

Số: 1453/QĐ-HV

Hà Nội, ngày 27 tháng 10 năm 2022

QUYẾT ĐỊNH

Ban hành Chuẩn đầu ra chương trình đào tạo trình độ đại học ngành Marketing

GIÁM ĐỐC HỌC VIỆN CÔNG NGHỆ BƯU CHÍNH VIỄN THÔNG

Căn cứ Nghị quyết số 22/NQ-HĐHV ngày 12 tháng 4 năm 2021 của Hội đồng học viện về việc ban hành Quy chế tổ chức và hoạt động của Học viện Công nghệ Bưu chính Viễn thông;

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

Căn cứ Quyết định số 393/QĐ-HV ngày 23 tháng 03 năm 2022 của Giám đốc Học viện Công nghệ Bưu chính Viễn thông ban hành Quy định xây dựng, cải tiến và phát triển chương trình đào tạo;

Xét đề nghị của Trưởng phòng Đào tạo và Trưởng Bộ môn Marketing,

QUYẾT ĐỊNH:

Điều 1. Ban hành kèm theo Quyết định này **Chuẩn đầu ra chương trình đào tạo trình độ đại học ngành Marketing, mã số 7340115** của Học viện Công nghệ Bưu chính Viễn thông (*Chi tiết kèm theo*).

Điều 2. Chuẩn đầu ra chương trình đào tạo trình độ đại học ngành Marketing được áp dụng thống nhất trong toàn Học viện.

Điều 3. Quyết định có hiệu lực thi hành kể từ ngày ký.

Điều 4. Phó Giám đốc Phụ trách Cơ sở Học viện tại Tp. Hồ Chí Minh, Chánh văn phòng, Trưởng các Phòng: Đào tạo, Giáo vụ, Chính trị & Công tác sinh viên, Tài chính kế toán, Quản lý Khoa học công nghệ & hợp tác quốc tế; Trưởng Trung tâm Khảo thí & Đảm bảo chất lượng giáo dục, Trưởng các Khoa đào tạo 1 và 2, Trưởng Bộ môn Marketing và Trưởng các đơn vị có liên quan chịu trách nhiệm thi hành Quyết định./.

Nơi nhận:

- Như Điều 4;
- Bộ GD&ĐT (để b/c);
- Bộ TT&TT (để b/c);
- Ban Giám đốc HV;
- Lưu VT, ĐT (03).



**KHUNG CHUẨN ĐẦU RA CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO TRÌNH ĐỘ
ĐẠI HỌC NGÀNH MARKETING**
(Kèm theo Quyết định số 1453/QĐ-HV ngày 27 tháng 10 năm 2022 của Giám đốc Học viện)

1. GIỚI THIỆU VỀ CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO

- Tên ngành (tiếng Việt): **Marketing**
- Tên ngành (tiếng Anh): **Marketing**
- Trình độ đào tạo: **Đại học**
- Mã ngành: **7340115**
- Thời gian đào tạo: **4 năm**
- Hình thức đào tạo: **Chính quy**

2. MỤC TIÊU ĐÀO TẠO (Program Objective – POs)

2.1. Mục tiêu chung

Chương trình đào tạo Cử nhân ngành Marketing với định hướng về marketing số của Học viện Công nghệ Bưu chính Viễn thông được thiết kế nhằm đào tạo Cử nhân Marketing có phẩm chất chính trị vững vàng, có đạo đức và sức khỏe tốt, có trách nhiệm xã hội; có kiến thức cơ bản về kinh tế – xã hội, quản lý, quản trị kinh doanh; có kiến thức và kỹ năng chuyên sâu về Marketing, marketing số; có khả năng làm việc độc lập, thích ứng nhanh với các nhiệm vụ cụ thể thuộc chức năng Marketing, có năng lực tự học tập, nghiên cứu bồi dưỡng để nâng cao trình độ.

Việc triển khai chương trình đào tạo này nằm trong khuôn khổ những giải pháp cụ thể thực hiện chiến lược phát triển của Học viện Công nghệ Bưu chính Viễn thông trở thành trường đại học có quy mô và chất lượng đào tạo, nghiên cứu hàng đầu Việt Nam về công nghệ số, là một trong các đơn vị chủ lực cung cấp nhân lực, tri thức, chuyển giao công nghệ phục vụ chuyển đổi số quốc gia.

