|  |  |
| --- | --- |
| BỘ GIAO THÔNG VẬN TẢI **TRƯỜNG ĐH HÀNG HẢI VIỆT NAM** | **CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM****Độc lập – Tự do – Hạnh phúc** |

**BẢN MÔ TẢ CHƯƠNG TRÌNH**

CHUYÊN NGÀNH: QUẢN TRỊ KINH DOANH VÀ MARKETING

1. **Tên cơ sở đào tạo và đơn vị cấp bằng:**

TRƯỜNG ĐẠI HỌC HÀNG HẢI VIỆT NAM

1. **Thông tin chi tiết về việc kiểm định chất lượng do các tổ chức nghề nghiệp hoặc cơ quan pháp luật tiến hành:**

Chương trình thực hiện sẽ được đánh giá theo hệ thống đảm bảo chất lượng của mạng lưới các trường đại học Đông Nam Á (AUN-QA). Hiện có 2 chương trình tiên tiến của Nhà trường được đánh giá theo AUN.

1. **Tên văn bằng sẽ cấp khi kết thúc khóa học:**

Bằng cử nhân Quản trị kinh doanh và Marketing

1. **Tên ngành đào tạo:**

Chuyên ngành Quản trị kinh doanh và Marketing (Chương trình tiên tiến)

1. **Mục tiêu của chương trình đào tạo:**

**V.1. Mục tiêu chung:**

Chương trình tiên tiến là dự án của Bộ Giáo dục và Đào tạo, góp phần nâng cao chất lượng, giúp đổi mới cơ bản và toàn diện trong giáo dục đại học để Trường Đại học Hàng hải Việt Nam xứng đáng là trường đại học trọng điểm quốc gia, mang đẳng cấp quốc tế.

Cử nhân tốt nghiệp chuyên ngành Quản trị kinh doanh và Marketing sẽ có được những kỹ năng thực tế và nền tảng lý thuyết để phát triển sự nghiệp trong lĩnh vực Marketing và kinh doanh; Xác định vai trò của marketing trong các tổ chức và doanh nghiệp; Phát triển và hiểu rõ các chiến lược, mục tiêu kinh doanh và marketing đối với nghề nghiệp trong tương lai; Phát triển tổ chức hoặc doanh nghiệp trên nền tảng thấu hiểu khách hàng, mang lại lợi ích cho khách hàng, sử dụng các phương tiện kỹ thuật số, mạng xã hội cho các hoạt động marketing.

**V.2. Mục tiêu cụ thể:**

Cử nhân tốt nghiệp chuyên ngành Quản trị kinh doanh và Marketing sẽ đạt được các mục tiêu cụ thể sau:

**V.2.1. Về kiến thức chuyên môn**

Chuyên ngành Quản trị kinh doanh và Marketing tập trung vào 2 lĩnh vực chính sau:

*a) Quản trị kinh doanh*

1. Có kiến thức nền tảng lý thuyết, kỹ năng thực tế để phát triển sự nghiệp trong lĩnh vực quản trị Marketing và kinh doanh.

2. Biết sử dụng các công cụ, phát huy khả năng nghiên cứu độc lập để phát triển năng lực nghiên cứu cho các bậc học cao hơn.

*b) Marketing*

3. Có kiến thức nền tảng trong việc chọn cách tiếp cận toàn diện để nghiên cứu lĩnh vực kinh doanh và marketing trong nhiều bối cảnh khác nhau và từ nhiều góc nhìn.

4. Có khả năng đánh giá tầm quan trọng chiến lược của sự phức tạp, thay đổi, sự mơ hồ và các thách thức khác phát sinh từ môi trường kinh doanh và môi trường marketing.

**V.2.2. Về phẩm chất đạo đức**

5. Được trang bị kiến thức cơ bản về Chủ nghĩa Mác-Lênin, Tư tưởng Hồ Chí Minh, tuyệt đối trung thành với Tổ quốc xã hội chủ nghĩa Việt Nam;

6. Có đạo đức nhân cách tốt, có tác phong công nghiệp; có ý thức tổ chức kỷ luật tốt.

7. Có trách nhiệm trong các đóng góp cho cộng đồng chung; Đồng cảm, chia se và giúp đỡ cộng đồng với tấm lòng nhân ái.

**V.2.3. Về cộng sự hiệu quả**

8. Hòa nhập và làm việc được tốt trong các môi trường nhóm khác nhau thông qua sự hiểu biết về tính đa dạng văn hóa, biết cư xử một cách đúng đắn và chuyên nghiệp.

