

CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO ĐẠI HỌC

(Kèm theo Quyết định số **1443/QĐ-HVTC** ngày **05 / 9 /2025** của Giám đốc Học viện Tài chính)

- NGÀNH ĐÀO TẠO:	MARKETING (Tên Tiếng Anh: Marketing)
- MÃ NGÀNH:	7340115
- TÊN CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO:	DIGITAL MARKETING (Tên Tiếng Việt: Marketing số)
- MÃ CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO:	11.02QT
- TRÌNH ĐỘ ĐÀO TẠO:	Đại học (Chương trình định hướng chứng chỉ quốc tế ICDL)
- HÌNH THỨC ĐÀO TẠO:	Chính quy
- VĂN BẰNG TỐT NGHIỆP:	Cử nhân
- ĐƠN VỊ CẤP BẰNG:	Học viện Tài chính
- ÁP DỤNG TỪ NĂM TUYỂN SINH:	2025 (Từ khóa 63)

1. THỜI GIAN ĐÀO TẠO: 4 năm

2. MỤC TIÊU ĐÀO TẠO:

2.1. Mục tiêu chung: Chương trình đào tạo (CTĐT) Digital Marketing (Marketing số) định hướng chứng chỉ quốc tế (ICDL), ngành Marketing trình độ đại học là CTĐT định hướng ứng dụng, đào tạo nguồn nhân lực đáp ứng yêu cầu phát triển đất nước, có phẩm chất chính trị, đạo đức, có sức khỏe đáp ứng yêu cầu công việc, có kiến thức chuyên môn toàn diện về Marketing và Digital Marketing. Người học sau khi tốt nghiệp nắm vững nền tảng cơ bản về khoa học tự nhiên - xã hội, chính trị và pháp luật, ngoại ngữ, công nghệ thông tin; về kinh tế, tài chính, kế toán, quản lý và kinh doanh; chuyên sâu về lĩnh vực marketing và Digital marketing trong nước và quốc tế; có kỹ năng giao tiếp, ứng xử và giải quyết vấn đề liên quan; có khả năng lãnh đạo, quản lý, làm việc khoa học, đổi mới và sáng tạo; phân tích, đánh giá, hoạch định, tổng hợp và thực hành nghề nghiệp; tự chủ, trách nhiệm, tự đào tạo và khởi nghiệp; thích ứng nhanh với môi trường làm việc thay đổi, gắn với kỷ nguyên số; có ý thức kỷ luật, phục vụ cộng đồng và học tập suốt đời. Ngoài ra, người học được trang bị kiến thức chuyên sâu khác để mở rộng cơ hội nghề nghiệp và hội nhập quốc tế.

2.2. Mục tiêu cụ thể (PO: Program Objectives):

2.2.1. Về kiến thức

PO1: - Có kiến thức nền tảng về: khoa học tự nhiên, khoa học xã hội, chính trị và pháp luật; công nghệ thông tin (CNTT) và trí tuệ nhân tạo (AI), Tiếng Anh nâng cao để vận dụng vào nghề nghiệp, cuộc sống.

- Có kiến thức cơ bản về GDQP&AN, GDTC để vừa rèn luyện sức khỏe; sống có kỷ luật; có ý thức góp phần xây dựng phát triển đất nước.

PO2: Có kiến thức cơ bản về kinh tế, tài chính tiền tệ, kế toán, thống kê, quản trị, marketing căn bản để vận dụng và giải quyết tốt các vấn đề cơ bản của marketing trong môi trường làm việc thực tế; có năng lực Tiếng Anh chuyên sâu và ứng dụng công nghệ số.

PO3: - Có kiến thức chung của ngành Marketing và ngành Tài chính - Ngân hàng để làm nền tảng đào tạo chuyên sâu lĩnh vực Marketing số.

- Có kiến thức kiến thức chuyên môn, nghiệp vụ và khả năng thực hành về Marketing số theo định hướng chứng chỉ quốc tế (ICDL) hỗ trợ cho kiến thức ngành Marketing, CTĐT Marketing số để người học sau khi tốt nghiệp thích nghi nhanh và đáp ứng yêu cầu cao về lĩnh vực được đào tạo và mở rộng cơ hội nghề nghiệp toàn cầu.

PO4: - Có kiến thức lý thuyết sâu, rộng về lĩnh vực truyền thông marketing, truyền thông số phù hợp với xu hướng kinh tế xã hội đương đại.

- Có kiến thức chuyên sâu về Marketing số để thực hiện công việc chuyên môn; quản lý, tư vấn, tham mưu ra quyết định tối ưu.

- Có kiến thức thực tế, khả năng thực hành nghề nghiệp.

2.2.2. Về kỹ năng

PO5: - Có kỹ năng nghề nghiệp chuyên sâu để giải quyết những vấn đề cụ thể, phức tạp liên quan đến Marketing, Marketing số và lĩnh vực hỗ trợ khác.

- Có kỹ năng giao tiếp, ứng xử, làm việc khoa học và chuyên nghiệp; biết dẫn dắt chuyên môn, tự cập nhật kiến thức phục vụ công việc; có kỹ năng sử dụng công cụ khai thác và phân tích dữ liệu, tư duy công nghệ, ứng dụng kỹ năng vào môi trường marketing số,...

- Có kỹ năng học tập, nghiên cứu đáp ứng yêu cầu chuẩn CNTT, ngoại ngữ theo quy định hiện hành để phục vụ công việc.

2.2.3. Về mức độ tự chủ và trách nhiệm

PO6: - Có khả năng áp dụng kiến thức, kỹ năng đã được đào tạo để tổ chức, thực hiện tốt nhất công việc với nhóm, cá nhân, tập thể một cách khoa học, chuyên nghiệp; tự chịu trách nhiệm cá nhân; có khả năng tự triển khai và thích nghi với công nghệ.

