



BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG CAO ĐẲNG SÀI GÒN

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

CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO MARKETING

(Ban hành kèm theo Quyết định số 86-254/QĐ ngày 11 tháng 10 năm 2025
của Hiệu trưởng Trường Cao đẳng Sài Gòn)

Ngành, nghề:	Marketing
Mã ngành, nghề:	6340116
Trình độ đào tạo:	Cao đẳng
Đối tượng tuyển sinh:	Tốt nghiệp Trung học phổ thông hoặc tương đương
Thời gian khóa học:	2 năm

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

Ngành Marketing đào tạo sinh viên trở thành những chuyên viên tiếp thị hiện đại, đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của nền kinh tế số. Chương trình học cung cấp kiến thức chuyên sâu và kỹ năng thực tiễn trong việc xây dựng chiến lược marketing, nghiên cứu thị trường, và triển khai các chiến dịch truyền thông hiệu quả. Sinh viên sau khi tốt nghiệp có thể làm việc trong các lĩnh vực như marketing số, quản lý thương hiệu, quan hệ công chúng, và chăm sóc khách hàng, góp phần nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp trong thời đại kinh tế số.

2. Mục tiêu đào tạo

2.1. Mục tiêu chung

Chương trình đào tạo nguồn nhân lực có phẩm chất chính trị, đạo đức và sức khỏe tốt; có chuyên môn công việc, đáp ứng yêu cầu kinh tế xã hội của đất nước; có ý thức tổ chức kỷ luật và tác phong công nghiệp, nghiêm túc, trung thực, cẩn thận, chịu trách nhiệm đối với công việc được giao; có kiến thức cơ bản và kiến thức nâng cao về ngành Marketing, quảng cáo, truyền thông trong xu hướng hội nhập quốc tế và kỷ nguyên 4.0.

Sau khi tốt nghiệp, sinh viên có thể viết xây dựng được kế hoạch chiến lược marketing, chương trình truyền thông, quảng cáo, phát triển hệ thống kênh phân phối cũng như sử dụng được hiệu quả các công cụ về Digital marketing.

2.2. Mục tiêu cụ thể

Chương trình đào tạo nguồn nhân lực:

- Hiểu được các kiến thức cơ bản về kinh tế, quản trị, nghiên cứu thị trường và marketing hiện đại.
- Thành thạo các công cụ và nền tảng marketing hiện đại; có khả năng lập kế hoạch, triển khai và tối ưu hóa các chiến dịch marketing tích hợp. Nâng cao hiệu quả tiếp thị thông qua xây dựng thương hiệu, quản lý nội dung, phát triển chiến lược truyền thông và phân tích dữ liệu thị trường.
- Có khả năng phân tích thị trường và hành vi người tiêu dùng, đề xuất chiến lược marketing phù hợp với mục tiêu và quy mô của doanh nghiệp.
- Có khả năng tư duy, phân tích, kỹ năng giao tiếp. Sử dụng được tiếng anh và công nghệ thông tin trong chuyên môn để thích nghi với môi trường hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp trong lĩnh vực marketing.
- Có phẩm chất đạo đức nghề nghiệp theo yêu cầu riêng của nghề, có trách nhiệm với xã hội và cộng đồng.

3. Vị trí việc làm sau khi tốt nghiệp

Sinh viên sau khi tốt nghiệp có thể đảm nhận các vị trí công việc như sau:

- Nhân viên marketing
- Nhân viên tổ chức sự kiện
- Nhân viên truyền thông và quan hệ công chúng
- Nhân viên sáng tạo nội dung
- Nhân viên nghiên cứu thị trường
- Nhân viên quản trị thương hiệu
- Nhân viên marketing kỹ thuật số (digital marketing)

4. Khối lượng kiến thức và thời gian học tập

- Khối lượng kiến thức toàn khóa học: 84 tín chỉ, 2.370 giờ
- Số lượng môn học, mô đun: 25
- Khối lượng học tập các môn học chung 19 tín chỉ, 435 giờ
- Khối lượng học tập các môn học, mô đun chuyên môn: 65 tín chỉ, 1.935 giờ
- Khối lượng lý thuyết: 652 giờ; Thực hành, bài tập: 1.650 giờ, Kiểm tra: 68 giờ

