BỘ TÀI CHÍNH
TRƯỜNG ĐẠI HỌC
TÀI CHÍNH - MARKETING

Số: 2443/QĐ-ĐHTCM

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

Thành phố Hồ Chí Minh, ngày 29 tháng 12 năm 2021

QUYẾT ĐỊNH
Ban hành Chương trình đào tạo trình độ thạc sĩ

HIỆU TRƯỞNG TRƯỜNG ĐẠI HỌC TÀI CHÍNH – MARKETING

Căn cứ Luật Giáo dục đại học ngày 18 tháng 6 năm 2012 và Luật sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật Giáo dục đại học ngày 19 tháng 11 năm 2018;

Căn cứ Nghị định số 99/2019/NĐ-CP ngày 30 tháng 12 năm 2019 của Chính phủ quy định chi tiết và hướng dẫn thi hành một số điều của Luật sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật Giáo dục đại học;

Căn cứ Quyết định số 1138/QĐ-TTg ngày 04 tháng 8 năm 2017 của Thủ tướng Chính phủ về việc sáp nhập Trường Cao đẳng Tài chính – Hải quan vào Trường Đại học Tài chính – Marketing;

Căn cứ Thông tư số 17/2021/TT-BGDĐT ngày 22 tháng 6 năm 2021 của Bộ trưởng Bộ Giáo dục và Đào tạo quy định về chuẩn chương trình đào tạo; xây dựng, thẩm định và ban hành chương trình đào tạo các trình độ của giáo dục đại học;

Căn cứ Thông tư số 23/2021/TT-BGDĐT ngày 30 tháng 8 năm 2021 của Bộ trưởng Bộ Giáo dục và Đào tạo về việc ban hành Quy chế tuyển sinh và đào tạo trình độ thạc sĩ;

Căn cứ Biên bản họp Hội đồng Khoa học và Đào tạo ngày 25 tháng 12 năm 2021;

Theo đề nghị của Trưởng khoa Quản trị kinh doanh và Trưởng phòng Quản lý khoa học.

QUYẾT ĐỊNH:

Điều 1. Ban hành kèm theo Quyết định này Chương trình đào tạo trình độ thạc sĩ theo định hướng ứng dụng và định hướng nghiên cứu, ngành Quản trị kinh doanh, mã ngành 8340101.

Điều 2. Chương trình đào tạo này được áp dụng, thực hiện cho các khóa tuyển sinh từ năm 2022.

Điều 3. Trưởng phòng Quản lý khoa học, Trưởng khoa Quản trị kinh doanh và Trưởng các đơn vị có liên quan chịu trách nhiệm thi hành Quyết định này./.

Nơi nhận:
- Ban Giám hiệu (để biết);
- Các đơn vị thuộc Trường;
- Lưu: VT, QLKH.

HIỆU TRƯỞNG

BỘ TÀI CHÍNH
TRƯỜNG ĐẠI HỌC TÀI CHÍNH - MARKETING

Phạm Tiến Đạt

BỘ TÀI CHÍNH
TRƯỜNG ĐẠI HỌC
TÀI CHÍNH – MARKETING

CỘNG HOÀ XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM
Độc lập - Tự do- Hạnh phúc

CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO

(Ban hành kèm theo Quyết định số 2443/QĐ-ĐHTCM, ngày 29 tháng 12 năm 2021 của Hiệu trưởng trường Đại học Tài chính – Marketing)

- Tên chương trình (tiếng Việt): Quản trị kinh doanh
- Tên chương trình (tiếng Anh): Business Administration
- Trình độ đào tạo: Thạc sĩ
- Ngành đào tạo: Quản trị kinh doanh; Mã ngành: 8340101
- Định hướng đào tạo: Ứng dụng

1. MỤC TIÊU ĐÀO TẠO

1.1 Mục tiêu chung:

Mục tiêu chính của chương trình đào tạo Thạc sĩ ngành Quản trị kinh doanh theo định hướng ứng dụng là trang bị cho học viên những kiến thức chuyên sâu trong quản trị điều hành doanh nghiệp. Thông qua quá trình nghiên cứu mang tính thực tiễn cao, áp dụng phân tích tình huống, xu hướng nghiên cứu cập nhật trong từng lĩnh vực chuyên môn, chương trình đào tạo giúp học viên nâng cao năng lực giải quyết vấn đề trong kinh doanh và năng lực phân tích kết quả nghiên cứu để đề xuất những giải pháp ứng dụng vào thực tiễn hoạt động quản trị kinh doanh. Qua đó, người học có thể trở thành những nhà điều hành cấp cao trong các doanh nghiệp với tầm nhìn và tri thức đương đại trong môi trường kinh doanh toàn cầu hoặc có thể tự khởi nghiệp kinh doanh độc lập. Khi có nhu cầu, học viên có thể học bổ sung một số phương pháp nghiên cứu theo yêu cầu của chuyên ngành đào tạo trình độ tiến sĩ để tiếp tục tham gia chương trình đào tạo trình độ tiến sĩ.

1.2 Mục tiêu cụ thể:

Về kiến thức	
PO1	Làm chủ kiến thức chuyên ngành, có thể đảm nhiệm công việc của chuyên gia ứng dụng trong lĩnh vực được đào tạo.
PO2	Có tư duy phản biện; có kiến thức thực tiễn ứng dụng trong lĩnh vực chuyên ngành về kinh doanh và quản lý trong doanh nghiệp, có kiến thức tổng hợp về

	pháp luật, quản lý và trách nhiệm xã hội liên quan đến quản trị kinh doanh hướng đến phát triển bền vững.
Về kỹ năng	
PO3	Có kỹ năng hoàn thành công việc phức tạp, không có tính quy luật, khó dự báo; có kỹ năng xử lý độc lập để phát triển và thử nghiệm những giải pháp hiệu quả trong chuyên ngành quản trị kinh doanh.
PO4	Có kỹ năng nghề nghiệp và kỹ năng quản lý, đặc biệt là kỹ năng phân tích dữ liệu, để lập kế hoạch kinh doanh, hoạch định chính sách trong quá trình quản trị doanh nghiệp.
PO5	Có kỹ năng ngoại ngữ ở mức có thể hiểu được các báo cáo hay phát biểu các chủ đề liên quan đến chuyên ngành quản trị kinh doanh; có thể viết báo cáo liên quan đến công việc chuyên môn bằng ngoại ngữ.
Về mức tự chủ và chịu trách nhiệm	
PO6	Có năng lực phát hiện và giải quyết các vấn đề thuộc chuyên ngành quản trị kinh doanh và đề xuất những sáng kiến có giá trị.
PO7	Có khả năng tự định hướng phát triển năng lực cá nhân, thích nghi với môi trường làm việc có tính cạnh tranh cao.

2. VỊ TRÍ VIỆC LÀM VÀ NÂNG CAO TRÌNH ĐỘ

Sau khi tốt nghiệp chương trình thạc sĩ Quản trị kinh doanh, người học có thể đảm nhiệm một trong số các vị trí sau đây:

- Nhóm 1: Nhà điều hành cao cấp trong các tổ chức/doanh nghiệp/ tập đoàn;
- Nhóm 2: Tự khởi nghiệp kinh doanh độc lập.

3. CHUẨN ĐẦU RA:

Chương trình được thiết kế đảm bảo người học tốt nghiệp đạt được các chuẩn đầu ra chung của ngành như sau:

Về kiến thức	
PLO1	Hệ thống hóa các kiến thức chuyên sâu về các chức năng trong quản trị điều hành doanh nghiệp.
PLO2	Cập nhật kiến thức về các mô hình quản trị doanh nghiệp hiện đại trên thế giới.
PLO3	Tư duy phân tích các vấn đề phát sinh trong thực tiễn có luận cứ khoa học trong

	lĩnh vực kinh doanh và quản lý.
Về kỹ năng	
PLO4	Phân tích, đánh giá một cách khoa học các kiến thức chuyên ngành để áp dụng vào thực tiễn quản lý doanh nghiệp.
PLO5	Phân tích các chính sách để đưa ra các quyết định chiến lược trung và dài hạn trong lĩnh vực kinh doanh và quản lý.
PLO6	Nhận diện, đánh giá và giải quyết vấn đề phát sinh trong quá trình điều hành doanh nghiệp một cách hiệu quả.
PLO7	Trình độ ngoại ngữ tương đương bậc 4/6 khung năng lực ngoại ngữ Việt Nam.
Về mức tự chủ và chịu trách nhiệm	
PLO8	Năng lực phát hiện và đưa ra những kết luận mang tính chuyên gia về các vấn đề phức tạp trong doanh nghiệp.
PLO9	Định hướng trở thành những nhà lãnh đạo, chuyên gia cao cấp trong lĩnh vực kinh doanh và quản lý.
PLO10	Trân trọng các giá trị đạo đức của dân tộc để nâng cao giá trị cuộc sống.

4. THỜI GIAN ĐÀO TẠO:

Thời gian đào tạo: 2 năm.

Thời gian học tập tối đa: 4 năm.

5. KHỐI LƯỢNG KIẾN THỨC TOÀN KHÓA: 60 tín chỉ

6. QUY TRÌNH ĐÀO TẠO, ĐIỀU KIỆN TỐT NGHIỆP:

6.1 Quy trình đào tạo:

Theo Quy chế đào tạo trình độ thạc sỹ (Thông tư 23/2021/TT-BGDĐT ngày 30/8/2021 của Bộ trưởng Bộ Giáo dục và Đào tạo) và Quy định đào tạo trình độ thạc sỹ của Trường Đại học Tài chính – Marketing (Ban hành theo quyết định số 2247/QĐ/ĐHTCM-SĐH ngày 11/11/2020). Tiêu chuẩn, trách nhiệm và quyền hạn của giảng viên giảng dạy ở trình độ thạc sĩ phải tuân thủ các quy định hiện hành tại Điều 54, Điều 55, Điều 57 và Điều 58 Luật Giáo dục đại học (đã được sửa đổi, bổ sung năm 2018); quy định về chuẩn chương trình đào tạo của Bộ Giáo dục và Đào tạo và các quy định khác có liên quan. Cơ sở đào tạo được tổ chức các lớp học trực tuyến với khối lượng học tập không vượt quá 30% tổng khối lượng của chương trình đào tạo khi đáp ứng các quy định hiện hành về ứng dụng công nghệ thông tin

trong quản lý và tổ chức đào tạo qua mạng; bảo đảm chất lượng không thấp hơn so với các lớp học trực tiếp.

6.2 Địa điểm đào tạo

a) Chương trình thạc sĩ Quản trị Kinh doanh được tổ chức đào tạo tại các cơ sở chính thức của trường ĐH Tài chính Marketing.

b) Các hoạt động thực hành, thực tập, nghiên cứu và trải nghiệm thực tế được tổ chức ở ngoài Trường nhưng không vượt quá 20% khối lượng chương trình đào tạo theo TT23/2021.

c) Trường được tổ chức các lớp học trực tuyến với khối lượng học tập không vượt quá 30% tổng khối lượng của chương trình đào tạo khi đáp ứng các quy định hiện hành về ứng dụng công nghệ thông tin trong quản lý và tổ chức đào tạo qua mạng; bảo đảm chất lượng không thấp hơn so với các lớp học trực tiếp.

d) Trong trường hợp thiên tai, dịch bệnh và các trường hợp bất khả kháng khác, Trường thực hiện đào tạo các học phần theo hướng dẫn của Bộ Giáo dục và Đào tạo, Ủy ban Nhân dân Tp. Hồ Chí Minh.

6.3 Đơn vị phối hợp đào tạo (nếu có): Không

6.4 Điều kiện tốt nghiệp

Điều kiện để học viên được công nhận tốt nghiệp:

a) Đã hoàn thành các học phần của chương trình đào tạo và bảo vệ đề án tốt nghiệp đạt yêu cầu;

b) Có trình độ ngoại ngữ đạt yêu cầu theo chuẩn đầu ra của chương trình đào tạo trước thời điểm xét tốt nghiệp; được minh chứng bằng một trong các văn bằng hoặc chứng chỉ ngoại ngữ đạt trình độ tương đương Bậc 4 theo Khung năng lực ngoại ngữ 6 bậc dùng cho Việt Nam, hoặc bằng tốt nghiệp trình độ đại học trở lên ngành ngôn ngữ nước ngoài, hoặc bằng tốt nghiệp trình độ đại học trở lên ngành khác mà chương trình được thực hiện hoàn toàn bằng ngôn ngữ nước ngoài;

c) Hoàn thành các trách nhiệm theo quy định của cơ sở đào tạo; không bị truy cứu trách nhiệm hình sự và không trong thời gian bị kỷ luật, đình chỉ học tập.

7. TUYỂN SINH

7.1 Chỉ tiêu tuyển sinh: Theo chỉ tiêu được xét duyệt từ BGD&ĐT đối với năng lực đào tạo của Trường Đại học Tài chính-Marketing.

7.2 Phương thức tuyển sinh

- Phương thức tuyển sinh trình độ thạc sĩ gồm: xét tuyển đối với trình độ đại học và văn bằng, chứng chỉ ngoại ngữ đạt trình độ tương đương Bậc 3 trở lên.

- Các môn xét tuyển bao gồm hai môn cơ sở ngành phù hợp trình độ đại học, cụ thể:

+ Quản trị học

+ Kinh tế học

7.3 Chuẩn đầu vào

a. Yêu cầu về văn bằng

- Có bằng tốt nghiệp đại học ngành Quản trị Kinh doanh từ khá trở lên hoặc có công bố khoa học liên quan đến lĩnh vực sẽ học tập, nghiên cứu. Công bố khoa học của người dự tuyển liên quan đến lĩnh vực sẽ học tập, nghiên cứu bao gồm bài báo trên tạp chí khoa học; tham luận được đăng trong kỷ yếu hội thảo đã xuất bản; đề tài, đề án khoa học từ cấp cơ sở trở lên trong thời hạn 5 năm tính đến ngày dự tuyển.

- Có bằng tốt nghiệp đại học ngành gần với ngành Quản trị Kinh doanh và có chứng chỉ bổ sung kiến thức với Chương trình gồm 2 học phần (5 tín chỉ).

- Có bằng tốt nghiệp đại học một số ngành khác với ngành Quản trị Kinh doanh và có chứng chỉ bổ sung kiến thức với Chương trình gồm 4 học phần (9 tín chỉ).

b. Yêu cầu thâm niên công tác: Không

c. Yêu cầu về trình độ ngoại ngữ: được minh chứng bằng một trong các văn bằng hoặc chứng chỉ ngoại ngữ đạt trình độ tương đương Bậc 3 theo Khung năng lực ngoại ngữ 6 bậc dùng cho Việt Nam, hoặc bằng tốt nghiệp trình độ đại học trở lên ngành ngôn ngữ nước ngoài, hoặc bằng tốt nghiệp trình độ đại học trở lên ngành khác mà chương trình được thực hiện hoàn toàn bằng ngôn ngữ nước ngoài.

7.4 Công nhận kết quả học tập và chuyển đổi học phần

a. Người học được xem xét công nhận và chuyển đổi tín chỉ của một số học phần khi đã học một chương trình đào tạo thạc sĩ ngành khác. Các học phần đã học phải có trong chương trình đào tạo thạc sĩ của Trường với số tín chỉ được công nhận và chuyển đổi không vượt quá 30 tín chỉ.

b. Sinh viên trường đại học Tài chính- Marketing đang học chương trình đào tạo đại học có học lực tính theo điểm trung bình tích lũy xếp loại khá trở lên được đăng ký học trước một số học phần của chương trình đào tạo thạc sĩ tại của Trường với số tín chỉ không

vượt quá 15 tín chỉ.

c. Những học phần đã học ở chương trình đại học hoặc chương trình thạc sỹ ngành khác được xét công nhận và chuyển đổi tín chỉ trong chương trình đào tạo thạc sỹ khi đáp ứng các điều kiện sau:

- Cùng nội dung giảng dạy; Đáp ứng chuẩn đầu ra, bằng hoặc lớn hơn khối lượng học tập trong chương trình đào tạo thạc sĩ của trường;
- Điểm đánh giá đạt từ điểm C (hoặc quy đổi tương đương) trở lên;
- Thời điểm hoàn thành không quá 5 năm tính tới thời điểm xét công nhận, chuyển đổi.

7.5 Danh mục các ngành phù hợp (các ngành cùng nhóm ngành)

7.5.1 Danh mục các ngành đúng, ngành gần, ngành khác

Ngành liên quan trực tiếp tới chuyên môn, nghề nghiệp của lĩnh vực Quản trị kinh doanh bao gồm các ngành về chức năng quản trị, kinh doanh và quản lý; các ngành về lĩnh vực quản trị quản lý; các ngành về công cụ quản trị, quản lý. Ngành liên quan trực tiếp bao gồm:

a) Ngành đúng: ngành đào tạo trình độ đại học trùng tên với ngành đào tạo trình độ thạc sĩ. Quản trị Kinh doanh.

b) Ngành gần: các ngành đào tạo trình độ đại học thuộc lĩnh vực kinh doanh và quản lý, nhưng khác với ngành đúng.

c) Ngành khác: các ngành đào tạo trình độ đại học khác không phải ngành đúng, ngành gần, nhưng có liên quan trực tiếp tới chuyên môn, nghề nghiệp của ngành đào tạo trình độ thạc sĩ.

7.5.2 Danh mục các ngành phù hợp (các ngành cùng nhóm ngành)

Ngành đúng: ngành Quản trị kinh doanh

Ngành gần: các ngành thuộc lĩnh vực kinh doanh và quản lý, nhưng không đúng ngành Quản trị kinh doanh. Môn học bổ sung kiến thức gồm 2 môn, 5 tín chỉ, cụ thể:

TT	Môn học	Số tín chỉ
1	Kinh tế học	3
2	Quản trị học	2

Ngành khác: các ngành khác kinh doanh và quản lý. Môn học bổ sung kiến thức gồm 4

môn, 9 tín chỉ, cụ thể:

TT	Môn học	Số tín chỉ
1	Kinh tế học	3
2	Quản trị học	2
3	Quản trị vận hành	2
4	Quản trị chiến lược	2

8. CÁCH THỨC ĐÁNH GIÁ VÀ THANG ĐIỂM:

Thang điểm đánh giá kết quả học tập các học phần của học viên theo quy định của Trường và tuân thủ theo Chương III, Điều 7 Mục 6 của TT23/2021 BGD&ĐT theo định hướng ứng dụng.

9. NỘI DUNG CHƯƠNG TRÌNH:

9.1 Kiến thức chung: 6 tín chỉ

STT	MÃ SỐ	TÊN HỌC PHẦN	TC	LT	TH	GHI CHÚ
1	ABA001	Đạo đức và trách nhiệm xã hội trong kinh doanh (Ethics and corporate social responsibility)	2	30	0	
2	ABA002	Triết học (Philosophy)	4	60	0	
Tổng			**6**	**90**	0	

9.2 Kiến thức cơ sở và chuyên ngành: 27 tín chỉ

STT	MÃ SỐ	TÊN HỌC PHẦN	TC	LT	TH	GHI CHÚ
Kiến thức cơ sở: 27 tín chỉ						
3	ABA003	Quản trị chiến lược hiện đại (Modern Strategic Management)	3	45	0	
4	ABA004	Quản trị Kinh doanh toàn cầu (Global Business Management)	3	45	0	
5	ABA005	Quản trị Marketing toàn cầu (Global Marketing Management)	3	45	0	

6	ABA006	Quản trị nguồn nhân lực hiện đại (Modern Human Resource Management)	3	45	0	
7	ABA007	Quản trị công ty (Corporate Governance)	3	45	0	
8	ABA008	Quản trị sự thay đổi (Change Management)	3	45	0	
9	ABA009	Phương pháp nghiên cứu trong kinh doanh (Business Research Method)	3	45	0	
10	ABA010	Nghệ thuật lãnh đạo (Leadership)	3	45	0	
11	ABA011	Quản trị mô hình kinh doanh (Business model management)	3	45	0	
Tổng			**27**	**405**	0	
Kiến thức chuyên ngành tự chọn: 18 tín chỉ (Học viên chọn 1 trong 3 nhóm sau)						
Chuyên ngành Quản trị kinh doanh tổng hợp						
12	ABA012	Hành vi tổ chức đương đại (Contemparory Organizational Behaviour)	3	45	0	Học phần thuộc chuyên ngành QTKDTH
13	ABA013	Quản trị bán hàng hiện đại (Modern Sales Management)	3	45	0	
14	ABA014	Quản trị dự án kinh doanh (Managing Business Project)	3	45	0	
15	ABA015	Quản trị chất lượng toàn diện (Total Quality Management)	3	45	0	

16	ABA016	Chuyên đề thực hành quản trị rủi ro trong kinh doanh (Practicum on business risk)	3	30	30	
17	ABA017	Chuyên đề thực hành khởi nghiệp và sáng tạo trong kinh doanh (Practicum on Entrepreneurship and Innovation)	3	30	30	
Chuyên ngành Quản trị Marketing						
18	ABA018	Quản trị hiệu quả kênh phân phối (Effective distribition channel management)	3	45	0	Học phần thuộc chuyên ngành Marketing
19	ABA019	Quản trị thương hiệu (Brand management)	3	45	0	
20	ABA020	Marketing kỹ thuật số (Digital marketing)	3	45	0	
21	ABA021	Quản trị đổi mới và phát triển sản phẩm mới (Innovation management and new product development)	3	45	0	
22	ABA022	Truyền thông marketing tích hợp (Integrated marketing communication)	3	45	0	
23	ABA023	Quản trị khủng hoảng marketing (Crisis management in marketing)	3	45	0	
Chuyên ngành Kinh doanh Quốc tế						
24	ABA024	Luật Thương mại quốc tế (International Trade Laws)	3	45	0	Học phần thuộc chuyên

25	ABA025	Quản trị Logistics và Chuỗi cung ứng (Logitics & Supply Chain Management)	3	45	0	ngành Kinh doanh quốc tế
26	ABA026	Quản trị Xuất nhập khẩu (Export-import management)	3	45	0	
27	ABA027	Đầu tư quốc tế/toàn cầu (International Investment)	3	45	0	
28	ABA028	Quản trị tài chính công ty đa quốc gia (Financial management of multinational companies)	3	45	0	
29	ABA029	Quản trị đa văn hóa (Multicultural management/Managing cultural differnces)	3	45	0	
Tổng			**18**	**270**	**0**	

9.3 Đề án tốt nghiệp: 9 tín chỉ

STT	MÃ SỐ	TÊN HỌC PHẦN	TC	LT	TH	GHI CHÚ
30	ABA030	Đề án tốt nghiệp	9	0	270	
Tổng			**9**	**0**	**270**	