- Có trách nhiệm với tập thể/đơn vị, với nhóm, cộng đồng và xã hội; có ý thức kỷ luật; tuân thủ pháp luật.

2.3. Khả năng học tập nâng cao trình độ của người học sau khi tốt nghiệp

- Có khả năng tiếp tục học tập ở bậc cao hơn tại các cơ sở giáo dục đại học uy tín trong nước và quốc tế.

- Có khả năng tự học, cập nhật, bổ sung các kiến thức mới phục vụ công tác chuyên môn.

- Có khả năng tham gia các kỳ thi lấy chứng chỉ nghiệp vụ và tự cập nhật, bổ sung kiến thức để dự thi lấy các chứng chỉ liên quan.

- Có cơ hội nhận được bằng đại học thứ 2 ngành khác của Học viện nếu người học đăng ký học cùng lúc 2 chương trình.

2.4. Về vị trí/chức danh làm việc sau khi tốt nghiệp

Người học tốt nghiệp CTĐT Digital Marketing định hướng chứng chỉ quốc tế (ICDL), ngành Marketing của Học viện Tài chính có nhiều cơ hội nghề nghiệp đa dạng trong các lĩnh vực khác nhau, từ cơ quan quản lý nhà nước các cấp đến các doanh nghiệp (DN) trong nước và quốc tế; cụ thể:

- Trong các cơ quan Nhà nước

+ Chuyên viên/ nhà quản lý kinh tế, tài chính, kinh doanh, số hóa, truyền thông, truyền thông số, phân tích dữ liệu số: Làm việc tại các bộ phận chức năng của Chính phủ, các bộ, ngành hoặc địa phương.

+ Chuyên viên/chuyên gia nghiên cứu, phân tích và dự báo: Tham gia nghiên cứu tại các viện nghiên cứu, trung tâm nghiên cứu thuộc trung ương hoặc địa phương.

+ Nhà phân tích chính sách: Nghiên cứu cơ chế chính sách của Nhà nước, đánh giá và phân tích tác động của các chính sách kinh tế đến xã hội và DN.

- Trong các doanh nghiệp

+ Chuyên viên marketing, marketing số: Xây dựng và triển khai chiến lược marketing chung của DN; xây dựng và triển khai các chương trình, dự án marketing, marketing số để phát triển thị trường, thương hiệu,...; lập kế hoạch và thực hiện các hoạt động marketing số.

+ Chuyên viên/nhà quản trị Marketing số: Xây dựng và quản trị hoạt động Marketing số cho các doanh nghiệp.

+ Chuyên viên/chuyên gia tư vấn Marketing, Agency Marketing: Hoạch định chiến lược marketing, marketing số, tổ chức nhân lực và triển khai hoạt động marketing, marketing số cho các doanh nghiệp khách hàng.

+ Chuyên viên/chuyên gia truyền thông số và thương hiệu số: Lập kế hoạch, chiến lược truyền thông số, thương hiệu số cho doanh nghiệp và tổ chức thực hiện.

+ Chủ DN tư nhân: Áp dụng kiến thức marketing và các kiến thức cần thiết để khởi nghiệp và phát triển DN riêng.

- Trong lĩnh vực kinh doanh

+ Chuyên viên/chuyên gia thẩm định dự án kinh doanh: Phân tích tính khả thi của các dự án kinh doanh, thu hút đầu tư, kết nối đối tác hợp tác triển khai.

+ Chuyên viên/nhà quản trị triển khai dự án kinh doanh: Phân tích môi trường marketing, đánh giá dự án tính khả thi của dự án để tổ chức triển khai.

+ Chuyên viên/chuyên gia kết nối hợp tác, M&A: Tư vấn chiến lược marketing kết nối hợp tác đầu tư, triển khai dự án kinh doanh; sáp nhập, mua lại hoặc liên doanh triển khai dự án kinh doanh.

- Trong lĩnh vực đào tạo và nghiên cứu khoa học

+ Giảng viên, trợ giảng: Giảng dạy tại các cơ sở giáo dục đào tạo trình độ đại học, sau đại học; tham gia giảng dạy dài hạn, ngắn hạn tại các cơ sở đào tạo khác; phổ biến kiến thức mới liên quan đến ngành được đào tạo.

+ Chuyên viên/chuyên gia tư vấn, nghiên cứu viên: Nghiên cứu xu hướng kinh tế, chính sách và dữ liệu để tư vấn các vấn đề kinh tế vĩ mô và vi mô. Làm việc tại các cơ sở nghiên cứu khoa học, viện nghiên cứu về lĩnh vực kinh tế, kinh doanh, marketing trong nước và quốc tế.

+ Chuyên viên/chuyên gia công nghệ thông tin, khoa học dữ liệu, digital marketing: Sử dụng công cụ digital marketing, công nghệ thông tin, phân tích dữ liệu lớn (big data) để cung cấp thông tin, hỗ trợ quyết định kinh doanh.

Sinh viên tốt nghiệp CTĐT Digital Marketing định hướng chứng chỉ quốc tế (ICDL) có thể làm việc ở nhiều vị trí, việc làm khác nhau trong nhiều lĩnh vực khác nhau, xuất phát từ vị trí chuyên viên tích lũy kinh nghiệm, phát triển kỹ năng, học tập, tự đào tạo nâng cao trình độ chuyên môn được có thể để trở thành chuyên gia, nhà khoa học đầu ngành, nhà quản trị, giám đốc Marketing, giám đốc điều hành hoặc các vị trí công việc cao hơn nữa và sinh viên có thể tự khởi nghiệp ngay sau khi tốt nghiệp.

