

**CÔNG KHAI CAM KẾT CHẤT LƯỢNG ĐÀO TẠO
CỦA CƠ SỞ GIÁO DỤC ĐẠI HỌC
Năm học 2022 – 2023**

1. Ngành: Marketing
2. Đơn vị đào tạo: Khoa Quản trị kinh doanh

STT	Nội dung	Trình độ đào tạo Đại học chính quy
I.	Điều kiện đăng ký tuyển sinh	<p>1. Đối tượng tuyển sinh:</p> <ul style="list-style-type: none">- Học sinh là người Việt nam đã tốt nghiệp THPT hoặc tương đương.- Học sinh là người nước ngoài có nguyện vọng học tập. <p>2. Phạm vi tuyển sinh:</p> <ul style="list-style-type: none">- Tất cả các thí sinh trong cả nước và các thí sinh là người nước ngoài. <p>3. Phương thức tuyển sinh:</p> <p>– Phương thức 1: xét tuyển thí sinh theo kết quả điểm thi tốt nghiệp THPT</p> <p>a, Tiêu chí xét tuyển: Điều kiện để được xét tuyển:</p> <ul style="list-style-type: none">+ Tiêu chí 1: Tốt nghiệp THPT các năm;+ Tiêu chí 2: Tham gia kỳ thi trung học phổ thông quốc gia năm 2022. <p>(Lưu ý: Chỉ những thí sinh đạt 2 tiêu chí trên mới đủ điều kiện tham gia xét tuyển)</p> <p>b, Phương pháp xét tuyển: Điểm trúng tuyển = Tổng điểm theo tổ hợp môn xét tuyển + Điểm ưu tiên. (Trong đó: Điểm ưu tiên: được tính theo quy định trong Quy chế tuyển sinh đại học chính quy hiện hành.)</p> <p>c, Nguyên tắc xét tuyển:</p> <ul style="list-style-type: none">- Lấy điểm từ cao xuống đến hết chỉ tiêu. Trường xây dựng điểm chuẩn trúng tuyển cho từng ngành xét tuyển dựa trên chỉ tiêu tuyển sinh đã xác định và số lượng thí sinh nộp hồ sơ xét tuyển vào Trường.- Trường hợp xét tuyển đến một mức điểm nhất định vẫn còn chỉ tiêu nhưng số thí sinh cùng bằng điểm cao hơn số lượng chỉ tiêu còn lại, thực hiện xét tuyển theo các tiêu chí phụ sau:<ul style="list-style-type: none">+ Tiêu chí phụ: thí sinh có điểm thi môn Toán cao hơn sẽ trúng tuyển. <p>Nếu sau khi xét đến tiêu chí phụ mà vẫn chưa đủ chỉ tiêu thì Chủ tịch Hội đồng xét tuyển của Nhà trường quyết định tuyển nguyện vọng bổ sung tiếp theo.</p> <p>– Phương thức 2: xét tuyển thí sinh theo kết quả điểm học bạ lớp</p>

