



**BỘ CÔNG THƯƠNG
TRƯỜNG CAO ĐẲNG
KINH TẾ CÔNG NGHIỆP HÀ NỘI**

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

CHUẨN ĐẦU RA CỦA CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO NGHỀ MARKETING

(Ban hành theo Quyết định 31^A/QĐ – CDKT, ngày 18 tháng 2 năm 2019 của Hiệu trưởng Trường Cao đẳng Kinh tế Công nghiệp Hà Nội)

Nghề đào tạo: Marketing

Mã nghề: 6340116

Trình độ: Cao đẳng

1. Giới thiệu chung về ngành, nghề

Marketing trình độ cao đẳng là 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.

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; xây dựng và thực hiện nghiên cứu thị trường; xây dựng và quản trị hệ thống kênh phân phối; xây dựng, quản lý và phát triển thương hiệu; tạo lập và duy trì mối quan hệ với công chúng

Điều kiện và môi trường làm việc: các hoạt động marketing 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.

Khối lượng kiến thức: 2295 giờ (tương đương 92 tín chỉ).

2. Kiến thức

- Trình bày được những kiến thức cơ bản về Chủ nghĩa Mác Lê Nin, tư tưởng Hồ Chí Minh, đường lối chính sách của Đảng, pháp luật của Nhà nước
- Trình bày được những kiến thức về tin học, ngoại ngữ theo quy định
- Trình bày được những kiến thức cơ bản về quốc phòng an ninh, giáo dục thể chất theo quy định.
- Trình bày được các kiến thức nền tảng về kinh tế học, quản trị học, quản trị doanh nghiệp
- Trình bày được các mục tiêu chiến lược marketing doanh nghiệp;

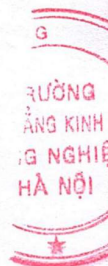
- Trình bày được quy trình lập kế hoạch các chương trình: Truyền thông, quảng cáo, tiếp thị, quảng bá thương hiệu...;
- Nhận biết được xu hướng vận động của thị trường;
- Phân tích được tác động của các yếu tố môi trường đến hoạt động marketing của doanh nghiệp;
- Phân tích được ảnh hưởng về hành vi 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

3. Kỹ năng

- Lập kế hoạch và tổ chức nghiên cứu thị trường
- 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;
- Ứng dụng được kỹ thuật SEM & SEO vào hoạt động marketing marketing trực tuyến;
- 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.

4. Mức độ tự chủ và 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.

5. Vị trí việc làm sau khi tốt nghiệp

Sau khi tốt nghiệp người học có năng lực đáp ứng các yêu cầu tại các vị trí việc làm của nghề bao gồm:

- Marketing truyền thống;
- Dịch vụ khách hàng;
- Quản lý nhãn hàng/ngành hàng;
- Thương hiệu;
- Truyền thông;
- Marketing online

6. Khả năng học tập, nâng cao trình độ

- Khối lượng kiến thức tối thiểu, yêu cầu về năng lực mà người học phải đạt được sau khi tốt nghiệp nghề marketing, trình độ cao đẳng có thể tiếp tục phát triển ở các trình độ cao hơn;

- Người học sau tốt nghiệp có năng lực tự học, tự cập nhật những tiến bộ khoa học công nghệ trong phạm vi nghề để nâng cao trình độ hoặc học liên thông lên trình độ cao hơn trong cùng ngành, nghề hoặc trong nhóm ngành, nghề hoặc trong cùng lĩnh vực đào tạo.