2.2 Mục tiêu cụ thể

Mục tiêu cụ thể của chương trình đào tạo cử nhân ngành Marketing chuyên sâu về marketing số của Học viện Công nghệ Bưu chính Viễn thông nhằm đào tạo Cử nhân Marketing có:

2.2.1. Kiến thức

- PO1. Kiến thức cơ bản về lý luận chính trị, hệ thống pháp luật Việt Nam, an ninh quốc phòng.
- PO2. Kiến thức cơ bản về các nguyên lý, quy luật và thực tiễn về kinh tế để có thể vận dụng vào hiểu các hoạt động kinh tế của các tổ chức, doanh nghiệp
- PO3. Kiến thức cơ bản về các nguyên lý và thực tiễn về lĩnh vực quản trị kinh doanh để có thể vận dụng vào thực tế hoạt động quản trị kinh doanh của các tổ chức và doanh nghiệp ✓

PO4. Kiến thức toàn diện về lý thuyết và thực tiễn marketing và marketing số vào thực tiễn kinh doanh của các tổ chức, doanh nghiệp, từ lập kế hoạch đến triển khai, kiểm soát, đánh giá

Chuyên ngành Internet Marketing

PO5. Kiến thức chuyên sâu về các kênh, công nghệ và công cụ marketing số; lập kế hoạch, triển khai và kiểm tra, đánh giá hoạt động và chiến dịch marketing trong môi trường số.

Chuyên ngành Phân tích Dữ liệu Marketing số

PO6. Kiến thức chuyên sâu về phân tích, đánh giá thành tích hoạt động marketing và marketing số để có thể đề xuất các hoạt động cải thiện nhằm tối hoạt động marketing và marketing số của các tổ chức, doanh nghiệp

Chuyên ngành Truyền thông Marketing

PO7. Kiến thức chuyên sâu về các hình thức và công cụ truyền thông marketing; lập kế hoạch, triển khai, đánh giá các hoạt động/chiến dịch truyền thông marketing

2.2.2. Kỹ năng

PO8. Các kỹ năng chuyên môn cơ bản để có thể triển khai thực hiện hoạt động marketing và marketing số trong thực tiễn các doanh nghiệp, tổ chức

PO9. Các kỹ năng bổ trợ và kỹ năng mềm để có thể làm việc hiệu quả trong môi trường năng động và chuyên nghiệp

2.2.3. Thái độ

PO10. Phẩm chất đạo đức, ý thức nghề nghiệp, trách nhiệm công dân, chủ động sáng tạo, có ý thức phối hợp, hợp tác trong công việc.

2.2.4 Trình độ ngoại ngữ và tin học

PO11. Khả năng sử dụng tiếng Anh trong các hoạt động liên quan đến nghề nghiệp được đào tạo.

PO12. Khả năng sử dụng tốt các công cụ tin học và phần mềm cơ bản và chuyên môn phục vụ cho công việc, học tập và nghiên cứu

2.3. Vị trí việc làm sau tốt nghiệp

Với những kiến thức nền tảng toàn diện, hiện đại và thực tiễn liên quan đến Marketing và marketing số từ chương trình đào tạo ngành Marketing của Học viện, sau khi tốt nghiệp, sinh viên sẽ có nhiều cơ hội việc làm hấp dẫn tại các doanh nghiệp trong nước và nước ngoài. Đặc biệt, với việc được trang bị những kiến thức nền tảng về marketing, sinh viên ngành Marketing của Học viện sẽ có lợi thế đặc biệt khi thi tuyển vào các vị trí công việc liên quan đến Digital marketing.