10. KẾ HOẠCH GIẢNG DẠY:

Học kỳ 1

STT	HỌC PHẦN	TC	GHI CHÚ
1	Triết học	4	
2	Đạo đức và trách nhiệm xã hội trong KD	2	
3	Phương pháp nghiên cứu trong kinh doanh	3	
4	Quản trị chiến lược hiện đại	3	
TỔNG		**12**	

Học kỳ 2

STT	HỌC PHẦN	TC	GHI CHÚ
1	Quản trị nguồn nhân lực hiện đại	3	
2	Quản trị Marketing toàn cầu	3	
3	Quản trị sự thay đổi	3	
4	Quản trị công ty	3	
5	Quản trị kinh doanh toàn cầu	3	
6	Nghệ thuật lãnh đạo	3	
7	Quản trị mô hình kinh doanh	3	
TỔNG		**21**	

Học kỳ 3 – Tự chọn nhóm 1 (Định hướng Quản trị Kinh doanh Tổng hợp)

STT	HỌC PHẦN	TC	GHI CHÚ
1	Hành vi tổ chức đương đại	3	
2	Quản trị bán hàng hiện đại	3	
3	Quản trị chất lượng toàn diện	3	
4	Quản trị dự án kinh doanh	3	
5	Chuyên đề thực hành Quản trị rủi ro kinh doanh	3	Thực hành tại DN
6	Chuyên đề thực hành Khởi nghiệp và Sáng tạo	3	Thực hành tại DN
TỔNG		**18**	

Học kỳ 3 – Tự chọn nhóm thứ 2 (Định hướng Quản trị Marketing)

STT	HỌC PHẦN	TC	GHI CHÚ
1	Quản trị hiệu quả kênh phân phối	3	
2	Quản trị thương hiệu	3	
3	Marketing kỹ thuật số	3	
4	Quản trị đổi mới và phát triển sản phẩm mới	3	

5	Truyền thông marketing tích hợp	3	
6	Quản trị khủng hoảng	3	
	TỔNG	**18**	

Học kỳ 3 – Tự chọn nhóm thứ 3 (Định hướng Quản trị Kinh doanh Quốc tế)

STT	HỌC PHẦN	TC	GHI CHÚ
1	Luật Thương mại quốc tế	3	
2	Quản trị Logistics và Chuỗi cung ứng	3	
3	Quản trị Xuất nhập khẩu	3	
4	Đầu tư quốc tế/ toàn cầu	3	
5	Quản trị tài chính công ty đa quốc gia	3	
6	Quản trị đa văn hóa	3	
	TỔNG	**18**	

HỌC KỲ 4

TT	Mã số môn học	Tên học phần	Số TC			Ghi chú
			Tổng	Lý thuyết	Thực hành	
1		Đề án tốt nghiệp	9	0	9	
		TỔNG	**9**	0	9	

11. HƯỚNG DẪN THỰC HIỆN CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO VÀ ĐẢM BẢO CHẤT LƯỢNG ĐÀO TẠO

11.1. Hướng dẫn thực hiện chương trình đào tạo

11.1.1Tổ chức thực hiện chương trình đào tạo

- Chương trình đào tạo được thực hiện từ khóa tuyển sinh năm 2021, được đào tạo theo phương thức tín chỉ.
- Viện Đào tạo sau đại học chịu trách nhiệm triển khai đào tạo theo kế hoạch đào tạo theo từng năm/học kỳ.
- Học viên sau khi trúng tuyển sẽ tham gia các lớp học phần theo từng học kỳ theo

thông báo của Viện đào tạo sau đại học. Trong hai học kỳ đầu, học viên sẽ học chung các học phần. Đến học kỳ 3 học viên sẽ được phân theo từng lớp theo định hướng chuyên ngành mà học viên đã đăng ký.

- Khoa chuyên môn chịu trách nhiệm phân công giảng viên giảng dạy các học phần và hướng dẫn đề án tốt nghiệp, theo dõi nội dung giảng dạy theo đúng với yêu cầu đề cương chi tiết học phần. Đối với những học phần tự chọn, tùy theo tình hình thực tiễn Khoa chuyên môn sẽ tư vấn cho học viên lựa chọn học phần phù hợp.
- Trong quá trình tổ chức thực hiện sẽ đề xuất những yêu cầu cần thiết về cơ sở vật chất và các phương tiện giảng dạy phục vụ cho quá trình đào tạo hoặc đề xuất những thay đổi về phương pháp giảng dạy thích nghi với tình hình thực tế.
- Học viên không đủ điều kiện để đánh giá kết quả đạt học phần sẽ phải đăng ký học lại học phần đó

11.1.2 Phương pháp giảng dạy và học tập

- Kết hợp quá trình giảng dạy, hướng dẫn của giảng viên và tự nghiên cứu của học viên, đề cao và khuyến khích tính tự chủ, năng động trong học tập và nghiên cứu của học viên. Áp dụng các phương pháp giảng dạy mới như: nêu vấn đề, bài tập tình huống, đề tài nhóm. Chú trọng đến kỹ năng liên quan đến thực tiễn các học phần chuyên ngành.
- Áp dụng các hình thức thực hành đa dạng cho các môn chuyên ngành như:

✓ Tổ chức seminar: Giảng viên chỉ giảng dạy các nội dung cơ bản, hướng dẫn tài liệu tham khảo, bài đọc thêm, đề nghị học viên đọc và tham gia thảo luận trên lớp hoặc bài viết.

✓ Mời các doanh nghiệp báo cáo thực tế, học viên viết bài thu hoạch về doanh nghiệp.

✓ Tổ chức thực hành theo nhóm nhỏ: thảo luận tình huống, khảo sát viết đề tài nhỏ, đề tài nghiên cứu khoa học

11.2. Đảm bảo chất lượng đào tạo

11.2.1 Cơ sở vật chất, công nghệ, trang thiết bị phục vụ giảng dạy

STT	Tên	Mục đích sử dụng	Diện tích sàn xây dựng (m2)	Thiết bị trong phòng	Hình thức sử dụng		
					Sở hữu	Liên kết	Thuê

1	Phòng học số: 01 Địa chỉ: 778 Nguyễn Kiệm, Q. Phú Nhuận	Giảng dạy cho các học phần lý thuyết	50	Máy chiếu/ máy tính	x	x	
2	Phòng học số: 02 Địa chỉ: 778 Nguyễn Kiệm, Q. Phú Nhuận	Phục vụ giảng dạy thực hành trong các học phần	100	Phần mềm bán hàng, quản trị dự án/Mô hình hóa	x	x	
3	Phòng thực hành số: 01 Địa chỉ: 778 Nguyễn Kiệm, Q. Phú Nhuận	Phục vụ giảng dạy thực hành trong các học phần	100	Phần mềm/ Mô hình hóa	x	x	

11.2.2 Học liệu

STT	Tên học phần	Tên học liệu chính
1	Đạo đức và trách nhiệm xã hội trong kinh doanh	1. Bộ thương mại Mỹ (2007). *Đạo đức kinh doanh: Cẩm nang quản lý doanh nghiệp có trách nhiệm trong các nền kinh tế thị trường mới nổi*. Nhà xuất bản trẻ. 2. Hartman, L.P., DesJardins, J., MacDonald, C. (2022). *Business Ethics: Decision Making for Personal Integrity & Social Responsibility, 5th Edition.* The McGraw−Hill.
2	Triết học	1. Trường ĐH Tài chính-Marketing (2015). Triết học (Chương trình sau đại học). Nxb ĐH Quốc gia TP.HCM. 2. ĐH Quốc gia Hà Nội (2018). Giáo trình triết học (Dành cho học viên cáo học và nghiên cứu sinh không thuộc nhóm ngành khoa học xã hội và nhân văn), NXB Chính trị Quốc gia sự thật.

		3. Bộ GD& ĐT (2010). Giáo trình triết học Mác – Lênin (dùng cho học viên cao học và nghiên cứu sinh không thuộc chuyên ngành triết học), Nxb. Chính trị - Hành chính, Hà Nội.
3	Quản trị chiến lược hiện đại	1. Fred R. David. (2015). Quản trị chiến lược. Khái luận và các tình huống trong doanh nghiệp, Bản dịch: Kinh doanh Quốc tế Hiện đại, Đại học Kinh tế TP. HCM.
4	Quản trị kinh doanh toàn cầu	1. Hà Nam Khánh Giao. (2017). Giáo trình Cao học Quản trị Kinh doanh quốc tế. NXB Kinh tế TPHCM. 2. Vyuptakesh Sharan (2012). International Business Management. Pearson
5	Quản trị Marketing toàn cầu	1. Kotabe, M. M., & Helsen, K. (2020). Global marketing management. John Wiley & Sons.
6	Quản trị nguồn nhân lực hiện đại	1. Decenzo, D.A. and Robbins, S.P. (2013). Personel/Human Resource Management, 11th Edition, Prentice-Hall, New Jersey. 2. Collin, J. (2014). *Từ tốt đến Vĩ đại*, 17th Edition, NXB Trẻ, TP.HCM.
7	Quản trị công ty	1. Tricker, R. B., & Tricker, R. I. (2015). Corporate governance: Principles, policies, and practices (3rd Ed.). Oxford University Press, USA. 2. Fernando, A. C., Muraleedharan, K. P., & Satheesh, E. K. (2017). Corporate Governance Principles, Policies, and Practices (3rd Ed.). Pearson, India 3. Du Plessis, J. J., Hargovan, A., & Harris, J. (2018). Principles of contemporary corporate governance (4th Ed.). Cambridge University Press
8	Quản trị sự thay đổi	1. Đào Duy Huân. (2016). Quản trị sự thay đổi. HCM: NXB ĐH Kinh tế TP Hồ Chí Minh.
9	Phương pháp nghiên cứu	1. Nguyễn Đình Thọ (2014). Phương pháp nghiên cứu khoa học trong kinh doanh. Nxb Lao động Xã hội.

	trong kinh doanh	2. Sekaran, U and Bougie, R. (2016) Research Methods for Business: A Skill-Building Approach, 7th ed. Wiley. 3. Singh, K. (2007). Quantitative social research methods. Sage. 4. Michael Quinn Patton (2014). Qualitative Research & Evaluation Methods: Integrating Theory and Practice. SAGE Publications, Inc. 5. Sarah J. Tracy (2019). Qualitative Research Methods: Collecting Evidence, Crafting Analysis, Communicating Impact. Wiley-Blackwell.
10	Nghệ thuật lãnh đạo	1. Ferguson, A & Moritz, M. (2015), Dẫn dắt: Lãnh đạo chứ không quản lý, NXB Trẻ, TP.HCM 2. Maxwell. J.C (2007), Phát triển kỹ năng lãnh đạo (Developing the Leader within you) - NXB Lao động Xã hội, TP.HCM.
11	Quản trị mô hình kinh doanh	1. Đặng Văn Mỹ (2020), Quản trị mô hình kinh doanh, Tài liệu nghiên cứu và giảng dạy, lưu hành nội bộ 2. Alexander Osterwalder và Yves Pigneur. *Tạo lập mô hình kinh doanh*. Sách dịch 3. Alexander Osterwalder và Yves Pigneur. *Business Model Generation*, A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers (The Strategyzer series).
12	Hành vi tổ chức đương đại	1. Colquitt, LePine, Wesson (2018). Organizational Behavior: Improving Performance and Commitment in the Workplace, 6th. McGraw-Hill Education. 2. Stephen. P. Robins & Timothy A. Judge (2018). Organizational Behavior (17ed). Pearson Education, Prentice Hall. 3. Phạm Thúy Hương & Phạm Thị Bích Ngọc (2019), Giáo trình Hành vi Tổ chức, Nxb Đại học Kinh Tế Quốc dân, Hà Nội
13	Quản trị bán hàng hiện đại	1. Nguyễn Văn Hiến (2016). Quản trị bán hàng hiện đại. Trường Đại học Tài chính - Marketing, NXB Tài chính. 2. Lưu Đan Thọ - Nguyễn Vũ Quân (2016): "Quản trị bán hàng

		hiện đại- NXB Tài chính" 3. James M.Comer (2002): "Quản trị bán hàng"- Bản dịch tiếng Việt- NXB TPHCM- Nguyên bản tiếng Anh: Sales Management- James M.Comer (2002). 4. Robert J.Calvin (2004)," Nghệ thuật quản trị bán hàng" –Bản dịch tiếng Việt – NXB Thống kê. 5. Lindell Phillip Chew (2019):" Sales Management The Dynamics of Selling and Sales Force Marketing"- McGraw -Hill
14	Quản trị dự án kinh doanh	1. Project Management Institute (2017). A Guide to the Project Management Body of Knowledge (PMBOK Guilde) – Sixth Edition. 2. Joseph Heagney (2012). Quản trị dự án – Những nguyên tắc căn bản. Bản dịch của NXB Lao động – Xã hội 3. Phước Minh Hiệp (2011). Thiết lập và thẩm định dự án đầu tư, NXB lao động xã hội
15	Quản trị chất lượng toàn diện	1. Poornima M. Charantimath (2017). Total Quality Management, Third Edition, Pearson Education in South Asia. 2. Bùi Nguyên Hùng, Nguyễn Thúy Quỳnh Loan (2010). Quản lý chất lượng, NXB Đại học Quốc Gia TP HCM. 3. Nguyễn Kim Định (2010). Giáo trình quản trị chất lượng và bài tập, NXB Tài Chính.
16	Chuyên đề thực hành Quản trị rủi ro kinh doanh	1. Dương Hữu Hạnh (2009), *Quản trị rủi ro xí nghiệp trong nền kinh tế toàn cầu – nguyên tắc và thực hành*, NXB Tài chính 2. Nguyễn Quang Thu (2008), *Quản trị rủi ro và Bảo hiểm trong doanh nghiệp*, NXB Thống kê 3. Đoàn Thị Hồng Vân, Kim Ngọc Đạt, Hà Đức Sơn (2009), *Quản trị rủi ro và khủng hoảng*, NXB Lao động
17	Chuyên đề thực hành khởi nghiệp và sáng	1. Jefferey Timmons, J. A. (2011), New Venture Creation: Entrepreneurship for the 21st Century. 8Revision Edition, McGraw-Hill, USA.

	tạo trong kinh doanh	2. Business Plan Checklist (2017), Sổ tay lập danh mục công việc Kinh doanh, NXB Dân Trí chuyển ngữ và xuất bản.
18	Quản trị hiệu quả kênh phân phối	1. Quản trị Kênh phân phối do Trường ĐH Tài Chính Marketing phát hành. 2. Quản trị Kênh phân phối – Trường Đại học kinh tế quốc dân Hà Nội phát hành - PGS TS Trương Đình Chiến 3. Robert W. Palmatier, Louis W. Stern and Adel I.El–Ansary, Marketing Channel Srategy, 8th ed, 2015 Pearson Education, Inc.
19	Quản trị thương hiệu	1. Kevin Lane Keller (2019). Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity, Pearson. 2. David A. Aaker (2009). Managing brand equity, Free Press.
20	Marketing kỹ thuật số	1. Dave Chaffey, PR Smith (2017). Digital Marketing Excellence: Planning, Optimizing and Integrating Online Marketing, 5th Edition, Prentice Hall.
21	Quản trị đổi mới và phát triển sản phẩm mới	1. Nguyễn Xuân Trường. (2020). Phát triển sản phẩm mới, In lần thứ nhất. Nhà xuất bản Thanh Niên
22	Truyền thông Marketing tích hợp	1. George Belch, Michael Belch (2017). Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective (8th edition), McGraw-Hill.
23	Quản trị khủng hoảng Marketing	1. Tủ sách Harvard (2017), Quản lý Khủng hoảng, NXB Tổng hợp TP. Hồ Chí Minh. 2. W. Timothy Coombs (2014). Ongoing Crisis Communication: Planning, Managing, and Responding, SAGE Publications, Inc 3. Timothy Coombs (2014). Applied Crisis Communication and Crisis Management: Cases and Exercises, SAGE Publications, Inc 4. Anne Gregory (2017), Sáng tạo chiến dịch PR hiệu quả, Nhà Xuất bản Trẻ TP.HCM.
24	Luật Thương	1. Mai Hồng Quỳ và Trần Việt Dũng (2012). Luật Thương mại

	mại quốc tế	quốc tế, Nxb Đại học Quốc gia TP. HCM. 2. Luật thương mại Việt Nam (2005) - Sửa đổi, bổ sung (2017). Nxb Chính trị quốc gia, Hà Nội. 3. Luật trọng tài thương mại. (2010). NXB Chính trị quốc gia, Hà Nội. 4. Keizer, J. & H. Wevers, H. (2008). A basic guide to international business law. Wolters Noordhof, 2008.
25	Quản trị Logistics và chuỗi cung ứng	1. Daniel Stanton (2019). Quản lý chuỗi cung ứng, (Khánh trang dịch). Nhà xuất bản Công thương. 2. Huỳnh Thị Thúy Giang (2017). Quản trị chuỗi cung ứng. Nhà xuất bản Đại học Quốc gia thành phố Hồ Chí Minh. 3. John Mangan; Chandra Lalwani; Tim Butcher & Roya Javadpour (2012). Global Logistics & Supply chain Management. 2nd Edition, Wiley & Son, ltd
26	Quản trị xuất nhập khẩu	1. Albaum, G., Stradskov, J., and Duerr, E. (2002). International Marketing and Export Management. New York: Prentice Hall. 2. Jonathan Reuvid & Jim Sherlock (2011). International Trade. Kogan Page 3. Justin Paul (2013). Export import management. Oxford 4. Thomas A. Cook (2012). Mastering import & export management. AMACOM 5. Weiss, K. (1987). Building an Import/Export Business. New York: John Wiley and Sons
27	Đầu tư quốc tế/toàn cầu	1. Lê Quang Huy (2013). Đầu tư quốc tế, NXB Kinh tế Tp.HCM. 2. Võ Thanh Thu & Ngô Thị Ngọc Huyền (2011). Kỹ thuật đầu tư trực tiếp nước ngoài, Nhà xuất bản Tổng hợp Tp.HCM. 3. Solnik, B., & McLeavey, D. (2013). Global investments, Pearson New International Edition, 6/E, Pearson Education, Inc
28	Quản trị tài chính công ty	1. ALan C. Shapiro, Multinational Financial Management, 10th edition, Wiley.

	đa quốc gia	2. Jeff Madura (2012). International Financial management, 11th edition, Thompson South-Western 3. Phan Thị Nhi Hiếu (2015). Tài chính công ty đa quốc gia, NXB Kinh tế TP.HCM.
29	Quản trị đa văn hóa	1. Luthans, F., & Doh, P.J. (2017). International Management: Culture, Strategy and Behavior (10th ed.). McGraw-Hill. 2. French, R. (2010). Cross-Cultural Management in Work Organisations, 2nd Edition. London, UK: CIPD. 3. Charlene M. Solomon Michael S. Schell, (Nguyễn Thọ Nhân) dịch (2010). Quản lý xuyên văn hóa - Management across Cultures, Nxb. Tổng hợp TP.HCM và NXB. Mc Graw - Hill

12. ĐỘI NGŨ GIẢNG VIÊN THAM GIA GIẢNG DẠY

12.1 Danh sách giảng viên cơ hữu

STT	HỌ VÀ TÊN	HỌC HÀM - HỌC VỊ	HỌC PHẦN THAM GIA GIẢNG DẠY
1	Nguyễn Văn Hiến	TS	Quản trị bán hàng hiện đại
2	Huỳnh Thị Thu Sương	TS	Quản trị nguồn nhân lực hiện đại Nghệ thuật lãnh đạo
3	Nguyễn Thanh Long	TS	Quản trị chiến lược hiện đại
4	Nguyễn Xuân Hiệp	TS	Quản trị kinh doanh toàn cầu Luật Thương mại quốc tế Quản trị Xuất nhập khẩu Quản trị đa văn hóa
5	Bảo Trung	TS	Quản trị thương hiệu, Marketing kỹ thuật số
6	Nguyễn Tấn Hưng	TS	Triết học
7	Trần Nhân Phúc	TS	Quản trị sự thay đổi Quản trị chiến lược hiện đại
8	Cảnh Chí Hoàng	TS	Hành vi tổ chức đương đại,

			Quản trị nguồn nhân lực hiện đại
9	Phạm Thị Ngọc Mai	TS	Hành vi tổ chức đương đại, Phương pháp nghiên cứu trong kinh doanh
10	Trần Văn Hưng	TS	Quản trị dự án kinh doanh
11	Phạm Ngọc Dưỡng	TS	Quản trị Logistics và Chuỗi cung ứng, Quản trị xuất nhập khẩu
12	Lê Quang Huy	TS	Đầu tư quốc tế/ toàn cầu
13	Đặng Văn Mỹ	PGS.TS	Quản trị văn hóa doanh nghiệp Quản trị đổi mới và phát triển sản phẩm mới
14	Vũ Hồng Vân	TS	Hành vi tổ chức đương đại Quản trị sự thay đổi
15	Ao Thu Hoài	TS	Đạo đức và trách nhiệm xã hội trong kinh doanh Marketing kỹ thuật số Quản trị bán hàng hiện đại
16	Nguyễn Gia Ninh	TS	Phương pháp nghiên cứu trong KD
17	Trần Văn Thi	TS	Quản trị hiệu quả kênh phân phối, Quản trị đổi mới và phát triển SP mới
18	Ngô Thị Thu	TS	Truyền thông marketing tích hợp Quản trị khủng hoảng marketing
19	Tạ Văn Thành	TS	Quản trị hiệu quả kênh phân phối, Quản trị Marketing toàn cầu Marketing kỹ thuật số
20	Lê Thị Giang	TS	Quản trị kinh doanh toàn cầu Quản trị xuất nhập khẩu Quản trị tài chính công ty đa quốc gia
21	Hà Minh Hiếu	TS	Quản trị Logistics và Chuỗi cung ứng, Quản trị xuất nhập khẩu

22	Đặng Văn Mỹ	PGS.TS	Quản trị mô hình kinh doanh Quản trị chiến lược hiện đại
23	Phạm Lê Quang	TS	Triết học
24	Lại Văn Nam	TS	Triết học
25	Tô Anh Thơ	TS	Quản trị chất lượng toàn diện Quản trị công ty
26	Hồ Xuân Tiến	TS	Quản trị rủi ro trong kinh doanh Quản trị sự thay đổi