	<p>12 theo tổ hợp môn xét tuyển từng ngành học.</p> <p>a) Tiêu chí xét tuyển:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Điều kiện để được xét tuyển: + Tiêu chí 1: Tốt nghiệp THPT các năm; + Tiêu chí 2: Điểm tổng kết theo tổ hợp môn của năm học lớp 10, lớp 11, lớp 12. <p><i>Lưu ý: Chỉ những thí sinh đạt 2 tiêu chí trên mới đủ điều kiện tham gia xét tuyển.</i></p> <p>Phương pháp xét tuyển</p> <p>Điểm trúng tuyển = Điểm tổng kết trung bình của tổ hợp môn năm học lớp 10 + Điểm tổng kết trung bình của tổ hợp môn năm học lớp 11 + Điểm tổng kết trung bình của tổ hợp môn năm học lớp 12 + Điểm ưu tiên</p> <p>Trong đó: Điểm ưu tiên: được tính theo quy định trong Quy chế tuyển sinh đại học chính quy hiện hành.</p> <p>b) Nguyên tắc xét tuyển:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Lấy điểm từ cao xuống đến hết chỉ tiêu. Trường xây dựng điểm chuẩn trúng tuyển cho từng ngành xét tuyển dựa trên chỉ tiêu tuyển sinh đã xác định và số thí sinh nộp hồ sơ xét tuyển vào Trường. - Trường hợp xét tuyển đến một mức điểm nhất định vẫn còn chỉ tiêu nhưng số thí sinh cùng bằng điểm cao hơn số lượng chỉ tiêu còn lại, thực hiện xét tuyển theo các tiêu chí phụ sau: <ul style="list-style-type: none"> + Tiêu chí phụ 1: thí sinh có điểm tổng kết theo tổ hợp môn năm học lớp 12 cao hơn sẽ trúng tuyển. <p>Nếu sau khi xét đến tiêu chí phụ mà vẫn chưa đủ chỉ tiêu thì Chủ tịch Hội đồng xét tuyển của Nhà trường quyết định tuyển nguyện vọng bổ sung tiếp theo.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Phương thức 3: xét tuyển thí sinh theo kết quả điểm bài thi ĐGNL ĐHQG - HCM <ul style="list-style-type: none"> + Tiêu chí 1: Tốt nghiệp THPT các năm; + Tiêu chí 2: Những thí sinh có kết quả gần ngưỡng trúng tuyển vào đại học Quốc gia thành phố Hồ Chí Minh trong bài thi đánh giá năng lực của Đại học Quốc gia thành phố Hồ Chí Minh 2022. <p><i>Lưu ý: Chỉ những thí sinh đạt 2 tiêu chí trên mới đủ điều kiện tham gia xét tuyển.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Phương thức 4: Xét tuyển thẳng theo Quy chế tuyển sinh đại học của Bộ Giáo dục & Đào tạo. <p>4. Phương án định điểm trúng tuyển</p> <p>Do Chủ tịch Hội đồng xét tuyển (tuyển sinh) của Nhà trường quyết định.</p>
<p>II. Mục tiêu kiến thức, kỹ năng, thái độ và trình độ ngoại ngữ đạt</p>	<p>1) Mục tiêu chung</p> <p>Đào tạo cử nhân Marketing có kiến thức cơ bản và chuyên sâu về chuyên ngành marketing đáp ứng nhu cầu xã hội trong thời đại số; có khả năng lập kế hoạch, tổ chức, lãnh đạo và kiểm soát các vấn đề liên quan đến hoạt động marketing của doanh nghiệp; thành thạo các kỹ năng, có tư cách đạo đức nghề nghiệp, có năng lực tự chủ và trách nhiệm, có khả năng thích ứng phát triển nghề</p>