Các vị trí việc làm cụ thể mà sinh viên ngành Marketing của Học viện có thể đảm nhận tốt sau khi ra trường là:

- Chuyên viên marketing
- Chuyên viên digital marketing ✓

- Chuyên viên phân tích chiến dịch marketing
- Chuyên viên nghiên cứu thị trường
- Chuyên viên nghiên cứu và phân tích thị trường
- Chuyên viên SEO (Search Engine Optimisation Manager)
- Chuyên viên phân tích web
- Chuyên viên thương mại điện tử
- Chuyên viên phân tích Insight khách hàng
- Chuyên viên phân tích SMM (Social Media Marketing Analyst)
- Chuyên viên công nghệ Marketing (Marketing technologist)
- Chuyên viên phân tích chiến lược Marketing
- Chuyên viên phân tích cơ sở dữ liệu marketing
- Chuyên viên phân tích dữ liệu marketing (Marketing data analyst)
- Chuyên viên Phân tích kinh doanh (Business analytics)
- Chuyên viên phụ trách hoạt động truyền thông marketing
- Chuyên viên Marketing trực tuyến
- Chuyên viên quan hệ công chúng và tổ chức sự kiện
-

Bên cạnh đó, với nền tảng kiến thức lý thuyết và thực tiễn vững chắc về marketing và marketing số, sau khi tốt nghiệp, sinh viên cũng có thể tự tạo lập doanh nghiệp và tìm kiếm cơ hội kinh doanh riêng cho bản thân hoặc trở thành các cán bộ nghiên cứu, cán bộ giảng dạy về marketing tại các Viện, trường Đại học... hoặc tiếp tục học cao hơn ở trình độ Cao học (quản trị kinh doanh, marketing) ở trong và ngoài nước.

3. CHUẨN ĐẦU RA (Learning Outcomes – LOs)

3.1. Chuẩn về kiến thức

Sinh viên tốt nghiệp chương trình đào tạo cử nhân ngành marketing của Học viện Công nghệ Bưu chính Viễn thông sẽ đạt các chuẩn đầu ra về kiến thức như sau:

LO1. Hiểu và vận dụng được kiến thức cơ bản về lý luận chính trị Triết học Mác Lênin, Kinh tế chính trị Mác-Lênin, chủ nghĩa xã hội khoa học, tư tưởng Hồ Chí Minh, Lịch sử Đảng Cộng sản Việt Nam và các kiến thức về pháp luật Việt Nam vào giải quyết các vấn đề kinh tế-xã hội trong thực tiễn.

LO2. Hiểu và vận dụng được các kiến thức cơ bản phục vụ hoạt động kinh tế và kinh doanh của các tổ chức doanh nghiệp như về toán kinh tế, xác suất thống kê, kinh tế lượng, quản trị học, kế toán, quản trị dự án... vào giải quyết vấn đề kinh doanh và marketing của tổ chức, doanh nghiệp

LO3. Phân tích và vận dụng được những vấn đề cơ bản của môi trường marketing hiện đại, hành vi khách hàng vào thực tiễn hoạt động marketing của tổ chức, doanh nghiệp. ✓

LO4. Hiểu và vận dụng được tư duy và quan điểm marketing hiện đại; những khái niệm, qui trình và nguyên lý nền tảng về marketing vào thực tiễn hoạt động marketing của tổ chức, doanh nghiệp.

LO5. Hiểu và vận dụng được lĩnh vực/chức năng và công cụ marketing cơ bản; phân tích, đánh giá và sử dụng một cách phối hợp các công cụ marketing tác nghiệp nhằm tối ưu hoạt động marketing của doanh nghiệp/tổ chức trong môi trường cạnh tranh và biến động.

LO6. Hiểu và vận dụng được các kiến thức nền tảng về marketing số, các công nghệ và công cụ marketing số, thương mại điện tử vào thực tiễn hoạt động marketing của các tổ chức, doanh nghiệp trong môi trường số.

LO7. Hiểu và vận dụng được các nguyên tắc và qui trình lập kế hoạch, triển khai và giám sát các hoạt động marketing nói chung và marketing số nói riêng trong thực tiễn bối cảnh cụ thể của các tổ chức, doanh nghiệp.

LO8. Hiểu và phân tích được bản chất, vai trò, các loại hình dữ liệu kinh doanh/marketing, các phương pháp thu thập và phân tích dữ liệu kinh doanh/marketing, quản trị dữ liệu; có thể vận dụng kiến thức về dữ liệu, quản trị dữ liệu vào các quyết định marketing của tổ chức/doanh nghiệp.

Chuyên ngành Internet Marketing

LO9. Hiểu và vận dụng được các kiến thức chuyên sâu về các kênh marketing số cơ bản (web, social media, search engine) và các công nghệ, công cụ marketing số liên quan vào thực tiễn lập kế hoạch, triển khai và kiểm tra, đánh giá hoạt động và chiến dịch marketing trong môi trường số.