12.2 Danh sách giảng viên thỉnh giảng

STT	HỌ VÀ TÊN	HỌC HÀM - HỌC VỊ	HỌC PHẦN THAM GIA GIẢNG DẠY
1	Bùi Thị Thanh	PGS.TS	Hành vi tổ chức đương đại
2	Nguyễn Thuấn	PGS.TS	Quản trị sự thay đổi
3	Đỗ Phú Trần Tình	PGS.TS	Đạo đức và Trách nhiệm xã hội trong kinh doanh
4	Đoàn Thị Mỹ Hạnh	PGS.TS	Quản trị chiến lược hiện đại
5	Hoàng Thị Thu Thảo	PGS.TS	Quản trị Marketing toàn cầu
6	Nguyễn Hải Quang	PGS.TS	Quản trị chiến lược hiện đại, Quản trị chất lượng toàn diện
7	Huỳnh Thanh Tú	TS	Văn hóa và trách nhiệm xã hội trong kinh doanh Nghệ thuật lãnh đạo
8	Huỳnh Thanh Điền	TS	Quản trị dự án kinh doanh
9	Nguyễn Thế Khải	TS	Quản trị nguồn nhân lực hiện đại, Phương pháp nghiên cứu trong kinh doanh.
10	Ngô Quốc Nghi	TS	Báo cáo Chuyên đề rủi ro trong kinh doanh
11	Hà Tuấn Anh	TS	Báo cáo

			Chuyên đề khởi nghiệp và sáng tạo

13. MA TRẬN CHUẨN ĐẦU RA VỚI CÁC HỌC PHẦN TRONG CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO

Ma trận chuẩn đầu ra chương trình đào tạo và các học phần

STT	TÊN HP	MÃ HP	CHUẨN ĐẦU RA CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO									
			Kiến thức			Kỹ năng				Mức tự chủ và tự chịu trách nhiệm		
			PLO 1	PLO 2	PLO 3	PLO 4	PLO 5	PLO 6	PLO 7	PLO 8	PLO 9	PLO 10
I	**KIẾN THỨC CHUNG**											
1	Đạo đức và trách nhiệm xã hội trong kinh doanh		I	R	M	I	R	M		I	R	M
2	Triết học		I	I	R	R	R	R	R	M	M	
II	**KIẾN THỨC CƠ SỞ NGÀNH VÀ CHUYÊN NGÀNH**											
3	Quản trị chiến lược hiện đại		R	M	M	R	M	M	R	M	M	M
4	Quản trị kinh doanh toàn cầu		R	R	R	R	M	M	R			
5	Quản trị Marketing toàn cầu		I	R	M	R	M	A	A	A	R	M
6	Quản trị nguồn nhân lực hiện đại		R	M	M	R	R+	M-		M	R	R
7	Quản trị công ty		M	R	M	M	M		M	M	R	M
8	Quản trị sự thay đổi		R	M	R	M	M	M	M	M		M

9	Phương pháp nghiên cứu trong kinh doanh		R	M	R	R	R	R		M	M	R
10	Nghệ thuật lãnh đạo		R	R	M	M	M	A		M	M	M
11	Quản trị mô hình kinh doanh		R	R	R	R	R	R	R	R	R	R
12	Hành vi tổ chức đương đại		R	R	R	R	M	M	R	R	R	M
13	Quản trị bán hàng hiện đại		M	R	I	R	I	R			I	I
14	Quản trị dự án kinh doanh		R	M	M	M	M	M		M	M	M
15	Quản trị chất lượng toàn diện		M	M	M	R	R	M		M	M	M
16	Chuyên đề thực hành rủi ro trong kinh doanh		R	R	R	R	R	R	R	R	R	R
17	Chuyên đề thực hành Khởi nghiệp và sáng tạo		R	M	M	R	R+	R	M	R+	M	A
18	Quản trị hiệu quả kênh phân phối					R	I	R	M	R		
19	Quản trị thương hiệu		R	R	M	M	M	M	R	M	M	M
20	Marketing kỹ thuật số		R	I	R	M	M	R		R		
21	Quản trị đổi mới và phát triển sản phẩm mới		R	I	R	M	M	R		R		

22	Truyền thông marketing tích hợp		R	I	R	R	R	M	R	M	R	R
23	Quản trị khủng hoảng marketing		R	I	R	M	M	R		R		
24	Luật Thương mại quốc tế		R	M	M	R	M			M	M	M
25	Quản trị Logistics và Chuỗi cung ứng		R	R	M	M	R	R	R	R	M	R
26	Quản trị Xuất nhập khẩu		M		R	R			M	R	R	R
27	Đầu tư quốc tế/toàn cầu		M	M	M	M	M	M	R	R	R	R
28	Quản trị tài chính công ty đa quốc gia		R	R	M	M	M	M	M	M	R	R
29	Quản trị đa văn hóa		R	I	M	M	M	M	R	M	M	M

Chú thích: Mức độ đóng góp, hỗ trợ của học phần đối với PLOs được xác định cụ thể như sau:

- *I (Introduced) – Học phần có hỗ trợ đạt được PLO và ở mức giới thiệu/bắt đầu*
- *R (Reinforced) – Học phần có hỗ trợ đạt được PLO và ở mức nâng cao hơn mức bắt đầu, có nhiều cơ hội được thực hành, thí nghiệm, thực tế*
- *M (Mastery) – Học phần có hỗ trợ cao đạt được PLO và ở mức thuần thục/thông hiểu*
- *A (Assessed) – Học phần quan trọng (hỗ trợ tối đa việc đạt được PLO) cần được thu thập minh chứng để đánh giá chuẩn đầu ra của chương trình đào tạo.*

14. MÔ TẢ TÓM TẮT NỘI DUNG CÁC HỌC PHẦN TRONG CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO

14.1 ĐẠO ĐỨC VÀ TRÁCH NHIỆM XÃ HỘI TRONG KINH DOANH: 2 tín chỉ

14.1.1 Mục tiêu của học phần

a. Mục tiêu chung

- Mục tiêu của học phần là giúp học viên nắm bắt và vận dụng được những kiến thức nền tảng và chuyên sâu, kỹ năng cơ bản của một nhà quản trị và thái độ, nhận thức với vấn đề

đạo đức và trách nhiệm xã hội trong kinh doanh của các doanh nghiệp trong bối cảnh nền kinh tế thị trường và cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 đang diễn ra vô cùng khẩn trương và cạnh tranh gay gắt, đặc biệt ở các khu vực nền kinh tế mới nổi như Việt Nam vào hoạt động điều hành doanh nghiệp một cách hiệu quả.

b. Mục tiêu cụ thể

- **Về kiến thức:** Nắm bắt được kiến thức chuyên sâu và đạo đức và trách nhiệm xã hội trong kinh doanh như đạo đức kinh doanh và hành vi kinh doanh có trách nhiệm trong nền kinh tế thị trường, các quan điểm tiếp cận về trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp, xây dựng và phát triển trên nền tảng hành vi kinh doanh có trách nhiệm v.v.
- **Về kỹ năng:** Lập kế hoạch và triển khai được một chương trình về đạo đức và trách nhiệm xã hội trong kinh doanh. Làm việc nhóm và dẫn dắt đội nhóm.
- **Về mức độ tự chủ và chịu trách nhiệm:** Có thái độ nghiêm túc, nhận thức đúng đắn, hoàn thiện đạo đức và trách nhiệm xã hội của một doanh nhân, một nhà quản trị. Hình thành tinh thần đổi mới, sáng tạo trong công việc thực tế ở doanh nghiệp.

14.1.2 Chuẩn đầu ra của học phần

a. Chuẩn đầu ra của học phần

Ký hiệu	**Nội dung**
Về kiến thức	
CLO1	Hệ thống hóa các kiến thức chuyên sâu về đạo đức và trách nhiệm xã hội trong kinh doanh.
CLO2	Cập nhật kiến thức về các mô hình đạo đức và trách nhiệm xã hội trong kinh doanh.
CLO3	Phát triển tư duy phân tích các vấn đề phát sinh trong thực tiễn của các chương trình đạo đức và trách nhiệm xã hội trong kinh doanh trên cơ sở khoa học.
CLO4	Vận dụng nền tảng kiến thức để xây dựng được những chương trình đạo đức và trách nhiệm xã hội trong kinh doanh.
CLO5	Triển khai và tổ chức được những chương trình đạo đức và trách nhiệm xã hội trong kinh doanh.

Về kỹ năng	
CLO6	Phân tích, đánh giá một cách khoa học các kiến thức đạo đức và trách nhiệm xã hội trong kinh doanh để áp dụng vào thực tiễn quản lý doanh nghiệp.
CLO7	Phân tích bối cảnh doanh nghiệp các quyết định chiến lược trung và dài hạn.
CLO8	Nhận diện, đánh giá và giải quyết vấn đề phát sinh trong chương trình đạo đức và trách nhiệm xã hội trong kinh doanh.
CLO9	Làm việc nhóm
CLO10	Lãnh đạo và dẫn dắt đội nhóm
Về mức tự chủ và chịu trách nhiệm	
CLO11	Năng lực phát hiện và đưa ra những kết luận mang tính chuyên gia về các vấn đề phức tạp của chương trình đạo đức và trách nhiệm xã hội trong kinh doanh trong doanh nghiệp.
CLO12	Khát vọng trưởng thành trong nghề quản trị với việc tuân thủ chương trình đạo đức và trách nhiệm xã hội trong kinh doanh trong doanh nghiệp.
CLO13	Trân trọng các giá trị đạo đức của dân tộc để nâng cao giá trị cuộc sống thông qua chương trình đạo đức và trách nhiệm xã hội trong kinh doanh trong doanh nghiệp.
CLO14	Nhận thức sự thay đổi, hình thành năng lực học tập nghiên cứu để thích ứng với sự thay đổi trong môi trường doanh nghiệp

b. ***Mối quan hệ giữa chuẩn đầu ra của học phần (CLOs) với chuẩn đầu ra của chương trình đào tạo (PLOs):***

PLO	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)
CLO 1	I									
CLO 2		R								
CLO 3			I							
CLO 4			R							
CLO 5			M							
CLO 6				I						
CLO 7					I					
CLO 8						I				

CLO 9					R	R				
CLO 10					R	M				
CLO 11								I		
CLO 12									R	
CLO 13										M
CLO 14										M
Tổng hợp học phần	I	R	M	I	R	M		I	R	M

14.2 TRIẾT HỌC: 4 tín chỉ

14.2.1 Mục tiêu học phần

a. Mục tiêu chung

- Củng cố tri thức triết học cho công việc nghiên cứu thuộc lĩnh vực tài chính ngân hàng và quản trị kinh doanh, kinh tế; nâng cao nhận thức cơ sở lý luận triết học của đường lối cách mạng Việt Nam, đặc biệt là đường lối cách mạng Việt Nam trong thời kỳ đổi mới.
- Hoàn thiện và nâng cao kiến thức triết học trong chương trình Lý luận chính trị ở bậc đại học nhằm đáp ứng yêu cầu đào tạo các chuyên ngành Kinh tế ở trình độ sau đại học.
- Nâng cao nhận thức cơ sở lý luận triết học của đường lối cách mạng Việt Nam, đặc biệt là đường lối cách mạng Việt Nam trong thời kỳ đổi mới.

b. Mục tiêu cụ thể

❖ ***Kiến thức*** **:** Củng cố và nâng cao tri thức triết học cho công việc nghiên cứu thuộc lĩnh vực các kinh tế, tài chính ngân hàng và quản trị kinh doanh;

❖ ***Kỹ năng*** **:** Kỹ năng phân tích, so sánh đánh giá để thấy được sự đúng đắn, tính khoa học và cách mạng của triết học Mác -Lênin so với các trường phái triết học khác
Kỹ năng phân tích được sự vận dụng các học thuyết triết học, đặc biệt triết học Mác-Lênin vào điều kiện cụ thể ở Việt Nam.

❖ ***Năng lực tự chủ và trách nhiệm*****:** Vận dụng lý luận triết học để tích cực phát hiện và đưa ra những giải pháp phát triển các lĩnh vực kinh tế, kinh doanh, phục vụ đường lối

kinh tế của cách mạng Việt Nam trong thời kỳ đổi mới.

Thấy được Đảng ta đã sự vận dụng đúng đắn các nguyên lý của triết học Mác - Lênin vào hoàn cảnh cách mạng Việt Nam

Dựa trên các nguyên lý triết học để giải thích khoa học, có thái độ đúng đắn và các giải pháp phù hợp với các vấn đề nẩy sinh trong đời sống xã hội Việt Nam

14.2.2 Chuẩn đầu ra của học phần

a. Chuẩn đầu ra của học phần

Ký hiệu	**Nội dung**
Về kiến thức	
CLO1	Hiểu được các quan điểm của các trường phái triết học trong quá trình lịch sử triết học
CLO2	Củng cố và nâng cao trình độ nhận thức về những nguyên lý, quy luật của chủ nghĩa duy vật biện chứng và chủ nghĩa duy vật lịch sử
CLO3	Hiểu được Đảng ta đã vận dụng đúng đắn triết học Mác – Lênin vào hoàn cảnh cách mạng Việt Nam
Về kỹ năng	
CLO4	Kỹ năng phân tích, so sánh, đánh giá các quan điểm của các trường phái triết học trong quá trình lịch sử triết học
CLO5	Kỹ năng đánh giá, so sánh các quan điểm của chủ nghĩa duy vật biện chứng với các quan điểm của chủ nghĩa duy tâm, của phương pháp siêu hình
CLO6	Kỹ năng đánh giá, so sánh các quan điểm của chủ nghĩa duy vật lịch sử với các quan điểm của chủ nghĩa duy tâm, của phương pháp siêu hình
Về mức tự chủ và chịu trách nhiệm	
CLO7	Khẳng định sự đúng đắn và tính khoa học,cách mạng của triết học Mác – Lênin so với các trường phái triết học trước đó
CLO8	Vận dụng những nguyên lý, quy luật của triết học Mác -Lênin vào trong quá trình sản xuất, kinh doanh và đề ra được các giải pháp phù hợp với những vấn đề nẩy sinh trong xã hội
CLO9	Xây dựng niềm tin và thái độ đúng đắn vào chủ nghĩa Mác – Lênin và công

	cuộc xây dựng XHCN do Đảng lãnh đạo

b. ***Mối quan hệ giữa chuẩn đầu ra của học phần (CLOs) với chuẩn đầu ra của chương trình đào tạo (PLOs):***

PLO	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)
CLO 1	I								
CLO 2		I							
CLO 3			R						
CLO 4				R					
CLO 5					R				
CLO6						R			
CLO7							R		
CLO8								M	
CLO9									M
Tổng hợp học phần	I	I	R	R	R	R	R	M	M

14.3 QUẢN TRỊ CHIẾN LƯỢC HIỆN ĐẠI: 3 tín chỉ

14.3.1 Mục tiêu của học phần

a. Mục tiêu chung

Học phần "Quản trị chiến lược hiện đại: Khái luận và các tình huống trong kinh doanh" giữ vị trí quan trọng trong chương trình đào tạo thạc sĩ ngành Quản trị kinh doanh. Học phần cung cấp cho học viên những kiến thức và kỹ năng nâng cao về Quản trị Chiến lược hiện đại, giúp học viên nhận diện rõ được đặc điểm và vai trò của chiến lược kinh doanh hiện đại; Phân tích và xác định được những cơ hội, nguy cơ, điểm mạnh và điểm yếu của doanh nghiệp, biết cách cân đối giữa chiến lược doanh nghiệp và địa phương, trên cơ sở đó có thể xây dựng chiến lược kinh doanh hiện đại cho doanh nghiệp một cách phù hợp. Học phần cũng cung cấp cho người học những kiến thức cần thiết để tổ chức thực hiện, kiểm tra kiểm soát và điều chỉnh chiến lược cho phù hợp với sự thay đổi của môi trường, kết nối được quản trị chiến lược với chiến lược hiện đại, biết cách quản trị doanh nghiệp trong phạm vi trong nước, các nước trong khu vực và quốc tế một cách khoa học và hiệu quả.

b. Mục tiêu cụ thể

Về kiến thức:

- Nhận dạng được quá trình toàn cầu hóa, hiện đại hóa (kỷ nguyên số hóa) và sự tác động của toàn cầu hóa đến hoạt động kinh doanh của các công ty.

- Nắm vững và sử dụng các lý thuyết về quản trị chiến lược để đánh giá được sự tác động của quản trị chiến lược đến hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp. - Có kiến thức sâu về lý thuyết quản trị chiến lược hiện đại.

Về kỹ năng:

- Phân tích môi trường kinh doanh và đánh giá khả năng thích ứng của doanh nghiệp; Thực hành các kiến thức về quản trị chiến lược.

- Xây dựng chiến lược kinh doanh phù hợp với điều kiện môi trường và năng lực của doanh nghiệp.

- Tổ chức thực hiện chiến lược đã hoạch định một cách có hiệu quả và kiểm tra giám sát, hiệu chỉnh chiến lược cho phù hợp với sự biến động của các yếu tố môi trường để đảm bảo thường xuyên nâng cao và duy trì lợi thế cạnh tranh của doanh nghiệp.

- Rèn luyện tư duy ra quyết định và tư duy phản biện; Có năng lực trình bày một bài viết tổng hợp mang tính học thuật về các chủ đề liên quan đến quản trị chiến lược.

Về mức tự chủ và chịu trách nhiệm:

- Tự kiểm soát bản thân và tôn trọng các thành viên trong lớp và giảng viên. Thực hiện quy chế và quy tắc hành xử của nhà trường.

- Có đạo đức và trách nhiệm nghề nghiệp; trách nhiệm với xã hội.

- Chủ động, sáng tạo; Có phong cách làm việc chuyên nghiệp phù hợp với xu thế phát triển của hoạt động kinh doanh trên thế giới

14.3.2 Chuẩn đầu ra của học phần

a. Chuẩn đầu ra của học phần

Ký hiệu	Nội dung
Về kiến thức	
CLO1	Nhận dạng được quá trình toàn cầu hóa, hiện đại hóa (kỷ nguyên số hóa) và sự tác động của toàn cầu hóa đến hoạt động kinh doanh của các công ty.
CLO2	Nắm vững và sử dụng các lý thuyết về quản trị chiến lược để đánh giá được sự

	tác động của quản trị chiến lược đến hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp.
CLO3	Có kiến thức sâu về lý thuyết quản trị chiến lược hiện đại.
Về kỹ năng	
CLO4	Phân tích môi trường kinh doanh và đánh giá khả năng thích ứng của doanh nghiệp; Thực hành các kiến thức về quản trị chiến lược; Kỹ năng làm việc nhóm, kỹ năng thu thập và xử lý thông tin.
CLO5	Xây dựng chiến lược kinh doanh phù hợp với điều kiện môi trường và năng lực của doanh nghiệp.
CLO6	Tổ chức thực hiện chiến lược đã hoạch định một cách có hiệu quả và kiểm tra giám sát, hiệu chỉnh chiến lược cho phù hợp với sự biến động của các yếu tố môi trường để đảm bảo thường xuyên nâng cao và duy trì lợi thế cạnh tranh của doanh nghiệp
CLO7	Rèn luyện tư duy ra quyết định và tư duy phản biện; Có năng lực trình bày một bài viết tổng hợp mang tính học thuật về các chủ đề liên quan đến quản trị chiến lược.
Về mức tự chủ và chịu trách nhiệm	
CLO8	Tự kiểm soát bản thân và tôn trọng các thành viên trong lớp và giảng viên. Thực hiện quy chế và quy tắc hành xử của nhà trường
CLO9	Có đạo đức và trách nhiệm nghề nghiệp; trách nhiệm với xã hội.
CLO10	Chủ động, sáng tạo; Có phong cách làm việc chuyên nghiệp phù hợp với xu thế phát triển của hoạt động kinh doanh trên thế giới.

b. ***Mối quan hệ giữa chuẩn đầu ra của học phần (CLOs) với chuẩn đầu ra của chương trình đào tạo (PLOs):***

PLO	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)
CLO 1					I		R		R	R
CLO 2	R	R	R	R	M	R	R	R		R
CLO 3	M	M	M	R	M	M	R	M		R
CLO 4	R	R	M	R		M	R	R	M	M
CLO 5		R	M	R	R	R	R		R	R
CLO 6		R	R	R	R	M	R	R	R	M

CLO 7	R	R		R		R	R	R	R	R
CLO 8							R	R	R	R
CLO 9							R	R	M	M
CLO 10							R	M	R	R
Tổng hợp học phần	R	M	M	R	M	M	R	M	M	M

14.4 QUẢN TRỊ KINH DOANH QUỐC TẾ: 3 tín chỉ

14.4.1 Mục tiêu của học phần

a. Mục tiêu chung

Mục tiêu chính của học phần Quản trị kinh doanh quốc tế là trang bị cho học viên kiến thức chuyên sâu trong lĩnh vực kinh doanh quốc tế; rèn luyện những kỹ năng kỹ năng hoạt động nghề nghiệp cần thiết để thiết lập, vận hành và quản trị các loại hình doanh nghiệp chuyên nghiệp và hiệu quả, có khả năng làm việc độc lập sáng tạo, có khả năng ứng dụng kiến thức hoặc kết quả nghiên cứu vào việc thực hiện các công việc thuộc lĩnh vực kinh doanh quốc tế.

b. Mục tiêu cụ thể

❖ **Về kiến thức:**

Làm chủ kiến thức về quản trị kinh doanh quốc tế; có thể đảm nhiệm công việc của chuyên gia thực tiễn ứng dụng trong lĩnh vực kinh doanh quốc tế; có tư duy phản biện; có kiến thức tổng hợp về pháp luật, quản lý và trách nhiệm xã hội liên quan đến quản trị kinh doanh quốc tế hướng đến phát triển bền vững.

❖ **Về kỹ năng:**

Có kỹ năng nghề nghiệp và kỹ năng quản lý, đặc biệt là kỹ năng phân tích dữ liệu, kỹ năng phân tích chính sách để lập kế hoạch kinh doanh, hoạch định chính sách trong quá trình quản trị doanh nghiệp kinh doanh quốc tế và có kỹ năng ra quyết định chiến lược trung và dài hạn. Có khả năng sử dụng các phần mềm ứng dụng trong phân tích dữ liệu;

Có kỹ năng ngoại ngữ trong công việc quản trị kinh doanh quốc tế: có thể diễn đạt bằng ngoại ngữ trong hầu hết các tình huống chuyên môn thông thường; có thể sử dụng và ứng dụng liên quan đến công việc chuyên môn; có thể trình bày rõ ràng các giải pháp quản trị bằng ngoại ngữ.

❖ **Về mức tự chủ và chịu trách nhiệm:**

Có năng lực phát hiện và giải quyết các vấn đề thuộc lĩnh vực quản trị kinh doanh

quốc tế và đề xuất những sáng kiến có giá trị; có khả năng tự định hướng phát triển năng lực cá nhân, thích nghi với môi trường làm việc quốc tế và năng lực ứng dụng kiến thức vào thực tiễn hoạt động kinh doanh hiệu quả; đưa ra được những kết luận ứng dụng về các vấn đề phức tạp; bảo vệ và chịu trách nhiệm về những kết luận chuyên môn; có khả năng xây dựng, thẩm định kế hoạch kinh doanh quốc tế; có năng lực phát huy trí tuệ tập thể trong quản lý và hoạt động chuyên môn; có khả năng nhận định đánh giá và quyết định phương hướng phát triển nhiệm vụ công việc được giao.