9. Một số sẽ đóng vai trò lãnh đạo và có trách nhiệm trong đơn vị.

**V.2.4. Về không ngừng rèn luyện, học tập**

10. Trưởng thành về nhân cách và năng lực để có thể vượt qua mọi thách thức, đối đầu với mọi thay đổi, đi đến thành công trong công việc và cuộc sống.

11. Trưởng thành về trí tuệ và khả năng sáng tạo trong lĩnh vực chuyên môn, có thể đạt tới trình độ học vấn cao hơn trong lĩnh vực kinh tế và các lĩnh vực khác liên quan đến nghề nghiệp.

1. **Công bố chuẩn so sánh cũng như các điểm quy chiếu trong và ngoài nước được sử dụng để thông tin về kết quả của chương trình đào tạo:**

**VI.1. So sánh với khung chương trình gốc của Trường Đại học Gloucestershire:**

Chương trình tiến tiến bậc đại học “Quản trị kinh doanh và Marketing” được xây dựng trên cơ sở chương trình gốc của Trường đại học Gloucestershire, tuy nhiên có một số điều chỉnh như sau:

* Chương trình xây dựng trên cơ sở chương trình gốc của Đại học Gloucestershire.
* Bổ sung thêm các môn Lí luận chính trị, Giáo dục thể chất, Giáo dục quốc phòng vào trong khối kiến thức giáo dục đại cương theo quy định của Bộ Giáo dục và Đào tạo.
* Quá trình học tập và giảng dạy bằng tiếng Anh, riêng các môn Lí luận chính trị, Giáo dục thể chất, Giáo dục quốc phòng giảng dạy bằng tiếng Việt.
* Thời gian đào tạo 4 năm, trong đó toàn bộ năm thứ nhất dành cho các môn bổ sung trên và tập trung cho việc học tiếng Anh. Từ năm thứ 2 sẽ học các môn theo chương trình tiên tiến.
* Thay đổi tên và nội dung một số môn học so với chương trình đào tạo gốc để phù hợp với thực tế kinh doanh quốc tế của Việt Nam.
* Không đưa vào chương trình tiên tiến các môn bắt buộc học tại nước ngoài như Thực tập tại nước ngoài.

**VI.1. So sánh với chương trình đào tạo Quản trị kinh doanh của trường Đại học Hàng hải Việt Nam:**

* Giống nhau:

Hai chương trình đều chú trọng đến các kiến thức cơ sở cũng như kiến thức chuyên môn dù có thể cách gọi tên khác nhau. Về cơ bản tên và nội dung các môn học của chương trình gốc trùng với chương trình của trường đại học Hàng hải Việt Nam về nội dung đào tạo chính.

* Khác nhau:

Chương trình đào tạo gốc có thời gian đào tạo trong 3 năm trong khi trường Đại học Hàng hải Việt Nam là 4 năm. Chương trình đào tạo gốc có nhiều môn chuyên môn hơn, phạm vi đào tạo sâu hơn, trong khi chương trình đào tạo của Đại học Hàng hải Việt Nam có nhiều môn xã hội nhân văn hơn, phạm vi đào tạo rộng hơn.

Trong chương trình gốc không có các học phần Giáo dục thể chất, Giáo dục quốc phòng, các môn Lí luận chính trị.

Trong hệ thống kết cấu của chương trình đào tạo Trường đại học Gloucestershire có những học phần mới cần thiết cho ngành Quản trị kinh doanh như các môn liên quan đến quản trị thương mại điện tử cập nhật theo xu thế chung toàn cầu.