5. Tổng hợp các năng lực của ngành, nghề

TT	Mã năng lực
I	Năng lực cơ bản (Năng lực chung)
1	NLCB-01: Phân tích, đánh giá và áp dụng các quy định pháp luật, đạo đức nghề nghiệp và chính sách xã hội trong các hoạt động marketing một cách hợp pháp, minh bạch và hiệu quả.
2	NLCB-02: Phát triển tư duy tổ chức, kỹ năng quản lý thời gian và sức khỏe bản thân để đáp ứng yêu cầu công việc trong môi trường cạnh tranh
3	NLCB-03: Thành thạo sử dụng các công cụ tin học cơ bản để xử lý, phân tích dữ liệu và hỗ trợ ra quyết định trong các hoạt động marketing.
4	NLCB-04: Giao tiếp tiếng Anh lưu loát trong các tình huống thương mại, đàm phán với đối tác và trao đổi thông tin chuyên môn
5	NLCB-05: Xây dựng và phát huy phẩm chất đạo đức nghề nghiệp, kỹ năng làm việc nhóm và giải quyết vấn đề trong môi trường đa dạng
II	Năng lực cốt lõi (năng lực chuyên môn)
6	NLCL-01: Thực hiện được các công việc nghiên cứu thị trường để có cơ sở định hướng và phát triển kế hoạch marketing.
7	NLCL-02: Thành thạo sử dụng các phần mềm chuyên dụng trong marketing để thu thập, xử lý và phân tích dữ liệu. Vận dụng hiệu quả các công cụ này trong việc xây dựng kế hoạch, đo lường hiệu quả chiến dịch, đánh giá thị trường và hỗ trợ ra quyết định chiến lược trong hoạt động marketing.
8	NLCL-03: Lên kế hoạch, triển khai và tối ưu hóa các hoạt động marketing trên các kênh truyền thông và phân phối phù hợp nhằm gia tăng nhận diện thương hiệu, thu hút khách hàng và nâng cao trải nghiệm người tiêu dùng.
9	NLCL-04: Triển khai và đánh giá hiệu quả các chiến dịch marketing nhằm tăng cường độ nhận diện thương hiệu, xây dựng hình ảnh doanh nghiệp và tiếp cận đúng đối tượng khách hàng mục tiêu.

10	NLCL-05: Hiểu rõ các nguyên lý trong marketing và vận dụng vào các chiến lược sản phẩm, giá cả, kênh phân phối, chiến lược truyền thông, quảng cáo trên kênh truyền thông và nền tảng kỹ thuật số
III	Năng lực nâng cao
11	NLNC-01: Sử dụng được tiếng Anh chuyên ngành để đàm phán, xây dựng hợp đồng và giao dịch với đối tác quốc tế trong lĩnh vực marketing
12	NLNC-02: Xây dựng và quản lý nội dung truyền thông trên các kênh marketing như website, mạng xã hội, email marketing... nhằm truyền tải hiệu quả thông điệp thương hiệu, thu hút khách hàng và nâng cao hiệu quả chiến dịch.
13	NLNC-03: Trình bày được quy trình xây dựng kế hoạch quan hệ công chúng, kế hoạch tổ chức sự kiện và đo lường, đánh giá quá trình thực thi kế hoạch để đề xuất và điều chỉnh các giải pháp phù hợp với loại hình kinh doanh. Việc thực hiện kế hoạch nhận thức rõ và cần tuân thủ pháp luật hiện hành (luật quảng cáo, an ninh mạng...). Đồng thời, nâng cao luyện sức khỏe thể chất và tinh thần giúp tăng sự dẻo dai, khả năng làm việc lâu dài và hiệu quả, đồng thời cải thiện khả năng quản lý stress và phối hợp nhóm trong các chiến dịch truyền thông
14	NLNC-04: Sáng tạo và sản xuất được nội dung đa phương tiện (video, hình ảnh, bài viết) nhằm thu hút, giữ chân khách hàng và xây dựng thương hiệu. Ứng dụng công nghệ hỗ trợ thiết kế, phân tích dữ liệu và thực hiện chiến dịch trên nền tảng. Sử dụng tiếng Anh giúp mở rộng thị trường và giao tiếp hiệu quả với khách hàng toàn cầu. Đồng thời đảm bảo sức bền và tinh thần teamwork để là yếu tố cần thiết để đảm bảo hiệu suất và sự phối hợp hiệu quả trong môi trường làm việc chuyên nghiệp.
15	NLNC-05: Phân tích được tác động môi trường kinh doanh đến vị thế của doanh nghiệp và ứng dụng kiến thức vào thực tiễn để xây dựng phát triển và quản lý thương hiệu. Cần có tinh thần trách nhiệm, kỷ luật và ý thức bảo vệ lợi ích cộng đồng, đồng thời nhận thức rõ về chủ quyền dân tộc để xây dựng chiến lược truyền thông phù hợp. Thuần thực kỹ năng công nghệ hỗ trợ việc thu thập và xử lý dữ liệu, giúp triển khai chiến lược một cách chính xác và hiệu quả.

