

QUYẾT ĐỊNH

Về việc ban hành chương trình đào tạo (điều chỉnh)

GIÁM ĐỐC ĐẠI HỌC QUỐC GIA HÀ NỘI

Căn cứ Luật Giáo dục đại học ngày 18 tháng 6 năm 2012 và Luật sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật Giáo dục đại học ngày 19 tháng 11 năm 2018;

Căn cứ Nghị định số 186/2013/NĐ-CP ngày 17 tháng 11 năm 2013 của Chính phủ về Đại học Quốc gia;

Căn cứ Quyết định số 26/2014/QĐ-TTg ngày 26 tháng 03 năm 2014 của Thủ tướng Chính phủ về Quy chế tổ chức và hoạt động của Đại học Quốc gia và các cơ sở giáo dục đại học thành viên;

Căn cứ Thông tư số 17/2021/TT-BGDĐT ngày 22 tháng 06 năm 2021 của Bộ Giáo dục và Đào tạo Quy định về chuẩn chương trình đào tạo, xây dựng, thẩm định và ban hành chương trình đào tạo các trình độ của giáo dục đại học;

Căn cứ Quyết định số 3626/QĐ-ĐHQGHN ngày 21 tháng 10 năm 2022 của Giám đốc Đại học Quốc gia Hà Nội ban hành Quy chế đào tạo đại học;

Căn cứ Quyết định số 4555/QĐ-ĐHQGHN ngày 22 tháng 12 năm 2022 của Giám đốc Đại học Quốc gia Hà Nội ban hành Quy định về mở ngành và điều chỉnh chương trình đào tạo tại Đại học Quốc gia Hà Nội;

Căn cứ Hướng dẫn số 1144/HD-ĐHQGHN ngày 03 tháng 04 năm 2023 của Giám đốc Đại học Quốc gia Hà Nội về việc Điều chỉnh, cập nhật chương trình đào tạo tại Đại học Quốc gia Hà Nội;

Căn cứ Quyết định số 1855/QĐ-ĐHQGHN ngày 30 tháng 05 năm 2023 của Giám đốc Đại học Quốc gia Hà Nội về việc Ủy quyền kí điều chỉnh, cập nhật chương trình đào tạo tại Đại học Quốc gia Hà Nội (năm 2023);

Căn cứ Công văn số 4239/ĐHQGHN-ĐT ngày 08 tháng 11 năm 2023 của Giám đốc Đại học Quốc gia Hà Nội về việc đồng ý cho đơn vị kí quyết định ban hành chương trình đào tạo điều chỉnh;

Theo đề nghị của Trưởng Ban Đào tạo và của Chủ nhiệm Khoa Các khoa học liên ngành tại Công văn số 1320/KHLN-ĐT ngày 13 tháng 12 năm 2023.

QUYẾT ĐỊNH:

Điều 1. Ban hành kèm theo Quyết định này chương trình đào tạo trình độ đại học ngành Quản trị thương hiệu, mã số ngành đào tạo: Ngành đào tạo thí điểm.

Điều 2. Chương trình đào tạo trình độ đại học ngành Quản trị thương hiệu ban hành kèm theo Quyết định này được áp dụng cho sinh viên từ khóa tuyển sinh năm 2022 của Khoa Các khoa học liên ngành, Đại học Quốc gia Hà Nội.

Điều 3. Chánh Văn phòng, Trưởng Ban Đào tạo, Trưởng Ban Kế hoạch Tài chính, Chủ nhiệm Khoa Các khoa học liên ngành và trưởng các đơn vị liên quan chịu trách nhiệm thi hành Quyết định này./.