14.4.2 Chuẩn đầu ra của học phần

a. Chuẩn đầu ra của học phần

Ký hiệu	Nội dung
Về kiến thức	
CLO1	Mô tả được các bước hình thành chiến lược kinh doanh quốc tế và phân tích sự tác động của những khác biệt trên từng thị trường ảnh hưởng đến quá trình hoạch định chiến lược của doanh nghiệp;
CLO2	Phân tích và vận dụng được các chiến lược quản trị nhân sự, điều hành, marketing quốc tế sao cho phù hợp với môi trường kinh doanh của từng khu vực, từng quốc gia cụ thể;
CLO3	Phân tích để hoạch định các chiến lược kinh doanh quốc tế hợp lý;
CLO4	Giải quyết được các tình huống phức tạp trong kinh doanh quốc tế và đưa ra được các quyết đinh quản trị hiệu quả phù hợp với đạo đức kinh doanh và văn hóa doanh nghiệp, văn hoá của thị trường doanh nghiệp hoạt động;
Về kỹ năng	
CLO5	Có kỹ năng sử dụng ngoại ngữ chuyên ngành: có thể đọc hiểu báo cáo về hầu hết các chủ đề trong công việc có liên quan đến ngành đào tạo, có thể diễn đạt bằng ngoại ngữ trong hầu hết các tình huống chuyên môn thông thường, có thể viết báo cáo liên quan đến công việc chuyên môn, trình bày được các ý kiến và phản biện một vấn đề kỹ thuật một cách rõ ràng.

Về mức độ tự chủ và tự chịu trách nhiệm	
CLO6	Có phẩm chất chính trị, đạo đức nghề nghiệp, công tâm, khách quan, chuyên nghiệp, tôn trọng chữ tín và luôn trách nhiệm trong công việc, vì công việc;
CLO7	Thái độ tích cực trong công việc, có tinh thần hợp tác với cộng sự trong quá trình làm việc, tôn trọng sự đa dạng của văn hoá.

b. Mối quan hệ giữa chuẩn đầu ra của học phần (CLOs) với chuẩn đầu ra của chương trình đào tạo (PLOs):

PLO	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)
CLO 1	I									
CLO 2	I						R			
CLO 3	I				M					
CLO 4	R		R			M				
CLO 5							M			
CLO 6				R						
CLO 7					M					
Tổng hợp học phần	R	R	R	R	M	M	R			

14.5 QUẢN TRỊ MARKETING TOÀN CẦU: 3 tín chỉ

14.5.1 Mục tiêu của học phần

a. Mục tiêu chung

Mục tiêu chung của học phần này là để phát triển kiến thức và kỹ năng, năng lực tự chủ của người học về lĩnh vực quản trị marketing trong bối cảnh toàn cầu hoá ngày nay, đồng thời, học viên phát triển năng lực và khả năng ra quyết định quản trị marketing toàn cầu đem lại thành công cho doanh nghiệp/tổ chức.

b. Mục tiêu cụ thể

Mục tiêu (Gx)	Mô tả mục tiêu
G1	Giải thích được về marketing toàn cầu, vai trò của nó đối với các doanh nghiệp/tổ chức và những thách thức của nó trong giai đoạn hiện nay.
G2	Áp dụng được qui trình được quản trị marketing toàn cầu để xây dựng được chiến lược thâm nhập thị trường toàn cầu và quản trị marketing toàn cầu cho doanh nghiệp/tổ chức.
G3	Phân tích, đánh giá được các yếu tố môi trường marketing toàn cầu hiện tại, xu hướng của nó cũng như hoạt động marketing toàn cầu của doanh nghiệp/tổ chức.
G4	Hoạch định, thực thi được chiến lược marketing toàn cầu cho doanh nghiệp/tổ chức.
G5	Sáng tạo trong quản trị marketing của một doanh nghiệp/tổ chức trong môi trường toàn cầu.

14.5.2. Chuẩn đầu ra của học phần

a. Chuẩn đầu ra của học phần

Chuẩn đầu ra (CLO)	Mô tả chuẩn đầu ra
Kiến thức	
CLO1	Giải thích được quản trị marketing toàn cầu trong bối cảnh ngày nay.
CLO2	Giải thích được qui trình quản trị marketing toàn cầu và các bước thực hiện.
CLO3	Hoạch định chiến lược thâm nhập thị trường toàn cầu.
CLO4	Hoạch định, triển khai được chiến lược STP trong môi trường toàn cầu.
Kỹ năng	
CLO5	Thực hiện được chiến lược và kế hoạch 4P/7P trong môi trường toàn cầu.
CLO6	Phát triển được năng lực cá nhân trong quản trị marketing toàn cầu.
CLO7	Phát triển được kỹ năng làm việc độc lập, làm việc nhóm, tư duy sáng tạo trong quản trị marketing toàn cầu

Mức tự chủ, tự chịu trách nhiệm	
CLO8	Vận dụng nhuần nhuyễn được các kỹ năng mềm như làm việc nhóm, thuyết trình, kỹ năng giải quyết vấn đề và khám phá, phát tiển bản thân
CLO9	Nhận thức được trách nhiệm cá nhân, đạo đức nghề nghiệp và trách nhiệm xã hội trong môi trường marketing toàn cầu
CLO10	Phát triển được thái độ tích cực, phát triển bản thân thông qua quá trình tự học hỏi suốt đời

b. Mối quan hệ giữa chuẩn đầu ra của học phần (CLO) với chuẩn đầu ra của chương trình đào tạo (PLO)

PLO	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)
CLO1	I									
CLO2		R								
CLO3			M							
CLO4			A							
CLO5				R						
CLO6					M					
CLO7						A	A			
CLO8								A		
CLO9									R	
CLO10										M
Tổng hợp học phần	I	R	M	R	M	A	A	A	R	M

14.6 QUẢN TRỊ NGUỒN NHÂN LỰC HIỆN ĐẠI: 3 tín chỉ

14.6.1 Mục tiêu của học phần

a. Mục tiêu chung

Mục tiêu của học phần giúp học viên có được những kiến thức và kỹ năng về khoa học và nghệ thuật quản trị nguồn nhân lực trong tổ chức 1 cách hiệu quả và bền vững. Học viên có khả năng lập kế hoạch và thực hành các chính sách quản lý nhân sự; ứng dụng các lý thuyết và phương pháp nâng cao năng lực QTNNL và ứng dụng thực tiễn trong công tác hành chính nhân sự của tổ chức; áp dụng kỹ năng quản lý để đạt được hiệu năng công việc trong

lĩnh vực chuyên môn, đặc biệt là trong cách quản lý con người và trong các mối quan hệ giữa các cá nhân đồng thời có thể đảm nhận những vị trí quản lý cao hơn.

b. Mục tiêu cụ thể

- ***Về kiến thức:*** Nắm bắt được kiến thức chuyên sâu về quản trị nguồn nhân lực ứng dụng tại các các doanh nghiệp và các tổ chức kinh tế - xã hội (gọi chung là tổ chức) bao gồm: cung cấp phương pháp tiếp cận quản lý hiệu quả và các kỹ năng giải quyết các vấn đề có liên quan đến việc hoạch định và tuyển dụng, đào tạo và phát triển, bố trí và sử dụng, đánh giá năng lực làm việc và duy trì nguồn nhân lực trong tổ chức. Qua đó có thể nhận diện những nguy cơ xung đột trong tổ chức do sự thay đổi của phong cách sống, do sự hội nhập của văn hóa quốc tế sẽ giúp cho các nhà quản trị có nhận thức đúng đắn khi hoạch định chiến lược thu hút, sử dụng và duy trì nguồn nhân lực cũng như khai thác có hiệu quả thị trường lao động trong và ngoài nước.
- ***Về kỹ năng:*** Lập kế hoạch và triển khai được một hoạt động liên quan đến cách thức triển khai quản trị nguồn nhân lực hiệu quả. Hình thành và phát triển kỹ năng lãnh đạo, kỹ năng quản trị xung đột trong tổ chức.
- ***Về mức độ tự chủ và chịu trách nhiệm:*** Năng lực chủ động khám phá các vấn đề mới liên quan đến lĩnh vực quản trị nhân sự; có phẩm chất đạo đức trong nghiên cứu và trách nhiệm nghề nghiệp trong tác nghiệp.

14.6.2 Chuẩn đầu ra của học phần

a. Chuẩn đầu ra của học phần

Ký hiệu	**Nội dung**
Về kiến thức	
CLO1	Hệ thống hóa các kiến thức chuyên sâu về quản trị nguồn nhân lực ứng dụng tại các tổ chức.
CLO2	Cập nhật kiến thức về các mô hình, xu hướng, thách thức của quản trị nguồn nhân lực trong bối cảnh toàn cầu hóa và kinh tế số.
CLO3	Phát triển tư duy phân tích các vấn đề phát sinh trong thực tiễn của các hoạt động quản trị nguồn nhân lực nền tảng khoa học quản trị.
CLO4	Vận dụng khoa học và nghệ thuật trong quản trị con người để duy trì và phát triển tổ chức gắn kết, hiệu quả thông qua khai thác trí tuệ và lòng nhiệt thành

	của từng cá nhân trong tổ chức.
CLO5	Triển khai và tổ chức tốt các hoạt động quản trị nguồn nhân lực trong các cấp đơn vị từ bộ phận đến tổng thể.
Về kỹ năng	
CLO6	Phân tích, đánh giá một cách khoa học các kiến thức chuyên sâu về quản trị nguồn nhân lực ứng dụng tại các tổ chức.
CLO7	Phân tích bối cảnh doanh nghiệp các quyết định chiến lược nhân sự trung và dài hạn.
CLO8	Biết cách tổ chức, định biên, động viên, đánh giá kết quả thực hiện công việc của người lao động trong tổ chức theo quy trình chuẩn xác.
CLO9	Kỹ năng thuyết phục, kỹ năng giải quyết xung đột
CLO10	Lãnh đạo và truyền cảm hứng.
Về mức tự chủ và chịu trách nhiệm	
CLO11	Năng lực phát hiện và đưa ra những giải pháp mang tính chuyên gia về các vấn đề liên quan đến nghề nhân sự.
CLO12	Khát vọng trưởng thành trong nghề quản trị nhân sự với việc tuân thủ các nguyên tắc và nghệ thuật trong quản trị nhân sự.
CLO13	Phát triển nhận thức về nghề nhân sự, về trách nhiệm của nhà quản trị nhân sự trong tổ chức.
CLO14	Nhận thức sự đa đạng- phức tạp trong công tác quản trị nhân sự, hình thành năng lực học tập nghiên cứu để thích ứng với sự thay đổi trong môi trường doanh nghiệp

b. ***Mối quan hệ giữa chuẩn đầu ra của học phần (CLOs) với chuẩn đầu ra của chương trình đào tạo (PLOs):***

PLO	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)
CLO 1	R									
CLO 2		M								
CLO 3			M							
CLO 4			M							
CLO 5			M							

CLO 6				R						
CLO 7					M					
CLO 8						R				
CLO 9					R	M				
CLO 10					R	M				
CLO 11								M		
CLO 12									R	
CLO 13										R
CLO 14										R
Tổng hợp học phần	R	M	M	R	R+	M-		M	R	R

14.7 QUẢN TRỊ CÔNG TY: 3 tín chỉ

14.7.1 Mục tiêu của học phần

a. Mục tiêu chung

Mục tiêu của môn học nhằm giúp học viên tiếp cận với lý thuyết và thực tiễn quản trị công ty hiện đại. Người học sẽ hiểu rõ hơn cơ chế và các khuôn khổ quy định cần thiết trong nước và trên thế giới đang áp dụng để thực hiện các nhiệm vụ của hội đồng quản trị trong việc bảo vệ quyền lợi của các cổ đông. Nguyên nhân và hậu quả của vấn đề đại lý do xung đột lợi ích cố hữu giữa cổ đông, hội đồng quản trị, ban điều hành và các bên liên quan khác trong quản trị sẽ được phân tích rõ thông qua các bài tập phân tích tình huống, thực trạng quản trị công ty của các doanh nghiệp trong nước và thế giới.

b. Mục tiêu cụ thể

❖ ***Về kiến thức:***

Có kiến thức chuyên sâu về quản trị công ty và hình thành tư duy phản biện, đưa ra đánh giá các vấn đề liên quan như cấu trúc hội đồng quản trị, cơ cấu sở hữu, xung đột đại diện trong điều hành và giám sát hoạt động công ty,…

Có kiến thức thực tiễn tốt nhất về môi trường quản trị công ty, các hình thức công ty, khuôn khổ công ty, luật pháp và quy định phù hợp cần thiết để thực hiện các nhiệm vụ của hội đồng quản trị trong việc bảo vệ quyền lợi của các cổ đông.

❖ ***Về kỹ năng:***

Đánh giá và cho điểm về thực hành quản trị công ty của đối với các loại hình công ty.

Kỹ năng phân tích chính sách, quy định liên quan đến quản trị công ty thông qua các văn bản và quy định trong và ngoài nước, cũng như thông qua thực trạng cụ thể về quản trị công ty tại một số doanh nghiệp.

❖ ***Về mức tự chủ và chịu trách nhiệm:***

Hình thành thái độ đề cao tính minh bạch, trách nhiệm, đối xử công bằng trong hoạt động quản trị công ty.

Tích cực phát hiện và đưa ra những giải pháp để cải thiện môi trường quản trị công ty.

14.7.2 Chuẩn đầu ra của học phần

a. Chuẩn đầu ra của học phần

Ký hiệu	**Nội dung**
Về kiến thức	
CLO1	Đánh giá và so sánh thực tiễn áp dụng các lý thuyết quản trị công ty giữa các nước trên thế giới.
CLO2	Đánh giá và tranh luận các vấn đề liên quan đến hội đồng quản trị, cấu trúc sở hữu, ban giám đốc điều hành, xung đột đại diện… trong các công ty đại chúng ở Việt Nam và trên thế giới
CLO3	Phân tích các chính sách, quy đinh, thông lệ quản trị công ty đối với các công ty đại chúng.
Về kỹ năng	
CLO4	Kỹ năng phân tích chính sách, quy định, thông lệ liên quan đến quản trị công ty trong và ngoài nước.
CLO5	Đánh giá và nhận xét về thực tiễn quản trị công ty của các công ty đại chúng
CLO6	Nhận diện, đánh giá và giải quyết vấn đề phát sinh về quản trị công ty một cách hiệu quả.
Về mức tự chủ và chịu trách nhiệm	
CLO7	Tích cực phát hiện và đưa ra những giải pháp để cải thiện môi trường quản trị

	công ty.
CLO8	Thái độ thích ứng với môi trường điều hành quản trị của các loại hình doanh nghiệp.
CLO9	Nâng cao thái độ đề cao tính minh bạch, trách nhiệm, đối xử công bằng trong hoạt động quản trị công ty

b. ***Mối quan hệ giữa chuẩn đầu ra của học phần (CLOs) với chuẩn đầu ra của chương trình đào tạo (PLOs):***

PLO	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)
CLO 1	M									
CLO 2		R								
CLO 3			M							
CLO 4				R	M					
CLO 5				M						
CLO 6							M			
CLO 7								M		
CLO 8									R	
CLO 9										M
Tổng hợp học phần	M	R	M	M	M		M	M	R	M

14.8 QUẢN TRỊ SỰ THAY ĐỔI: 3 tín chỉ

14.8.1 Mục tiêu của học phần

a. Mục tiêu chung

Mục tiêu của môn học là cung cấp cho người học tiếp cận cả góc độ lý luận và thực tiễn về quản trị sự thay đổi của tổ chức theo các vấn đề từ hình thức và mức độ của sự thay đổi, các loại kỹ thuật thay đổi; quản lý các bước của quá trình thay đổi; hiểu và khắc phục những rào cản của sự thay đổi.

b. Mục tiêu cụ thể

- Về kiến thức: Tranh luận được sự thay đổi, bản chất và tính tất yếu phải thay đổi để phát triển; Phân tích hiện trạng và định hướng sự thay đổi của tổ chức; thiết kế được quy trình quản trị sự thay đổi; các kỹ thuật thay đổi bền vững; cách thức vượt rào cản trong quản trị sự thay đổi.

- ❖ Về kỹ năng: Có kỹ năng vận dụng kiến thức quản trị sự thay đổi vào thực tiễn; có thể đảm nhận được công việc quản trị sự thay đổi của tổ chức; có kỹ năng giải quyết các vấn đề liên quan đến sự thay đổi.
- ❖ Về mức tự chủ và chịu trách nhiệm: Có năng lực phát hiện vấn đề thay đổi, có khả năng dẫn dắt chuyên môn xử lý các vấn đề thay đổi phát sinh.

14.8.2 Chuẩn đầu ra của học phần

a. Chuẩn đầu ra của học phần

Ký hiệu	**Nội dung**
Về kiến thức	
CLO1	Phân biệt được sự thay đổi và quản trị sự thay đổi
CLO2	Xác định được các rào cản và lựa chọn các giải pháp vượt rào cản trong quản trị sự thay đổi
CLO3	Tranh luận được các kỹ thuật thay đổi bền vững
Về kỹ năng	
CLO4	Phân tích hiện trạng và định hướng sự thay đổi của tổ chức
CLO5	Thiết lập được quy trình quản trị sự thay đổi
CLO6	Đánh giá được hiệu quả của sự thay đổi
Về mức tự chủ và chịu trách nhiệm	
CLO7	Có ý thức trách nhiệm trong quản trị sự thay đổi của tổ chức
CLO8	Có niềm đam mê với công việc quản trị sự thay đổi

b. *Mối quan hệ giữa chuẩn đầu ra của học phần (CLOs) với chuẩn đầu ra của chương trình đào tạo (PLOs):*

PLO	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)
CLO 1	R									
CLO 2		R	R							
CLO 3		M	R							
CLO 4				M						
CLO 5					M	R				
CLO 6						M				

CLO 7							M			
CLO 8								M		M
Tổng hợp học phần	R	M	R	M	M	M	M	M		M

14.9 PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU TRONG KINH DOANH: 3 tín chỉ

14.9.1 Mục tiêu của học phần

a. Mục tiêu chung

Học phần nhằm trang bị cho người học kiến thức về những lý thuyết căn bản, sâu sắc về phương pháp nghiên cứu trong kinh doanh. Từ đó, người học sẽ có khả năng nghiên cứu trong hoạt động kinh doanh, chủ động nghiên cứu sáng tạo, có phẩm chất đạo đức trong nghiên cứu và trách nhiệm nghề nghiệp.

b. Mục tiêu cụ thể

- ❖ Về kiến thức: người học hiểu rõ, tư duy, đánh giá và tranh luận được các vấn đề về phương pháp nghiên cứu trong kinh doanh.
- ❖ Về kỹ năng: người học sẽ có khả năng nghiên cứu trong hoạt động kinh doanh.
- ❖ Về mức tự chủ và chịu trách nhiệm: Năng lực chủ động nghiên cứu, khám phá các vấn đề mới liên quan đến lĩnh vực kinh doanh; có phẩm chất đạo đức trong nghiên cứu và trách nhiệm nghề nghiệp.

14.9.2 Chuẩn đầu ra của học phần

a. Chuẩn đầu ra của học phần

Ký hiệu	**Nội dung**
Về kiến thức	
CLO1	Hệ thống hóa các kiến thức về quy trình nghiên cứu và các phương pháp nghiên cứu khoa học trong kinh doanh.
CL02	Cập nhật các kiến thức mới của phương pháp nghiên cứu, lựa chọn và thiết kế nghiên cứu.
CLO3	Đánh giá và tranh luận các vấn đề nghiên cứu, từ đó điều tra và nghiên cứu các kiến thức mới.
CLO4	Đề xuất hàm ý quản trị cho các tổ chức từ kết quả nghiên cứu.
Về kỹ năng	
CLO5	Thiết lập đề cương nghiên cứu khoa học ứng dụng trong kinh doanh.

CLO6	Tổ chức và lập kế hoạch nghiên cứu.
CLO7	Phân tích thực tiễn khách quan và tìm kiếm, phân tích dữ liệu.
CLO8	Đánh giá và lựa chọn phương pháp nghiên cứu khả thi.
CLO9	Viết và trình bày báo cáo nghiên cứu.
Về mức tự chủ và chịu trách nhiệm	
CLO10	Năng lực tự nghiên cứu, khám phá các vấn đề mới liên quan đến lĩnh vực kinh doanh.
CLO11	Thích nghi, tự định hướng và hướng dẫn người khác chủ động nghiên cứu.
CLO12	Năng lực dẫn dắt chuyên môn; đưa ra được những kết luận mang tính chuyên gia trong nghiên cứu.
CLO13	Sáng tạo và chủ động trong nghiên cứu.
CLO14	Có phẩm chất đạo đức trong nghiên cứu và trách nhiệm nghề nghiệp .

b. ***Mối quan hệ giữa chuẩn đầu ra của học phần (CLOs) với chuẩn đầu ra của chương trình đào tạo (PLOs):***

PLO	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)
CLO 1	I									
CLO 2	R									
CLO 3		M								
CLO 4			R							
CLO 5				R						
CLO 6				R						
CLO 7				R						
CLO 8					R					
CLO 9						R				
CLO 10								M		
CLO 11									M	
CLO 12									R	
CLO 13										R
CLO 14										R
Tổng hợp học phần	R	M	R	R	R	R		M	M	R

14.10 NGHỆ THUẬT LÃNH ĐẠO: 3 tín chỉ

14.10.1 Mục tiêu của học phần

a. Mục tiêu chung

Học phần này này quan tâm đến việc cung cấp các yếu tố quan trọng trong đánh giá và phản ánh những điểm cốt lõi của lãnh đạo trong lý thuyết và thực tiễn. Điều này đạt được thông qua việc xem xét đánh giá các lý thuyết và mô hình/phog cách lãnh đạo khác nhau, tự đánh giá cá nhân và phản ánh những thực tiễn lãnh đạo. Những thảo luận cởi mở về lãnh đạo trên phương diện lý thuyết và thực tiễn còn giúp cho người học phát triển các kỹ năng cốt yếu của lãnh đạo trong môi trường hiện đại là hình thành tầm nhìn, truyền đạt tầm nhìn đến các thành viên trong tổ chức, tạo ra khả năng, điều kiện thuận lợi để vận dụng nghệ thuật lãnh đạo trong hoạt động chuyên môn.

b. Mục tiêu cụ thể

- Về kiến thức: Phân tích và đánh giá lãnh đạo và nghệ thuật lãnh đạo bao gồm cung cấp cách thức, các kinh nghiệm thực tiễn tiếp cận lãnh đạo hiệu quả và các kỹ năng dẫn dắt, truyền cảm hứng, giải quyết các vấn đề có liên quan đến xung đột giữa các cá nhân trong tổ chức, động viên và tạo động lực, khai thác và phát triển đội ngũ nhân lực hướng đến xoay chuyển các hành vi tích cực phục vụ cho tổ chức. Thông qua đó người học hiểu, áp dụng, đánh giá và giả định làm nhà lãnh đạo trong các tình huống và lại hình tổ chức.