Chuyên ngành Phân tích Dữ liệu Marketing số

LO10. Hiểu và vận dụng được các kiến thức chuyên sâu về khai phá dữ liệu, phân tích, đánh giá thành tích hoạt động marketing và marketing số để có thể đề xuất các hoạt động cải thiện nhằm tối hoạt động marketing và marketing số của các tổ chức, doanh nghiệp.

Chuyên ngành Truyền thông Marketing

LO11. Hiểu và vận dụng được các kiến thức chuyên sâu về chiến lược phương tiện truyền thông và các hình thức/công cụ truyền thông marketing cơ bản (bao gồm: quan hệ công chúng, marketing trực tiếp và quảng cáo) vào thực tiễn lập kế hoạch, triển khai, đánh giá các hoạt động/chiến dịch truyền thông marketing của các tổ chức, doanh nghiệp.

3.2. Kỹ năng

3.2.1. Kỹ năng chuyên môn

Sinh viên tốt nghiệp chương trình đào tạo cử nhân ngành Marketing của Học viện sẽ đạt các chuẩn đầu ra về kỹ năng chuyên môn cơ bản để thực hiện được mục tiêu phân tích và vận dụng các kiến thức chuyên môn về marketing và marketing vào thực tiễn. Cụ thể là:

LO12. Có khả năng sử dụng các kỹ năng cơ bản về phân tích môi trường marketing và phân tích thị trường, khách hàng. ✓

LO13. Có khả năng sử dụng các kỹ năng thu thập, phân tích và diễn giải các loại dữ liệu cơ bản (dữ liệu sơ cấp, dữ liệu thứ cấp, dữ liệu người dùng để lại trong môi trường Internet, dữ liệu số...) và quản trị cơ sở dữ liệu nhằm phục vụ cho các quyết định marketing.

LO14. Có khả năng sử dụng kỹ năng lập kế hoạch, triển khai, đánh giá và theo dõi hoạt động marketing nói chung, marketing số nói riêng.

Chuyên ngành Internet Marketing

LO15. Có khả năng sử dụng kỹ năng chuyên sâu để lựa chọn và phối hợp các kênh và công cụ marketing số nhằm xây dựng kế hoạch và triển khai các chương trình và chiến dịch marketing số.

Chuyên ngành Phân tích Dữ liệu Marketing Số

LO16. Có khả năng sử dụng kỹ năng chuyên sâu về phân tích marketing và phân tích marketing số nhằm đánh giá thành tích và kết quả hoạt động marketing nhằm phục vụ cho các quyết định điều chỉnh chiến lược, kế hoạch và các chương trình marketing để mang lại thành tích tốt hơn cho tổ chức, doanh nghiệp.

Chuyên ngành Truyền thông Marketing

LO17. Có khả năng sử dụng kỹ năng chuyên sâu để lựa chọn và phối hợp các hình thức và công cụ/hình thức truyền thông marketing cơ bản; lập kế hoạch, triển khai, đánh giá các hoạt động/chiến dịch truyền thông marketing của các tổ chức, doanh nghiệp.

3.2.2. Kỹ năng bổ trợ và kỹ năng mềm

Sinh viên tốt nghiệp chương trình đào tạo cử nhân ngành Marketing của Học viện sẽ đạt các chuẩn đầu ra về kỹ năng bổ trợ và kỹ năng mềm như sau:

LO18. Có khả năng tư duy hệ thống, logic, sáng tạo và khoa học nhằm có thể vận dụng tốt các kiến thức và kỹ năng chuyên môn được học vào thực tiễn hoạt động marketing của tổ chức, doanh nghiệp trong môi trường đầy biến động.

LO19. Có khả năng sử dụng các kỹ năng mềm phục vụ cho việc thực hiện các công việc một cách chuyên nghiệp, bao gồm: kỹ năng lập kế hoạch, kỹ năng làm việc nhóm, kỹ năng giao tiếp, trình bày, kỹ năng giải quyết vấn đề... trong các tình huống công việc đa dạng.

LO20. Có khả năng sử dụng những phần mềm phân tích dữ liệu cơ bản (Excel, SPSS...) để phân tích dữ liệu kinh doanh và marketing cơ bản, phục vụ cho việc đưa ra quyết định marketing của các doanh nghiệp, tổ chức.