Nơi nhận:

- Như Điều 3;
- Giám đốc ĐHQGHN (để b/c);
- Phó Giám đốc Nguyễn Hoàng Hải (để b/c);
- Lưu: VP, ĐT, Ha8

**TUQ. GIÁM ĐỐC
CHỦ NHIỆM
KHOA CÁC KHOA HỌC LIÊN NGÀNH**



Nguyễn Văn Hiệu



CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO TRÌNH ĐỘ ĐẠI HỌC

(Ban hành theo Quyết định số 4925/QĐ-ĐHQGHN ngày 20 tháng 12 năm 2023 của Giám đốc Đại học Quốc gia Hà Nội)

Ngành: **Quản trị thương hiệu**

Mã số: Ngành đào tạo thí điểm

I. GIỚI THIỆU CHUNG VỀ CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO

1. Một số thông tin về chương trình đào tạo

- Tên ngành đào tạo:
 - + Tiếng Việt: Quản trị Thương hiệu
 - + Tiếng Anh: Brand Management
- Mã số ngành đào tạo: Ngành đào tạo thí điểm
- Trình độ đào tạo: Đại học
- Danh hiệu tốt nghiệp: Cử nhân Quản trị Thương hiệu
- Ngôn ngữ đào tạo: Tiếng Việt
- Thời gian đào tạo: 4 năm
- Tên văn bằng tốt nghiệp:
 - + Tiếng Việt: Cử nhân ngành Quản trị Thương hiệu
 - + Tiếng Anh: Bachelor in Brand Management

2. Mục tiêu của chương trình đào tạo

2.1. Mục tiêu chung

Cung cấp nguồn nhân lực chất lượng cao, có khả năng cạnh tranh trong ngành thương hiệu, năng lực tác nghiệp trong thực tiễn với tư duy liên ngành về xây dựng và phát triển thương hiệu, ứng biến linh hoạt trong môi trường đa văn hóa và khả năng hội nhập quốc tế.

2.2. Mục tiêu cụ thể

Cung cấp nguồn nhân lực làm việc về quản trị thương hiệu có:

- Tư duy và kiến thức liên ngành về quản trị thương hiệu.
- Khả năng tác nghiệp thực tiễn về xây dựng và phát triển thương hiệu.
- Khả năng nâng cao năng lực chuyên môn và học tập suốt đời để làm việc trong môi trường cạnh tranh cao.

- Đạo đức và trách nhiệm xã hội trong xây dựng và phát triển thương hiệu.

3. Thông tin tuyển sinh

3.1. Hình thức tuyển sinh

Tuyển sinh bằng hình thức tuyển thẳng, ưu tiên xét tuyển thẳng, xét tuyển theo Quy chế tuyển sinh đại học chính quy của Đại học Quốc gia Hà Nội và Đề án tuyển sinh đại học chính quy hàng năm của Khoa Các khoa học liên ngành được Đại học Quốc gia Hà Nội phê duyệt.

3.2. Đối tượng dự tuyển

- Là người Việt Nam đã tốt nghiệp trung học phổ thông hoặc tương đương, là học sinh đã hoàn thành chương trình học tập lớp 12, đáp ứng các điều kiện tuyển sinh theo quy định hiện hành của Đại học Quốc gia Hà Nội.

- Là người nước ngoài đã tốt nghiệp chương trình trung học phổ thông hoặc tương đương, đáp ứng các điều kiện tuyển sinh theo quy định hiện hành của Đại học Quốc gia Hà Nội.

3.3. Dự kiến quy mô tuyển sinh

Dự kiến hàng năm tuyển sinh khoảng 180 sinh viên hệ chính quy.

II. CHUẨN ĐẦU RA CỦA CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO

1. Chuẩn đầu ra về kiến thức (K)

1. Vận dụng được các kiến thức liên ngành nền tảng về các vấn đề kinh tế - chính trị, văn hóa, xã hội, luật pháp, môi trường, mỹ học và tâm lý học vào các hoạt động quản trị.
2. Vận dụng được các kiến thức nền tảng về kinh tế, kinh doanh và quản trị vào hoạt động xây dựng và phát triển thương hiệu.
3. Vận dụng được các kiến thức về marketing vào hoạt động xây dựng và phát triển thương hiệu.
4. Vận dụng được lý luận về quản trị thương hiệu trong hoạt động thực tiễn.
5. Vận dụng được phương pháp, công cụ và công nghệ liên quan đến hoạt động xây dựng và phát triển thương hiệu.
6. Cập nhật những xu hướng mới trong nước và quốc tế vào các hoạt động xây dựng và phát triển thương hiệu.
7. Đề xuất được giải pháp để giải quyết các vấn đề về quản trị thương hiệu.