- Về kỹ năng: Phân tích bối cảnh của lãnh đạo theo đó các quan niệm, mô hình, và tình huống là phù hợp cho việc lãnh đạo hiệu quả. Phát triển các kỹ năng cốt yếu của lãnh đạo: hình thành tầm nhìn, truyền đạt tầm nhìn, các kỹ năng được quan tâm phát triển trong quá trình môn học là truyền đạt, giải quyết xung đột, phát triển đội, tương tác qua lại giữa các cá nhân.

- Về mức độ tự chủ và chịu trách nhiệm: Năng lực chủ động khám phá các vấn đề mới liên quan đến lĩnh vực lãnh đạo và nghệ thuật lãnh đạo; có phẩm chất đạo đức trong nghiên cứu và trách nhiệm nghề nghiệp cũng như trong vận dụng thực tiễn

14.10.2 Chuẩn đầu ra của học phần:

a. Chuẩn đầu ra của học phần:

Ký hiệu	Nội dung

Về kiến thức	
CLO1	Hiểu rõ kiến thức chuyên sâu về lãnh đạo, các lý thuyết lãnh đạo và các mô hình lãnh đạo hiện đại.
CLO2	Phân tích đặc điểm các đặc điểm, xu hướng, thách thức của lãnh đạo trong bối cảnh toàn cầu hóa và kinh tế số.
CLO3	Đánh giá các vấn đề phát sinh trong thực tiễn của các hoạt động lãnh đạo làm nền tảng khám phá và bổ sung khoa học quản trị con người.
CLO4	Vận dụng nghệ thuật trong quản trị con người để duy trì và phát triển tổ chức gắn kết, hiệu quả thông qua khai thác trí tuệ và lòng nhiệt thành của từng cá nhân trong tổ chức.
CLO5	Tổ chức sáng tạo các hoạt động lãnh đạo trong các cấp đơn vị từ bộ phận đến tổng thể.
Về kỹ năng	
CLO6	Phân tích các phong cách, nghệ thuật về lãnh đạo
CLO7	Nhận diện và đánh giá bối cảnh để lựa chọn phong cách lãnh đạo phù hợp
CLO8	Nhận diện tâm lý hành vi của các nhân trong tổ chức, từ đó lựa chọn phong cách lãnh đạp phù hợp trong thực tiễn
CLO9	Tiếp cận và phân tích vấn đề toàn diện về xu hướng và yêu cầu mới trong lãnh đạo, lắng nghe và tư duy phản biện vấn đề.
CLO10	Giải quyết xung đột, kỹ năng truyền cảm hứng, kỹ năng động viên và tạo động lực làm việc.
Về mức tự chủ và chịu trách nhiệm	
CLO11	Năng lực phát hiện và đề xuất các giải pháp mang tính thực tiễn về các vấn đề liên quan đến lãnh đạo trong các tổ chức
CLO12	Đảm nhận vai trò nhà lãnh đạo trong tất cả các loại hình tổ chức.
CLO13	Nắm bắt tâm lý và hành vi con người và cách thức quản trị hành vi hiệu quả.
CLO14	Nhận thức và sáng tạo trước sự đa đạng- phức tạp trong công tác lãnh đạo thích ứng với sự thay đổi trong môi trường tổ chức.

b. Mối quan hệ giữa chuẩn đầu ra của học phần (CLOs) với chuẩn đầu ra của chương trình đào tạo (PLOs):

PLO	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)
CLO 1	R									
CLO 2		R								
CLO 3			M							
CLO 4			M							
CLO 5			M							

CLO 6				M						
CLO 7					M					
CLO 8						M				
CLO 9					M	A				
CLO 10					M	A				
CLO 11								M		
CLO 12									M	
CLO 13									M	M
CLO 14										M
Tổng hợp học phần	R	R	M	M	M	A		M	M	M

14.11 QUẢN TRỊ MÔ HÌNH KINH DOANH: 3 tín chỉ

14.11.1 Mục tiêu của học phần

a. Mục tiêu chung

Học phần nhằm trang bị cho người học kiến thức lý thuyết và thực tiễn về mô hình kinh doanh, cách thức thiết kế mô hình kinh doanh, các yếu tố của mô hình kinh doanh và quản trị mô hình kinh doanh. Trên cơ sở đó, người học sẽ có khả năng nghiên cứu về mô hình kinh doanh và thực hiện công tác quản trị mô hình kinh doanh của các doanh nghiệp, có khả năng kiến tạo và ra các quyết định về mô hình kinh doanh của doanh nghiệp đáp ứng các yêu cầu phát triển kinh doanh, nâng cao khả năng cạnh tranh và hiệu quả kinh doanh.

b. Mục tiêu cụ thể

- **Về kiến thức**: người học hiểu rõ bản chất của mô hình kinh doanh, các yếu tố cấu thành mô hình kinh doanh và cách thức quản trị mô hình kinh doanh
- **Về kỹ năng**: người học sẽ có khả năng thực hiện nghiên cứu mô hình kinh doanh hiện tại và đề xuất các cải tiến, quản trị mô hình kinh doanh của tổ chức
- **Về mức tự chủ và chịu trách nhiệm**: Năng lực chủ động khám phá mô hình kinh doanh, các vấn đề quản trị mô hình kinh doanh; có phẩm chất đạo đức trong tác nghiệp và trách nhiệm nghề nghiệp.

14.11.2 Chuẩn đầu ra của học phần

a. Chuẩn đầu ra của học phần

Ký hiệu	Nội dung
Về kiến thức	
CLO1	Hệ thống hóa các kiến thức cốt lõi về mô hình kinh doanh, các yếu tố của MHKD, các lý thuyết quản trị MHKD của tổ chức
CL02	Nhận thức tốt mối quan hệ giữa MHKD và môi trường cạnh tranh, đánh giá MHKD và các yếu tố của MHKD
CLO3	Nắm vững các giải pháp đổi mới MHKD nâng cao khả năng kinh doanh và cạnh tranh trước các biến đổi của môi trường
Về kỹ năng	
CLO4	Nhận diện và phân tích mô hình kinh doanh của tổ chức trong bối cảnh kinh doanh và cạnh tranh
CLO5	Nhận diện các quyết định quản trị liên quan đến mô hình kinh doanh
CLO6	Đánh giá các thay đổi của MHKD ảnh hưởng quá trình KD và cạnh tranh
CLO7	Thực hiện đổi mới và quản trị MHKD nâng cao hiệu quả KD và cạnh tranh
Về mức tự chủ và chịu trách nhiệm	
CLO8	Thích nghi và tự nghiên cứu, khám phá các vấn đề về mô hình kinh doanh
CLO9	Sáng tạo và chủ động trong thực hiện các quyết định quản trị MHKD
CLO10	Có trách nhiệm với các quyết định nghiên cứu và triển khai MHKD

b. ***Mối quan hệ giữa chuẩn đầu ra của học phần (CLOs) với chuẩn đầu ra của chương trình đào tạo (PLOs):***

PLO	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)
CLO 1	R									
CLO 2		R								
CLO 3			R							
CLO 4				R						
CLO 5					R					
CLO 6						R				
CLO 7							R			
CLO 8								R		

CLO 9									R	
CLO 10										R
Tổng hợp học phần	R	R	R	R	R	R	R	R	R	R

14.12 HÀNH VI TỔ CHỨC ĐƯƠNG ĐẠI: 3 tín chỉ

14.12.1 Mục tiêu của học phần

a. Mục tiêu chung

Học phần Hành vi tổ chức đương đại trang bị cho học viên kiến thức, kỹ năng về quản lý và sử dụng một cách hiệu quả nhân sự trong tổ chức. Nội dung học phần nghiên cứu thái độ và hành vi của người lao động trong tổ chức, nhằm đạt được hiệu quả cao nhất trong việc phát huy nguồn lực con người. Học phần sẽ cung cấp cho người học những kiến thức cơ bản để phân tích, giải thích và dự đoán hành vi con người trong tổ chức; những ảnh hưởng của hành vi đến quá trình thực hiện nhiệm vụ trong tổ chức. Nghiên cứu hành vi tổ chức được thực hiện trên cả ba cấp độ: cá nhân, nhóm và tổ chức. Kỹ năng nhân sự là một trong những kỹ năng quan trọng nhất quyết định sự thành công của nhà quản trị, nghiên cứu hành vi tổ chức giúp họ hoàn thiện kỹ năng này.

b. Mục tiêu cụ thể

- ***Về kiến thức***: Học viên phân tích được sự ảnh hưởng của các yếu tố như tính cách, nhận thức, học tập, các giá trị và thái độ, sự động viên… đến hành vi cá nhân. Vận dụng các lý thuyết tạo động lực làm việc cho người lao động trong thực tiễn quản trị. Phân biệt được các vấn đề liên quan đến văn hoá tổ chức, các đặc tính của văn hóa tổ chức, nhận dạng được văn hoá tổ chức, sự ảnh hưởng của văn hoá tổ chức đến sự phát triển của một tổ chức. Thảo luận được các tình huống xung đột và cách giải quyết xung đột.
- ***Về kỹ năng*** : Vận dụng tốt những kỹ năng của nhà quản trị: kỹ năng ra quyết định, kỹ năng lãnh đạo, kỹ năng giao tiếp và truyền thông, kỹ năng đàm phán thương lượng, kỹ năng quản lý và làm việc nhóm, kỹ năng giải quyết xung đột.
- ***Về mức tự chủ và chịu trách nhiệm***: Học viên được rèn luyện trong môi trường làm việc nhóm, có thái độ ứng xử đúng mực đối với tổ chức, với những người xung quanh và với bản thân. Thái độ tích cực, hợp tác và có trách nhiệm trong công việc; chấp hành những qui định và nguyên tắc hoạt động tập thể, hoạt động nhóm. Luôn sáng tạo và tự giác cao trong công việc và cuộc sống.

14.12.2 Chuẩn đầu ra của học phần

a. Chuẩn đầu ra của học phần

Ký hiệu	Nội dung
Về kiến thức	
CLO1	Vận dụng những kiến thức để giải thích, dự đoán và điều chỉnh hành vi của con người trong tổ chức.
CLO2	Áp dụng các kiến thức về hành vi tổ chức vào việc phát triển và phát huy hiệu quả làm việc của con người tại nơi làm việc.
CLO3	Phân tích các tình huống liên quan đến hành vi của con người trong tổ chức, để nhận diện bản chất vấn đề và triển khai những giải pháp thích hợp để giải quyết các tình huống.
Về kỹ năng	
CLO4	Đánh giá các tình huống nhằm xác định được bản chất các vấn đề liên quan đến hành vi cá nhân, hành vi nhóm và hành vi một tổ chức
CLO5	Lựa chọn những chiến lược phù hợp để giải quyết các tình huống liên quan đến hành vi tâm lý của con người trong thực tế quản trị.
CLO6	Áp dụng những nguyên tắc và phương pháp của quản trị hành vi vào những tình huống cụ thể trong công việc từ đơn giản đến phức tạp.
Về mức tự chủ và chịu trách nhiệm	
CLO7	Chủ động, tự tin khi thực hiện các hoạt động nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động của nguồn nhân lực trong tổ chức và nâng cao năng lực làm việc của con người trong tổ chức.
CLO8	Thái độ tích cực, hợp tác và có trách nhiệm trong công việc; chấp hành những qui định và nguyên tắc hoạt động tập thể, hoạt động nhóm.
CLO9	Có thái độ ứng xử đúng mực đối với tổ chức, với những người xung quanh và với bản thân.

b. ***Mối quan hệ giữa chuẩn đầu ra của học phần (CLOs) với chuẩn đầu ra của chương trình đào tạo (PLOs):***

PLO	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)
CLO 1	I									
CLO 2		R					R			

CLO 3					M					
CLO 4	R			R		M		R		
CLO 5					R		R			
CLO 6			R						R	
CLO 7					R					M
CLO 8										M
CLO 9										M
Tổng hợp học phần	R	R	R	R	M	M	R	R	R	M

14.13 QUẢN TRỊ BÁN HÀNG HIỆN ĐẠI: 3 tín chỉ

14.13.1 Mục tiêu của học phần

a. Mục tiêu chung

Học phần cung cấp cho người học những kiến thức, kỹ năng cơ bản về quản trị bán hàng như: Khái luận về bán hàng và quản trị bán hàng hiện đại; Xây dựng kế hoạch bán hàng; Tổ chức bán hàng; Kiểm soát bán hàng; Tổ chức các hoạt động hỗ trợ bán hàng và một số kỹ năng quản trị bán hàng cơ bản như: Kỹ năng lập kế hoạch bán hàng; Kỹ năng tổ chức mạng lưới bán hàng; Kỹ năng tổ chức và phát triển lực lượng bán hàng; Kỹ năng kiểm soát bán hàng; Kỹ năng tổ chức các hoạt động hỗ trợ bán hàng.

b. Mục tiêu cụ thể:

❖ **Về kiến thức**: Học xong học phần này, người học hiểu rõ được

- Các phương thức bán hàng hiện đại và vận dụng các phương thức bán hàng vào thực tiễn cụ thể của một doanh nghiệp;
- Các nội dung của công tác quản trị bán hàng trong môi trường kinh doanh hiện đại
- Các phương thức quản lý kênh và qui trình xây dựng kênh bán hàng cho doanh nghiệp.
- Nội dung và qui trình quản trị lực lượng bán hàng trong doanh nghiệp :tuyển dụng, đào tạo huấn luyện, kiểm soát năng suất và chi phí bán hàng.

❖ **Về kỹ năng**:

- Kỹ năng lập kế hoạch bán hàng và kế hoạch phát triển thị trường cho những sản phẩm, ngành hàng khác nhau;
- Kỹ năng thiết lập các kênh bán hàng truyền thống và hiện đại

- Kỹ năng quản trị lực lượng bán hàng: tuyển dụng, đào tạo, xây dựng chính sách lương thưởng và các chính sách phát triển nguồn nhân lực bán hàng khác.
- Kỹ năng lập kế hoạch và triển khai các hoạt động chăm sóc khách hàng và phát triển quan hệ khách hàng

❖ Về mức tự chủ và chịu trách nhiệm:

- Tự quản lý thời gian và chi phí trong hoạt động quản trị bán hàng.
- Có tính kỷ luật, tính trung thực trong công việc
- Xây dựng được mối quan hệ tích cực trong giao tiếp và làm việc nhóm

14.13.2 Chuẩn đầu ra của học phần

a. Chuẩn đầu ra của học phần:

Ký hiệu	Nội dung
Về kiến thức	
CLO1	- Mô tả được các phương thức bán hàng hiện đại và vận dụng các phương thức bán hàng vào thực tiễn cụ thể của một doanh nghiệp;
CLO2	- Trình bày được các nội dung của công tác quản trị bán hàng trong môi trường kinh doanh hiện đại
CLO3	- Vận dụng được các phương thức quản lý kênh và qui trình xây dựng kênh bán hàng cho doanh nghiệp.
CLO 4	- Phân tích được nội dung và qui trình quản trị lực lượng bán hàng trong doanh nghiệp: tuyển dụng, đào tạo huấn luyện, kiểm soát năng suất và chi phí bán hàng.
Về kỹ năng	
CLO5	- Biết cách lập kế hoạch bán hàng và kế hoạch phát triển thị trường cho những sản phẩm, ngành hàng khác nhau;
CLO6	- Hình thành được kỹ năng thiết lập các kênh bán hàng truyền thống và hiện đại
CLO7	- Xây dựng được kỹ năng quản trị lực lượng bán hàng: tuyển dụng, đào tạo, xây dựng chính sách lương thưởng và các chính sách phát triển nguồn nhân lực bán hàng khác.
CLO8	- Biết cách lập kế hoạch và triển khai các hoạt động chăm sóc khách

	hàng và phát triển quan hệ khách hàng
Về mức tự chủ và chịu trách nhiệm	
CLO9	- Tự quản lý thời gian và chi phí trong hoạt động quản trị bán hàng
CLO10	- Có tính kỷ luật, tính trung thực trong công việc
CLO11	- Xây dựng được mối quan hệ tích cực trong giao tiếp và làm việc nhóm

b. Mối quan hệ giữa chuẩn đầu ra của học phần (CLOs) với chuẩn đầu ra của chương trình đào tạo (PLOs):

PLO	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)
CLO 1	M	R								
CLO 2		R	I							
CLO 3		R	I							
CLO 4		R	R							
CLO 5				R	I	R				
CLO6				R		R				
CLO7				R		R				
CLO8				R		R				
CLO9									I	
CLO10									I	I
CLO11									I	I
Tổng hợp học phần	**M**	**R**	**I**	**R**	**I**	**R**			**I**	**I**

14.14 QUẢN TRỊ DỰ ÁN KINH DOANH: 3 tín chỉ

14.14.1 Mục tiêu của học phần

a. Mục tiêu chung

Học phần cung cấp cho các học viên những kiến thức và kỹ năng cần thiết trong việc quản trị, điều hành một dự án đầu tư từ việc thiết lập, thẩm định, đánh giá và lựa chọn dự án đầu tư đến việc lập kế hoạch, phân bổ nguồn lực, tổ chức thực hiện, theo dõi, kiểm tra, điều chỉnh tiến độ và đánh giá quá trình thực hiện dự án.

b. Mục tiêu cụ thể

❖ **Về kiến thức:**

- Có khả năng thu thập, phân tích, tổng hợp các thông tin liên quan đến các yếu tố đầu

vào và đầu ra của một dự án đầu tư.

- Hiểu và vận dụng được các kỹ thuật khác nhau để quản lý tích hợp, quản lý phạm vi và quản lý tiến độ dự án
- Có khả năng phân tích, đánh giá, kiểm soát và quản lý một dự án thành công

❖ **Về kỹ năng:**

- Có kỹ năng thu thập, xử lý, phân tích, tổng hợp các thông tin liên quan đến các dự án, lập báo cáo tiền khả thi và khả thi cho dự án
- Có kỹ năng thẩm định, đánh giá tính hiệu quả của dự án trên các tiêu chí khác nhau.
- Có kỹ năng tổ chức xây dựng, thẩm định, thực hiện và vận hành dự án một cách thành thạo và chuyên nghiệp.
- Có tư duy phản biện, thuyết trình và làm việc nhóm.

❖ **Về mức tự chủ và chịu trách nhiệm:**

- Có ý thức rèn luyện, học tập và định hướng thành một nhà quản lý chuyên nghiệp.
- Có quan điểm phân tích, đánh giá dự án đầu tư một cách toàn diện và đúng đắn
- Nâng cao được đạo đức nghề nghiệp, có trách nhiệm công dân, trách nhiệm xã hội.

14.14.2 Chuẩn đầu ra của học phần

a. Chuẩn đầu ra của học phần

Ký hiệu	**Nội dung**
Về kiến thức	
CLO1	Phân tích và tổng hợp được các nội dung về thị trường đầu vào, đầu ra của một dự án kinh doanh.
CLO2	Đánh giá được vốn đầu tư, doanh thu, chi phí, lãi lỗ, xây dựng ngân lưu, tính toán các chỉ tiêu hiệu quả tài chính và phân tích rủi ro tài chính của một dự án kinh doanh
CLO3	Phân tích và đánh giá các giải pháp khác nhau để quản lý và vận hành các dự án kinh doanh hiệu quả
CLO4	Đánh giá được hiệu quả của các hoạt động quản lý chi phí, quản lý chất lượng, quản lý thời gian, quản lý rủi ro và quản lý nhân lực trong các dự án kinh doanh.
Về kỹ năng	

CLO5	Thu thập, xử lý, phân tích, tổng hợp các thông tin liên quan đến các yếu tố đầu vào và đầu ra của một dự án đầu tư kinh doanh.
CLO6	Có kỹ năng thẩm định hiệu quả tài chính, hiệu quả kinh tế xã hội của một dự án kinh doanh.
CLO7	Thành thạo trong việc lập kế hoạch dự án, tổ chức thực hiện và kiểm soát các dự án kinh doanh.
CLO8	Có kỹ năng phản biện, thuyết trình và làm việc nhóm dự án.
Về mức tự chủ và chịu trách nhiệm	
CLO9	Có ý thức rèn luyện, học tập và nghiên cứu chuyên sâu đối với môn học
CLO10	Có quan điểm phân tích, đánh giá dự án đầu tư một cách toàn diện, đúng đắn và chuyên sâu.
CLO11	Nâng cao được đạo đức nghề nghiệp, có trách nhiệm công dân, trách nhiệm xã hội.

b. ***Mối quan hệ giữa chuẩn đầu ra của học phần (CLOs) với chuẩn đầu ra của chương trình đào tạo (PLOs):***

PLO	**(1)**	**(2)**	**(3)**	**(4)**	**(5)**	**(6)**	**(7)**	**(8)**	**(9)**	**(10)**
CLO 1	R									
CLO 2		M	R							
CLO 3	R		R							
CLO 4	R	R	M							
CLO 5				R	I					
CLO 6				M	R	R				
CLO 7						M				
CLO 8					M	R				
CLO 9									M	
CLO 10								M		
CLO 11										M
Tổng hợp học phần	R	M	M	M	M	M		M	M	M

14.15 QUẢN TRỊ CHẤT LƯỢNG TOÀN DIỆN: 3 tín chỉ

14.15.1 Mục tiêu của học phần

a. Mục tiêu chung

Học phần này bao gồm những kiến thức chuyên sâu về quản trị chất lượng, gồm: (i) Những nguyên tắc khi xây dựng và vận hành một hệ thống quản trị chất lượng trong một tổ chức, doanh nghiệp; (ii) Các tiêu chuẩn quốc tế về quản trị như ISO 9001, ISO 14001, SA 8000, OSHAS 18001, GMP, HACCP…; (iii) Xây dựng chiến lược, chính sách chất lượng của tổ chức nhằm đáp ứng được những yêu cầu của việc hội nhập kinh tế quốc tế; (iv) Đề xuất, thực hiện giải pháp hoàn thiện quản trị chất lượng; (v) Sau khi học xong, học viên có khả năng tham gia vào các hoạt động quản trị chất lượng trong các doanh nghiệp thuộc các ngành kinh tế, các tổ chức hành chính và sự nghiệp, các cơ quan quản lý Nhà nước.

b. Mục tiêu cụ thể

❖ ***Về kiến thức:***

Hệ thống kiến thức về quan điểm chất lượng, hệ thống chất lượng, phương pháp và công cụ kiểm soát chất lượng, triết lý chất lượng,… cũng như các quy đinh về quản lý chất lượng trong và ngoài nước để đề xuất các giải pháp về hoạt động quản trị chất lượng của các tổ chức.