2.5. Về văn bằng tốt nghiệp và kết quả học tập môn học theo định hướng chứng chỉ quốc tế:

2.5.1. Về văn bằng tốt nghiệp.

Người học CTĐT Digital Marketing định hướng chứng chỉ quốc tế (ICDL) tại HVTC, khi tốt nghiệp có cơ hội nhận được 2 văn bằng, chứng chỉ, gồm:

- Bằng cử nhân chính quy Digital Marketing định hướng chứng chỉ quốc tế của HVTC;
- Chứng chỉ chuyên gia Digital Marketing quốc tế của ICDL.

2.5.2. Cơ hội và kết quả học tập theo định hướng chứng chỉ quốc tế

CTĐT Digital Marketing định hướng chứng chỉ quốc tế (ICDL) tại Học viện Tài chính là đầu tư thông minh cho tương lai. Sinh viên không chỉ sở hữu kiến thức và kỹ năng bài bản trong lĩnh vực marketing số mà còn được trang bị công cụ hội nhập toàn cầu, đáp ứng được yêu cầu khắt khe của thị trường lao động hiện đại. Sau khi hoàn thành các môn học theo định hướng chứng chỉ ICDL, người học có cơ hội thi lấy chứng chỉ ICDL. Chứng chỉ ICDL là chứng chỉ tin học phổ cập nhất thế giới, được công nhận và đã sử dụng tại: hơn 100 quốc gia, 41 ngôn ngữ, 24.000 trung tâm khảo thí (ATC) là chứng chỉ mở ra cơ hội nghề nghiệp cho sinh viên ngành Marketing nên theo đuổi. Khi theo học Digital Marketing tại Học viện Tài chính, sinh viên sẽ được trang bị các kỹ năng thiết yếu theo chuẩn ICDL như:

- Kỹ năng số căn bản: Sử dụng hiệu quả các công cụ văn phòng, điện toán đám mây, quản lý dữ liệu và bảo mật thông tin.
- Kỹ năng làm việc với dữ liệu: Xử lý dữ liệu trên Excel, khai thác và phân tích dữ liệu marketing (data-driven marketing).

- Kỹ năng truyền thông số: Thiết kế nội dung đa phương tiện, quản lý truyền thông xã hội, hiểu và vận dụng các công cụ digital tools như SEO, Google Ads, Facebook Business...

- Kỹ năng cộng tác trong môi trường số: Làm việc nhóm từ xa, quản lý dự án qua các nền tảng công nghệ.

Với nền tảng kỹ năng này, sinh viên có thể tự tin ứng tuyển vào nhiều vị trí không chỉ trong nước mà còn ở các tổ chức, doanh nghiệp nước ngoài.

Sau khi tốt nghiệp Digital Marketing định hướng chứng chỉ quốc tế ICDL tại Học viện Tài chính, sinh viên có thể đảm nhận nhiều vị trí công việc hấp dẫn trong lĩnh vực marketing số – một ngành đang phát triển mạnh mẽ cả ở Việt Nam và trên thế giới. Cụ thể, sinh viên có thể làm việc ở vị trí chuyên viên Digital Marketing, quản trị mạng xã hội, sáng tạo nội dung (content creator), SEO/SEM, phân tích dữ liệu marketing, hoặc vận hành các kênh thương mại điện tử. Những vị trí này hiện đang có nhu cầu tuyển dụng cao tại các doanh nghiệp lớn, các công ty truyền thông – quảng cáo, tổ chức tài chính, startup công nghệ, cũng như các tập đoàn đa quốc gia. Đặc biệt, với nền tảng kỹ năng số chuẩn quốc tế từ chứng chỉ ICDL, sinh viên còn có cơ hội làm việc từ xa (remote), làm freelancer, hoặc khởi nghiệp trong lĩnh vực digital marketing với các dịch vụ như xây dựng thương hiệu cá nhân, phát triển nội dung số, hoặc tư vấn truyền thông trực tuyến. Sự linh hoạt, đa dạng và giàu tiềm năng của thị trường lao động trong lĩnh vực này mang đến nhiều cơ hội phát triển nghề nghiệp bền vững cho sinh viên. Có cơ hội thi Digital Skills for Life Challenge (ICDL Foundation phối hợp UNESCO) được các chuyên gia quốc tế đánh giá cao từ đó mở ra cơ hội nghề nghiệp và được công nhận ở phạm vi toàn cầu.

Điểm khác biệt nổi bật khi theo học ngành Digital Marketing định hướng chứng chỉ quốc tế (ICDL) tại Học viện Tài chính là sự kết hợp chặt chẽ giữa nền tảng kinh tế – tài chính vững chắc với kỹ năng số hiện đại theo chuẩn toàn cầu. Không chỉ được đào tạo bài bản về tư duy chiến lược, lập kế hoạch và đo lường hiệu quả các hoạt động marketing, sinh viên còn được trang bị toàn diện các kỹ năng công nghệ số thiết yếu theo chuẩn ICDL – chứng chỉ tin học quốc tế được công nhận rộng rãi tại hơn 100 quốc gia. Đây là lợi thế cạnh tranh rõ rệt so với sinh viên cùng ngành ở các trường khác, đặc biệt trong bối cảnh doanh nghiệp ngày càng yêu cầu cao về năng lực phân tích dữ liệu, làm việc số và thích ứng nhanh với công nghệ. Ngoài ra, chương trình đào tạo tại Học viện được xây dựng với sự tham vấn từ doanh nghiệp, kết hợp đội ngũ giảng viên giàu kinh nghiệm thực tiễn, giúp sinh viên được học qua dự án, mô phỏng chiến dịch thực tế, thực tập tại các tổ chức uy tín trong và ngoài nước. Sự khác biệt này không chỉ giúp sinh viên vững lý thuyết, giỏi thực hành mà còn đủ năng lực để hội nhập thị trường lao động quốc tế ngay sau khi tốt nghiệp.