2. Chuẩn đầu ra về Kỹ năng (S)

2.1. Kỹ năng chuyên môn (S1)

1. Thực hiện được các kỹ năng quản trị như lập kế hoạch, tổ chức, lãnh đạo, kiểm tra, truyền đạt thông tin, ra quyết định liên quan đến thương hiệu.
2. Lựa chọn được các kỹ thuật phù hợp để thu thập, xử lý, phân tích số liệu phù hợp liên quan đến quản trị thương hiệu.

3. Thực hiện được các kỹ năng bảo vệ, đánh giá và phát triển tài sản thương hiệu như đánh giá rủi ro, phòng ngừa rủi ro, giải quyết tranh chấp, xây dựng chiến lược, triển khai hoạt động marketing và truyền thông thương hiệu.
4. Thực hiện được các kỹ năng sáng tạo thông điệp và nội dung truyền thông thương hiệu.
5. Thực hiện được việc kết hợp các công cụ truyền thông marketing trong hoạt động xây dựng và phát triển thương hiệu.
6. Huy động được sự tham gia của các bên liên quan, phối hợp được các nguồn lực trong hoạt động xây dựng và phát triển thương hiệu.
7. Thực hiện được các kỹ năng phân tích, đánh giá, phát hiện và giải quyết hiệu quả các vấn đề xây dựng và phát triển thương hiệu.
8. Thực hiện được kỹ năng viết báo cáo, đề xuất các vấn đề liên quan tới xây dựng và phát triển thương hiệu.

2.2. Kỹ năng bổ trợ (S2)

1. Kỹ năng làm việc độc lập, chủ động học hỏi và nghiên cứu các vấn đề quan tâm.
2. Kỹ năng phản biện và đàm phán trong công việc.
3. Sử dụng ngoại ngữ (tiếng Anh, tiếng Pháp, tiếng Trung) tương đương bậc 3 theo Khung năng lực ngoại ngữ 6 bậc dùng cho Việt Nam.
4. Kỹ năng kết nối, điều phối và tổ chức các nhóm làm việc trong các dự án về thương hiệu.
5. Kỹ năng ứng dụng công nghệ thông tin trong công việc.
6. Kỹ năng quản lý thời gian.
7. Thích ứng tốt với các công việc liên quan đến xây dựng và phát triển thương hiệu ở các doanh nghiệp/tổ chức khác nhau.
8. Xây dựng được hồ sơ nghề nghiệp cho bản thân.

3. Về mức độ tự chủ và trách nhiệm (R, M)

3.1. Về mức độ tự chủ (R)

1. Có năng lực hoàn thành công việc độc lập hoặc cùng nhóm; lãnh đạo nhóm hoàn thành công việc;
2. Có tinh thần chịu trách nhiệm cao với các công việc của cá nhân và của nhóm mình tham gia hoặc lãnh đạo;
3. Có khả năng hướng dẫn, giám sát những người khác thực hiện công việc liên quan đến nghề nghiệp;
4. Tự định hướng, đưa ra kết luận chuyên môn và có thể bảo vệ được quan điểm cá nhân;
5. Lập được kế hoạch, điều phối và quản lý được các nguồn lực; đánh giá và cải thiện hiệu quả các hoạt động.

3.2. Về mức độ trách nhiệm (M)

1. Trung thành với Tổ quốc, tôn trọng pháp luật, có phẩm chất chính trị, đạo đức và ý thức cộng đồng tốt; Có ý thức xây dựng đất nước và tổ chức.
2. Trung thực, thẳng thắn, khiêm tốn, kiên định, bản lĩnh và có tinh thần ham học hỏi.

3. Chủ động nâng cao năng lực chuyên môn để có thể thích ứng kịp thời với sự thay đổi của xã hội; Chia sẻ kiến thức và học tập suốt đời.
4. Tôn trọng sự đa dạng của đối tác và các bên liên quan.
5. Tuân thủ kỷ luật và các nguyên tắc đạo đức trong hoạt động quản trị thương hiệu.
6. Tuân thủ các nguyên tắc về an toàn nghề nghiệp trong môi trường làm việc.
7. Hành động vì lợi ích chung.
8. Luôn có ý thức hướng tới sự phát triển bền vững của xã hội, góp phần xây dựng nước Việt Nam dân chủ, công bằng, văn minh.