❖ ***Về kỹ năng:***

Có khả năng xây dựng một hệ thống quản trị chất lượng cho một tổ chức nhằm đạt được các mục tiêu của quản trị một cách hiệu quả.

Kỹ năng phân tích chính sách, quy định liên quan đến quản trị chất lượng đang được áp dụng trong thực tiễn.

❖ ***Về mức tự chủ và chịu trách nhiệm:***

Hình thành tinh thần cải tiến liên tục đối với các hoạt động quản trị trong doanh nghiệp để nâng cao hiệu lực và hiệu quả của các quyết định trong quản trị.

Có khát vọng phát triển nghề nghiệp trở thành chuyên gia về quản trị chất lượng.

Hình thành tinh thần trách nhiệm và đạo đức nghề nghiệp trong các hoạt động quản trị chất lượng của tổ chức.

14.15.2 Chuẩn đầu ra của học phần

a. Chuẩn đầu ra của học phần

Ký hiệu	Nội dung
Về kiến thức	
CLO1	Hệ thống hóa các lý thuyết, quan điểm, triết lý, phương thức quản trị chất lượng và đối sánh với thực tế quản trị chất lượng tại các doanh nghiệp.
CLO2	Cập nhật các mô hình quản trị chất lượng hiện đại trên thế giới.
CLO3	Hoạch định chiến lược và chính sách về chất lượng cho các tổ chức và doanh nghiệp.
Về kỹ năng	
CLO4	Tổ chức và lập kế hoạch xây dựng một hệ thống quản trị chất lượng.
CLO5	Phân tích tình huống và phát hiện các vấn đề trong một hệ thống quản trị chất lượng.
CLO6	Đánh giá và lựa chọn hướng xử lý đối với một số vấn đề về quản trị chất lượng.
Về mức tự chủ và chịu trách nhiệm	
CLO7	Năng lực phát hiện và đưa ra những kết luận, sáng kiến, giải pháp mang tính chuyên gia liên quan đến quản trị chất lượng trong các tổ chức.
CLO8	Khát vọng phát triển nghề nghiệp trở thành chuyên gia về quản trị chất lượng.
CLO9	Duy trì đạo đức và trách nhiệm nghề nghiệp trong hoạt động quản trị chất lượng.

b. ***Mối quan hệ giữa chuẩn đầu ra của học phần (CLOs) với chuẩn đầu ra của chương trình đào tạo (PLOs):***

PLO	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)
CLO1	M									
CLO2	I	M								
CLO3			M							
CLO4				R	R					
CLO5						M				
CLO6						R				
CLO7								M		
CLO8									M	

CLO9										M
Tổng hợp học phần	**M**	**M**	**M**	**R**	**R**	**M**		**M**	**M**	**M**

14.16 CHUYÊN ĐỀ THỰC HÀNH QUẢN TRỊ RỦI RO TRONG KINH DOANH: 3 tín chỉ

14.6.1 Mục tiêu của học phần

a. Mục tiêu chung

Cung cấp cho người học những kiến thức chuyên sâu về quản trị những rủi ro xảy ra trong quá trình kinh doanh, từ việc nhận diện rủi ro đến phân tích đánh giá và đưa ra các giải pháp ngăn ngừa, xử lý nhằm đảm bảo kinh doanh hiệu quả của doanh nghiệp, có đầy đủ kiến thức để tham mưu cho lãnh đạo ra các quyết định kinh doanh phát triển bền vững.

b. Mục tiêu cụ thể

- *Về kiến thức*: hiểu rõ khái niệm rủi ro và quản trị rủi ro, nội dung của quản trị rủi ro, vận dụng nguyên tắc quản trị rủi ro trong quản trị, hiểu sâu hơn về quản trị rủi ro nguồn nhân lực, quản trị rủi ro tài sản.
- *Về kỹ năng*: kỹ năng nhận dạng, phân tích, kiểm soát và tài trợ rủi ro; kỹ năng nhận biết và chủ động ứng phó với những rủi ro trong cuộc sống và công việc kinh doanh.
- *Về mức tự chủ và chịu trách nhiệm*: có khả năng tự phân tích và đánh giá rủi ro trong doanh nghiệp và ra quyết định xử lý, khắc phục, phòng ngừa rủi ro và chịu trách nhiệm trong các tình huống cụ thể.

14.6.1 Chuẩn đầu ra của học phần

a. Chuẩn đầu ra của học phần

Ký hiệu	Nội dung
Về kiến thức	
CLO1	Hệ thống hoá các kiến thức về quản trị rủi ro
CLO2	Nhận diện được các rủi ro trong doanh nghiệp, đánh giá rủi ro, xử lý rủi ro trong môi trường kinh doanh

CLO3	Nắm vững các phương pháp xử lý rủi ro trong kinh doanh, hiểu được các quy định về quản lý rủi ro của COSO, ISO
Về kỹ năng	
CLO 4	Nhận diện được các rủi ro trong doanh nghiệp
CLO 5	Phân tích được các rủi ro tiềm tàng tại các doanh nghiệp
CLO 6	Xử lý được rủi ro thông qua các quy trình, tác nghiệp
CLO 7	Đánh giá được những rủi ro tại doanh nghiệp
Về mức tự chủ và chịu trách nhiệm	
CLO 8	Thích nghi, tự nghiên cứu khám phá các vấn đề về rủi ro trong doanh nghiệp
CLO 9	Chủ động sáng tạo trong việc quản trị rủi ro trong môi trường kinh doanh
CLO 10	Tự ra các quyết định xử lý rủi ro trong trách nhiệm quyền hạn của mình, tham mưu cho lãnh đạo ra các quyết định kinh doanh liên quan đến rủi ro

b. ***Mối quan hệ giữa chuẩn đầu ra của học phần (CLOs) với chuẩn đầu ra của chương trình đào tạo (PLOs):***

PLO	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)
CLO 1	R									
CLO 2		R								
CLO 3			R							
CLO 4				R						
CLO 5					R					
CLO 6						R				
CLO 7							R			
CLO 8								R		
CLO 9									R	
CLO 10										R
Tổng hợp học phần	R	R	R	R	R	R	R	R	R	R

14.17 CHUYÊN ĐỀ THỰC HÀNH KHỞI NGHIỆP VÀ SÁNG TẠO: 3 tín chỉ

14.17.1 Mục tiêu của học phần

a. Mục tiêu chung

Mục tiêu của học phần giúp học viên có được những kiến thức và kỹ năng về khoa học khởi sự kinh doanh, qua đó cung cấp nền tảng thực chứng một hệ thống kiến thức toàn diện các vấn đề về khởi nghiệp và đổi mới sáng tạo trong kinh doanh của doanh nghiệp.

Học viên sẽ thực hành phát kiến doanh nghiệp mới trong môi trường những doanh nghiệp mới khởi sự, hay cả trong các tập đoàn lớn. Bên cạnh việc nắm bắt và hiện thực hóa các cơ hội kinh doanh, hoạch định mô hình kinh doanh, học viên cũng tham gia thực hành đánh giá các ý tưởng và kế hoạch kinh doanh. Trong môn học mang tính thực hành này, này học viên sẽ tham khảo cách các doanh nghiệp điển hình đã thâm nhập, nắm bắt, tận dụng cơ hội thị trường cũng như các điều kiện môi trường như thế nào để tạo ra việc làm, lợi nhuận và sự thay đổi. Sáng tạo ra giá trị mới là từ khóa của môn học.

b. Mục tiêu cụ thể

- *Về kiến thức:* Nắm bắt được kiến thức chuyên sâu về khởi nghiệp sáng tạo dựa trên sự đam mê tột độ, trải nghiệm tột cùng và công nghệ tột bậc để từ đó tạo ra các mô hình, sản phẩm sáng tạo, các đột phá trong tăng trưởng, vượt trội trong cạnh tranh nhằm giải quyết một hoặc nhiều nhu cầu nào đó đến từ thị trường.
- *Về kỹ năng:* Cập nhật được xu thế, kiến thức, kinh nghiệm và trào lưu từ những doanh nghiệp đang hoạt động trên thị trường, học hỏi và áp dụng thực tế vào mô hình sáng tạo của mình hoặc giải quyết những vấn đề lớn trong khởi nghiệp, tăng khả năng thành công hoặc giảm đi tính nghiêm trọng khi thất bại.
- *Về mức độ tự chủ và chịu trách nhiệm:* Năng lực chủ động nắm bắt các vấn đề mới liên quan đến Doanh nghiệp khởi nghiệp sáng tạo là một cộng đồng đặc biệt, tạo ra những sản phẩm mới, phân khúc khách hàng mới thông qua những công nghệ mới cùng các ý tưởng kinh doanh mới chưa từng có, bên cạnh đó là cách tiếp cận thị trường mới cùng công nghệ thông tin không biên giới.

14.17.2 Chuẩn đầu ra của học phần

a. Chuẩn đầu ra của học phần

Ký hiệu	**Nội dung**
Về kiến thức	
CLO1	Nhận thức về khởi nghiệp đổi mới sáng tạo, khởi nghiệp đổi mới sáng tạo
CLO2	Hệ thống hóa các kiến thức chuyên sâu về khởi nghiệp sáng tạo của doanh

	nghiệp trong bối cảnh kinh doanh toàn cầu.
CLO3	Phát triển tư duy thiết kế cung cấp cách tiếp cận dựa trên giải pháp để giải quyết các vấn bằng cách tạo ra nhiều ý tưởng trong các phiên brainstorming, cách tiếp cận thực tiễn bằng bản mẫu ban đầu và kiểm tra.
CLO4	Nắm vững kiến thức pháp lý trong khởi nghiệp đổi mới sáng tạo; lập kế hoạch kinh doanh và triển khai thực hiện cho doanh nghiệp siêu nhỏ, nhỏ và vừa và lớn.
CLO5	Vận dụng khoa học và nghệ thuật trong quản trị khởi nghiệp và sáng tạo.
CLO5	Kết nối và hợp tác giữa các nhà lãnh đạo thúc đẩy sự thành công trong khởi nghiệp sáng tạo
Về kỹ năng	
CLO6	Thực hành xây dựng, bảo vệ kế hoạch kinh doanh cho doanh nghiệp (hoặc dự án) mới.
CLO7	Có kỹ năng đánh giá dự án kinh doanh, kế hoạch kinh doanh cho doanh nghiệp khởi sự/ doanh nghiệp mới.
CLO8	Có khả năng áp dụng nhuần nhuyễn những kiến thức về sáng tạo doanh nghiệp mới vào bối cảnh một công ty lớn (có thể bao gồm cả công ty thuộc sở hữu nhà nước).
Về mức tự chủ và chịu trách nhiệm	
CLO9	Làm chủ khoa học, tiếp cận và nắm bắt được các xu hướng mới, ý tưởng mới trong khởi nghiệp và sáng tạo kinh doanh.
CLO10	Dự báo các dấu hiệu của sự đổi mới, từ đó nhanh chóng thúc đẩy và tìm ra phương hướng để đáp ứng các nhu cầu mới phát sinh của cộng đồng khởi nghiệp.
CLO11	Tìm kiếm ý tưởng khởi nghiệp sáng tạo khả thi để tư vấn, huy động nguồn lực hỗ trợ cho các ý tưởng khởi nghiệp đổi mới sáng tạo của thanh niên
CLO12	Nâng cao năng lực ứng dụng công nghệ thông tin trong quản trị doanh nghiệp và tăng cường nhận thức về chuyển đổi số trong doanh nghiệp cho các cá nhân quản lý, vận hành doanh nghiệp nhỏ và vừa cùng đại diện các quỹ đầu tư khởi nghiệp tại địa phương.

b. *Mối quan hệ giữa chuẩn đầu ra của học phần (CLOs) với chuẩn đầu ra của chương trình đào tạo (PLOs):*

PLO	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)
CLO 1	R									
CLO 2		M								
CLO 3			M							
CLO 4			M							
CLO 5			M							
CLO 6				R						
CLO 7					R					
CLO 8						R				
CLO 9					R	R		R		
CLO 10					M	R	M	R		
CLO 11								M		
CLO 12									M	A
Tổng hợp học phần	R	M	M	R	R+	R	M	R+	M	A

14.18 QUẢN TRỊ HIỆU QUẢ KÊNH PHÂN PHỐI: 3 tín chỉ

14.18.1 Mục tiêu của học phần

a. Mục tiêu chung

Học phần Quản trị hiệu quả kênh phân phối là học phần chuyên sâu nhằm cung cấp cho học viên những kiến thức và kỹ năng nền tảng về bản chất của các kênh phân phối, xác định các yếu tố tác động đến hiệu quả hoạt động của kênh phân phối, xử lý các xung đột trong kênh và quyết định những giải pháp quản trị kênh.

Học viên sẽ được chia sẻ những kiến thức chuyên sâu và thực tiễn về các tình huống, các quy trình thiết kế kênh và quản trị hiệu quả kênh phân phối, tăng cường định hướng nghiên cứu thông qua các bài tập tình huống và bài tập nhóm.

b. Mục tiêu cụ thể

❖ **Về kiến thức:**

Học viên được trang bị những kiến thức về hoạt động phân phối và cách thức quản trị hệ thống kênh phân phối của một doanh nghiệp.

❖ **Về kỹ năng:**

+ Học viên có thể thiết kế được một hệ thống kênh phân phối và các giải pháp giải quyết những mâu thuẩn phát sinh trong kênh.

+ Học viên hoạch định được một số chiến lược kênh phân phối phù hợp với đặc điểm mặt hàng kinh doanh và điều kiện của doanh nghiệp.

+ Học viên có được những kỹ năng ở tầm vĩ mô để hoạch định các mục tiêu của doanh nghiệp trong hệ thống kênh phân phối.

❖ **Về mức tự chủ và chịu trách nhiệm:**

Học viên có kỹ năng làm việc theo nhóm, kỹ năng trình bày một báo cáo nghiên cứu. Hình thành ý thức tự học tập và chủ động trong nghiên cứu, phát triển năng lực phát hiện và giải quyết những vấn đề trong hoạt động quản trị kênh phân phối, hình thành khả năng tự định hướng phát triển năng lực cá nhân

14.18.2 Chuẩn đầu ra của học phần

a. Chuẩn đầu ra của học phần

Ký hiệu	Nội dung
CLO1	Kiến thức và lập luận ngành
CLO1.1	Giới thiệu cho học viên biết các khái niệm cơ bản và vai trò của kênh phân phối, các chức năng và dòng chảy trong kênh
CLO1.2	Lý thuyết về quá trình phát triển phân phối
CLO2	Kiến thức chuyên ngành
CLO2.1	Nhận thức được sự tác động của các yếu tố môi trường bên trong và môi trường bên ngoài đến các hoạt động quản trị kênh
CLO2.2	Nắm được các loại cấu trúc kênh, phân biệt được các cấu trúc kênh chính và cấu trúc kênh bổ trợ, và xác định được rõ ràng ai là đối tượng trong hoạt động quản trị kênh.
CLO2.3	Hiểu được thế nào là chiến lược kênh phân phối và mối quan hệ hữu

	cơ giữa chiến lược kênh phân phối với các chiến lược mục tiêu và chiến lược marketing mix của doanh nghiệp
CLO2.4	Biết được quy trình hoạt động thiết kế kênh phân phối để có thể thiết kế được một kênh phân phối hoàn chỉnh phù hợp với đặc điểm của môi trường, đặc điểm của sản phẩm và điều kiện thực tế của doanh nghiệp
CLO2.5	Phải nhận diện được nguyên nhân và thực tế xung đột trong kênh, các cách thức để đánh giá hiệu quả hoạt động của thành viên kênh và biết cách vận dụng các yếu tố marketing mix để quản trị kênh
CLO2.6	Hiểu được sự tác động của công nghệ thông tin đối với kênh phân phối, và các vận dụng sao cho hoạt động quản trị kênh đạt hiệu quả tốt nhất.
CLO2.7	Nắm được bản chất của hoạt động hậu cần qua các dòng chảy trong kênh, từ đó tối thiểu hóa các chi phí trong toàn bộ hệ thống kênh
CLO3	Kỹ năng nghề nghiệp (kỹ năng cứng)
CLO3.1	Thiết kế được một hệ thống kênh phân phối và các giải pháp giải quyết những mâu thuẩn phát sinh trong kênh.
CLO3.2	Hoạch định được một số chiến lược kênh phân phối phù hợp với đặc điểm mặt hàng kinh doanh và điều kiện của doanh nghiệp.
CLO3.3	Hoạch định các mục tiêu của doanh nghiệp trong hệ thống kênh phân phối.
CLO4	Kỹ năng mềm (cá nhân)
CLO4.1	Làm việc theo nhóm
CLO4.2	Trình bày một báo cáo nghiên cứu
CLO5	Thái độ/ năng lực cá nhân với xã hội (Kỹ năng và phẩm chất giữa các cá nhân)
CLO5.1	Ý thức tự học tập và chủ động trong nghiên cứu
CLO5.2	Phát triển năng lực phát hiện và giải quyết những vấn đề trong hoạt động quản trị kênh phân phối
CLO5.3	Tự định hướng phát triển năng lực cá nhân

b. *Mối quan hệ giữa chuẩn đầu ra của học phần (CLOs) với chuẩn đầu ra của chương trình đào tạo (PLOs):*

CLO	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)
CLO 1					I					
CLO 2								M		
CLO 3				R						
CLO 4							R			
CLO 5						M				
Tổng hợp học phần				R	I	M	R	M		

14.19 QUẢN TRỊ THƯƠNG HIỆU: 3 tín chỉ

14.19.1 Mục tiêu của học phần

a. Mục tiêu chung

Thương hiệu ngày càng đóng vai trò quan trọng trong quá trình phát triển bất kỳ tổ chức nào. Học phần quản trị thương hiệu sẽ giúp cho học viên chuyên ngành quản trị kinh doanh có kiến thức chuyên sâu về thương hiệu, quản trị thương hiệu, phân tích nội dung của công tác quản trị thương hiệu. Đồng thời bổ sung thêm kiến thức cho học viên thực hiện các nghiên cứu thực tiễn trong lĩnh vực kinh doanh - marketing.

b. Mục tiêu cụ thể

Mục tiêu (Gx)	Mô tả mục tiêu
G1	Có những hiểu biết chuyên sâu về thương hiệu, quản trị thương hiệu
G2	Có khả năng vận dụng kiến thức quy trình quản trị thương hiệu, nội dung chiến lược xây dựng và phát triển thương hiệu vào thực tiễn.
G3	Có khả năng thiết kế các kế hoạch tổng thể và kế hoạch chi tiết liên quan đến chiến lược thương hiệu
G4	Có khả năng phân tích, tổng hợp để giải quyết các vấn đề liên quan đến thương hiệu và quản trị thương hiệu trong thực tiễn
G5	Có khả năng ứng dụng các phương pháp đo lường đánh giá hiệu quả và và giám sát công tác quản trị thương hiệu.
G6	Hình thành ý thức tự học tập và chủ động trong nghiên cứu, phát triển năng lực phát hiện và giải quyết những vấn đề trong công tác quản trị thương hiệu, hình

	thành khả năng tự định hướng phát triển năng lực cá nhân

14.19.2 Chuẩn đầu ra của học phần

a. Chuẩn đầu ra của học phần

Ký hiệu	Nội dung
Về kiến thức	
CLO1	Có những hiểu biết chuyên sâu về thương hiệu, quản trị thương hiệu.
CLO2	Có những hiểu biết và phân tích một cách thấu đáo quy trình quản trị thương hiệu. Mô tả nội dung các quyết định cơ bản trong chiến lược thương hiệu.
CLO3	Có khả năng vận dụng kiến thức quy trình quản trị thương hiệu, nội dung chiến lược xây dựng và phát triển thương hiệu vào thực tiễn
CLO4	Hiểu được cách thức điều chỉnh thương hiệu theo thời gian và chiến lược xây dựng thương hiệu toàn cầu.
Về kỹ năng	
CLO5	Kỹ năng thực hiện nghiên cứu, phân tích các dữ liệu thị trường phục vụ cho việc ra quyết định liên quan đến công tác quản trị thương hiêu.
CLO6	Có kỹ năng thiết kế các kế hoạch tổng thể và kế hoạch chi tiết liên quan đến chiến lược thương hiệu;
CLO7	Có kỹ năng ứng dụng các phương pháp đo lường đánh giá hiệu quả và và giám sát công tác quản trị thương hiệu.
CLO8	Có kỹ năng phân tích, tổng hợp để giải quyết các vấn đề liên quan đến thương hiệu và quản trị thương hiệu trong thực tiễn
Về mức tự chủ và chịu trách nhiệm	
CLO9	Ý thức được tầm quan trọng của công tác quản trị thương hiệu và nhà quản trị thương hiệu trong công ty và trên thị trường
CLO10	Hình thành ý thức tự học tập và chủ động trong nghiên cứu, phát triển năng lực phát hiện và giải quyết những vấn đề trong công tác quản trị thương hiệu, hình thành khả năng tự định hướng phát triển năng lực cá nhân

b. ***Mối quan hệ giữa chuẩn đầu ra của học phần (CLOs) với chuẩn đầu ra của chương trình đào tạo (PLOs):***

PLO	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)
CLO 1	R	R		R		R			R	
CLO 2	R	R		R			R			
CLO 3	R	R		R			R			
CLO 4	R	R		R			R			
CLO 5			M	M	M	M		M		
CLO 6			M	M	M	M		M		
CLO 7			M	M	M	M		M		
CLO 8			M	M	M	M		M		
CLO 9									M	M
CLO 10									M	M
Tổng hợp học phần	R	R	M	M	M	M	R	M	M	M

14.20 MARKETING KỸ THUẬT SỐ: 3 tín chỉ

14.20.1 Mục tiêu của học phần

a. Mục tiêu chung

Học phần Marketing kỹ thuật số là học phần chuyên sâu của ngành Marketing, được thiết kế nhằm cung cấp cho học viên những kiến thức và kỹ năng nền tảng về xây dựng và quản trị hoạt động marketing trên môi trường công nghệ số; cách thức lập và thực hiện chiến lược Marketing kỹ thuật số hiệu quả.

Bên cạnh đó, các nội dung về Pháp luật và đạo đức trong Marketing kỹ thuật số cũng được đề cập nhằm trang bị cho người học cái nhìn tổng thể về thực trạng và xu hướng của hoạt động Marketing kỹ thuật số hiện tại.

b. Mục tiêu cụ thể

❖ **Về kiến thức:**

Giúp học viên nắm vững những kiến thức về hoạt động marketing trên môi trường truyền thông kỹ thuật số và các công cụ truyền thông cho sản phẩm số trên Internet. Cụ thể:

✓ Trình bày các khái niệm, công cụ Marketing kỹ thuật số; hiểu được hành trình khách hàng trực tuyến và các hoạt động kết nối khách hàng trực tuyến, và biết

được chiến lược marketing trong môi trường kỹ thuật số.