được	<p>nghiệp bản thân trong môi trường cạnh tranh và bối cảnh hội nhập toàn cầu.</p> <p>2) Mục tiêu cụ thể</p> <p>a. Kiến thức</p> <p>Cử nhân Marketing có kiến thức nền tảng cơ bản về khối ngành kinh tế, quản lý, kinh doanh, thương mại và chuyên sâu về lĩnh vực marketing. Sinh viên có năng lực vận dụng kiến thức để giải quyết các vấn đề marketing, cung cấp thông tin và ra quyết định đối với các hoạt động liên quan đến chức năng marketing và vai trò nhà quản trị marketing.</p> <p>b. Kỹ năng</p> <p>Kỹ năng cơ bản và chuyên sâu về lập kế hoạch, tổ chức, lãnh đạo và kiểm soát các vấn đề liên quan đến hoạt động marketing của doanh nghiệp; có khả năng thích ứng phát triển nghề nghiệp bản thân trong môi trường cạnh tranh và bối cảnh hội nhập toàn cầu.</p> <p>c. Mức độ tự chủ và trách nhiệm</p> <p>Tác phong làm việc chuyên nghiệp; tự tin giao tiếp, đàm phán; có kỹ năng tư duy hệ thống, tư duy phân tích một cách độc lập; Có khả năng làm việc độc lập và làm việc nhóm; có năng lực sáng tạo khởi nghiệp và truyền cảm hứng kinh doanh với đồng nghiệp và cộng đồng.</p>																		
	<p>3) Chuẩn đầu ra</p> <p>a. Kiến thức:</p> <table border="1" data-bbox="459 1048 1295 1953"> <thead> <tr> <th data-bbox="459 1048 667 1124">Ký hiệu</th> <th data-bbox="667 1048 1078 1124">Chủ đề chuẩn đầu ra</th> <th data-bbox="1078 1048 1295 1124">Trình độ năng lực)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="459 1124 667 1317">PLO1</td> <td data-bbox="667 1124 1078 1317">Vận dụng kiến thức thực tế vững chắc, kiến thức lý thuyết sâu, rộng trong phạm vi của ngành marketing.</td> <td data-bbox="1078 1124 1295 1317">5</td> </tr> <tr> <td data-bbox="459 1317 667 1464">PLO1.1</td> <td data-bbox="667 1317 1078 1464">Tư duy toán học, xây dựng mô hình hóa và áp dụng bài toán xác suất thống kê vào giải các bài toán kinh tế.</td> <td data-bbox="1078 1317 1295 1464">3</td> </tr> <tr> <td data-bbox="459 1464 667 1653">PLO1.2</td> <td data-bbox="667 1464 1078 1653">Vận dụng kiến thức lý thuyết cũng như thực tiễn chuyên sâu về ngành Marketing trong kinh doanh truyền thông và thời đại số.</td> <td data-bbox="1078 1464 1295 1653">4</td> </tr> <tr> <td data-bbox="459 1653 667 1845">PLO1.3</td> <td data-bbox="667 1653 1078 1845">Xây dựng các bộ phận liên quan đến hoạt động marketing, thị trường, khách hàng, thương hiệu... của doanh nghiệp.</td> <td data-bbox="1078 1653 1295 1845">5</td> </tr> <tr> <td data-bbox="459 1845 667 1953">PLO2</td> <td data-bbox="667 1845 1078 1953">Áp dụng kiến thức cơ bản về khoa học tự nhiên, xã hội, khoa học chính trị và</td> <td data-bbox="1078 1845 1295 1953">3</td> </tr> </tbody> </table>	Ký hiệu	Chủ đề chuẩn đầu ra	Trình độ năng lực)	PLO1	Vận dụng kiến thức thực tế vững chắc, kiến thức lý thuyết sâu, rộng trong phạm vi của ngành marketing.	5	PLO1.1	Tư duy toán học, xây dựng mô hình hóa và áp dụng bài toán xác suất thống kê vào giải các bài toán kinh tế.	3	PLO1.2	Vận dụng kiến thức lý thuyết cũng như thực tiễn chuyên sâu về ngành Marketing trong kinh doanh truyền thông và thời đại số.	4	PLO1.3	Xây dựng các bộ phận liên quan đến hoạt động marketing, thị trường, khách hàng, thương hiệu... của doanh nghiệp.	5	PLO2	Áp dụng kiến thức cơ bản về khoa học tự nhiên, xã hội, khoa học chính trị và	3
Ký hiệu	Chủ đề chuẩn đầu ra	Trình độ năng lực)																	
PLO1	Vận dụng kiến thức thực tế vững chắc, kiến thức lý thuyết sâu, rộng trong phạm vi của ngành marketing.	5																	
PLO1.1	Tư duy toán học, xây dựng mô hình hóa và áp dụng bài toán xác suất thống kê vào giải các bài toán kinh tế.	3																	
PLO1.2	Vận dụng kiến thức lý thuyết cũng như thực tiễn chuyên sâu về ngành Marketing trong kinh doanh truyền thông và thời đại số.	4																	
PLO1.3	Xây dựng các bộ phận liên quan đến hoạt động marketing, thị trường, khách hàng, thương hiệu... của doanh nghiệp.	5																	
PLO2	Áp dụng kiến thức cơ bản về khoa học tự nhiên, xã hội, khoa học chính trị và	3																	