1. **Các kết quả của chương trình như kiến thức, sự hiểu biết, các kĩ năng và thái độ cần đạt được:**

Các yêu cầu về kiến thức, kĩ năng, thái độ đáp ứng được mục tiêu đào tạo, cụ thể như sau:

**VII.1. Yêu cầu về kiến thức**

Chuyên ngành Quản trị kinh doanh và Marketing tập trung vào 2 lĩnh vực chính sau:

*a) Quản trị kinh doanh*

1. Có kiến thức nền tảng lý thuyết, kỹ năng thực tế để phát triển sự nghiệp trong lĩnh vực quản trị kinh doanh.
2. Biết sử dụng các công cụ, phát huy khả năng nghiên cứu độc lập để phát triển năng lực nghiên cứu cho các bậc học cao hơn.

*b) Marketing*

1. Có kiến thức nền tảng trong việc chọn cách tiếp cận toàn diện để nghiên cứu lĩnh vực kinh doanh và marketing trong nhiều bối cảnh khác nhau và từ nhiều góc nhìn.
2. Có khả năng đánh giá tầm quan trọng chiến lược của sự phức tạp, thay đổi, sự mơ hồ và các thách thức khác phát sinh từ môi trường kinh doanh và môi trường marketing.

**VII.2. Yêu cầu về kỹ năng**

1. Năng lực ứng dụng các kiến thức khoa học tự nhiên - xã hội, kinh tế - chính trị, thương mại quốc tế và các kiến thức hỗ trợ để hiểu và phân tích, đánh giá các vấn đề kinh doanh và marketing trong thế giới toàn cầu hóa ngày càng cao.
2. Năng lực thiết kế và thực hiện một số dự án kinh doanh, có khả năng nghiên cứu các chính sách và giải thích các vấn đề căn bản trong lĩnh vực kinh doanh.
3. Thúc đẩy việc làm bằng cách tham gia với sinh viên trong việc xử lý với một loạt các vấn đề kinh doanh và các vấn đề liên quan đến marketing.
4. Năng lực sử dụng các kiến thức, kỹ năng mới trong công việc phát triển chiến lược kinh doanh và marketing trong xu thế toàn cầu hóa.
5. Năng lực giao tiếp, trao đổi một cách hiệu quả và tự tin trong công việc, sử dụng hiệu quả các công cụ và phương tiện hiện đại, đặc biệt trong môi trường toàn cầu. Sử dụng được thành thạo tiếng Anh (với trình độ tương đương 6.0 IELTS hoặc 530 TOEFL paper-based test trở lên), trong các hoạt động chuyên môn, nghề nghiệp (bao gồm cả đọc tài liệu, viết báo cáo, dự án, thuyết trình, trao đổi, thảo luận một cách chuyên nghiệp, hiệu quả). Về trình độ tin học, các sinh viên từ khóa 4 trở về sau (nhập học từ năm 2013) phải đạt các chứng chỉ Tin học Văn phòng quốc tế MOS (Microsoft Office Specialist) của Cetiport – Hoa Kì cấp theo 02 nội dung: Microsoft Word (điểm thi ≥700) và Microsoft Excel (điểm thi ≥700).
6. Năng lực làm việc hiệu quả và chuyên nghiệp trong nhóm và giữa các nhóm khác nhau; thích nghi được nhanh chóng với thay đổi trong môi trường làm việc; có hiểu biết về tính đa dạng văn hóa.
7. Năng lực lãnh đạo, tổ chức; Năng lực lập kế hoạch, quản lý thời gian, tiến độ công việc trong phạm vi trách nhiệm của mình; Năng lực phân tích, tư duy hệ thống.
8. Năng lực học tập, tự đào tạo nhằm bổ sung những tri thức mới trong nghề nghiệp.
9. **Về khả năng công tác**
* 65% sinh viên có việc làm đúng ngành ngay sau khi tốt nghiệp hoặc theo học các chương trình đào tạo nâng cao trình độ.
* Sinh viên chuyên ngành Quản trị kinh doanh và Marketing có cơ hội áp dụng kiến thức, kỹ năng vào các vị trí trong các lĩnh vực như nghiên cứu thị trường, quản trị Marketing, quan hệ công chúng, và quản trị thương hiệu, quản trị bán hàng. Sinh viên cũng có thể làm việc ở các lĩnh vực kinh doanh khác và theo học các chương trình như thạc sỹ (MBA), tiến sĩ (PhD, DBA). Sinh viên tốt nghiệp có thể làm việc trong các tổ chức và các lĩnh vực sau đây:

+ Chuyên viên kinh doanh, marketing tại các tập đoàn đa quốc gia, các công ty lớn trong nước như Viettel, Coca Cola...