- ✓ Phân tích, đánh giá được các yếu tố ảnh hưởng của môi trường marketing kỹ thuật số để thiết lập mục tiêu, xây dựng chiến lược và lên kế hoạch cho hoạt động marketing kỹ thuật số của doanh nghiệp.
- ✓ Áp dụng được các công cụ, qui trình marketing kỹ thuật số vào việc quản lý thực hiện các chương trình marketing kỹ thuật số của doanh nghiệp.
- ✓ Đo lường và đánh giá được hiệu quả các chương trình marketing kỹ thuật số của doanh nghiệp.

❖ **Về kỹ năng:**

Học viên có khả năng lập kế hoạch Marketing kỹ thuật số cho sản phẩm, triển khai thực hiện hoạt động truyền thông trên internet. Phân tích các dữ liệu của website và các số liệu truyền thông trên môi trường kỹ thuật số.

❖ **Về mức tự chủ và chịu trách nhiệm:**

Ý thức được vấn đề đạo đức và trách nhiệm của người làm marketing khi triển khai các chương trình marketing và hoạt động truyền thông trên Internet.

14.20.2 Chuẩn đầu ra của học phần

a. Chuẩn đầu ra của học phần

Ký hiệu	Nội dung
Về kiến thức	
CLO1	Hiểu về tầm quan trọng của Marketing kỹ thuật số trong bối cảnh công nghệ khoa học phát triển mạnh mẽ và hành vi khách hàng liên tục thay đổi trong thời đại kết nối.
CLO2	Biết và hiểu được hành trình và hành vi khách hàng trực tuyến – khách hàng mục tiêu của doanh nghiệp và các hoạt động kết nối khách hàng trong môi trường công nghệ số.
Về kỹ năng	
CLO3	Phân tích và đánh giá các yếu tố ảnh hưởng đến hoạt động của môi trường Marketing kỹ thuật số và cách thức ứng xử phù hợp của doanh nghiệp
CLO4	Xây dựng chiến lược và lập ra kế hoạch Marketing kỹ thuật số
CLO5	Nhận biết và mô tả được các loại hình marketing kỹ thuật số; Ứng dụng

	được các công cụ Marketing kỹ thuật số như SEM, SMM, Email marketing…để nghiên cứu thị trường và hành vi khách hàng trực tuyến.
CLO6	Lựa chọn và vận dụng các công cụ Marketing kỹ thuật số để phân tích, thực hiện và đánh giá hoạt động Marketing kỹ thuật số
Về mức tự chủ và chịu trách nhiệm	
CLO7	Quản lý việc thực hiện các chương trình Marketing kỹ thuật số
CLO8	Kiểm tra, đánh giá và hiểu những thách thức của việc áp dụng các chương trình Marketing kỹ thuật số
CLO9	Phát triển được thái độ tích cực, phát triển bản thân thông qua quá trình hoạt động marketing trực tuyến

b. ***Mối quan hệ giữa chuẩn đầu ra của học phần (CLOs) với chuẩn đầu ra của chương trình đào tạo (PLOs):***

PLO	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)
CLO 1	I	I								
CLO 2	R			R		R				
CLO 3	R			M						
CLO 4	R		R	M						
CLO 5	R			M		R				
CLO 6				M		M				
CLO 7					M					
CLO 8						R		R		
CLO 9						R				
Tổng hợp học phần	R	I	R	M	M	R		R		

14.21 QUẢN TRỊ ĐỔI MỚI VÀ PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM MỚI: 3 tín chỉ

14.21.1 Mục tiêu của học phần

a. Mục tiêu chung

Mục tiêu chung của học phần này là: Để phát triển sự hiểu biết và nâng cao nhận thức về các lĩnh vực cơ bản trong việc phát triển sản phẩm mới trong bối cảnh ngày nay, đồng thời, học viên phát triển năng lực, kỹ năng và khả năng ra quyết định trong việc phát triển sản phẩm mới, đem lại thành công cho doanh nghiệp/tổ chức: từ hình thành ý tưởng sản

phẩm, phát triển khái niệm, thiết kế, thử nghiệm, đến tung sản phẩm ra thị trường và quản trị đổi mới và phát triển sản phẩm mới.

b. Mục tiêu cụ thể

❖ **Về kiến thức:**

- Phát triển được sự hiểu biết sâu sắc về quản trị đổi mới và phát triển sản phẩm mới
- Phát triển được năng lực quản trị đổi mới và phát triển sản phẩm mới trong doanh nghiệp một cách hiệu quả.

❖ **Về kỹ năng:**

- Phân tích, đánh giá được hoạt động quản trị đổi mới và phát triển sản phẩm mới ở cấp độ doanh nghiệp
- Áp dụng những kiến thức trong môn học này để có thể quản trị đổi mới và phát triển sản phẩm mới cho một doanh nghiệp/ tổ chức.

❖ **Về mức tự chủ và chịu trách nhiệm:**

- Phát triển được năng lực để hoạch định, thực thi và đánh giá được chiến lược, kế hoạch đổi mới và phát triển sản phẩm mới của doanh nghiệp.
- Phát triển được thái độ tích cực, phát triển bản thân thông qua quá trình học tập

14.21.2 Chuẩn đầu ra của học phần

a. Chuẩn đầu ra của học phần

Ký hiệu	Nội dung
Về kiến thức	
CLO1	Hệ thống hóa các lý thuyết, quan điểm, triết lý, phương thức về các chức năng trong quản trị đổi mới và phát triển sản phẩm mới trong doanh nghiệp/tổ chức.
CLO2	Cập nhật kiến thức về các mô hình quản trị đổi mới và phát triển sản phẩm mới hiện đại trên thế giới.
CLO3	Tư duy phân tích các vấn đề phát sinh trong thực tiễn có luận cứ khoa học về đổi mới và phát triển sản phẩm mới.
Về kỹ năng	
CLO4	Phân tích, đánh giá một cách khoa học các kiến thức chuyên ngành để áp dụng vào thực tiễn quản trị đổi mới, phát triển một sản phẩm mới.

CLO5	Phân tích các chính sách để đưa ra các quyết định chiến lược trung và dài hạn về vấn đề đổi mới và phát triển sản phẩm mới.
CLO6	Nhận diện, đánh giá và giải quyết vấn đề phát sinh trong quá trình quản trị đổi mới và phát triển sản phẩm mới một cách hiệu quả.
Về mức tự chủ và chịu trách nhiệm	
CLO7	Năng lực phát hiện và đưa ra những kết luận mang tính chuyên gia về các vấn đề phức tạp trong lĩnh vực quản trị đổi mới và phát triển sản phẩm mới.
CLO8	Khát vọng vươn lên để trở thành những nhà lãnh đạo, chuyên gia cao cấp về lĩnh vực đổi mới và phát triển sản phẩm mới.
CLO9	Trân trọng các giá trị đạo đức của dân tộc để nâng cao giá trị cuộc sống.

b. ***Mối quan hệ giữa chuẩn đầu ra của học phần (CLOs) với chuẩn đầu ra của chương trình đào tạo (PLOs):***

PLO	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)
CLO 1	I	I							
CLO 2	R			R		R			
CLO 3	R			M					
CLO 4	R		R	M					
CLO 5	R			M		R			
CLO 6				M		M			
CLO 7					M				
CLO 8						R		R	
CLO 9						R			
CLO10									
Tổng hợp học phần	R	I	R	M	M	R		R	

14.22 TRUYỀN THÔNG MARKETING TÍCH HỢP: 3 tín chỉ

14.22.1 Mục tiêu của học phần

a. Mục tiêu chung

Truyền thông marketing là một bộ phận quan trọng trong chiến lược marketing, đang

phát triển rất nhanh cùng với sự bùng nổ của các phương tiện truyền thông, internet trong quá trình toàn cầu hóa. Môn học nhằm giúp học viên hiểu quá trình phát triển chiến lược và kế hoạch truyền thông marketing cho một sản phẩm hoặc một dịch vụ, kết hợp giữa các phương thức: quảng cáo, bán hàng, khuyến mãi, quan hệ công chúng (PR), và marketing trực tiếp với chiến lược của công ty.

b. Mục tiêu cụ thể

❖ **Về kiến thức:**

Giúp học viên nắm vững những nội dung chủ yếu của môn học liên quan đến việc xác định mục tiêu; dự đoán nhu cầu marketing và nhu cầu truyền thông; xác định thông điệp chiến lược, lập kế hoạch marketing – truyền thông; thực thi, kiểm tra, đánh giá việc thực hiện các chiến lược và kế hoạch truyền thông tiếp thị

❖ **Về kỹ năng:**

Học viên có khả năng lập kế hoạch và triển khai hoạt động Truyền thông Marketing tích hợp cho sản phẩm, doanh nghiệp.

❖ **Về mức tự chủ và chịu trách nhiệm:**

Ý thức được vấn đề đạo đức và trách nhiệm của người làm marketing khi triển khai các chương trình truyền thông marketing.

14.22.2 Chuẩn đầu ra của học phần

a. Chuẩn đầu ra của học phần

Ký hiệu	Nội dung
Về kiến thức	
CLO1	Học viên hiểu về tầm quan trọng của Truyền thông marketing tích hợp với doanh nghiệp trong nền kinh tế trong bối cảnh phức tạp và thay đổi liên tục hiện nay.
CLO2	Giúp học viên giải thích được các khái niệm và các lý thuyết quan trọng liên quan đến Truyền thông marketing tích hợp.
CLO3	Nắm vững các kiến thức về nghiên cứu marketing và hành vi khách hàng trong môi trường điện tử, các khái niệm căn bản về phân đoạn thị trường, lựa chọn thị trường mục tiêu và định vị thị trường trong môi trường kinh

	doanh trực tuyến, chiến lược định vị và khác biệt hóa, các chính xác marketing hỗn hợp và CRM
Về kỹ năng	
CLO4	Tổ chức và lập kế hoạch IMC cho doanh nghiệp
CLO5	Phân tích tình huống và phát hiện các vấn đề , nhận biết và mô tả được các loại hình Truyền thông marketing tích hợp
CLO6	Áp dụng được kiến thức vào trường hợp trong các ngữ cảnh khác nhau
Về mức tự chủ và chịu trách nhiệm	
CLO7	Kiểm tra, đánh giá và hiểu những thách thức của việc áp dụng các chương trình Truyền thông marketing tích hợp
CLO8	Phát triển được thái độ tích cực, phát triển bản thân thông qua quá trình hoạt động marketing
CLO9	Duy trì đạo đức và trách nhiệm nghề nghiệp trong hoạt động quản trị IMC

b. ***Mối quan hệ giữa chuẩn đầu ra của học phần (CLOs) với chuẩn đầu ra của chương trình đào tạo (PLOs):***

PLO	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)
CLO 1	I	I								
CLO 2	R			R						
CLO 3	R			R		M				
CLO 4	R	I		M						
CLO 5		I	R		R	R				
CLO 6				R		M				
CLO 7				R		M				
CLO 8						R	R	M		R
CLO 9									R	
Tổng hợp học phần	R	I	R	R	R	M	R	M	R	R

14.23. QUẢN TRỊ KHỦNG HOẢNG TRUYỀN THÔNG: 3 tín chỉ

14.23.1 Mục tiêu của học phần

a. Mục tiêu chung

Học phần này giúp người học có thể đạt được các mục tiêu sau:

- Nhận thức được tầm quan trọng của Quản trị khủng hoảng trong truyền thông.
- Giải thích và phân biệt được các khái niệm, thuật ngữ liên quan đến khủng hoảng truyền thông quản trị khủng hoảng truyền thông.
- Có những hiểu biết sâu sắc và các phương pháp tiếp cận để nhận diện khủng hoảng truyền thông.
- Có thể đề xuất các hướng giải quyết và phương pháp quản trị trong giai đoạn khủng hoảng và hậu khủng hoảng.
- Biết cách xây dựng bản kế hoạch giải quyết khủng hoảng truyền thông và kế hoạch marketing để khôi phục hình ảnh thương hiệu.

b. Mục tiêu cụ thể

❖ **Về kiến thức:**

- Người học có thể giải thích và phân loại các thuật ngữ và các khái niệm về khủng hoảng truyền thông và quản trị khủng hoảng truyền thông.
- Mô tả quá trình quản trị khủng hoảng
- Hiểu được cách thiết kế kế hoạch giải quyết khủng hoảng truyền thông; Mô tả nội dung của một bản kế hoạch xử lý khủng hoảng truyền thông.
- Có sự hiểu biết sâu sắc cơ sở lý thuyết để dự đoán các cuộc khủng hoảng tiềm ẩn và phát triển các phương pháp tránh hoặc giảm thiểu thiệt hại vận dụng trong thực tiễn.

❖ **Về kỹ năng:**

- Có khả năng phân tích và đánh giá được tác động của các cuộc khủng hoảng lên cộng đồng, về tổ chức và các bên liên quan của nó.
- Có khả năng thiết kế Bản kế hoạch giải quyết khủng hoảng truyền thông (crisis communication plan -CCP)
- Có năng lực vận dụng các phương pháp chẩn đoán và giải quyết các tình huống khủng hoảng.

❖ **Về mức tự chủ và chịu trách nhiệm:**

- Phát triển thái độ tích cực và trách nhiệm trong việc giải quyết khủng hoảng truyền thông.
- Nhận thức được đạo đức trong quản trị khủng hoảng truyền thông.
- Phát triển được thái độ tích cực, phát triển bản thân thông qua quá trình học tập

14.23.2 Chuẩn đầu ra của học phần

a. Chuẩn đầu ra của học phần

Ký hiệu	Nội dung
Về kiến thức	
CLO1	Hệ thống hóa các kiến thức chuyên sâu về các chức năng trong quản trị khủng hoảng truyền thông và quản trị khủng hoảng truyền thông.
CLO2	Cập nhật kiến thức về các mô hình quản trị khủng hoảng.
CLO3	Tư duy phân tích các vấn đề phát sinh trong thực tiễn có luận cứ khoa học về giải quyết khủng hoảng truyền thông
Về kỹ năng	
CLO4	Phân tích, đánh giá một cách khoa học các kiến thức chuyên ngành để áp dụng vào thực tiễn quản trị khủng hoảng truyền thông.
CLO5	Phân tích các chính sách để đưa ra các quyết định chiến lược trung và dài hạn trong quản trị khủng hoảng.
CLO6	Nhận diện, đánh giá và giải quyết vấn đề phát sinh trong quá trình giải quyết khủng hoảng truyền thông (crisis communication plan -CCP)
Về mức tự chủ và chịu trách nhiệm	
CLO7	Năng lực phát hiện và đưa ra những kết luận mang tính chuyên gia về các vấn đề phức tạp trong giải quyết khủng hoảng truyền thông.
CLO8	Khát vọng vươn lên để trở thành những nhà lãnh đạo, chuyên gia cao cấp về quản trị khủng hoảng.
CLO9	Trân trọng các giá trị đạo đức của dân tộc để nâng cao giá trị cuộc sống.

b. ***Mối quan hệ giữa chuẩn đầu ra của học phần (CLOs) với chuẩn đầu ra của chương trình đào tạo (PLOs):***

PLO	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)
CLO 1	I	I							
CLO 2	R			R		R			
CLO 3	R			M					
CLO 4	R		R	M					
CLO 5	R			M		R			

CLO 6				M		M			
CLO 7					M				
CLO 8						R		R	
CLO 9						R			
CLO10									
Tổng hợp học phần	R	I	R	M	M	R		R	

14.24 LUẬT THƯƠNG MẠI QUỐC TẾ: 3 tín chỉ

14.24. 1 Mục tiêu của học phần

a. Mục tiêu chung

- Học phần này cung cấp cho sinh viên khung tham khảo pháp lý đối với các vấn đề chiến lược và các vấn đề hàng ngày trong hoạt động kinh doanh quốc tế của doanh nghiệp.

- Trang bị cho nhà quản trị những kiến thức và kỹ năng, thái độ trong việc xác lập, giải quyết các vấn đề pháp lý nảy sinh trong hoạt động kinh doanh quốc tế, từ đó giúp họ quản trị hoạt động kinh doanh quốc tế đúng pháp luật và tránh được những cạm bẫy pháp lý hoặc sớm xác định được những vấn đề tiềm năng có thể gây ra những bất lợi hoặc tổn thất.

- Học phần này còn giúp học viên hiểu được các khía cạnh pháp lý trong những vấn đề liên quan kinh doanh quốc tế, trên quan điểm kinh doanh thực tế bằng ngôn ngữ pháp lý thông dụng.

b. Mục tiêu cụ thể

❖ **Về kiến thức:**

- Nắm vững những kiến thức căn bản về các nguyên tắc, qui phạm điều chỉnh các lĩnh vực chủ yếu của thương mại quốc tế; các qui chế pháp lý về hợp đồng mua bán hàng hoá quốc tế, hợp đồng cung ứng dịch vụ quốc tế và giải quyết tranh chấp trong hoạt động thương mại quốc tế.

- Vận dụng các kiến thức Luật thương mại quốc tế giải thích, được các vấn đề pháp lý nảy sinh trong hoạt động thương mại quốc tế và giải quyết các tình huống không thường xuyên trong phát sinh trong thực tiễn hoạt động thương mại quốc tế.

❖ **Về kỹ năng:**

- Vận dụng linh hoạt những kiến thức trên đây để giải thích, phân tích, xác lập và dự báo các vấn đề pháp lý nảy sinh và giải quyết các tình huống từ đơn giản đến phức tạp trong

hoạt động thương mại quốc tế.

- Thực hành việc phân tích, đánh giá, xác lập và dự báo các vấn đề pháp lý phát sinh trong hoạt động thương mại quốc tế tại doanh nghiệp và đề xuất phương hướng giải quyết

❖ **Về mức tự chủ và chịu trách nhiệm:**

- Tuân thủ pháp luật, quy tắc đạo đức, trách nhiệm nghề nghiệp.

- Có phong cách làm việc chuyên nghiệp phù hợp với xu thế phát triển của hoạt động kinh doanh trên thế giới. Hình thành tác phong chuyên nghiệp trong môi trường kinh doanh quốc tế.

- Có năng lực làm việc độc lập hoặc làm việc theo nhóm và giải quyết công việc, vấn đề phức tạp trong điều kiện môi trường pháp lý kinh doanh thay đổi.

14.24.2 Chuẩn đầu ra của học phần

a. Chuẩn đầu ra của học phần

Ký hiệu	**Nội dung**
CLO1	Hệ thống hóa và giải thích được các nguyên tắc điều chỉnh của Luật Thương mại quốc tế; nội dung điều chỉnh của các bộ qui tắc của Luật Thương mại quốc tế theo từng lĩnh vực thương mại quốc tế.
CLO2	Vận dụng các kiến thức Luật thương mại quốc tế giải thích được các vấn đề pháp lý nảy sinh trong hoạt động thương mại quốc tế.
CLO3	Hướng dẫn người khác vận dụng được các nguyên tắc và quy chế pháp lý điều chỉnh quan hệ mua bán hàng hoá quốc tế, cung ứng dịch vụ quốc tế, đầu tư quốc tế và tranh chấp trong hoạt động kinh doanh quốc tế.
CLO4	Đánh giá, nhận định các vấn đề pháp lý cụ thể thường gặp phát sinh trong quan hệ mua bán hàng hoá quốc tế, cung ứng dịch vụ quốc tế, đầu tư quốc tế và tranh chấp trong hoạt động kinh doanh quốc tế một cách chính xác.
CLO5	Xử lí được các tình huống pháp lý thường gặp phát sinh trong quan hệ mua bán hàng hoá quốc tế, cung ứng dịch vụ quốc tế, đầu tư quốc tế và giải quyết tranh chấp trong thương mại quốc tế một cách sáng tạo.
CLO6	Tích cực và chủ động tham gia các hoạt động học tập cá nhân và hoạt động nhóm.

CLO7	Có năng lực hướng dẫn người khác vận dụng các nguyên tắc và quy chế pháp lý điều chỉnh quan hệ thương mại quốc tế.
CLO8	Tự chủ và sáng tạo, có quan điểm, chính kiến rõ ràng trong việc giải thích, xử lý tình huống pháp lý phát sinh trong quan hệ mua bán hàng hoá quốc tế, cung ứng dịch vụ quốc tế, đầu tư quốc tế và tranh chấp trong thương mại quốc tế.

b. Mối quan hệ giữa chuẩn đầu ra của học phần (CLOs) với chuẩn đầu ra của chương trình đào tạo (PLOs):

PLO	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)
CLO 1	I				R					
CLO 2		R		R				R		
CLO 3	R				M				R	
CLO 4		M						R		R
CLO 5			R						R	M
CLO 6				R					M	
CLO 7					R					M
CLO 8			M					R		
Tổng hợp học phần	R	M	M	R	M			M	M	M

14.25 QUẢN TRỊ LOGISTICS VÀ CHUỖI CUNG ỨNG: 3 tín chỉ

14.25. 1 Mục tiêu của học phần

a. Mục tiêu chung

Trang bị cho học viên các kiến thức nâng cao và chuyên sâu về hoạt động quản trị Logistics và chuỗi cung ứng trong các doanh nghiệp sản xuất và thương mại.

b. Mục tiêu cụ thể

❖ **Về kiến thức:**

Trang bị cho học viên những kiến thức chuyên sâu về hoạch định, quản trị thu mua, quản trị sản xuất, quản trị phân phối và quản trị thu hồi trong chuỗi cung ứng.

Trang bị cho học viên các tiêu chí đánh giá hiệu quả hoạt động của hệ thống logistics và chuỗi cung ứng trong một tổ chức sản xuất hoặc kinh doanh.

❖ **Về kỹ năng:**

Học viên có khả năng phân tích cấu trúc của một chuỗi cung ứng

Học viên có khả năng hoạch định thiết kế một chuỗi cung ứng, đưa ra các quyết định về quản trị thu mua, quản trị sản xuất, quản trị phân phối và thu hồi

Học viên có khả năng đánh giá hiệu quả của một hệ thống Logistics và chuỗi cung ứng của một tổ chức hoặc doanh nghiệp trên cơ sở đó đề xuất các biện pháp để hoàn thiện và nâng cao hiệu quả hoạt động hệ thống Logistics/ chuỗi cung của một tổ chức/doanh nghiệp.

❖ **Về mức tự chủ và chịu trách nhiệm:**

Có khả năng tự nghiên cứu, khám phá các vấn đề mới liên quan đến thiết kế và vận hành một chuỗi cung ứng;

Có khả năng dẫn dắt chuyên môn cho các đồng nghiệp và đưa ra các quyết định trong hoạt động quản trị chuỗi cung ứng.