6. Nội dung chương trình

Mã MH, MĐ	Tên môn học, mô đun	Số tín chỉ	Thời gian học tập (giờ)			
			Tổng số	Trong đó		
				Lý thuyết	Thực hành/thực tập/thí nghiệm/th ảo luận	Thi/ Kiểm tra
I	Các môn học chung					
POLI1322	Giáo dục chính trị	5	75	41	29	5
PCLW1201	Pháp luật	2	30	18	10	2
NDED1211	Giáo dục quốc phòng	3	75	36	35	4
PHED1021	Giáo dục thể chất	2	60	5	51	4
CAPP1121	Tin học	3	75	15	58	2
ENFD1224	Tiếng Anh	4	120	42	72	6
	Tổng Môn học chung	19	435	157	255	23
II	Các môn học, mô đun chuyên môn					

II.1	Môn học, mô đun cơ sở					
ENFD1225	Tiếng Anh tiền trung cấp	4	90	45	42	3
PCMK1213	Nguyên lý Marketing	3	75	30	42	3
LISE1211	Kỹ năng livestream bán hàng	3	75	30	42	3
ECON1213	Kinh tế vi mô	3	75	30	42	3
PCMG1212	Quản trị học	3	75	30	42	3
MKPJ1022	Đồ án cơ sở	2	90	0	90	0
	Tổng Môn cơ sở	18	480	165	300	15
II.2	Môn học, mô đun chuyên môn					
ENFD1226	Tiếng Anh trung cấp	4	90	45	42	3
BAIT2311	Tin học ứng dụng chuyên ngành	4	90	45	42	3
MKRS1212	Nghiên cứu thị trường	3	75	30	42	3
DGMK1212	Digital Marketing	3	75	30	42	3
MTMD2212	Sáng tạo nội dung truyền thông đa phương tiện	3	75	30	42	3
WSDS1212	Thiết kế website	3	75	30	42	3
MKPJ2023	Đồ án chuyên ngành	2	90	0	90	0
MKIT2041	Thực tập chuyên ngành	4	180	0	180	0
	Tổng Môn chuyên môn	26	750	210	522	18
II.3	Môn học, mô đun tự chọn, nâng cao					
BAEN2212	Tiếng Anh thương mại	4	120	30	87	3
NBBD2212	Xây dựng và phát triển thương hiệu mới	3	75	30	42	3
OGEV2212	Tổ chức sự kiện	3	75	30	42	3
SEMK2212	SEO marketing	3	75	30	42	3
MKCO2082	Thực tập tốt nghiệp	8	360	0	360	0
	Tổng Môn nâng cao	21	705	120	573	12
	Tổng Chương trình	84	2370	652	1650	68

7. Hướng dẫn sử dụng chương trình

7.1. Các môn học chung

Chương trình môn học chung Pháp luật, Chính trị, Giáo dục thể chất, Tin học văn phòng do Bộ Lao động - Thương binh và Xã hội quy định, được sử dụng để giảng dạy.

Môn học Giáo dục quốc phòng và an ninh được tổ chức thực hiện, liên kết với Trường Quân sự Quân khu 7.

7.2. Các hoạt động ngoại khóa

Một năm học có 3 học kỳ. Thời gian học của mỗi học kỳ là 15 tuần bao gồm thời gian kiểm tra và thi. Giữa mỗi học kỳ có 2-3 tuần nghỉ. Thời gian nghỉ Tết là 3 tuần.

Thời gian cho hoạt động ngoại khóa được bố trí ngoài thời gian đào tạo chính khóa, vào thời điểm thích hợp.

7.3. Hướng dẫn tổ chức kiểm tra kết thúc môn học

Căn cứ quy chế Tổ chức đào tạo, kiểm tra, thi, xét công nhận tốt nghiệp của Trường Cao đẳng Sài Gòn, thời gian tổ chức kiểm tra kết thúc môn học theo hướng dẫn cụ thể theo từng môn học và theo kế hoạch đào tạo của trường cụ thể cho từng học kỳ và từng năm học.

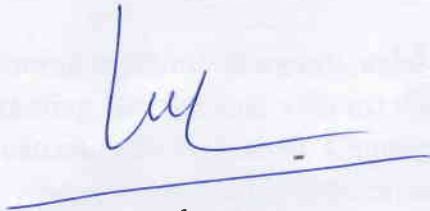
Hình thức và phương pháp kiểm tra đánh giá môn học được xác định cụ thể và có hướng dẫn trong đề cương môn học.

7.4. Hướng dẫn xét công nhận tốt nghiệp

Sinh viên học hết chương trình đào tạo theo từng ngành, nghề; tích lũy đủ số tín chỉ quy định và có điểm trung bình tích lũy từ 2.0/4.0 trở lên được công nhận tốt nghiệp.

Hiệu trưởng căn cứ vào kết quả xét công nhận tốt nghiệp để cấp bằng tốt nghiệp theo quy định của trường.

HIỆU TRƯỞNG



Tôn Thất Tín

PHÓ TRƯỞNG KHOA



Trần Thị Bích Hồng