3. CHUẨN ĐẦU RA CỦA CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO (PLO: Program Learning Outcomes):

Người học sau khi tốt nghiệp CTĐT Digital Marketing định hướng chứng chỉ quốc tế (ICDL), ngành Marketing đạt chuẩn về kiến thức của trình độ đại học; có kiến thức thực tế vững chắc, kiến thức lý thuyết toàn diện và kiến thức chuyên sâu về lĩnh vực Marketing, Digital Marketing; có kỹ năng nhận thức, kỹ năng thực hành nghề nghiệp, kỹ năng giao tiếp, ứng xử; có khả năng tự chủ và trách nhiệm trong việc áp dụng kiến thức, kỹ năng để thực hiện nhiệm vụ chuyên môn. Cụ thể:

3.1. Về kiến thức:

3.1.1. Kiến thức giáo dục đại cương

PLO1: Hiểu và vận dụng được các kiến thức cơ bản về Chủ nghĩa Mác - Lênin, tư tưởng Hồ Chí Minh, đường lối của Đảng Cộng sản Việt Nam vào phân tích, giải quyết các vấn đề thực tiễn và cuộc sống; hình thành thế giới quan, nhân sinh quan tiến bộ, phương pháp luận khoa học để học tập, nghiên cứu và làm việc chuyên môn.

PLO2: - Hiểu và giải thích được các kiến thức nền tảng về khoa học tự nhiên, khoa học xã hội, pháp luật để phục vụ nghiên cứu tổng quan, nghiên cứu khoa học và giải quyết các vấn đề phát sinh thuộc phạm vi công việc được giao.

- Hiểu và vận dụng được kiến thức về CNTT, có nền tảng trí tuệ nhân tạo (AI), Tiếng Anh nâng cao đáp ứng yêu cầu công việc.

PLO3: Nắm vững kiến thức giáo dục thể chất, giáo dục quốc phòng và an ninh để rèn luyện sức khỏe đáp ứng yêu cầu học tập, nghiên cứu, làm việc và hội nhập quốc tế.

3.1.2. Kiến thức cơ sở khối ngành, cơ sở ngành, ngành và bổ trợ

**** Kiến thức cơ sở khối ngành và cơ sở ngành:***

PLO4: - Hiểu và vận dụng được những kiến thức cơ bản của kinh tế học, tài chính, kế toán, quản lý, kinh doanh và pháp luật trong nghiên cứu các hoạt động của nền kinh, các vấn đề chính sách liên quan đến hoạt động của thị trường trong việc ra quyết định của các chủ thể kinh tế, đồng thời giải thích được những vấn đề thực tiễn kinh doanh.

- Hiểu và vận dụng kiến thức nền tảng, cơ bản về: kế toán, tài chính tiền tệ, thống kê, kinh tế lượng, quản trị học và kiến thức cốt lõi về Marketing căn bản để phát hiện, phân tích, đánh giá, giải quyết vấn đề chuyên môn liên quan lĩnh vực Marketing; vận dụng Tiếng Anh kinh tế, Tiếng Anh chuyên ngành phục vụ học tập, nghiên cứu khoa học và triển khai hoạt động marketing, digital marketing trên thực tiễn.

*** Kiến thức ngành và hỗ trợ:**

PLO5: - Phân tích, vận dụng kiến thức cơ bản về Marketing trong mối quan hệ chặt chẽ với các lĩnh vực liên quan khác.

- Vận dụng, phân tích, đánh giá, luận giải, tổng hợp được một số vấn đề chuyên sâu/nghiệp vụ cụ thể: Digital Marketing, Quản trị bán hàng, Quản trị marketing, Quản trị quảng cáo, Marketing dịch vụ tài chính, Hành vi khách hàng, Tài chính doanh nghiệp căn bản làm cơ sở cho nghiên cứu chuyên sâu cho lĩnh vực Digital Marketing.

PLO6: Vận dụng, phân tích các kiến thức chuyên sâu cụ thể về: Phân tích dữ liệu Marketing số, Thiết kế Website thương mại, Sáng tạo nội dung số, Lập kế hoạch dự án Marketing số, Thực hành Marketing số, Tác nghiệp thương mại điện tử,... theo định hướng chứng chỉ quốc tế trong tiếp cận, giải quyết vấn đề để hỗ trợ chuyên môn cho lĩnh vực Marketing số; hướng tới người học sau khi tốt nghiệp được chuyển đổi, liên thông nhiều chứng chỉ của ICDL, trở thành chuyên gia toàn cầu về lĩnh vực đào tạo, mở rộng cơ hội việc làm và đáp ứng tiêu chuẩn tuyển dụng nhân lực trình độ cao trong điều kiện hội nhập quốc tế.

3.1.3. Kiến thức chuyên ngành

PLO7: - Phân tích, đánh giá các thành tố của truyền thông, truyền thông số; nguyên tắc, phương tiện, cách thức triển khai truyền thông số; mối quan hệ, tương tác giữa các thành tố truyền thông số. Kiến thức cơ bản, chuyên sâu về truyền thông số để xây dựng, triển khai các dự án, chiến lược truyền thông số đảm bảo yêu cầu chung của hoạt động Marketing và ứng dụng CNTT, công cụ số để thực hành nghề nghiệp chuyên môn.