		pháp luật.	
	PLO2.1	Rèn luyện và bảo vệ sức khỏe, hiểu biết về quốc phòng trong xây dựng và bảo vệ Tổ quốc.	3
	PLO2.2	Áp dụng các kiến thức khoa học chính trị và pháp luật để phân tích các thể chế, chính sách đầu tư và marketing.	3
	PLO2.3	Áp dụng các kiến thức khoa học xã hội như tâm lý học, văn hóa, và giao tiếp vào thực tiễn hoạt động marketing trong doanh nghiệp.	3
	PLO3	Sử dụng công nghệ thông tin vào tìm kiếm, xử lý số liệu phục vụ cho việc nghiên cứu thị trường, khách hàng, thương hiệu và các hoạt động liên quan đến marketing.	3
	PLO3.1	Sử dụng các phần mềm văn phòng vào soạn thảo văn bản và thao tác công việc.	3
	PLO3.2	Sử dụng các phần mềm chuyên dụng vào nghiên cứu marketing, phân tích dữ liệu, tương tác với khách hàng và quản trị rủi ro như: SPSS, Excel, Microsoft office...	3
	PLO4	Nghiên cứu marketing, xây dựng kế hoạch marketing, tổ chức thực hiện và giám sát quá trình hoạt động marketing trong doanh nghiệp.	4
	PLO4.1	Áp dụng các nguyên lý cơ bản trong kinh tế vào phân tích môi trường tác nghiệp của doanh nghiệp tầm vi mô và vĩ mô.	3
	PLO4.2	Vận dụng các phương pháp thống kê, nghiên cứu marketing vào chuyên ngành marketing.	4
	PLO4.3	Phân tích và vận dụng các quy luật tự nhiên - xã hội,	4

		lược kinh tế, kế toán, tài chính để đánh giá và lựa chọn các hoạt động marketing.	
	PLO5	Quản trị và điều hành các hoạt động marketing trong doanh nghiệp	4
	PLO5.1	Quản trị các hoạt động marketing, thị trường, khách hàng, thương hiệu và hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp.	4
	PLO5.2	Điều hành các hoạt động nghiên cứu marketing, truyền thông, xúc tiến thương mại, quảng cáo... trong doanh nghiệp.	4
	PLO5.3	Điều hành các mối quan hệ với khách hàng, quan hệ công chúng và quản trị marketing trong doanh nghiệp.	4
	b. Kỹ năng		
	Ký hiệu	Chủ đề chuẩn đầu ra	Trình độ năng lực)
	PLO6	Phân tích, dự báo và ra quyết định các vấn đề liên quan đến hoạt động marketing trong môi trường đầy biến động.	4
	PLO6.1	Thực hiện các nghiệp vụ marketing, quản trị marketing, quản trị phát triển thị trường và khách hàng.	4
	PLO6.2	Xây dựng, thực hiện, kiểm soát và hoạch định chiến lược marketing, quản trị quan hệ khách hàng, XNK, logistic...	4
	PLO6.3	Vận dụng pháp luật trong hoạt động marketing, xúc tiến thương mại, quảng cáo, quan hệ công chúng và đàm phán ký kết hợp đồng.	4
	PLO7	Lãnh đạo, sáng tạo tinh thần khởi nghiệp và truyền cảm hứng kinh doanh từ	4