+ Chuyên viên nghiên cứu thị trường, phân tích khách hàng tại các công ty nghiên cứu thị trường như: AC Niesen, TNS…

+ Quản lý bán hàng tại các công ty hàng tiêu dùng, công ty bán lẻ, các tập đoàn kinh doanh lớn tại Việt Nam và khu vực.

+ Chuyên viên bán hàng cao cấp tại tất cả các doanh nghiệp.

+ Các nhà quản lý thương hiệu.

+ Các nhà quản lý, tổ chức sự kiện lớn.

1. **Các chiến lược giảng dạy, học tập và kiểm tra đánh giá để đạt được kết quả và chứng minh kết quả đạt được:**

**IX.1. Chiến lược giảng dạy, học tập:**

Chương trình tiên tiến hội nhập với phương châm giáo dục đại học chung trên thế giới lấy người học làm trung tâm, phát huy tính tự chủ, tự nghiên cứu và làm việc theo nhóm của người học, áp dụng kết hợp các phương pháp sau:

* Phương pháp diễn giảng: chiếm khoảng 50%
* Phương pháp thảo luận nhóm (hội thảo, xemina): chiếm khoảng 15%
* Phương pháp tự đọc, tự nghiên cứu: chiếm 10%
* Phương pháp thuyết trình: chiếm 15%
* Phương pháp tham quan, thực tập, thực hành: chiếm khoảng 10%

Phương pháp dạy và học tiên tiến được thể hiện trong đề cương của mỗi môn học. Thêm vào đó, hệ thống phòng học với số phòng có máy chiếu, máy vi tính, hệ thống âm thanh chiếm 100%. Hệ thống mạng internet không dây phủ sóng toàn lớp học góp phần khuyến khích và tạo điều kiện cho việc đổi mới phương pháp giảng dạy, đồng thời cải thiện điều kiện học tập cho sinh viên.

**IX.2. Phương pháp kiểm tra đánh giá:**

Phương thức đánh giá các học phần trong CTTT đảm bảo tính linh hoạt, minh bạch, khách quan, phù hợp với từng học phần và tiệm cận với phương thức đánh giá học phần tại trường đối tác.

Điểm tổng hợp đánh giá học phần (gọi tắt là điểm học phần) bao gồm: điểm kiểm tra thường xuyên trong quá trình học tập, điểm đánh giá nhận thức và thái độ tham gia thảo luận, điểm đánh giá phần thực hành, điểm chuyên cần, điểm thi giữa học phần, điểm tiểu luận.

 Việc lựa chọn các hình thức đánh giá bộ phận và trọng số của các điểm đánh giá bộ phận cũng như cách tính điểm tổng hợp đánh giá học phần do giảng viên quy định và phải được ghi rõ trong đề cương chi tiết của học phần.

Giảng viên trực tiếp ra đề thi, đề kiểm tra và cho điểm đánh giá bộ phận.

Chất lượng học tập của sinh viên được đánh giá bằng một hệ thống điểm A-F. Cụ thể như sau:

A+, A, A- : kết quả đạt được ở mức cao nhất, sinh viên xuất sắc

B+, B, B- : kết quả tốt

C+, C, C-: kết quả trung bình, thỏa mãn được yêu cầu khóa học

D+, D, D- : kết quả đạt được thấp hơn yêu cầu môn học

F: kết quả kém, không đáp ứng được yêu cầu khóa học

WU (withdrawal unauthorized): tương đương điểm F, dành cho sinh viên trượt môn học, không đăng ký rút khỏi môn học, hoặc nghỉ quá thời gian cho phép sau 4 tuần học. Sinh viên có trách nhiệm phải đăng ký rút khỏi môn học đã đăng ký tham gia trước đó do không đủ điều kiện đến lớp (thông thường thời hạn đăng ký rút khỏi môn học là 4 tuần từ khi có hướng dẫn chính thức về việc rút khỏi môn học đó).

