

UBND THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH
TRƯỜNG CAO ĐẲNG KINH TẾ - KỸ THUẬT
THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM
Độc lập – Tự do – Hạnh phúc

Thành phố Hồ Chí Minh, ngày 31 tháng 5 năm 2024

Chuẩn đầu ra
TRÌNH ĐỘ ĐÀO TẠO CAO ĐẲNG
NGÀNH, NGHỀ: MARKETING

(Ban hành kèm theo Quyết định số 35/QĐ-CDKTKT ngày 31 tháng 5 năm 2024 của
Hiệu trưởng trường Cao đẳng Kinh tế - Kỹ thuật Thành phố Hồ Chí Minh)

1. Giới thiệu chung về ngành, nghề:

Nghề Marketing trình độ cao đẳng là nghề thực hiện các công việc hướng tới khách hàng nhằm thỏa mãn nhu cầu và mong muốn của khách hàng, thông qua quá trình tiếp thị sản phẩm, phát triển thương hiệu đáp ứng yêu cầu bậc 5 trong Khung trình độ quốc gia Việt Nam.

Người học sau khi tốt nghiệp có thể thực hiện các công việc tổ chức, quản lý và điều khiển các hoạt động nhằm tạo ra khả năng và đạt được mục tiêu tiêu thụ sản phẩm hiệu quả của một tổ chức, đơn vị. Các hoạt động cụ thể của nghề bao gồm: nghiên cứu hành vi khách hàng, nghiên cứu sản phẩm mới, sử dụng các công cụ quảng cáo, sử dụng các công cụ truyền thông và quan hệ với khách hàng trong cung ứng giá trị, phân tích, ra quyết định, tổ chức triển khai các quyết định sản phẩm, giá, phân phối, xúc tiến thương mại trong kinh doanh thương mại bán buôn, bán lẻ...

Người hành nghề Marketing có thể làm việc tại các doanh nghiệp thuộc mọi thành phần kinh tế như các doanh nghiệp sản xuất, doanh nghiệp thương mại - dịch vụ, các cơ quan, tổ chức phi lợi nhuận. Công việc Marketing gắn liền với bộ phận nghiên cứu và phát triển, chăm sóc khách hàng, nghiên cứu thị trường... Đồng thời, người hành nghề marketing có thể tham gia vào mọi công việc từ lên ý tưởng sản phẩm đến giao hàng tới khách hàng.

Để hành nghề, người lao động làm việc ở những vị trí này phải có sức khỏe tốt, có ngoại hình phù hợp, đạo đức nghề nghiệp tốt, có đủ kiến thức chuyên môn kỹ năng nghề đáp ứng với vị trí công việc. Bên cạnh đó, người làm nghề marketing là người hướng ngoại và hòa đồng, đòi hỏi kỹ năng quan sát tốt, luôn cập nhật thông tin và xu hướng, những thay đổi về thị hiếu người tiêu dùng, có kỹ năng giao tiếp và kỹ năng thuyết phục. Ngoài ra, họ cần phải thường xuyên học tập để nâng cao khả năng giao tiếp bằng ngoại ngữ, mở rộng kiến thức xã hội, rèn luyện tính cẩn thận, chi tiết, rõ ràng; xây dựng ý thức nghề và sự say mê nghề.

2. Kiến thức

- Kiến thức đại cương:



+ Biết được các kiến thức cơ bản về chính trị, văn hóa, xã hội, pháp luật, quốc phòng an ninh, giáo dục thể chất trong học tập, rèn luyện, lao động và các hoạt động khác;

+ Biết được các kiến thức về công nghệ thông tin cơ bản;

+ Biết được các kiến thức về ngoại ngữ cơ bản.

- Kiến thức cơ sở ngành:

Nhận biết, hiểu, phân biệt và áp dụng các kiến thức chung của khối ngành kinh tế và ngành Marketing như: Marketing căn bản, Quản trị học, Lý thuyết thống kê kinh tế... để xác lập nền tảng, cơ sở khoa học cho việc tiếp thu kiến thức, rèn luyện kỹ năng chuyên môn.

- Kiến thức chuyên ngành:

+ Trình bày được khái niệm cơ bản trong lĩnh vực nghiên cứu thị trường, quản lý nhãn hàng, digital marketing, truyền thông, quảng cáo, phát triển sản phẩm, bán hàng;

+ Xác định được nội dung và các văn bản quy phạm pháp luật liên quan đến hoạt động của tổ chức;

+ Liệt kê được các trách nhiệm và nhiệm vụ của bản thân khi làm việc nhóm;

+ Xác định được cơ cấu tổ chức bộ máy phù hợp với loại hình tổ chức;

+ Phân tích được hoạt động sản xuất kinh doanh của tổ chức;

+ Xác định được quy trình hoạt động sản xuất kinh doanh;

+ Xác định được quy trình thực hiện công việc, nhật ký công việc;

+ Mô tả được quy trình và cách thức thực hiện công việc trong hoạt động marketing;

+ Giải thích được các quy luật kinh tế, các biến số môi trường kinh doanh tác động đến hoạt động của tổ chức;

+ Cập nhật được các quy định, chính sách về hoạt động marketing;

+ Giải thích được các quy định của an ninh quốc phòng liên quan đến công việc.