Tác phong chuyên nghiệp, có khả năng làm việc độc lập trong môi trường cạnh tranh của kinh doanh quốc tế.

14.25.2 Chuẩn đầu ra của học phần

a. Chuẩn đầu ra của học phần

Ký hiệu	**Nội dung**
Về kiến thức	
CLO1	Cập nhật kiến thức nâng cao và chuyên sâu về Logistics và quản trị chuỗi cung ứng, các mô hình quản trị chuỗi
CLO2	Nâng cao kiến thức về hoạch định thiết kế và vận hành một chuỗi cung ứng
CLO3	Cập nhật kiến thức về đánh gía hiệu quả một hệ thống logistics và chuỗi cung ứng
Về kỹ năng	
CLO4	Có khả năng thiết kế, vận hành và đánh giá hiệu quả của một hệ thống logistics và chuỗi cung ứng
CLO5	Có khả năng sử dụng ngoại ngữ trong đọc các chứng từ xuất nhập khẩu, giải quyết các vấn đề liên quan đến logistics và quản trị chuỗi cung ứng.
Về mức tự chủ và chịu trách nhiệm	

CLO6	Có khả năng phát hiện những vấn đề mới phát sinh trong thực tiễn quản trị logistics và chuỗi cung ứng tại doanh nghiệp
CLO7	Có phẩm chất đạo đức chính trị, nghề nghiệp, làm việc độc lập, chịu được áp lực cao trong môi trường kinh doanh quốc tế
CLO8	Có khả năng trở thành nhà lãnh đạo, nhà đào tạo nhân viên trở thành chuyên viên thiết kế vận hành một chuỗi cung ứng

b. *Mối quan hệ giữa chuẩn đầu ra của học phần (CLOs) với chuẩn đầu ra của chương trình đào tạo (PLOs):*

PLO	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)
CLO 1	R									
CLO 2		R		M					M	R
CLO 3				M					M	R
CLO 4	R	R	M		R				M	
CLO 5				R	R		R			
CLO 6						R		R	M	R
CLO 7									M	
CLO 8									M	R
Tổng hợp học phần	R	R	M	M	R	R	R	R	M	R

14.26 ĐẦU TƯ QUỐC TẾ: 3 tín chỉ

14.26.1 Mục tiêu của học phần

a. Mục tiêu chung

- Học phần trang bị cho học viên các kiến thức nâng cao và chuyên sâu về hoạt động/hình thức đầu tư quốc tế (FDI, FPI truyền thống và hiện đại) đang diễn ra trong thực tiễn trong nước và quốc tế.

- Học phần còn giúp cho người học hiểu rõ phương pháp đánh giá, lựa chọn, triển khai dự án đầu tư nước ngoài, các hoạt động xúc tiến đầu tư nước ngoài của một doanh nghiệp hoặc một địa phương.

b. Mục tiêu cụ thể

❖ **Về kiến thức:**

- Cung cấp các lý thuyết nền tảng và chuyên sâu về đầu tư quốc tế như các hình thức đầu tư quốc tế, nguyên nhân hình thành đầu tư quốc tế của doanh nghiệp.
- Hướng dẫn phương pháp nghiên cứu, lựa chọn, ra quyết định, triển khai dự án đầu tư trực tiếp và gián tiếp nước ngoài.
- Hướng dẫn phương pháp triển khai hoạt động xúc tiến đầu tư quốc tế của doanh nghiệp/tổ chức.

❖ **Về kỹ năng:**

- Học viên có năng lực nghiên cứu, đánh giá, lựa chọn, thiết lập dự án đầu tư quốc tế khả thi;
- Có khả năng triển khai, quản trị dự án đầu tư quốc tế;
- Có khả năng tổ chức hoạt động xúc tiến (thu hút/thúc đẩy) dự án đầu tư quốc tế

❖ **Về mức tự chủ và chịu trách nhiệm:**

- Có khả năng tự nghiên cứu, khám phá các vấn đề mới liên quan lĩnh vực đầu tư quốc tế.
- Có khả năng lãnh đạo chuyên môn cho các đồng nghiệp và đưa ra các quyết định trong hoạt động phân tích, lựa chọn, triển khai dự án đầu tư quốc tế của doanh nghiệp.
- Có khả năng tư duy, ra quyết định độc lập trong hoạt động đầu tư quốc tế của doanh nghiệp.

14.26.2 Chuẩn đầu ra của học phần

a. Chuẩn đầu ra của học phần

Ký hiệu	**Nội dung**
Về kiến thức	
CLO 1	Giải thích được vai trò, nhận dạng nguyên nhân đầu tư ra nước ngoài đối với doanh nghiệp
CLO 2	Tóm tắt các hình thức/công cụ đầu tư quốc tế: truyền thống, phái sinh, thay thế
CLO 3	Khái quát hóa, hoạch định, thiết kế hoạt động tổ chức thực hiện dự án đầu tư nước ngoài.
CLO 4	Khái quát hóa, hoạch định, thiết kế hoạt động tổ chức xúc tiến dự án đầu tư nước ngoài
Về kỹ năng	

CLO 5	Nghiên cứu, đánh giá, lựa chọn, thiết lập dự án đầu tư quốc tế khả thi
CLO 6	Triển khai, thực hiện các chức năng của quản trị đối với dự án đầu tư quốc tế
CLO 7	Triển khai các hoạt động xúc tiến (thu hút/thúc đẩy) dự án đầu tư quốc tế
Về mức tự chủ và chịu trách nhiệm	
CLO 8	Có khả năng tự nghiên cứu, khám phá các vấn đề mới liên quan lĩnh vực đầu tư quốc tế.
CLO 9	Có khả năng lãnh đạo chuyên môn cho các đồng nghiệp và đưa ra các quyết định trong hoạt động phân tích, lựa chọn, triển khai dự án đầu tư quốc tế của doanh nghiệp.
CLO 10	Có khả năng tư duy, ra quyết định độc lập trong hoạt động đầu tư quốc tế của doanh nghiệp.

b. ***Mối quan hệ giữa chuẩn đầu ra của học phần (CLOs) với chuẩn đầu ra của chương trình đào tạo (PLOs):***

	PLO 1	PLO 2	PLO 3	PLO 4	PLO 5	PLO 6	PLO 7	PLO 8	PLO 9	PLO 10
CLO 1	R	R	R							
CLO 2				M		M				
CLO 3	M	M	M							
CLO 4	M	M	M							
CLO 5				M	M	M				
CLO 6				M	M	M				
CLO 7				M	M	M				
CLO 8							R	R	R	R
CLO 9								R	R	R
CLO 10								R	R	R
Tổng hợp học phần	M	M	M	M	M	M	R	R	R	R

14.27 QUẢN TRỊ XUẤT NHẬP KHẨU: 3 tín chỉ

14.27.1 Mục tiêu của học phần

a. Mục tiêu chung

Học phần nhằm trang bị cho người học những kiến thức về nâng cao và chuyên sâu về hoạt động quản trị xuất nhập khẩu trong các doanh nghiệp xuất nhập khẩu.

b. Mục tiêu cụ thể

❖ Về kiến thức:

- Học phần nhằm trang bị cho người học những kiến thức về các nghiệp vụ trong hoạt động xuất nhập khẩu bao gồm: Hoạch định chiến lược kinh doanh xuất nhập khẩu; Quản lý hợp đồng mua bán hàng hóa quốc tế, tổ chức thực hiện các hợp đồng xuất nhập khẩu và đánh giá kết quả và hiệu quả hoạt động xuất nhập khẩu.
- Vận dụng sáng tạo những kiến thức của môn học vào thực tiễn Quản trị xuất nhập khẩu của doanh nghiệp/đất nước.
- Vận dụng tốt những kiến thức của môn học vào việc viế đề án tốt nghiệp cao học.

❖ Về kỹ năng:

- Có khả năng giải thích, phân tích, dự báo các vấn đề phát sinh và giải quyết các tình huống trong hoạt động xuất nhập khẩu.
- Phân tích các tình huống kinh doanh thương mại quốc tế và việc vận dụng các kiến thức vào thực tế ở Việt Nam
- Phát triển kỹ năng thuyết trình thông qua hình thức trình bày theo cá nhân hay cả nhóm trước lớp và trả lời các câu hỏi

❖ Về mức tự chủ và chịu trách nhiệm:

- Có đạo đức và trách nhiệm nghề nghiệp
- Có tinh thần cầu thị, chủ động sáng tạo
- Có phong cách làm việc chuyên nghiệp phù hợp với xu thế phát triển của hoạt động kinh doanh trên thế giới. Hình thành tác phong chuyên nghiệp trong môi trường kinh doanh quốc tế.

14.27.2 Chuẩn đầu ra của học phần

a. Chuẩn đầu ra của học phần

Ký hiệu	Nội dung

Về kiến thức	
CLO1	Hoạch định chiến lược kinh doanh xuất nhập khẩu
CLO2	Phân tích về hợp đồng mua bán hàng hóa quốc tế
CLO3	Phân tích về hợp đồng ngoại thương chuyên biệt
CLO4	Phân tích tổ chức thực hiện các hợp đồng xuất nhập khẩu
CLO5	Đánh giá kết quả và hiệu quả hoạt động xuất nhập khẩu của doanh nghiệp
Về kỹ năng	
CLO6	Có kỹ năng sử dụng ngoại ngữ chuyên ngành: có thể đọc hiểu báo cáo về hầu hết các chủ đề trong công việc có liên quan đến ngành đào tạo, có thể diễn đạt bằng ngoại ngữ trong hầu hết các tình huống chuyên môn thông thường, có thể viết báo cáo liên quan đến công việc chuyên môn, trình bày được các ý kiến và phản biện một vấn đề kỹ thuật một cách rõ ràng.
Về mức tự chủ và tự chịu trách nhiệm	
CLO7	Có phẩm chất chính trị, đạo đức nghề nghiệp, công tâm, khách quan, chuyên nghiệp, tôn trọng chữ tín và luôn trách nhiệm trong công việc, vì công việc;
CLO8	Thái độ tích cực trong công việc, có tinh thần hợp tác với cộng sự trong quá trình làm việc, tôn trọng sự đa dạng của văn hoá trong môi trường kinh doanh quốc tế

b. ***Mối quan hệ giữa chuẩn đầu ra của học phần (CLOs) với chuẩn đầu ra của chương trình đào tạo (PLOs):***

PLO	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)
CLO1			R							
CLO2	M						M			
CLO3	M						M			
CLO4			R	R						R
CLO5			R							R
CLO6							M			
CLO7								R		
CLO8									R	
Tổng hợp học phần	M		R	R			M	R	R	R

14.28 QUẢN TRỊ TÀI CHÍNH CÔNG TY ĐA QUỐC GIA: 3 tín chỉ

14.28.1 Mục tiêu của học phần

a. Mục tiêu chung

Học phần trang bị kiến thức về quản trị tài chính công ty đa quốc gia (MFM) – một trong những nghiệp vụ quản trị quan trọng của doanh nghiệp trong thời đại hội nhập toàn cầu. Môn học giải quyết ba quyết định của TCDN nhưng ở phạm vi của công ty đa quốc gia (MNC), trong đó tập trung giải quyết vấn đề rủi ro tỷ giá tác động đến ba quyết định của tài chính.

Về kiến thức: Học viên cần nắm bắt được những lợi ích của toàn cầu hóa, vai trò của các tập đoàn đa quốc gia trong cạnh tranh toàn cầu. Các kiến thức chung về động lực của các công ty khi đầu tư trực tiếp nước ngoài. Học viên nắm bắt được các mục tiêu của một tập đoàn đa quốc gia trong quá trình toàn cầu hóa, các mục tiêu và yêu cầu quản trị đối với những tập đoàn này trên các phương diện vi mô và chịu sự tác động của yếu tố vĩ mô toàn cầu. Nắm bắt được các rủi ro trong quản trị tài chính công ty đa quốc gia trên cơ sở đó có đối sách quản trị phù hợp.

Về kỹ năng: Nâng cao kỹ năng phân tích, tổng hợp, đánh giá của học viên; phát triển kỹ năng nghiên cứu độc lập và giải quyết vấn đề, kỹ năng trình bày và thảo luận, kỹ năng làm

việc nhóm

Về năng lực tự chủ và chịu trách nhiệm: Nâng cao khả năng nghiên cứu, tìm kiếm giải pháp cho các vấn đề thực tế của học viên; nâng cao năng lực dẫn dắt chuyên môn; nâng cao nhận thức về trách nhiệm xã hội của học viên

b. Mục tiêu cụ thể

❖ **Về kiến thức:**

- Hiểu rõ về quản trị tài chính doanh nghiệp, phân biệt được sự khác nhau giữa quản trị TCDN và quản trị tài chính ở công ty đa quốc gia.
- Xác định được mục tiêu quản trị tài chính ở công ty đa quốc gia.
- Hiểu rõ các quyết định của TCDN và ra các quyết định quản trị tài chính ở công ty đa quốc gia nhằm đạt được mục tiêu của chủ sở hữu công ty.
- Vận dụng thành thạo các công cụ TCDN để quản trị như các công cụ phái sinh giúp phòng ngừa rủi ro và kinh doanh kiếm lời
- Hiểu và có đối sách thích hợp với hoạt động chuyển giá ở công ty đa quốc gia.

❖ **Về kỹ năng:**

- Nâng cao kỹ năng phân tích, tổng hợp và đánh giá của học viên đối với các vấn đề quản trị tài chính.
- Phát triển kỹ năng nghiên cứu độc lập của học viên đối với các khía cạnh của tài chính MNC trong bối cảnh hội nhập sâu, rộng.
- Phát triển kỹ năng trình bày và thảo luận vấn đề chuyên môn về QTTC MNC với chuyên gia hoặc trong nhóm nghiên cứu.
- Có kỹ năng làm việc với các chuyên gia tài chính bậc cao trong tập đoàn hay tổng công ty.

❖ **Về mức tự chủ và chịu trách nhiệm:**

- Nghiên cứu, đưa ra những sáng kiến quan trọng để giải quyết các vấn đề thực tiễn phát sinh trong môn học MFM.
- Năng lực dẫn dắt chuyên môn; đưa ra được những kết luận mang tính chuyên gia về lĩnh vực MFM; trung thực, bảo vệ và chịu trách nhiệm về những kết luận chuyên môn.
- Nhận thức được trách nhiệm xã hội của các công ty một cách đúng đắn để

hài hoà các lợi ích trong xã hội và phát triển doanh nghiệp và kinh tế bền vững.

14.28.2 Chuẩn đầu ra của học phần

a. Chuẩn đầu ra của học phần

Ký hiệu	Nội dung
Về kiến thức	
CLO1	Hiểu được rõ mục tiêu của quản trị tài chính công ty đa quốc gia và tổ chức được hoạt động tài chính của công ty.
CLO2	Phân tích môi trường rủi ro quốc gia của công ty đa quốc gia, làm cơ sở để nghiên cứu và ra quyết định đầu tư hiệu quả.
CLO3	Phân tích quyết định đầu tư và quản trị tài sản trong công ty đa quốc gia nhằm đạt mục tiêu của chủ sở hữu.
CLO4	Phân tích, xây dựng chính sách rủi ro nhất là rủi ro tỷ giá ở các công ty đa quốc gia
CLO5	Phân tích, ra quyết định khai thác và quản trị nguồn tài trợ với chi phí hợp lý
CLO6	Phân tích, đánh giá hoạt động chuyển giá của các công ty đa quốc gia
Về kỹ năng	
CLO7	Nâng cao kỹ năng phân tích, tổng hợp và đánh giá của học viên đối với các vấn đề quản trị tài chính
CLO8	Phát triển kỹ năng nghiên cứu độc lập của học viên đối với các khía cạnh của tài chính doanh nghiệp trong bối cảnh hội nhập sâu, rộng.
CLO9	Phát triển kỹ năng trình bày và thảo luận vấn đề chuyên môn về MFM với chuyên gia hoặc trong nhóm nghiên cứu.
CLO10	Có kỹ năng làm việc với các chuyên gia tài chính bậc cao trong tập đoàn hay tổng công ty
Về mức tự chủ và chịu trách nhiệm	
CLO11	Nghiên cứu, đưa ra những sáng kiến quan trọng để giải quyết các

	vấn đề thực tiễn phát sinh trong môn học QTTC
CLO12	Năng lực dẫn dắt chuyên môn; đưa ra được những kết luận mang tính chuyên gia về lĩnh vực QTTC; trung thực, bảo vệ và chịu trách nhiệm về những kết luận chuyên môn.
CLO13	Nhận thức được trách nhiệm xã hội của các công ty đa quốc gia một cách đúng đắn để hài hoà các lợi ích trong xã hội và phát triển doanh

b. ***Mối quan hệ giữa chuẩn đầu ra của học phần (CLOs) với chuẩn đầu ra của chương trình đào tạo (PLOs):***

PLO	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)
CLO1	I	I				I				
CLO2		I	R	I						
CLO3	R	R	M		M	M				
CLO4			M	M	R	M				
CLO5	R	R	M	M	M	R				
CLO6			M	M		R				
CLO7				R		M				
CLO8				M	R					
CLO9				R	R	R	R			
CLO10				M	M	M	M			
CLO11								R		
CLO12								M	R	
CLO13										R
Tổng hợp HP	R	R	M	M	M	M	M	M	R	R

14.29 QUẢN TRỊ ĐA VĂN HÓA: 3 tín chỉ

14.29.1 Mục tiêu của học phần

a. Mục tiêu chung

Có khả năng phân tích cơ bản sự khác biệt trong văn hoá.

Nhận biết các nguyên tắc cơ bản và các thông tin quan trọng làm cầu nối giữa mọi người đến từ các quốc gia khác nhau để làm việc chung trong một tổ chức.

Có kỹ năng nhận thức liên quan đến phản biện, phân tích, tổng hợp các đề tài liên quan đến đa văn hóa

b. Mục tiêu cụ thể

❖ **Về kiến thức:**

Học viên nắm vững kiến thức cơ bản về văn hóa, quản trị đa văn hóa, ý nghĩa của quản trị đa văn hóa, lãnh đạo và chuẩn mực lãnh đạo trong nhóm đa văn hóa; các kiểu văn hóa, các mô hình quản trị đa văn hóa hiện nay trên thế giới và ứng dụng vào Việt Nam. Học viên nắm vững phương thức vận dụng các công cụ giao tiếp, quản lý các mối quan hệ giao tiếp trong môi trường đa văn hóa, đa ngôn ngữ của doanh nghiệp mình.

❖ **Về Kỹ năng:**

Học viên có khả năng vận dụng được các kiến thức cơ bản về văn hóa, quản trị doanh nghiệp trong môi trường đa văn hóa, phân tích sự khác biệt các nền văn hóa trên thế giới, sự đa dạng văn hóa trong doanh nghiệp mình quản lý. Học viên có khả năng vận dụng kỹ năng và công cụ giao tiếp trong môi trường kinh doanh của công ty cũng như cách ứng xử nhân viên trong doanh nghiệp đa quốc văn hóa, đa quốc tịch nhằm đạt hiệu quả cao trong công việc cũng như trong môi trường đa văn hóa.

❖ **Về mức tự chủ và chịu trách nhiệm:**

Học viên tích cực, chủ động tìm hiểu về kiến thức có liên quan đến bài học, đọc tài liệu, làm việc nhóm, cá nhân trên lớp cũng như hoàn thiện các bài tiểu luận, tham dự học tập, tham dự giờ giảng lý thuyết trên 80% số tiết học.

14.29.2 Chuẩn đầu ra của học phần

a. Chuẩn đầu ra của học phần

Ký hiệu	**Nội dung**
Về kiến thức	
CLO1	Hệ thống hóa các kiến thức chuyên sâu về các chức năng trong quản trị đa văn hoá.
CLO2	Cập nhật kiến thức về các mô hình quản trị đa văn hoá doanh nghiệp hiện đại trên thế giới.
CLO3	Tư duy phân tích các vấn đề phát sinh trong thực tiễn có luận cứ khoa học.
Về kỹ năng	
CLO4	Phân tích, đánh giá một cách khoa học các kiến thức chuyên ngành để áp dụng vào thực tiễn đa văn hoá.

CLO5	Phân tích giao tiếp trong môi trường kinh doanh của công ty.
CLO6	Nhận diện, đánh giá và giải quyết vấn đề phát sinh trong quá trình ứng xử nhân viên trong doanh nghiệp đa quốc văn hóa, đa quốc tịch nhằm đạt hiệu quả cao trong công việc cũng như trong môi trường đa văn hóa.
Về mức tự chủ và chịu trách nhiệm	
CLO7	Năng lực phát hiện và đưa ra những kết luận mang tính chuyên gia về các vấn đề phức tạp trong doanh nghiệp.
CLO8	Khát vọng vươn lên để trở thành những nhà lãnh đạo, chuyên gia cao cấp.
CLO9	Trân trọng các giá trị đạo đức của dân tộc để nâng cao giá trị cuộc sống.

b. ***Mối quan hệ giữa chuẩn đầu ra của học phần (CLOs) với chuẩn đầu ra của chương trình đào tạo (PLOs):***

PLO	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)
CLO1		I		R						
CLO2			I				R			
CLO3					M			R		
CLO4	R		R			M			M	
CLO5										
CLO5		R		M						M
CLO7					M			M		
CLO8			M			R			M	
CLO9							R	M		M
Tổng hợp học phần	R	I	M	M	M	M	R	M	M	M

14.30 ĐỀ ÁN TỐT NGHIỆP: 9 tín chỉ

Báo cáo đề án là một bản thuyết minh quá trình xây dựng, triển khai và kết quả triển khai đề án, đáp ứng các yêu cầu sau:

a) Đề xuất và kiểm nghiệm được mô hình, giải pháp mới để giải quyết hiệu quả những thách thức trong thực tiễn; thể hiện năng lực ứng dụng khoa học, công nghệ và giải quyết vấn đề của học viên;

b) Phù hợp với các chuẩn mực về văn hóa, đạo đức và thuần phong mỹ tục của người VN;

c) Đề án phải tuân thủ các quy định hiện hành của pháp luật sở hữu trí tuệ. Việc sử dụng

hoặc trích dẫn kết quả nghiên cứu của người khác hoặc của đồng tác giả phải được dẫn nguồn đầy đủ, rõ ràng tại vị trí trích dẫn và tại danh mục tài liệu tham khảo. Kết quả nghiên cứu trong đề án phải là kết quả lao động của chính tác giả, chưa được người khác công bố trong bất cứ một công trình nghiên cứu nào.

HIỆU TRƯỞNG	TRƯỞNG KHOA QTKD
PGS.TS PHẠM TIẾN ĐẠT	TS. HUỲNH THỊ THU SƯƠNG