IC (incomplete charged): tương đương với điểm F, áp dụng khi sinh viên không hoàn thành các công việc được giao trong môn học trong thời hạn cho phép, được tính như trượt môn học.

W (withdrawal): cho biết sinh viên đã được phép rút khỏi môn học sau tuần thứ 4, với sự chấp nhận của cố vấn học tập và văn phòng khoa, không tính điểm môn học cho sinh viên.

CR (credit): tương đương với điểm C trở lên

NC (no credit): tương đương với điểm C trở xuống

Một số môn học đòi hỏi sinh viên phải đạt mức CR (từ điểm C trở lên), nếu không thì phải học lại cho đến khi nào đạt được yêu cầu này.

AU (audit): dự thính, áp dụng khi sinh viên chỉ tham gia lớp học mà không cần tính điểm, tuy nhiên việc tham dự lớp học vẫn được ghi lại trong học bạ.

I (incomplete): với một số môn học, khi sinh viên không thể hoàn thành các yêu cầu của môn học khi kết thúc học kỳ vì những lý do khách quan, sinh viên sẽ được gia hạn hoàn tất cho đến tuần thứ 6 của học kỳ tiếp theo.

RD (report delayed): hủy kết quả học tập

Tương ứng với những phân hạng trên là điểm bình quân theo thang điểm 4, cụ thể:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| A, A+ = 4.0 | B- = 2.7 | D+ = 1.3 |
| A = 3.7 | C+ = 2.3 | D = 1.0 |
| B+ = 3.3 | C = 2.0 | D- = 0.7 |
| B = 3.0 | C- = 1.7 | F/WU/IC = 0.0 |

Sinh viên phải tham dự tất cả các buổi học trừ các trường hợp vắng mặt được cho phép, điều này tùy thuộc vào đánh giá của cố vấn học tập mà với mỗi môn học có một chế độ thời gian hợp lý, ngoại trừ các môn học bắt buộc phải đi thực tế bên ngoài doanh nghiệp. Quy định thời gian nghỉ cho phép theo quy chế đào tạo hiện hành của Nhà trường. Sinh viên không đáp ứng được yêu cầu về mặt thời gian lên lớp sẽ bị đánh trượt môn học.