3.3. Ngoại ngữ

Sinh viên tốt nghiệp chương trình đào tạo cử nhân ngành Marketing của Học viện sẽ đạt các chuẩn đầu ra về ngoại ngữ như sau:

LO21. Đạt năng lực tiếng Anh 450 điểm TOEIC quốc tế trở lên (tương đương Bậc 3 theo khung năng lực ngoại ngữ 6 bậc dùng cho Việt Nam).

LO22. Có khả năng sử dụng tiếng Anh ở mức cơ bản trong các hoạt động liên quan đến nghề nghiệp được đào tạo.

3.4. Năng lực tự chủ và trách nhiệm /

Sinh viên tốt nghiệp chương trình đào tạo cử nhân ngành Marketing của Học viện sẽ đạt các chuẩn đầu ra về năng lực tự chủ, trách nhiệm và hành vi đạo đức như sau:

LO23. Có khả năng tự học tập, nghiên cứu, tích lũy kinh nghiệm để thích nghi với môi trường làm việc năng động.

LO24. Có phẩm chất đạo đức, ý thức nghề nghiệp, trách nhiệm công dân, tôn trọng và chấp nhận pháp luật, có ý thức tổ chức kỷ luật và tinh thần hợp tác.

4. MA TRẬN CHUẨN ĐẦU RA VỚI MỤC TIÊU ĐÀO TẠO

TT	Mục tiêu CĐR	PO1	PO2	PO3	PO4	PO5	PO6	PO7	PO8	PO9	PO10	PO11	PO12
1	LO1	X											
2	LO2		X										
3	LO3			X	X								
4	LO4				X								
5	LO5				X	X	X	X					
6	LO6					X	X	X					
7	LO7				X	X							
8	LO8				X		X						
9	LO9					X							
10	LO10						X						
11	LO11							X					
12	LO12								X				
13	LO13								X				
14	LO14								X				
15	LO15								X				
16	LO16								X				
17	LO17								X				
28	LO18									X			
19	LO19									X			X
20	LO20												X
21	LO21											X	
22	LO22											X	
23	LO23										X		
24	LO24										X		

5. BẢNG MỨC ĐỘ NĂNG LỰC MONG MUỐN CHUẨN ĐẦU RA

TT	NLMM (*)	NỘI DUNG	GHI CHÚ
1		KIẾN THỨC GIÁO DỤC ĐẠI CƯƠNG	
1.1		Khối kiến thức chung về lý luận chính trị	
1.1.1	(2.0)	Triết học Mác-Lênin	
1.1.2	(2.0)	Kinh tế chính trị Mác- Lenin	
1.1.3	(2.0)	Chủ nghĩa xã hội khoa học	
1.1.4	(2.0)	Lịch sử Đảng cộng sản Việt Nam	
1.1.5	(2.0)	Tư tưởng Hồ chí Minh	
1.2		Tiếng Anh	
1.2.1	(3.0)	Tiếng Anh Course 1	
1.2.2	(3.0)	Tiếng Anh Course 2	

