



BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG CAO ĐẲNG QUỐC TẾ
THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

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

MỤC TIÊU CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO **TRÌNH ĐỘ CAO ĐẲNG**

Tên ngành, nghề: Marketing thương mại
Mã ngành, nghề: 6340118
Trình độ đào tạo: Cao đẳng
Đối tượng tuyển sinh: Tốt nghiệp trung học phổ thông hoặc tương đương
Thời gian đào tạo: 2 năm

1. Giới thiệu chương trình/mô tả ngành nghề đào tạo

Marketing thương mại trình độ cao đẳng là ngành, nghề thực hiện các nhiệm vụ và công việc nhằm phát hiện ra các nhu cầu, mong muốn của khách hàng, sáng tạo giá trị, truyền thông giá trị, cung ứng giá trị nhằm thỏa mãn nhu cầu của các bên tham gia quá trình trao đổi của doanh nghiệp với khách hàng một cách hiệu quả nhất, đáp ứng được yêu cầu bậc 5 trong Khung trình độ quốc gia Việt Nam.

Nhiệm vụ chính của nghề bao gồm: Tìm hiểu về môi trường marketing và thị trường; xác định định hướng chiến lược marketing của tổ chức; xây dựng các đề xuất chào hàng cho khách hàng của tổ chức; quản lý và cung ứng các chương trình truyền thông marketing; xây dựng, thực hiện và quản lý các kế hoạch marketing; sử dụng, nghiên cứu và phát triển cơ sở dữ liệu khách hàng; xây dựng, quản lý và phát triển thương hiệu.

Điều kiện và môi trường làm việc: các hoạt động marketing thương mại được thực hiện ở các tổ chức với điều kiện môi trường làm việc nhiều biến động, có cạnh tranh, có quan hệ giao dịch với các khách hàng khác nhau, có tính chuyên nghiệp.

2. Mục tiêu đào tạo

2.1. Mục tiêu chung

Mục tiêu chung của Marketing thương mại là đào tạo người học có phẩm chất chính trị, đạo đức, có thái độ đúng đắn, có năng lực tự chủ và trách nhiệm, hiểu rõ nguyên lý và quy luật trong kinh tế, kinh doanh, có kiến thức toàn diện về Marketing, nắm vững kiến thức chuyên sâu về chuyên ngành, các kiến thức lý luận, thực tiễn cốt lõi cần thiết cho người làm marketing và nhà quản trị marketing. Thành thạo các kỹ năng nghề nghiệp, đạt chuẩn chất lượng đầu ra và có năng lực cơ bản nhận dạng và giải quyết các vấn đề liên quan. Đáp ứng nhu cầu xã hội về nguồn nhân lực thuộc lĩnh vực thương mại trong môi trường kinh doanh trong nước và quốc tế.

2.2. Mục tiêu cụ thể

2.2.1. Kiến thức

- Trình bày được các mục tiêu chiến lược marketing doanh nghiệp;
- Trình bày được quy trình lập kế hoạch các chương trình: Truyền thông, quảng cáo, tiếp thị, quảng bá thương hiệu...;
- Nhận biết được xu hướng vận động của thị trường;
- Phân tích được tác động của các yếu tố môi trường đến hoạt động marketing của doanh nghiệp;
- Phân tích được ảnh hưởng về hành vi tiêu dùng của khách hàng đối với các chính sách marketing của doanh nghiệp;
- Phân tích được xu thế phản ứng của người tiêu dùng khi lựa chọn sản phẩm của doanh nghiệp;
- Nhận biết và phân đoạn được các thị trường trọng điểm cho doanh nghiệp;
- Phân biệt được chiến lược marketing cho các nhóm khách hàng khác nhau
- Trình bày được những kiến thức cơ bản về chính trị, văn hóa, xã hội, pháp luật, quốc phòng an ninh, giáo dục thể chất theo quy định.

2.2.2. Kỹ năng

- Xây dựng được các chiến lược marketing ngắn hạn, trung hạn và dài hạn;
- Thiết lập và duy trì được chính sách giá của sản phẩm dịch vụ;
- Phân đoạn và lựa chọn được thị trường trọng điểm cho doanh nghiệp;
- Dự đoán được một số phản ứng của người tiêu dùng đối với việc lựa chọn sản phẩm của doanh nghiệp;
- Lập được kế hoạch và thực hiện được các chương trình: Truyền thông, quan hệ công chúng, quảng cáo, tiếp thị, quảng bá thương hiệu...;
- Tổ chức được các hoạt động marketing cho doanh nghiệp;
- Lập được dự toán kinh phí cho các hoạt động marketing;
- Lựa chọn được nhân lực cho hoạt động marketing của doanh nghiệp;
- Thiết lập được các kênh phân phối chào hàng, bán hàng và đề xuất các phương pháp cải tiến sản phẩm dịch vụ;
- Tổ chức được các chương trình huấn luyện - đào tạo đội ngũ nhân viên marketing;
- Ứng dụng được khoa học kỹ thuật vào hoạt động marketing;
- Đánh giá được hoạt động marketing của doanh nghiệp và đưa ra được những tư vấn hợp lý cho lãnh đạo doanh nghiệp;
- Sử dụng thành thạo các công cụ truyền thông thông dụng;
- Sử dụng được công nghệ thông tin cơ bản theo quy định; khai thác, xử lý, ứng dụng công nghệ thông tin trong công việc chuyên môn của ngành, nghề;
- Sử dụng được ngoại ngữ cơ bản, đạt bậc 2/6 trong Khung năng lực ngoại ngữ của

Việt Nam; ứng dụng được ngoại ngữ vào công việc chuyên môn của ngành, nghề.

2.2.3. Mức độ tự chủ và chịu trách nhiệm

- Làm việc độc lập hoặc làm việc theo nhóm; khả năng giải quyết công việc vấn đề phức tạp trong điều kiện làm việc thay đổi; giao tiếp tốt với đồng nghiệp, với khách hàng;
- Hướng dẫn giám sát đồng nghiệp thực hiện nhiệm vụ xác định, chịu trách nhiệm cá nhân và trách nhiệm đối với nhóm trong phạm vi công việc được giao;
- Có khả năng đánh giá chất lượng, kết quả công việc của bản thân và nhóm sau khi hoàn thành công việc được giao.