- Phân tích, đánh giá, tổng hợp có hệ thống kiến thức chuyên sâu về:

+ Phát triển thương hiệu của doanh nghiệp trên nền tảng số. Thiết kế các yếu tố cấu thành thương hiệu, xây dựng chiến lược phát triển thương hiệu, triển khai các chương trình, dự án, chiến lược phát triển thương hiệu trên nền tảng số.

+ Nền tảng của hoạt động nghiên cứu marketing như: các công cụ, phương pháp, phương tiện, ứng dụng, phần mềm, quy trình nghiên cứu marketing. Xây dựng và triển khai các kế hoạch, dự án nghiên cứu marketing mô phỏng và thực tiễn.

+ Luân chuyển sản phẩm, kết nối sản xuất và tiêu dùng bằng các hoạt động phân phối. Thiết lập các yếu tố cấu thành kênh phân phối, xây dựng quy trình phân phối hiệu quả, tổ chức triển khai hoạt động phân phối phù hợp yêu cầu, điều kiện doanh nghiệp và thực tiễn thị trường trên nền tảng trực tuyến cũng như trực tiếp.

+ Thiết lập và vận hành các mối quan hệ với các tầng lớp công chúng. Nhận diện các nhóm công chúng liên quan trực tiếp và gián tiếp đến hoạt động marketing của doanh nghiệp; thiết lập mối quan hệ công chúng; xây dựng các kế hoạch quan hệ công chúng và các hoạt động quan hệ công chúng, tổ chức thực hiện hiệu quả kế hoạch quan hệ công chúng. Triển khai các hoạt động quan hệ công chúng trên nền tảng trực tuyến và trực tiếp.

+ Các nhân tố, nguyên tắc và xu hướng trong phát triển bền vững đối với hoạt động marketing. Nhận diện các thành tố, nguyên tắc triển khai hoạt động

marketing đảm bảo kinh doanh bền vững, tiêu dùng sạch, xanh, tiết kiệm nguồn lực và có trách nhiệm với cộng đồng, thiên nhiên.

PLO8: Thiết kế, xây dựng, phát triển được kiến thức thực tế, chuyên sâu; kiến thức thực tế, thực hành nghề nghiệp tại các tổ chức, doanh nghiệp, tập đoàn kinh tế, cơ quan quản lý nhà nước để đạt kiến thức chung về thực tập tốt nghiệp.

3.2. Về kỹ năng

PLO9: - Có kỹ năng hiểu, vận dụng, phân tích, đánh giá, tổng hợp, báo cáo, đề xuất, tham mưu và giải quyết vấn đề chuyên sâu thuộc lĩnh vực Marketing; am hiểu lĩnh vực khác hỗ trợ ngành; thực hành và sử dụng phần mềm chuyên môn thành thạo.

- Có kỹ năng dẫn dắt chuyên môn; tự bổ sung, cập nhật kiến thức mới, tiếp tục nâng cao trình độ đáp ứng yêu cầu công việc trong các môi trường làm việc khác nhau.

- Có kỹ năng nghiên cứu khoa học; tư duy đổi mới và sáng tạo; luận giải logic các vấn đề thực tiễn đặt ra một cách thuyết phục và có căn cứ thực tiễn.

- Có kỹ năng giao tiếp, ứng xử và thuyết trình; soạn thảo văn bản; quản lý và tổ chức công việc; tư duy phản biện và đàm phán; quản lý thời gian và làm việc nhóm; làm việc độc lập, khoa học và chuyên nghiệp; thấu hiểu để giải quyết tốt vấn đề thực tiễn.

- Có kỹ năng khởi nghiệp, tự chủ và tự chịu trách nhiệm cá nhân; thiết lập và duy trì các mối quan hệ để giải quyết tốt công việc liên quan.

PLO10: - Có năng lực học tập, nghiên cứu để đạt chuẩn tối thiểu kỹ năng CNTT cơ bản hoặc tương đương và năng lực số quy định hiện hành; tìm kiếm, khai thác, sử dụng thông tin, dữ liệu có ích và xử lý tốt thông tin, dữ liệu;.

- Có kỹ năng học tập, nghiên cứu để đạt chuẩn năng lực ngoại ngữ (Tiếng Anh) tối thiểu 4/6 hoặc tương đương theo quy định của Khung năng lực ngoại ngữ Việt Nam; sử dụng hiệu quả Tiếng Anh trong công việc chuyên môn nghề nghiệp và cuộc sống.

3.3. Về mức độ tự chủ và trách nhiệm

PLO11: - Có phẩm chất đạo đức tốt, thấu hiểu; có sức khỏe; tư duy đổi mới và cầu tiến; năng động và sáng tạo; chủ động, trung thực, khách quan và công tâm khi giải quyết công việc; tự tin và kiên trì theo đuổi mục tiêu; có khả năng lãnh đạo, chỉ đạo, quản lý, hướng dẫn, tổ chức thực hiện và giám sát người khác thực hiện nhiệm vụ trong lĩnh vực được đào tạo chuyên sâu.

- Có tinh thần phối hợp công việc với cá nhân, nhóm, tổ chức, xã hội trong hoạt động chuyên môn và cuộc sống.

PLO12: - Có tinh thần học tập suốt đời; thích ứng nhanh với môi trường thay đổi; tự cập nhật, đào tạo để khởi nghiệp và phát triển nghề nghiệp; có ý thức kỷ luật; tuân thủ pháp luật; phục vụ cộng đồng; có trách nhiệm với tập thể/đơn vị, với nhóm và cộng đồng.

- Tự định hướng, đưa ra kết luận chuyên môn và có thể bảo vệ được quan điểm cá nhân.