1. **Cấu trúc chương trình và các yêu cầu, trình độ, đơn vị kiến thức (mô-đun), tín chỉ:**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **STT** | **Môn học** | **Mã học phần** | **Tín chỉ** |
| ***Học kỳ I*** |
| 1 | Những NLCB của CN Mác Lênin 1, 2 | 19101 | 5 |
| 2 | Giáo dục thể chất 1 | 18801 | 0 |
| 3 | Giáo dục thể chất 2 | 18804 | 0 |
| 4 | Giáo dục quốc phòng 1 | 18901 | 0 |
| 5 | Giáo dục quốc phòng 2 | 18902 | 0 |
| 6 | Tiếng Anh 1 | 18401 | 10 |
|  | **Tổng** |  | **17** |
| ***Học kỳ 2*** |
| 7 | Tư tưởng HCM | 19201 | 2 |
| 8 | Đường lối CM của Đảng CSVN | 19301 | 3 |
| 9 | Giáo dục thể chất 3 | 18805 | 0 |
| 10 | Giáo dục thể chất 4 | 18806 | 0 |
| 11 | Giáo dục quốc phòng 3 | 18903 | 0 |
| 12 | Tiếng Anh 2 | 18402 | 15 |
|  | **Tổng** |  | **18** |
| ***Học kỳ I – Năm thứ 2*** |
| 1 | Toán | ELEC 70 | 4 |
| 2 | Kinh tế Vi mô | ECO 100 | 3 |
| 3 | Tiếng Anh chuyên môn I | EGL 101 | 3 |
| 4 | Cấu trúc tiếng anh | EGL100 | 3 |
| 5 | Môi trường Kinh doanh | BUS 120 | 3 |
| 6 | Quản trị đại cương | MGT100 | 3 |
| **7** | Truyền thông marketing | MS4201 | **3** |
|  | **Tổng** |  | **22** |
| ***Học kỳ 2 – Năm thứ 2*** |
| 1 | Tiếng Anh chuyên môn II | EGL 102 | 3 |
| 2 | Hồ sơ năng lực cá nhân | BM4090 | 3 |
| 3 | Marketing căn bản | BUS 200 | 3 |
| 4 | Kinh tế vĩ mô | ECO101 | 3 |
| 5 | Kỹ năng thuyết trình | EGL 110 | 3 |
| 6 | Phân tích hành vi khách hàng | MS4113 | 3 |
| 7 | Nguyên lý kế toán | BUS 100 | **3** |
|  | **Tổng** |  | **21** |
| ***Học kỳ 1 – Năm thứ 3*** |
| 1 | Thống kê doanh nghiệp | BUS205 | 3 |
| 2 | Đạo đức học kinh doanh | HUM400 | 3 |
| 3 | Quản lý nguồn nhân lực | BM5102 | 3 |
| 4 | Quản trị marketing | MS5111 | 3 |
| 5 | Môn tự chọn 1 (mức 5) |  | 3 |
| 6 | Thực Tập 1 | INT01 | 3 |
|  | **Tổng** |  | **18** |
| ***Học kỳ 2 – Năm thứ 3*** |
| 1 | Quản lý hoạt động kinh doanh (Môn tiên quyết: BUS120) | BM5101 | 3 |
| 2 | Phân tích và nghiên cứu thị trường | MS5111 | 3 |
| 3 | Marketing chiến lược | MS6101 | 2 |
| 4 | Môn tự chọn 2 (mức 5) |  | 3 |
| 5 | Thực Tập 2 | INT02 | 4 |
|  | **Tổng** |  | **16** |
| ***Học kỳ 1 – Năm thứ 4*** |
| 1 | Quản lý thương hiệu | MS6102 | 3 |
| 2 | Môn tự chọn 3 (mức 6) |  | 3 |
| 3 | Môn tự chọn 4 (mức 6) |  | 3 |
| 4 | Môn tự chọn 5 (mức 6) |  | 4 |
|  | **Tổng** |  | **12** |
| ***Học kỳ 2 – Năm thứ 4*** |
| 1 | Chiến lược xây dựng và phát triển bền vững | BM6101 | 5 |
| 2 | Môn tự chọn 6 (mức 6) |  | 3 |
| 3 | Khoá Luận Tốt Nghiệp | MS6401 &INT03 | 3 |
|  | **Tổng** |  | **13** |

​

Yêu cầu tổng số tín chỉ phải hoàn thành của cả khoá học: 137

Minimum number of credits which students must fulfill in order to graduate from the program: 137

- Trong đó tổng số tín chỉ học tập (Total number of credits from courses): 124

 + Số tín chỉ bắt buộc (Compulsory): 106

 + Số tín chỉ tự chọn (Elective): 18

- Tổng số tín chỉ thực tập và làm luận án tốt nghiệp (Total credits for internships and dissertation): 13

**CÁC MÔN TỰ CHỌN (ELECTIVES):**

Được lựa chọn tối thiểu 18 tín chỉ tự chọn trong danh sách sau, trong đó tối thiểu 6 tín chỉ trong mức 5 và 12 tín chỉ trong mức 6 trong danh sách sau:

***Các môn tự chọn mức 5:***

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **TT** | **Mã HP** | **Tên học phần** | **Số TC** |
| 1 | MS5301 | Marketing quốc tế | 3 |
| 2 | BUS300 | Kinh Doanh Quốc Tế I | 3 |
| 3 | EGL300 | Viết luận nâng cao | 3 |
| 4 | GMA400 | Thảo luận 1: Phương pháp và thiết kế | 3 |
| 5 | BUS405 | Lãnh đạo kinh doanh | 3 |
| 6 | MS5203 | Tương tác điện tử và truyền thông xã hội | 3 |
| 7 | BUS165 | Phân tích quyết định kinh doanh | 3 |
| 8 | LAW100 | Luật Kinh Doanh | 3 |
| 9 | LGT500 | Tổng Quan Về Logistics & chuỗi cung ứng | 3 |
| 10 | MTH205 | Phân Tích Hoạt Động Kinh Doanh | 3 |

