

Biểu mẫu 17

THÔNG BÁO

Công khai cam kết chất lượng đào tạo của Trường Đại học Thủ Dầu Một năm học 2023 – 2024

Chương trình: Marketing

STT	Nội dung	Trình độ đào tạo
		Đại học
		Chính quy
I	Điều kiện đăng ký tuyển sinh	- Phương thức 1: Xét học bạ (có 2 hình thức) Hình thức 1: Xét điểm trung bình chung 3 học kỳ (HK1,2 lớp 11 và HK 1 lớp 12) theo tổ hợp môn. Hình thức 2: Xét điểm trung bình các môn (điểm tổng kết cả năm) năm lớp 12 theo tổ hợp môn. - Phương thức 2: Xét kết quả thi tốt nghiệp THPT theo tổ hợp môn - Phương thức 3: Xét tuyển thẳng (có 2 hình thức) Hình thức 1: Thí sinh đạt học sinh giỏi 1 trong 3 năm (lớp 10, 11, 12) được tuyển thẳng. Hình thức 2: Tuyển thẳng theo Quy chế tuyển sinh hiện hành của Bộ GD&ĐT. - Phương thức 4: Xét kết quả bài thi đánh giá năng lực của Đại học Quốc gia TP. HCM - Tổ hợp các môn: A00: Toán, Vật lý, Hóa học A01: Toán, Vật lý, Tiếng Anh D01: Toán, Ngữ văn, Tiếng Anh A16: Toán, Ngữ văn, Khoa học tự nhiên

II	Mục tiêu kiến thức, kỹ năng, thái độ và trình độ ngoại ngữ đạt được	KIẾN THỨC: <i>Áp dụng</i> kiến thức cơ bản về khoa học xã hội, khoa học chính trị, kinh tế và pháp luật liên quan đến hoạt động nghề nghiệp Marketing. <i>Vận dụng</i> các khái niệm, lý thuyết kinh tế và Marketing để thực hiện nghiên cứu thị trường, nghiên cứu khoa học, giải thích được cơ bản các kiến thức nền tảng về kinh tế và nhận biết sự chuyển dịch của môi trường kinh doanh trong lĩnh vực Marketing. <i>Ứng dụng</i> kiến thức về công nghệ thông tin để thực hành nghề nghiệp thành thạo và quản lý hiệu quả công việc trong lĩnh vực Marketing. KỸ NĂNG: <i>Giao tiếp</i> hiệu quả bằng lời nói, văn bản, đa phương tiện, đạt chuẩn ngoại ngữ (tiếng Anh) theo quy định của Bộ Giáo dục và Đào tạo. <i>Vận dụng</i> kỹ năng lãnh đạo, làm việc nhóm, xây dựng quan hệ với đồng nghiệp và đối tác một cách hiệu quả trong kinh doanh và quản lý. <i>Ứng dụng</i> tư duy phản biện và sáng tạo vào giải quyết các vấn đề thực tiễn của công tác Marketing trong doanh nghiệp và các tổ chức. <i>Triển khai</i> các chiến lược Marketing và các chiến lược kinh doanh để đạt mục tiêu đề ra của doanh nghiệp và tổ chức; có kỹ năng dẫn dắt khởi nghiệp, tạo việc làm cho mình và cho người khác <i>Phân tích, tổng hợp và đề xuất</i> cách giải quyết các vấn đề phức tạp trong việc lập kế hoạch, tổ chức thực hiện, kiểm tra đánh giá và quản trị các hoạt động Marketing ở cấp độ chiến lược và chiến thuật. THÁI ĐỘ:
----	---	--

		<i>Tuân thủ</i> đạo đức nghề nghiệp, đạo đức kinh doanh, phẩm chất tốt để sẵn sàng đáp ứng yêu cầu của xã hội trong môi trường hội nhập kinh tế quốc tế; chịu trách nhiệm cá nhân và trách nhiệm đối với nhóm làm việc, có trách nhiệm với xã hội và môi trường. <i>Thể hiện mong muốn</i> học tập suốt đời, có tinh thần khởi nghiệp để đáp ứng sự thay đổi nhanh chóng của công nghệ trong lĩnh vực Marketing. CHUẨN ĐẦU RA NGOẠI NGỮ: Theo quy định của trường đại học Thủ Dầu Một.
III	Các chính sách, hoạt động hỗ trợ học tập, sinh hoạt cho người học	- Tư vấn SV học tập, sinh hoạt, nghiên cứu khoa học thông qua bộ máy cố vấn học tập - Thực hiện miễn giảm học phí theo đúng Quy định - Hỗ trợ sinh viên từ các cơ quan đoàn thể trong và ngoài trường. - Hệ thống internet miễn phí trong khuôn viên trường, với hệ thống truy cập dữ liệu online và trực tiếp tại thư viện...
IV	Chương trình đào tạo mà nhà trường thực hiện	<i>KHÓA D22MKTG:</i> 1. Thời gian đào tạo: 09 học kì 2. Khối lượng kiến thức toàn khóa: 133 tín chỉ 3. Kiến thức giáo dục đại cương: 31 tín chỉ 4. Kiến thức giáo dục liên ngành: 30 tín chỉ 5. Kiến thức giáo dục chuyên ngành: 72 tín chỉ 5.1. Kiến thức chuyên ngành bắt buộc: 47 tín chỉ 5.2. Kiến thức chuyên ngành tự chọn: 08 tín chỉ 5.3. Thực tập doanh nghiệp: 05 tín chỉ 5.4. Thực tập tốt nghiệp: 05 tín chỉ 5.5. Khóa luận tốt nghiệp: 07 chỉ