4. ĐỐI TƯỢNG TUYỂN SINH, TIÊU CHÍ TUYỂN SINH VÀ PHƯƠNG THỨC TUYỂN SINH

Thực hiện theo quy chế tuyển sinh hiện hành của Bộ GD&ĐT; quy chế tuyển sinh và thông báo tuyển sinh hàng năm của Học viện Tài chính.

4.1. Đối tượng tuyển sinh: Học sinh tốt nghiệp THPT hoặc trình độ tương đương.

4.2. Tiêu chí tuyển sinh:

- Thí sinh dự tuyển phải đạt ngưỡng đầu vào theo quy định của quy chế, quy định và thông báo tuyển sinh hàng năm của Học viện Tài chính;
- Có đủ sức khỏe để học tập theo quy định hiện hành;
- Có đủ thông tin cá nhân, hồ sơ dự tuyển theo quy định.

4.3. Phương thức tuyển sinh: Phương thức tuyển sinh được quy định rõ về các tiêu chí đánh giá, xét tuyển, cách thức tính điểm xét và xác định điều kiện trúng tuyển trong thông báo tuyển sinh hàng năm của Học viện Tài chính.

5. CẤU TRÚC CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO:

5.1. Cấu trúc chương trình tổng thể

TT	Nhóm kiến thức	Số TC	Ghi chú
A	Kiến thức giáo dục đại cương	41	
A1	Kiến thức chung	30	
	Phần bắt buộc	24	
	Phần tự chọn	6	
A2	Kiến thức GDQP&AN, GDTC (*)	11	
B	Kiến thức giáo dục chuyên nghiệp	90	
B1	Kiến thức cơ sở khối ngành	6	
B2	Kiến thức cơ sở ngành	24	
B3	Kiến thức ngành	16	
B4	Kiến thức chuyên ngành	14	
	Phần bắt buộc	12	
	Phần tự chọn	2	
B5	Kiến thức bổ trợ	20	
B6	Kiến thức thực tập tốt nghiệp	10	
	Tổng số tín chỉ (gồm khối kiến thức GDQP&AN, GDTC)	131	
	Tổng số tín chỉ (không bao gồm khối kiến thức GDQP&AN, GDTC)	120	

Ghi chú: - (*) Khối lượng kiến thức GDQP&AN: 8 tín chỉ và GDTC: 3 tín chỉ.

- Quy định về ký hiệu mã môn học trong các CTĐT: Từng môn học được ký hiệu bằng một mã số riêng do Học viện quy định.

5.2. Cấu trúc chương trình chi tiết

TT	Mã môn học	Môn học	Số TC	Số tiết	NNGD (T.Anh)	ĐHCC quốc tế
A		PHẦN KIẾN THỨC GIÁO DỤC ĐẠI CƯƠNG	41			
A1		Kiến thức chung	30			
		<i>Phần bắt buộc</i>	24			
1.	MPT0400	Triết học Mác - Lênin	3	45		
2.	MPT0401	Kinh tế chính trị Mác - Lênin	2	30		
3.	SSO0402	Chủ nghĩa xã hội khoa học	2	30		
4.	VPP0401	Lịch sử Đảng Cộng sản Việt Nam	2	30		
5.	HVE0244	Tư tưởng Hồ Chí Minh	2	30		
6.	BFL0118Q	Tiếng Anh nâng cao	4	60		
7.	AMA0239	Toán cao cấp	3	45		
8.	PAS0101	Lý thuyết xác suất và thống kê	2	30		
9.	GLA0141	Pháp luật đại cương	2	30		
10.	ITO0236	Tin học	2	30		
		<i>Phần tự chọn</i>	6			
		<i>Nhóm 1</i>	2			
11.	SRM0300	Phương pháp nghiên cứu khoa học	2	30		
		<i>Nhóm 2</i>	4			
12.	EEC0097	Kinh tế môi trường	2	30		
13.	PMT0401	Tâm lý học quản lý	2	30		
14.	ALI0100	Trí tuệ nhân tạo	2	30		
15.	IEC0100	Kinh tế quốc tế	2	30		
A2		Kiến thức GDQP&AN, GDTC	11			
16.	MED0345	Giáo dục quốc phòng	8	165		
	AED0030	Giáo dục thể chất	3	90		
		<i>Phần bắt buộc</i>	1			
17.	AED0350	Chạy cự ly ngắn	1	30		
18.	AED0358	Thể dục phát triển chung	1	30	Online	
		<i>Phần tự chọn</i>	2			
19.	AED0351	Bóng rổ	2	60		
20.	AED0352	Bóng chuyền	2	60		
21.	AED0353	Bơi	2	60		
22.	AED0354	Bóng bàn	2	60		
23.	AED0355	Cầu lông	2	60		
24.	AED0356	Taekwondo	2	60		
25.	AED0357	Golf	2	60		