4. Vị trí việc làm mà sinh viên có thể đảm nhiệm sau khi tốt nghiệp

4.1. Các vị trí việc làm cụ thể ở các doanh nghiệp và tổ chức liên quan đến xây dựng và phát triển thương hiệu như:

Quản trị thương hiệu/Quản lý nhãn hiệu/Quản lý nhãn hàng

Truyền thông thương hiệu/Truyền thông quảng cáo

Digital marketing/Marketing online/Content marketing

Quản trị hình ảnh-marketing

Quản lý sự kiện-tài trợ/Tổ chức sự kiện

Quan hệ công chúng

Nghiên cứu thị trường

Chăm sóc khách hàng

Thiết kế bộ nhận diện thương hiệu

4.2. Khởi nghiệp: Phát triển ý tưởng và tạo dựng doanh nghiệp khởi nghiệp.

4.3. Giảng dạy và nghiên cứu: Giảng dạy và nghiên cứu ở các trường học, các cơ quan nghiên cứu về thương hiệu, truyền thông, marketing.

5. Khả năng học tập, nâng cao trình độ sau khi tốt nghiệp

Cử nhân Quản trị Thương hiệu có thể học lên cao học các ngành như Marketing, Kinh doanh, Truyền thông, Báo chí, Giải trí và sự kiện, Quan hệ công chúng,... và các ngành gần, phù hợp khác trong hệ thống các ngành hiện được phép đào tạo của Bộ Giáo dục và đào tạo.

III. NỘI DUNG CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO

1. Tóm tắt yêu cầu chương trình đào tạo

Tổng số tín chỉ của chương trình đào tạo (*chưa tính Giáo dục thể chất, Giáo dục quốc phòng – an ninh, kỹ năng bổ trợ*): 130 tín chỉ

- Khối kiến thức chung (*chưa tính Giáo dục thể chất, Giáo dục quốc phòng – an ninh, kỹ năng bổ trợ*): 21 tín chỉ

- Khối kiến thức lĩnh vực: 21 tín chỉ

+ Bắt buộc: 15 tín chỉ

+ Tự chọn: 6 / 16 tín chỉ

- Khối kiến thức khối ngành: 21 tín chỉ
 - + Bắt buộc: 15 tín chỉ
 - + Tự chọn: 6 / 10 tín chỉ
- Khối kiến thức nhóm ngành: 16 tín chỉ
 - + Bắt buộc: 12 tín chỉ
 - + Tự chọn: 4 / 8 tín chỉ
- Khối kiến thức ngành: 51 tín chỉ
 - + Các học phần: 25 tín chỉ
 - * Bắt buộc: 21 tín chỉ
 - * Tự chọn: 4 / 8 tín chỉ
 - + Thực tập nghề nghiệp: 20 tín chỉ
 - + Khóa luận tốt nghiệp / tương đương: 6 tín chỉ

2. Khung chương trình đào tạo

STT	Mã học phần	Tên học phần	Số TC	Giờ tín chỉ			Mã học phần tiên quyết
				Lý thuyết	Thực hành	Tự học	
I		Khối kiến thức chung (không tính các học phần GDTC, QPAN, Kỹ năng bổ trợ)	21				
1.	PHI1006	Triết học Mác – Lênin <i>Marxist-Leninist Philosophy</i>	3	30	15	0	
2.	PEC1008	Kinh tế chính trị Mác – Lênin <i>Marx-Lenin Political Economy</i>	2	20	10	0	PHI1006
3.	PHI1002	Chủ nghĩa xã hội khoa học <i>Scientific Socialism</i>	2	30	0	0	
4.	HIS1001	Lịch sử Đảng Cộng sản Việt Nam <i>History of the Communist Party of Vietnam</i>	2	20	10	0	
5.	POL1001	Tư tưởng Hồ Chí Minh <i>Ho Chi Minh's Ideology</i>	2	20	10	0	
6.	THL1057	Nhà nước và pháp luật đại cương <i>General State and Law</i>	2	25	5	0	
7.	SIS1001	Tin học cơ sở	3	25	20	0	
8.		Ngoại ngữ B1 <i>Foreign Language B1</i>	5	30	15	30	

