Kỹ năng giao tiếp nội bộ, giao tiếp với khách hàng và công chúng.

Kỹ năng làm việc theo nhóm:

- Kỹ năng phối hợp với các thành viên trong nhóm;
- Kỹ năng phân công công việc và điều hành nhóm;
- Kỹ năng lãnh đạo và thu hút thành viên trong nhóm.

Các kỹ năng mềm khác:

- Kỹ năng quản lý bản thân;
- Kỹ năng đối diện với thách thức, áp lực trong truyền thông;
- Kỹ năng xây dựng kế hoạch và quản lý công việc hàng ngày;
- Kỹ năng xây dựng mục tiêu ngắn hạn, trung hạn và dài hạn khoa học;
- Kỹ năng nhận diện bối cảnh chương trình và cơ hội truyền thông.

❖ *Khả năng sử dụng tin học, ngoại ngữ:*

Về ngoại ngữ:

- Đạt trình độ ngoại ngữ theo chuẩn chương trình POHE của ĐH Kinh tế Quốc dân;
- Khả năng sử dụng thành thạo tiếng Anh ở cả bốn kỹ năng ngôn ngữ: nghe, nói, đọc, viết;
- Có trình độ ngoại ngữ chuyên sâu về lĩnh vực truyền thông marketing.

Về tin học:

- Đạt 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.

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;
- Có tinh thần hợp tác trong công việc, tác phong chuyên nghiệp;
- Có tinh thần cầu tiến, có đạo đức trong công việc và xã hội;
- Có thái độ thân thiện và chu đáo với khách hàng.
- 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 truyền thông marketing, giám đốc thương hiệu, trưởng phòng truyền thông/quan hệ công chúng, giám đốc các công ty cung cấp dịch vụ truyền thông marketing, chuyên viên quảng cáo, chuyên viên PR... trong mọi loại hình doanh nghiệp, các tổ chức xã hội, cơ quan quản lý nhà nước; giảng viên marketing và cán bộ nghiên cứu của các cơ sở đào tạo về kinh tế và quản trị kinh doanh.

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.

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; Đại học Tài chính - Marketing; Đại học Thương mại.