TT	Mã môn học	Môn học	Số TC	Số tiết	NNGD (T.Anh)	ĐHCC quốc tế
26.	AED0359	Thế dực phát triển chung với dụng cụ	2	60	Online	
B		PHẦN KIẾN THỨC GIÁO DỤC CHUYÊN NGHIỆP	90			
B1		Kiến thức cơ sở khối ngành	6			
27.	MAE0012	Kinh tế vĩ mô cơ bản	3	45		
28.	MIE0011	Kinh tế vi mô cơ bản	3	45		
B2		Kiến thức cơ sở ngành	24			
29.	EFL0012Q	Tiếng Anh kinh tế	3	45		
30.	EFL0011Q	Tiếng Anh chuyên ngành	4	60		
31.	GMA0100	Marketing căn bản	4	60		
32.	FAM0193	Tài chính tiền tệ	2	30		
33.	APR0124	Nguyên lý kế toán (Accounting principles)	4	60	Tiếng Anh	
34.	SPR0124	Nguyên lý thống kê	3	45		
35.	QEC0097	Kinh tế lượng cơ bản	2	30		
36.	FMA0181	Quản trị học	2	30		
B3		Kiến thức ngành	16			
37.	DMG0001	Digital Marketing (Marketing số)	2	30		
38.	CFI0302	Tài chính doanh nghiệp căn bản (Basic Corporate Finance)	2	30	Tiếng Anh	
39.	SMA0159	Quản trị bán hàng	2	30		
40.	MMA0170	Quản trị marketing	4	60		
41.	ADM0173	Quản trị quảng cáo	2	30		
42.	FSM0112	Marketing dịch vụ tài chính	2	30		
43.	CRB0001	Hành vi khách hàng	2	30		
B4		Kiến thức chuyên ngành	14			
		Phần bắt buộc	12			
44.	DIC0117	Truyền thông số (Digital communication)	2	30	Tiếng Anh	
45.	DBM0116	Quản trị thương hiệu số	3	45		
46.	MRE0115	Nghiên cứu marketing	4	60		
47.	DSM0170	Quản trị kênh phân phối	3	45		
		Phần tự chọn	2			
48.	PRE0145	Quan hệ công chúng (Public Relations)	2	30	Tiếng Anh	
49.	GRM0123	Marketing xanh	2	30		

TT	Mã môn học	Môn học	Số TC	Số tiết	NNGD (T.Anh)	ĐHCC quốc tế
B5		Kiến thức bổ trợ	20			
		<i>Nhóm 1</i>	2			
50.	CPS0001	Kỹ năng giao tiếp và thuyết trình	1	15		
51.	TES0002	Kỹ năng soạn thảo văn bản	1	15		
52.	MWS0003	Kỹ năng quản lý và tổ chức công việc	1	15		
53.	CNS0004	Kỹ năng tư duy phản biện và đàm phán	1	15		
54.	TTS0005	Kỹ năng quản lý thời gian và làm việc nhóm	1	15		
		<i>Nhóm 2</i>	18			
55.	DMD0020	Phân tích dữ liệu Marketing số (Digital Marketing Data Analytics) - ICDL	3	45	Tiếng Anh	ICDL
56.	CWD0021	Thiết kế Website thương mại (Commercial Website Design) - ICDL	3	45	Tiếng Anh	ICDL
57.	DCC0022	Sáng tạo nội dung số (Digital Content Creation) - ICDL	3	45	Tiếng Anh	ICDL
58.	DPP0023	Lập kế hoạch dự án Marketing số (Digital Marketing Project Planning) - ICDL	3	45	Tiếng Anh	ICDL
59.	DMP0024	Thực hành Marketing số (Digital Marketing Practice) - ICDL	3	45	Tiếng Anh	ICDL
60.	ECO0025	Tác nghiệp thương mại điện tử (E-commerce Operations) - ICDL	3	45	Tiếng Anh	ICDL
B6		Kiến thức thực tập tốt nghiệp	10			
61.	SPR1102Q	Thực tập tốt nghiệp (Graduation Internship -11.02QT)	10	150	Tiếng Anh	
		<i>Thực tập cuối khóa (thực hành)</i>	4	60	<i>Tiếng Anh</i>	
		<i>Luận văn tốt nghiệp</i>	6	90	<i>Tiếng Anh</i>	
		Tổng số tín chỉ (gồm khối kiến thức GDQP&AN, GDTC)	131			
		Tổng số tín chỉ (không bao gồm khối kiến thức GDQP&AN, GDTC)	120			

Ghi chú: - Môn học GDTC (online) áp dụng thay thế khi tổ chức học trực tuyến
- Ngôn ngữ giảng dạy (NNGD) chỉ xác định với môn học giảng bằng Tiếng Anh

5.3. Kế hoạch giảng dạy toàn khóa (dự kiến)

TT	NỘI DUNG	HỌC KỲ							
		(dấu x là các kỳ có thể bố trí)							
		1	2	3	4	5	6	7	8
A	KIẾN THỨC GIÁO DỤC ĐẠI CƯƠNG								
A1	Kiến thức chung	x	x	x	x	x			
	Phần bắt buộc	x	x	x					
	Phần tự chọn	x	x	x	x	x			
A2	Kiến thức GDQP&AN, GDTC	x	x	x	x	x	x		
B	KIẾN THỨC GIÁO DỤC CHUYÊN NGHIỆP								
B1	Kiến thức cơ sở khối ngành		x	x					
B2	Kiến thức cơ sở ngành		x	x	x	x			
B3	Kiến thức ngành			x	x	x	x	x	
B4	Kiến thức chuyên ngành				x	x	x		
	Phần bắt buộc				x	x	x		
	Phần tự chọn				x	x	x		
B5	Kiến thức bổ trợ	x	x	x	x	x	x	x	
B6	Kiến thức thực tập tốt nghiệp						x	x	x

Ghi chú: Kế hoạch giảng dạy trên có tính chất tương đối, việc bố trí kế hoạch giảng dạy thực tế hàng năm phải căn cứ vào quy định về điều kiện học tập của môn học.

6. TỔ CHỨC ĐÀO TẠO VÀ ĐIỀU KIỆN TỐT NGHIỆP

6.1. Quy trình đào tạo

- CTĐT được thiết kế hoàn thành khóa học 4 năm với tổng 8 học kỳ (trong đó: tối đa 7 học kỳ tích lũy kiến thức tại Học viện và 1 học kỳ thực tập tại cơ sở thực tế/Trung tâm thực hành nghề nghiệp và hoàn thành luận văn tốt nghiệp). Tuy nhiên, tùy theo năng lực của người học có thể hoàn thành khóa học sớm hơn quy định.