STT	Mã học phần	Tên học phần	Số TC	Giờ tín chỉ			Mã học phần tiên quyết
				Lý thuyết	Thực hành	Tự học	
	FLF1107	Tiếng Anh B1 <i>English B1</i>					
	FLF1307	Tiếng Pháp B1 <i>French B1</i>					
	FLF1407	Tiếng Trung quốc B1 <i>Chinese B1</i>					
9.		Giáo dục thể chất <i>Physical Education</i>	4				
10.		Giáo dục quốc phòng - an ninh <i>National Defense Education</i>	8				
11.	SIS1002	Kỹ năng bổ trợ <i>Supplementary skills</i>	3	15	15	15	
II		Khôi kiến thức theo lĩnh vực	21				
II.1		Các học phần bắt buộc	15				
12.	BRM1001	Quản trị học <i>Principles of Management</i>	3	40	5	0	
13.	BRM1002	Kinh tế học đại cương <i>General Economics</i>	3	40	5	0	
14.	BRM1003	Nguyên lý Marketing <i>Principles of Marketing</i>	3	30	15	0	
15.	HRM1001	Cơ sở văn hóa Việt Nam <i>Fundamentals of Vietnamese Culture</i>	3	42	3	0	
16.	CRD1020	Mỹ học đại cương <i>General Aesthetic</i>	3	39	6	0	
II.2		Học phần tự chọn	6/16				
17.	PSY1051	Tâm lý học đại cương <i>Introduction to Psychology</i>	2	25	5	0	
18.	SIS1003	Tư duy sáng tạo và phản biện <i>Creative and Critical Thinking</i>	2	15	15	0	

STT	Mã học phần	Tên học phần	Số TC	Giờ tín chỉ			Mã học phần tiên quyết
				Lý thuyết	Thực hành	Tự học	
19.	SIS1004	Tư duy thiết kế <i>Design Thinking</i>	2	10	20	0	
20.	SOC1051	Xã hội học đại cương <i>Introduction to Sociology</i>	2	20	10	0	
21.	EVS1001	Môi trường và phát triển <i>Environment and Development</i>	2	20	8	2	
22.	HRM1002	Nhân học đại cương <i>Introduction to Anthropology</i>	2	25	5	0	
23.	LIN1050	Thực hành văn bản Tiếng Việt <i>Practicing on Vietnamese Texts</i>	2	20	10	0	
24.	GEO1050	Khoa học trái đất và sự sống <i>Earth and Life Science</i>	2	20	10	0	
III.		Khối kiến thức theo khối ngành	21				
III.1		Các học phần bắt buộc	15				
25.	BRM2001	Quản trị thương hiệu <i>Brand Management</i>	3	30	15	0	BRM1003
26.	BRM2002	Quản trị doanh nghiệp <i>Business Management</i>	3	30	15	0	BRM1001
27.	BRM2003	Quản trị nguồn nhân lực <i>Human resource management</i>	3	35	10	0	BRM1001
28.	BRM2004	Quản lý Nhà nước về sở hữu trí tuệ <i>State Management of Intellectual Property</i>	3	30	15	0	THL1057
29.	BRM2005	Nghiên cứu thấu hiểu khách hàng <i>Customer Insight Research</i>	3	20	25	0	
III.2		Các học phần tự chọn	6/10				
30.	BRM2006	Tâm lý học truyền thông <i>Communication Psychology</i>	2	15	15	0	
31.	BRM2007	Marketing 4.0 <i>Marketing 4.0</i>	2	20	10	0	BRM1003