		<i>KHÓA D23MKTG:</i> 1. Thời gian đào tạo: 08 học kì 2. Khối lượng kiến thức toàn khóa: 133 tín chỉ 3. Kiến thức giáo dục đại cương: 29 tín chỉ 4. Kiến thức giáo dục liên ngành: 31 tín chỉ 5. Kiến thức giáo dục chuyên ngành: 73 tín chỉ 5.1. Kiến thức chuyên ngành bắt buộc: 47 tín chỉ 5.2. Kiến thức chuyên ngành tự chọn: 09 tín chỉ 5.3. Thực tập doanh nghiệp: 05 tín chỉ 5.4. Thực tập tốt nghiệp: 05 tín chỉ 5.5. Khóa luận tốt nghiệp: 07 chỉ
V	Khả năng học tập, nâng cao trình độ sau khi ra trường	Sinh viên có đủ năng lực áp dụng kiến thức lý thuyết và bối cảnh thực tiễn về khoa học tự nhiên, khoa học xã hội trong học tập, nghiên cứu, thực hiện và giải quyết các vấn đề tình huống thực tiễn thuộc lĩnh vực kinh tế; Sinh viên có năng lực phân tích, tổng hợp và đề xuất cách giải quyết các vấn đề phức tạp trong việc lập kế hoạch, tổ chức thực hiện, kiểm tra đánh giá và quản trị các hoạt động Marketing ở cấp độ chiến lược và chiến thuật. Sinh viên có khả năng xây dựng các chiến lược Marketing và các chiến lược kinh doanh để đạt mục tiêu đề ra của doanh nghiệp và tổ chức; có kỹ năng dẫn dắt khởi nghiệp, tạo việc làm cho mình và cho người khác Người học tốt nghiệp ngành Marketing có thể tiếp tục học tập nâng cao trình độ sau đại học (Thạc sĩ, Tiến sĩ) của các chuyên ngành Marketing, Quản trị kinh doanh hoặc các chuyên ngành khác

		thuộc lĩnh vực kinh tế và kinh doanh tại các trường đại học trong và ngoài nước, định hướng có thể trở thành giảng viên tại các cơ sở giáo dục đại học/cao đẳng đối với chuyên ngành Marketing.
VI	Vị trí làm sau khi tốt nghiệp	Người học tốt nghiệp chương trình cử nhân Marketing đủ năng lực làm việc trong các tổ chức kinh doanh ở mọi thành phần kinh tế, các cơ quan chính quyền, các tổ chức phi lợi nhuận với các nhóm vị trí: - Nhân viên kinh doanh (vị trí bán hàng), nhân viên marketing, nhân viên tổ chức sự kiện, nhân viên truyền thông marketing, nhân viên chăm sóc khách hàng. Sau quá trình làm việc, có cơ hội phát triển lên các vị trí cao hơn như: Trưởng bộ phận bán hàng; phụ trách/giám sát bán hàng khu vực (các quận, tỉnh/thành phố; khu vực bao gồm một số tỉnh/thành phố...), Trưởng hoặc phó phòng marketing; Trưởng hoặc phó giám đốc bán hàng chi nhánh; trưởng hoặc phó phòng kinh doanh/phòng quản lý thương mại - Quản lý kinh tế trong cơ quan nhà nước, tổ chức chính trị, doanh nghiệp, tổ chức phi chính phủ, tổ chức thiện nguyện. - Quản trị nhãn hiệu sản phẩm; Chăm sóc khách hàng; Quan hệ công chúng; Quản trị bán hàng; Xây dựng và quản trị kênh phân phối....

Bình Dương, ngày 30 tháng 6 năm 2024

HIỆU TRƯỞNG

Đã ký

Nguyễn Quốc Cường