

BẢNG TỔNG HỢP CHUẨN ĐẦU RA CỦA NGƯỜI TỐT NGHIỆP KHÓA ĐÀO TẠO

(Kèm theo chương trình đào tạo trình độ cao đẳng của Trường Cao đẳng KT-KT TP.HCM)


1. Tên ngành, nghề: Marketing
2. Mã ngành, nghề: 6340116
3. Trình độ đào tạo: Trình độ cao đẳng
4. Hình thức đào tạo: Chính quy - Tín chỉ
5. Đối tượng tuyển sinh: Tốt nghiệp Trung học phổ thông hoặc tương đương
6. Thời gian đào tạo: 2.5 năm; 5 học kỳ
7. Mục tiêu đào tạo: Người học sau khi tốt nghiệp sẽ đạt được trình độ Cử nhân thực hành (bậc 5 - Cao đẳng) ngành Marketing có phẩm chất chính trị, đạo đức kinh doanh và sức khỏe tốt; nắm vững kiến thức chung về kinh tế và tổ chức thực hiện được các hoạt động Marketing ở các doanh nghiệp; có khả năng tự học tập để thích ứng với môi trường ngành kinh doanh trong điều kiện hội nhập quốc tế.
8. Khối lượng kiến thức, kỹ năng và thời lượng:
 - Số lượng môn học/ mô đun: 28 môn
 - Khối lượng kiến thức toàn khóa học: 84 Tín chỉ
 - Khối lượng các môn học chung/ đại cương: 435 giờ
 - Khối lượng các môn học, mô đun chuyên môn: 1560 giờ
 - Khối lượng lý thuyết: 592 giờ; Thực hành, thực tập, kiểm tra: 1.403 giờ.

Bậc trình độ	Chuẩn đầu ra			Thể hiện tại các học phần	Khối lượng học tập (Tín chỉ)	Văn bằng cấp sau tốt nghiệp
	Người tốt nghiệp khóa đào tạo phải có:					
	Kiến thức	Kỹ năng	Mức tự chủ và trách nhiệm			

5 (trình độ cao đẳng)	<p>Kiến thức đại cương:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Nắm được kiến thức cơ bản về chủ nghĩa Mác- Lênin, tư tưởng Hồ Chí Minh, đường lối của Đảng CSVN, pháp luật của Nhà nước Việt Nam. - Hiểu biết cơ bản về truyền thống quý báu của dân tộc, của giai cấp công nhân và Công đoàn Việt Nam. - Nhận thức được những vấn đề về quốc phòng an ninh trong tình hình mới. 	<ul style="list-style-type: none"> - Hòa nhập được vào các môi trường làm việc khác nhau, - Sử dụng tiếng Anh trong giao tiếp đạt trình độ tương đương B1 (khung năng lực 6 bậc Châu Âu). - Ứng dụng các kỹ năng tin học vào công việc đạt trình độ tương đương IC3 hoặc kỹ năng sử dụng Công nghệ thông tin cơ bản. 	<ul style="list-style-type: none"> - Chấp hành chính sách, pháp luật của nhà nước, tự chịu trách nhiệm trước những công việc của bản thân 	<p>Chính trị, Pháp luật, An ninh quốc phòng, Tin học, Tiếng Anh 1, tiếng Anh 2, Giáo dục thể chất</p>	22	Cử nhân thực hành (bậc 5 - Cao đẳng)
	<p>Kiến thức cơ sở:</p> <p>Biết, hiểu, phân biệt và áp dụng các kiến thức chung của khối ngành kinh tế và ngành Marketing như:</p> <p>Marketing, Quản trị, Kinh tế, Kế toán, thống kê... để xác lập nền tảng, cơ sở khoa học cho việc</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Hiểu biết được tổng quan các hoạt động, nghiệp vụ kinh doanh có liên quan nhằm hợp tác tốt với đối tác, đồng nghiệp trong công việc. - Thực hiện được việc phân tích môi trường để tìm ra cơ 	<p>Định hướng được việc học tập, rèn luyện chuyên sâu về ngành đào tạo để có khả năng phát triển trong công việc và thích ứng với trong việc thay đổi của môi trường làm việc trong tương lai.</p>	<p>Kinh tế học Quản trị học Kế toán quản lý doanh nghiệp Thống kê kinh tế Marketing căn bản Kỹ năng giao tiếp trong kinh doanh</p>	27	

<p>tiếp thu kiến thức, rèn luyện kỹ năng chuyên môn.</p>	<p>hội và thách thức trong môi trường kinh doanh,</p>		<p>Thương mại điện tử Khởi tạo doanh nghiệp và xây dựng kế hoạch kinh doanh Quản trị doanh nghiệp</p>		
<p>Kiến thức chuyên môn:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Nhận biết được xu hướng vận động của thị trường; - Nhận biết được các mục tiêu chiến lược marketing doanh nghiệp; - Trình bày được quy trình lập kế hoạch các chương trình: Truyền thông, quảng cáo, tiếp thị, quảng bá thương hiệu...; - Phân tích được tác động của các yếu tố môi trường đến hoạt động marketing của doanh nghiệp; - Phân tích được ảnh hưởng về hành vi tiêu dùng của khách hàng đối 	<ul style="list-style-type: none"> - Xây dựng được các kế hoạch marketing bộ phận; - Tổ chức được các hoạt động marketing cho doanh nghiệp; - Thiết lập và duy trì được chính sách giá của sản phẩm, dịch vụ; - Phân đoạn và lựa chọn được thị trường trọng điểm cho doanh nghiệp; - Thực hiện được các chương trình: Truyền thông, quan hệ công chúng, quảng cáo, tiếp thị, quảng bá thương hiệu...; 	<ul style="list-style-type: none"> - Thái độ cởi mở, thân tình, sẵn sàng phục vụ khách hàng và đối tác kinh doanh. - Tinh thần hợp tác làm việc nhóm, thái độ thiện chí trong việc giải quyết các vấn đề liên quan đến công việc và đối tác. - Rèn luyện được tác phong công nghiệp, trung thực trong công tác, đạt các tiêu chuẩn đạo đức chuyên môn. 	<p>Nghiên cứu marketing Marketing quốc tế Marketing điện tử Kỹ năng bán hàng và quản lý kênh phân phối Quản lý thương hiệu Chiến lược định giá Truyền thông marketing Thực tập tại doanh nghiệp 1 Thực tập tại doanh nghiệp 2 Marketing công nghiệp</p>	<p>36</p>	

	<p>với các chính sách marketing của doanh nghiệp;</p> <ul style="list-style-type: none"> - Dự đoán được những phản ứng của người tiêu dùng đối với việc lựa chọn sản phẩm của doanh nghiệp; - Nhận biết và phân đoạn được các thị trường trọng điểm cho doanh nghiệp; - Phân biệt được chiến lược marketing cho các nhóm khách hàng khác nhau. 	<ul style="list-style-type: none"> - Thiết lập được các kênh phân phối chào hàng, bán hàng và đề xuất các phương pháp cải tiến sản phẩm dịch vụ; 		<p>Marketing thương mại</p> <p>Marketing dịch vụ</p> <p>Hành vi người tiêu dùng</p>		
--	---	---	--	---	--	--

Hiệu trưởng 
(Ký và đóng dấu)