TT	NLMM (*)	NỘI DUNG	GHI CHÚ
1.2.3	(3.0)	Tiếng Anh Course 3	
1.2.4	(3.0)	Tiếng Anh Course 3 Plus	
1.3	Tin học		
1.3.1	(3.0)	Tin học cơ sở 1	
1.3.2	(3.0)	Tin học cơ sở 3	
1.2	Khối kiến thức khoa học cơ bản/khoa học xã hội		
1.2.1	(3.0)	Toán cao cấp 1	
1.2.2	(3.0)	Lý thuyết xác suất và thống kê	
1.2.3	(3.0)	Toán kinh tế	
1.2.4	(3.0)	Toán cao cấp 2	
1.2.5	(3.0)	Pháp luật đại cương	
1.2.6	(3.0)	Tâm lý quản lý	
1.2.7	(3.0)	Lịch sử các học thuyết kinh tế	
1.2.8	(3.0)	Phương pháp luận nghiên cứu khoa học	
2	KIẾN THỨC GIÁO DỤC CHUYÊN NGHIỆP		
2.1	Khối kiến thức cơ sở (nhóm ngành và ngành)		
2.1.1	(3.0)	Kinh tế vi mô 1	
2.1.2	(3.0)	Kinh tế vĩ mô 1	
2.1.3	(3.5)	Marketing căn bản	
2.1.4	(3.0)	Nguyên lý kế toán	
2.1.5	(3.0)	Kinh tế lượng	
2.1.6	(3.0)	Quản trị học	
2.1.7	(3.5)	Hành vi khách hàng	
2.1.8	(3.5)	Các hệ thống thông tin trong doanh nghiệp	
2.1.9	(3.5)	Internet và ứng dụng trong kinh doanh	
2.1.10	(3.5)	Phát triển và ứng dụng web trong marketing	
2.1.11	(3.5)	Quản trị cơ sở dữ liệu kinh doanh	
2.1.12	(3.5)	Ứng dụng đa phương tiện trong kinh doanh	
2.1.13	(3.5)	Quản lý dự án	
2.1.14	(3.5)	Thương mại điện tử	
2.1.15	(3.5)	Quản trị marketing	
2.1.16	(3.5)	Phương pháp nghiên cứu marketing	
2.1.17	(3.5)	Truyền thông marketing tích hợp	
2.1.18	(3.5)	Marketing dịch vụ	
2.1.19	(3.5)	Marketing công nghiệp	
2.1.20	(3.5)	E- Marketing	
2.1.16	(3.0)	Kế toán quản trị	
2.1.17	(3.0)	Quản trị thương hiệu	
2.1.18	(3.0)	Quản trị bán hàng	
2.1.19	(3.0)	Phân tích hoạt động kinh doanh	
2.1.20	(3.0)	Luật kinh doanh	
2.2	Khối kiến thức chuyên ngành		

TT	NLMM (*)	NỘI DUNG	GHI CHÚ
Chuyên ngành Internet Marketing			
2.2.1	(4.0)	Phân tích web	
2.2.2	(4.0)	Marketing qua phương tiện truyền thông xã hội	
2.2.3	(4.0)	Tổng quan về biên tập web	
2.2.4	(4.0)	Marketing bằng công cụ tìm kiếm	
2.2.5	(4.0)	Đề án: Kế hoạch Internet marketing	
Chuyên ngành Phân tích Dữ liệu Marketing số			
2.2.1	(4.0)	Phân tích Marketing	
2.2.2	(4.0)	Khai phá dữ liệu trong Marketing	
2.2.3	(4.0)	Phân tích web	
2.2.4	(4.0)	Marketing qua phương tiện truyền thông xã hội	
2.2.5	(4.0)	Trí tuệ Marketing	
Chuyên ngành Truyền thông Marketing			
2.2.1	(4.0)	Chiến lược phương tiện truyền thông	
2.2.2	(4.0)	Quan hệ công chúng	
2.2.3	(4.0)	Marketing trực tiếp	
2.2.4	(4.0)	Quản trị quảng cáo	
2.2.5	(4.0)	Đề án: Kế hoạch Truyền thông marketing	
3	KỸ NĂNG		
3.1	(3.0)	Kỹ năng thuyết trình	
3.2	(3.0)	Kỹ năng làm việc nhóm	
3.3	(3.0)	Kỹ năng tạo lập Văn bản	
3.4	(3.0)	Kỹ năng lập kế hoạch và tổ chức công việc	
3.5	(3.0)	Kỹ năng giao tiếp	
3.6	(3.0)	Kỹ năng giải quyết vấn đề	
3.7	(3.0)	Kỹ năng tư duy sáng tạo	

(*) Năng lực mong muốn (NLMM) được đánh giá trên thang điểm 1-5 (1-biết, hiểu; 2- hiểu và có thể tham gia; 3- hiểu và có thể giải thích; 4-có thể thực hành thành thạo, 5- có khả năng tổng hợp, đánh giá, sáng tạo). NLMMN được phân tích và đề xuất dựa trên cơ sở các kết quả khảo sát ý kiến của các đơn vị sử dụng lao động, các cựu sinh viên và sinh viên năm cuối về những năng lực cần thiết, quan trọng đối với sinh viên tốt nghiệp chương trình đào tạo Cử nhân ngành Marketing, cũng như ý kiến các chuyên gia về dự thảo khung chương trình.