		các nguồn lực của cộng đồng.	
	PLO7.1	Thành lập, lãnh đạo, tổ chức hoạt động và phát triển nhóm công việc.	4
	PLO7.2	Khởi nghiệp sáng tạo từ các vấn đề xã hội và môi trường từ các nguồn lực cộng đồng.	4
	PLO8	Phản biện, nhận diện, kiểm soát, cảnh báo các rủi ro marketing phát sinh và đề xuất các giải pháp ứng phó phù hợp.	4
	PLO8.1	Thu thập, phân tích và xử lý thông tin, sử dụng được các phần mềm nghiên cứu thị trường, nghiên cứu marketing để đề xuất các giải pháp và chính sách marketing trong doanh nghiệp.	4
	PLO8.2	Vận dụng kiến thức khoa học tự nhiên, xã hội vào nghiên cứu, khám phá và nhận diện các vấn đề rủi ro liên quan đến hoạt động marketing.	4
	PLO9	Đánh giá chất lượng công việc và kết quả thực hiện của các thành viên trong nhóm	4
	PLO9.1	Kiểm tra, đánh giá mức độ hoàn thành công việc với mục tiêu đặt ra của từng thành viên và của nhóm.	4
	PLO9.2	Xây dựng các tiêu chí kiểm tra, đề xuất chế độ khen thưởng phù hợp.	4
	PLO10	Thích ứng và đề xuất các giải pháp tại nơi làm việc; chuyển tải, phổ biến kiến thức, kỹ năng quản lý điều hành hoạt động marketing cụ thể hoặc phức tạp.	4
	PLO10.1	Vận dụng chiến lược, chính sách, kế hoạch marketing và truyền đạt hiệu quả.	4
	PLO10.2	Phối hợp các kỹ năng trình	4

	bày, thuyết trình, giao tiếp bằng văn bản, đa truyền thông và hệ thống mạng xã hội.	
PLO11	Áp dụng thành thạo các kỹ năng, đạt chuẩn ngoại ngữ bậc 3/6 Khung năng lực ngoại ngữ của Việt Nam	4
PLO11.1	Giao tiếp bằng tiếng Anh tương đương trình độ từ B1	3
PLO11.2	Đọc hiểu, soạn thảo, giao tiếp chuyên môn được bằng tiếng Anh với các đối tác nước ngoài	4
c. Thái độ và trách nhiệm		
PLO12	Độc lập trong công việc; phát triển nhóm công việc, chịu trách nhiệm cá nhân và trách nhiệm đối với nhóm.	4
PLO12.1	Tự chủ, tự chịu trách nhiệm trong công việc được phân công hay đảm nhận.	4
PLO12.2	Phát huy vai trò của cá nhân, của tập thể trong phối hợp triển khai và thực hiện công việc của tổ chức.	4
PLO13	Hướng dẫn, giám sát và đôn đốc cấp dưới thực hiện nhiệm vụ trong tầm hạn quản trị	4
PLO13.1	Phân tách công việc, chia nhóm thực hiện và giám sát hoạt động các thành viên trong nhóm.	4
PLO13.2	Tương tác, truyền cảm hứng và tạo động lực làm việc đến đồng nghiệp.	4
PLO14	Tự định hướng, đưa ra kết luận chuyên môn và bảo vệ quan điểm cá nhân.	4
PLO14.1	Phán xét, tư duy sáng tạo trong quản và điều hành.	4
PLO14.2	Nghiên cứu, khám phá kiến thức và kỹ năng mới.	4
PLO15	Lập kế hoạch, điều phối, quản lý các nguồn lực, đánh giá và cải thiện hiệu	4