STT	Mã học phần	Tên học phần	Số TC	Giờ tín chỉ			Mã học phần tiên quyết
				Lý thuyết	Thực hành	Tự học	
32.	BRM2008	Thống kê trong kinh doanh <i>Statistics in Business</i>	2	15	15	0	
33.	BRM2009	Nguyên lý đổi mới <i>Principle of Innovation</i>	2	25	5	0	
34.	BRM2010	Quản lý dự án <i>Project Management</i>	2	20	10	0	BRM1001
IV.		Khối kiến thức theo nhóm ngành	16				
IV.1		Các học phần bắt buộc	12				
35.	BRM2011	Phát triển thương hiệu qua văn hóa doanh nghiệp <i>Brand Development Through Organizational culture</i>	3	25	20	0	BRM2001
36.	BRM2012	Thương hiệu, PR, quảng cáo <i>Branding, PR, Advertisement</i>	3	30	15	0	
37.	BRM2013	Khởi sự kinh doanh <i>Start Up</i>	3	20	25	0	BRM1001
38.	BRM2014	Ngôn ngữ truyền thông thương hiệu <i>Brand Communication Language</i>	3	25	20	0	
IV.2		Các học phần tự chọn	4/8				
39.	BRM2015	Kỹ năng đàm phán trong kinh doanh <i>Bussiness Negotiation Skill</i>	2	10	20	0	
40.	BRM2016	Quản trị sản phẩm mới <i>New Product Management</i>	2	20	10	0	
41.	BRM2017	Thương mại điện tử <i>E -Commerce</i>	2	20	10	0	
42.	BRM2018	Quản trị quan hệ khách hàng <i>Customer Relationship Management</i>	2	20	10	0	BRM1001

STT	Mã học phần	Tên học phần	Số TC	Giờ tín chỉ			Mã học phần tiên quyết
				Lý thuyết	Thực hành	Tự học	
V.		Khối kiến thức ngành	51				
V.1		Các học phần chuyên môn	25				
V.1.1		Học phần bắt buộc	21				
43.	BRM3001	Thẩm định giá tài sản thương hiệu <i>Brand Equity Valuation</i>	3	30	15	0	BRM1003
44.	BRM3002	Quản trị rủi ro thương hiệu <i>Brand Risk Management</i>	3	25	20	0	BRM1003
45.	BRM3003	Quản trị thương hiệu điện tử <i>E- Brand Management</i>	3	30	15	0	BRM1003
46.	BRM3004	Thiết kế bộ nhận diện thương hiệu <i>Brand Identity Design</i>	3	30	15	45	
47.	BRM3005	Thực hành triển khai dự án truyền thông <i>Communication Project Practice</i>	3	15	30	0	
48.	BRM3006	Xây dựng thương hiệu cá nhân, tổ chức <i>Branding for individual, organization</i>	3	25	20	0	BRM1003 BRM2001
49.	BRM3007	Truyền thông Marketing tích hợp <i>Integrated Marketing Communication</i>	3	25	20	0	BRM1003 BRM1001 BRM2005
V.1.2		Học phần tự chọn	4/8				
50.	BRM3008	Quản trị thương hiệu điểm đến <i>Destination Brand Management</i>	2	20	10	0	
51.	LEM3080	Tổ chức sự kiện <i>Event Organization</i>	2	15	15	0	
52.	BRM3009	Xây dựng sản phẩm truyền thông <i>Building Communication Product</i>	2	20	10	0	
53.	BRM3010	Nhượng quyền thương mại <i>Franchise</i>	2	20	10	0	

STT	Mã học phần	Tên học phần	Số TC	Giờ tín chỉ			Mã học phần tiên quyết
				Lý thuyết	Thực hành	Tự học	
V.2		Thực tập <i>Internship</i>	20				
54.	BRM4001	Thực tập cơ sở <i>Basic Internship</i>	10	30	120	0	
55.	BRM4002	Thực tập tốt nghiệp <i>Final Internship</i>	10	20	130	0	
V.3		Khóa luận tốt nghiệp/Học phần tương đương	6			0	
56.	BRM4050	Khóa luận tốt nghiệp <i>Graduation Thesis</i>	6	10	80	0	
		Các học phần tương đương					
57.	BRM4060	Kỹ thuật viết đề xuất chiến lược thương hiệu <i>Proposal Writing Skills for Brand Strategy</i>	2	10	20	0	
58.	BRM4061	Kỹ thuật truyền thông đa phương tiện <i>Multi-Media in Practice</i>	2	10	20	0	
59.	BRM4062	Quản trị thương hiệu cao cấp <i>Luxury Brand Management</i>	2	15	15	0	
60.		Tổng	130				