3. Kỹ năng

- Kỹ năng cứng:

+ Lập được kế hoạch thực hiện công việc;

+ Vận hành được quy trình marketing sẵn có tại đơn vị một cách hiệu quả;

+ Tìm kiếm được khách hàng mục tiêu của doanh nghiệp;

+ Lập được báo cáo kết quả hoạt động marketing của đơn vị;

+ Cung cấp được các thông tin kinh tế - xã hội về hoạt động marketing của đơn vị để phục vụ cho yêu cầu lãnh đạo và quản lý kinh tế ở đơn vị và các cơ quan quản lý có liên quan;

+ Xác định được mục tiêu marketing;

+ Tham mưu cho lãnh đạo những ý kiến cải tiến hoạt động marketing phù hợp với từng giai đoạn kinh doanh;

- + Giao tiếp hiệu quả thông qua văn bản viết, thuyết trình, thảo luận và làm chủ tình huống;
- + Thiết lập được mối quan hệ giữa đơn vị với các đối tác;
- + Giải quyết được những khiếu nại, thắc mắc của khách hàng trong mọi trường hợp;
- + Hỗ trợ được các thành viên trong nhóm hay bộ phận để đảm bảo đạt mục tiêu đã đề ra;
- + Sử dụng được các phần mềm phục vụ cho chuyên ngành, quản lý và tổ chức hoạt động marketing;
- + Thực hiện được các biện pháp vệ sinh an toàn lao động;
- + Phát hiện và đề phòng được rủi ro và mối nguy hại tại nơi làm việc;
- + Giải quyết được các sự cố thường gặp;
- + Ứng dụng được nguyên vật liệu, công nghệ thân thiện với môi trường trong hoạt động nghề.
- Kỹ năng mềm:
 - + Thực hiện được hợp tác, làm việc nhóm, có kỹ năng giao tiếp tốt với đồng nghiệp và khách hàng, đàm phán trong tìm kiếm việc làm và hòa nhập được vào các môi trường làm việc khác nhau.
 - Ứng dụng được tiếng Anh vào công việc chuyên môn của ngành, nghề.
 - Sử dụng được công nghệ thông tin cơ bản theo quy định; ứng dụng công nghệ thông tin trong công việc chuyên môn của ngành, nghề.
 - Giao tiếp hiệu quả; giải quyết vấn đề một cách sáng tạo, làm việc nhóm và quản lý thời gian hiệu quả; thích nghi với môi trường làm việc trong tương lai.

4. Mức độ tự chủ và trách nhiệm:

- Chấp hành nghiêm chỉnh đường lối chính sách của Đảng, pháp luật nhà nước và nội quy làm việc tại doanh nghiệp, đơn vị;
- Có ý thức trách nhiệm trong công việc với cộng đồng xã hội; có tinh thần cầu tiến, ham học hỏi, có ý thức tự nghiên cứu, bồi dưỡng nghiệp vụ chuyên môn để nâng cao trình độ;
- Làm việc theo chuẩn đạo đức nghề nghiệp và tuân thủ đúng Luật doanh nghiệp, Luật lao động, chuẩn mực đạo đức trong kinh doanh;
- Làm việc có phương pháp khoa học có tính tổ chức kỷ luật và trách nhiệm với công việc; biết phân tích, giải quyết vấn đề, đúc kết kinh nghiệm, cải tiến công việc được giao; có tinh thần cầu tiến, ham học hỏi, biết đoàn kết và phối hợp, hợp tác, tự tin, sẵn sàng chia sẻ kinh nghiệm với đồng nghiệp trong công việc;
- Thích nghi được với môi trường làm việc khác nhau;
- Ý thức trách nhiệm, tự giác tham gia các hoạt động bảo vệ môi trường;
- Thích ứng được với sự thay đổi trong bối cảnh hội nhập quốc tế và Cách mạng công nghiệp lần thứ tư.

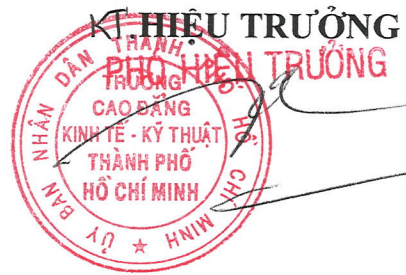
5. Vị trí việc làm sau khi tốt nghiệp:



- + Khảo sát thị trường;
- + Quản lý nhãn hàng;
- + Digital Marketing;
- + Truyền thông;
- + Quảng cáo;
- + Phát triển sản phẩm;
- + Bán hàng.

6. Khả năng học tập, nâng cao trình độ:

Sau khi ra trường các cử nhân marketing đều có khả năng tiếp cận những kiến thức chuyên ngành mới, có khả năng nghiên cứu sáng tạo và học tập nghiên cứu ở các cấp học cao hơn để có bằng đại học, thạc sĩ, ... về marketing. *ll*



Phạm Ngọc Diễm