		quả các hoạt động marketing trong doanh nghiệp.	
	PLO15.1	Áp dụng tư duy hệ thống: lập luận vấn đề logic, có hệ thống, nhận diện vấn đề ở phạm vi toàn cục, phân loại sắp xếp được các vấn đề theo thứ tự ưu tiên cần giải quyết/xử lý.	4
	PLO15.2	Điều phối các nguồn lực theo yêu cầu công việc, xử lý linh hoạt các vấn đề phát sinh trong tầm hạn quản trị.	4
	d.	<p>Ngoại ngữ</p> <ul style="list-style-type: none"> + Các điều kiện để công nhận tốt nghiệp dựa vào Quy chế đào tạo Đại học theo Quyết định số 2474/QĐ-DCT ngày 14/10/2020 của Hiệu trưởng Trường Đại học Công nghiệp Thực phẩm Thành phố Hồ Chí Minh về việc ban hành Quy chế đào tạo Đại học theo tín chỉ. + Đạt chuẩn trình độ ngoại ngữ tối thiểu bậc 3/6 theo Khung năng lực Ngoại ngữ của Việt Nam theo Quyết định 2452/QĐ-DCT ngày 11/9/2019; + Hoặc đạt chuẩn trình độ ngoại ngữ theo Quyết định 2212/QĐ-DCT ngày 19/10/2021; 	
	e.	<p>Tin học:</p> <ul style="list-style-type: none"> + Các điều kiện để công nhận tốt nghiệp dựa vào Quy chế đào tạo Đại học theo Quyết định số 2474/QĐ-DCT ngày 14/10/2020 của Hiệu trưởng Trường Đại học Công nghiệp Thực phẩm Thành phố Hồ Chí Minh về việc ban hành Quy chế đào tạo Đại học theo tín chỉ. + Đạt chứng chỉ Ứng dụng công nghệ thông tin cơ bản theo Quyết định số 1093/QĐ-DCT ngày 22/1/2016; 	
III	Các chính sách, hoạt động hỗ trợ học tập, sinh hoạt cho người học	<ul style="list-style-type: none"> - Hỗ trợ vay vốn học tập; xác nhận cho sinh viên tìm việc làm; thủ tục xin hoãn nghĩa vụ quân sự, trợ giá xe bus; tham gia hoạt động và học tập ở các cơ sở giáo dục khác; - Giới thiệu sinh viên đến thực tập và làm việc tại các công ty, doanh nghiệp lớn và uy tín; - Cung cấp chỗ ở ký túc xá cho sinh viên hoặc giới thiệu chỗ trọ giá rẻ cho sinh viên; - Tổ chức cho sinh viên tham gia các hoạt động đoàn thể, các hoạt động về nguồn và các chương trình tình nguyện phục vụ cộng đồng 	
IV	Chương trình đào tạo mà nhà	<ul style="list-style-type: none"> - Chương trình đào tạo theo học chế tín chỉ 3,5 năm với 121 tín chỉ áp dụng cho khóa tuyển sinh từ năm học 2022 – 2023. 	

	trường thực hiện	- https://fbat.hufi.edu.vn/dao-tao/dai-hoc-chinh-quy.html
V.	Khả năng học tập, nâng cao trình độ sau khi ra trường	<ul style="list-style-type: none"> - Có thể học tiếp các chương trình sau đại học (Thạc sỹ, tiến sỹ) ngành marketing, Quản trị kinh doanh, kinh doanh thương mại, quản lý kinh tế. - Có điều kiện liên thông sang các ngành đào tạo khác thuộc khối ngành kinh tế, quản trị và kinh doanh. - Tự nghiên cứu, học tập, bổ sung các tri thức và kỹ năng còn thiếu nhằm đáp ứng nhu cầu của vị trí và môi trường công tác cụ thể
VI	Vị trí làm sau khi tốt nghiệp	<ul style="list-style-type: none"> - Nhân viên, chuyên viên, nhà quản trị marketing của các bộ phận có liên quan đến hoạt động marketing, thị trường, khách hàng, thương hiệu và hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp. - Giảng dạy và nghiên cứu marketing tại các trường đại học, viện nghiên cứu, đơn vị nghiên cứu thị trường và các tổ chức chính phủ, phi chính phủ có liên quan đến thị trường, khách hàng, thương hiệu, marketing

Thành phố Hồ Chí Minh, ngày 29 tháng 6 năm 2022

**KT. HIỆU TRƯỞNG
PHÓ HIỆU TRƯỞNG**



Thái Doãn Thanh

THƯỜNG

