**QUY ĐỊNH**

**KHỐI LƯỢNG KIẾN THỨC TỐI THIỂU, YÊU CẦU VỀ NĂNG LỰC MÀ NGƯỜI HỌC ĐẠT ĐƯỢC SAU KHI TỐT NGHIỆP TRÌNH ĐỘ TRUNG CẤP, TRÌNH ĐỘ CAO ĐẲNG**

**NGÀNH, NGHỀ: MARKETING THƯƠNG MẠI**

**A - TRÌNH ĐỘ: CAO ĐẲNG**

**1. Giới thiệu chung về ngành, nghề**

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.

Khối lượng kiến thức tối thiểu: 2.500 giờ (tương đương 90 tín chỉ).

**2. 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.

**3. 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.

**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 làm việc 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 ngành, nghề bao gồm:

- Marketing truyền thống;

- Dịch vụ khách hàng;

- Quản lý nhãn hàng/ngành hàng;

- Thương hiệu;

- Truyền thông;

- Digital Marketing;

- Quản trị marketing truyền thống;

- Quản trị dịch vụ khách hàng;

- Quản trị thương hiệu;

- Quản trị Digital Marketing;

- Quản trị truyền thông.

**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 ngành, nghề marketing thương mại, 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 ngành, 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./.

**B - TRÌNH ĐỘ: TRUNG CẤP**

**1. Giới thiệu chung về ngành, nghề**

Marketing thương mại trình độ trung cấp 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, 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; thực hiện các đề xuất chào hàng cho khách hàng của tổ chức; quản lý và cung ứng các chương trình truyền thông marketing; thực hiện và quản lý các kế hoạch marketing; sử dụng, nghiên cứu và phát triển cơ sở dữ liệu khách hàng; 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.

Để hành nghề, người lao động phải có sức khỏe, đạo đức nghề nghiệp, có đủ kiến thức chuyên môn và kỹ năng nghề đáp ứng với vị trí công việc, có kiến thức về ngoại ngữ, tin học… Ngoài ra, cần phải thường xuyên học tập để nâng cao trình độ, mở rộng kiến thức xã hội; rèn luyện tính cẩn thận, chi tiết, rõ ràng; xây dựng ý thức nghề và sự say mê nghề.

Tốt nghiệp trình độ trung cấp ngành, nghề Marketing thương mại, người học đáp ứng được yêu cầu bậc 4 trong Khung trình độ quốc gia Việt Nam.

Khối lượng kiến thức tối thiểu: 1.635 giờ (tương đương 58 tín chỉ).

**2. Kiến thức**

- 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 một số sản phẩm của doanh nghiệp;

- Nhận biết và phân đoạn được các thị trường trọng điểm cho doanh nghiệp;

- 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.

**3. Kỹ năng**

- 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;

- 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;

- Dự đoán được một số phản ứng của người tiêu dùng đối với việc lựa chọn một số sản phẩm 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 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; ứng dụng công nghệ thông tin trong một số công việc chuyên môn của ngành, nghề;

- Sử dụng được ngoại ngữ cơ bản, đạt bậc 1/6 trong Khung năng lực ngoại ngữ của Việt Nam; ứng dụng được ngoại ngữ vào một số công việc chuyên môn của ngành, nghề.

**4. Mức độ tự chủ và trách nhiệm**

- Làm việc độc lập trong điều kiện làm việc thay đổi, chịu trách nhiệm cá nhân và trách nhiệm một phần đối với nhóm; giao tiếp tốt với đồng nghiệp, với khách hàng;

- Hướng dẫn, giám sát đồng nghiệp thực hiện công việc định sẵn;

- 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 làm việc 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 ngành, nghề bao gồm:

- Marketing;

- Dịch vụ khách hàng;

- Phụ trách nhãn hàng/ngành hàng;

- Quản lý thương hiệu;

- Phụ trách truyền thông;

- Digital Marketing.

**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 ngành, nghề marketing thương mại, trình độ trung cấp 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 ngành, 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./.