- Quy trình đào tạo thực hiện theo quy chế đào tạo tín chỉ hiện hành của Bộ Giáo dục và Đào tạo và các quy định của Học viện Tài chính.

6.2. Phương pháp giảng dạy

- Phương pháp dạy học theo hướng lấy người học làm trung tâm của quá trình đào tạo.

- Phương pháp giảng dạy phù hợp với mục tiêu, nội dung và chuẩn đầu ra của môn học; tích hợp kiến thức lý thuyết, thực tiễn và kỹ năng; tăng cường tính thực tiễn mang lại hiệu quả để giúp sinh viên đạt được mục tiêu và chuẩn đầu ra của môn học trong chương trình đào tạo.

- Phương pháp dạy học được áp dụng là phương pháp dạy học tích cực nhằm thúc đẩy sự sáng tạo, chủ động và tích cực của sinh viên; cụ thể: **1)** Phương pháp thuyết giảng; **2)** Phương pháp thảo luận; **3)** Phương pháp làm việc nhóm; **4)** Phương pháp tranh biện; **5)** Phương pháp tình huống; **6)** Phương pháp trải nghiệm thực tế; **7)** Phương pháp thực hành; **8)** Các PP khác phù hợp với đặc thù của môn học/CTĐT.

- Phương pháp giảng dạy khuyến khích ứng dụng công nghệ thông tin trong hoạt động dạy – học; kết hợp giữa giảng dạy trên lớp và giảng dạy trên nền tảng số,... nhằm phát triển năng lực nhận biết và phân tích vấn đề thực tiễn.

- Tăng cường giảng dạy theo hình thức hướng dẫn, chú trọng hoạt động trải nghiệm cho sinh viên theo hình thức phù hợp nhằm tăng tính trực quan, tăng động lực học tập, sáng tạo, cải thiện khả năng ứng dụng kiến thức, kỹ năng vào các vấn đề thực tế.

6.3. Đánh giá kết quả học tập và cách thức đánh giá

- Đánh giá kết quả học tập của sinh viên được thiết kế phù hợp với mức độ đạt được chuẩn đầu ra của môn học và chương trình đào tạo.

- Đánh giá kết quả học tập của người học dựa trên chuẩn đầu ra, xác định mức độ đạt được của người học quy định trong chuẩn đầu ra của mỗi môn học; đánh giá không chỉ tập trung vào kiến thức mà còn đánh giá được năng lực thông qua thực hành phù hợp với phương pháp dạy học, giải quyết vấn đề thực tế, kỹ năng và thái độ của sinh viên.

- Đánh giá kết quả học tập của sinh viên dựa trên đánh giá quá trình và kết quả đánh giá kết thúc môn học; làm cơ sở để điều chỉnh hoạt động dạy – học, ghi nhận và thúc đẩy sự tiến bộ của người học, cải tiến và tổ chức thực hiện chương trình đào tạo

- Phương pháp đánh giá kết quả học tập phù hợp với chuẩn đầu ra của môn học; đặc điểm môn học; phương pháp giảng dạy; đảm bảo tính đa dạng, độ tin cậy và sự công bằng trong hoạt động dạy – học.

- Các thành phần đánh giá kết quả học tập được công khai và có tỷ lệ phù hợp, bao gồm: đánh giá quá trình và đánh giá tích lũy kiến thức; có thể bổ sung các phương pháp đánh giá nếu thấy phù hợp; khuyến khích sinh viên tích lũy kiến thức thông qua việc tự nghiên cứu, tự học.

Các thành phần đánh giá bao gồm:

+ Đánh giá quá trình: có thể dưới hình thức đánh giá ý thức học tập của sinh viên (chuyên cần, thái độ học tập), đánh giá bài tập cá nhân, bài tập nhóm và kiểm tra giữa kỳ theo quy định đào tạo phù hợp với số tín chỉ quy định trong chương trình đào tạo.

+ Đánh giá tích lũy kiến thức: có thể dưới hình thức thi kết thúc môn học hoặc các hình thức đánh giá kết thúc môn học khác.

+ Đánh giá kết quả học tập theo thang điểm 10 kết hợp với thang điểm chữ A, B, C, D, F theo quy định đào tạo hiện hành của Học viện Tài chính.

6.4. Điều kiện công nhận tốt nghiệp

Kết thúc khóa học, sinh viên được công nhận tốt nghiệp nếu đáp ứng được các điều kiện theo quy định đào tạo tín chỉ hiện hành của Bộ Giáo dục và Đào tạo; các quy định của Học viện Tài chính.

7. HƯỚNG DẪN THỰC HIỆN CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO

- Mỗi CTĐT được xây dựng bản mô tả CTĐT chi tiết riêng. Việc tổ chức xây dựng CTĐT Digital Marketing (Marketing số) định hướng chứng chỉ quốc tế (ICDL) phù hợp với ngành Marketing; với tầm nhìn, sứ mệnh, giá trị cốt lõi, chiến lược phát triển đến năm 2030 và tầm nhìn 2045 của Học viện Tài chính.

- Nội dung CTĐT Digital Marketing (Marketing số) định hướng chứng chỉ quốc tế (ICDL) được thực hiện theo Quy chế đào tạo trình độ đại học của Bộ Giáo dục và Đào tạo; Quy định đào tạo trình độ đại học chương trình định hướng chứng chỉ quốc tế tại Học viện Tài chính..

- Định kỳ, Học viện tổ chức rà soát, đánh giá, cập nhật CTĐT trình độ đại học của ngành và CTĐT thuộc ngành theo quy định của Bộ Giáo dục và Đào tạo.

TRƯỞNG KHOA

Vũ Duy Nguyên

GIÁM ĐỐC ✓

Nguyễn Đào Tùng