***Các môn tự chọn mức 6:***

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **TT** | **Mã HP** | **Tên học phần** | **Số TC** |
| 1 | BM6106 | Khởi sự doanh nghiệp | 3 |
| 2 | BM6102 | Văn hóa doanh nghiệp | 3 |
| 3 | BM6107 | Quản trị tài chính doanh nghiệp (điều kiện tiên quyết: Nguyên lý kế toán) | 3 |
| 4 | BM6105 | Quản lý sự thay đổi | 3 |
| 5 | MS6104 | Marketing dịch vụ | 3 |
| 6 | BM6108 | Chiến lược lãnh đạo toàn cầu | 3 |
| 7 | BM6202 | Quản lý đổi mới và Nghiệp chủ | 3 |
| 8 | MS6105 | Quản lý mối quan hệ với khách hàng | 3 |
| 9 | MS6301 | Các vấn đề văn hóa trong marketing quốc tế | 3 |
| 10 | MS6302 | Chiến lược marketing quốc tế | 3 |
| 11 | BM6199 | Nghiên cứu điều tra (lĩnh vực quản lý kinh doanh) | 3 |
| 12 | MS6402 | Nghiên cứu điều tra (lĩnh vực marketing) | 3 |
| 13 | GMA401 | Thảo luận 2: Lập dự án | 3 |
| 14 | BUS301 | Kinh Doanh Quốc Tế II (tiên quyết: Kinh Doanh Quốc Tế I) | 3 |

1. **Tiêu chí lựa chọn sinh viên để tuyển vào chương trình:**

1. Sinh viên trúng tuyển CTTT phải đạt các điều kiện của Nhà trường như sau:

a. Đảm bảo ngưỡng chất lượng đầu vào đối với hệ đại học chính quy theo quy định của Bộ Giáo dục & Đào tạo và của Trường Đại học Hàng hải Việt Nam hàng năm với tổ hợp các môn thi phù hợp.

b. Đạt điều kiện về năng lực Tiếng Anh theo yêu cầu của chương trình được quy định hàng năm.

c. Thí sinh là người nước ngoài phải có văn bằng tốt nghiệp tối thiểu tương đương văn bằng tốt nghiệp trung học phổ thông của Việt Nam, có năng lực Tiếng Anh đáp ứng yêu cầu của chương trình đào tạo theo quy định hiện hành của Bộ Giáo dục và Đào tạo và của Nhà trường.

2. Trên cơ sở đăng ký xét tuyển của thí sinh và chỉ tiêu đào tạo, Hiệu trưởng sẽ xem xét và công bố kết quả xét tuyển hàng năm.

1. **Những hỗ trợ cụ thể cho việc học tập**

Hiện nay, chương trình có 15 phòng học với tổng diện tích là 1100m2 được trang bị đầy đủ các thiết bị hiện đại phục vụ cho việc học tập của sinh viên như hệ thống máy chiếu, hệ thống loa trần, bộ máy vi tính, điều hòa… Sinh viên có thể truy cập hệ thống wifi miễn phí tại các phòng học nhà A4.

Hệ thống phòng máy tại tầng 3 nhà A4 và phòng trang thiết bị luyện tiếng (tâng 3 nhà A5) mở cửa phục vụ sinh viên ngay cả vào kỳ nghỉ hè nhằm giúp sinh viên cải thiện kỹ năng nghe, nâng cao trình độ giao tiếp bằng tiếng anh.

Thư viện của trường được đầu tư riêng cho CTTT có khoảng 37 đầu sách giáo trình, trên 200 đầu sách tham khảo ngoại văn. Bên cạnh đó, sinh viên cũng được tiếp cận với các học liệu mở, điện tử với 660 đầu sách online qua website <http://tailieuso.vimaru.edu> , có thể truy cập trực tiếp vào thư viện của trường đối tác qua cổng website: <http://library.csum.edu>. Tại phòng đọc của Chương trình tiên tiến, sinh viên có thể sử dụng dữ liệu liên kết với các trang tài liệu số như Oxford, Science Direct.